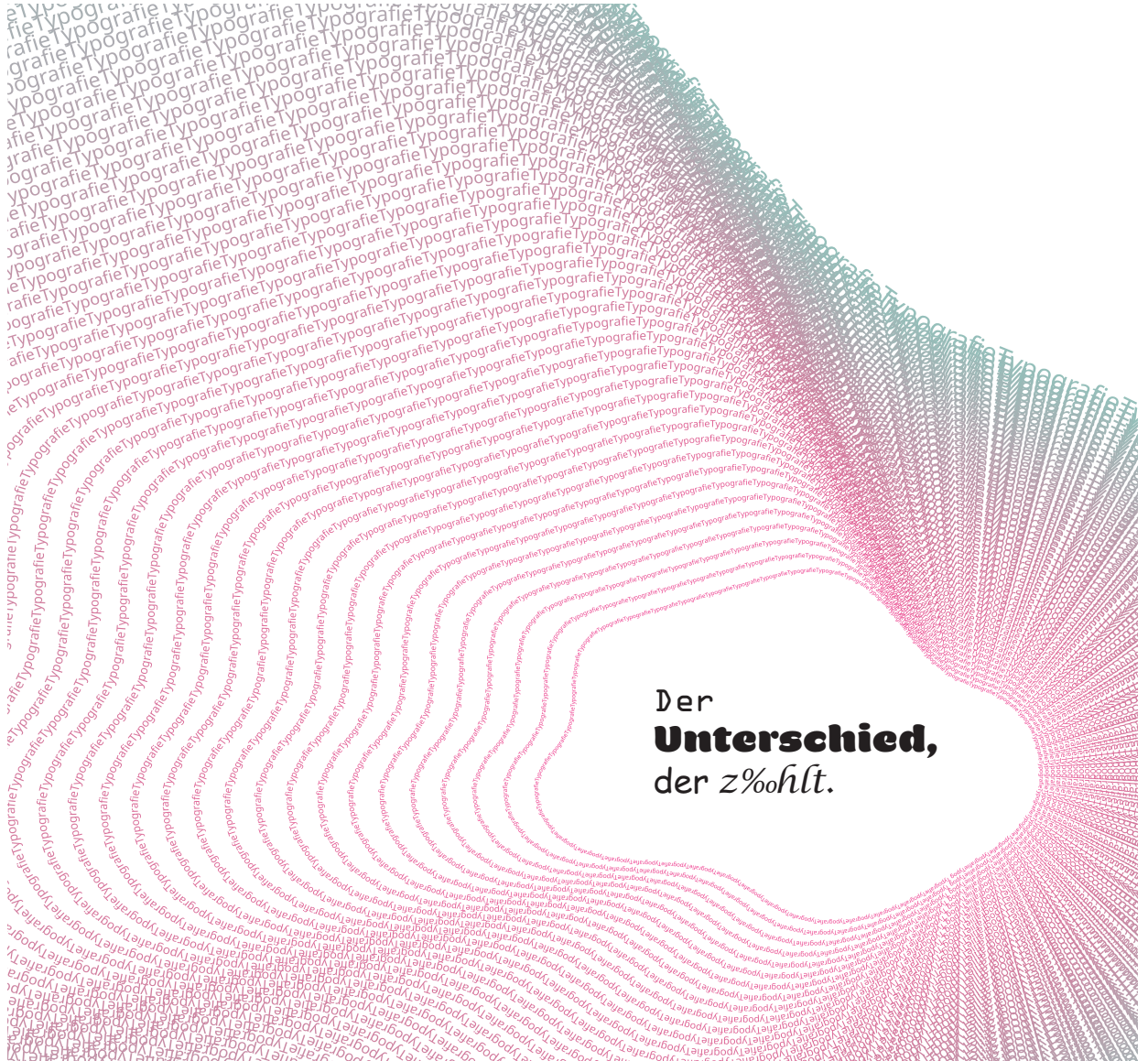
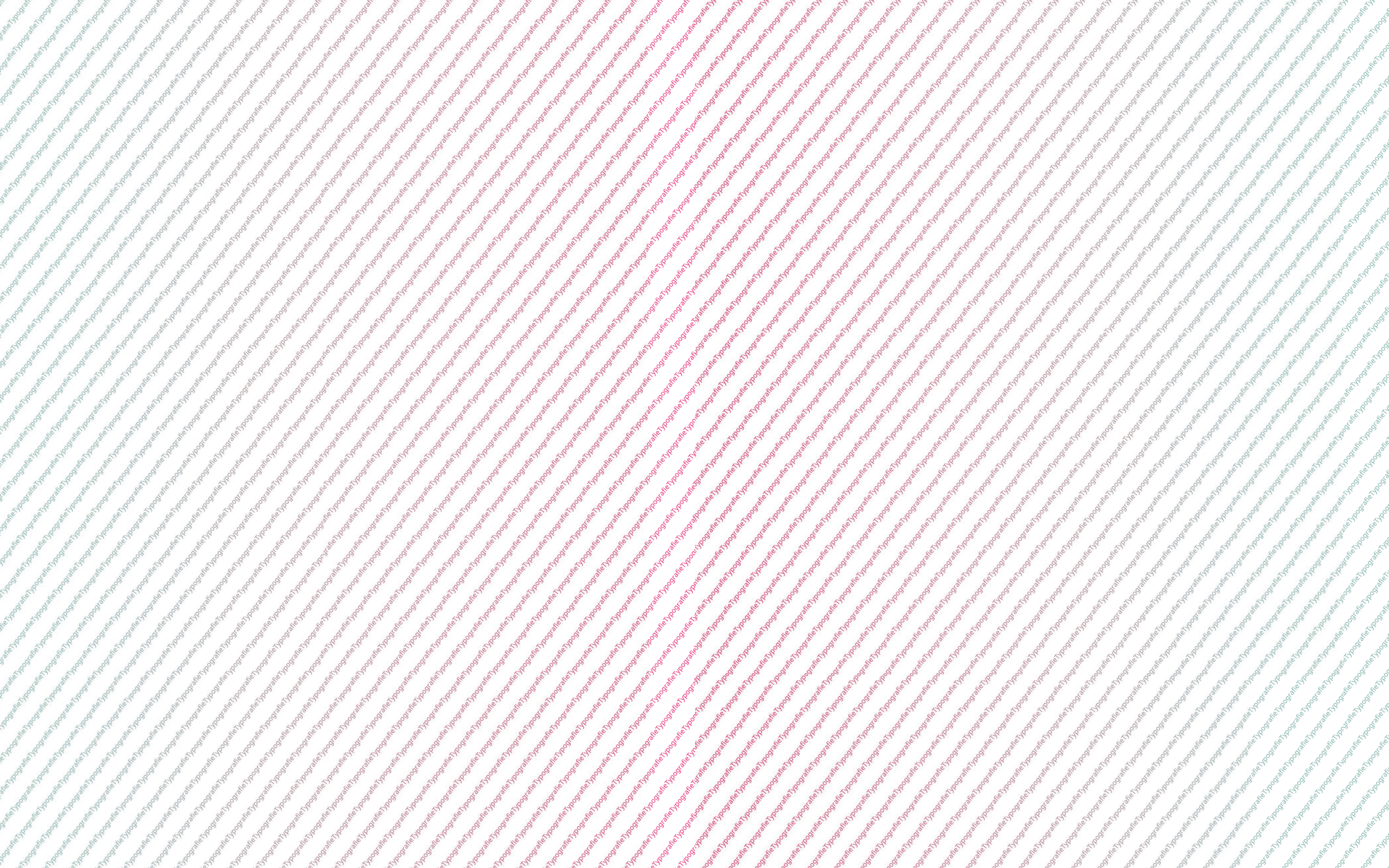


Typografie

FIELD GUIDE



Der
Unterschied,
der z%hlt.



Der
Unterschied,
der zählt.



© Unsplash | Carla Santiago

03

- 01 Editorial
- 02 Runen: Das mystische Alphabet
- 08 Schrift als Kunst: Was wir von den Hieroglyphen lernen können
- 12 Von Aachen bis Zürich: Die Geschichte der Buchstabiertafel



© Lawaschigiri

14

- 16 Kalligrafie: Schrift als Ausdruck von Persönlichkeit
- 20 Comic Sans: A toxic relationship
- 26 Serifen vs. Serifenlos: Der Unterschied, der zählt



© Michelle Jane Dote

17

- 30 Serifenlose Schrift überall: Klartext oder Charakterverlust
- 34 Der Unterschied zwischen Print- und Webtypografie



© Dribbble | Pierre Kleinhouse

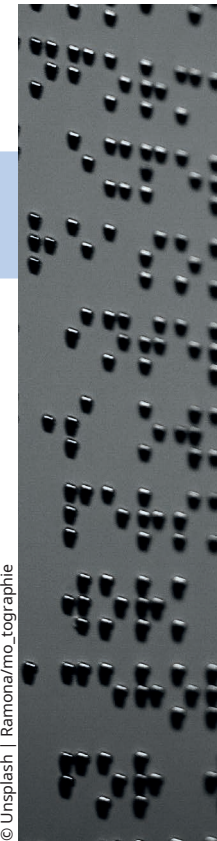
23

- 38 Design mit Tiefgang: Weil Chaos keiner lesen will



38

- 42 Mikrotypografie und Lesbarkeit



© Unsplash | Ramona/mo_tographie

50

- 46 Von der Pflicht zur Chance: Barrierefreie Typografie
- 50 Beyond Braille: Exploring tactile typography



© Unsplash | Natalie Cardona

62

- 58 Wenn Schriften erzählen: Wie Typografie den Ton eines Films setzt
- 62 Typography on Album Covers: How fonts shape what you hear



© Universal Studios

69

- 68 Stereotypography: How typography is used to perpetuate cultural stereotypes
- 72 Zwischen Schrift und Haltung: Wie Typografie Politik formt
- 76 Impressum

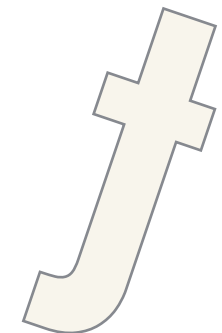
INHALT



Editorial

Schriften sind eines der grundlegenden Gestaltungselemente im Grafik Design. Sowohl im Druck, als auch bei digitalen Produkten benötigen wir Gestalter*innen schöne Schriften. Sie begleiten uns bei allen Projekten. Mit ihnen verpacken wir die Botschaften unserer Auftraggeber*innen. Sie sollten deshalb mit Sorgfalt ausgewählt werden; der Blick fürs Detail ist in der Typografie wichtig. Das Thema Schrift ist für unsere Studierenden deshalb ein guter Einstieg ins erste Semester ihres Master-Studiums Digital Design an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften St. Pölten. Typografie ist so vielfältig, dass es uns auch diesmal nicht schwer gefallen ist, 16 verschiedene Artikel dazu zu verfassen. Es ist garantiert für jede*n etwas dabei. Sogar die alten Hasen unter uns, werden etwas Neues erfahren. Schön, dass Sie sich mit uns auf diese literarische Entdeckungsreise begeben! Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!

FH-Hon.Prof. Mag. Jochen Elias
Leiter der MA-Klasse Grafik Design





© Damir K., pexebis.com

Runen: Das mystische Alphabet

von Alena Boucher

Runen – wir verbinden mit ihnen Wikinger, mystische Geschichten, Steintafeln und nordische Märchen. Auch wenn Runen in unserer heutigen Gesellschaft bekannt sind und in vielen Medien benutzt werden, gibt es im Verhältnis wenig Aufzeichnungen und Überlieferungen über die alte Schrift der Germanen. Aber vielleicht stärkt dies nur die Faszination mit Runen in uns?

Was sind Runen?

Der Ursprung der Runen entstand als germanische Schrift der alten Germanen. Sie wurden hauptsächlich in Skandinavien benutzt, die meisten Fundstücke wurden in Schweden entdeckt.

Es sind nur ca. 7.000 Schriftwerke bekannt, die „echte“ Runen darstellen. Das älteste Fundstück ist von 150–160 nach Christus, und dabei handelt es sich um den Kamm von Vimose, einen Kamm, in dem die runischen Zeichen „harja“ eingraviert sind. Es gibt theoretisch eine Runentafel, die Fibel von Meldorf, aus dem 1. Jahrhundert n. Chr., jedoch ist bei dieser nicht hundertprozentig bewiesen, dass es sich bei ihren Inschriften um Runen handelt. Es könnte sich hierbei auch nur um eine lateinische Schrift im Keilschriftstil handeln.

Runen sind nicht nur ein Alphabet, sondern jede Rune stellt auch eine bestimmte Bezeichnung dar (basierend auf den Namen der Runenzeichen). Die bekanntesten Varianten der Runenschrift sind das ältere Futhark und das jüngere Futhark (auch skandinavisches Futhark genannt).

Die Bezeichnung „Rune“

Heutzutage kennt jeder die Bezeichnung „Runen“, jedoch bekamen diese den Namen erst im 18. Jahrhundert. Passend zu den germanischen Schriftzeichen wurden sie nach dem altnordischen Wort *rún* und dem althochdeutschen *rūna* benannt, welche Begriffe für „Geheimnis“, „Mystisch“ und „Zauberspruch“ sind.

Im Unterschied zu den lateinischen Schriften war die Lese- und Schreibrichtung der Runen in früheren Zeiten variabel – es konnte sowohl von rechts als auch von links geschrieben werden. Erst im Lauf der Zeit entwickelte sich die Schreibrichtung von links nach rechts.

R1DHDNRIP.H1BDNRYPNDP1101.
 P1ND1H11R1F11ND1R1D1Y1R1.H111.F1ND1Y1R1D1.
 P1ND1H11D1Y1P1H11ND1P111D1.H1Y11Y1R1P1Y1

**Es herrschte Theoderich
 der Kühngemute
 der Fürst der Seekrieger;
 über den Strand
 des Hreidmeers.
 Jetzt sitzt er gerüstet
 auf seinem gotischen Ross,
 den Schild auf der Schulter,
 der Held der Märinge.**

Inschrift auf dem Runenstein von Rök

Runenschriftarten

Älteres Futhark

Das ältere Futhark ist die älteste bekannte Runenschrift und benannt nach den ersten Runenzeichen F1ND1F1R1 in dieser Schrift.

Sie besteht aus 24 Runenzeichen, die nicht nur jeweils einen Buchstaben darstellen, sondern auch alle einzigartigen Bedeutungen haben. Jede Rune hatte einen Namen, der die Aussprache darstellen soll und mit dem jeweiligen Buchstaben beginnt.

Zum Beispiel bedeutet die erste Rune F1 „Fehu“ mit dem Lautwert /f/ – was sich vom altnordischen fé bzw. altenglischen feoh für Vieh, Besitz, Wohlstand, Geld ableitet. Somit steht diese Rune für Wohlstand und Reichtum. Der urgermanische Runenname selbst wurde rekonstruiert basierend auf diesen Wörtern.

Die Schreibweise der Runen ähnelt teilweise den lateinischen oder griechischen Buchstaben. Was an dieser „Sprache“ anders ist als bei anderen Schriften, die auf diesem Alphabet beruhen, ist, dass die Reihenfolge der Zeichen anders ist als im Alphabet. Diese andere Reihung der Buchstaben gab, wie oben bereits erwähnt, dieser Art der Runenschrift ihren Namen. Jede Rune stellt auch einen einzigen Laut der Sprache dar. Dazu steht Latein im Gegensatz: Zum Beispiel werden die Buchstaben V und W im Lateinischen als V dargestellt und I/J als I.

Die Runen des älteren Futharks lassen sich in drei Gruppen einteilen, die sogenannten ættir. Jede dieser Gruppen stellt eine „Familie“ von Runenzeichen dar und ist benannt nach der ersten Rune in dieser Gruppe: Fjár ætt, Hagals ætt und Tys ætt. Der Grund



© Carla Santiago, Unsplash.com

Familie	Rune	Lautwert	Name	Bedeutung
Fjár ætt	F1	f	Fehu	Vieh, Besitz, Geld, Vermögen
	H1	u	Uruz	Auerochse
	D1	þ (engl. th)	Thurisaz	Riese
	F2	a	Ansuz	Ase (nordische Bezeichnung der germanischen Götter)
	R	r	Raidho	Ritt, reiten
	K	k	Kenaz	Kien (Harz der Kiefer), Kahn
	X	g	Gebo	Gabe
Hagals ætt	P	w	Wunjo	Wonne
	H2	h	Hagalaz	Hagel
	T	n	Naudiz	Not
	I	i	Isa	Eis
	J	j	Jera	Jahr, Ernte
	E	ei	Ihwa	Eibe
	P2	p	Perthro	Obstbaum
	Y	z, R	Elhaz	Elch
Tys ætt	S	s	Sowilo	Sonne
	T2	t	Tiwaz	Tyr (Himmels- und Kriegsgott)
	B	b	Berkano	Birke
	M	e	Ehwaz	Pferd
	M2	m	Mannaz	Mann, Mensch
	L	l	Laguz	Wasser, See
	O	ng	Ingwaz	Feuer, Ing (Gott), Yngvi (mythischer Stammvater)
	D	d	Dagaz	Tag
O2	o	Othala	Grundstück Erbesitz, Stammgut,	

für diese Einteilung ist nicht ganz bekannt, jedoch wird angenommen, dass diese Gruppierung eine wichtige symbolische Bedeutung hat.

Jüngeres Futhark

In den Zeiten der Wikinger wurde das jüngere Futhark verwendet. Der Großteil der heute gefundenen Schriftwerke zeigt diese Variante der Runenschrift. Diese Runenschrift besteht nur aus 16 Buchstaben und verbindet somit im Gegensatz zum älteren Futhark mehrere Laute in einem Zeichen. Dies führte zu großer Verwirrung im Bereich der Runologie, da man anfangs davon ausging, dass das jüngere Futhark zuerst gekommen sein musste, da es unlogisch klang, eine Schrift zu verkleinern, anstatt neue Zeichen hinzuzufügen.

Während des Mittelalters wurden die Runen des jüngeren Futhark angepasst. Mit dem Auftreten von Latein wurden die Runen nicht vertrieben – es wurden weiterhin Texte in der altnordischen Sprache mit Runen verfasst. Im Laufe der Zeit wurden die Runen immer mehr an die lateinische Schrift angepasst, und das Bedürfnis nach Runen für einzelne oder zusätzliche Buchstaben führte zu Erweiterungen des Runenalphabets.

Um die Buchstaben zu unterscheiden, die sich eine Rune geteilt hatten, wurden dann, statt neue Buchstaben zu „erfinden“, Punkte den Schriftzeichen hinzugefügt. Zum Beispiel wurde bei dem Buchstaben I (für i) ein Punkt in die Mitte gezeichnet, um so ein e zu erhalten: †.

Neben den beiden Varianten von Futhark gibt es noch etliche weitere Runenarten, wie zum Beispiel das angelsächsische Futhorc. Diese Runen sind Abwandlungen des älteren Futharks und bringen oft neue Schriftzeichen mit sich und/oder verringern die Anzahl der bereits existierenden Zeichen.

Die Sprache ist von großer Schönheit und verdeutlicht zugleich, wie bedeutsam eine sich wiederholende Wortwahl sein kann. Heute sind es nicht mehr Gedichte, sondern Liedtexte, die die Runenschriften als Ausdruck kultureller Identität abgelöst haben.

Henrik Williams, Runologie Professor

Runen mit Magie

Wie bereits erwähnt, trägt jede Rune eine Bedeutung mit sich, ebenso werden ihr magische Eigenschaften zugesprochen. Auch in der heutigen Zeit spielen Runen eine große Rolle in den Themen Fantasy, Esoterik und Magie.

Im Norden gibt es auch gefundene Werke von Zaubersprüchen in Runenschrift. Es gab Runen für unterschiedliche Verwendungen, wie zum Beispiel Seerunen zum Schutz von Schiffen.

Tageshoroskop mit Runen

Täglich zieht man entweder eine Karte aus einem Kartendeck oder wirft Steine/Holzstückchen mit Runen darauf auf den Tisch und zieht blind eine. Basierend auf der gezogenen Rune erhält man ein Tages-„Horoskop“, nach dem man leben kann.

Ebenso gibt es das Auswerfen der Runensteine auf ein weißes Tuch und das zufällige Auswählen von drei Steinen und deren Deutung.

Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft

Bei einer weiteren Legemethode werden drei Runenkarten bzw. Runensteine gezogen und vor sich in einer Reihe aufgelegt.

Die erste Rune links steht für die Vergangenheit für Einflüsse, Erfahrungen oder Ereignisse, die bereits geschehen sind und die aktuelle Situation geprägt haben.

Die zweite Rune wird in der Mitte platziert und symbolisiert die Gegenwart. Sie zeigt, was im Moment wichtig ist, welche Energien wirken oder welches Thema gerade im Vordergrund steht.

Die dritte Rune wird rechts ausgelegt und steht für die Zukunft. Sie gibt Hinweise darauf, wie sich die Situation weiterentwickeln kann oder welche Tendenzen und Möglichkeiten vor der Person liegen.

Runen in Fantasy

In vielen Büchern, Spielen und Filmen, die in Fantasy-Welten spielen, werden heutzutage Runen oder Abwandlungen von Runen verwendet. Manche, wie Tolkien, benutzen Runenschriften als Basis für ihre eigenen Alphabete. Er verwendet zum Beispiel eine leicht veränderte Version des angelsächsischen Runenalphabetes. Die Runenschrift ist besonders für ihre Verbindung zu Mystik und Magie geeignet für Werke des Fantasy-Genres. ■



Zeichen	Gegenstand	Bedeutung
	Geier	a (Alif)
	Schilfblatt	j oder i
	Wachtelküken	w oder u
	Bein	b
	Hocker	p
	Hornviper	f
	Eule	m
	Wasserlinie	n
	Mund	r
	Hof eines Hauses	h
	Gedrehter Docht	emphatisches h
	Gefalteter Stoff	s stimmlos
	Henkelkorb	k
	Krugständer	g
	Brotlaib	t
	Hand	d

Diese Tabelle zeigt 16 der 24 Einkonsonantenzeichen, wie sie zur Zeit des Mittleren Reiches um 1900 v. Chr. üblich waren.

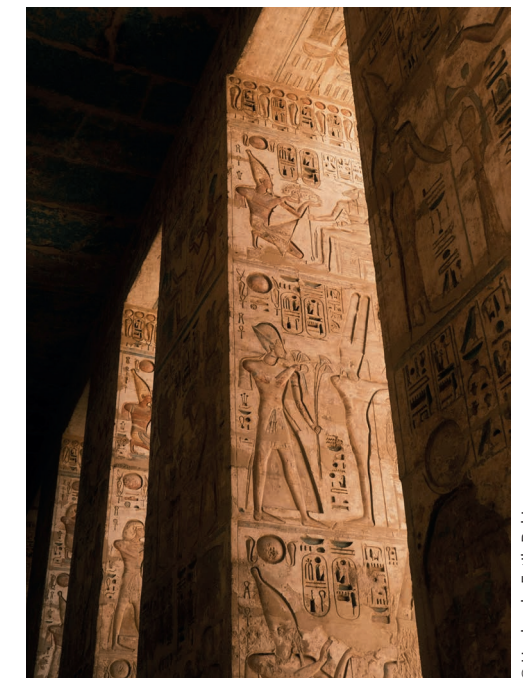
Schrift als Kunst: Was wir von den Hieroglyphen lernen können

von Lisa Tauchner

Die ägyptischen Hieroglyphen gehören zu den ältesten Schriftsystemen der Welt. Sie stellen nicht nur Sprache dar, sondern auch Kunst. Jedes Zeichen hat eine Bedeutung, aber auch eine Form, die sorgfältig gestaltet wurde. Die Ägypter sahen Schreiben als etwas Heiliges. Ihre Schrift sollte schön, klar und ewig sein. Wenn man sich ansieht, wie genau alles angeordnet ist, merkt man, dass sie ein starkes Gespür für Gestaltung und Ordnung hatten.

Geschichte und Kontext

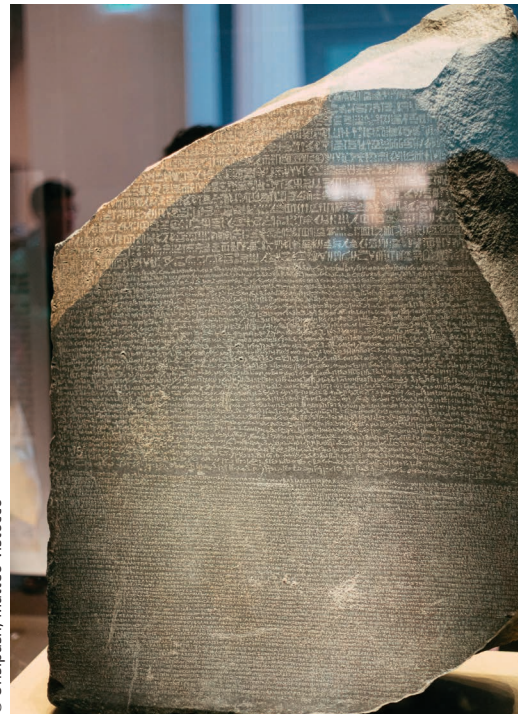
Die Ägypter nannten ihre Schriftzeichen „Medu netscher“, was so viel bedeutet wie „Gottes Worte“. Sie schrieben ihnen eine göttliche Herkunft zu. Laut ihrem Glauben hatte der Gott Thot das Schreiben erfunden. Nur eine winzige Minderheit, vielleicht ein Hundertstel der Bevölkerung, konnte lesen und schreiben. Diejenigen, die diese Kunst beherrschten, nannte man Schreiber. Dies war ein hochangesehener Beruf, der mit Bildung, Macht und sozialem Status verbunden war. Die Hieroglyphen wurden vor allem dort verwendet, wo Texte die Ewigkeit überdauern sollten: auf Tempeln, Grabwänden, Stelen und Monumenten. Mit ihren detaillierten, bildhaften Zeichen verbanden sie Information und Ästhetik auf einzigartige Weise.



Amun-Tempel, Medinet Habu, Luxor (Ägypten)

© Unspash, Fatih Beki

Da das aufwändige Gravieren der Zeichen jedoch nicht für den Alltag geeignet war, entwickelten sich vereinfachte Schreibformen. Die hieratische Schrift diente als schnellere, handschriftliche Variante. Eine Art „Kursive“ der Hieroglyphen, die vor allem auf Papyrus, Holz und Tonscherben geschrieben wurde. Aus ihr entstand um 650 v. Chr. die demotische Schrift, noch stärker vereinfacht und im alltäglichen und administrativen Gebrauch. Im ersten Jahrhundert nach Christus folgte schließlich das Koptische, das erstmals Vokale einführte und griechische Buchstaben mit sieben altägyptischen Zeichen kombinierte. In koptischen Kirchen Ägyptens wird diese Schriftform bis heute verwendet.



Stein von Rosetta

Der Durchbruch im Verständnis der Hieroglyphen gelang dem französischen Sprachforscher Jean-François Champollion. Er erkannte als Erster, dass die Zeichen keine reine Bilderschrift waren. Durch seine Arbeit am Stein von Rosetta stellte er fest, dass der hieroglyphische Text deutlich mehr Zeichen enthielt als der griechische. Dies war ein Hinweis darauf, dass viele Zeichen einzelne Laute oder Silben darstellten. Mit dem Vergleich der Kartuschen mit den Namen Ptolemäus und Kleopatra konnte er Schritt für Schritt Lautwerte zuordnen. Damit legte Champollion 1822 den Grundstein zur Entzifferung der altägyptischen Sprache und sein System wird bis heute in der Ägyptologie verwendet.

Vom Bild zum Laut

Die Hieroglyphen lassen sich von links nach rechts, von rechts nach links oder von oben nach unten lesen, je nachdem, in welche Richtung die Figuren blicken. Tiere und Menschen „zeigen“ also die Leserichtung an.

Die Schrift besteht ausschließlich aus Konsonanten, Vokale wurden nicht geschrieben. Um die Wörter aussprechbar zu machen, setzen Ägyptologen heute Hilfsvokale, meist ein kurzes „e“ zwischen die Konsonanten. Insgesamt existierten zwischen 750 und 1000 Zeichen, in späteren Epochen sogar über 5000.

Man unterscheidet drei Hauptarten von Zeichen:

- Phonetische Zeichen stehen für Laute, ähnlich unseren Buchstaben und können ein, zwei oder drei Konsonanten verbinden.



© Lisa Tauchner

□	◡	☉	🐮	☐	☐	☐
P	T	O	L	M	Y	S

Kartusche des Ptolemäus

- Begriffszeichen bezeichnen ganze Wörter und zeigen genau das, was sie darstellen. Ein stilisierter Mund bedeutet etwa das Wort „Mund“. Sie werden meist durch einen kurzen Strich markiert.
- Deutzeichen werden nicht ausgesprochen. Sie geben an, in welchem Sinn ein Wort gemeint ist. So entsteht aus dem Zeichen für „Mund“ zusammen mit einem Deutzeichen für „etwas, das mit dem Kopf gemacht wird“ das Wort „sprechen“.

Ästhetische Prinzipien

Hieroglyphen waren nicht nur Mittel der Kommunikation, sondern auch Gestaltungselement. Die Ägypter legten großen Wert auf Symmetrie, Ausgewogenheit und Rhythmus. Zeichen, die nur eine halbe Zeilenhöhe hatten, wurden untereinander gesetzt, um harmonische Bildfelder zu schaffen und den teuren Stein oder Papyrus effizient zu nutzen. Texte waren oft eng mit Darstellungen von Göttern und Menschen verbunden. Die Schrift rahmte Figuren ein oder wurde in ihre Umgebung integriert. Auf Grabwän-

den etwa umgeben Inschriften die Götter Anubis oder Osiris, sodass Text und Bild eine gemeinsame Geschichte erzählten. Und trotz ihrer Perfektion war auch die Arbeit an Hieroglyphen nicht fehlerfrei: Die Handwerker, die die Schrift in Stein meißelten, konnten häufig selbst nicht lesen. Sie arbeiteten nach den Vorzeichnungen der Schreiber, die gelegentlich Korrekturen nachreichten. Dadurch entstanden manchmal mehrfache Konturlinien oder kleine Schreibfehler, die bis heute in Tempelinschriften sichtbar sind. Ein charmantes Detail, das die menschliche Seite dieser göttlichen Schrift zeigt. ■

Infobox

Durch das Zählen der Zeichen auf dem Stein von Rosetta erkannte Champollion, dass Hieroglyphen keine Wortschrift sein konnten. Der Vergleich der Kartuschen von Ptolemaios, Kleopatra und Ramses zeigte, dass Zeichen sowohl Lautwerte als auch Bedeutungen besitzen. Mithilfe des Koptischen deutete er Ra als „Sonne“ und ms als „geboren“ – der Schlüssel zur systematischen Entzifferung.

Weiterführende Literatur:

Zauzich, Karl-Theodor – Hieroglyphen ohne Geheimnis: Eine Einführung in die altägyptische Schrift für Museumsbesucher und Ägyptentouristen, Kulturgeschichte der antiken Welt, Bd. 6, Verlag Philipp von Zabern, Mainz am Rhein, 2000; ISBN 978-3805304702; <https://www.zvab.com/...31252907374/bd>

	ICAO-Alphabet	Österreich GSÖD 2025	Deutschland Postalisch 1950
A	Alpha	Anna	Anton
B	Bravo	Bernhard	Berta
C	Charlie	China	Cäsar
D	Delta	David	Dora
E	Echo	Emma	Emil
F	Foxtrott	Felix	Friedrich
G	Golf	Georg	Gustav
H	Hotel	Hannes	Heinrich
I	India	Ida	Ida
J	Juliet	Jakob	Julius
K	Kilo	Karin	Kaufmann
L	Lima	Leo	Ludwig
M	Mike	Mari	Martha
N	November	Nora	Nordpol
O	Oscar	Otto	Otto
P	Papa	Peter	Paula
Q	Quebec	Quelle	Quelle
R	Romeo	Rosa	Richard
S	Sierra	Sarah	Samuel
T	Tango	Tina	Theodor
U	Uniform	Udo	Ulrich
V	Victor	Vera	Viktor
W	Whiskey	Walter	Wilhelm
X	X-ray	Xaver	Xanthippe
Y	Yankee	Ypsilon	Ypsilon
Z	Zulu	Zita	Zacharias
Ä		Ärmel	Ärger
Ö		Österreich	Ökonom
Ü		Übung	Übermut
SCH		Schule	Schule
ß		scharfes-S	Eszett

Von Aachen bis Zürich: Die Geschichte der Buchstabiertafel

von Jochen Elias

Wir alle kennen die Situation: Die Verbindung beim Telefonieren ist schlecht, das Gegenüber nur undeutlich zu verstehen. Besonders schwierig wird es bei komplizierten Wörtern oder Namen. Also beginnen wir zu buchstabieren – und plötzlich kann man die Buchstaben hören, nicht mehr nur das ganze Wort.

Doch auch dabei lauern Tücken: B und D, M und N klingen sich zum Verwechseln ähnlich. Die Lösung? Ansagewörter! „Anton“ für A, „Berta“ für B, „Cäsar“ für C. Damit nicht jeder seine eigenen Ansagewörter erfinden musste, wurden bereits kurz nach Eröffnung der ersten Telefonnetze in den 1890er-Jahren offizielle Buchstabiertafeln entwickelt.

Militärische Anfänge

Die Nachrichtenübermittler der britischen Armee begannen im späten 19. Jahrhundert, ein partielles Buchstabieralphabet zu verwenden. Dieses System, das 1898 vom Kriegsministerium in der „Signalling Instruction“ festgehalten und 1904 in die „Signalling Regulations“ übernommen wurde, unterschied zunächst nur die am häufigsten verwechselten Buchstaben. An der Westfront des Ersten Weltkriegs wurde es weiter-



Marinefunker am Funktelefon

© Pixino, John Dassow



Ältere Version der Schweizer Buchstabiervortafel an einem Militärtelefon

entwickelt. Die Royal Air Force entwickelte schließlich ein eigenes „telephony spelling alphabet“, das ab 1921 von allen drei Teilstreitkräften und der Zivilluftfahrt in Großbritannien genutzt wurde.

Von Zahlen zu Namen

Im zivilen Bereich ging man zunächst andere Wege: Das Berliner Telefonbuch von 1895 enthielt eine Buchstabiervortafel, bei der jedem Buchstaben eine Zahl zugeordnet war. Das war weder intuitiv noch leicht zu merken. Bereits 1903 hatte sich deshalb die Praxis durchgesetzt, Buchstaben mit Vornamen anzulegen. Der Name Maier wurde beispielsweise buchstabiert als: Marie, Albert, Isidor, Emil, Richard.

Dunkles Kapitel: Die NS-Zeit

1934 ordnete die Reichspostverwaltung eine folgenschwere Änderung an: Die biblischen Namen David, Isidor, Jacob, Nathan, Samuel und Zacharias – als „jüdisch klingend“ diffamiert – wurden aus der offiziellen Buchstabiervortafel entfernt. An ihre Stelle traten Dora,

Ida, Julius, Nikolaus, Siegfried und Zeppelin. Ein bürokratischer Akt der Diskriminierung, der zeigt, wie tief die nationalsozialistische Ideologie in den Alltag eindrang.

Nach 1945 wurden einige dieser Namen wieder durch die ursprünglichen ersetzt, allerdings nicht vollständig. Erst in jüngster Zeit gab es Diskussionen über eine umfassende Rückkehr zu den historischen Namen oder eine zeitgemäße Neugestaltung der deutschen Buchstabiervortafel.

Regionale Unterschiede

Nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelten sich in den deutschsprachigen Ländern leicht unterschiedliche Varianten. Ein Beispiel: Für den Buchstaben K verwendete die Bundesrepublik „Kaufmann“, die DDR und Österreich „Konrad“, während die Schweiz bis heute „Kaiser“ nutzt. Auch bei anderen Buchstaben gibt es Abweichungen – jede Nation kocht ihre eigene Suppe.

Wer „Keller“ buchstabieren möchte, sagt also:

- Deutschland: Kaufmann, Emil, Ludwig, Ludwig, Emil, Richard
- Österreich: Konrad, Emil, Ludwig, Ludwig, Emil, Richard
- Schweiz: Kaiser, Emil, Leopold, Leopold, Emil, Rosa

Das internationale ICAO-Alphabet

In Branchen mit grenzüberschreitender Zusammenarbeit braucht es einheitliche Standards. Im Flugverkehr, in der Seefahrt und bei der NATO wird deshalb das ICAO-Alphabet verwendet – benannt nach der

Die Sprache ist die Quelle aller Missverständnisse.

Antoine de Saint-Exupéry

International Civil Aviation Organization (Internationale Zivilluftfahrtorganisation). Es wurde 1948/49 an der Universität Montreal entwickelt und ist bewusst so gestaltet, dass auch Personen, deren Muttersprache nicht Englisch ist die Wörter gut aussprechen und verstehen können.

Das ICAO-Alphabet sieht so aus: Alpha, Bravo, Charlie, Delta, Echo, Foxtrot, Golf, Hotel, India, Juliett, Kilo, Lima, Mike, November, Oscar, Papa, Quebec, Romeo, Sierra, Tango, Uniform, Victor, Whiskey, X-ray, Yankee, Zulu.

Wer international verstanden werden will, buchstabiert mit diesem Alphabet!

Ausblick: Brauchen wir das noch?

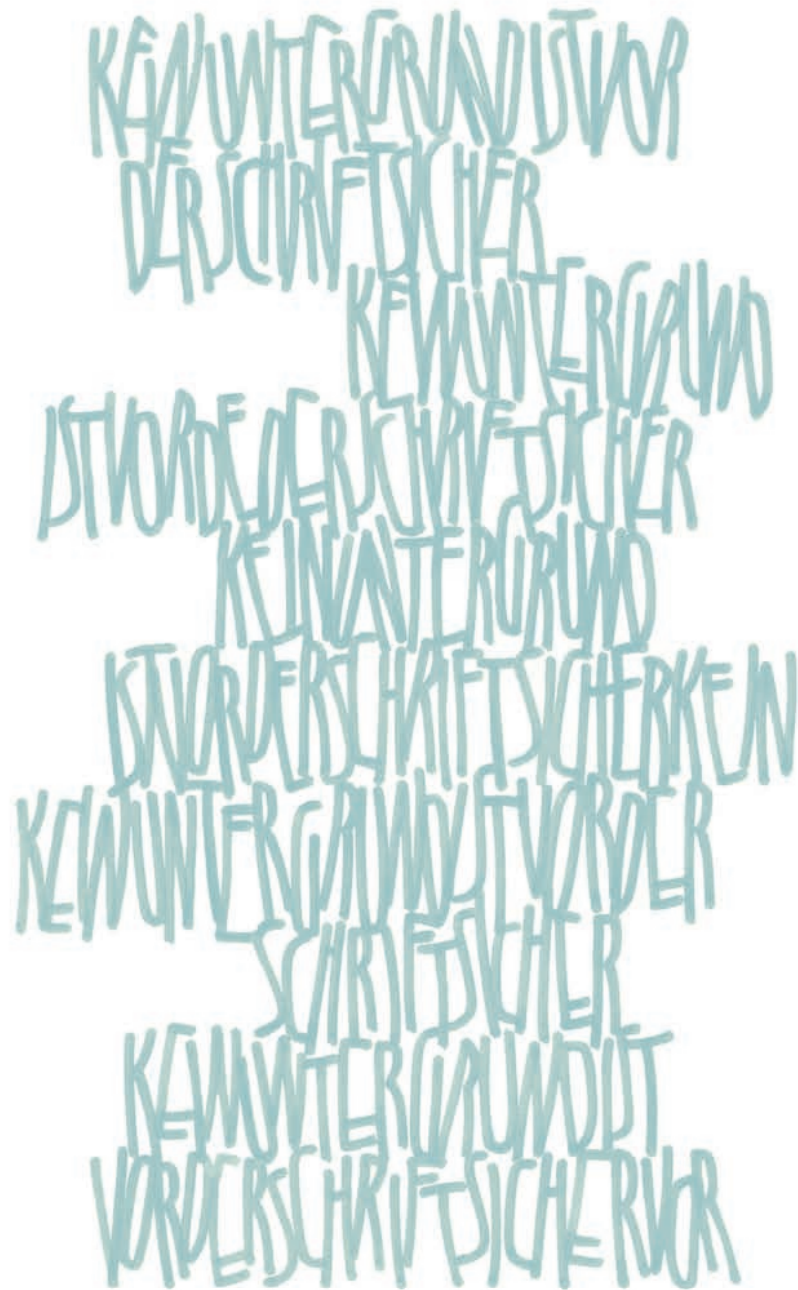
In Zeiten von Messenger-Apps, E-Mails und Spracherkennung könnte man fragen: Brauchen wir Buchstabiervortafeln überhaupt noch? Die Antwort ist ein klares Ja. Ob am Telefon mit der Versicherung, beim Durchgeben der IBAN am Schalter oder in der internationalen Luftfahrt – solange Menschen miteinander sprechen, werden uns Missverständnisse begleiten. Und dann ist es gut zu wissen: Anton, Berta, Cäsar helfen weiter. Oder im Zweifelsfall: Alpha, Bravo, Charlie. ■

Weiterführende Literatur:

Aeronautical Telecommunications – International Standards and Recommended Practices and Procedures for Air Navigation Services, 6. Ausgabe, 2001; https://tik.ink/spelling_alphabet

Infobox

Immer wenn zwei verschiedene Buchstabiervortafeln verwendet wurden, hat das zu Missverständnissen zwischen Sender und Empfänger geführt. Im 2. Weltkrieg gab es deshalb immer wieder Kommunikationsprobleme zwischen der US-Navy und der US-Army. Noch herausfordernder wurde es in der Zusammenarbeit mit Alliierten (z. B. Großbritannien), die wiederum eine eigene Buchstabiervortafel in Verwendung hatten. Um diese Probleme zu beheben, wurden die Buchstabiervortafeln vereinheitlicht. In vielen Fällen wird heute das ICAO-Alphabet – umgangssprachlich auch NATO-Alphabet genannt – verwendet.



Kalligrafie: Schrift als Ausdruck von Persönlichkeit

von Michelle Jane Dote

Kalligrafie ist mehr als schönes Schreiben. Sie ist eine Praxis des Ausdrucks, in der Buchstaben zu Bewegung, Rhythmus und individueller Handschrift werden. Als Kunstform und Handwerk verbindet sie seit jeher Sprache mit Bedeutung, Persönlichkeit und kulturellem Kontext.

Die Geschichte der Kalligrafie reicht bis zu den frühesten Zivilisationen zurück. Darunter Ägypten, China, Griechenland und Rom, wo die ersten Formen dekorativen Schreibens entstanden. Sie lässt sich weder auf einen einzelnen Ursprung noch auf eine bestimmte Person zurückführen. Vielmehr entwickelte sie sich über Kulturen und Jahrhunderte hinweg, getragen von einem gemeinsamen menschlichen Bedürfnis, Gedanken, Emotionen und Wissen in einer Form auszudrücken, die zugleich bedeutungsvoll und schön ist.

Sakrale Dimension der Schrift

In vielen frühen Kulturen galt das Schreiben selbst als etwas Heiliges. Buchstaben und Zeichen waren mehr als bloße Kommunikationsmittel. Sie fungierten als Brücken zwischen dem Menschlichen und dem Göttlichen. Besonders in religiösen und zeremo-



Claudia Dzengel beim Kalligrafieren



© Michelle Jane Dote

Buchstabentafel in kalligrafischer Schrift von
Claudia Dzengel

niellen Kontexten wurde der Akt des Schreibens als Ausdruck von Hingabe verstanden.

Institutionalisierung der Schriftpraxis

Im Laufe der Zeit entwickelte sich diese sakrale Praxis zu einer Kunstform und einem Handwerk. Gelehrte, Künstler und Schreiber verfeinerten ihre Linien nicht nur, um Sprache zu bewahren, sondern um Worten Würde an Ausdruck zu verleihen. Die Bezeichnungen in diesem historischen Zusammenhang orientieren sich bewusst an den damaligen Rollenbildern und Strukturen.

Über Jahrhunderte hinweg blieb die Praxis der Kalligrafie weitgehend eine männlich dominierte Domäne. Der Zugang zu Bildung und künstlerischer Ausbildung war von patriarchalen Strukturen geprägt, wodurch Frauen in der überlieferten Geschichte der geschriebenen Worte nahezu unsichtbar blieben. Erst deutlich später begannen sie, sich diesen Raum zurückzuerobern und neue Perspektiven, Gesten und Bedeutungen in die Kunst des schönen Schreibens einzubringen.

Kalligrafie in der zeitgenössischen Praxis

Für Claudia Dzengel ist Schreiben mehr als eine visuelle Form. In ihrer Praxis wird Kalligrafie zu einem Raum der Konzentration, in dem Bewegung, Rhythmus und Detail zusammenfinden. Schrift entsteht hier nicht als bloßes Zeichen, sondern als Ausdruck von Persönlichkeit.

Kalligrafie bietet etwas Meditatives und eröffnet dabei eine besondere Erfahrung von

Zeit und Wahrnehmung. Sie fordert Fokus, Sorgfalt und Hingabe. Das sind Qualitäten, die im Geschriebenen sichtbar werden und zugleich auf die schreibende Person zurückführen. Gerade darin liegt ihre Kraft: Als Gegenraum zu einer von Effizienz und Schnellebigkeit geprägten Gegenwart.

Auch im Umgang mit Abweichungen zeigt sich diese Haltung. Unregelmäßigkeiten sind nicht zwangsläufig Fehler, sondern Teil eines lebendigen Prozesses. Sie können neue Bedeutungen eröffnen und markieren Momente von Abschluss oder Wandel. So bewahrt die Handschrift ihre Eigenständigkeit und macht Individualität sichtbar.

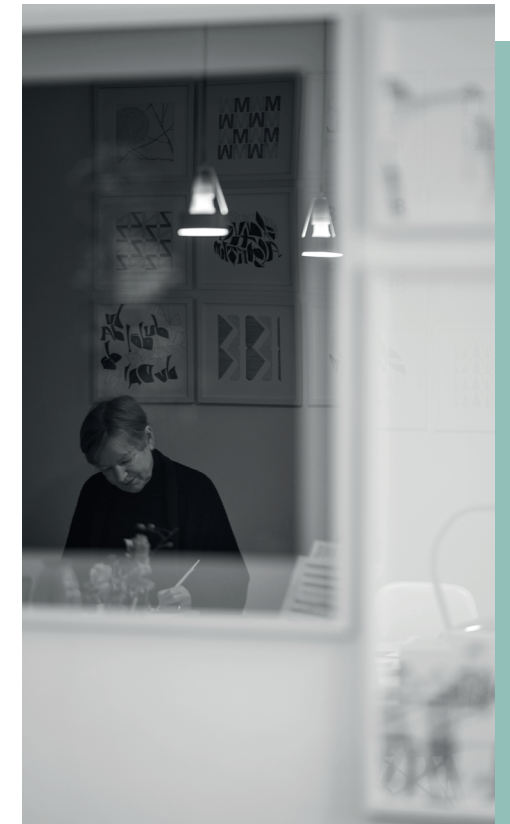
Ausblick: Schrift und Gegenwart

Kalligrafie macht erfahrbar, dass Schrift mehr ist als Information. Sie ist Ausdruck von Persönlichkeit und Genauigkeit. Gerade im Kontrast zu digitalen, beschleunigten Schreibformen gewinnt sie ihre besondere Bedeutung.

Als künstlerische Praxis bewahrt Kalligrafie das Individuelle, das sich weder normieren noch automatisieren lässt. Gerade vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Bedeutung handgeschriebene Schrift in einer zunehmend digitalen Kultur behalten kann und was verloren geht, wenn sie aus dem Alltag verschwindet. ■

***Jeder Tintenklecks ist ein Geschenk.
Der kommt meistens genau zur richtigen Stelle, zur richtigen Zeit und der will einem immer etwas sagen.***

Claudia Dzengel



© Michelle Jane Dote

Claudia Dzengel und ihre Werke im Hintergrund



© Pexels | Engin Akyurt

Comic Sans: A toxic relationship

by Annika Felbermayer

What if I told you that a simple typeface could inspire the kind of visceral hatred usually reserved for nails on a chalkboard?

For many graphic designers, Comic Sans triggers exactly that reaction – a phenomenon known as „type hate“ that has persisted since the late 1990s. But before we dive into the passionate emotions this font provokes, let's investigate how Comic Sans came to be.

History & Birth

We can thank Vincent Connare, a typographer working for Microsoft in the mid-1990s, for creating what would become the most controversial font in digital history. Connare was in charge of typography for Microsoft Bob, a program designed to make computers more accessible to children. The interface featured a friendly cartoon dog that communicated with users via text bubbles, and when Connare saw it, he immediately noticed a problem: he dog was speaking in Times New Roman. This small, cute dog had a font known for

its seriousness and formal tone. „A cartoon dog who spoke like a wise master?! It didn't work,“ Connare later recalled.

He needed to create something that matched the playful spirit of the program. Drawing inspiration from comic books like Watchmen and The Dark Knight Returns – where text was handwritten by specialized calligraphers – Connare set out to reinterpret that style digitally. He drew each letter with a mouse, deliberately breaking the rules. „I didn't have to make straight lines, I didn't have to make everything seem right, and that's what I found fun. I was breaking every rule of typography,“ he said.

Everything was improvised, every classic typography rule deliberately ignored. Ironically, Comic Sans was completed too late for Microsoft Bob. But the font soon found a second life when it was included in the Windows 95 package, becoming a system font

The discourse against Comic Sans breaks down into three main arguments: Usage, Aesthetic, and Sociological.

WHY DO WE HATE THIS FONT
WHY DO WE HATE THIS FONT
WHY DO WE HATE THIS FONT
BUT NOT THIS ONE?
BUT NOT THIS ONE?
BUT NOT THIS ONE?

distributed with Microsoft software including Publisher and Internet Explorer.

And just like that, the era of Comic Sans began. Everyone with Windows 95 suddenly had access to this friendly, informal typeface. People loved it. Secretaries used it for company emails. Teachers used it for classroom worksheets. Parents used it for birthday invitations. Its accessibility made it wildly popular among non-designers, leading to its massive diffusion in every type of communication – even those for which it was completely unsuitable. Cemetery headstones. Corporate mission statements. Government notices. And that widespread misuse is exactly why Comic Sans became so hated.



© Adobe Stock | Piotr Marcinski

The Deep Hate for Comic Sans

Type hate isn't new, and Comic Sans isn't the only victim. In the 1970s, ITC Souvenir inspired strong negative feelings among designers. The early 1990s saw a mock hate campaign against Futura Extra Bold Condensed. But none of these attracted the same degree of sustained fury as Comic Sans.

Typographer and writer Allen Haley puts typographic hatred into historic perspective, proposing four categories to explain why typefaces are hated:

1. The design is overused
2. It's a copy of another typeface
3. It's considered poor quality
4. It's just hateable

Comic Sans checks at least three of these boxes. But it's more than just a hated font – it's a cultural artifact symptomatic of the digital age.

As typography scholar Karin Wagner states in her book „From ASCII Art to Comic Sans: Typography and Popular Culture in the Digital Age,“ Comic Sans is undoubtedly a typographic phenomenon whose impact extends far beyond the graphic design trade.

The discourse against Comic Sans generally falls into three main arguments:

- The Usage Argument: Comic Sans is overused and used inappropriately. When it appears on serious documents, medical offices, or professional contexts, it undermines credibility and sends the wrong message.
- The Aesthetic Argument: Comic Sans is ugly and violates typographic norms in terms of coherence, stroke modulation, proportion, letter fit, and other design parameters. Its irregular letterforms and

Fun Fact:

Comic Sans has been found to be a particularly effective font for individuals with dyslexia. The irregular shapes and spacing of the letters in Comic Sans can make it easier for dyslexic readers to distinguish between similar-looking characters, such as „b“ and „d.“



©Dribbble | Pierre Kleinhouse

“I’m not bad,” Comic Sans would say. “I’m just used that way.”

– Jon Robinson

inconsistent spacing offend designers' sensibilities.

- The Sociological Argument: This is where things get interesting. Comic Sans represents amateur designers with access to desktop publishing tools they don't master. Professional graphic designers feel they must defend their territory, retain their cultural status as experts, and protect their position in the labor market. When everyone can choose fonts, what makes a graphic designer special?

A Cultural Icon

If the satirists of ancient Rome were alive today, they would absolutely use Comic Sans as a tool to mock society's follies. The font has become a statement, a rebellion, a joke, and a cultural touchstone all at once. It's shorthand for „I don't take your pretentious design rules seriously.“

Love it or hate it, Comic Sans has achieved something few fonts ever do: universal recognition and emotional response.

That's powerful.

Tips for Making Font Choices

If you're a designer unsure about font selection, here's the truth: Comic Sans has its place. Want to create something genuinely playful for children? It works. Want to provoke a reaction or make a deliberate statement? Comic Sans delivers.

Just know what you're doing and be prepared for the responses.

If you love the playful, informal feel of Comic Sans but want alternatives that won't trigger design purists, consider these options from Google Fonts: Comic Neue, Schoolbell, or Patrick Hand. Each offers that handwritten, casual vibe without the cultural baggage – and these are just a starting point.

When choosing any font, consider readability, accessibility, and your overall design goals. Test different combinations on various devices. And remember: the best font is the one that serves your audience and message, not your ego.



© Unsplash | Adi Goldstein

Alternatives to Comic Sans:

Comic Neue
Schoolbell
Patrick Hand

So what about you?

How do you feel about Comic Sans now? Do you hate it like stepping into a puddle with socks on? Do you feel sorry for it? Or are you tempted to use it in your next project just to show those uptight designers what rebellion looks like?

Whatever side you're on, we can all agree on one thing: Comic Sans is pop culture, whether you want it to be or not. It will be around for a long time, because as long as people hate it, people will talk about it. And Microsoft? They love the fact that you care this much about a font.

After all, indifference is the real death of design. Comic Sans will never die because it will never be ignored. ■

Further reading:

"From ASCII Art to Comic Sans Typography and Popular Culture in the Digital Age" by Karin Wagner, 2023; <https://doi.org/10.7551/mitpress/14624.003.0001>

"I'm Comic Sans, Asshole" Short imagined Monologue by Mike Lacher, 2010; <https://www.mcsweeneys.net/articles/im-comic-sans-asshole>

"Are you kidding? The story of Comic Sans" Article by Jon Robinson, 2020; <https://uxplanet.org/are-you-kidding-the-story-of-comic-sans-f9e00d41eba8>

MAYBE IT IS NOT THE FONT
MAYBE IT IS NOT THE FONT
MAYBE IT IS NOT THE FONT

BUT IT IS YOU?
BUT IT IS YOU?
BUT IT IS YOU?

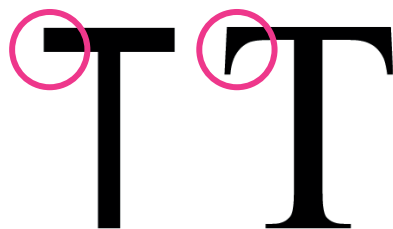
Serifen vs. Serifenlos: Der Unterschied, der zählt

von Miriam Feldner

Serifenschrift oder serifenlos? Diese Entscheidung trifft jeder Designer täglich – oft unbewusst. Doch hinter diesen beiden Schriftarten steckt mehr als nur ein ästhetischer Unterschied. Sie transportieren Emotionen, wecken Assoziationen und beeinflussen, wie wir Marken wahrnehmen. Zeit, genauer hinzuschauen: Wie sind diese Schriften entstanden, was macht sie so unterschiedlich und wann solltest du welche verwenden?

Was sind Serifen überhaupt?

Serifenschriften – auch Antiqua genannt – erkennt man an den kleinen „Füßchen“ an den Enden der Buchstaben. Diese Serifen (vom französischen „serif“ = Füßchen) verlaufen entgegen der Grundrichtung des Buchstabens und schließen ihn ab. Sie geben der Schrift etwas Elegantes, manchmal auch Traditionelles.



© Miriam Feldner

Serifenlos vs. Serifen
26

Die Familie der Serifen

Nicht jede Serife ist gleich. Je nachdem, wie stark die Serifen ausgeprägt sind und wie sie in den Buchstaben übergehen, unterscheidet man zwischen:

- Venezianische Renaissance-Antiqua (links): Strich und Serife gehen nahtlos ineinander über
- Französische Renaissance-Antiqua (mitte): Weicher, organischer Übergang
- Klassizistische Antiqua (rechts): Harter, fast rechtwinkliger Übergang – sehr kontrastreich



© Miriam Feldner

Familie der Serifen

VOGUE
ARMANI
ZARA

© Vogue, Armani, Zara

Logos mit Serifenschriften

Ein weiteres Merkmal: Die Strichstärke variiert bei Serifenschriften oft deutlich. Besonders bei klassizistischen Schriften wechseln sich hauchzarte und kräftige Linien ab – das macht sie elegant, aber auch anspruchsvoller in der Anwendung.

Wofür stehen Serifenschriften?

Serifenschriften sind die Aristokraten unter den Schriften. Sie verkörpern Tradition, Zuverlässigkeit und Eleganz. Deshalb setzen Luxusmarken wie Armani oder High-Fashion-Magazine wie die Vogue auf sie. Auch im medizinischen Bereich, wo Vertrauen und Seriosität zählen, sind Serifen beliebt.

Marken mit Serifenschriften

Armani, Vogue, Zara, Sony, Volvo, Honda

Beliebte Serifenschriften

Times New Roman, Garamond, Baskerville, Bodoni, Georgia, Merriweather

Der Mythos der besseren Lesbarkeit

Lange hieß es: Serifen verbessern die Lesbarkeit in langen Texten, weil sie das Auge von Buchstabe zu Buchstabe führen. Die kognitive Psychologie hat das mittlerweile relativiert – der Effekt ist minimal.

Setze auf Serifen, wenn...

- du Tradition, Eleganz oder Autorität vermitteln willst
- dein Projekt gedruckt wird (Bücher, Magazine, Einladungen)
- du eine Luxus- oder Premium-Marke aufbaust

Setze auf Serifenlos, wenn...

- du modern, zugänglich und offen wirken willst
- dein Projekt digital ist (Website, App, Social Media)
- Klarheit und Lesbarkeit auf Bildschirmen im Vordergrund stehen

Viel wichtiger für gute Lesbarkeit sind: Zeilenabstand, Schriftgröße, Kontrast und die Qualität der Schrift selbst. Trotzdem: In gedruckten Büchern und Zeitungen dominieren nach wie vor Serifenschriften.

Woher kommen die Serifen?

Die Entstehung der Serifen ist bis heute umstritten. Drei Theorien stehen im Raum:

- Die Steinmetz-These: Beim Meißeln von Inschriften in Stein entstanden die Serifen „zufällig“, weil es schwierig war, klare Linien ohne Ausbrüche zu schaffen. Die Serifen halfen außerdem, Schrift auf hohen Gebäuden besser lesbar zu machen.
- Die Pinsel-These: Durch das Ausholen mit dem Pinsel entstanden natürliche Verdickungen an den Enden der Buchstaben. Diese Technik wurde später auf das Steinmeißeln übertragen.
- Ästhetik von Anfang an: Vielleicht waren Serifen nie ein Zufall, sondern von Beginn an ein bewusstes Gestaltungselement. Was auch immer stimmt – Serifen sind seit Jahrhunderten fester Bestandteil unserer visuellen Kultur.

Serifenlose Schriften: Die Minimalisten

Serifenlose Schriften – auch Grotesk oder Sans Serif genannt – sind das genaue Gegenteil. Keine Schnörkel, keine Verzierungen, meist gleichmäßige Strichstärken. Der Name „Grotesk“ stammt übrigens aus einer Zeit, als diese Schriften noch

ungewöhnlich und geradezu gewagt wirkten. Heute sind sie überall.

Gute Typographie bemerkt man so wenig wie gute Luft zum Atmen. Schlechte merkt man erst, wenn es einem stinkt.

Kurt Weidemann

Warum „Grotesk“?

Als serifenlose Schriften im 19. Jahrhundert aufkamen, fand man sie seltsam – eben „grotesk“. Heute gelten sie als klar, modern und universell einsetzbar.

Wofür stehen serifenlose Schriften?

Sans-Serif-Schriften sind die Allrounder der Typografie. Sie stehen für Modernität, Klarheit und Zugänglichkeit. Marken, die serifenlos setzen, wollen nahbar wirken und sich harmonisch ins Leben ihrer Kunden einfügen. Besonders im digitalen Bereich dominieren sie: Websites, Apps, Präsentationen – überall, wo Lesbarkeit auf Bildschirmen zählt, sind serifenlose Schriften die erste Wahl.

Marken mit serifenlosen Schriften

Apple, Google, Chanel, LinkedIn, Spotify

Beliebte serifenlose Schriften

Arial, Helvetica, Futura, Avenir, Satoshi

CHANEL

Spotify

Google

© Chanel, Spotify, Google

Logos mit Serifenlosen Schriften

Die Geschichte der Grotesk

Anfang des 19. Jahrhunderts explodierte die Werbeindustrie in England. Man brauchte auffällige, plakative Schriften – so entstanden die ersten serifenlosen Schriften.

1803 zeigte Robert Thorne die erste Sans Serif. 1816 veröffentlichte William Caslon IV die erste Grotesk – und läutete damit eine typografische Revolution ein.

Der Sonderfall: Humanistische Serifenlose

Es gibt auch Schriften, die sich nicht eindeutig zuordnen lassen. Humanistische serifenlose Schriften wie Gill Sans oder Meta Pro haben minimale Serifen-Ansätze und wirken dadurch wärmer und weniger streng als klassische Groteskschriften. Sie sind eine gute Wahl, wenn du die Klarheit von Sans Serif mit etwas mehr Persönlichkeit kombinieren willst. ■

Gill Sans MT
Meta Pro

Humanistische Serifenlose

© Miriam Feldner

Serifenschriften

- Häkchen an Buchstabenenden
- Variierende Strichstärken
- Traditionell, elegant, seriös
- Oft in Print (Bücher, Magazine)
- Luxus, Medizin, Mode

Serifenlose Schriften

- Klare, gerade Linien
- Meist gleichmäßige Strichstärken
- Modern, klar, minimalistisch
- Dominant im Web und digitalen Medien
- Tech, Start-ups, Alltag

Serifenlose Schrift überall: Klartext oder Charakterverlust?

von Julia Rockenbauer

In der Markenwelt hat sich leise ein neues Grundrauschen durchgesetzt: serifenlose Typografie, viel Weißraum und gedämpfte Paletten. Von The Ordinary über Google bis hin zu Airbnb – egal ob Beauty, Tech oder Modemarke – wirkt alles aufgeräumt, leicht, digital-ready. Und irgendwie fast gleich. Man könnte meinen, alle verwenden dieselbe Schrift.

Kritiker nennen das „Blanding“, ein Einheitsbrei ohne Ecken und Kanten. Befürworter sprechen von Klarheit, Zugänglichkeit und globaler Verständlichkeit. Beides stimmt. Entscheidend ist die Frage: Verliere ich mit serifenloser Schrift meine Markenidentität?

Der Siegeszug der Sans Serif

Die Dominanz serifenloser Schriften lässt sich durch die „Schrift der Digitalisierung“ erklären. Sie skaliert perfekt auf allen Bildschirmgrößen, bleibt in Dark und Light Modes stabil und vermeidet historische Konnotationen – ein unschlagbarer Vorteil für global agierende Marken.

Dazu kommt: Algorithmen bevorzugen Einheitlichkeit. Wer sich zu stark vom Mainstream abhebt, läuft Gefahr, in der digitalen Sichtbarkeit unterzugehen.



Das Blanding-Phänomen

Infobox: Die zwei Seiten der Medaille

Vorteile und Risiken serifenloser Schriften im Marken- und Interface-Design.

Vorteile:

- Lesbarkeit
- Skalierbarkeit
- Plattform-Konsistenz
- Vertrauenssignal

Risiken:

- Austauschbarkeit
- Wiedererkennungsverlust
- „Corporate Neutrality“
- Abhängigkeit vom Zeitgeist

Hat Sans Serif überhaupt Charakter?

Auf den ersten Blick wirkt serifenlose Schrift neutral. Doch Schrift ist nie wirklich neutral – ihre Form und ihr Einsatz entscheiden darüber, wie eine Marke wahrgenommen wird. Gleichmäßige Strichstärken und offene Formen vermitteln Ehrlichkeit und Transparenz. Das Schriftbild wirkt sauber, nach dem Motto: „Hier ist nichts versteckt.“ Diese Klarheit entlastet kognitiv – Informationen können schneller aufgenommen werden, wirken überprüfbar und nicht aufgesetzt.

Weite Punzen und eine großzügige x-Höhe erzeugen ein Gefühl von Zugänglichkeit. Die Botschaft: Diese Marke ist für alle gedacht, inklusiv und nahbar. Gleichzeitig wirken solche Schriften weniger romantisch und stärker nützlich. Marken erscheinen produktnah, lösungsorientiert, effizient.

Durch extreme Reduktion entsteht ein Design, das nie wirklich „out of date“ sein kann. Doch genau hier liegt die Gefahr: Was zeitlos sein will, kann schnell zeitlos im negativen Sinne wirken – modisch kühl, austauschbar, charakterlos.

Wenn Blanding zur Falle wird

Blanding entsteht selten, weil Sans Serif „schlecht“ ist. Es entsteht, wenn alle auf Nummer sicher gehen: Standard-Grotesk, mittleres Gewicht, perfektes Grid, null Ecken und Kanten. Dann kollabiert Wiedererkennbarkeit und das Design erfüllt zwar seinen Job (lesbar, clean, modern), erzählt aber keine Geschichte mehr. Das Problem ist nicht die Schrift, sondern der fehlende Charakter im System rundherum.

Heißt dies, wir sollten keine Sans Serif mehr benutzen?

Ganz im Gegenteil. Die Lösung liegt nicht im Verzicht, sondern im bewussten Einsatz. Das Problem ist nicht die Neutralität, sondern was man daraus macht. Wer mit Sans arbeitet, braucht Fingerspitzengefühl, denn der Charakter hängt von Mikroentscheidungen ab: Sans ist nicht gleich Sans. Es gibt humanistische Sans-Schriften, die sanft und nahbar wirken, wie bei der Kosmetikmarke Rohde. Groteske Sans hingegen wirkt kom

pakt, kontrolliert und kühler, etwa bei der Modemarke Joseph Atelier.

Laufweite, Zeilenabstand, Gewicht, Kontrast zwischen Headlines und Fließtext: Kleine Stellschrauben ändern die Stimme massiv. Mehr Letterspacing kann luftiger und exklusiver wirken, wie bei der Parfümmarke

Dior. Engere Laufweite hingegen schneller, kompakter, pragmatischer.

Ein charakteristisches Detail (ein angepasstes „a“, ein spezielles „G“, eine markante Ziffer, ...) reicht oft, um aus „irgendeiner Sans“ eine eigene Sans zu machen – ohne Lesbarkeit zu opfern.

gutGestalten

runde Kanten

sanft

gutGestalten

harte Kanten

härter

gutGestalten

viel Letter Spacing

luxuriöser

gutGestalten

wenig Letter Spacing

kompakter

gutGestalten

besonderer Buchstabe

eigenständig

Ein Beispiel für gelungenes Bland Design

Die Marke The Ordinary hat mit ihrem bewusst reduzierten Design die Beauty-Branche aufgemischt. Keine Schnörkel, keine Opulenz – nur Ehrlichkeit, Transparenz und Funktionalität. Ihre Werte fließen direkt ins Design ein. Und genau deshalb funktioniert es. Die Marke benennt Produkte direkt nach Wirkstoffen – „Niacinamide 10% + Zinc 1%“ statt Marketing-Namen. The Ordinary versteckt Inhaltsstoffe nicht hinter Versprechen, sondern kommuniziert sie offen durch minimalistisches Design. Das Bland Design wird zum Versprechen: klinische Formulierungen mit Integrität, keine Verschleierung. Bland Design ist nicht per se schlecht, es ist schlecht, wenn die Marke nicht dahintersteht.

Ein Beispiel für nicht gelungenes Rebranding

Burberry zeigt, wie Sans Serif scheitern kann. 2018 ersetzte die Luxusmarke ihr Serif-Logo durch eine minimalistische Sans-Variante von Peter Saville. Viele Kunden empfanden das als Identitätsverlust und kritisierten es als „generisch“. Für eine Marke, die für britisches Erbe und Tradition steht, wirkte die serifenlose Schrift zu austauschbar. Bereits 2023 kehrte Burberry zur Serif zurück. Die Episode zeigt: Sans funktioniert nicht automatisch – besonders nicht, wenn Markenwerte Tradition betonen.

Die Entscheidung: Serif oder Sans?

Ganz einfach, die Wahl hängt von den Markenwerten ab:

- Sans funktioniert für Ehrlichkeit, Funktionalität und digitale Präsenz
- Serif passt zu Tradition, Handwerk und



von einer Marke mit viel Geschichte

zu einem Rebranding, ohne Wiedererkennungswert



Rebr(!!)anding mit Serifenloser Schrift

emotionaler Tiefe

- Entscheidend ist nicht die Schrift selbst, sondern wie sie die Markenwerte transportiert

Fazit: Blanding ist auch nur ein Trend

Serifenlose Typografie ist kein Feind der Identität, sondern ein Präzisionswerkzeug. Sie verstärkt Marken, die auf Ehrlichkeit, Funktionalität und Zugänglichkeit bauen und verwässert Marken, die Herkunft, Opulenz oder Individualkunst verkaufen wollen, wenn keine ergänzenden Marker vorhanden sind. Definiere zuerst die Markenwerte und übersetze sie dann in typografische Entscheidungen. Und eine klare Stimme klingt nur dann nach dir, wenn du sie bewusst einstellst. ■

Der Unterschied zwischen Print- und Webtypografie

von Michaela Kopf

Ein A bleibt ein A – sollte man meinen. Doch sobald Typografie vom Papier auf den Bildschirm wechselt, gelten plötzlich andere Regeln. Was im Druck elegant wirkt, kann am Monitor unleserlich werden. Und was auf dem Smartphone perfekt funktioniert, würde auf einem Plakat verloren gehen. Warum ist das so?

Zwei Welten, zwei Realitäten

Der entscheidende Unterschied liegt nicht in den Buchstaben selbst, sondern in der Art, wie wir sie wahrnehmen. Web-User*innen sitzen meist etwa eine Armlänge vom Bildschirm entfernt. Bei Printprodukten hingegen variiert der Betrachtungsabstand stark. Ein Plakat muss aus mehreren Metern Entfernung funktionieren, ein Buch lesen wir aus etwa 30 Zentimetern. Diese unterschiedlichen Sehdistanzen beeinflussen die Wahl der Typografie grundlegend.

Hinzu kommt ein technischer Aspekt: Gedruckte Buchstaben bestehen aus Tinte auf Papier – eine physische, unveränderliche Form. Digitale Schriften hingegen werden aus Pixeln zusammengesetzt und müssen auf unzähligen verschiedenen Bildschirmgrößen, Auflösungen und Geräten funktionieren.



Print und digitale Medien

© Chat GPT: KI-generierte Illustration, inspiriert von Adobe. Die Bedeutung von Typografie im Design.

Print-Schriften

Im Printbereich verfügen Designer:innen über die volle Kontrolle. Jedes Detail lässt sich präzise steuern: Laufweite, Kerning, Mikrotypografie – alles sitzt exakt da, wo es hingehört. Das gedruckte Ergebnis ist berechenbar und bleibt unverändert.

Traditionelle Druckschriften wurden über Jahrhunderte für genau diesen Zweck optimiert. Viele klassische Schriftarten existieren in Varianten für unterschiedliche Schriftgrößen – sogenannte optische Größen. Was bei 72 Punkt funktioniert, ist nicht zwingend ideal für 10 Punkt Fließtext.

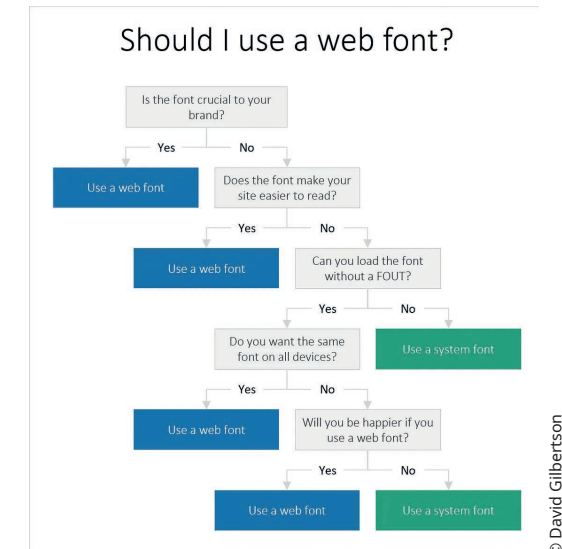
Die Standardgröße für Fließtext im Druck liegt typischerweise zwischen 10 und 12 Punkt. Zeitungen und Zeitschriften arbeiten oft sogar darunter, um möglichst viel Information auf begrenztem Raum unterzubringen. Bei der Gestaltung spielen das Brutto- und Nettoformat eine zentrale Rolle – sie bestimmen, wie Zeilen, Spalten und andere Elemente platziert werden. Hinzu kommt die Farbverwaltung: Im Druck arbeitet man in der Regel mit dem CMYK-Farbraum, der auf die Eigenschaften von Druckfarben abgestimmt ist.

Ein großer Vorteil: Printmedien bleiben greifbar und haptisch erfahrbar. Viele Menschen schätzen genau diese Beständigkeit – ein gedrucktes Magazin fühlt sich einfach anders an als ein PDF auf dem Tablet.

Web-Schriften

Bei der Webtypografie gelten andere Prioritäten. Hier stehen Lesbarkeit, Kontrast und technische Performance im Vordergrund.

Eine visuell beeindruckende Website, die ewig zum Laden braucht, wird von Nutzer:innen schnell verlassen. Designer:innen müssen also einen Spagat schaffen: attraktiv gestalten und gleichzeitig schnelle Ladezeiten gewährleisten.



Grafik Webfont

Webfonts vs. websichere Schriften: Was ist der Unterschied?

Websichere Schriften sind Schriftarten, die bereits auf allen Geräten und in allen Browsern installiert sind. Diese Schriften zählen zu den gängigsten und haben den Vorteil, dass sie sofort laden, weil sie nicht erst heruntergeladen werden müssen. Der Nachteil ist, dass sie wenig individuell sind und kaum Gestaltungsfreiheit bieten.

Webfonts hingegen stehen nicht standardmäßig zur Verfügung, sondern müssen in der Regel heruntergeladen und eingebettet

© David Gilbertson

Infobox

Die Plattform Kissmetrics nennt in den „7 Deadly Web Design Sins“ typische Fehler im Webdesign, die die Lesbarkeit stark beeinträchtigen. Dazu gehören vor allem zu kleine Schriften, zu geringe Kontraste sowie ein zu enger Zeilenabstand. Auch zu lange Textzeilen erschweren das Lesen und mindern den Nutzungskomfort. Diese Punkte zeigen, wie entscheidend eine gut gestaltete Typografie für eine benutzerfreundliche Website ist.

werden. Der Begriff „Webfonts“ bezieht sich auf alle Schriften, die keine websicheren Schriften sind. Sie sind oft kommerziell und unabhängig designte Schriftarten. Diese bieten mehr Vielfalt und werden ständig erweitert – allerdings auf Kosten längerer Ladezeiten. Moderne Techniken wie Variable Fonts helfen, diesen Nachteil zu minimieren.

Für Fließtext am Bildschirm empfiehlt sich heute eine Schriftgröße zwischen 15 und 25 Pixeln – deutlich größer als die 10 bis 12 Punkt im Print. Der Grund: Bildschirme haben eine niedrigere Auflösung als Druckergebnisse, und wir lesen digital oft unter ungünstigeren Bedingungen.

Welche Schriftart sollte man nun auf dem Papier und welche am Bildschirm einsetzen?

Die alte Faustregel „Serifen für Print, Sans-Serif für Web“ stimmt so nicht mehr. Moderne hochauflösende Bildschirme zeigen auch Serifenschriften ohne Problem an. Trotzdem gibt es Unterschiede: Schriften, die für den Druck entwickelt wurden, haben oft sehr feine Linien und Details, die am Bildschirm verschwimmen oder verschwinden können.

Umgekehrt wirken manche Web-optimierten Schriften im Druck zu plump oder technisch.



Vergleich Serifen und Sans-Serif

©Michaela Kopf

Empfehlenswerte Schriften

Für Web

- Open Sans: Eine serifenlose Schrift, die speziell für den Einsatz im Web und auf Mobilgeräten entwickelt wurde. Dank ihrer klaren Formen bleibt sie auch im Druck gut lesbar.
- Public Type Sans: Eine Open Source-Schriftart und eine der beliebtesten im Internet.
- Raleway: Die Schrift ist klar lesbar gestaltet, auf vielen Websites beliebt und außerdem in 18 Stilen erhältlich.

- Roboto: Diese Schrift ist nicht nur gut lesbar, sondern auch die am häufigsten heruntergeladene Schriftart bei Google Fonts. Sie wirkt modern und ist gut lesbar.
- Arial: Eine für ihre gute Lesbarkeit auf Bildschirmen bekannte Schrift, die in verschiedenen Stilen und Gewichten erhältlich ist und häufig im Webdesign eingesetzt wird.

Für Print

- Baskerville: Eine weitere serifenbetonte Schriftart, die für ihre Lesbarkeit und Eleganz bekannt ist. Sie verfügt über feine Details und sanfte Übergänge zwischen den Buchstaben, was sie zu einer ausgezeichneten Wahl für gedruckte Texte macht, insbesondere für Bücher, Zeitschriften und editoriale Layouts.
- PT Serif: Eine elegante Serifenschrift, die gut mit PT Sans harmoniert.
- Times New Roman: Eine sehr gängige und professionelle Schrift, ursprünglich für Zeitungen entworfen.

Für beide Welten

- Montserrat: Diese Schrift entwickelte sich für den Druck und sowohl auch für Web zu einer der beliebtesten Schriftarten. Diese Schrift ist aufgrund ihres klaren Designs sowohl gut lesbar als auch eine der attraktivsten Schriftarten.
- Georgia: Die ursprünglich für den Bildschirm entworfen Schrift, funktioniert aber auch für Druck sehr gut.

- Helvetica: Eine klassische serifenlose Schriftart, die für ihre schlichte Eleganz und ihre breite Verwendbarkeit bekannt ist. Sie zeichnet sich durch klare Linien und eine ausgewogene Proportion aus, was sie zu einer beliebten Wahl für verschiedene Druckmaterialien wie Broschüren, Magazine und Plakate macht. Wird aber auch gerne für Web verwendet.

Fazit

Printdesign bedeutet Kontrolle und Präzision. Webdesign bedeutet Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Wer für beide Welten gestaltet, muss umdenken können: Was auf Papier funktioniert, scheitert möglicherweise am Bildschirm – und umgekehrt. Die gute Nachricht: Mit dem richtigen Verständnis für die technischen Unterschiede und einem Gespür für Lesbarkeit lässt sich in beiden Medien hervorragende Typografie gestalten. Man muss nur wissen, welche Regeln wo gelten. ■



©Chat GPT: KI-generierte Illustration

Typografische Werkzeuge für unterschiedliche Medien

Design mit Tiefgang: Weil Chaos keiner lesen will

von Carina Stoiber

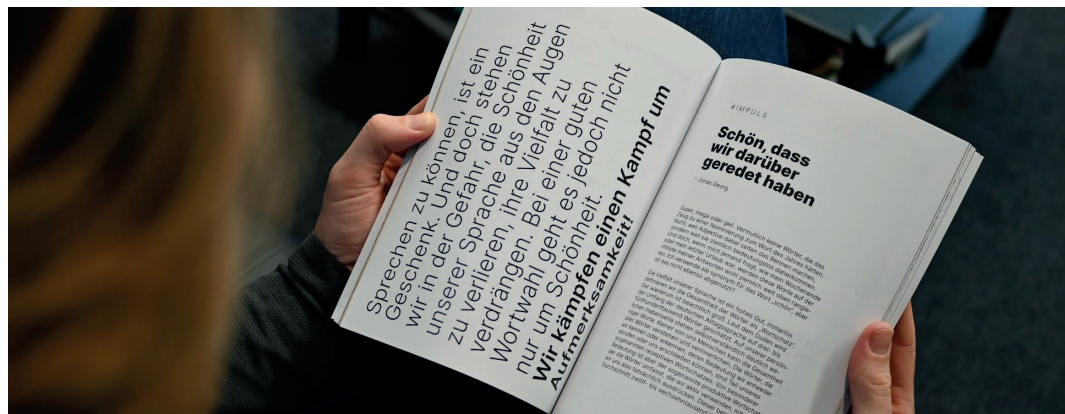
In einer Welt voller Reize und Informationen ist typografische Hierarchie weit mehr als Gestaltung – sie ist Orientierung. Sie entscheidet, was zuerst ins Auge fällt, was hängen bleibt und wie Inhalte wirken.

Ob ein Text verstanden oder übersehen wird, ob ein Layout stimmig wirkt oder für Verwirrung sorgt, hängt von der Struktur ab. Fehlt diese Struktur, verliert der Text seine Richtung. Wörter verschwimmen, Zusammenhänge gehen verloren, und im schlimmsten Fall wird der Inhalt einfach überflogen oder missverstanden.

Typografie funktioniert dabei wie ein visuelles Leitsystem. Sie führt den Blick, noch bevor das erste Wort gelesen wird.

Bedeutung typografischer Hierarchie

Typografische Hierarchie ordnet Informationen nach ihrer Bedeutung. Sie legt fest, welche Inhalte zuerst wahrgenommen werden



Typografische Hierarchie im Magazinartikel

und welche nachgeordnet sind. Dabei geht es nicht um Dekoration, sondern um Funktion.

Eine funktionierende Hierarchie hilft Lesenden gezielt einzusteigen, Zusammenhänge zu erkennen oder Inhalte schnell zu erfassen. Sie macht lange Inhalte verständlich und kurze prägnant. Ohne Hierarchie konkurrieren alle Textelemente miteinander. Mit Hierarchie entsteht Struktur.

Gute Typografie lenkt den Blick und macht Inhalte erfassbar und zugänglich. Sie beantwortet bereits vor dem ersten gelesenen Wort die entscheidende Frage, die sich jede Lesende stellt: „Wo soll ich anfangen?“

Typografische vs. visuelle Hierarchie

Typografische Hierarchie ist Teil der visuellen Hierarchie, konzentriert sich jedoch ausschließlich auf Schrift.

Während visuelle Hierarchie auch Bilder, Farben und Formen einbezieht, regelt die typografische Hierarchie Größe, Gewichtung, Abstände und Position von Text. Sie entscheidet, wie Informationen gelesen und verstanden werden. Typografie vermittelt Inhalte. Deshalb ist sie besonders wirkungsvoll, wenn es um Orientierung und Klarheit geht.

Gute Typografie beantwortet noch vor dem Lesen die entscheidende Frage: „Wo soll ich anfangen?“



Visuelle Hierarchie auf Magazin-Covern

Grundlagen guter Schriftgestaltung

Typografische Hierarchie lebt vom Zusammenspiel zentraler Gestaltungselemente. Richtig eingesetzt schaffen sie Klarheit, Orientierung und Lesefluss.

Schriftgröße und Schriftschnitt

Neben der Schriftgröße beeinflusst auch der Schriftschnitt die Gewichtung von Inhalten. Große, fette Schriften markieren Überschriften, kleinere und leichtere ordnen sich unter. Wenige klar definierte Abstufungen schaffen Orientierung und ein ruhiges Textbild.

Schriftfamilie

Auch die Schriftfamilie beeinflusst die Hierarchie. Unterschiedliche Schriftarten können Ebenen trennen, sollten aber zurückhaltend eingesetzt werden. Meist reichen ein bis zwei Schriftfamilien, etwa Serif für Überschriften und serifenlos für Fließtext.

Typografische Hierarchie funktioniert nur, wenn sie konsequent umgesetzt wird.

Farbe und Kontrast

Gezielt eingesetzte Farbe lenkt Aufmerksamkeit und hebt Wichtiges hervor. Helle Töne treten zurück, kräftige Farben setzen Akzente bei ausreichendem Kontrast. Einzelne Hervorhebungen wie Links, Zitate oder Schlüsselbegriffe wirken stärker als ein durchgehend buntes Design.

Weißraum und Abstand

Auch der Raum zwischen Elementen strukturiert Inhalte. Weißraum trennt, ordnet und verbessert die Orientierung im Layout. Größere Abstände signalisieren neue Abschnitte und entlasten den Lesefluss.

Ausrichtung und Position

Die Platzierung von Text entscheidet darüber, was zuerst wahrgenommen wird. Oben oder zentral positionierte Elemente ziehen mehr Aufmerksamkeit auf sich. Eine klare, wiederkehrende Ausrichtung sorgt für Ruhe und stärkt die Hierarchie.

Konsistenz als Grundlage

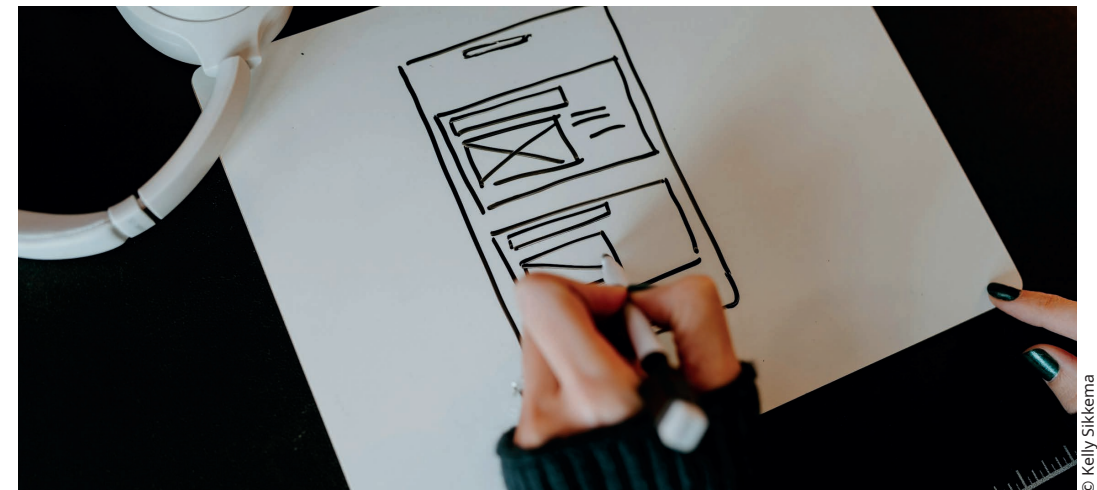
Typografische Hierarchie funktioniert nur, wenn sie konsequent umgesetzt wird. Lesende erkennen sofort, welche Gestaltung zu welcher Textebene gehört, und klare Ebenen wie Überschrift, Zwischenüberschrift und Fließtext übernehmen unterschiedliche Aufgaben.

Wenige Schriftarten, wiederkehrende Größen und ausreichender Weißraum sorgen für Orientierung und Lesefluss, während uneinheitliche Überschriften oder Zwischenüberschriften diese Klarheit zerstören.

TYPOGRAFISCHE HIERARCHIE	
weniger wichtig	wichtiger
kleiner	größer
heller	dunkler
neutral	farbig
normal	fett
normal formatiert	anders formatiert

Typografische Hierarchie im Überblick

© Webdesign Journal



Grob skizziertes Weblayout zur Darstellung visueller Hierarchie

© Kelly Sikkema

Zweck jeder Typografie ist Mitteilung. Die Mitteilung muss in kürzester, einfachster, eindringlichster Form erscheinen.

Jan Tschichold

Fazit

Typografische Hierarchie ist das Fundament guter Gestaltung und entscheidet, was gesehen wird und wie Inhalte wirken.

Sie strukturiert Gedanken, schafft Orientierung und macht Inhalte lebendig. Bewusst eingesetzt, ist sie die Voraussetzung für wirksame und zugleich kreative Gestaltung. ■

So testet du deine Hierarchie

Um zu prüfen, ob deine typografische Hierarchie funktioniert, kannst du dein Layout unscharf betrachten, digital etwa mit einem Screenshot und einem Weichzeichner von fünf bis zehn Pixeln oder analog durch zusammengekniffene Augen oder eine halbtransparente Folie. Wenn Überschrift, Haupttext und Zusatzinformationen trotzdem sofort erkennbar bleiben, ist deine Hierarchie gelungen.

Mikrotypografie und Lesbarkeit

von Fabian Pilsner

Wer sich mit der Lesbarkeit von Texten auseinandersetzt, kommt als Designer am Begriff Mikrotypografie nicht vorbei. Gut gestaltete Texte befolgen wichtige Regeln, deren Einhaltung die Lesbarkeit deutlich verbessert.

Die Mikrotypografie umfasst die Feinheiten des Satzbaus. Dazu zählen unter anderem die Elemente Buchstabe, Wort, Zeile und Zeilenabstand, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

Der Buchstabe

Bei der Wahl einer angenehmen Fließtext-schrift ist darauf zu achten, dass die Großbuchstaben etwas niedriger als die Oberlängen der Kleinbuchstaben gesetzt sind. Dadurch wird im Mengensatz verhindert, dass die Großbuchstaben das Gesamtbild zu stark dominieren. Dies ist besonders im deutschsprachigen Satz wichtig, da hier aufgrund der Substantivgroßschreibung besonders viele Großbuchstaben vorkommen.

© Éditions B42, Jost Hochuli

Die Versalien von Schriften für den Mengensatz sind meist weniger hoch als die Oberlängen der Gemeinen

© Éditions B42, Jost Hochuli

ABFINDUNG

Abfindung

Wortumriss bei Versalien und Gemeinen

Schriftsatz mit Ober- und Unterlängen

Diese Zeile ist mit zu großem Wortabstand gesetzt.
Diese Zeile ist mit zu kleinem Wortabstand gesetzt.
Diese Zeile ist mit vernünftigem Wortabstand gesetzt.

Einfluss der Wortabstände auf die Leserlichkeit

Breit laufende Schriften: großer Wortabstand
Schmal laufende Schriften: kleiner Wortabstand

Wortabstand bei breit laufenden und schmal laufenden Schriften

Das Wort

Größere Textmengen bestehen in der Regel aus einer Mischung von Kleinbuchstaben und Großbuchstaben bei einzelnen Satz- und Wortanfängen. Der Grund: Kleinbuchstaben fördern die Lesbarkeit des Textes, während ausschließlich in Großbuchstaben gesetzte Texte schwerer lesbar sind und mehr Platz benötigen. Kleinbuchstaben bilden einen charakteristischen Wortumriss, Großbuchstaben hingegen erzeugen lediglich lange Rechtecke.

Damit das Schriftbild nicht zu sehr vom Inhalt ablenkt, sollte es in seiner Gesamtheit als möglichst einheitlicher Grauton wahrgenommen werden. Dieser Effekt lässt sich durch Anpassung der Buchstaben- und Wortabstände begünstigen. Dazu sollten Schriftgestalter im Idealfall auf gut ausgebaute Ober- und Unterlängen der Buchstaben achten, die ein leserliches Schriftbild fördern.

Die Zeile

Auch die richtige Zeilenlänge ist relevant für die Lesbarkeit. Die optimale Zeilenlänge hängt von einer Reihe von Faktoren ab und muss an das jeweilige Medium angepasst werden. Ob eine Zeile gut lesbar ist, hängt auch von den Wortabständen ab. Im Zweifelsfall sollten Zeilen mit zu kleinen Wortabständen solchen mit zu großen vorgezogen werden.

Generell gilt: Zu kurze und zu lange Zeilen ermüden den Leser und beeinträchtigen die Lesbarkeit. Auch die Länge der Wörter innerhalb einer Zeile beeinflusst die Lesbarkeit. Da je nach Sprache die durchschnittliche Wortlänge variiert, gelten unterschiedliche Empfehlungen. Bei deutschsprachigen Texten empfiehlt sich eine Zeilenlänge von 60 bis 70 Zeichen pro Zeile.

Was ist gute Typografie? Die edle, nach traditionellen Gesichtspunkten gestaltete Buchseite oder die vergnügte avantgardistische Seite? Wer sein Urteil schnell zugunsten der einen oder der anderen Lösung fällt, bekundet damit eher seine Einstellung zur Ästhetik, als dass er etwas über die Güte der Typografie aussagt. Die Frage muss deshalb lauten: Welche Aufgabe

Was ist gute Typografie? Die edle, nach traditionellen Gesichtspunkten gestaltete Buchseite oder die vergnügte avantgardistische Seite? Wer sein Urteil schnell zugunsten der einen oder der anderen Lösung fällt, bekundet damit eher seine Einstellung zur Ästhetik, als dass er etwas über die Güte der Typografie aussagt. Die Frage muss deshalb lauten: Welche Aufgabe hat das Buch zu er-

Flattersatz ohne Worttrennungen und Flattersatz mit Worttrennungen

Der Flattersatz

Ein sowohl praktischer als auch ästhetischer Weg, um bei gleichbleibenden Wortabständen ein lebendiges und gut lesbares Schriftbild zu erzeugen, ist der Einsatz von Flattersatz. Das Ergebnis sind rechts frei auslaufende Zeilen.

Je nach gewünschtem Charakter des Schriftbildes können zwei Varianten angewendet werden: Flattersatz ohne Worttrennung und Flattersatz mit Worttrennung. Während bei der ersten Variante keine weitere Bearbeitung nötig ist, sollte bei der zweiten auf eine sinnvolle Trennung und eine angenehme Flatterzone – also den Abstand zwischen der kürzesten und der längsten Zeile – geachtet werden.

Der Zeilenabstand

Die optimale Einstellung des Zeilenabstands beeinflusst maßgeblich den Grauwert eines Schriftsatzes und trägt somit deutlich zur Lesbarkeit bei. Ein allgemeingültiger Zeilenabstand kann nicht bestimmt werden, da er stark von der Gestaltung der Ober- und Unterlängen der gewählten Schrift abhängt.

Als Faustregel geben Textprogramme oft einen Zeilenabstand von 120 % der Schriftgröße vor. Dieser muss jedoch zugunsten der optimalen Lesbarkeit fein abgestimmt werden. Beispielsweise benötigen breitere Zeilen und Schriftarten mit großen Buchstabeninnenräumen mehr Zeilenabstand.

Die Kolumne

Einzüge der ersten Zeile eines Absatzes begünstigen den Lesefluss, da sie den vertikalen Weißräumen entgegenwirken, die bei Kolumnen oft entstehen. Zudem machen sie deutlicher, wo ein neuer Absatz beginnt. Auch der Einsatz des optischen Randausgleichs erzeugt ein ruhigeres Schriftbild und sollte bei allen Texten angewendet werden, wo dies technisch möglich ist.

Gutenberg kann uns nicht mehr sagen, was wir tun, sondern nur noch raunen, was wir lassen müssen: Nämlich das handgeschriebene Vorbild über die Type nachzuahmen. Dies ist schon als Denkansatz falsch und führt immer zu fragwürdigen Resultaten,

Gutenberg kann uns nicht mehr sagen, was wir tun, sondern nur noch raunen, was wir lassen müssen: Nämlich das handgeschriebene Vorbild über die Type nachzuahmen. Dies ist schon als Denkansatz falsch und führt immer zu fragwürdigen Resultaten,

Anwendung eines Einzugs am Beginn eines neuen Abschnitts

Anmerkung zur Wahl der Schriftart

Alle gängigen und bekannten Schriftarten können bei sachgemäßem Einsatz ein leserliches Schriftbild erzeugen. Allerdings löst jede Schriftart aufgrund ihrer individuellen Formensprache unterschiedliche Assoziationen beim Leser aus. Es liegt somit in der Hand des Typografen, eine Schrift zu wählen, die die gewünschte Atmosphäre bestmöglich vermittelt.

5 Tipps für optimale Lesbarkeit

1. Wähle eine gängige Fließtext-Schriftart, die zudem die gewünschte Atmosphäre vermittelt.
2. Verwende Großbuchstaben bei einzelnen Wörtern, aber nicht für gesamte Fließtexte.
3. Wähle bei deutschsprachigen Texten eine Zeilenlänge von 60 bis 70 Zeichen.
4. Bestimme den Zeilenabstand in jedem Fall manuell – je nach Schriftart.
5. Nutze Flattersatz, Einzüge und den optischen Randausgleich für optimale Lesbarkeit. ■

Weiterführende Literatur:

Das Detail in der Typografie – Eine kurz gefasste, prägnante Erörterung jener Fragen, die sich mit der Lesbarkeit von Texten befassen; Éditions B42, Paris, und Jost Hochuli, St.Gallen; editions-b42.com

Von der Pflicht zur Chance: Barrierefreie Typografie

von Mona Sigmund

Die Anzeige im Zug bei grellem Licht, das Gate-Schild am Flughafen aus 20 Metern Entfernung, die Website auf dem Smartphone in der Sonne – barrierefreie Typografie betrifft uns alle, jeden Tag. Und ab Mitte 2025 ist es für uns Designer*innen gesetzliche Pflicht. Höchste Zeit, genauer hinzuschauen.

Warum barrierefreie Typografie wichtig ist

Ab Mitte 2025 verpflichtet das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) Unternehmen dazu, digitale Produkte und Informationen barrierefrei zu gestalten. Damit wird Typografie vom „Nice-to-have“ zum grundlegenden Qualitätskriterium. Zwar gibt es keine festen Vorgaben zur Schriftwahl, doch es ist klar: Lesbarkeit steht über Ästhetik.

Das ist entscheidend, denn Typografie ist ein wesentliches Mittel der Kommunikation. Sie strukturiert, leitet, erklärt, warnt und informiert. Wenn dies nicht für alle Menschen funktioniert, wird Gestaltung zur Barriere statt zur Unterstützung.

Was macht Schrift leserlich?

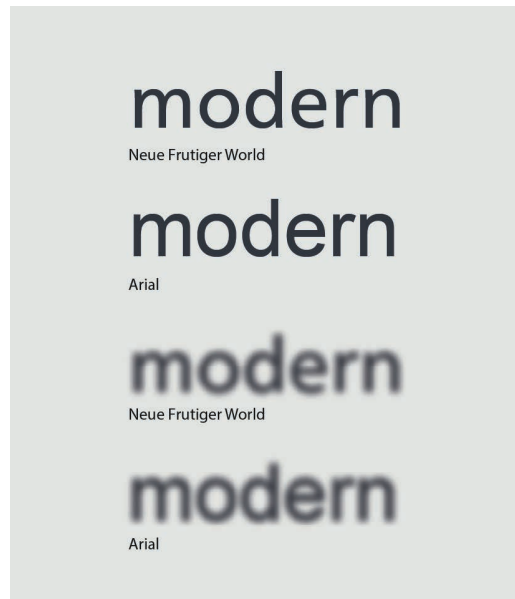
Für eine gute Lesbarkeit lassen sich zwei Begriffe unterscheiden.

- Leserlichkeit (Legibility): Erkennbarkeit einzelner Zeichen
- Lesbarkeit (Readability): Erfassen und Verstehen von Text im Zusammenhang

Die DIN 1450 „Leserlichkeit von Schrift“ definiert seit 2013 Standards für typografische Informationsvermittlung, damit Texte auch unter erschwerten Bedingungen gut lesbar bleiben. Daraus lassen sich fünf zentrale Gestaltungsprinzipien ableiten.

Unterscheidbarkeit der Zeichen

Einzelne Zeichen sollten klar voneinander zu unterscheiden sein. Problematisch sind sich stark ähnelnde Zeichen z. B. 1, I und l oder O und 0. Schriften wie Atkinson Hyperlegible Next gestalten diese Zeichen bewusst unterschiedlich.



Schriftwirkung bei Unschärfe

Offene Innenformen

Buchstaben wie a, c, e oder s sollten klare und gut erkennbare Innenformen haben. Je größer und offener sie gestaltet sind, desto leichter lassen sich Zeichen voneinander unterscheiden.

Ausreichende Buchstabenlaufweite

Stehen Buchstaben zu dicht, können Kombinationen wie rn schnell wie m wirken. Etwas mehr Abstand unterstützt die Lesbarkeit.

Ausgewogener Strichstärkenunterschied

Manche Schriften haben dicke Linien und feine Linien (z. B. in Serifen). Zu feine Linien können auf Bildschirmen oder aus der Entfernung kaum sichtbar sein. Ein gleichmäßiger Strich sorgt für bessere Erkennung.

Gut erkennbare Proportionen

Eine ausreichend große x-Höhe und klar erkennbare Ober- und Unterlängen helfen, Buchstaben schnell zu unterscheiden.

Digitale Anwendungen

Im digitalen Raum geht barrierefreie Typografie einen Schritt weiter: Neben der Gestaltung der Schrift spielt auch ihre Darstellung eine Rolle, etwa auf unterschiedlichen Displays, in verschiedenen Schriftgrößen oder bei wechselnden Lichtbedingungen. Für Websites und Apps werden deshalb zusätzlich die WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) berücksichtigt, die unter anderem Mindestkontraste und skalierbare Schriftgrößen definieren.

Welche Schriftarten sollte man verwenden?

Wer sich mit barrierefreier Typografie beschäftigt, stößt schnell auf speziell entwickelte Schriften: Lexend, Atkinson Hyperlegible oder OpenDyslexic. Diese Schriften wurden gestaltet, um das Lesen bei Dyslexie oder eingeschränkter Sehschärfe zu erleichtern. Klingt nach der perfekten Lösung, oder? Nicht ganz.

Zum einen können sie teuer oder lizenzpflichtig sein, zum anderen reagiert jede Sehbehinderung unterschiedlich. Eine Schrift, die für eine Person sehr gut funktioniert, kann für eine andere schwer lesbar sein. Außerdem spielt Vertrautheit eine große Rolle, deshalb werden gängige Schriftbilder oft schneller erkannt. Darum wird im Allgemei-

Infobox

Viele Prinzipien barrierefreier Typografie stammen übrigens aus öffentlichen Leitsystemen. Ein Paradebeispiel: Die Frutiger von Adrian Frutiger, entwickelt für die Beschilderung am Flughafen Paris Charles de Gaulle. Ihre klaren Formen und hohe Erkennbarkeit aus der Distanz machten sie zum Maßstab für Leserlichkeit.



Flughafenbeschilderung mit Frutiger

nen empfohlen, auf gut lesbare Standard-schriften zu setzen, wie beispielsweise:

- Digital: Arial, Helvetica, Verdana, Calibri, Tahoma, Century Gothic
- Print: Times New Roman, Georgia

Praxis-Checkliste

- Zeilenabstand: circa 140-150% der Schriftgröße
- Linksbündiger Flattersatz statt Blocksatz
- Zeilenlänge: etwa 60-80 Zeichen
- Zwischenüberschriften bei längeren Textabschnitten
- Sonderformatierungen (wie etwa Kursiv, Versalien oder Kapitälchen) sparsam einsetzen
- Kontrast prüfen mit Online-Tools (z. B.

WebAIM Contrast Checker)

- Figma-Plugin „Stark“ zur Simulation von Sehbeeinträchtigungen

Wir übernehmen Verantwortung

Barrierefreie Typografie ist kein Sonderfall und keine Einschränkung der kreativen Freiheit, sondern eine Grundvoraussetzung für gute Gestaltung. Als Designer*innen haben wir die Möglichkeit, Informationen für alle zugänglich zu machen. Das Ziel sollte immer sein, niemanden auszuschließen, auch nicht unbewusst. Gutes Design übernimmt Verantwortung. ■

Weiterführende Literatur:

Jan Filek: Read/ability – Typografie und Lesbarkeit, 2013

Beyond Braille: Exploring tactile typography

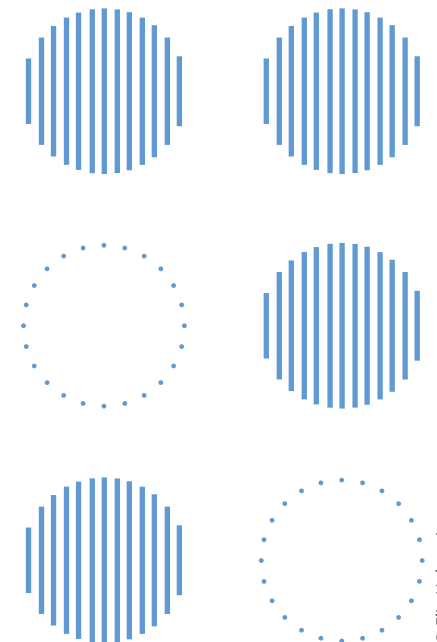
by Elin Holmqvist

Text surrounds us everyday. Whereas a large majority has no problems reading and understanding written text, this is not the reality for everyone. There are actually many ways for fonts to be inclusive: Some typefaces come with enhanced readability for people with dyslexia or sight problems. However, since its introduction to the public, Braille has developed to be the most important font for visually impaired people.

The man behind this font is Louis Braille, who was blind himself and created the font in 1825. The origin of Braille however lies in Charles Barbier's Night writing. As a soldier in Napoleon's army he developed a tactile writing system that allowed soldiers to communicate safely during the night.

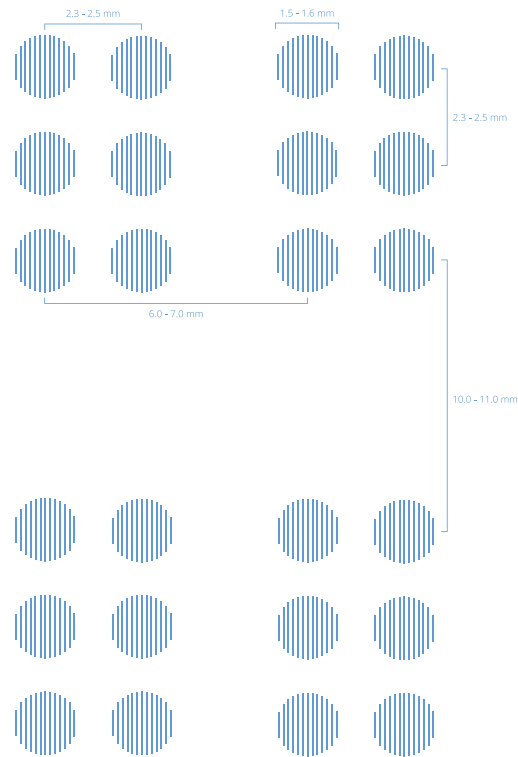
Louis Braille took this idea and refined it: Instead of twelve dots, his writing system used six.

Braille Letter



While common print fonts can be used with parameters such as font size in mind, this is simply not possible with Braille. For Braille to work perfectly it needs to fit under the reader's fingertips.

This allows readers to quickly move from one letter to the next. In Braille every distance, no matter if in or between cells, is defined. This is crucial for Braille readability since uneven spacing, too little or too much spacing can make it harder or even impossible to read Braille.



Braille Layout

© Elin Holmqvist

This strict standardization leaves little room for design variations since Braille always has to follow the format guidelines of each country.

There are no such things such as capital letters, bold or italic fonts. Instead, symbols are added before and after the text to indicate a change in type. However, within these guidelines there is no limit to creativity. Like common text, Braille has levels of headings, a variety of text elements, footnotes, captions and much more.

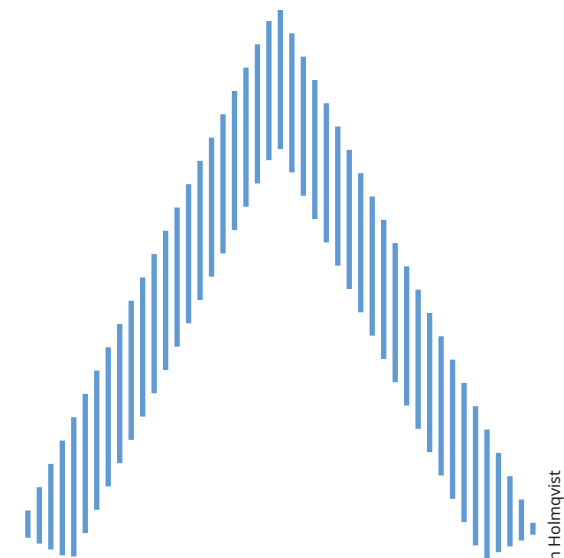
Besides Braille there are also other tactile typographies that were created for visually impaired readers.

Just ten years after Braille the Boston Line Typeface was developed. This approach stemmed from the Roman alphabet with the ulterior motive of being readable to both sighted and blind people.

The same idea applies to the Moon System of Embossed Reading, which used simplified symbols based on the Latin script.

However these typefaces came with the issue that they were too challenging and complex. The blind community ultimately rejected these alternatives, since these typefaces did not consider their needs.

Nonetheless, supporters of the Moon writing argue that it is easier to use. This is mostly the case for people that have acquired a visual impairment later in life and are familiar with common letters.



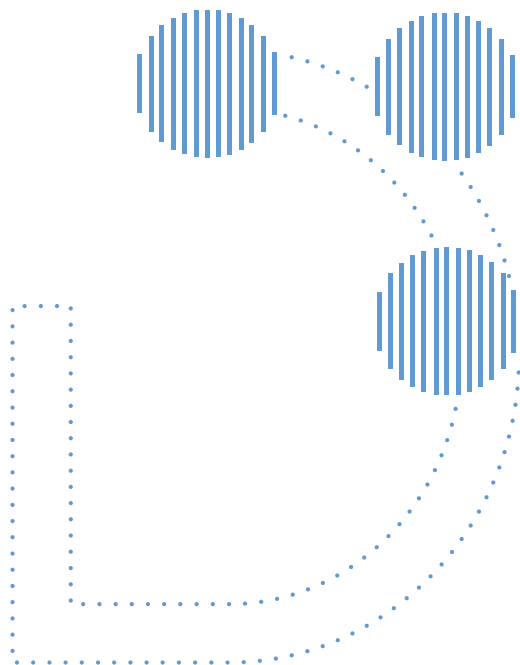
Letter „A“ in Boston Line Typeface

© Elin Holmqvist

Over the past few years different design studios, graphic designers have experimented with tactile fonts: From works that play with the colors and shapes of the dots and thus explore the visual side of Braille to new writing systems.

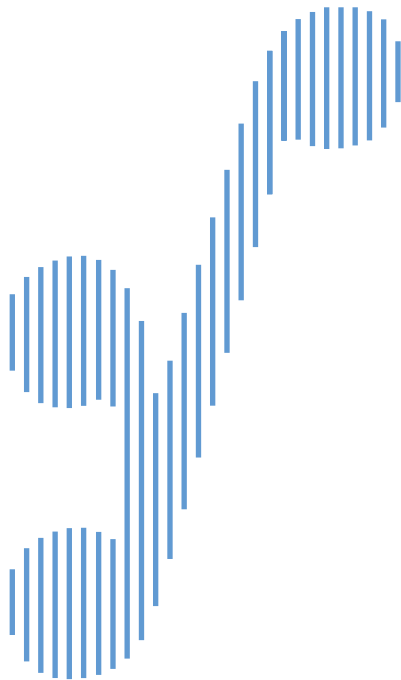
For example, the German designer Simone Fahrenhorst created an alphabet that blends Braille with normal print and prepares elderly people for reading Braille. For this font to work, Braille and common letters are designed to fit in the same grid.

Letter „D“ in Braille Type by Simone Fahrenhorst



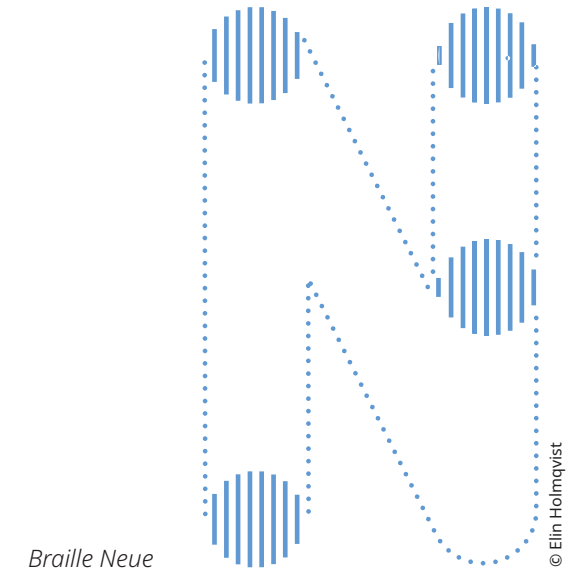
A rather unknown concept is the „Kobi-graph“, originally developed in the 70s but redesigned in 2014 by Greg Bland. This concept is best described as a typographic bridge between Braille and printed font. The Kobi Serif can be drawn without lifting the pen from the paper and can be understood by blind and sighted people likewise.

Letter „S“ in Greg Bland's Kobigraph

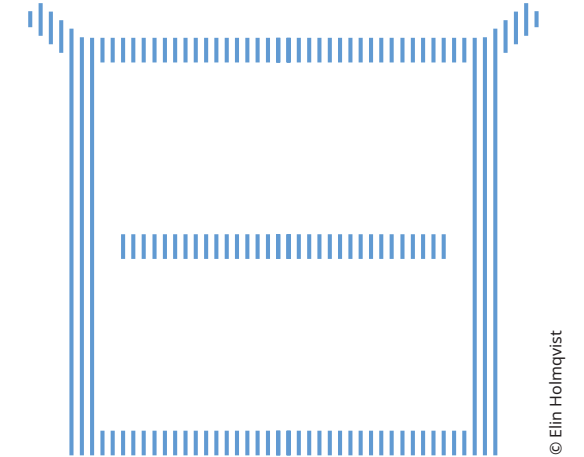


Then there is also Braille Neue which combines Braille with common letters. The aim of this project is being able to communicate with sighted and visually impaired users at the same time using the same medium. Since the use of Braille is often limited in public spaces due to space constraints, Designer Kosuke Takahashi hopes that this project leads to Braille being used more frequently. The font is based on Helvetica and is currently available in the Latin alphabet and the Japanese alphabet.

When thinking of new tactile systems, the ELIA frames immediately come to mind. Developed by the ELIA, this project aims to provide an alternative to Braille. Because even though Braille is the most used font for people with visual impairments, only less than 1% of blind people are able to read it. The ELIA frames are based on the Roman alphabet and can be learned in less than three hours. Since the font is based on the Roman alphabet, learning the typeface builds upon prior knowledge of common letters and is therefore also easy to learn for people without visual impairments as well. Contrary to Braille, ELIA frames can also be printed in different sizes and can therefore also be adapted to the readers needs.



Braille Neue



Elia Frames' Letter „E“

Inclusion is an important aspect of design. It is at the center of human centered design and combines usability, accessibility and inclusivity. Accessibility is the most crucial step to inclusive design and means that everyone can use a service or product, regardless whether they have a disability or not.

However, inclusion can only happen if the people that the product is designed for are part of the conversation. Take the Boston Line Type face as an example. While the idea was to design a font for visually impaired people, it ultimately failed to address the needs of blind people.

While this happened more than a century ago, inclusion in design remains a widely debated topic today and for it to happen, the people affected by it have to be at the center of the whole process.

If inclusion is made right, more people can contribute to new ideas. Diversity makes new perspectives possible and ultimately, leads to a better life for everyone in society. ■

Further reading:

<https://www.printmag.com/design-culture/design-history-of-braille-design/>

<https://www.format.com/de/magazine/features/design/elia-tactile-reading-system-new-braille>

<https://thenextweb.com/news/braille-and-typography-past-present-and-future>

<https://www.behance.net/gallery/13755415/About-The-Kobigraph>

<https://brilleneue.com/#about>

<https://peopleofprint.com/general/whats-new-with-brilleneue/>

<https://shorturl.at/7IQiX>

<https://www.printmag.com/socially-responsible-design/how-design-can-be-inclusive/>

<https://www.trotz-dem.at/begriffe-lexikon/moonalphabet/>

<https://design-milk.com/elia-frames-new-tactile-standard-alphabet-visually-impaired/>

<https://elialife.com>

Wenn Schriften erzählen: Wie Typografie den Ton eines Films setzt

von Eva Kloimstein

Jede*r kennt es: Noch bevor die ersten Szenen eines Films laufen, vermittelt uns der Schriftzug des Titels ein Gefühl dafür, was uns erwartet. Eine Titelschrift ist mehr als nur ein Name. Sie ist ein ästhetischer Vorgeschmack auf Atmosphäre, Genre und Tonalität. Der Titel von Quentin Tarantinos „Kill Bill“ etwa wirkt mit seiner fetten, kantigen Typografie wie ein visuelles Versprechen purer Action und ästhetisierter Brutalität. Titelschriften sind damit keine dekorativen Details, sondern prägen die Identität eines Films entscheidend. Sie können nostalgisch, bedrohlich, verspielt oder distanziert wirken und beeinflussen unsere Erwartungshaltung bereits im ersten Moment, meist ganz unbewusst.

Vom Vorspann zur Kunstform: Die Entwicklung der Titelschrift

Doch fangen wir beim Anfang an: Was sind Filmtitelschriften überhaupt und wie haben sie sich im Laufe der Zeit entwickelt? In der filmwissenschaftlichen Terminologie gehören Titelschriften zum sogenannten Paratext eines Films. Dazu zählen Vor- und Abspann sowie Texteinblendungen, die etwa Ort, Zeit oder Hintergrundinformationen vermitteln.

In älteren Filmen und vereinzelt auch heute noch, erscheint der Vorspann vor oder nach der Einblendung des Titels. Dabei

werden die wichtigsten Mitwirkenden und Schauspieler*innen genannt. In modernen Produktionen hingegen setzt sich zunehmend das sogenannte „Cold Open“ durch: eine Anfangsszene, die entweder mitten aus der Handlung gegriffen ist, in diese einleitet oder völlig unabhängig vom Hauptfilm gezeigt wird, um das Thema einzustimmen. Erst danach folgt die Titelschrift: eine Sequenz, die den Filmtitel auf neutralem oder einfarbigem Hintergrund zeigt. Hier unterscheidet man zwischen statischen und kinetischen Titeln. Statische Titel sind unbewegt

und klar im Bild positioniert. Kinetische Titel hingegen nutzen Bewegung, Animation und Rhythmus – sie flackern, lösen sich auf oder „explodieren“ förmlich. So wird die Schrift selbst lebendig.

Von Schwarz-Weiß zu Saul Bass: Der Aufstieg der Titelsequenz

Historisch gesehen haben Titelschriften eine faszinierende Entwicklung durchlaufen. In der frühen Kinozeit bestanden sie meist aus einfachen weißen Buchstaben auf schwarzem Hintergrund ohne großen gestalterischen Anspruch. Mit dem Aufkommen des modernen Grafikdesigns änderte sich das grundlegend. Designer wie Saul Bass mach-

ten den Vorspann zur eigenen Kunstform. Seine ikonischen Arbeiten, etwa für Alfred Hitchcocks „Psycho“, verbanden Typografie, Grafik und Bewegung auf innovative Weise und prägten das filmische Design nachhaltig.

Heute sind Titelsequenzen oft hochkomplexe visuelle Kompositionen. Ob minimalistisch oder verspielt, die Titelschrift ist zu einem eigenständigen, oft ikonischen Bestandteil der Filmidentität geworden. Denn Schrift ist weit mehr als ein Träger von Wörtern: Sie ist ein visuelles Zeichen, das Atmosphäre und Bedeutung vermittelt.



© Unsplash, Patrick Tomasso

Typografie als filmische Sprache

In der Filmgestaltung übernimmt Typografie eine narrative Funktion, denn sie spricht, noch bevor ein einziges Bild gezeigt wird. Jede Entscheidung von Schriftart, Form, Farbe, Bewegung, Platzierung, sendet andere

Signale, die beim Publikum bestimmte Emotionen und Assoziationen hervorrufen. So kann Schrift Spannung, Leichtigkeit, Wärme oder Bedrohung ausdrücken, ohne dass ein einziges Wort gelesen werden muss.

In der semiotischen Analyse gilt Typografie als Zeichensystem, das kulturell gelernte Bedeutungen transportiert:

- Serifenschriften wirken klassisch, etabliert und literarisch – sie erinnern an Tradition und Stabilität.
- Serifenlose Schriften stehen für Modernität, Sachlichkeit, Einfachheit und technologische Klarheit.
- Kalligrafische oder geschwungene Schriften vermitteln Emotionalität und Nostalgie.
- Kantige, geometrische Formen evozieren Strenge, Rationalität oder Aggression.

Auch Farben tragen symbolische Bedeutungen:

Rot signalisiert Gefahr oder Leidenschaft, Blau steht für Ruhe oder Distanz, Gelb für Energie oder Exzentrik. Durch Bewegung erhält Schrift eine zusätzliche Ausdrucksebene: sie kann zittern, fließen, zersplittern oder sanft erscheinen und so Emotionen unmittelbar erfahrbar machen.



© Unsplash, Markus Spiske

Der Code der Wahrnehmung

60



© Eva Kloimstein

Solche visuellen Codes wirken stark, weil sie auf kollektiven Wahrnehmungsmustern beruhen. Zuschauer*innen haben über Jahrzehnte gelernt, bestimmte Schriftbilder intuitiv bestimmten Genres und Emotionen zuzuordnen. Eine zerrissene, blutrote Typografie lässt an Horror denken. Eine verspielte, handgeschriebene Schrift erinnert an Komödie. Eine klare, sterile Sans Serif ruft Assoziationen zu Science-Fiction oder Thriller hervor.

Noch bevor ein Film beginnt, wissen wir, oder viel mehr: Fühlen wir, was uns erwartet. Die Titelschrift fungiert als ein „ästhetisches Vorzeichen“, das Stimmung und Tonalität des Films vorwegnimmt.

Gerade weil diese Codes so wirksam sind, nutzen Filmemacher*innen sie nicht nur, um Erwartungen zu bestätigen, sondern auch, um sie bewusst zu brechen. So eröffnet der Film „Drive“ (2011) seine brutale, neongetränkte Handlung mit einer pinken, elegant geschwungenen Titelschrift – ein reizvoller Widerspruch zwischen Romantik und Gewalt.

GUTGESTALTEN 2026

Solche Stilbrüche erzeugen Irritation und Tiefe: Sie laden das Publikum ein, genauer hinzusehen und die ästhetische Oberfläche zu hinterfragen.

Wenn Schrift zu erzählen beginnt

Damit zeigt sich: Typografie ist keine bloße Dekoration, sondern eine Form filmischer Erzählung. Sie spricht in Zeichen, Emotionen und Atmosphären. Durch Schriftstil, Farbe und Bewegung werden Erwartungen gelenkt, Gefühle geweckt oder gezielt gebrochen.

Der Moment, in dem der Filmtitel erscheint, ist somit bereits Teil der Inszenierung und der Film beginnt, noch bevor die erste Szene erzählt ist. ■

Infobox: Warum wirken manche Schriften „gruseliger“ als andere?

Unsere Wahrnehmung von Schrift ist nicht neutral: Bestimmte Formen aktivieren unbewusst Warnsignale. Unregelmäßige Konturen, scharfkantige Buchstaben oder verzerrte Zeichen erzeugen ein Gefühl von Instabilität und Unsicherheit, da sie visuell an Bedrohliches wie Kratzer, Brüche oder Blutspuren erinnern. Deshalb arbeiten Horror-Gestaltungen häufig mit starken Kontrasten oder eingeschränkter Lesbarkeit, um das Auge zu irritieren und Spannung zu erzeugen. Studien wie „Font Shape-to-Impression Translation“ der Cornell University zeigen, dass solche Formdetails die emotionale Wirkung von Schrift maßgeblich beeinflussen – und mitentscheiden, ob wir sie als elegant, modern oder unheimlich wahrnehmen.



© Eva Kloimstein

Weiter lesen unter:

Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Aus dem Französischen übersetzt von Dieter Hornig. Campus, Frankfurt am Main/New York 1989, ISBN 3-593-34061-5 und Suhrkamp, Frankfurt am Main 2001, ISBN 3-518-29110-6

Visual Heritage and Motion Design: The Graphic-Cultural Legacy of Saul Bass's Title Sequences

How to write a cold open: <https://www.masterclass.com/articles/what-is-a-cold-open>

GUTGESTALTEN 2026

Typography on Album Covers: How fonts shape what you hear

by Tabea Bender

Before a single note plays, album typography has already begun its work. When Black Sabbath's jagged, gothic lettering first appeared on record store shelves in 1970, it didn't just label the music, it warned listeners what was coming. The font itself seemed to growl and this wasn't accidental. Typography on album covers functions as a silent opening act, setting expectations and shaping how we experience music before we ever press play.

The Psychology Behind the Letters

Research published by the American Psychological Association reveals that people instinctively attach personality traits to letterforms. Whether a typeface is round or angular fundamentally influences the listener's expectations of the music's character. Angular typefaces register as more masculine, rapid, tough, dramatic, and active, while round typefaces feel more feminine, moderate, smooth, soothing, and laid-back. A jagged, stencil-style typeface already suggests intensity before the music begins, even if the song turns out to be a ballad. Fonts set expectations, and those expectations can shape the entire listening experience.

The influence goes deeper than mere mood. Cross-modal perception, the way one sense influences another, means that typo-

graphy can even trigger taste associations. Bold, chunky lettering is perceived as „sweet“ or „rich,“ while thin or condensed fonts feel „sour“ or „sharp.“ Typography affects not only how music sounds in our minds, but also how it metaphorically tastes. Even the weight of letters matters: thick, heavy fonts suggest density and power, while delicate, thin strokes imply fragility or sophistication. Album cover typography functions as a form of paratext, a visual frame that shapes the audience's interpretation of music even before it is heard. The font becomes part of the musical statement itself.

How Album Typography Has Evolved

Typography on album covers tells the story of each era's cultural and technological shifts. In the 1970s, when vinyl dominated



Vinyl albumson a shelf in a record store
62

© Clay Banks | Unsplash

and album art served as the primary promotional tool, covers were text-heavy affairs. Groovy, psychedelic fonts with smooth curves listed entire tracklists alongside elaborate artist imagery. The typography was as much a part of the experience as the gate-fold sleeve itself. Bands like Pink Floyd and Led Zeppelin created lettering that became inseparable from their visual identity.



T-Shirt with Led Zeppelin's well-known font

The rise of MTV in the 1980s shifted the focus dramatically. As the artist's image became central to marketing, album covers evolved to feature large photographs of musicians, with text often confined to small, box-shaped spaces. Interestingly, this era also saw a backlash against the previous decade's rounded fonts, resulting in a spike in the use of sharp, angular serif typefaces. Artists like Duran Duran and Madonna employed bold, geometric typography that

reflected the decade's emphasis on glamour and excess.

The 1990s brought the internet and digital technology into mainstream consciousness, and album typography reflected this shift. Geometric, computer-inspired typefaces reminiscent of early video games and instant messaging became popular. TLC's „FanMail“ album exemplified this trend with its pixelated, digital aesthetic. The fonts looked like they belonged on a computer screen, mirroring the era's fascination with technology. Then came a surprising reversal. Despite continued technological advancement, the late 2010s saw handwritten fonts exceed all other types to become the most popular choice. The year 2019 marked both the peak of handwritten typography and the highest number of album covers with no text at all. This trend reflected a cultural push for authenticity and intimacy in an age of curated social media personas. Handwriting felt more personal and genuine in contrast to the polished perfection everywhere else.

Today's album covers experiment with integrating typography directly into the artwork itself, blurring the line between text and image. Ariana Grande's „Thank U, Next“ features the title tattooed on her chest, making the typography literally part of her body. Post Malone's „Beerbongs & Bentleys“ shows the abbreviated title „b&b“ superimposed on a yellow CD case, treating the text as both label and artistic element. Album art has evolved from simply identifying music to serving as a complementary piece of visual art, especially crucial in the streaming era, where a thumbnail must capture attention in a fraction of a second.

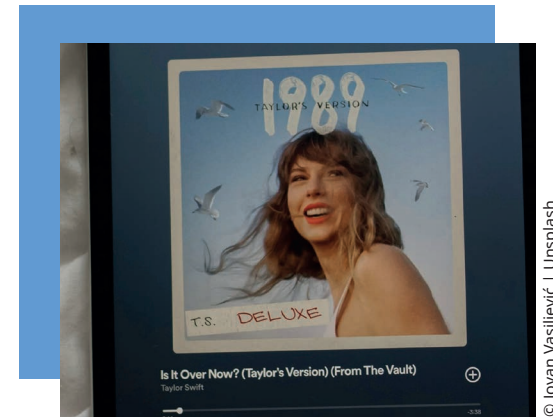
The Visual Language of Genre

Blackletter and gothic typefaces have become synonymous with metal and hard rock, and the connection runs deeper than simple association. These fonts, with their historical roots in religious manuscripts and medieval lettering, carry visual sharpness, heavy contrast, and dense, compact structures. Their pointed serifs, fractured symmetry, and blade-like edges visually imitate the intensity of distorted guitars and aggressive vocals. The thick vertical strokes resemble the crushing weight of guitar riffs, while the sharp terminals feel as abrasive as screamed vocals or rapid double-bass drumming.

Bands like Iron Maiden and Metallica have consistently used blackletter lettering across decades of releases, cementing these fonts as cultural code for loudness, danger, and rebellion. Even before someone hears the music, the typography prepares the ear for something intense, dramatic, and possibly aggressive. The font becomes a warning label and an invitation simultaneously.

Approachability in Every Curve

Pop music moves in the opposite direction, favoring rounded sans-serifs, soft scripts, and bubble-like typography. These fonts don't threaten or provoke, they welcome. The letterforms offer a sense of friendliness and approachability that mirrors the melodic accessibility of most pop tracks. When artists like Taylor Swift or Ariana Grande use geometric sans-serifs such as Futura or Avenir, or employ handwritten scripts that look glossy and polished, the typography signals that the listening experience will be easy to digest and possibly uplifting.



Taylor Swift 1989 (Taylor's Version) on Spotify

According to font psychology research, letterforms with few sharp angles tend to be perceived as warm, safe, and emotionally positive. Pop typography rarely surprises, it reassures. The fonts promise pleasure without challenge, accessibility without pretension.

Authority Through Weight

Hip-hop relies on bold, assertive visual strategies. Many covers feature block-like lettering that resembles urban signage, stencil fonts that recall street-level graphics, or graffiti-inspired scripts that introduce motion and attitude. These fonts appear heavy and direct, reflecting the confidence commonly associated with rap vocals and lyrics. Even without images, the weight and scale of the typography conveys authority.

The listener isn't invited softly, they're confronted with a visual statement that demands attention. Artists like Run-DMC established the power of bold, all-caps lettering, while more recent acts continue to experiment with typography that feels tactile and territorial, as if claiming space on the page the way lyrics claim space in culture.

© Designed by Freepik



Graffiti alphabet letters used for Hip Hop albums

The Beauty of Imperfection

Indie and lo-fi albums embrace handwriting, typewriter fonts, and intentionally imperfect spacing. Jagged baselines, uneven weights, and inconsistent letter sizes aren't flaws, they're features. These visual irregularities represent authenticity and vulnerability, framing the music as intimate and unpolished in the best possible way.

Bon Iver, Sufjan Stevens, and countless bedroom pop artists use typography that looks homemade, as if the album title was scrawled in a notebook moments before recording. The fonts whisper rather than shout, suggesting that what follows will be personal, maybe fragile, and definitely human.

The Precision of Emptiness

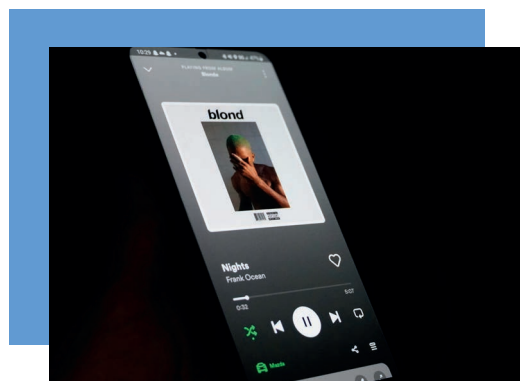
Electronic and experimental artists typically favor minimal typography with thin lines, wide spacing, and controlled emptiness. Monospaced fonts or very light sans-serif typefaces are common because they mimic digital structure and technological precision. These fonts behave almost like silence on the page. They don't fill the space but rather

hover within it, creating a visual equivalent of synthetic soundscapes or long reverb tails. Artists like Daft Punk, Kraftwerk, and Aphex Twin use typography that doesn't announce itself loudly. Instead, it suggests clarity, futurism, and emotional distance. The clean lines and geometric precision feel machine-made, perfectly suited to music that often is.

When Artists Break the Rules

When artists choose fonts that contradict their genre's established codes, the effect is rarely neutral. A metal band using soft serif text or a pop singer choosing harsh angular typefaces immediately creates friction between expectation and presentation. If used intentionally, this mismatch can generate curiosity and signal experimentation. The listener understands that the music might contain surprises or contradictions.

Radiohead's use of modified Helvetica and distressed typography across albums like „Kid A“ signaled their departure from conventional rock. The dissonance between their earlier guitar-driven sound and their later electronic experiments was visible in the fonts before it was audible in the music.



© Caleb Wright auf Unsplash

Frank Ocean's „Nights“ on Spotify

Typography in this context becomes strategic disruption rather than direct translation.

The Final Note

In an era where most music is consumed through streaming thumbnails barely larger than a postage stamp, typography has become even more crucial. The font must work harder, communicate faster, and remain legible at impossibly small sizes. Yet its fundamental purpose hasn't changed since those 1970s vinyl days: to prepare the listener, to set the tone, to promise an experience.

Typography on album covers proves that fonts don't simply decorate sound but they participate in its framing, setting the mental volume of the music long before the real one

begins. Before the first chord strikes, before the beat drops, before the vocals enter, the letters have already started singing. ■

Further reading:

The relation between typography and music genres, explained; <https://www.typeroom.eu/article/relation-between-typography-and-music-genres-explained>

Shawn Hazen's top 10 favorite type only album covers; <https://www.typeroom.eu/shawn-hazen-top-10-favorite-type-only-album-covers>

The Psychology of Fonts: How Typefaces Shape Emotion & Influence Design; <https://www.skillshare.com/en/blog/the-psychology-of-fonts/>



Vinyl albums on shelves in a record store

© Mick Haupt auf Unsplash

NEULAND

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

MANDARIN

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

BRUCE MIKITA

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Legende

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Stereotypography: How typography is used to perpetuate cultural stereotypes

by Franziska Engel

Typography is not a neutral art form; the choice of font carries significant emotional, cultural, and historical weight. Stereotypography refers to a font that has essentially become a stand-in for a culture or identity, rather than being used as a design tool. Using a font laden with such stereotypes can have serious consequences. It can alienate your audience and flatten the histories of whole cultures into a single cliché.

Most of these stereotypical typefaces acquired their reputation at a time when Western civilization was seen as the benchmark, and everything 'other' was reduced to primitivism either seen as fascinating or inferior. The following paragraphs will delve into the particulars of some of the fonts that came into being during this era.

Neuland

One of the most well-known examples of Stereotypography was created within this time period. Neuland, a font designed by Rudolf Koch in 1923, is now often used in reference to Africa. Originally intended as a modern version of the traditional German Gothic Black Letter, the font uses the bold style and reduced spacing of Gothic while incorpo-



Jurassic Park original poster



© TEXACO
Anti-Japanese propaganda poster that circulated during World War II

rating the sans-serif elements of modern typefaces.

When the typeface first appeared in the US, its original meaning and the reason for its creation were unknown. Large wooden fonts, often used in circus advertising, were considered low-end and informal since they were poorly printed compared to metal type. They were referred to as 'garbage fonts'. Due to its bold and blocky nature, Neuland was considered inelegant, ugly and difficult to handle.

At this time, the black American population did not have the means to cultivate its own graphic style and was reduced to being illustrated as circus freaks or in association with slavery, tobacco, and cotton. Thus, Neuland

gradually took its place in US culture as a primitive font, often associated with Africa.

Well-known examples that use this font in reference to the jungle, adventure, safaris or Africa in general include film posters for Jumanji and Jurassic Park.

Chop Suey fonts

Much like its namesake, the food and fonts bear no real relation to Chinese culture. Despite this, these typefaces have been used as a reference for anything Asian, particularly Chinese, for several decades. This started with the Cleveland type foundry obtaining a patent for calligraphy-style printing type in 1883, later becoming known as the 'Mandarin' font. Variations of Chop Suey fonts are commercially distributed under names such as Wonton, Peking and Shanghai, amongst many others that appropriate Asian culture.

These fonts have been used to amplify xenophobia in Western society for over a century. The original Chop Suey font became popular in San Francisco's Chinatown district, where a poster following the 1906 earthquake led to its rise to fame. When the district was specifically rebuilt to appeal to tourists, the Asian-style font was chosen for storefronts to attract crowds.

Bruce Mikita

Created in 1866 at the Bruce Type Foundry, this font is the first known example of Stereotypography. Initially known as Novel Open, it was used for official documents but was soon renamed Rustic Shaded in accordance with its rustic style. But in the 1950s, the font underwent another name change: Bruce Mikita, in reference to Japanese wood-

working. From then on, it was used in a lot of Japanese media in the USA. An example of this can be seen on the cover of a Japanese music album released in 1963 called The Art of the Koto: Music of Japan. Interestingly, the French cover did not feature the Mikita font, but the US cover did.

Legende

Another example of a font that has lost its original meaning is Legende, which was created by Schneidler in 1937. Though originally inspired by 15th-century Burgundian and Flemish bastard script, it is now commonly used as an imitation of Arabic script. Contributing to this is the calligraphy-like nature of the font, which reinforces the stereotype of Arabic or Oriental script as calligraphy.

Closing: Our responsibility as designers

As designers, it is our responsibility to choose fonts that convey information accurately without perpetuating stereotypes. With such

a wide range of diverse fonts available nowadays, it is easier than ever to find one that doesn't resort to clichés. ■

These sorts of fonts are offensive to the group stereotyped, but also to the viewer. We are intelligent beings with the capacity to read the intent of a sign without designers resorting to negative stereotypes.

Nichole Fernández

Further reading:

StereoTYPES, 2015; <https://itaint-necessarilyso.square-space.com/articles/2015/11/17/stereotypesa>

Tips for avoiding Stereotypography

- **Always do your research!** If your audience recognizes a stereotypical font, it sends the message that the designer was too lazy to bother investigating its origins.
- **Keep an eye out for visual clichés!** A font filled with over-the-top ornaments, tribal patterns, or any other cultural symbols is probably not a good choice.
- **Culture can be represented by more than just a font!** Rather than focusing solely on the font, consider other design elements that can convey a culture respectfully without turning it into a caricature, such as color palettes inspired by traditional textiles, layouts referencing architectural elements, or authentic photography

Zwischen Schrift und Haltung: Wie Typografie Politik formt

von Caterina Schuster

Politische Gestaltung wirkt oft schneller, als man denkt. Noch bevor Inhalte verstanden werden, wirken Farben, Formen – und besonders die Schrift. Ein Wahlplakat, ein Parteilogo oder ein Kampagnenslogan sendet bereits durch seine Typografie Signale: modern oder traditionell, offen oder autoritär, progressiv oder konservativ. Typografie ist damit mehr als ein stiller Hintergrund. Sie mischt sich ein.

Ein Wahlkampf in Buchstaben

2008 stand die Welt Kopf: Barack Obamas Wahlkampagne setzte neue Maßstäbe – nicht nur politisch, sondern auch visuell. Statt patriotischer Serifenschriften oder Flaggenmotive setzte das Team auf eine kla-

re, moderne Sans-Serif: Gotham. Sie wirkte zugänglich, rational und zeitgemäß. Allein durch die Wahl dieser Schrift vermittelte die Kampagne eine Botschaft – von Aufbruch, Offenheit und Vertrauen in die Zukunft. Typografie war hier kein Zufall. Sie war poli-

Infobox

Die Geschichte der Gotham offenbart, dass politische Ästhetik oft auf hart umkämpftem Eigentum fußt. Während die Schrift weltweit zum Symbol für den Aufbruch avancierte, entbrannte zwischen ihren Schöpfern ein erbitterter Rechtsstreit um Urhebererschaft und Verwertungsrechte. Dieser Konflikt verdeutlicht, dass Typografie in der Politik kein bloßes Gemeingut ist, sondern ein exklusives Machtinstrument: Der strategische Besitz eines Schriftbildes sichert die visuelle Autorität über die eigene Botschaft und schützt sie wirksam vor politischer Nachahmung.

tisches Werkzeug. Und genau das zeigt, wie eng Gestaltung und Ideologie miteinander verwoben sind: Buchstaben können Haltung ausdrücken

Typografie ist nie neutral

Jenseits des reinen Inhalts besitzen Schriften eine visuelle Persönlichkeit, deren tief verwurzelte Symbolik wir instinktiv dekodieren. Wissenschaftliche Untersuchungen bestätigen dabei die feste Korrelation zwischen grafischer Form und politischer Einordnung: während die Reduktion serifenloser Formen heute als Chiffre für liberale Dynamik und Progressivität fungiert, vermittelt die klassische Antiqua durch ihre geschichtsträchtige Form eine Aura von Beständigkeit und traditioneller Autorität. Damit wird Typografie zum grafischen Stellvertreter politischer Überzeugungen, dessen Gestaltung das ideologische Versprechen bereits vorformuliert.

Ideologie der Wahrnehmung

Diese Wahrnehmung ist jedoch kein objektiver Prozess, sondern vielmehr ein Akt der Selbstvergewisserung. Die Rezeption von Typografie ist untrennbar mit der weltanschaulichen Disposition der Betrachtenden verwoben, was dazu führt, dass Schriften unbewusst durch den Filter der eigenen Identität wahrgenommen werden. Studien legen nahe, dass wir Typografie nicht objektiv bewerten, sondern sie unbewusst durch die Brille unserer eigenen Ideologie filtern. Menschen mit einer konservativen Grundeinstellung neigen zum Beispiel dazu, Schriften

generell als konservativer wahrzunehmen und entwickeln eine stärkere Sympathie für jene Formen, die ihre eigenen Werte von Stabilität und Ordnung widerspiegeln. So wandelt sich Typografie zum optischen Code, der die Zugehörigkeit zu einer Wertegemeinschaft lautlos signalisiert.

Schriften als nationale Symbole

Ein markantes Beispiel für die Konstruktion nationaler Identität durch Gestaltung ist die Gill Sans. Ab 1928 verlieh sie der britischen



Werbeplakat der LNER für Camping-Waggons mit typischer Gill-Sans-Gestaltung

© London & North Eastern Railway, CC BY-SA 4.0

Eisenbahn ein einheitliches Gesicht und avancierte über die BBC bis hin zur offiziellen Regierungsschrift von 2003 zum „House Style“ Großbritanniens. Sie ist heute so tief im Alltag verankert, dass Designer sie als visuelles Herkunftssiegel beschreiben: allein die typografische Gestaltung einer Zutatenliste verrät sofort, ob ein Produkt aus einer Londoner Markthalle oder einem US-Supermarkt stammt.

Diese Verknüpfung von Form und Herkunft ist kein Einzelfall, sondern folgt einem tieferen kulturellen Muster. Bereits in den 1980er-Jahren wurde festgestellt, dass bestimmte



Ein feierlicher Augenblick von der Grundsteinlegung zum Haus der deutschen Kunst.

Der päpstliche Nuntius Gaetano di Sorregressio spricht eben zum Führer:

„Ich habe Sie lange nicht verstanden.
Ich habe mich aber lange darum bemüht.
Heute verstehe ich Sie.“

Auch jeder deutsche Katholik versteht heute Adolf Hitler und stimmt am 12. November mit:

„Ja“!

© Wikimedia Commons

NSDAP-Plakat mit Fraktur-Typografie zur Reichstagswahl 1933

74

Typen untrennbar mit nationalen Identitäten verbunden werden: während die Fraktur als Inbegriff des Deutschen wahrgenommen wird, gilt die Garamond als französisch, die Bodoni als italienisch und die Caslon als typisch englisch. Solche Zuschreibungen verdeutlichen, dass Typografie niemals nur ästhetisch, sondern immer auch als kulturelle Landkarte gelesen wird.

Die Fraktur-Frage: Wenn Geschichte in Buchstaben steckt

Besonders problematisch zeigt sich die politische Aufladung am Beispiel der deutschen Fraktur, die lange Zeit als ein wesentliches visuelles Merkmal für die Abgrenzung einer eigenständigen deutschen Schriftkultur galt. Diese symbolische Bedeutung wurde ihr jedoch zum Verhängnis, als das NS-Regime die Schrift im Jahr 1941 plötzlich per Erlass verbot und sie – unter der absurden Behauptung, es handle sich um eine „Schwabacher Judenletter“ – für unerwünscht erklärte. Hinter dieser ideologischen Begründung steckte ein rein pragmatisches Kalkül, da die Fraktur in den besetzten Gebieten kaum lesbar war und somit die reibungslose Verbreitung von Befehlen und Propaganda behinderte.

Obwohl das Regime die Schrift selbst fallen ließ, blieb sie nach 1945 politisch belastet, da die jahrelange propagandistische Nutzung eine Assoziation geschaffen hatte, die im Nachkriegsdeutschland kaum mehr aufzulösen war. Dass die Fraktur dadurch fast vollständig aus dem öffentlichen Raum verschwand, verdeutlicht die Schwierigkeit, eine historische Form von ihrer ideologischen Ver-

einnahmung zu trennen. Es zeigt sich, dass Typografie ein hochempfindlicher Speicher kollektiver Erinnerung ist, in dem negative Assoziationen oft hartnäckiger haften bleiben als die ursprüngliche kulturelle Tradition.

Design unter Druck: Das Beispiel der DDR

Wie tiefgreifend politische Systeme die Ästhetik beeinflussen, lässt sich auch am Beispiel der DDR ablesen. Hier war Gestaltung kein Produkt des freien Wettbewerbs, sondern ein staatlich koordiniertes Feld, das durch die zentrale Schriftgießerei VEB Typoart Dresden dominiert wurde.

Während offizielle Drucksachen durch eine nüchterne, sachliche Typografie Klarheit und das Ideal des Kollektivs vermitteln sollten, entstand im kulturellen Bereich eine faszinierende Gegenbewegung. In Theater- und Ausstellungsplakaten nutzten Gestalter*innen individuelle Kalligrafie und experimentelle Schriftformen, um sich dem staatlich verordneten Einheitslook zu entziehen und persönliche Haltung innerhalb eines restriktiven Rahmens sichtbar zu machen.

Fazit: Wenn Buchstaben Haltung zeigen

Typografie ist letztlich die Kunst, einer Botschaft ein Gesicht zu geben und ihr eine unterbewusste Richtung zu verleihen. Wenn progressive Bewegungen heute auf dynamische, klare Schnitte setzen und konservative Institutionen klassische Formen bevorzugen, ist dies das Ergebnis einer tief greifenden visuellen Rhetorik. Eine Schriftart, die im Widerspruch zur politischen Forderung steht oder durch historische Vorbelastungen vom



© Deutsche Fotothek, Richard Peter, CC BY-SA 3.0 DE

Tiefdruckzylinder der VEB Typoart Dresden bei der Abdekarbeit an einem Kupferzylinder

eigentlichen Thema ablenkt, erzeugt eine ästhetische Dissonanz, die die Glaubwürdigkeit des Absenders empfindlich untergraben kann. Wer die visuelle Welt aufmerksam betrachtet, erkennt in jedem Plakat und jedem Schriftzug: auch Buchstaben beziehen Stellung und zwingen uns dazu, dasselbe zu tun. ■

Weiterführende Literatur:

Haenschen, Katherine / Tamul, Daniel J., Fonts of Potential: Areas for Typographic Research in Political Communication, 2016; https://www.researchgate.net/publication/305776714_Fonts_of_Potential_Areas_for_Typographic_Research_in_Political_Communication

Middendorp, Jan, Beyond the Wall: Typography from the German Democratic Republic, 2008; https://www.researchgate.net/publication/228729270_Beyond_the_Wall_Typography_from_the_German_Democratic_Republic



Das Redaktionsteam der Ausgabe 2026.

Caterina Schuster, Eva Kloimstein, Mona Sigmund, Annika Felbermayer, Fabian Pilsner, Carina Stoiber, Elin Holmqvist, Julia Rockenbauer, Miriam Feldner, Michelle Jane Dote, Lisa Tauchner, Michaela Kopf, Alena Boucher, Franziska Engel, Tabea Bender

Impressum

Autor:innen & Gestaltung

Tabea Bender, Alena Boucher, Michelle Jane Dote, FH-Hon. Prof. Mag. Jochen Elias, Franziska Engel, Annika Felbermayer, Miriam Feldner, Elin Holmqvist, Eva Kloimstein, Michaela Kopf, Fabian Pilsner, Julia Rockenbauer, Caterina Schuster, Mona Sigmund, Carina Stoiber und Lisa Tauchner

Titelseitengestaltung

Miriam Feldner

Inhaltsverzeichnis

Annika Felbermayer

Impressum

Michaela Kopf

Redaktionsleitung und Ansprechperson

FH-Hon. Prof. Mag. Jochen Elias

Kontakt

University of Applied Sciences St. Pölten, Campus Platz 1, 3100 St. Pölten

© University of Applied Sciences St. Pölten GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

