

Hochschule Flensburg

BACHELOR-THESIS

Thema

**Ist die Helvetica
zu Recht *universell*
einsetzbar?**

von

Celina Katharine Johannsen

Matrikel-Nr. 650886

Studiengang Medieninformatik (Film)

**Betreuer und
Erstbewerter** Dipl-Designer (FH)
Uwe Zimmermann

Zweitbewerter *Philip Drenckhahn*

Ausgabedatum 09.03.2022

Abgabedatum _____

**Ich versichere,
dass ich die
vorliegende
Thesis ohne
fremde Hilfe
selbstständig
verfasst
und nur die
angegebenen
Quellen benutzt
habe.**

Unterschrift Studierende

Hel
ve

- 01**
Einleitung—S. 14
- 02**
Relevanz von
Typografie—S. 18
- 03**
Eigenschaften einer
guten Schrift—S. 32

ti
ca

- 04**
Helvetica—S. 60
- 05**
Wertigkeit der
Helvetica—S. 90
- 06**
Konklusion—S. 176
- 07**
Anhang—S. 180

**„HELVETICA
ist wie Toastbrot.
Schmeckt nach
nix, aber man kann
alles drauflegen.“**

Diese **Bachelor-Thesis** ist in der
HELVETICA NOW TEXT
gesetzt und die
HELVETICA NEUE LT STD
dient der **Visualisierung**,
im Rahmen meiner **Forschungsfrage.**

Einleitung

Einleitung

Tagtäglich beschäftigen wir uns mit Schriften. Hierbei ist erst einmal unwichtig, wie lesbar diese Schriften sind oder wie deren Atmosphäre auf den Betrachter wirkt. Wichtig ist, dass Schriften ein *allgegenwärtiger* Bestandteil in unserem Alltag sind.¹ Es gibt eine unzählige Anzahl an Schriften und dementsprechend auch für jeden Verwendungszweck, die vermeintlich richtige Schriftart.² Nun gibt es allerdings eine Schrift, die in ihrer Präsenz weitaus dominanter ist, als andere Schriften – die **Helvetica**. Eine der meist verwendeten Schriften weltweit³. Sie ist omnipräsent und nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken⁴. Die Meinungen zu der Helvetica spalten sich von ihren Kritikern bis hin zu ihren Befürwortern.⁵

„Helvetica ist wie Toastbrot. Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.“⁶ Erik Spiekermann

Durch Erik Spiekermanns Zitat, kam ich zu der **Forschungsfrage** meiner Bachelor-Thesis:

Ist die Helvetica zu Recht *universell* einsetzbar?

Diese Forschungsfrage soll am Beispiel der **Neuen Helvetica** mittels einer *nicht-repräsentativen Umfrage* und *eigenen Studien*, überprüft werden.

Der Begriff Helvetica inkludiert hierbei alle Schriftversionen, vom Bleisatz 1957 bis hin zu der Helvetica Now 2020. Trotz feiner Unterschiede, wird der Fokus auf der Neuen Helvetica liegen. Unabhängig davon, wird dies unter dem Begriff Helvetica zusammengefasst.

1 Vgl.: **Spiekermann, E.** *ÜberSchrift*/ Erik Spiekermann. 1. Aufl. [s. l.]: Schmidt und Spiekermann, 2004, S. 5.

2 Vgl.: **Unger, G.** *Wie man's liest*/ Gerard Unger. 1. Aufl. [s. l.]: Niggli, 2009, S. 103–104.

3 Vgl.: **Gaspar, N.; Sommer, P. M.** *Das ABC der Typografie*/ Natalie Gaspar, Patrick Marc Sommer. 1. Aufl. [s. l.]: Rheinwerk, 2020, S. 78.

4 Vgl.: **Hustwit G.** *Helvetica (Dokumentarfilm)*/ Gary Hustwit, 2007, 00:36:52.

5 Vgl.: **MONOTYPE** *Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe*. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.

6 **Herrmann, R.** *Helvetica ist wie Toastbrot. Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.*/ Ralf Herrmann, 2014. Zu finden auf: <https://bit.ly/3MtFQdd>; letzter Zugriff am: 10.03.2022.

Kapitel 2 Um eine Schrift mittels Umfragen und Studien kritisch zu hinterfragen, sollte vorab die **Relevanz von Typografie** erläutert werden. Dies soll durch den ersten Part meiner **Umfrage** erfolgen. Analysiert wird hierbei, wie Menschen Typografie visuell wahrnehmen, worauf sie gegebenenfalls achten, ob Emotionen und Ästhetik eine Rolle spielen und was ihnen bei Schriften wichtig ist.

Kapitel 3 Damit Schriften auch einen hohen Stellenwert in der breiten Bevölkerung erreichen, müssen Schriften vor allem gut lesbar sein und in ihrer Qualität überzeugen. Hierzu gibt es evidente Eigenschaften, bezüglich ihrer **Buchstaben-** und **Schriftbildqualität**, ihres **Schriftausbaus** und ihren **technischen Qualitäten**. Unter diesem Aspekt wird auch auf den Unterschied zwischen **Leserlichkeit** und **Lesbarkeit** eingegangen. Eine Schrift transportiert Informationen, schafft Atmosphäre und übermitteln somit immer eine Wirkung, ein Gefühl. Auf diese **Wirkung** und **Atmosphäre** und vor allem den **Charakter** einer Schrift wird ebenfalls eingegangen. Hierbei wird zudem die **Schriftklassifikation** nach **Hans Peter Willberg** und die **DIN-Norm 16518** vorgestellt und erläutert, was eine statische oder eine dynamische Grotesk ist und welche Wirkung hiervon ausgeht. Der Begriff **Neutralität** wird analysiert, ob dieser eine gute oder schlechte Eigenschaft einer Schrift ist, worauf ich später in Kapitel 5 weiter eingehen werde.

Kapitel 4 Im vierten Kapitel, wird die **Helvetica klassifiziert** und ihre **Entstehungsgeschichte** erläutert. Hier wird in einem kurzen Exkurs auch die **Schweizer Typografie** als Grundlage zur späteren Analyse aufgegriffen. Es wird hier vor allem auf die **Anatomie der Zeichen** eingegangen, welche besonderen Charakteristika vorliegen und was ihren Aufbau kennzeichnet. Der Themenpunkt **Institutionen** befasst sich mit den Corporate Identities von Unternehmen. Da die Helvetica als Hausschrift vieler Unternehmen dient oder gedient hat, wird hierbei vor allem auf die unterschiedlichen Firmen eingegangen, welche die Helvetica verwenden. Der letzte Punkt bezieht sich auf die **Verbreitung der Helvetica-Familie**.

Kapitel 5 Im Kapitel: **Wertigkeit der Helvetica**, befindet sich der Kern meiner Thesis. Hier wird der zweite Part der **Umfrage** vorgestellt und ausgewertet. In dieser wird erfragt, ob die Helvetica überhaupt als Schrift visuell erkannt wird. Zudem werden Lesbarkeit-Tests mit der Helvetica durchgeführt. Außerdem wird ermittelt, ob eine Verwechslungsgefahr bei einigen Buchstaben auftritt, welche Wirkung die Helvetica ausstrahlt und, ob sie in Firmenlogos durch andere Schriften nicht ersetzt werden könnte. Es soll geprüft werden,

ob die Aussage Erik Spiekermanns, auch aus den Ergebnissen der Umfrage resultiert. Mittels der Ergebnisse meiner Umfrage, wird die **Lesbarkeit** der Helvetica analysiert und vor allem auf ihre **Wirkung** und ihren **Charakter** eingegangen. Hier wird auch wieder Bezug auf den Begriff: **Neutralität** genommen. Ein weiterer Punkt sind die äußeren Einflüsse einer Schrift, im Fall der Helvetica, die der Schriftgestalter **Max Miedinger** und **Eduard Hoffmann** und der Einfluss der **Schweizer Typografie**.

Als Hinweis sollte erwähnt werden, dass die kritischen Meinungen zur Helvetica aus literarischen Quellen noch vor der Veröffentlichung der Helvetica Now stammen und somit sicher einige Äußerungen zur Lesbarkeit, nicht mehr für alle Versionen gleich gültig sind.

Meine eigenen Studien werden auf vorhandenem Material von Unternehmen, aus unterschiedlichen Themenkomplexen erstellt. Hierbei wird es sich um *Werbeplakate, Broschüren, Kataloge, Flyer oder Webseiten* handeln. So wird das Originalmaterial in der Helvetica, mit den von mir nachgebauten Kopien, in anderen Schriften, (dynamischer Grotesk & dynamischer Antiqua), miteinander verglichen. Geprüft wird, ob die Ergebnisse, die mit der Helvetica als Schrift erreicht wurden, auch mit anderen Schriften erzielt werden können. Der Fokus liegt hierbei auf der **Lesbarkeit**, der **Atmosphäre** und den **evozierten Emotionen**. Geprüft wird, ob die Helvetica wirklich aufgrund ihrer Anatomie, ihrer Lesbarkeit und ihrer Ausstrahlung zu Recht über unterschiedliche Themenkomplexe und typografische Anwendungen hinweg einsetzbar ist.

Abschließend wird **Erik Spiekermanns biografischer Lebensweg** vorgestellt, auf seine subjektive **Haltung** zur Helvetica eingegangen und diese mit anderen Haltungen verglichen. Anschließend werden seine **Kritikpunkte** auf die Helvetica geprüft.

Kapitel 6 Als **Konklusion** wird basierend auf meiner Umfrage und eigens erstellten Studien geprüft, ob die Helvetica zu Recht **universell** einsetzbar ist. Somit wird die Aussage von Erik Spiekermann, – „Helvetica ist wie Toastbrot. Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.“ – bestätigt oder widerlegt.

Kapitel 7 Im letzten Kapitel befindet sich der **Anhang** mit dem Literatur- und Abbildungsverzeichnis und der Angabe der verwendeten Schriften.

Relevanz von Typografie

Relevanz von Typografie

Jeden Tag begegnen wir der Typografie und dies hauptsächlich unterbewusst. Ob auf unseren Smartphones, in der Morgenzeitung, dem Straßenschild auf dem Weg zur Arbeit oder dem Roman nach dem Feierabend. Schrift und somit auch die typografische Gestaltung, umgibt uns somit ständig und überall.¹ Weshalb die Frage nach guter Typografie in den letzten Jahren wesentlich relevanter geworden ist². Auch wenn die meisten Menschen „Typo-Laien“³ sein mögen und weder die Schrift noch der typografische Aufbau für die Leser relevant ist⁴, so besitzen sie durch den omnipräsenten Umgang mit Schriften, „eine umfangreiche typografische Kenntnis“⁵.

Ein Alltag ohne Schrift – wäre das denn überhaupt möglich? Sicher könnte man auf typografische Erzeugnisse aus der Werbebranche verzichten, doch wie sieht das mit Packungsbeilagen bei Medikamenten oder Inhaltsstoffen auf Lebensmittelverpackungen aus? Niemand wüsste, was sich in den Produkten verbirgt.⁶

„Typografie ist ein Instrument der Mitteilung. Sie muß eine klare Mitteilung in der eindringlichsten Form sein.“⁷

Moholy-Nagy

Typografie ist keinesfalls eine Frage des Geschmacks. Es geht um die **Vermittlung von Informationen** und wenn ebendiese nicht zu verstehen oder zu lesen sind, kann dies zu schwerwiegenden Fehlern führen.⁸

¹ Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt! Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden*/ Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 13.

² Vgl.: **Gaspar, N.; Sommer, P. M.**, 2020, S. 66.

³ **Unger, G.**, 2009, S. 15.

⁴ Vgl.: Ebd., S. 7.

⁵ Ebd., S. 15.

⁶ Vgl.: **Spiekermann, E.**, 2004, S. 11, S. 17.

⁷ **Voelker, J. U.** *Read + play: Einführung in die Typografie; [Hintergründe, Grundlagen, Literaturempfehlungen]*/ Ulysses Voelker. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2015, S. 49.

⁸ Vgl.: **Willberg, H. P.; Forssman, F.** *Erste Hilfe in Typografie: Ratgeber für den Umgang mit Schrift*/ Hans Peter Willberg; Friedrich Forssman. 5. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2006, S. 9.

Lesbarkeit ist hier der ausschlaggebende Begriff. Ist eine lebenswichtige Botschaft nicht zu entziffern oder wird falsch gelesen, so kann es gefährlich werden.⁹ So leitete zum Beispiel ein Fluglotse einen Flug in die falsche Richtung um, da er die Zeichen des Zielortes vertauscht hatte. Aus *Glasgow EGPF*, las er: *EGFF*, welches für *Cardiff* stand.¹⁰ Somit ist die Lesbarkeit, vor allem aber die **Differenzierbarkeit** der einzelnen Zeichen ein relevantes Thema, damit keine Probleme dieser Art entstehen können. In diesem Fall handelte es sich *nur* um eine falsche Flugumleitung – wie sähe das bei Angaben von Medikamentendosierungen aus?

Auch wenn es den meisten Menschen wohl eher seltener auffallen wird, ob die verwendete Schrift, typografisch gesehen, die richtige Wahl gewesen ist, so wird es ihnen spätestens dann auffallen, wenn sie den zu lesenden Text nicht problemlos lesen können.¹¹

90 Prozent der Hausarbeiten werden zu eng gesetzt und im Blocksatz formatiert. Würde man die Relevanz von Typografie in diesen Fällen besser vermitteln, hätten Schüler weitaus schneller ihre Anzahl an Seiten erreicht, als auch Lehrer mehr Spaß am Korrigieren der Arbeiten.¹²

Typografie ist dann gut, wenn sie unter sämtlichen Umständen ihre Aufgabe der Lesbarkeit erfüllt und zudem auch noch „erlebbar“¹³ ist. Denn „[g]ute Typografie ist Transportmittel und Atmosphäre. Sie ist Inhalt und Gefühl. Sie kann verstanden und interpretiert werden. Sie verbreitet Wissen und Bewusstsein.“¹⁴ Man kann also behaupten, dass Schrift ihre eigene Ausstrahlung und Wirkung auf den Leser hat, aber in Kombination mit guter Typografie, die geschriebene Sprache mittels typografischer Setzung durch Ausrufe-, Frage- und Anführungszeichen, Kursive, Fette, Schriftgröße, Weißraum und vielem mehr, der gesprochenen Sprache vermeintlich nahe kommt.¹⁵ Somit fördert die Typografie im besten Falle den Lesefluss und regt den Leser dazu an, weiterzulesen und sich im Text besser zurecht zu finden.¹⁶

9 Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 10.

10 Vgl.: Filek, J.; Uebele, A. *Read/ability: Typografie und Lesbarkeit*/ Jan Filek. Vorw. von Andreas Uebele. [s. 1.]: Niggli, 2013, S. 163.

11 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 7.

12 Vgl.: Kupferschmid, I. *Buchstaben kommen selten allein: Ein typografisches Handbuch*/ Indra Kupferschmid. 2., überarb. Aufl. [s. 1.]: Niggli, 2009, S. 60.

13 Ött, S., 2020, S. 9.

14 Ebd., S. 8.

15 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 194.

16 Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 62.

Sehr geehrte Damen und Herren,

schon seit 1917 gibt es Uhren und Schmuck von **Juwelier BÜRKLE**. Seit 1991 sind wir auch in Tarp, Stapelholmer Weg 5, gerne für Sie da!

Gekauft wird Gold in jeder Form, ob Zahn- oder Altgold, Schmuck mit Edelsteinen, Schmuck mit Münzen, Doublé u.v.m.

Hohe Edelmetallpreise sind derzeit beste Voraussetzungen, Schmuck und Edelmetalle zu verkaufen.

Neben dem Goldwert bewerten wir außerdem die Edelsteine.

Zusätzlich zu unserem täglichen Service, Edelmetalle anzukaufen und aufgrund vieler Nachfragen unserer Kunden haben Sie die Möglichkeit, uns Ihre Wertgegenstände auch am **22. und 23.03.2022** anzubieten und direkt von einem Experten taxieren zu lassen.

Bei Münzen berät Sie der Fachmann ebenso kompetent! Ob Silbermünzen, Goldmünzen, Sammlermünzen oder ganze Münzsammlungen – auch wenn Sie nicht verkaufen ist die Bewertung in jedem Fall kostenfrei.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Die *Neue Helvetica* in diesem typografischen Sonderfall, vermag es nicht, dass man hier an einen Juwelier denkt. Lückenhafter Blocksatz, bei denen die Wortabstände teilweise den Zeilenabständen gleich kommen, zentrierte und lange Zeilen und ein wildes Raster. Auch wenn die *Neue Helvetica* nicht zu eng gesetzt wurde und auch sonst sicher für jeden lesbar ist – gute Typografie sieht anders aus.

ACHTUNG!

– Expertentage –

Wir kaufen gegen sofortige Barzahlung

Goldschmuck, Brillantschmuck, Goldmünzen, Zahngold (auch mit Zahnschmelzen), Altgold, Antikschmuck, Armband- und Taschenuhren sowie Marken- und Luxusuhren, Silberbestecke, Silbermünzen, Münzsammlungen, DM-Gedenkmünzen, Doublé, usw.

BÜRKLE
Uhren & Schmuck seit 1917

Stapelholmer Weg 5
24963 Tarp

Der Fachmann ist für Sie da!

Dienstag, 22.03.2022
Mittwoch, 23.03.2022

9.00 - 12.30 Uhr und 14.30 - 18.00 Uhr

Alles anbieten!
Einfach spontan vorbeikommen

Bringen Sie Ihren Ausweis mit!

Der weiteste Weg lohnt sich!



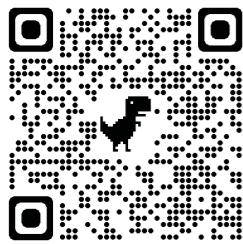
Verschnörkelte Zeichen, die ineinander verschmelzen, sich überlagern und Versalien mit Verzierungen, die eine gute Lesbarkeit enorm erschweren.

Umfrage Teil 1

Mit Hilfe der ersten Umfrage erhalte ich einen Überblick, wie Menschen Typografie visuell wahrnehmen, worauf sie gegebenenfalls achten, ob Emotionen und Ästhetik eine Rolle spielen und was ihnen bei Schriften wichtig ist. Hier wird mittels kleiner grafischer Beispiele, die Wirkung von Schriften getestet.

Über diesen Link geht es zur freigegebenen Google-Umfrage:

<https://forms.gle/GUFHGswyjp5DC6odA>



Zu welcher Altersgruppe gehörst du?

- unter 18 Jahren
- 18–25
- 26–35
- 36–45
- 46–55
- über 55 Jahren

Was ist dein aktueller Bildungsstand und welche berufliche Richtung hast du?

Kurzantwort-Text

Wie hoch ist deine Erfahrung im Bereich Design?

1 2 3 4 5

keine Erfahrung
(hab mich nie damit beschäftigt)

sehr viel Erfahrung
(Ausbildung, Studiengang oder Berufserfahrung)

Wie hoch ist deine Erfahrung im Bereich Typografie?

1 2 3 4 5

keine Erfahrung
(noch nie von Typografie gehört)

sehr viel Erfahrung
(Ausbildung oder Studiengang im Bereich Design, o. Ä.)

Sagen dir die Namen Arial, Times New Roman, Helvetica und Calibri etwas?

- Ja, kenne ich.
- Mir sagen nicht alle Namen etwas.
- Nein, kenne keinen.

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

- keine Ahnung
- Arial
- Bodoni
- Calibri
- Myriad Pro
- Neue Helvetica
- Open Sans
- Times New Roman

Jemand musste Josef K. verleumdet haben, denn ohne dass er etwas Böses getan hätte, wurde er eines Morgens verhaftet. »Wie ein Hund!« sagte er, es war, als sollte die Scham ihn überleben. Als Gregor Samsa eines Morgens aus unruhigen Träumen erwachte, fand er sich in seinem Bett zu einem ungeheueren Ungeziefer verwandelt. Und es war ihnen wie eine Bestätigung ihrer neuen Träume und guten Absichten, als am Ziele ihrer Fahrt die Tochter als erste sich erhob und ihren jungen Körper dehnte. »Es ist ein eigentümlicher Apparat«, sagte der Offizier zu dem Forschungsreisenden und überblickte mit einem gewissermaßen bewundernden Blick den ihm

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

- keine Ahnung
- Arial
- Bodoni
- Calibri
- Myriad Pro
- Neue Helvetica
- Open Sans
- Times New Roman

Lindy's Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus. Den 1. Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodorierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig ausgeschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt. Tatsächlich besteht ein

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

- keine Ahnung
- Arial
- Bodoni
- Calibri
- Myriad Pro
- Neue Helvetica
- Open Sans
- Times New Roman

Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze „Big-Mäc“ oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Großmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwas-

Wie heißt dieser Buchstabe: B?

- Scharfes s
- Eszett

Welches u hat die richtige Schriftart?

Apfelm s

- Times New Roman
- Century Gothic

u U





- Neue Helvetica
- DIN 2014

u U



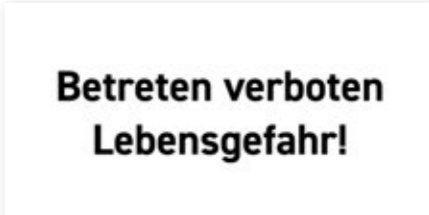
Bei wem würdest du deine Pizza bestellen?

- Pizza-Express-Liefer-Service
- *Pizza-Express-Liefer-Service*
- Pizza-Express-Liefer-Service
- **Pizza-Express-Liefer-Service**
- Pizza-Express-Liefer-Service
- *Pizza-Express-Liefer-Service*
- **PIZZA-EXPRESS-LIEFER-SERVICE**

Welche Visitenkarte überzeugt dich als Architekturbüro?

- 
- 
- 
- 

Welches Warnschild erfüllt seinen Zweck richtig?

- 
- 
- 

Welche Schrift drückt die Emotion von Grüaß di am besten aus?

- Abril Fatface Regular

Grüaß di

- Kepler Std Italic

Grüaß di

- Granville Regular

Grüaß di

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

- 1 • 2 • 3 • 4

elegant
elegant
elegant
elegant

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

- 1 • 2 • 3 • 4

neutral
neutral
neutral
neutral

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

- 1 • 2 • 3 • 4

solide
solide
solide
solide

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

- 1 • 2 • 3 • 4

verspielt
verspielt
verspielt
verspielt

Wie viele typografische Fehler vermutest du in diesem Text?

- keinen • 7
- 3 • 10
- 4 • 12

Dies ist ein Blindtext. An ihm lässt sich vieles ablesen und über die Schrift, in der er gesetzt ist. Auf den ersten Blick wird der Grauwert der Schriftfläche sichtbar. SCHLIEßLICH kann man prüfen, wie gut die Schrift zu lesen ist und wie sie auf den Leser wirkt. Man kann nachmessen, wie breit oder schmal sie läuft. Bei fleißigem Hinsehen werden die einzelnen Buchstaben und ihre Besonderheiten erkennbar. Wenn man oft "Schriften" miteinander vergleicht, wird man sie wiedererkennen und sogar benennen können... Natürlich spielt - für die Lesbarkeit - und die Wirkung einer Schrift auch eine "Rolle", wie groß oder wie klein sie gesetzt ist, wie die Typografie gestaltet und worauf sie gedruckt ist. Dies ist ein >Blindtext< aus den Jahren 1998-1999.

Die verwendeten Schriften werden im **Schriftenverzeichnis** aufgelistet.

Auswertung der Umfrage Teil 1

Die Bezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter. Zugunsten der Lesbarkeit wird nur das **generische Maskulin** verwendet.

Zu welcher Altersgruppe gehörst du?

An meiner Umfrage haben insgesamt **77 Personen** teilgenommen. Das Spektrum der Teilnehmer reicht von Studenten in jeglichen Studiengängen, über Berufstätige mit jeglichem Grad an typografischen Kenntnissen.

61% der Befragten sind zwischen 18 und 25 Jahren alt und weitere knapp 24%, sind zwischen 26 und 35 Jahren alt.

Was ist dein aktueller Bildungsstand und welche berufliche Richtung hast du?

Die Mehrheit der Teilnehmer, befindet sich im Studium/in der Ausbildung oder kann ein abgeschlossenes Studium/eine abgeschlossene Ausbildung vorweisen. Die beruflichen Richtungen gehen von *Bildungswissenschaften, Medieninformatik, Geo-informationstechnik, BWL, Rechtswissenschaften, Schifffahrt, Angewandter Informatik, Übersetzertätigkeiten, Webdevelopment, Maschinenbau, Tourismusmanagement, Grafikdesign, Ingenieurwesen, bis zum Küchenchef*. Einige der Befragten befinden sich zudem in Designagenturen im Bereich Grafik & Design, bedingt durch die Weiterleitung an meine Praktikumsagentur. Ebenso haben einige Professoren und Hochschuldozenten aus den naturwissenschaftlichen Bereichen teilgenommen. Die Mischung der beruflichen Felder ist somit breit gefächert.

Wie hoch ist deine Erfahrung im Bereich Design?

26 Teilnehmer haben sich bei der 2 eingetragen und verfügen über geringe Designkenntnisse. Die restlichen 50 Personen verteilen sich homogen, mit jeweils 10-16 Teilnehmern, über die Werte 1, 3, 4 und 5. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Design-erfahrungen der Teilnehmer, wie schon durch die beruflichen Felder ersichtlich wurde, unterschiedlich stark ausgeprägt sind.

Wie hoch ist deine Erfahrung im Bereich Typografie?

Bei dieser Frage ergibt sich ein feineres Bild der Befragten. Die typografischen Kenntnisse sind mit gut 76% der Teilnehmer über die Zahlen 1-3 verteilt. Die Mehrheit kann somit wenig mit dem Begriff Typografie anfangen und dies gilt bei der Auswertung der weiteren Fragen zu berücksichtigen. Die restlichen 24% resultieren durch Personen, mit einem Designstudium oder besitzen Berufserfahrung als Grafiker.

Sagen dir die Namen Arial, Times New Roman, Helvetica und Calibri etwas?

Bei dieser Frage haben 92% die Antwort: Ja, kenne ich, gewählt. Alle 77 Teilnehmer kennen somit entweder alle Schriftnamen oder zumindest einen Teil davon.

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

Jemand musste Josef K. was Böses getan hätte, Hund!« sagte er, es war Gregor Samsa eines M

Bei der ersten Schrifterkennungsfrage, bei der es sich um die Times New Roman handelt, haben auch 64 Teilnehmer diese Schrift identifizieren können. 5 Teilnehmer hatten keine Ahnung und die restlichen Teilnehmer haben die Arial, Bodoni, Calibri, Open Sans oder Neue Helvetica gewählt. Die meisten Teilnehmer erkennen somit die Times New Roman anhand ihres Schriftbildes wieder. Personen ohne grafische Kenntnisse, vermutlich durch das Erstellen von Hausarbeiten oder das Aufsetzen von Briefen.

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

nen Ureinwohner ihre Schwäbischen. Dagegen den Goldpokal gewonne des deutschen W

Bei der zweiten Frage waren die Antworten bereits gemischter. Hierbei handelt es sich um die Neue Helvetica und lediglich 18 Befragte konnten diese richtig erkennen. 50% der Teilnehmer haben die Schrift mit der Arial verwechselt. Dies lässt mich schlussfolgern, dass den Befragten das Schriftbild einer Serifenlosen zwar vertraut ist, die einzig bekannte Schrift, jedoch die Arial ist. Die restlichen Antworten streuen sich von der Bodoni, über die Open Sans oder der Calibri, bis hin zur Ahnungslosigkeit.

Um welche Schrift handelt es sich in diesem Textbeispiel?

die Zwiebel-Soße-Fladen bringen. Dadurch erreichen mindestens zehn Zentimeter Großmaul zu hoch s

Die Open Sans stellte die größte Herausforderung dar. 24 Teilnehmer haben hierbei keine Antwort geben können und 25 Befragte haben diese mit der Calibri verwechselt, da sich die Schriften in der Buchstabenform stark ähneln. Lediglich 11 Teilnehmer erkannten die Open Sans. Meine persönliche Befürchtung war, dass die Teilnehmer ahnungslos irgendwelche Antworten ankreuzen und ich somit kein klares Antwortenbild erhalte. Dies ist jedoch nicht eingetroffen, da die Meisten die Schrift entweder erkannt oder wenigstens optisch ähnliche Schriften angegeben haben.

Wie heißt dieser Buchstabe: ß?

Diese Frage diente als rein typografische Frage. 66 Teilnehmer waren sich einig, dass der Buchstabe als Eszett bezeichnet wird.

Welches u hat die richtige Schriftart?

Apfelmus

Diese Frage haben 95% richtig beantwortet. Dieses Ergebnis zeigt, dass die Befragten grundlegende Formen von Zeichen abgleichen können und klar erkennen konnten, dass das u einer anderen Schriftart, wie der Century Gothic, nicht in das Schriftbild passt. Genauso wurde die Schriftstärke abgeglichen, weshalb eine DIN 2014 Extra Light, nicht die richtige Antwort sein konnte.¹⁷

17 Vgl.: Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G. *Schriften erkennen: Eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User*/ Sauthoff; Wendt; Willberg. 13. Aufl. [s. l.]: Schmidt, 2014, S. 4.

Bei wem würdest du deine Pizza bestellen?

Pizza-Express-Liefer-Service
PIZZA-EXPRESS-LIEFER-SERVICE

Pizza-Express-Liefer-Service
Pizza-Express-Liefer-Service
Pizza-Express-Liefer-Service

Pizza-Express-Liefer-Service
Pizza-Express-Liefer-Service

Diese Frage diente der Analyse zur Schriftwirkung. Hierbei wurden bewusst verspielte und aussagekräftige Schriften verwendet, ohne zwingend gut lesbar zu sein.¹⁸ Jeweils 30 Personen entschieden sich für die Option 5 und 7, einmal in der Neuen Helvetica und in der Cinzel.

Ebenfalls mit großer Mehrheit, wurden die Optionen 1, 3 und 4 gewählt. Dies entspricht der Akaya Telivigala, LTC Bodoni 175 Pro und Alfa Slab One (von oben nach unten).

Eine Pizzeria weckt dementsprechend gewisse Emotionen bei dem Betrachter und anscheinend repräsentieren die Blackadder ITC und die UnifrakturCook, diese Atmosphäre nicht. Eine verschnörkelte Schrift und eine Frakturschrift, scheinen dem bekannten Pizza-Look nicht zu entsprechen. Mich überrascht, dass die Neue Helvetica zu dem am meist gewählten Schriftzug zählt, da diese Schrift im Vergleich der anderen Schriften sehr einfach wirkt.

Welche Visitenkarte überzeugt dich als Architekturbüro?

Diese Frage diente ebenfalls dazu, den *Look and Feel* von Schriften zu prüfen. So wurden die Visitenkarten für ein Architekturbüro in der Neuen Helvetica, Bodoni MT, Lobster Two und in der Bitter (OTF) gesetzt. Die Schriften sollten einmal eine neutrale, elegante, verspielte und statische Wirkung erzielen. Eine Architekturfirma sollte bestenfalls eine stabile, funktionsorientierte und architektonische Wirkung erreichen, damit man sich bei einem Hausbau für diese Firma entscheidet.¹⁹ Dies haben auch die Befragten in der Umfrage erkannt. 43 Personen entschieden sich für die Visitenkarte in der Neuen Helvetica und 24 Personen für den Look in der Bitter (OTF). Beides zwei Schriften, die durch ihre neutrale und stabile Wirkung, die Funktion für ein Architekturbüro erfüllen würden.



Gerade die Bitter (OTF), wirkt durch ihre kantigen Serifen, robust und kräftig.

18 Vgl.: Willberg, H. P. *Wegweiser Schrift: Erste Hilfe für den Umgang mit Schriften; was passt – was wirkt – was stört*/ Hans Peter Willberg. 3., überarb. und korrigierte Aufl. [s. l.]: Schmidt, 2008, S. 9.

19 Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 13.

Welches Warnschild erfüllt seinen Zweck richtig?

Betreten verboten
Lebensgefahr!

Ein Warnschild hat keine andere Funktion als zu warnen und in kürzester Zeit erfassbar zu sein. Lesbarkeit hat hier die höchste Priorität. Ein zu geringer Zeichen- oder Zeilenabstand, kann das Erfassen von Wortbildern enorm beeinträchtigen. Dasselbe gilt für eine zu verspielte Schrift.²⁰ 91% haben sich bei der Umfrage für die dritte Version entschieden. Die DIN 2014 in Bold. Ein dynamisches Formprinzip, scheint für die Meisten am besten lesbar zu sein und zudem die Warnung effektiv vermitteln zu können. Die restlichen 9% entschieden sich für die Option 1 in der Neuen Helvetica – trotz verengter Buchstabenabstände und verringertem Zeilenabstand. Hieraus schließe ich, dass den meisten Befragten diese verschlechterte Lesbarkeit nicht aufgefallen ist und viel mehr die Warnung in Versalien schlüssiger erschien.

Welche Schrift drückt die Emotion von *Grüß di* am besten aus?

Grüß di

Diese Frage sollte zeigen, welche Schriftart einzig und allein den akustischen Laut eines Wortes visualisieren kann.²¹ Zur Option standen die Abril Fatface Regular, Kepler Std Italic und Granville Regular. Die bairische Begrüßung, wirkt freundlich und es schwingt eine Leichtigkeit bei der Aussprache mit. Bei dieser Frage kann es selbstverständlich keine richtige oder falsche Antwort geben, da dies subjektive Empfindungen sind. Trotz dessen, haben sich 59 Personen für das *Grüß di* in der Kepler Std Italic entschieden. Diese Kursive scheint diese Leichtigkeit zu repräsentieren. Die restlichen Antworten verteilen sich gleichermaßen auf die anderen beiden Schriftarten.

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

elegant
elegant
elegant
elegant

Die folgenden vier Fragen dienen ebenfalls zur Analyse der Schriftwirkung. Die erste Schrift entspricht immer der Corporate A Pro, die zweite der Neuen Helvetica, die dritte der Bitter (OTF) und die letzte Schrift ist die LiebeGerda.²² Auch hier gilt: Es handelt sich um subjektive Empfindungen. 50% der Teilnehmer haben sich für die vierte Version entschieden und weitere 43% für die erste Version. Somit wurde erkannt, dass eine handgeschriebene und geschwungene Schrift, eine gewisse Eleganz repräsentiert oder Assoziationen zu hochwertigen Veranstaltungen, wie Hochzeitseinladungen weckt. Ebenso die Corporate A Pro, die durch ihren Strichstärkenkontrast, ähnlich zur Bodoni, klassisch wirkt und zu Modemagazinen passen könnte.

²⁰ Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 40.

²¹ Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 20.

²² Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 74–75.

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

solide
solide

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

neutral

Welche Schrift trifft die richtige Emotion?

verspielt

Wie viele typografische Fehler vermutest du in diesem Text?

- *B im Versalsatz*
- *zu enge Zurichtung*
- *zu weite Zurichtung*
- *falsche Anführungszeichen*
- *falsche Auslassungszeichen*
- *Divise als Gedankenstriche*
- *falsche Kursive*

Für eine solide Wirkung, haben sich 52% für die dritte Option entschieden und 42% für die Zweite. Sowohl die Neue Helvetica, als auch die Bitter (OTF), strahlen Stabilität aus. Die gleichmäßige Strichstärke scheint hier der ausschlaggebende Punkt zu sein, da die anderen beiden Schriftarten diese Eigenschaft nicht aufweisen.

Bei dem Thema Neutralität, waren sich die Befragten einig. 77% entschieden sich für die zweite Version, somit der Neuen Helvetica. Der Grund hierfür, könnte das Fehlen der Serifen gewesen sein, die der Schrift keine Feinheiten verleiht, sowie der einheitliche Strichstärkenkontrast.

Die Verspieltheit haben 87% der letzten Schriftart zugeordnet. Die geschwungene Handschrift vermittelt sicher die Individualität des Schreibers und somit sorgen die weichen Schriftzüge für einen Grad der Verspieltheit.

Diese Frage war hauptsächlich für Personen mit typografischen Kenntnissen vorgesehen. Einige Fehler sollten sofort ersichtbar sein und somit im besten Fall jedem auffallen. Andere Fehler galten als Test.²³ 43% haben vier Fehler vermutet und 32% sieben Fehler. Dies zeigt, dass die Mehrheit der Teilnehmer, nicht alle Feinheiten in der Typografie kennt.

Dies ist ein Blindtext. An ihm läßt sich vieles ablesen und über die Schrift, in der er gesetzt ist. Auf den ersten Blick wird der Grauwert der Schriftfläche sichtbar. SCHLIEßLICH kann man prüfen, wie gut die Schrift zu lesen ist und wie sie auf den Leser wirkt. Man kann nachmessen, wie breit oder schmal sie läuft. Bei fleißigem Hinsehen werden die einzelnen Buchstaben und ihre Besonderheiten erkennbar. Wenn man oft "Schriften" miteinander vergleicht, wird man sie wiedererkennen und sogar benennen können... Natürlich spielt für die Lesbarkeit - und die Wirkung einer Schrift auch eine "Rolle", wie groß oder wie klein sie gesetzt ist, wie die Typografie gestaltet und worauf sie gedruckt ist. Dies ist ein >Blindtext< aus den Jahren 1998-1999.

²³ Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 57–58.

Eigenschaften einer *guten* Schrift

Eigenschaften einer *guten* Schrift

Bevor eine Schrift als *gut* klassifiziert werden kann, sollte darauf hingewiesen werden, dass das Wahrnehmen von Schriften immer subjektiv erfolgt und vor allem unterschiedliche Ansprüche und Maßstäbe existieren.¹

Es gilt: Schrift hat für das vorgegebene Medium zu funktionieren.

Zudem haben wir uns stark an Schriften gewöhnt.² Dies bedeutet, wenn jemand viel liest und je nachdem, welche Lesegewohnheiten bei dieser Person vorliegen, wird sich die Person an ähnlichen Schriften, wie die des täglichen Bedarfs, orientieren.³ Ebendiese wird die Person als *gute* Schriften betiteln, weil diese für die Person gut funktionieren.⁴ Demnach gibt es, laut Erik Spiekermann, keine „schlechten Schriften“⁵.

Nichtsdestotrotz gibt es Eigenschaften, die eine Schrift als *gut* und vielleicht sogar als *zeitlos* definieren lassen. Ein wichtiger Faktor ist die **Vertrautheit**. Das menschliche Auge sollte nicht an unvertrauten Buchstabenformen der Schrift aufgehalten werden.⁶ Eine gute Schrift fällt nicht auf, sondern tritt beim Lesen zurück. Sie sorgt dafür, dass der Lesende Zeile für Zeile flüssig erfassen kann und keine Flecken oder Löcher im Schriftbild den Lesefluss unterbrechen.⁷ Aber Schrift kann nicht an sich gut oder schlecht sein, denn selbst die beste Schrift kann schlecht gesetzt, einfach schlecht sein.⁸

1 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 17.

2 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 80.

3 Vgl.: Ebd., S. 43.

4 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 173.

5 Ebd., S. 173.

6 Vgl.: Hochuli, J. *Das Detail in der Typografie: Buchstabe, Buchstabenabstand, Wort, Wortabstand, Zeile, Zeilenabstand, Kolumne; [eine kurz gefasste, prägnante Erörterung jener Fragen, die sich mit der Lesbarkeit von Texten befassen]* [Jost Hochuli]. 2., überarb. Aufl., neue Ausg., überholt und stark erw. [s. I.]: Niggli, 2011, S. 13.

7 Vgl.: Voelker, J. U., 2015, S. 107.
Und: Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 48.

8 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 35, S. 75.

Leserlichkeit & Lesbarkeit

Leserlichkeit und Lesbarkeit sind keine getrennten Begriffe. Viel mehr sind beide Begriffe voneinander abhängig.⁹

„Die Leserlichkeit hat die Lesbarkeit als Ziel.“¹⁰ Jan Filek

Die **Leserlichkeit** beschreibt das Unterscheiden von einzelnen Zeichen. Der Leser kann somit die Buchstabenformen leicht differenzieren und es kommt zu keiner Verwechslungsgefahr zwischen einzelnen Zeichen.¹¹

Jeder Buchstabe ist eindeutig erkennbar. Für die Leserlichkeit ist jedoch die **Varianz der Buchstaben**, deren **Ähnlichkeiten** untereinander und auch deren **Spiegelsymmetrie** problematisch. Buchstaben in sämtlichen Schriftvariationen zu erkennen und diese trotz ihrer ähnlichen Formmerkmale auch gut differenzieren zu können oder gewisse Buchstaben, wie **p** und **q** oder **d** und **b** trotz ihrer Spiegelung gekonnt auseinander zu halten – sind vor allem Probleme von Leseanfängern.¹²

Die Leserlichkeit ist zudem von äußeren Leseumständen abhängig, als auch von der **Gewohnheit** des Lesers. Verfügt der Lesende über ein gutes Sehvermögen, ist die Papierbeschaffenheit gut genug, stimmt der Betrachtungswinkel oder Ähnliches.¹³

Meta Pro & LiebeGerda

a A a A

Buchstabenvarianz

o d b p a

ähnliche Merkmale

d b

p q

o o

q p

spiegelsymmetrisch

⁹ Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 72.

¹⁰ Ebd., S. 63.

¹¹ Vgl.: Unger, G., 2009, S. 25.

¹² Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 30.

¹³ Vgl.: Cornelius, A. M. *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten*/ Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. l.]: Schmidt, 2017, S. 30–31.

Illusion

Trade Gothic Next LT Pro

Illusion

PT Sans Pro

αναγνωσιμότητα

Leserlichkeit

Leserlichkeit

Source Sans Pro

ENOMA
ENOMA

Bodoni URW
Helvetica Neue LT Std

In diesem Fall ist die Verwechslungsgefahr des großen l's und des kleinen l's bei der **Trade Gothic Next LT Pro**, höher als bei der **PT Sans Pro**.

Dieses griechische Wort bedeutet übersetzt: **Leserlichkeit**. Jemand, der kein griechisch lesen oder verstehen kann, wird Schwierigkeiten haben, dieses Wort als **lesbar** zu beschreiben. Auch wenn diese Schrift **leserliche Buchstaben** mit sich bringt.

Dasselbe Wort in der deutschen Sprache, sollte für jeden Muttersprachler lesbar sein. Aber auch eine **leserliche Schrift** kann schlecht lesbar sein, wenn sie schlecht gesetzt ist. (Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 63.)

Unter schlechten Sicht-/Sehbedingungen wird die **Bodoni** schlechter zu lesen sein, als die **Neue Helvetica**. Dies liegt an den unterschiedlichen Strichstärkenkontrasten.

In diesem Fall ist für die Leserlichkeit der Buchstaben ein starker Strichstärkenkontrast unter schlechten Sehbedingungen hinderlich. (Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 30.)

Im Hinblick auf die typografische Umsetzung, steht die **Lesbarkeit** für die Gesamtwirkung einer Schrift. Hierbei spielen die Schriftgröße, der Zeilenabstand, die Zeilenlänge, als auch der Rhythmus von Schwarz und Weiß, eine wichtige Rolle. Eine gut leserliche Schrift muss nicht zwangsläufig gut lesbar sein, wenn die typografische Umsetzung sich nicht an den Proportionen und Formen der Schrift orientiert.¹⁴ Aber auch die Lesemotivation und die Gewohnheit des Lesers, kann das Empfinden der Lesbarkeit erheblich beeinflussen.¹⁵

„Leser lesen am besten, was sie am häufigsten lesen.“¹⁶

Zuzana Licko

Ist der Text über einen längeren Zeitraum *gut* lesbar und der Lesefluss ungestört, steht dies für gute Lesbarkeit.¹⁷ Ein „stimmiger Einklang“¹⁸ aus einem gleichmäßigen Schwarz-Weiß-Rhythmus, einem somit angenehmen Grauwert, gleichmäßigen Proportionen und einer eindeutigen Formensprache, einheitlicher Strichstärke, ohne zu starke Kontraste und einer gleichmäßigen Zurichtung, sind gute Voraussetzungen einer guten Lesbarkeit.¹⁹

Eine Schrift muss nicht alle Anforderungen in vollem Maße erfüllen, dennoch sind eine saubere Buchstaben- und Schriftbildqualität wichtig, damit die Schrift mit ihrer Typografie unter sämtlichen Umständen lesbar bleibt.²⁰

Leserlichkeit bezieht sich auf die einzelnen Buchstabenformen und die Lesbarkeit auf das „größer[e] Ganze“^{21, 22}

14 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 32.

15 Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 53.

16 Unger, G., 2009, S. 43.

17 Vgl.: Ebd., S. 25.

18 Cornelius, A. M., 2017, S. 26.

19 Vgl.: Ebd., S. 26.

20 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 35.

21 Unger, G., 2009, S. 25.

22 Vgl.: Ebd., S. 25.

Lohnt es sich nun zu clustern, was beim Art Direktor hinten rauskommt? Überlassen wir das den Metzger. So sprechen sie vom Blutwurst-Blindtext, wenn grobe Originalblindtextbrocken in einer ansonsten undefinierbaren Blindtextmasse zu finden sind. Sie sprechen vom Schinken-Blindtext, wenn ein runder geschlossener Blindtext am Stück an einem Foto-Knochen montiert ist. Und es gibt das Blindtext-Filetstück. Das ist der seltene Fall, daß ein Blindtext

So gibt es Regeln für HTML, CSS, JavaScript oder auch XML; Worte, die Sie vielleicht schon einmal von Ihrem Entwickler gehört haben. Diese Standards sorgen dafür, dass alle Beteiligten aus einer Webseite den größten Nutzen ziehen. Im Gegensatz zu früheren Webseiten müssen wir zum Beispiel nicht mehr zwei verschiedene Webseiten für den Internet Explorer und

*Ein Text in der **Adobe Garamond Pro**, ist für einige Leser lesbarer, als ein gleichformatierter Text in der **Helvetica Now Text**.*

*Dies liegt an der Gewohnheit des Lesers. Liest eine Person häufiger Romane oder die Zeitung, so wird diese Person vermutlich eine **Serifenschrift als gut lesbar beschreiben, als eine Serifenlose – in diesem Fall, die Helvetica Now Text.***
(Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 5.)

Meta Pro Regular mit optimalen Abständen

Dies ist ein Blindtext, um die Lesbarkeit zu prüfen. Die Zeilenlänge, der Zeilenabstand, die Buchstabenabstände und der Rhythmus von Schwarz und Weiß beeinflussen die Lesbarkeit eines Textes.

Zu geringer Zeilenabstand

Dies ist ein Blindtext, um die Lesbarkeit zu prüfen. Die Zeilenlänge, der Zeilenabstand, die Buchstabenabstände und der Rhythmus von Schwarz und Weiß beeinflussen die Lesbarkeit eines Textes.

Zu geringer Buchstabenabstand

Dies ist ein Blindtext, um die Lesbarkeit zu prüfen. Die Zeilenlänge, der Zeilenabstand, die Buchstabenabstände und der Rhythmus von Schwarz und Weiß beeinflussen die Lesbarkeit eines Textes.

Zu weiter Buchstabenabstand

Dies ist ein Blindtext, um die Lesbarkeit zu prüfen. Die Zeilenlänge, der Zeilenabstand, die Buchstabenabstände und der Rhythmus von Schwarz und Weiß beeinflussen die Les-

Unregelmäßiger Buchstabenabstand

Dies ist ein Blindtext, um die Lesbarkeit zu prüfen. Die Zeilenlänge, der Zeilenabstand, die Buchstabenabstände und der Rhythmus von Schwarz und Weiß beeinflussen die Lesbarkeit eines Textes.

Zu fette Schriften im Mengentext

Die Franklin Gothic ist eine Displayschrift und bietet in großen Größen eine gute Lesbarkeit. Für den Mengentext ist diese nicht gut geeignet.

→ **Buchstabenqualität**

Wichtig für eine gute Buchstabenqualität ist eine **einheitliche Formensprache**, welche sich durch die immer wiederholenden Details in den Buchstabenformen ergibt. Hierdurch entsteht ein harmonisches Schriftbild und das Auge des Lesers kann beim Lesen entspannen, da es an keinen zu prägnanten Einzelheiten hängen bleibt. Hierzu zählen einheitliche Binnenformen, Abschlüsse, wiederkehrender Strichstärkenkontrast und homogen vertikale, also auch horizontale Proportionen.²³

„Durch ihr gemeinsames Auftreten haben die Details eine deutliche Stimme im Chor der Buchstaben.“²⁴ Gerald Unger

Ein a hat immer noch wie ein a auszusehen und sollte keine Ähnlichkeiten zu einem anderen Buchstaben aufweisen.

Die Formensprache sollte zudem auch „**eindeutig**“²⁵ und „**unverwechselbar**“²⁶ sein, damit das Auge die Zeichen anhand ihrer markanten Konturen schneller zuordnen kann.²⁷

acfgry odbp arefgy

Abril Fatface

Bodoni MT

Questa Grande

abcdehmnopqrsu

Meta Pro

23 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 116.

24 Unger, G., 2009, S. 105.

25 Öttl, S., 2020, S. 53.

26 Ebd., S. 53.

27 Vgl.: Ebd., S. 53.

Hierbei sind die **Proportionen** der Schrift, das Verhältnis von Mittel-, Ober- und Unterlängen, ausschlaggebend.²⁸ Bei einer gut proportionierten Schrift, ist die **x-Höhe** in einem ausgewogenen Verhältnis zur Höhe der Großbuchstaben. Dies bedeutet, dass beim Lesen die Ober- und Unterlängen zur Unterscheidbarkeit der Zeichen beitragen.²⁹

Für das Erkennen von Zeichen, ist die obere Hälfte der Mittellänge am stärksten mit den Unterscheidungscharakteristika, der Zeichen ausgeprägt.³⁰

Um einen einheitlichen Formstil zu erreichen, geben die Versalien **H, O** und **V** und die Gemeinen **n, o** und **v** die Proportionen und Strichstärkenverhältnisse vor.³¹

hampurgetfont | hn

Dunbar Low

hampurgetfont | hn

Dunbar Text

hampurgetfont | hn

Dunbar Tall

Die Oberlänge des **h**'s, ist das charakteristische Unterscheidungsmerkmal zum **n**. Bei einer zunehmenden **x-Höhe**, gleichen sich beide Buchstaben im-

mer weiter an, so dass man bei der **Dunbar Tall** schwerer differenzieren kann, welcher Buchstabe dem **h** und welcher dem **n** entspricht.

(Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 96.)

Eine ausgeprägte Mittellänge sorgt für eine bessere Lesbarkeit. Jedoch sollten die Ober- und Unterlängen im Verhältnis

lang genug sein, damit keine Verwechslungen zwischen beispielsweise einem **i** oder **j** auftreten.

28 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 113.

29 Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 101.

30 Vgl.: Hochuli, J., 2011, S. 14–15.

31 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 18.

Die Buchstabenformen sollten allerdings auch nicht zu ähnlich gestaltet sein, da dies bei einzelnen Buchstabenformen bereits eine Gefahr birgt, mit anderen Zeichen verwechselt zu werden. Ebenso wichtig ist die **Trennschärfe** der Zeichen. Buchstaben wie ein **r** und ein **n**, dürfen im Falle eines schlechten Drucks oder einer zu engen Setzung, kein **m** bilden. Um der Verwechslungsgefahr entgegenzuwirken, sind offene Binnenformen eine bessere Wahl als geschlossene. Gerade die Buchstaben e oder c, werden häufiger mit einem o verwechselt, da in kleinen Größen die Zeichen mit geschlossenen Binnenformen vermehrt zusammenschmelzen.³² Bei geschlossenen Binnenformen werden die Vertikalen betont, was nicht unbedingt immer Dynamik im Lesefluss vermittelt. Ein ausgewogenes Verhältnis von vertikalen als auch horizontalen Komponenten, begünstigt den Lesefluss.³³

Zudem sind **optische Ausgleiche** bei Buchstaben elementar. Einige Buchstaben überragen in der Vertikalen die x-Höhe, da runde Formen kleiner als gerade Formen wirken. Dasselbe gilt für die Waagerechten, die breiter wirken als die Senkrechten.³⁴

Wichtig für die Lesbarkeit von Texten ist auch ein angenehmer **Strichstärkenkontrast**. Im besten Fall sollte dieser gering ausfallen, damit das Auge nicht durch harte Kontraste im Mengentext abgelenkt wird.³⁵

momentum

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und ver-

Nimbus Sans

momentum

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren

Bei der Didot LT Pro ist der starke Strichstärkenkontrast für den Mengentext hinderlich, da die starken Kontraste den Lesefluss stören.

³² Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 53.

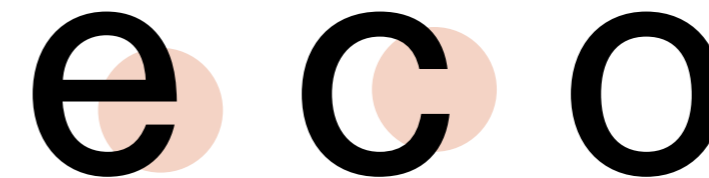
³³ Vgl.: Ebd., S. 61.

³⁴ Vgl.: Ebd., S. 57.

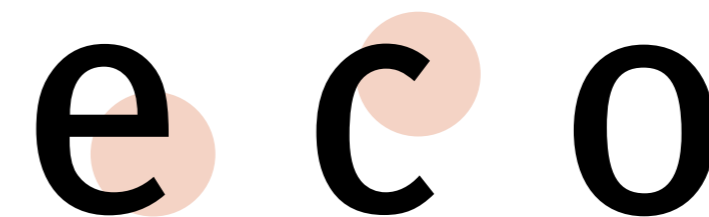
³⁵ Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 172.



r und n können bei zu enger Setzung oder schlechter Sehfähigkeit bei der Nimbus Sans, zu einer Verwechslung mit dem Buchstaben m führen, da sich die Bögen der beiden Buchstaben ähneln. Tiefere Einschnitte beim r oder Tropfenbildungen, sind gute Lösungen.



Bei der Nimbus Sans können die geschlossenen Binnenformen zu einer Verwechslung der Buchstaben e und c mit dem o führen.



Bei der Meta Pro sind die Binnenformen offener und die Buchstaben lassen sich leichter differenzieren.



Das O ragt über die Versalhöhe hinaus. Mit dieser Täuschung, wirkt das O optisch gleich groß, wie die anderen Versalien.

→ **Schriftbildqualität**

Damit ein Schriftbild lesbar wird und zudem eine harmonische Gesamtwirkung erzielt, ist ein ausgeglichener und gleichmäßiger **Schriftrythmus** essenziell. Wörter bestehen aus Buchstaben und ebendiese aus einzelnen Formen. So sind aber nicht nur die Buchstabenformen für das Schriftbild relevant, sondern auch dessen „**Gegenformen**“³⁶. Diese Weißräume werden durch die Zurichtung, das Kerning, den Buchstaben-, Wort- und Zeilenabstand, als auch durch die Größe der Punzen der Zeichen, bestimmt. Steht dies zusammen mit einer sauberen Buchstabenqualität in einem gelungenen Verhältnis zueinander, so entsteht ein Rhythmus aus Schwarz und Weiß.³⁷

Aus ebendiesem „Takt“³⁸ ergibt sich der **Grauwert** einer Schrift. Hierbei sind die Schriftgröße, die Zeilenabstände, als auch die Strichstärke, ein Einflussfaktor für den Grauwert. Je heller dieser Grauwert ist, desto angenehmer wird es für den Lesenden, den Text entspannt zu erfassen.³⁹ Aber auch hier gilt ein Mittelmaß.

Die **Zurichtung**, die Vor- und Nachbreite eines Zeichens, wird bereits vom Schriftgestalter so konzipiert, dass die einzelnen Zeichen bestenfalls nicht miteinander kollidieren. Ist dies doch der Fall, so können mit dem Kerning die Abstände zueinander korrigiert werden, wie bei den Problemzonen: **AV** oder **Ty**.⁴⁰

Wenn eine schlechte Zurichtung vorliegt, droht die Gefahr des **Crowdings**. Buchstaben verschmelzen optisch ineinander und ergeben schlimmstenfalls einen anderen Buchstaben. Dies geschieht auch, wenn kleine Schriftgrade auf Distanz gelesen werden sollen. Hierfür sollte manuell die **Laufweite** der Schrift angepasst werden.⁴¹

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschlossen wohnen sie in Buchstabenhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein

Arial in 6 pt; LW: 0

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschlossen wohnen sie in Buchstabenhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

Arial in 6 pt; LW: +25

36 Jong, S. de; Jong, R. de *Schriftwechsel: Schrift sehen, verstehen, wählen und vermitteln*/ Stephanie & Ralf de Jong. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2008, S. 40.

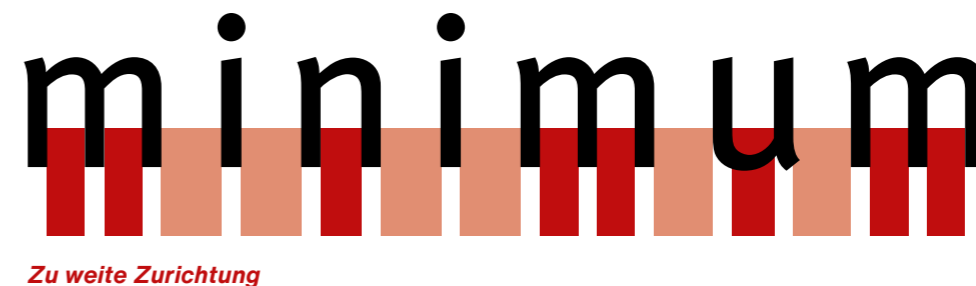
37 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 58.

38 Cornelius, A. M., 2017, S. 104.

39 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 40–41.

40 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 58.

41 Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 103.



Gute Zurichtung ist wie ein gut gebauter „Gartenzaun“, ein gleichmäßiger Rhythmus aller Elemente. (Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 70.)



In diesem Prospekt wurden die Zeichen viel zu eng gesetzt. Die 50 verschmilzt mit dem Prozentzeichen, zu beinahe einem einzigen Zeichen.



Wie bereits unter Relevanz von Typografie gezeigt: Zu verspielt, zu eng gesetzt, die Buchstaben überlagern sich und falsche Schriftwahl.

Der **Buchstabenabstand** sollte somit nach einer Faustregel die Breite der Innenräume der Zeichen bemessen. Bei Serifenlosen kann dieser Abstand auch geringer ausfallen, sollten aber optisch gleich groß wirken.⁴² Bei Veränderung der Schriftgröße, müssen die Weißräume zwischen den Zeichen mit angepasst werden. Zu weite Buchstabenabstände reißen die Wörter auseinander und zu enge Abstände sorgen für ein fleckiges Gesamtbild.⁴³

Für den **Wortabstand** gelten ähnliche Regeln wie für den Buchstabenabstand. Ist dieser zu groß, entstehen Löcher im Schriftbild und die Wortbilder ergeben kein stimmiges Bild. Zu gering, können Wörter nicht mehr voneinander differenziert werden. Als Maß gilt die Breite des i's oder die eines Viertelgevierts.⁴⁴

Für den Grauwert, als auch für die Lesbarkeit, ist der **Zeilenabstand** sehr entscheidend. Besitzt die Schrift schmale Punzen oder eine geringe Mittellänge wird weniger Zeilenabstand benötigt. Bei breiten Punzen, oder Schriften mit höherer Mittellänge, ein größerer Zeilenabstand.⁴⁵

All diese Begriffe stehen in unmittelbarer Abhängigkeit zueinander. Wird ein Wert geändert, verändert sich das gesamte Schriftbild. Gerade der Weißraum einer Schrift ist elementar, um einen Text problemlos erfassen zu können. Ist der Weißraum zu großzügig und die Zurichtung, der Wort- und Zeilenabstand zu groß, verschlechtert sich die Lesbarkeit des Textes enorm. Bei einem zu geringen Weißraum, verdichtet sich das Schriftbild zu Anhäufungen an schwarzen Formen, der Grauwert der Schrift nimmt stark zu und es kommt zu Leseschwierigkeiten. In beiden Fällen ist der Schriftrhythmus gebrochen und es kommt zu keinem einheitlichen und harmonischen Schriftbild.⁴⁶

42 Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 64.

43 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 77.

44 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 143.

45 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 122.

46 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 87.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein

Meta Pro
Wortabstand 100%

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort

Arial; Wortabstand 150% in 9 pt/11 pt
Ist der Wortabstand zu weit, ist der Zeilenabstand mit dem Buchstabenabstand identisch.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein na-

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen

Meta Pro
Wortabstand 200%

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort

Arial; Wortabstand 150% in 9 pt/12 pt

Nimbus Sans Light
in 11 pt/15 pt; LW: +60

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den

Arial in 11 pt/12 pt;
LW: -20

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den

Nimbus Sans
in 13 pt/16 pt

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstaben an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den

→ Schriftausbau

Voraussetzungen für eine gute Leseschrift sind nicht nur eine saubere Buchstaben- und Schriftbildqualität, sondern auch ein gut ausgebauter **Zeichensatz** und eine größere **Schriftfamilie**. Hierzu zählen *Groß- und Kleinbuchstaben, bestenfalls auch in anderen Sprachen, Interpunktions- und Sonderzeichen, Ziffern, Ligaturen, Kapitälchen oder Alternativzeichen einer Schrift.*⁴⁷

„Eine gute Schrift besitzt mindestens die gesamte Anzahl der im ASCII-Code festgelegten Standardzeichen [...].“⁴⁸ Ulysses Voelker

Aa Bb

Groß- und Kleinbuchstaben

.,! ,?

Interpunktions

€ TM

Sonderzeichen

ff fi

sb st

Ligaturen



Symbole

g g

Alternativzeichen

1¹₁ 23

Ziffern

47 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 62.

48 Voelker, J. U., 2015, S. 109.

49 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 69.

Der Ausbau der **Schriftschnitte** verhält sich ähnlich wie zu dem des Zeichensatzes.

„Eine gute Schrift ist daher zumindest als **Schriftfamilie** vorhanden.“⁵⁰ Ulysses Voelker

Je größer die Anzahl der Schriftschnitte ist, umso variabler ist der Gestalter, die Schrift in unterschiedlichen Anwendungen einzusetzen. Mit Hilfe verschiedener Schriftschnitte können typografische Hierarchien geschaffen und unterschiedliche Emotionen hervorgerufen werden.⁵¹

Meta Pro
Feine Strichstärken

Aa

Hairline

Aa

Thin

Aa

Light

Mittlere Strichstärken

Aa

Normal

Aa

Book

Aa

Medium

Starke Strichstärken

Aa

Bold

Aa

Black

50 Voelker, J. U., 2015, S. 109.

51 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 63.

→ Technische Qualitäten

Ein weiteres Kriterium ist vor allem, auf welchem Untergrund die Schrift final verwendet werden soll. Eine Schrift für Fließtexte ist anders ausgelegt, als eine Schrift für Bildschirme oder für Plakate. Hinzu kommt die Beschaffenheit des Untergrundes. Ist die Schrift für Papier ausgelegt und wenn ja, für raues oder glänzendes Papier? Ist die Schrift für Leuchtwände geeignet oder nicht? Somit ist auch die Frage, wie eine Schrift hergestellt wird, für ihre schlussendliche Nutzung äußerst relevant.

(Vgl.: Heger, Dr. C. Zu Besuch beim Typografen Erik Spiekermann/ Dr. Christian Heger, 2014, 00:01:19. Zu finden auf: <https://bit.ly/38bb9uF>; letzter Zugriff am: 29.03.2022.)

Schriften sollten zudem auch einige technische Anforderungen erfüllen. Das Fontformat **OpenType**, ermöglicht erweiterte typografische Funktionen, in dem Ligaturen oder Kapitälchen automatisch über mehrere Betriebssysteme gesetzt werden können und nicht aus verschiedenen Fonts gesucht werden müssen.⁵²

Hinzu kommt das **Hinting**, bei welchem die Kontur der Zeichen für kleine Schriftgrade auf Bildschirmen korrigiert wird.⁵³

Zudem gibt es **Anpassungen** für die unterschiedlichen Schriftschnitte. Bei der Helvetica Neue LT Std kann bei dem kleinen **a** der Endstrich von einer l-förmigen Endung zu einem verkürzten Stumpf erfolgen. Bei einigen Schriften gibt es spezielle **Designgrößen**, die den Charakter einer Schrift beibehalten, aber Änderungen in den Formen oder Proportionen beinhalten. Diese Designgrößen sollen dem Nutzer die Möglichkeit geben, für unterschiedliche Größenanwendungen denselben Charakter einer Schrift zu bieten.⁵⁴

aaaaaaaaaa

27 Ultra Light
Condensed

107 Extra Black
Condensed

aaaaaaaaaa

25 Ultra Light

95 Black

aaaaaaaaaa

23 Ultra Light
Extended

93 Black
Extended

52 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 64.

53 Vgl.: Ebd., S. 64.

54 Vgl.: Ebd., S. 66.

Wirkung/Atmosphäre & Charakteristik

Schriften besitzen **Charakter** und strahlen dementsprechend immer eine **Wirkung** aus. Ausgehend von ihrer Formensprache, der Qualität der Zeichen und der subjektiven Wahrnehmung des Betrachters, evozieren Schriften unterschiedliche Emotionen.⁵⁵ Eine Schrift ist aber auch immer ein geprägtes Kind ihrer Zeit. Die Wirkung einer Schrift ist somit nicht unabhängig von ihrem Entstehungsort und ihrer Entstehungszeit.⁵⁶ Wenn eine Schrift kulturell geprägt ist oder eine besondere Entwicklung durchlaufen hat, so verknüpft der Betrachter diese Schrift auch mit dem dazugehörigen geschichtlichen Zeitraum.⁵⁷

Times New Roman

Diese Schrift wurde
speziell für die
Londoner Times
angefertigt.

„Buchstaben sind nicht
nur *characters* (engl.),
sie haben auch Charakter.“⁵⁸

Sabrina Öttl

Schrift dient somit nicht nur als Vermittler von Informationen, sondern schafft unabhängig davon, auch eine eigene **Atmosphäre**.⁵⁹ Mit diesem „Look and Feel“⁶⁰ eignen sich Schriften für gewisse Anwendungsbereiche. Dies fällt bereits bei der Gestaltung einiger Logos auf. Berufsgruppen, wie Beautysalons oder Anwaltskanzleien, bedienen sich häufig an ähnlichen Schriften. Diese Verwendung bestätigt bereits, dass Schriften durch ihre Erscheinungsmerkmale und somit deren Wirkung, für gewisse Institutionen entstehen und deren Botschaft vermitteln können.⁶¹

Beauty
Anwalt

55 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 78.

56 Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 12.

57 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 17.

58 Ebd., S. 20.

59 Vgl.: Hochuli, J., 2011, S. 56.

60 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 22.

61 Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 105.

Universität

Meta Pro

Universität

Adobe Garamond

Gesetzbuch

Nimbus Sans

Gesetzbuch

Corporate A Pro

Demokratie

Poppins

Hochzeit

Vivaldi Italic

Der Schriftentwerfer prägt die grundlegende Atmosphäre mit seiner Handschrift, ausgehend von der reinen Buchstabenform. Hat man sich für offene oder geschlossene Formen entschieden, dient die Schrift für Mengentexte oder für laute Headlines. Hierbei spielt häufig die individuelle Erfahrung oder Vorliebe des Schriftentwerfers eine wichtige Rolle.

(Vgl.: Heger, Dr. C., 2014, 00:07:25.)

Die Wirkung von Schriften basiert auf den unterschiedlichen Formprinzipien. Schriften, die ein **dynamisches Formprinzip** besitzen, somit eine offene Formensprache vorweisen, wirken häufig „sympathisch, warmherzig, alternativ, offen, natürlich, informell, locker, einladend, gefühlsbetont und zeitlos“⁶².

Schriften mit einem **statischen Formprinzip** werden als „kühl, edel, teuer, modisch, neutral, elegant, weiblich, klassisch, steif [oder] formell“⁶³ wahrgenommen.

Die Wirkung von **Serifenlosen** ist aufgrund ihrer starken Reduziertheit, häufig *kalt, nüchtern und neutral*.⁶⁴

Schriften mit einem **geometrischen Formprinzip** werden als „funktional, rational, geplant, reformatorisch, sozial, neutral, demokratisch, zurückhaltend und reduziert“⁶⁵ wahrgenommen.

Schreibschriften hingegen wirken „formell, edel, komplex, wertvoll [und] traditionell“⁶⁶.

Rechte Winkel: hart

Input Serif

Abgerundete Winkel: weich

Adonis

schmale Zeichen: labil

Trade Gothic Next LT
Pro Condensed

breite Zeichen: stabil

Nimbus Sans

hohe Ober- und Unterlängen: elegant

Dunbar Low

hohe x-Höhe: bodenständig

Dunbar Tall

So gibt es Schriften, die bereits in ihrer Ausstrahlung dem Leser vermitteln, welche Signale von ihnen ausgehen. Somit können grobe und fette Schriftzüge lauter wirken, als zarte und leichtgesetzte. Schriften vermitteln deshalb ihre Information, wie sie gelesen werden sollen.

(Vgl.: Heger, Dr. C., 2014, 00:02:37.)

S. 56

Diese Empfindungen sind aber nicht bei jedem Betrachter gleich. Diese Aussagen können somit nicht objektiv betrachtet werden. Eine Person ohne gestalterische oder typografische Kenntnisse, wird eine Schrift anders empfinden, als ein Typograf. Hinzu kommt, dass Farben die Wirkung von Schriften erheblich beeinflussen können.⁶⁷ Zudem können unterschiedliche Erfahrungen und Erlebnisse die Wirkung der Schrift bei dem Betrachter lenken. Eine an sich nüchterne Schrift, kann bei dem Einen lebhaft und warm wirken, bei dem Nächsten kühl und langweilig. Jeder nimmt eine Schrift unterschiedlich wahr und hat dabei unterschiedliche Assoziationen.⁶⁸

Das Auge des Nicht-Gestalters vermag nicht unbedingt die spezielle Atmosphäre einer Schrift zu kennen, trotz dessen kann zwischen feierlichen und alltäglichen Schriftwirkungen unterschieden werden. Eine handgeschwungene Schrift auf einer Hochzeitskarte, wird direkt mit etwas Besonderem verknüpft. Bei alltäglichen Schriften in Zeitungen oder Broschüren, wird man sich keine weiteren Gedanken über die Atmosphäre machen, sie werden vermutlich als „Grundlebensmittel“⁶⁹ wahrgenommen und nicht weiter hinterfragt.⁷⁰ Bei subjektiven Äußerungen über eine Schrift, sollte aber differenziert werden, ob die Meinung auf rein geschmacklicher Ebene beurteilt wird oder nicht. Schriften sind für ihre Einsatzbereiche entworfen worden und eine individuelle Abneigung oder Vorliebe, für oder gegen diese Schrift, beantwortet eben nicht, ob diese Schrift ihren Zweck erfüllt.⁷¹

Die Wirkung von Schriften ist nie ganz unabhängig von dem Einfluss des Gestalters. Hinter jeder Gestaltung versteckt sich eine **Absicht** und auch eine Botschaft. Ein Typograf kann eine Schrift in ihrer Wirkung manipulieren und verändern, indem sie so gesetzt wird, wie der Typograf möchte, dass sie wirkt. Demnach ist die Wirkung einer Schrift nicht nur vom Betrachter, sondern auch vom Gestalter abhängig.⁷²

62 Kupferschmid, I., 2009, S. 46.

63 Ebd., S. 46.

64 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 80.

65 Kupferschmid, I., 2009, S. 46.

66 Ebd., S. 46.

67 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 98.

68 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 18.

69 Heger, Dr. C., 2014, 00:02:07.

70 Vgl.: Ebd., 00:01:50.

71 Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 12.

72 Vgl.: Voelker, J. U., 2015, S. 37.

→ **Schriftklassifikation nach DIN-Norm 16518 und nach H. P. Willberg**

Schriften lassen sich klassifizieren und in Gruppen ordnen. Hierbei gibt es zwei verschiedene Klassifikationsmethoden. So gibt es einmal die Schriftklassifikation von **Hans Peter Willberg** nach dem **Formprinzip** und die Einordnung durch die **DIN-Norm 16518**.

Die **DIN-Norm 16518** erschien 1964 und klassifiziert die Schriften anhand ihrer historischen Einordnung chronologisch und anhand ihrer Formmerkmale in die Gruppen I–XI. Diese Klassifikation ist häufig etwas unübersichtlich.⁷³ Zudem sind bei der DIN-Norm einige Bezeichnungen zu ungenau, da diese die Stilepochen beschreiben und nicht die Formmerkmale. Dies führt dazu, dass Serifenlose nicht passend unterteilt werden können.⁷⁴

Adobe Jenson

nea

I Venezianische Renaissance-Antiqua (Breitfeder)

Typisch für die Venezianische Renaissance Antiqua ist ein geringer Strichstärkenkontrast und eine schräge Kontrastachse (linksgeneigt). Zudem sind die Anstriche meistens schräg.

Palatino

nea

II Französische Renaissance-Antiqua (Breitfeder)

Bei der Französischen Renaissance Antiqua liegt ein normaler Strichstärkenkontrast vor und die Kontrastachse ist linkslastig. Die Anstriche sind ebenfalls schräg ausgerichtet.

Baskerville URW

nea

III Barock-Antiqua (Breitfeder)

Die Barock Antiqua ist durch größere Strichstärkenunterschiede und eine senkrechte Kontrastachse gekennzeichnet.

Didot

nea

IV Klassizistische Antiqua (Spitzfeder)

Die Klassizistische Antiqua besitzt einen sehr hohen Strichkontrast, sowie eine senkrechte Kontrastachse und beinahe rechtwinklige Anstriche. Hier wird vor allem die Vertikale betont.

⁷³ Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 67.

⁷⁴ Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 60.

Corporate E

nea

V Serifenbetonte Linear-Antiqua

Diese Schriften besitzen eine einheitliche Strichstärke und stark ausgeprägte, kantige Serifen. Die Anstriche sind rechtwinklig angeordnet. Unterschieden wird hier zwischen **Egyptienne, Clarendon und Italienne**.

Nimbus Sans

nea

VI Serifenlose Linear-Antiqua

Serifenlose oder auch Grotteskschriften besitzen keine Serifen. Die Strichstärke ist häufig gleichmäßig. Unterschieden wird hier zwischen dem **Renaissance-Charakter, Amerikanischer Grottesk, Klassizistischem Charakter und Geometrischer Form**. Schriften mit dem Renaissance-Charakter weisen häufig große Öffnungen der Binnenformen auf. Amerikanische Grotteskschriften mittelgroße, Schriften mit klassizistischem Charakter geschlossene und Geometrische mittelgroße bis geschlossene Öffnungen.

VII Antiqua Varianten

Hierzu zählen vor allem dekorative Antiqua-Schriften.

VIII Schreibschriften

IX Handschriftliche Antiqua

X Gebrochene Schriften

Hierzu zählen die sogenannten **Frakturschriften**.

XI Fremde Schriften

Schriften aus anderen Schriftsystemen (chinesisch, griechisch, etc.).⁷⁵

⁷⁵ Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 52–59. Und: Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 41–42.

Die **Klassifikation nach Willberg** anhand von **Form** und **Stil**, unterteilt Serifenschriften und Serifenlose gleichermaßen in fünf Formstile: *dynamisch, statisch, geometrisch, dekorativ und provozierend*.

Diese Gliederung der Formstile erfolgt in einer **Matrix**. In der horizontalen Achse wird zwischen den Stilen unterschieden und in der Vertikalen nach der Form. Hierbei wird unterschieden zwischen *Antiqua (Serif), Antiqua-Varianten, Grotesk (Sans Serif), Egyptienne (Slab Serif), Schreibschriften (Script) und Fremden Schriften (Non Latin)*.⁷⁶

Der **dynamische Formstil**, ausgehend vom Schreiben mit der *Breitfeder*, zeichnet sich durch eine schräge Schattenachse und einem schrägen Strichansatz aus. Zudem besitzen diese Schriften offene Binnenformen bei den Buchstaben **a, c, e** und **s**. Dies führt dazu, dass diese Schriften dynamisch wirken.⁷⁷

Der **statische Formstil** entstammt dem Schreiben mit der *Spitzfeder*. Bei Schriften, die einen höheren Strichkontrast aufweisen, sind die vertikalen Striche stärker betont, als die Waagerechten. Zudem führt die vertikale Kontrastachse zu einer statischen Schriftwirkung. Die Binnenformen von **a, c, e** und **s** sind stark geschlossen. Ein typisches Merkmal ist auch das geschweifte **R**.⁷⁸

Der **geometrische Formstil**, basiert auf der *Redisfeder*. Die Strichkontraste sind häufig gering. Die geometrische Form erkennt man vor allem bei den Buchstaben **C, G, O** und **Q**.⁷⁹

Zudem gibt es den **dekorativen**, als auch den **provozierenden Formstil**. Hierzu zählen vor allem Schriftsysteme mit Schmuckelementen oder anderweitig auffällig gestalteten Zeichen. Diese Schriften fungieren hauptsächlich als typografische *Display-Schriften* und können im Mengentext wohl eher weniger verwendet werden.⁸⁰

Beispiele für den **dekorativen Formstil**

ROSEWOOD

Beispiele für den **provozierenden Formstil**

SALVATION

⁷⁶ Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 78–79.

⁷⁷ Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 60.

⁷⁸ Vgl.: Ebd., S. 60.

⁷⁹ Vgl.: Ebd., S. 60.

⁸⁰ Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 74–75.

Die **Antiqua-Schriften** stehen für ihren Strichstärkenkontrast und ihre Serifen ein.

Die **Antiqua-Varianten** weisen keine Serifen auf und besitzen ebenso wie die Antiqua-Schriften einen Strichstärkenkontrast.

Die **Groteskschriften** besitzen keinen Strichstärkenkontrast und auch keine Serifen.

Die **Egyptienne** besitzt wie die Groteskschriften keinen Strichstärkenkontrast, dafür jedoch Serifen.

Schreibschriften stehen für handschriftliche Schriften und **Fremde Schriften** für ausländische Schriftensysteme.⁸¹

Die unten stehende Grafik basiert auf der Matrix von **Hans Peter Willberg**, ist jedoch auf die für diese Bachelor-Thesis relevanten Formstile reduziert worden.

	Dynamischer Formstil	Statischer Formstil	Geometrischer Formstil
Serifenlos (Grotesk)	Ilaqeg <i>Humanistische Serifenlose: Meta Pro</i>	Ilaqeg <i>Klassizistische Serifenlose: Nimbus Sans</i>	Ilaqeg <i>Konstruierte Serifenlose: Futura PT</i>
mit Serifen (Antiqua)	Ilaqeg <i>Humanistische Antiqua: Adobe Garamond Pro</i>	Ilaqeg <i>Klassizistische Antiqua: Bodoni MT</i>	Ilaqeg <i>Serifenbetonte Linear-Antiqua: Mokoko</i>

⁸¹ Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 78–79.

→ Begriff: Neutralität

S. 50 So wie bereits erwähnt:

„Ein Schriftentwurf spiegelt unvermeidlich den Charakter seines Schöpfers wider.“⁸²

Gerald Unger

Somit kann eine Schrift nicht an sich neutral sein. Da selbst der Wille, eine neutrale Schrift zu entwerfen, die Absicht beinhaltet, eine *neutrale Schrift* zu entwickeln und vor allem durch den Gestalter – bewusst oder unbewusst – beeinflusst wird. Hinzu kommt die Prägung des Entstehungszeitraumes, die der Schrift zwangsläufig eine Assoziation beimischen kann.⁸³

Dasselbe gilt für die Wahl einer Schrift, im Rahmen typografischer Gestaltungen. In dem Moment, indem sich der Gestalter für eine neutrale Schrift entschieden hat, ist diese Gestaltung mit einer Absicht verbunden – in diesem Fall – neutral zu wirken.⁸⁴

Es geht allerdings nicht darum, Schriften ohne eine Wirkung zu entwerfen. Paul Renner formulierte einmal: „Eine Druckschrift mit der jeder Setzer arbeiten kann, muss Haltung und Selbstzucht haben und darf nicht mit ihrer Eigenheit kokettieren. Sie muss unpersönlich bleiben, wenn sie zu den verschiedenen typografischen Aufgaben verwendet werden soll.“⁸⁵ Somit sollten Schriften – im besten Falle – nicht auffallen. Dies betrifft vor allem **Mengentexte**. Der Leser sollte nicht durch Eigenheiten der Schrift, im Lesefluss aufgehalten werden. Die Schrift sollte eine *zurückhaltende und neutrale Wirkung* besitzen, damit sie sich dem Inhalt des Textes unterordnen kann und nicht durch ihre Eigenpräsenz im Vordergrund dominiert.⁸⁶ Denn erst „eine hochwertige Textschrift wird beim Lesen unsichtbar“⁸⁷.

82 Unger, G., 2009, S. 99.

83 Vgl.: Ebd., S. 99.

84 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 103.

85 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 33.

86 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 15.

87 Cornelius, A. M., 2017, S. 26.

Der Begriff **Neutralität** ist meist negativ konnotiert, auch wenn dieser Begriff, in der Theorie, *wertfrei* sein sollte. Eine neutrale Schrift kann wegen ihrer Neutralität untergehen oder hervorstechen, eben, weil sie neutral ist. Dies ist immer abhängig, wie sich die Umgebung im Verhältnis zu dieser Schrift verhält.⁸⁸

Somit ist der Begriff Neutralität für eine Schrift klar zu definieren. Für Lesetexte sollte die Schrift *keine auffällige Wirkung* besitzen – eine *neutrale Wirkung* wäre hierfür optimal.⁸⁹ Typografische Gestaltungen können nie neutral sein, da diese durch den Gestalter bewusst als neutrale Mitteilung konzipiert wurden und die Neutralität dementsprechend hinfällig ist.⁹⁰ Neutrale Schriften werden nie neutral sein.⁹¹

88 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 142–143.

89 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 26.

90 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 78.

91 Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F. *Lesetypografie*/ Hans Peter Willberg, Friedrich Forssman. [Neufassung, 5. Aufl.]. [s. l.]: Schmidt, 2010, S. 72.

„Man kann mit einer neutralen Frisur und einer grauen Regenjacke in der Masse verschwinden. Das geht aber nur, wenn die meisten in der Masse auch so aussehen.“⁹²

Helvetica

Helvetica

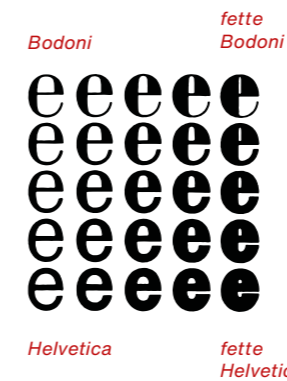
Einordnung

Die Helvetica ordnet sich, aufgrund ihrer statischen und geschlossenen Formen, dem **statischen Formprinzip** zu und definiert sich als **statische Grotesk** (Gruppe VI der DIN-Norm: **Serifenlose Linear-Antiqua**) mit einem **klassizistischem Charakter**.¹ Ebendieser klassizistische Ursprung lässt sich anhand der linken Grafik durch eine Darstellung von Gerrit Noordzij nachverfolgen. Mit Zunahme des Grundstriches und zunehmender Haarstrichstärke, lässt sich die Helvetica von der Klassizistischen Antiqua ableiten.²

Hendrik Weber, ein Creative Director bei Monotype, beschrieb die Helvetica als eine Schrift mit „humanistische[n] Elementen“³ und verwies hierbei auf den Abstrich des kleinen **a**'s.⁴



„[Die Buchstaben] stehen im Wortbild nebeneinander wie Soldaten, lehnen sich aneinander an, aber bewegen sich nicht miteinander durch die Zeile.“⁵ Hans Peter Willberg



Die Neue Helvetica definiert sich auch als Neue Grotesk.

(Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter / **Karen Cheng.** [Übers.: **Henning Krause.** 2. Aufl. [s. 1.]: Schmidt, 2013, S. 115.)

¹ Vgl.: **Gaspar, N.; Sommer, P. M.,** 2020, S. 57. Und: Vgl.: **Willberg, H. P.,** 2008, S. 61.

² **Kupferschmid, I.,** 2009, S. 32.

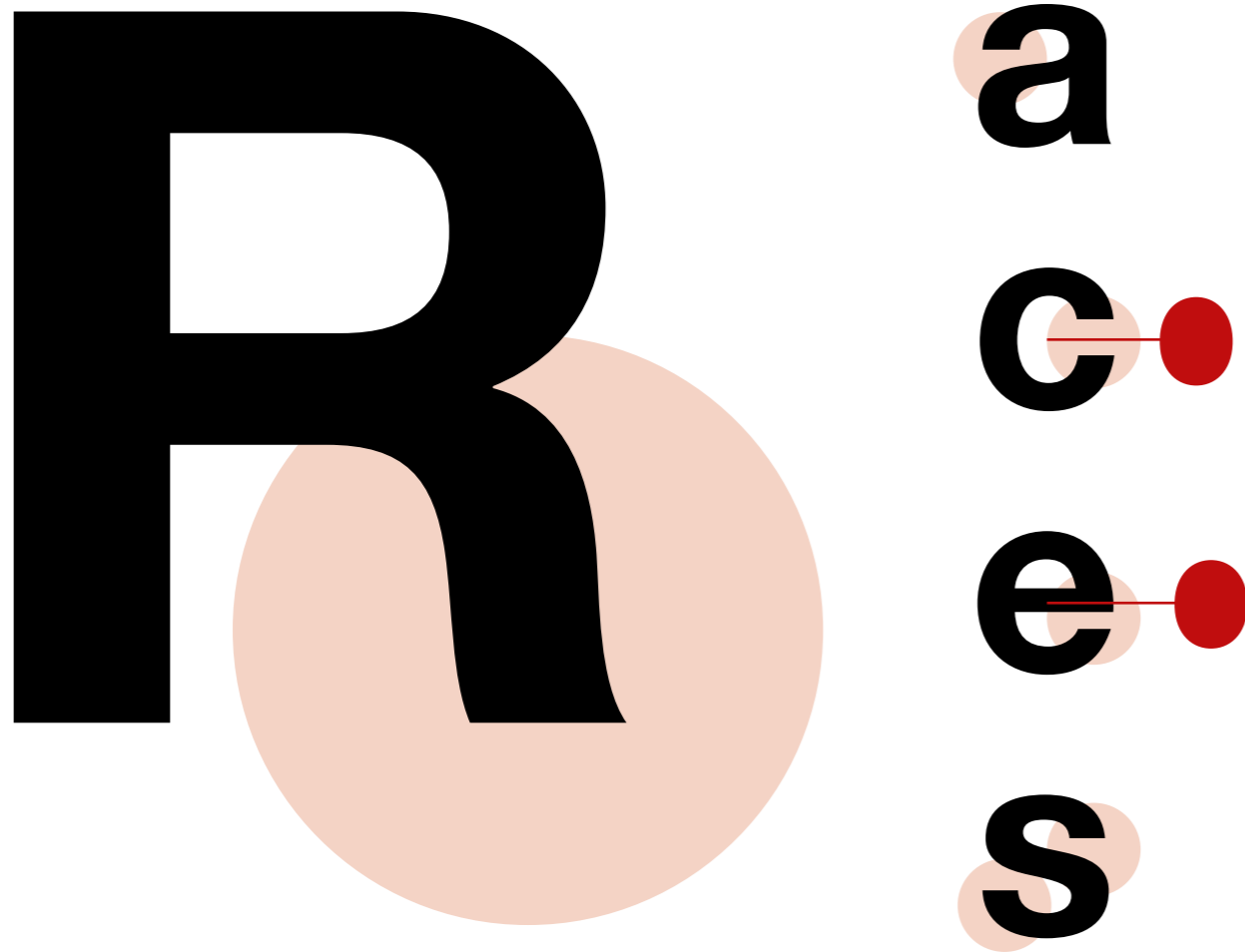
³ **MONOTYPE** Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.

⁴ Vgl.: Ebd.

⁵ **Willberg, H. P.,** 2008, S. 61.

Die geschlossene und statische Formensprache entstammt dem Schreiben mit der Spitzfeder. Hierdurch liegt die Betonung auf der Vertikalen der Buchstaben, was optisch zu einem statischen Schriftbild führt. Dies ist gut sichtbar an den Zeichen **a**, **c**, **e** und **s**. Die Binnenräume der Zeichen sind häufig „länglich-oval“⁶ und die Buchstabenformen im Vergleich zu anderen Schriften schmaler.⁷

Zu einem typischen Merkmal der statischen Grotesk zählt das **R** mit dem geschweiften Abstrich, der **geringe Strichstärkenkontrast** und der daraus resultierenden **gleichmäßigen Grauwirkung**.⁸



6 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 33.

7 Vgl.: Ebd., S. 32–33.

8 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 60.

Geschichte (und Entwicklung)

Eduard Hoffmann, der *Geschäftsführer der Haas'schen Schriftgießerei bei Basel und Schweizer Unternehmer*, hatte als Ziel, eine eigene Schrift zu entwerfen, welche eine bessere Version der Akzidenz Grotesk sein und somit durch den anbahnenden Boom der Groteskschriften, ein ebenso großen Erfolg erzielen sollte.⁹

Bis **1956** wartete Eduard Hoffmann mit dieser Entscheidung. Doch durch den enormen Verkauf der Akzidenz Grotesk, was für Eduard Hoffmann als Sicherheit für den Verkauf diente und der damit verbundenen hohen Nachfrage an Groteskschriften, entschied sich E. Hoffmann schlussendlich für den Entwurf einer neuen Groteskschrift.¹⁰

„Eine komplett neu-konzipierte, aber an die bewährten Formen vom ausgehenden 19. Jahrhundert angelehnte Groteskschrift drängte sich daher geradezu stürmisch auf [...]“¹¹ Eduard Hoffmann

Daraufhin trat E. Hoffmann mit **Max Miedinger**, einem *Vertreter der Haas'schen Schriftgießerei, Schweizer Grafiker und Typograf*, in Kontakt, um ihm den Auftrag eines neuen Schriftentwurfs zu übermitteln.¹²

Eduard Hoffmann besaß klare Vorstellungen davon, wie die Neue Grotesk auszusehen hatte. Er orientierte sich hierbei an ruhigen Schriften und Max Miedinger begann bereits im **Herbst 1956** mit den ersten Entwürfen.¹³

9 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 21.

10 Vgl.: Ebd., S. 22.

11 Ebd., S. 22.

12 Vgl.: Ebd., S. 22.

13 Vgl.: Ebd., S. 23.
Und: Hustwit G., 2007, 00:21:16.

„[...] this was a joint product of both Miedinger and my father. Miedinger couldn't produce a typeface alone; neither could my father. But when both were working hard together then something good resulted.“¹⁴

Alfred Hoffmann

Nach Beginn der ersten Entwürfe im Herbst 1956, wurde mittels mehrerer Briefwechsel, (März–April 1957), die feinsten Korrekturen der Entwürfe vorgenommen. Bedingt durch den Handsatz, benötigte jede Korrektur zwangsläufig eine neue Messingschablone, welches zeitlich einen enormen Aufwand bedeutete.¹⁵

Vom **01.–16. Juni 1957** wurde die Neue Haas Grotesk das erste Mal unter dem Namen: **Neue Haas Grotesk** der Öffentlichkeit vorgestellt. Dies geschah bei der Messe graphic 57.¹⁶ Kurz vor dieser Veröffentlichung arbeitete Miedinger an der Feinheit des großen **R**'s, wobei Eduard Hoffmann aufgrund des Zeitdrucks, dies für zu feinteilig hielt.¹⁷

Nach der Vorstellung bei der Fachmesse begann E. Hoffmann, die Neue Haas Grotesk dem **Basler Chemieunternehmen** vorzustellen, welches positiv von der Neuen Haas Grotesk überzeugt war.¹⁸



Die Aufschrift **Haas'sche Schriftgiesserei AG Münchenstein** bei der Messe **graphic 57** ist in der Neuen Haas Grotesk gesetzt.

¹⁴ Hustwit G., 2007, 00:18:58.

¹⁵ Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 30.

¹⁶ Vgl.: Ebd., S. 32.

¹⁷ Vgl.: Ebd., S. 31.

¹⁸ Vgl.: Ebd., S. 38.



Prospekt 1958. Fritz Bühler und Walter Bosshardt gestalteten ein vierseitiges Blatt in der halbfetten Neuen Haas Grotesk. (Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 40.)

E. Hoffmann und M. Miedinger erhielten die ersten positiven Rückmeldungen, weshalb an der Weiterentwicklung verschiedener Schriftschnitte und Schriftgraden gearbeitet wurde. Mit diesen Fortschritten startete E. Hoffmann die Vermarktung der Neuen Haas Grotesk mit der Hilfe von Fachzeitschriften und Werbemagazinen.¹⁹ Die Vermarktung zeigte Wirkung, als im Sommer 1959 ein starker Jahresgesamtergebnis erzielt wurde und 150 Schweizer Druckereien, die Neue Haas Grotesk in ihr Sortiment aufgenommen hatten.²⁰ Mit dieser positiven Resonanz gab es nur ein großes Ziel für E. Hoffmann und M. Miedinger, die Aufnahme in den Maschinensatz. Hierfür führte E. Hoffmann bereits seit 1957 Verhandlungsgespräche mit der D. Stempel AG und Linotype. 2 Jahre später genehmigte die D. Stempel AG die Umsetzung von Maschinenmatrizen. Linotype reagierte allerdings abweisend auf diese Bitte und nahm erst im Jahre 1964, die Neue Haas Grotesk als Maschinensatz auf.²¹

Der Name **Neue Haas Grotesk** wurde als kein passender Name für den internationalen Schriftenmarkt angesehen, weshalb ein neuer Name gesucht werden musste. Hier gab es den Vorschlag **Helvetica** – lat. für *Schweiz*. Doch E. Hoffmann empfand diesen Namen als zu allgegenwärtig und schlug den Namen **Helvetica** vor – lat. für *Schweizerische*. Es wurde befürchtet, dass der Name zu patriotisch klingen könnte, da man keinesfalls „nationale Gefühle [ansprechen]“²² wollte.²³

¹⁹ Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 39.

²⁰ Vgl.: Ebd., S. 39–40.

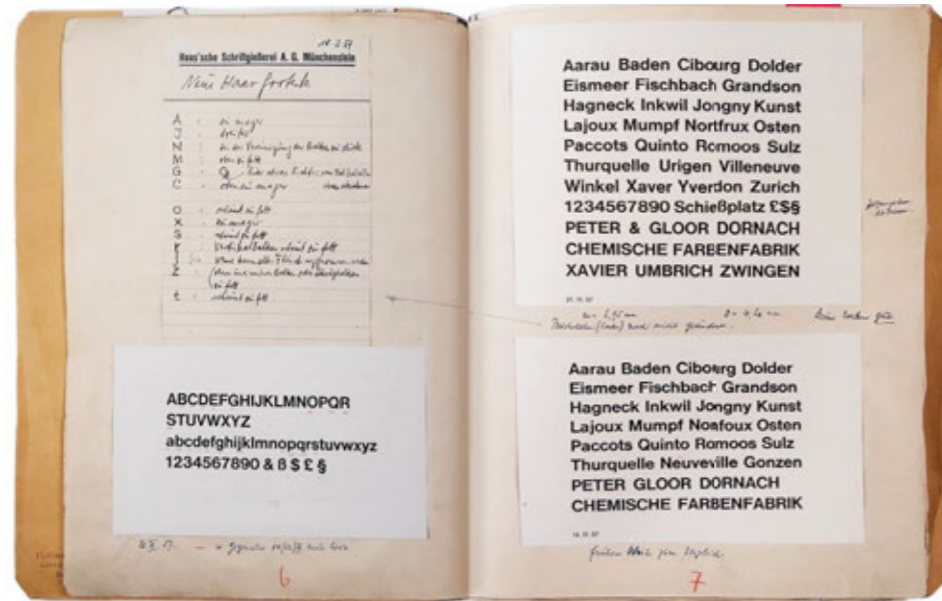
²¹ Vgl.: Ebd., S. 41–43.

²² Ebd., S. 47.

²³ Vgl.: Ebd., S. 47.

Die Umbenennung erfolgte zunächst nur für den Maschinensatz, weshalb der ursprüngliche Handsatz noch unter dem alten Namen verkauft wurde. Bedingt durch die technische Überführung, vom Handsatz auf den Maschinensatz, waren minimale Unterschiede entstanden.²⁴

Durch einen Artikel in der Neuen Grafik, verfasst von Müller-Brockmann, der einem „Adelsprädikat“²⁵ ähnelte, wurde der Erfolg der Helvetica verfestigt.²⁶



Eduard Hoffmanns
Protokollheft -
März 1957

Durch die immer mehr steigende Nachfrage nach der Helvetica und dem verbundenen Wunsch nach weiteren Schriftschnitten, wurde von anderen Schriftgießereien nachgeahmte Schriften im Stile der Helvetica veröffentlicht und unabhängige Schriftschnitterweiterungen vorgenommen. Dies führte dazu, dass es von der Helvetica unzählige Plagiate und fremdentwickelte Schriftschnitte oder Schriften mit dem schweizerischen Stil auf den Markt kamen.²⁷

24 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 47.

25 Ebd., S. 53.

26 Vgl.: Ebd., S. 53.

27 Vgl.: Ebd., S. 53, S. 58.

1963 erreichte die Helvetica sogar **Nordamerika**, internationale Firmen verwendeten sie als ihre **Hausschrift**, ließen ihre Produkte in der Schweiz in Helvetica anfertigen²⁸ und bald darauf galt sie als eine „Weltschrift“^{29,30}

Bedingt dadurch, dass hauptsächlich Linotype an den Verkäufen verdiente und sich zudem das alleinige Recht nahm, die Helvetica im Maschinensatz zu verkaufen, führte das dazu, dass Unternehmen vermehrt auf **Helvetica-Plagiate** zurückgriffen.³¹

Durch ihre große Verbreitung überstand die Helvetica sogar den Übergang zum Fotosatz, (Mitte der 70er Jahre) und in die digitale Welt, (Ende der 80er Jahre). Weshalb **1983** die **Neue Helvetica** entstand. Eine Überarbeitung für die digitale Überführung und ein einheitlicher Ausbau der Schriftfamilie.³²

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Helvetica den damals dringenden Bedarf einer neuen Groteskschrift in vollen Zügen nachgekommen ist.

„Es gab verschiedene Anzeichen dafür, dass die Helvetica den Nerv der Zeit getroffen hatte.“³³ Axel Langer

Sie gilt nicht nur als Schrift der 60er Jahre³⁴, sondern sie ist auch „historisch geworden“³⁵ und stand 2007 auch auf **Platz 1** der 100 besten Schriften.³⁶

28 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 53, S. 56.

29 Ebd., S. 62.

30 Vgl.: Ebd., S. 62.

31 Vgl.: Ebd., S. 63.

32 Vgl.: Ebd., S. 64–65.

33 Ebd., S. 53.

34 Vgl.: Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G., 2014, S. 46.

35 Willberg, H. P., 2008, S. 12.

36 Vgl.: Voelker, J. U., 2015, S. 109, S. 111.

→ Schweizer Typografie

Die Schweizer Typografie steht primär für **Serifenlose** „in streng schematischen, asymmetrischen Layouts“³⁷, Rastersystemen und funktionale Gestaltungen.³⁸

„Die Typografie ist durchdacht, geplant, in Gestaltungsraster gefügt, logisch, kühl und klar.“³⁹ Hans Peter Willberg

1920 entstand die **Schweizer Schule** in der Schweiz und 1953 die **Hochschule für Gestaltung** in Ulm. Beide Schulen basierten auf dem Bauhaus-Gedanken und waren der Grundstein für die neue typografische Entwicklung. 1930 sorgte **Max Bill** dafür, dass die Gestaltungen vermehrt *konstruktivistisch* wurden, welches sich in den nächsten 30 Jahren international verbreiten sollte.⁴⁰

Während des Zweiten Weltkrieges, ruhte die *elementare Typografie* in der Schweiz und Typografen, wie Jan Tschichold, flüchteten in das neutrale Land in Europa. Dort entwickelte man die *Neue Typografie* weiter.⁴¹ Mit den 40er und 50er Jahren kam die Moderne auf und mit ihr der Wunsch nach anonymer Gestaltung und neuer Ästhetik.⁴² Vor allem die Grotteskschriften stiegen in ihrer Nachfrage, da sie „zur gestalterischen Logik der Zeit passten“⁴³.

37 Unger, G., 2009, S. 23.

38 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 376.

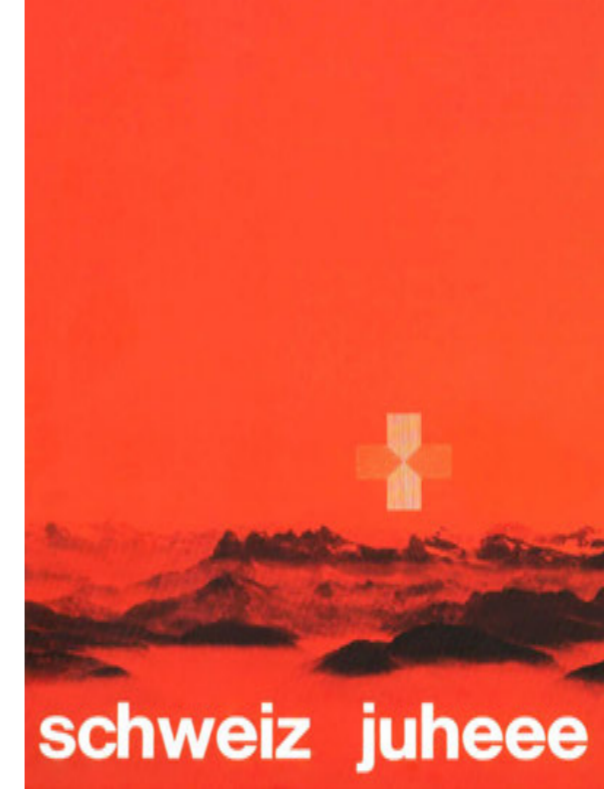
39 Willberg, H. P., 2008, S. 28.

40 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 376.

41 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 116.

42 Vgl.: Voelker, J. U., 2015, S. 49.

43 Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 376.



Ein wichtiger Faktor für die Verbreitung des Schweizer Stils, war die Zunahme großer chemischer und pharmazeutischer Unternehmen, die als gute Werbeträger für den neuen aufkommenden Stil standen. Der Anspruch an neutrale Werbung wuchs immer mehr.⁴⁴ Vor allem durch Veröffentlichungen von schweizerischer Typografie in den *Typografischen Monatsblättern*, erlangte diese auch Anerkennung im deutschsprachigen Raum.⁴⁵ Die allmählich international berühmte **Schweizer Typografie** erlebte ihren „Siegeszug“⁴⁶ mit der Helvetica, dessen Name nicht völlig grundlos entstand.⁴⁷ Sie gilt noch heute als „eine Reminiszenz an die Schweizer Typografie“⁴⁸.

44 Vgl.: Voelker, J. U., 2015, S. 49.

45 Vgl.: Früh, R.; Paradis, L.; Rappo, F. *TM RSI SGM 1960–90: 30 Years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter*/ Roland Früh, Louise Paradis, François Rappo. [s. l.]: Müller, 2013, S. 121.

46 Voelker, J. U., 2015, S. 51.

47 Vgl.: Ebd., S. 51.

48 Ebd., S. 146.

Anatomie der Zeichen

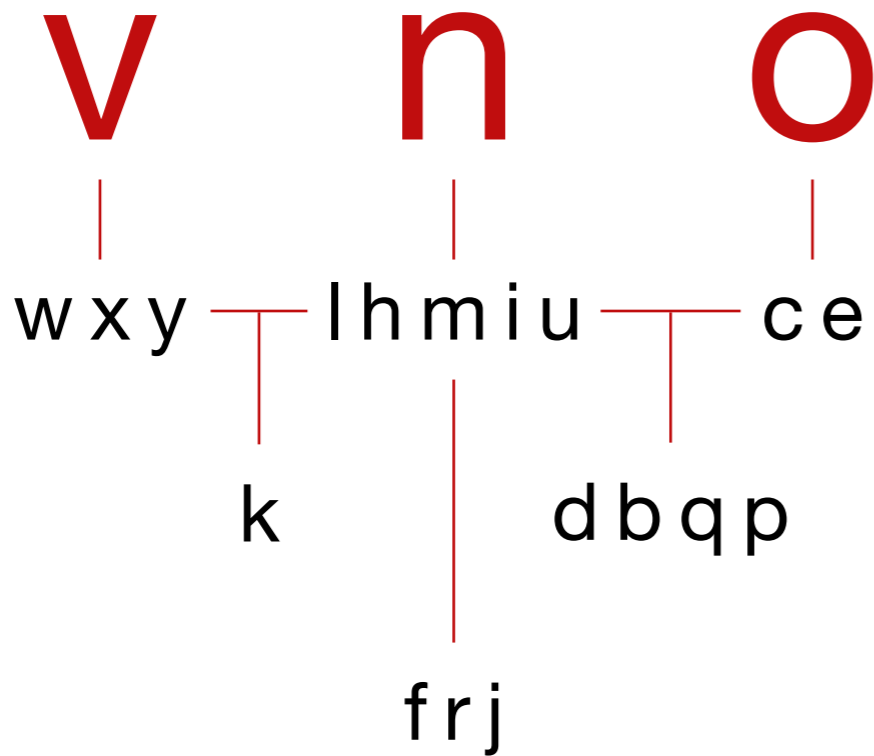
Die Geschichte der **Kursive** (oder auch: *Italic*), entstand aus der *humanistischen Handschrift in der Renaissance*. Ihr Name entstammt dem Wort: **laufend** (*currere*), abgeleitet von dem Schreiben mit der Feder. Ihre Eigenschaften sind ein dynamischer und rechts geneigter Schriftcharakter.

Die Kursive war lange Zeit eine eigene Schrift, bis die Grotteskschriften und serifenbetonten Schriften im Aufkommen waren. Heutzutage dient sie als Auszeichnungsschrift und ist lediglich nur noch die schräge Variante des jeweiligen Schriftschnitts.
(Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 16.)

Die folgenden Zeichen repräsentieren nur eine Auswahl des Zeichensatzes und werden anhand der **Helvetica Neue LT Std** illustriert. Die verwendeten Schriftschnitte sind:

- 45 Light 46 Light Italic
- 55 Roman 56 Italic
- 75 Bold 76 Bold Italic

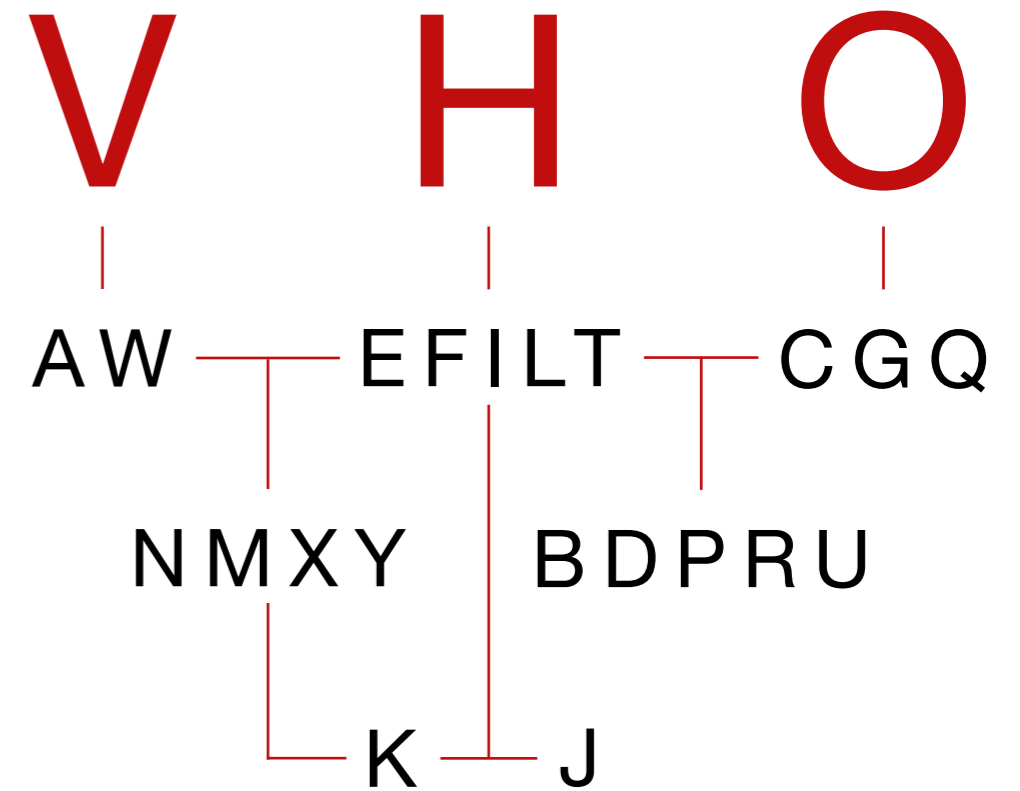
Eine einheitliche Formensprache ist das Grundkriterium einer guten Schrift. Damit dies für den vollständigen Zeichensatz umgesetzt werden kann, gibt es einen stammbaumartigen Aufbau, der dazu dient, die **Verwandtschaftsgrade** zwischen den Zeichen zu visualisieren. Für die Kleinbuchstaben bilden **v, n** und **o** den Grundstein des Stammbaumes. Für die Großbuchstaben legen **V, H** und **O** die Gestaltungsvorlagen fest.⁴⁹



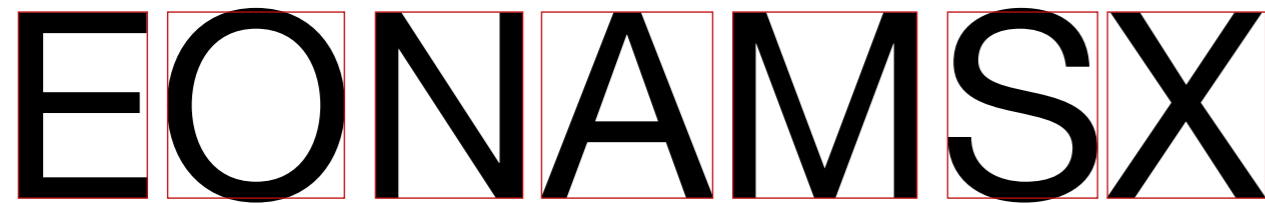
Ausnahmen bilden
agstz

⁴⁹ Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 90-91.

Die **x-Höhe** der **Neuen Helvetica** liegt bei **73 %** der Versalhöhe.
(Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 99.)



Ausnahmen bilden
SZ



55 Roman

Diese **Großbuchstaben** illustrieren die Proportionen der Neuen Helvetica, welche sich größtenteils auf die Form eines **Rechtecks** reduzieren lassen.



55 Roman

Die **Binnenformen der Kleinbuchstaben** lassen sich größtenteils auf das **Oval** reduzieren.

Helvetica's Anatomie der Zeichen, basiert auf der optischen Visualisierung des „Handwerkliche[n]“⁵⁰ und ist gleich- und regelmäßig. Sie lässt sich auf die Formen des **Rechtecks** und des **Ovals** zurückführen. Ebendies kann man in den Binnenformen der Zeichen und den Formen der Großbuchstaben entnehmen.⁵¹ Charakteristisch für die Helvetica sind die rechtwinkligen Endungen der Zeichen und die „großzügige x-Höhe“^{52, 53}

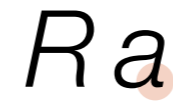
„Welche Schrift hat schon ein kleines *a* mit soviel Sexappeal und ein grosses *R* mit so unbotmässig ausschwingendem Abstrich?“⁵⁴ Axel Langer



45 Light



75 Bold



46 Light Italic



76 Bold Italic



56 Italic



55 Roman

Das charakteristische „**Schelter-R**“ und das **a** mit seiner nach oben gezogenen Punze und verkürztem Endstrich.

(Malsy V.; Müller L., 2008, S. 90.)

Der Fuß des **a** verändert sich in seiner Form, bedingt durch die Veränderung der Schriftschnitte.

50 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 101.

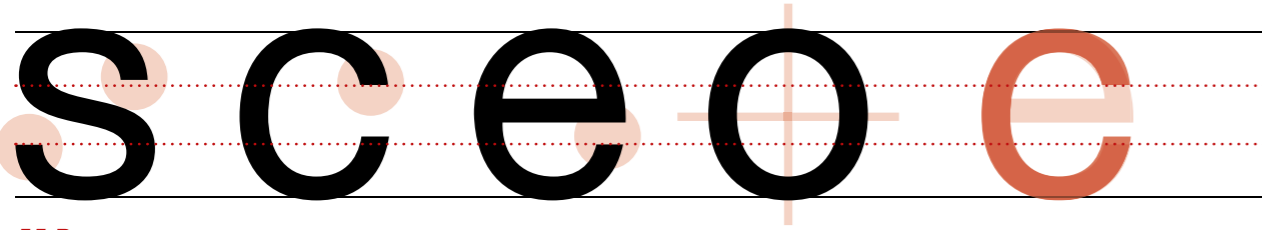
51 Vgl.: Ebd., S. 101.

52 Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 86.

53 Vgl.: Ebd., S. 86.

54 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 66.

s, c, e und o



55 Roman

s c e

45 Light

s c e

46 Light Italic

s c e

56 Italic

Die Kleinbuchstaben **s, c und e** haben alle waagerechte Endungen und sind in sich geschlossene Formen.

Die Kontrastachse ist gerade. Auffällig ist, dass das **s** und das **e** unten auf derselben Höhe enden.

Zudem sieht man, dass das **c** geschlossener ist, als das **e**, was bei der Lesbarkeit zu Problemen führen kann.

(Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 142–143.)

s c e

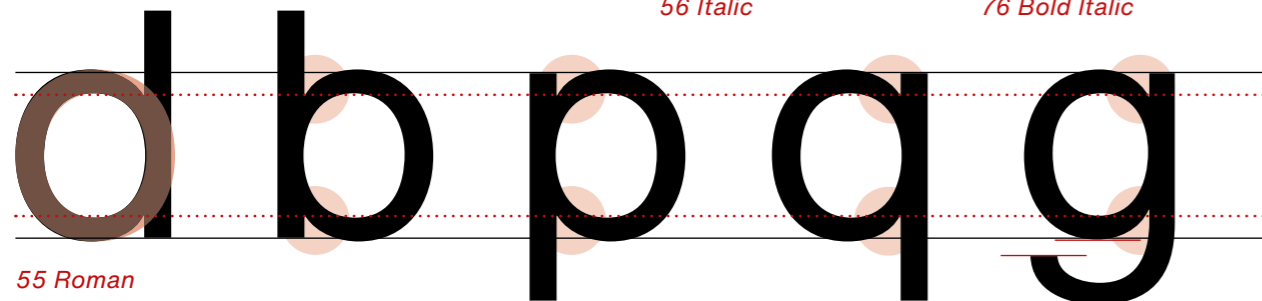
75 Bold

Je fetter die Schriftschnitte, umso kleiner werden die Öffnungen vom **s, c und e**.

s c e

76 Bold Italic

d, b, p, q und g



55 Roman

Die Punzen der Kleinbuchstaben **d, b, p und q** sind nicht komplett identisch, mit der des **o**'s. Sie fallen etwas dünner aus. Die Bögen verjüngen sich alle in Richtung des Stammes.

(Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 140–141.)

Die Punze des **g**'s ist schmäler als die des **q**'s und das **g** steht oberhalb der Schriftlinie und wirkt somit verkürzt.

(Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 101.)

Umso kräftiger die Schnitte werden, desto intensiver wird die Verjüngung.

d b p q g

75 Bold

d b p q g

45 Light

d b p q g

56 Italic

d b p q g

46 Light Italic

d b p q g

76 Bold Italic

i, j, f, t und y

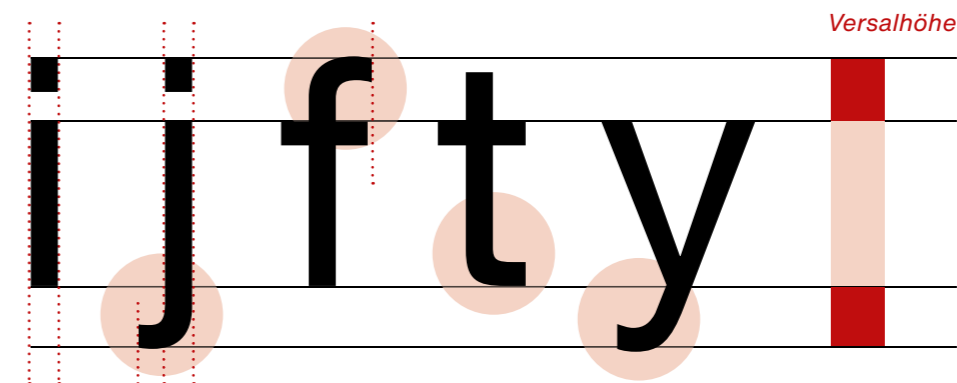
ijfty ijfty ijfty ijfty

45 Light

46 Light Italic

75 Bold

76 Bold Italic



55 Roman

Diese Zeichen besitzen ähnliche Rundungen. Vor allem die hohe x-Höhe ist sichtbar. Die Punkte sind gleich breit wie der Stamm und befinden sich unterhalb der Versalhöhe.

Mit zunehmender Fette, werden die **i**-Punkte aus der länglichen Form in die breite Form gezogen – passend zur Breite des Stammes.

56 Italic

55 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 101.

56 Vgl.: Ebd., S. 100–101.

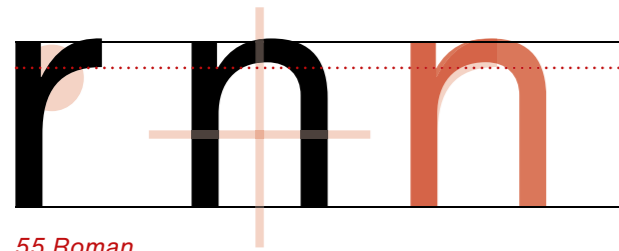
57 Vgl.: Ebd., S. 101.

Die Neue Helvetica besitzt eine konstant gleiche Strichdicke und Rundungen in ihren Formen. Dies fällt bereits in der Grafik unten links auf. Zudem wollte man bei dem Entwurf der Helvetica darauf achten, dass an einigen Stellen der Zeichen **a, m, s, w, M und W**, die Form verjüngt wird, hauptsächlich im Inneren der Formen. Dies sollte verhindern, dass es zu „dunklen Anschwellungen“⁵⁵ im Schriftbild kommt.⁵⁶ Außerdem wurde bei dem Entwurf der Helvetica auf viele Gesetzmäßigkeiten bewusst verzichtet. Gerade das Verhältnis aus Ober- und Unterlängen ist ungewohnt. Die Mittellängen fallen relativ groß aus.⁵⁷

Das Verhältnis von der Oberlänge zur x-Höhe zur Unterlänge beträgt: **3,9 : 10 : 3,9**

Das Verhältnis der Haarlinie zum Grundstrich beträgt: **1 : 1**

(Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.)



55 Roman

Der Einschnitt beim **r** fällt tiefer aus als der bei dem **n**. Die Binnenform des **n**'s, hat keinen symmetrischen Aufbau, bedingt durch die Verjüngung in Richtung des Stammes.

Der Einschnitt beim **r** fällt tiefer aus als der bei dem **n**. Sollten die beiden Buchstaben zu nah aneinander stehen, kann es zu Lesbarkeitsproblemen führen.

(Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 146–147.)

r n

45 Light

r n

46 Light Italic

r n

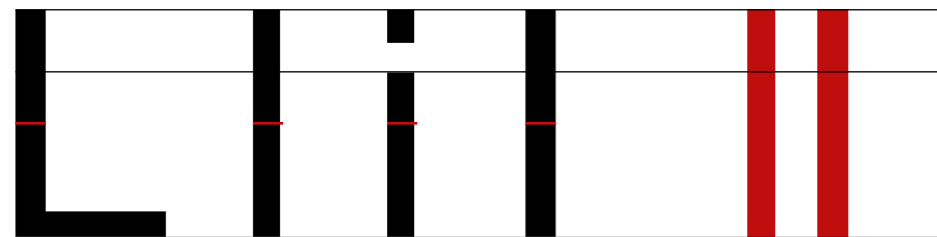
56 Italic

r n

75 Bold

r n

76 Bold Italic



55 Roman

Abgebildet sind hier, (von links), das große **L**, das kleine **l**, das kleine **i** und das große **I**. So gering die Unterschiede auch ausfallen, es gibt Unterschiede.

Der Stamm des großen **L**'s ist gleich breit wie der des großen **I**'s. Die Kleinbuchstaben sind etwas schmaler. Demnach lassen sich das kleine **l** und das große **I**

nur durch einen minimalen Breitenunterschied der Stämme voneinander unterscheiden. Dies kann bei der Lesbarkeit zu Problemen führen.

ll

45 Light

ll

46 Light Italic

ll

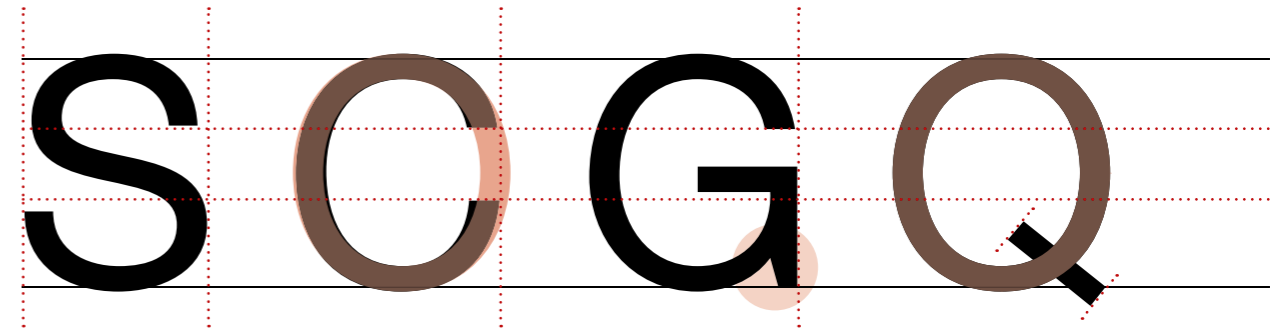
56 Italic

ll

75 Bold

ll

76 Bold Italic



55 Roman

Alle Buchstaben haben waagerechte Abschlüsse. Zudem ist das **C** in seiner Öffnung kleiner als beim **S**. Das **G** ist dabei noch geschlossener in seiner Öffnung als das **C** und das **S**.

Vergleicht man das **C** und das **O** miteinander, fällt auf, dass das **C** gestauchter ist, als das **O**. Vergleicht man das **O** mit dem **Q**, gibt es keine Unterschiede, lediglich der Schweif ist das

Unterscheidungsmerkmal. Auch der Schweif hat gerade Abschlüsse und ähnelt nicht dem Abstrich des **R**'s. Das **G** besitzt einen **Sporn** und ist in dessen Richtung verjüngt.

(Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 120–121, S. 126.)

SCGQ

56 Italic

SCGQ

45 Light

SCGQ

75 Bold

SCGQ

46 Light Italic

SCGQ

75 Bold Italic

EF

56 Italic

EF

46 Light Italic

EF

76 Bold Italic

EF

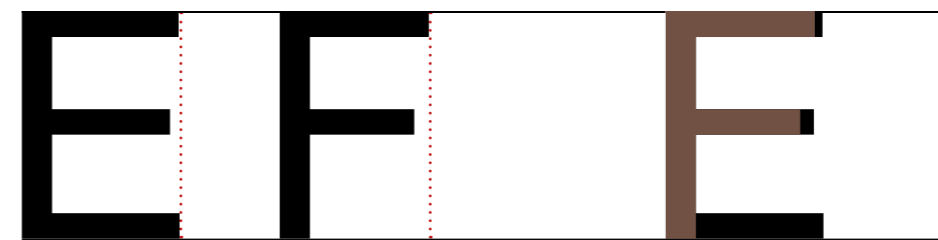
45 Light

EF

75 Bold

EF

Helvetica 1962

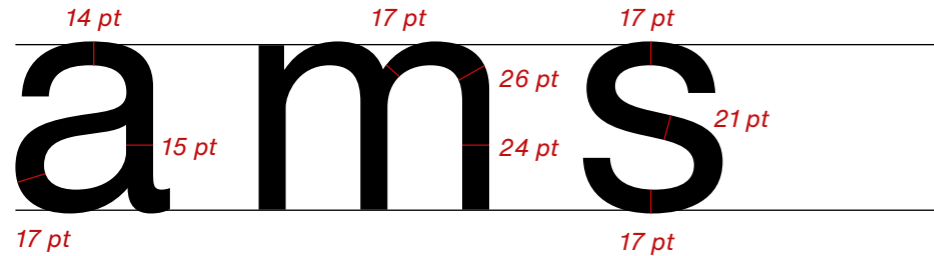


55 Roman

Das **F** ist etwas schmaler als das **E**. Ansonsten ist die Form der beiden Buchstaben identisch. Bei der ursprünglichen Helvetica, war der mittlere Querbalken beim **F** tiefer als beim **E**.

(Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 101.)

Die Helvetica besitzt keinen Strichstärkenkontrast, beziehungsweise einen sehr geringen. Die Unterschiede der Strichstärken variieren hauptsächlich nur zwischen **2–3 pt**. Bei den Verjüngungen können die Werte etwas weiter auseinander liegen.⁵⁸



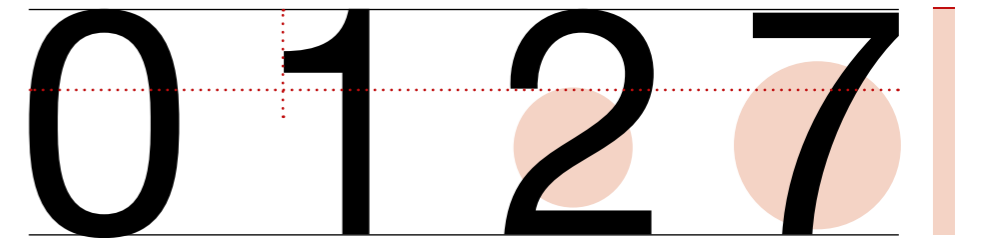
Zudem besitzt die Neue Helvetica keinen stark ausgebauten Zeichensatz. Sie verfügt über *keine Kapitälchen, keine Designgrößen, keine Minuskelziffern (proportional) und Minuskelziffern (Tabelle), keine Majuskelziffern (proportional), keine Kapitälchen- oder Indexziffern*. Bei den Ligaturen sieht es ähnlich aus, sie verfügt lediglich über die Ligaturen **fi** und **fl**.⁵⁹ Mit der **Helvetica Now (2020)** hat sich der Zeichensatz stark vergrößert.

Der vollständige Zeichensatz der **Helvetica Neue LT Std in 55 Roman**.



58 Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 142–143, S. 144–145, S. 146–147.

59 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 190–191.



Die Majuskelziffern (Tabelle), sind etwas kleiner als die Versalien. Die **2** wurde einst als „so perfekt geformt“ beschrieben. Ebenso die **7**, als „so federn[d]“.

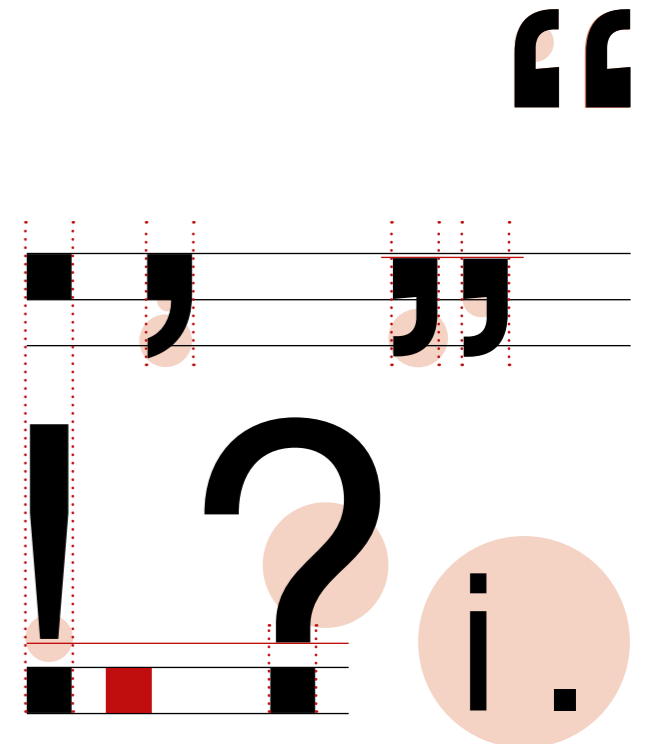
Die **7** ist etwas kleiner als die **1**. Alle Ziffern haben wie die Buchstaben gerade Abschlüsse. (Malsy V.; Müller L., 2008, S. 66.)

Das kleine rote Rechteck demonstriert das fehlende Stück zur Versalhöhe.

Interpunktion

Der **Punkt** ist im Vergleich zum **i-Punkt** quadratisch aufgebaut. Das **Komma** ist aus dem Punkt heraus entstanden und entspricht einer Höhe von knapp **2 pt**. Die Rundung beim Komma ist größer und weicher, als die der öffnenden Anführungs-

zeichen. Zudem sind die öffnenden Anführungszeichen etwas kleiner als das Komma. Die schließenden Anführungszeichen sind minimal schmäler als die öffnenden. Die Anführungszeichen besitzen kleine Einschnitte.



Der **Punkt** entspricht derselben Größe, wie der des **Ausrufe-** und des **Fragezeichens**. Die größere Lücke beim **Ausrufezeichen** zwi-

schen dem Stamm und Punkt verhindert, dass sie optisch miteinander verschmelzen. Die Form des **Fragezeichens** ähnelt der Form der **2**.

Bedingt dadurch, dass die Helvetica vielfach kopiert und unter anderen Namen veröffentlicht wurde, gibt es viele Schriften, die der Anatomie der Helvetica ähneln. Ein besonderer Fall ist die **Arial**. Diese Unterschiede sind so gering, dass sie den wenigsten Personen auffallen werden. Dies liegt daran, dass die Arial regelrecht als ein „Lookalike“⁶⁰ entworfen wurde.⁶¹

Neue
Helvetica

Arial

R R

Das **R** der Helvetica besitzt einen stark ausschwingenden Abstrich. Das **R** der Arial besitzt ein schräges Bein.

G G

Das **G** der Helvetica besitzt einen Steg.

B B

Das **B** der Helvetica besitzt einen schlankeren Aufbau als das **B** der Arial. Zudem ist das **B** bei der Helvetica mit vertikalen Abschlüssen versehen. Das **B** der Arial ist in der Form runder und weicher.

Neue
Helvetica

Arial

t t

Das **t** der Helvetica besitzt einen geraden Strichansatz. Die Arial hat einen schrägen Ansatz.

a a

Das **a** der Helvetica besitzt einen abgerundeten Fuß, der nach oben dynamisch ausläuft. Das **a** der Arial ist wesentlich gerader ausgestellt.

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyzß
ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Helvetica Neue LT Std

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyzß
ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Arial

⁶⁰ Unger, G., 2009, S. 59.

⁶¹ Vgl.: Ebd., S. 59.

Institutionen

Helvetica zählt zu einer der meist verwendeten Schriften weltweit⁶². Sie steht für **Sozialismus**, denn sie ist für jedermann zugänglich geworden und gerade deshalb ist diese Schrift als Hausschrift, großer oder kleiner Unternehmen, wiederzufinden⁶³.

Durch den weltweiten Erfolg der Helvetica, in den 60er und 70er Jahren, wurde sie vielfach für die unterschiedlichsten Themenkomplexe verwendet. Nicht nur Unternehmen griffen auf diese Schrift zurück, sondern auch auf Beschilderungen, Wegweisern oder Plakaten, lässt sich diese Schrift ausfindig machen.

Viele Firmen entschieden sich, die Helvetica als ihre Corporate Font zu verwenden, bedingt durch die verschiedensten Schriftschnitte, die eine vielseitige Verwendung erst möglich machten und wegen ihrer neutralen Ausstrahlung.



Otl Aicher legte **1962** den Grundstein mit der Gestaltung des *Lufthansa Corporate Designs*. Hier entschied er sich für die halbfette Helvetica. **Massimo Vignelli** tat es Otl Aicher gleich und wählte ebenfalls die Helvetica als Hausschrift für die *American Airlines*. Diese Entscheidungen führten dazu, dass die Helvetica international berühmt wurde.⁶⁴

Dadurch, dass die Helvetica dem stilistischen Wunsch der Zeit entsprach und zudem durch das gute Marketing weltweit bekannt war, stand die Helvetica bereits nach kurzer Zeit als ein Synonym für das Wort: „Betrieb“⁶⁵. Ihre neutrale, unauffällige Wirkung und der menschliche Charme, waren ein interessantes Merkmal für große Firmen und Regierungen, die eben diese Ausstrahlung erzielen wollten, unabhängig davon, ob sie diesen Werten entsprachen.⁶⁶

⁶² Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 78.

⁶³ Vgl.: Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 121.

⁶⁴ Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 62.

⁶⁵ Unger, G., 2009, S. 141.

⁶⁶ Hustwit G., 2007, 00:28:05.

In Deutschland steht die Helvetica für „solide“⁶⁷ Unternehmen, wie die **Deutsche Bahn**, **Lufthansa** oder der Chemiekonzern **BASF** gezeigt haben. Denn eine Schrift sollte vor allem eines: sich dem Text unterordnen und nicht durch ihre Eigenheiten eigene Interpretationen verursachen.⁶⁸

„Helvetica is the perfume of the city.“⁶⁹ Lars Müller



Aber nicht nur bekannte Unternehmen haben diese Schrift verwendet, sondern vor allem Friseure oder „Straßenhändler“⁷⁰ haben in ihrer amateurhaften Umsetzung auf die Helvetica gesetzt. Ihre Gebräuchlichkeit, gestützt von der sachlichen Einfachheit, in Verbindung des omnipräsenten Einflusses, muss der Grund dafür sein, dass sie heutzutage überall zu sehen und daher „tatsächlich beinahe unsichtbar“⁷¹ geworden ist.⁷² Mit anderen Worten: Helvetica wurde überbekannt.



Auch auf den Warnhinweisen von Tabakwaren findet man die Helvetica als Aufschrift, welche gesetzlich auch verankert ist.⁷³

67 Kupferschmid, I., 2009, S. 45.

68 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.

69 Müller, L., 2002, S. 121.

70 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 190.

71 Ebd., S. 190.

72 Vgl.: Ebd., S. 190–191.

73 Vgl.: Prenner, T. "Helvetica": Falsche Schriftart landet in Tabakgesetz/ Thomas Prenner, 2016. Zu finden auf: <https://bit.ly/3s9wxl3>; letzter Zugriff am: 25.03.2022.

„It’s air, you know, it’s just there. There’s no choice. You have to *breathe*, so you have to use *Helvetica*.“⁷⁴ Erik Spiekermann

Das Aufkommen des PCs und der Möglichkeit die Helvetica nach eigenen Wünschen zu verwenden, hat sicher zu der Behauptung von Erik Spiekermann beigetragen. Auch wenn sich viele Menschen bestimmt keine Gedanken darüber machen, warum sie die Helvetica verwenden. Das Phänomen der rasanten Verwendung hat *Gerald Unger* in seinem Buch: *Wie man’s liest*, folgendermaßen beschrieben:

„Sobald sich der Erfolg einer Schrift abzeichnet, wird sie gleich viel öfter verwendet.“⁷⁵

Gerald Unger

Dieses Phänomen hat sich auch bei der Helvetica gezeigt. Der frühe Erfolg und die Vermarktung dieser Schrift führten dazu, dass sie heutzutage allgegenwärtig⁷⁶ geworden ist – sie wurde ein **Trend** – nicht nur für Designer, sondern für alle Menschen.⁷⁷

Problematisch wird es aber dann, wenn der Kern einer Corporate Font, nicht mehr erfüllt werden kann. Eine Hausschrift soll dem Unternehmen bestenfalls zur **Identifikation** und zur **Einzigkeit** auf dem Markt verhelfen. Wenn aber alle Unternehmen die gleiche Schrift oder optisch ähnliche Schriften verwenden, kann es zu keinem Alleinstellungsmerkmal kommen und kein Unternehmen lässt sich durch seine Corporate Font mehr identifizieren.⁷⁸

74 Hustwit G., 2007, 00:36:52.

75 Unger, G., 2009, S. 141.

76 Hustwit G., 2007, 00:36:52.

77 Vgl.: McNeil, P. *The visual history of type*/ Paul McNeil. [s. l.]: Laurence King Publishing Ltd., 2017, S. 347.

78 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 99.

Dieses Problem haben viele Unternehmen nach jahrelanger Verwendung der Helvetica erkannt und eigene *Custom Fonts* entwickelt, die allerdings auf der Formensprache der Helvetica basieren, da dies jahrelang der markenprägende Stil war.

Helvetica ist überall zu finden. Ob in Flensburg oder auf der ganzen Welt. Ob auf einer Baustelle, im Stadtbus, auf Straßenschildern oder als Bildmarke von Institutionen.

2018 beauftragte die **Lufthansa**, ein Rebranding seiner Visuellen Identität und entwickelte ihre eigene Hausschrift. Die Unterschiede zur Helvetica fallen hier sehr gering aus.⁷⁹ Dasselbe geschah auch bei der **Deutschen Bahn**, welche ebenfalls auf eine eigens neu entwickelte Hausschrift durch Erik Spiekermann setzten.⁸⁰ Durch die vielfache Verwendung der Helvetica, ist viel Potenzial zur Markenrepräsentativität nicht ausgelebt worden.⁸¹



79 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 288-289.
80 Vgl.: Ebd., S. 290-291.
81 Vgl.: Ebd., S. 289.

Verbreitung der Schriftfamilie

Ultra Light bis Black Italic

H 25	H 65
H 26	H 66
H 35	H 75
H 36	H 76
H 45	H 85
H 46	H 86
H 55	H 95
H 56	H 96

Ultra Light Extended bis Black Extended Oblique

H 23	H 63
H 23	H 63
H 33	H 73
H 33	H 73
H 43	H 83
H 43	H 83
H 53	H 93
H 53	H 93

Ultra Light Condensed bis Extra Black Condensed Oblique

H 27	H 77
H 27	H 77
H 37	H 87
H 37	H 87
H 47	H 97
H 47	H 97
H 57	H 107
H 57	H 107
H 67	
H 67	

Helveticas Verbreitungsgeschichte basiert auf dem Erfolg in den 60er und 70er Jahren. Helvetica wurde mehrfach erweitert, vom Maschinen- zum Fotosatz und bis hin zum digitalen Satz. Diese Entwicklungsdurchläufe haben dafür gesorgt, dass Änderungen an der Schriftstärke, den Proportionen oder Abständen vorgenommen wurden, bedingt durch die Überführung in die neuste technische Entwicklung. Somit gab es über mehrere Jahre hinweg eine „wild gewachsene und nicht ganz astreine Helvetica-Familie“⁸², sondern vereinzelte Unterschiede zwischen den Schriftschnitten.⁸³

Die Zeichen hatten sich über die Zeit hinweg „deformiert[...]“⁸⁴ und ergaben „unerwünschte Rundungen“⁸⁵ bei den Buchstaben, weshalb 1983 in der **D. Stempel AG**, die Helvetica von Grund auf neu aufbereitet wurde und den Namen: **Neue Helvetica** bekam. Dies ist im Rahmen eines Teams entstanden, welches mit **Erik Spiekermann** zusammengearbeitet hatte. Hier wurde die Helvetica völlig überarbeitet und um viele Schriftschnitte erweitert. Jedes einzelne Zeichen wurde neu gezeichnet und an die digitalen Anforderungen angepasst. Der Anspruch der digitalen Möglichkeiten musste erfüllt werden, damit die Helvetica auch weiterhin als eine Weltschrift funktionieren konnte.⁸⁶ Die Vorlage legten der dünnste und der fetteste Schnitt und alle weiteren Schnitte wurden rechnerisch ergänzt. Bei dem kleinen **r**, wurde das Fähnchen für alle Schriftschnitte gleichermaßen angepasst, sodass die Zeichen einen homogenen Guss bildeten.⁸⁷

82 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 65.

83 Vgl.: McNeil, P., 2017, S. 452.

84 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 65.

85 Ebd., S. 65.

86 Vgl.: McNeil, P., 2017, S. 452.

87 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 65.

Bei der Neuen Helvetica wurden die Schriftschnitte zusätzlich mittels **Nummern** definiert. Dies dient zur Übersichtlichkeit bei einer so großen Schriftfamilie. So gibt es einmal die Nummern **25–96**, die die Schriftschnitte **Ultra Light bis Black Italic** beinhalten, **23–93** die **Extended** und **27–107** die **Condensed** Schriftschnitte.⁸⁸

Durch die Möglichkeit die Helvetica auf dem eigenen PC zu nutzen, wurde die Schrift gerade in der „Laien-Typografie“⁸⁹ reichlich verwendet.⁹⁰ Zudem führen **Schriftplagiate** dazu, dass sich die Urformen der Schrift visuell bei den Menschen verinnerlichen, was dazu führt, dass Plagiate immer auch das Original unterstützen.⁹¹ Plagiate der Helvetica sind unter anderem die *Swiss 721*, *Switzerland*, *Helvestar*, *Helvette*, *Vega* oder auch *Aristocrat*.⁹²

Mit jeder Überarbeitung einer Schrift kommen selbstverständlich auch fremde Einflüsse hinzu. Jeder Gestalter hinterlässt seine individuelle Handschrift in einem **Revival** einer Schrift. Zudem wird eine Überarbeitung durch die zeitlichen und technischen Möglichkeiten geprägt.⁹³

„Die Pflege des Erbes ist wichtig.“⁹⁴ Stephanie & Ralf de Jong

Das Weiterentwickeln einer Schrift ist immens wichtig, um den digitalen Entwicklungen stetig gerecht zu werden. Das Zitat von *Stephanie und Ralf de Jong* zeigt, dass in gewissen Abständen eine Schrift immer aktualisiert werden sollte.

88 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 113.

89 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 190.

90 Vgl.: Ebd., S. 190.

91 Vgl.: Ebd., S. 190.

92 Vgl.: Malsy V.; Müller L., S. 124.

93 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 114–115.

94 Ebd., S. 115.

Die **Helvetica Now** verfügt über verschiedene Zifferndarstellungen, vielen Interpunktionszeichen und mathematische Formeln. Der Zeichensatz der **Helvetica Now** beinhaltet unzählige Glyphen wie:

hel
ve
tica

1 2 3

→ ↓ ←

Eine Schrift ist irgendwann nicht mehr „zeitgemäß“⁹⁵ und braucht eine neue Aufbereitung. Die Helvetica „ist kulturell sehr wichtig, weil sie weltweit so präsent und eine Art Standard geworden ist“⁹⁶, weshalb nach der Überarbeitung 1983 zur Neuen Helvetica, in den letzten Jahren Handlungsbedarf bestand. **2020** wurde deshalb die **Helvetica Now** auf den Markt gebracht.⁹⁷

Die **Helvetica Now** verfügt nun über 500 neue Zeichen, die es bisher in keiner Helvetica-Familie zu finden gab. Das **Versal-ß** zählt unter anderem dazu, das alternative **l**, sowie neue Akzente, Schmuckelemente und Überarbeitungen grundlegender Zeichen. Die technischen Anforderungen sind in den vergangenen Jahren enorm gewachsen, weshalb viele Zeichen nun anders verwendet werden und gerade auf den Bildschirmen eine verbesserte Lesbarkeit erzielen müssen.⁹⁸

Mittlerweile gibt es viele Erweiterungen der Helvetica. So gibt es unter anderem die *Helvetica Rounded*, *Helvetica Inserat*, *Helvetica Thai*, *Helvetica World*, die *Neue Helvetica World* mit unzähligen Spracherweiterungen, die *Neue Helvetica Georgian*, *Neue Helvetica Armenian* oder Überarbeitungen und Weiterentwicklungen der ursprünglichen Neuen Haas Grotesk, wie die *Neue Haas Grotesk Text*, um nur eine Auswahl zu nennen.⁹⁹

95 Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.) *Helvetica Now* "Das Kleingedruckte wird immer wichtiger", in: ZEIT Online/ Christoph Rauscher, Rabea Weihser, 2019. Zu finden auf: shorturl.at/iANRS; letzter Zugriff am: 26.03.2022.

96 Ebd.

97 Vgl.: Ebd.

98 Vgl.: Ebd.

99 Vgl.: Linotype *Neue Helvetica Schriftfamilie*. Zu finden auf: <https://bit.ly/3xMSeku>; letzter Zugriff am: 29.03.2022.

Wertigkeit der Helvetica

Wertigkeit der Helvetica

Umfrage Teil 2

In dem zweiten Teil der Umfrage wird erfragt, ob die Helvetica überhaupt als Schrift visuell erkannt wird. Zudem werden Lesbarkeit-Tests mit der Helvetica durchgeführt. Außerdem wird geprüft, ob eine Verwechslungsgefahr bei einigen Buchstaben auftritt, welche Wirkung die Helvetica ausstrahlt und, ob die sie in Firmenlogos durch andere Schriften nicht ersetzt werden könnte. Es soll geprüft werden, ob die Aussage Erik Spiekermans auch aus den Ergebnissen der Umfrage resultiert.

Welcher dieser Schriften verwendest du im Alltag (Bewerbungen, Hausarbeiten, Berichte, etc.)?

- Arial
- Calibri
- Comic Sans
- Helvetica/Neue Helvetica
- Times New Roman
- Verdana
- Wird hier nicht aufgelistet

Achtest du auf Schriften und hinterfragst deren Verwendungsgrund?

- Ich habe ein typografisches Auge und achte immer auf Schriften.
- Nur, wenn ich etwas nicht gut oder leicht lesen kann.
- Mit so etwas befasse ich mich nicht.

Welche Medien verwendest du regelmäßig?

- Zeitung
- Romane
- Social Media (Instagram, Facebook, etc.)
- Messenger (WhatsApp, Discord, etc.)
- Zeitschriften
- Weitere

Bei welchem Textbeispiel handelt es sich um die Helvetica?

- Links
- Mitte
- Rechts

Hallo.

Es gibt im Moment in diese Mannschaft, oh, einige Spieler vergessen ihren Profi was sie sind. Ich lese nicht sehr viele Zeitungen, aber ich habe gehört viele Situationen. Erstens: wir haben nicht offensiv gespielt. Es gibt

Hallo.

Ein Trainer sei sehen was passieren in Platz. In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer! Haben Sie gesehen Mittwoch, welche Mannschaft hat gespielt Mittwoch? Hat gespielt Mehmet oder gespielt

Hallo.

Letzte Jahre Meister Geworden mit Hamann, eh, Nerlinger. Diese Spieler waren Spieler! Waren Meister geworden! Ist immer verletzt! Hat gespielt 25 Spiele in diese Mannschaft in diese Verein. Muß respek-

Um welche Zeichen handelt es sich in diesem Textbeispiel?

Kurzantwort-Text

o n o o d

Um welche Zeichen handelt es sich in diesem Textbeispiel?

Kurzantwort-Text

e n o o d

Welche Wort-Unterteile könnten zu diesem Wort-Oberteil gehören?

o n o o d

- y a i a y e
- y a i a y u
- y a i a y e
- y a i a y e

Welches Zeichen entspricht der 1, dem großen I und dem kleinen l?

1 I l

	1	großes I	kleines l
linkes Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mittiges Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rechtes Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Welches Zeichen entspricht der 1, dem großen I und dem kleinen l?

1 I l

	1	großes I	kleines l
linkes Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mittiges Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rechtes Zeichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion

1 2 3 4 5

konnte einige Zeichen nicht direkt entziffern keine Probleme

Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion

1 2 3 4 5

konnte einige Zeichen nicht direkt entziffern keine Probleme

Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion

1 2 3 4 5

konnte einige Zeichen nicht direkt entziffern keine Probleme

Im Vergleich: Welche Variante kannst du jetzt am besten lesen?

1 Illusion
1 Illusion
1 Illusion

- Oben
- Mitte
- Unten

Sehtest: Welche Variante kannst du am besten lesen?

- Oben
- Unten



Sehtest: Welche Buchstaben siehst du in diesem Textbeispiel?



rn m

Oben

Unten

Sehtest: Welche Buchstaben siehst du in diesem Textbeispiel?



rn m

Oben

Unten

In welcher Grafik wirkt die Headline & die Subheadline am effektivsten?

• **Headline**
Subheadline

Es gibt im Moment in diese Mannschaft, oh, einige Spieler vergessen ihnen Profi was sie sind. Ich lese nicht sehr viele Zeitungen, aber ich habe gehört viele Situationen. Erstens: wir haben nicht offensiv gespielt. Es gibt keine deutsche Mannschaft spielt offensiv und die Name offensiv wie Bayern. Letzte Spiel hatten wir in Platz drei Spi-

• **Headline**
Subheadline

Zickler ist eine Spitzen mehr, Mehmet eh mehr Basler. Ist klar diese Wörter, ist möglich verstehen, was ich hab gesagt! Danke. Offensiv, offensiv ist wie machen wir in Platz. Zweitens: ich habe erklärt mit diese zwei Spieler: nach Dortmund brauchen vielleicht Halbzeit Pause. Ich habe auch andere Mannschaften gesehen in Europa nach diese Mittwoch. Ich habe gesehen auch zwei Tage die

• **Headline**
Subheadline

In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer! Haben Sie gesehen Mittwoch, welche Mannschaft hat gespielt Mittwoch? Hat gespielt Mehmet oder gespielt Basler oder hat gespielt Trapattoni? Diese Spieler beklagen mehr als sie spielen! Wissen Sie, warum die Italienmannschaften kaufen nicht diese Spieler? Weil wir ha-

• **Headline**
Subheadline

Strunz! Strunz ist zwei Jahre hier, hat gespielt 10 Spiele, ist immer verletzt! Was erlauben Strunz? Letzte Jahre Meister Geworden mit Hamann, eh, Nerlinger. Diese Spieler waren Spieler! Waren Meister geworden! Ist immer verletzt! Hat gespielt 25 Spiele in diese Mannschaft in diese Verein. Muß respektieren die andere Kollegen! haben viel nette kol-

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Überall dieselbe alte Leier. Das Layout ist fertig, der Text lässt auf sich warten. Damit das Layout nun nicht nackt im Raume steht und sich klein und leer vorkommt, springe ich ein: der Blindtext. Genau zu diesem Zwecke erschaffen, immer im Schatten meines großen Bruders »Lorem Ipsum«, freue ich mich jedes Mal, wenn Sie ein paar Zeilen lesen. Denn esse est percipi – Sein ist wahrgenommen werden. Und weil Sie nun schon die Güte haben, mich ein paar weitere Sätze lang zu begleiten, möchte ich diese Gelegenheit nutzen, Ihnen nicht nur als Lückenfüller zu dienen, sondern auf etwas hinzuweisen, das es ebenso verdient wahrgenommen zu werden: Webstandards nämlich. Sehen Sie, Web-

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

So gibt es Regeln für HTML, CSS, JavaScript oder auch XML; Worte, die Sie vielleicht schon einmal von Ihrem Entwickler gehört haben. Diese Standards sorgen dafür, dass alle Beteiligten aus einer Webseite den größten Nutzen ziehen. Im Gegensatz zu früheren Webseiten müssen wir zum Beispiel nicht mehr zwei verschiedene Webseiten für den Internet Explorer und einen anderen Browser programmieren. Es reicht eine Seite, die – richtig angelegt – sowohl auf verschiedenen Browsern im Netz funktioniert, aber ebenso gut für den Ausdruck oder die Darstellung auf einem Handy geeignet ist. Wohlgermerkt: Eine Seite für alle Formate. Was für eine Erleichterung. Standards spa-

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Und nun im Vergleich:
Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte.

Sie erinnern sich. Der Blindtext-Fall im vorigen Jahr. Nun will Karl noch nach Canossa. Und Claudia heiratet zur Busse Copperfield. Jeden Morgen entzünden sie eine Kerze. Jeden Nachmittag ist eine Runde Rosenkranz fällig. Zur Heiligen Marie. Weil Karl mit dem Zopf der Claudia mit dem Smile optisch nette Koran-Typo aufs Mieder hat sticken lassen. Heiliger Blindtext am

- Links
- Rechts
- Weder noch

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Da läßt der Mullah nicht mit sich scherzen. Blindtext killt Chanel, Islam erklärt Karl den Krieg, das Abendland zittert. Der Blindtext-Fall ist geboren. Die Geschichte des Blindtextes und seiner Texter wird aufgeblättert. Endlich. Was wissen Sie über Blindtext? Katholischen nimmt man für Kochbücher, evangelischen für Bauhausmöbelprospekte, hebräischer wird in Hollywood verfilmt, atheistischer ist für Procter & Gamble Waschmittel, arabischer ist nicht. Und weiter? Zu wem beten Karl und Claudia jeden Tag als Buße für ihre Blindtext-Sünde? Zu ihr. Zur Heiligen Marie Antoinette. Madame ging schön aufs Schafott. Welch eine Haltung. Sie weiß, sie kriegt

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Lohnt es sich nun zu clustern, was beim Art Direktor hinten rauskommt? Überlassen wir das den Metzgern. So sprechen sie vom Blutwurst-Blindtext, wenn grobe Originalblindtextbrocken in einer ansonsten undefinierbaren Blindtextmasse zu finden sind. Sie sprechen vom Schinken-Blindtext, wenn ein runder geschlossener Blindtext am Stück an einem Foto-Knochen montiert ist. Und es gibt das Blindtext-Filetstück. Das ist der seltene Fall, daß ein Blindtext vom Art Direktor so genommen wird, wie er ist. Psychologen der UCLA, der University of California Los Angeles, haben im Mai dieses Jahres herausgefunden, daß es Art Direktoren gibt, die aufgrund von Geschlecht, Hautfarbe, Religionszugehörigkeit

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Und nun im Vergleich:

Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

Der AD aus MG nimmt diesen Blindtext als Filet. Der AD aus München macht daraus Blindtext-Gulasch, wenn nicht -Tatar. Die Geschichte des Blindtextes und seiner Texter ist von Natur aus blutig. Die Blindtexter sind die Heiligen. Ihre Werke werden gemartert. Alle Formen der gepflegten Folter finden Anwendung: Kopf ab, unten ab, rechts ab, links ab, vierteln, stückeln, in Blöcke hacken, dehnen. Die Art Direktoren sind die Schlächter. Warte, warte nur ein Weilchen, dann kommt Hamann auch zu dir. Würde gerade mit

„Das erste, was ich sagen möchte, ist ein herzliches Wort des Dankes an meine Freunde im Evangelischen Arbeitskreis, die in diesen Jahrzehnten - in diesem Jahr begehen wir noch ein wichtiges Erinnerungsdatum an Hermann Ehlers – eine grossartige Arbeit für unsere Sache geleistet haben. Der Evangelische Arbeitskreis hat in schwierigen Zeiten unserer Partei vor allem einen wichtigen Dienst geleistet, er hat immer wieder da-

- Links
- Rechts
- Weder noch

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Nein, meine Texte les ich nicht, so nicht, stöhnte Oxmox. Er war mit Franklin, Rockwell und dem halbtaxgrauen Panther Weidemann in Memphis (Heartbreak Hotel) zugange. Sie warteten auf die fette Gill, um bei der Bank of Helvetica die Kapitälchen in Kapital umzuwandeln. Oxmox liess nicht locker. Ich fleh euch an, rettet meine Copy, gebt meinem Body nochn Durchschuss! Kein Problem, erbarmte sich Old Face Baskerville, streichelte seinen Hund, zog seine einspaltige Poppl, legte an und traf! (Zeidank nichts Ernstes num bisschen Fraktur.) Oxmox: Danke, ist jetzt mit Abstand besser. Derweil jumpte

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Diesmal war Guaredisch ihr Erwählter, weil seine Laufweite einem vollgetankten Bodoni entsprach und seine ungezügelte Unterlänge ihre Serifen so serafisch streifte, dass sie trotz Techtelmechtelei die magere Futura, jene zuverlässige und gern eingesetzte Langstreckenläuferin, rechtsbündig überholen konnten. Leute, giftelte Tiffany, macht endlich maln Punkt. Und das Komma soll sich gefällixt an die richtige Stelle setzen. Und keine Trennungen. Und nicht zu viele Anschläge heut nacht! Die Goudy war vorbei. Aus einem üblen Geviert tauchte eine Horde Gemeiner auf, angeführt von einem Versalen. Als sie des Grauwerts anblickig wurden,

- 1 • Augen müssen sich stark anstrengen
- 2 •
- 3 •
- 4 •
- 5 • problemlos lesbar

Und nun im Vergleich:

Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

In Deutschland gibt es rund 120.000 Vermögensmillionäre. Sie gelten als die Reichen im Lande. Damit sind ihnen zwei Dinge ganz sicher: Neid und immer neue Begehrlichkeiten des Fiskus. Wer da glaubt, von einer Million als Bonvivant gut leben zu können, der kennt das deutsche Steuerrecht schlecht. Stellen wir uns den steuererhrlichen Herrn Michel vor, der eine Million erarbeitet oder geerbt hat. Vielleicht ist er ein Winzer, der sich zur Ruhe gesetzt und die Weinberge

Jedenfalls will Herr Michel, da er keine weiteren Einkünfte hat, von dieser Million leben. Er beschliesst also: keine Segeljacht in Marbella und keine Villa im Tessin. Vielmehr legt er seine Million in festverzinslichen Wertpapieren an. Dazu wählt er zum Beispiel Bundesobligationen. Der Staat bietet ihm für diese fünfjährigen Papiere zur Zeit 6,09 Prozent. Herr Michel bekommt also 60.900

- Links
- Rechts
- Weder noch

Stell dir vor, beide Textbeispiele strecken sich über einen hundertseitigen Roman. Welche Schrift könntest du länger gut lesen?

Ein Holzschuhmacher und ein Bogenschütze mit Brot- beziehungsweise Wassersack durchschritten eine Saccharose-Pfütze. Zwar war sie gottlos, aber zäh wie Lack. Der Schütze sprach: „Wir müssen sie entwässern. Nur so wird sie zu gutem Scheuersand. Jedoch kann ich sie schwerlich trockenbessern. Mein Sack enthält den falschen Gegenstand.“ Der Holzschuhma-

Zu meiner Entschuldigung kann ich nur sagen: Ich habe diesen Text nur als Blindtext für die Setzerei Appel in Hamburg geschrieben. Wenn ich gewusst hätte, dass Sie diese Zeilen lesen (man stelle sich das mal vor: Sie persönlich lesen das hier!), dann hätte ich mir natürlich mehr Mühe gegeben. Immerhin bin ich gelernter Texter und seit über 20 Jahren am Üben – da hätte ich wahrlich was Besseres schreiben können als diesen Stuss.

- Links
- Rechts
- Weder noch

Stell dir vor, beide Textbeispiele strecken sich über einen hundertseitigen Roman. Welche Schrift könntest du länger gut lesen?

Achtung! Dieser Blindtext wird gerade durch 130 Millionen Rezeptoren Ihrer Netzhaut erfasst. Die Zellen werden dadurch in einen Erregungszustand versetzt, der sich über den Sehnerv in dem hinteren Teil Ihres Gehirns ausbreitet. Von dort aus überträgt sich die Erregung in Sekundenbruchteilen auch in andere Bereiche Ihres Grosshirns. Ihr Stirnlappen wird stimu-

Mit seiner Aufnahme in die Elite war Knechts Leben auf eine andre Ebene verpflanzt, es war der erste und entscheidende Schritt in seiner Entwicklung geschehen. Es geht durchaus nicht allen Eliteschülern so, daß die amtliche Aufnahme in die Elite mit dem innern Erlebnis der Berufung zusammenfällt. Das ist Gnade, oder wenn man es banal ausdrücken will: es ist ein Glücksfall. Wem er be-

- Links
- Rechts
- Weder noch

Beschreibe diese Schrift, hinsichtlich ihrer Wirkung, in 3 Adjektiven:



Kurzantwort-Text

THE NORTH FACE: Für welches Logo hättest du dich hinsichtlich der Lesbarkeit und Atmosphäre entschieden?



- Links
- Mitte
- Rechts

Tupperware: Für welches Logo hättest du dich hinsichtlich der Lesbarkeit und Atmosphäre entschieden?



- Oben
- Mitte
- Unten

Jeep: Für welches Logo hättest du dich hinsichtlich der Lesbarkeit und Atmosphäre entschieden?



- Links
- Mitte
- Rechts

Lufthansa: Für welches Logo hättest du dich hinsichtlich der Lesbarkeit und Atmosphäre entschieden?



- Oben
- Mitte
- Unten

Auswertung der Umfrage Teil 2

Welcher dieser Schriften verwendest du im Alltag (Bewerbungen, Hausarbeiten, Berichte, etc.)?

50% der Befragten haben hier die Arial angegeben und weitere 48%, die Times New Roman, sowie 40% die Calibri. Ich vermute, dass hauptsächlich Teilnehmer nicht-grafischer Studiengänge oder ohne grafische Erfahrung, diese Antworten gegeben haben, da die Times New Roman gerade bei Hausarbeiten an den Universitäten oder anderen Studiengängen, als zu verwendende Schriftart gilt. Im Gegensatz hierzu, gaben 33% an, andere Schriften regelmäßig zu verwenden. Dies gibt mir selbstverständlich keinen Hinweis darauf, dass es sich hier vermehrt um Grafikinteressierte handelt.

Achtest du auf Schriften und hinterfragst deren Verwendungsgrund?

Diese Frage diente dazu, zu erfahren, ob die Typografie von der Mehrheit der Befragten als relevant eingestuft wird. Achten die Personen überhaupt auf Schriften und Gestaltungen im Alltag?

44% der Teilnehmer haben hier angegeben, ein typografisches Auge zu besitzen und ständig auf Schriften zu achten. Dieses Ergebnis hat mich überrascht, da ich nicht genau weiß, ob alle Teilnehmer einschätzen können, was es heißt, ein typografisches Auge zu besitzen. Trotz dessen ist es ein positives Ergebnis, was zeigt, dass viele Personen sich mit schlecht lesbaren Schriften nicht zufrieden stellen und die verwendeten Schriften aktiv hinterfragen. 51% gaben an, sich spätestens dann für Schriften zu interessieren, wenn die Lesbarkeit der Schrift für Probleme sorgt. Beide Antworten zeigen mir, dass die Teilnehmer bewusst auf Schriften achten und sorgen dafür, dass die kommenden Fragen auch zuverlässig gewertet werden können.

Welche Medien verwendest du regelmäßig?

91% der Befragten gaben an, regelmäßig Messenger zu verwenden und weitere 78%, Social Media. Bei den Messenger- und Social Media-Plattformen werden hauptsächlich Serifenlose verwendet. 48% lesen häufig Romane, 34% die Zeitung und 25% Zeitschriften. Diese Medien sind repräsentativ für Serifenschriften. Gerade in Zeitungen oder Romanen werden ebendiese Schriften verwendet. Aus dieser Frage lässt sich ableiten, welche Gewohnheiten die Befragten besitzen. Dies ist ausschlaggebend dafür, ob die Teilnehmer in den nächsten Fragen, Serifenschriften leichter und besser als Serifenlose lesen können oder andersherum.¹

¹ Vgl.: Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 5.

S. 108

Diese Umfrage wird hauptsächlich unter dem Themenpunkt: **Lesbarkeit** analysiert.

Bei welchem Textbeispiel handelt es sich um die Helvetica?

Hallo.

Letzte Jahre Meister
Geworden mit Hamann,
eh, Nerlinger. Diese

Hallo.

Es gibt im Moment in diese
Mannschaft, oh, einige
Spieler vergessen ih-

Um welche Zeichen handelt es sich in diesem Textbeispiel?

onood

Weitere Antworten:
apood, apoad
cnood
epocd, eneed,
enecd, epeed,
enood
onecd, Opood,
opsed, opeed,
oneed, opoad,
onood/opood
spood

Die rot markierten
Buchstaben repräsentieren die richtig
erkannten Zeichen.

Bei dieser Frage ging es primär darum, ob den Personen das Schriftbild der Helvetica vertraut ist und sie es im Vergleich zu der Meta Pro und Adobe Garamond Pro, differenzieren können. 56% haben die Neue Helvetica auch richtig dem rechten Textbeispiel zugeordnet. 44% haben im linken Text, die Helvetica vermutet, welches der Meta Pro entsprach. Daraus kann ich schließen, dass die Meisten eine Serifenlose als Schriftbild vermutet haben und eine Adobe Garamond diesem Bild nicht entsprach.

Diese Frage ist relevant, um zu prüfen, wie viele Formmerkmale sich in der oberen Hälfte der Zeichen befinden, um eine Verwechslungsgefahr von Buchstaben vorzubeugen. Diesen Test habe ich einmal mit der Neuen Helvetica und der Adobe Garamond Pro durchgeführt. In beiden Fällen sind die Buchstaben: **enocd** angegeben und zur Hälfte verdeckt.

14 Befragte vermuteten die Zeichen: **onood**
14 Befragte vermuteten die Zeichen: **opood**
8 Befragte vermuteten die Zeichen: **speed**
3 Befragte vermuteten die Zeichen: **enocd**

Dieses Ergebnis zeigt eindeutig, dass die Buchstaben **e**, **o** und **c** eine **große Verwechslungsgefahr** aufweisen. Bei den meisten Befragten sehen die Ergebnisse nach einem Ratespiel aus, wie solche Antworten belegen können:

[**aoe**][**np**][**aoe**][**aoe**]**d**
?n??d
cnood? gar nicht so einfach :D

Das **d** wird einwandfrei von allen Teilnehmern identifiziert. Das **n** wird häufig mit einem **p** vertauscht, befindet sich aber wenigstens an der richtigen Position. Der Bogen des **n**'s, scheint somit einem **p** zu ähneln. Problematisch wird es mit dem **e**, **o** und dem **c**, welche meistens untereinander vertauscht und durcheinander vermutet wurden. Die Befragten haben somit zwar die Buchstaben in einer Weise erkannt, aber an den falschen Positionen vermutet.

Um welche Zeichen handelt es sich in diesem Textbeispiel?

enocd

Anders sieht es mit der Adobe Garamond Pro aus. Hier haben 38 Personen die Zeichen richtig erkannt. Weitere 18 vermuteten **epocd**. Die weiteren Antworten lauteten: **enosd, egocd, epecd, eposd, epocd**

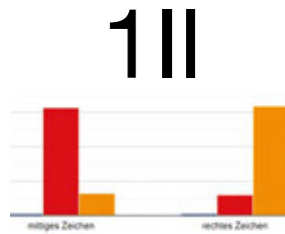
Bei diesem Beispiel liegt die einzige Verwechslung zwischen dem **n** und dem **p**. Somit gibt es keine großen Probleme beim Entziffern dieser Zeichen.

Welche Wort-Unterteile könnten zu diesem Wort-Oberteil gehören?

garago

Diese Frage ähnelt der Vorherigen, behandelt jedoch primär die untere Hälfte der Zeichen in der Neuen Helvetica. Es handelt sich hier um das Wort: **garage**. Die Befragten durften mehrere Entscheidungen treffen, um zu prüfen, ob einige Zeichen wieder Verwechslungen verursachen. 56 Teilnehmer wählten die dritte Option und somit das Wort: **garage**. Hierbei lässt sich nicht ausschließen, dass ein sinnhaftes Wort, die Wahl beeinflusst hat. Die anderen beiden Möglichkeiten, wurden jeweils mit 20 und 21 Antworten gewählt. Die Unterschiede lagen darin, dass **garage** in **garaqe** und einmal ein **garago** umgeändert wurde.

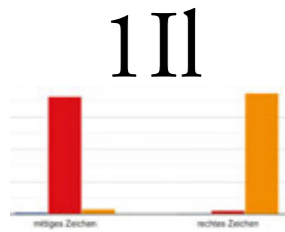
Welches Zeichen entspricht der 1, dem großen I und dem kleinen l?



Ziel dieser Frage war es, die Differenzierbarkeit dieser drei Zeichen in der Neuen Helvetica, zu prüfen. Die richtige Antwort entspricht der Reihenfolge: **1, großes I, kleines l**.

76 Teilnehmer haben die **1** als eine **1** erkannt. 63 Teilnehmer haben auch das **große I** richtig identifiziert. 13 Personen vermuteten hier jedoch das **kleine l**. Genauso sieht es bei dem letzten Zeichen aus. Auch hier haben 64 Teilnehmer die richtige Antwort gegeben, 12 jedoch haben das **große I** vermutet.

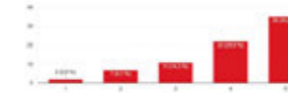
Welches Zeichen entspricht der 1, dem großen I und dem kleinen l?



Bei der Adobe Garamond Pro sehen die Antworten eindeutiger aus. Auch hier gilt dieselbe Reihenfolge der Zeichen. 75 Teilnehmer haben die **1** richtig identifiziert. 73 Teilnehmer haben das **große I** richtig erkannt und 75 das **kleine l**.

Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion



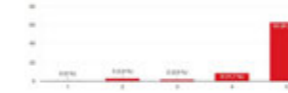
Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion



Hattest du Probleme beim Entziffern dieser Zeichen?

1 Illusion



Im Vergleich: Welche Variante kannst du am besten lesen?

1 Illusion
1 Illusion
1 Illusion

Sehstest: Welche Variante kannst du am besten lesen?

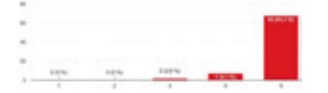


Diese Frage baut auf der vorherigen Frage auf. Auch hier sind die Beispiele zuerst in der Neuen Helvetica, in der Adobe Garamond Pro und zuletzt in der Meta Pro gesetzt.

Zuerst sollte erfragt werden, ob es Probleme bei dem Entziffern der Zeichen gab. Ohne die Werte links lesen zu müssen, kann man erkennen, dass die meisten Teilnehmer (35), keine Probleme beim Differenzieren der Zeichen hatten. Trotz dessen ist die Statistik einer Treppenform ähnlich.

Es sollte berücksichtigt werden, dass das Erfassen des Wortes kein Problem dargestellt haben sollte, da die restlichen Zeichen Rückschlüsse bieten. Man kann vermuten, dass die meisten Befragten verstanden haben, dass es sich um die ersten vier Zeichen handelt.

Bei der Adobe Garamond Pro sehen die Ergebnisse eindeutiger aus. 68 Teilnehmer hatten keine Probleme. Hier zeigt sich keine treppenartige Abstufung der Ergebnisse.



Bei der Meta Pro sieht es identisch zu der Adobe Garamond Pro aus. 63 Teilnehmer hatten bei dieser Schrift auch keine Probleme.

Mir war beim Stellen dieser drei Fragen bewusst, dass die meisten Personen keine Probleme bei dem Entziffern haben werden, wollte diese Antworten jedoch nutzen, um in der nächsten Frage zu sehen, welche von diesen drei Schriften denn am besten lesbar ist.

Im Vergleich der Schriften zeigt sich, dass die Neue Helvetica, wie bereits die treppenartige Abstufung visualisiert hat, nur 4% der Teilnehmer gewählt haben. Die Adobe Garamond Pro war mit 55% der Antworten am besten lesbar und nach ihr, mit 42%, die Meta Pro.

Der Sehtest sollte symbolisch für Seheinschränkungen stehen. Hierbei wurde in der oberen Schrift die Bodoni URW und unten die Neue Helvetica gewählt. 97% gaben hier an, die Neue Helvetica besser lesen zu können.

Sehtest: Welche Buchstaben siehst du in diesem Textbeispiel?



In diesem Beispiel sind das **r** und **n** in der Neuen Helvetica, oben ohne typografische Änderungen und unten mit einer Laufweite von -60, verengt worden. Geprüft werden sollte, ob bei der Neuen Helvetica, unter schlechten Sichtbedingungen, in normaler Setzung als auch in schlechter Setzung, das **r** und **n** gut differenziert werden kann. 69 Personen gaben an, oben ein **r** und ein **n** zu erkennen. 76 von 77 Teilnehmern haben unten ein **m** gelesen.



Bei der Bodoni URW haben einmal 77 Teilnehmer oben und 69 Teilnehmer unten, das **r** und **n** richtig erkannt.



In welcher Grafik wirkt die Headline & die Subheadline am effektivsten?

51% wählten Option 1 in der Neuen Helvetica und gute 26% die letzte Option in der Meta Pro. Serifenschriften wie die Adobe Garamond Pro (Option 2) und die Bodoni MT (Option 3) bekamen nur wenige Stimmen.

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Vorab möchte ich darauf hinweisen, dass die **Lesbarkeit-Tests** in der zweiten Umfrage **keine längeren Mengentexte** beinhalten. Ob ein Befragter eine Schriftart somit über einen längeren Zeitraum gut lesen kann, wird hier nur an einem kurzen Ausschnitt erfragt, da dies im Rahmen der Umfragemöglichkeiten nicht umsetzbar gewesen wäre. Dies gilt beim Auswerten der Lesbarkeitsfragen zu berücksichtigen.

Überall dieselbe alte L lässt auf sich warten. Raume steht und sich ein: der Blindtext. Ger

In der ersten Frage wurde die Neue Helvetica mit verengter Laufweite und geringerem Zeilenabstand gezeigt. Insgesamt 69 Personen verteilen sich homogen auf die Wertung 3-5 und die restlichen acht Antworten, verteilen sich auf die 1 und 2.

So gibt es Regeln für XML; Worte, die Sie Entwickler gehört hat dass alle Beteiligten

Bei der zweiten Frage wurden keine Änderungen an der Neuen Helvetica vorgenommen. Hier ist das Ergebnis eindeutiger: 42 Personen haben die 5 gewählt, 28 Teilnehmer die 4 und hatten somit weniger Probleme beim Lesen, als bei dem vorherigen Beispiel.

Und nun im Vergleich: Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

Bei dem Vergleich haben sich 66 Teilnehmer für den unveränderten Textabschnitt entschieden. Es lässt sich also feststellen, dass die meisten der Teilnehmer kein zu enges und dadurch zu dunkles Schriftbild über einen längeren Zeitraum lesen wollen.

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Da lässt der Mullah nicht Islam erklärt Karl den K Fall ist geboren. Die Ges wird aufgeblättert. Endli

Lohnt es sich nun zu ch kommt? Überlassen wir Blutwurst-Blindtext, we ner ansonsten undefinie

Und nun im Vergleich: Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

In dem nächsten Beispiel wurde die Adobe Garamond Pro mittels der Laufweite und des Zeilenabstandes verengt. 64 Befragte verteilen sich auf die 3-5. Der Fokus liegt auf der 3 und der 4. Dieses Mal ist die 2 mit 11 Stimmen, etwas häufiger gewählt worden, als bei der Helvetica.

In der unveränderten Adobe Garamond Pro, zeigen die Ergebnisse auch eindeutiger, dass die meisten Menschen dies besser lesen können. 57 Personen verteilen sich hier auf die 4 und die 5.

Bei diesem Vergleich zeigt sich ebenfalls, dass die Mehrheit mit 56 Stimmen, die unveränderte Adobe Garamond Pro bevorzugt. Trotz dessen scheinen 13 Personen das verengte Schriftbild zu präferieren und die restlichen 8 Personen wissen es nicht genau.

Wie gut kannst du diesen Text lesen?

Nein, meine Texte les war mit Franklin, Rock Weidemann in Mempl teten auf die fette Gill,

Diesmal war Guaredis einem vollgetankten f gelte Unterlänge ihre trotz Techtelmechtele

Dasselbe Prinzip wurde mit der Meta Pro umgesetzt. Bei der verengten Meta Pro verteilen sich 65 Stimmen auf die Zahlen 3-5, wobei die 4 mit 27 Stimmen am meisten ausschlägt.

Im Gegensatz dazu steht die normal gesetzte Meta Pro. Mit 33 Stimmen für die 5 und weiteren 27 für die 4, stimmt die Mehrheit für eine gute Lesbarkeit.

Und nun im Vergleich: Welcher Text ist auf Dauer besser lesbar?

Hier zeigt sich wieder, dass die Mehrheit mit 55 Personen, das offenere Schriftbild bevorzugt. Doch auch hier können 15 Personen, die enggesetzte Meta Pro gut lesen.

Stell dir vor, beide Textbeispiele strecken sich über einen hundertseitigen Roman, welche Schrift könntest du länger gut lesen?

Hier wurden mehr oder weniger Schätzantworten erwartet. Verglichen wurde die Neue Helvetica mit der Adobe Garamond Pro, beide in unveränderter Form. Die Ergebnisse halten sich die Waage. 40 Personen präferieren die Adobe Garamond Pro und 35 die Neue Helvetica. Somit scheint für viele, die Neue Helvetica im Mengentext gut lesbar zu sein.

Der zweite Vergleich mit gleichlautender Frage, stellte die Neue Helvetica mit der Meta Pro gegenüber. Hier entschieden sich 43 Personen für die Neue Helvetica und 29 für die Meta Pro. 5 Personen konnte keine Wahl treffen. Auch hier scheint die Helvetica einer dynamischen Grotesk im Vorteil zu sein.

Beschreibe diese Schrift, hinsichtlich ihrer Wirkung, in 3 Adjektiven:

Bei dieser Frage habe ich ausschließlich seriöse Antworten erhalten, weshalb die Aussagen eine verlässliche Quelle darstellen.

Eine Auswahl der Antworten:

klar, deutlich, direkt, solide, seriös, universell, modern, stabil, vielseitig, ausdrucksstark, dominant, dick, lesbar, gerade, einfach, klassisch, sauber, zeitlos, neutral, nüchtern, charakterlos, langweilig,	professionell, sicher, selbstbewusst, facettenreich, präsent, unkompliziert, abwechslungsreich, einprägsam, praktisch, eindeutig, ansprechend, angenehm, sachlich, ordentlich, strukturiert, ausgeglichen, fest, schwerfällig, ernst, weich, eckig, symmetrisch, minimalistisch, plakativ, schlicht, dunkel, glatt, statisch, ruhig, nichtssagend, dezent, elegant, funktional, leserlich, unauffällig, ...
---	---

Die roten Adjektive sind in den Antworten mehrfach aufgelistet worden. Der Fokus der Antworten liegt auf der *Neutralität, der Stärke, der statischen Optik*, aber auch auf dem *eindeutigen und einprägsamen Erscheinungsbild*.

THE NORTH FACE:
Für welches Logo hättest du dich, hinsichtlich der Lesbarkeit, und Atmosphäre entschieden?

Für diese Frage wurden vier Logos von großen Unternehmen in der Originalfassung der Neuen Helvetica, in der Adobe Garamond Pro und in die Meta Pro gesetzt (Reihenfolge jeweils von links nach rechts oder von oben nach unten). Es zeigte sich, dass die meisten der Befragten sich durch die bekannte Bildmarke beeinflussen ließen. Zwar hat die Originalfassung auch die Mehrheit der Stimmen in jeder Frage erhalten, trotzdem zeigen sich auch Gegenmeinungen. Bei **THE NORTH FACE** sehen 55 Personen das Original für die beste Lösung an. Aber 16 Personen tendieren zu der rechten Version, gesetzt in der Meta Pro. Bei der **Tupperware** sieht es ähnlich aus. 47 Personen empfanden das Original am passendsten, 14 die Adobe Garamond-Version und weitere 16, das Logo in der Meta Pro.

Tupperware:

Jeep:

Bei **Jeep** resultieren beinahe gleiche Ergebnisse. 59 Personen stimmen für das Original, 10 für die zweite und 8 für die dritte Option.

Lufthansa:

Lufthansa zeigt ebenfalls keine Ausnahme. 52 sehen das Original als die richtige Option an, 14 die Meta Pro und die letzten 11 die Adobe Garamond-Variante.

Diese Umfrage ist keinesfalls repräsentativ, da nicht alle Aussagen genau geprüft werden können und viele Antworten auf subjektiven Empfindungen beruhen. Jedoch dient sie als Basis, um die Lesbarkeit und die Wirkung der Helvetica auf Grundlage von vielen Befragten zu analysieren.

bdgopq
aces
ftyji.:;!?,“
hmnr

SsCce

Eine einheitliche
Formensprache

→ Lesbarkeit

Die Helvetica ist durch ihr statisches Formprinzip in ihrer Formensprache einheitlich. Es tritt eine gewisse Regelmäßigkeit der Zeichen auf, die dafür sorgt, dass kaum ein Zeichen hervorsticht.² Selbst die **Interpunktion**, fügt sich passend in das Schriftbild ein, da sowohl der *Punkt*, das *Komma*, das *Ausrufezeichen* und weitere *Interpunktionszeichen* dem eckigen **i-Punkt** entstammen. Die Rundung des Kommas und der Anführungszeichen ist zudem mit den Bögen der Unterlängen des **j**'s oder **y**'s, stimmig.³ Zudem sorgen die einheitlichen Strichenden für eine konsistente Zeichensprache.⁴ Wenig bis gar keine Zeichen sorgen für Auffälligkeiten, außer das **Versal-R** und das **Gemeine a**. Ansonsten wurde auf Besonderheiten verzichtet.⁵

Grundsätzlich gilt, dass sich die Buchstaben in ihren Öffnungen der Binnenformen ähneln sollten.⁶ Die Helvetica erfüllt diese Anforderungen definitiv. Jedoch sorgen die stark geschlossenen Öffnungen dafür, dass es zu **Verwechslungen** der Zeichen **c** und **e** mit dem **o** kommen kann.

„Öffnungen sind das Maß für die Eleganz einer Schrift.“⁷

Roberst Bringhurst

Wie die zweite Umfrage bereits gezeigt hatte, ist das Verwechslungsproblem bei vielen Befragten aufgetreten. Gerade wenn die obere Hälfte der Zeichen abgedeckt wurde, gab es keine Orientierungspunkte für die Teilnehmer, an welchen sie die Unterschiede der Zeichen festmachen konnten. Wenn Buchstaben wie **enocd** zu solchen Antworten führen: **[aoe][np][aoe][aoe]d**, steht die Frage der schlechten Lesbarkeit zu Recht im Raum.

Zeichen sollten aber in ihrer Formensprache eindeutig sein und den Lesefluss nicht unterbrechen.
(Vgl.: Ött, S., 2020, S. 53.)

2 Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 41.

3 Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 190.

4 Vgl.: Ebd., S. 120.

5 Vgl.: McNeil, P., 2017, S. 347.

6 Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 120.

7 Ebd., S. 120.

enocd

enocd

enocd
enocd



Die Formen gleichen sich beinahe an. Das **c** ist mit seiner Form noch geschlossener als das **e** und somit ist die Frage, wann die Buchstaben mit dem **o** verwechselt werden, nicht weit dahergegriffen.

S. 113

Die Zeichen mit geschlossenen Formen können somit den Lesefluss stören, da sie „sich stärker auf sich selbst [beziehen]“⁸, indem der Leser fälschlicherweise Buchstaben vertauscht und somit wichtige Informationen fehlinterpretiert oder beim Lesen zurückspringen muss, um das Wort erneut zu lesen. Dies kann problematisch werden, wenn die Betrachter unter **Seheinschränkungen** leiden und die Weißräume verschwinden, Zeichen ineinander verschwimmen und somit keine Identifizierung der Unterscheidungsmerkmale mehr stattfinden kann.⁹ Weshalb die Helvetica *nicht besonders gut für Lesetexte geeignet ist*, da in kleinen Punktgrößen die Zeichen noch schwerer zu unterscheiden sind.¹⁰ Es muss erwähnt werden, dass die Schriftgestalter der Neuen Haas Grotesk, ihr von Grund auf einen „mechanisierten Charakter“¹¹ vermitteln wollten, weshalb die geschlossenen Formen und die horizontalen Endungen bewusst gewählt wurden.¹² Der Stil der Helvetica war damals modern und demnach erfüllte die Helvetica damals vollkommen die Anforderungen für eine Druckschrift.¹³

Die Helvetica ist jedoch viel mehr eine **Displayschrift**, die für Aufmerksamkeit auf Plakaten steht, Headlines oder prägnante Zitate hervorheben oder für kurze Textabschnitte verwendet werden kann.¹⁴ In großen Graden fallen ihre geschlossenen Formen nicht ins Gewicht. Feinheiten, wie das Versal-R bekommen mehr Beachtung und hier muss nicht alles gut leserlich sein.¹⁵

8 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 33.

9 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 60.

10 Vgl.: Ebd., S. 60.

11 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 119.

12 Vgl.: Ebd., S. 119.

13 Vgl.: Ebd., S. 56.

14 Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 46.

15 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 127.

In meiner zweiten Umfrage habe ich den Teilnehmern verschiedene Blindtexte, in drei verschiedenen Schriften vorgelegt. Die Neue Helvetica, repräsentativ für das statische Formprinzip und als Serifenlose. Die Adobe Garamond Pro als Serifenschrift mit einem dynamischen Formprinzip und zuletzt die Meta Pro, eine Serifenlose mit einem ebenfalls dynamischen Formprinzip. Unter der Voraussetzung, dass 69 Befragte die schlecht gesetzte Helvetica trotzdem als relativ gut lesbar eingeordnet haben und sich 35 Personen vorstellen können, die Neue Helvetica über einen längeren Zeitraum gut zu lesen, sind die Umfrageergebnisse in einem kleinen Widerspruch zu den generellen Lesbarkeitsstudien.

Die **Neue Helvetica** entstammt der noch nicht digitalisierten Welt, wie wir sie heute kennen. Durch das Aufkommen der Bildschirme in jeglicher Größe, wurde mit der **Helvetica Now**, die Übertragung in die Bildschirmwelt geschaffen und mit ihr die **Lesbarkeit** überarbeitet.

(Vgl.: Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.)

Denn die Helvetica gilt gerade für **Lesetexte**, vor allem auf längere Zeit, als nicht sonderlich gut lesbar. Die sogenannte „Gartenzaun-Wirkung“¹⁶ kann entstehen, wenn die Helvetica, wie im unteren linken Beispiel, zu eng gesetzt wird und der Zeilenabstand zu gering ist.¹⁷ Die Zeilen können dann nicht mehr gut erfasst werden und die Grauwirkung des Schriftbildes verdunkelt sich stark.¹⁸

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte.

Sie erinnern sich. Der Blindtext-Fall im vorigen Jahr. Nun will Karl noch nach Canossa. Und Claudia heiratet zur Busse Copperfield. Jeden Morgen entzünden sie eine Kerze. Jeden Nachmittag ist eine Runde Rosenkranz fällig. Zur Heiligen Marie. Weil Karl mit dem Zopf der Claudia mit dem Smile optisch netzte Koran-Typo aufs Mieder hat sticken lassen. Heiliger Blindtext am

Doch auch die standardmäßige Einstellung der Neuen Helvetica bedarf typografischer Überarbeitung. Wird die Helvetica über einen längeren Textabschnitt verwendet, muss der Zeilenabstand ausreichend erhöht werden, wie es auch in dieser Bachelor-Thesis erfolgt ist. Dann kann die Helvetica durchaus über einen längeren Textabschnitt hinweg, gut lesbar sein.

Die typografische Anpassung der **Helvetica Now Text** beträgt in dieser Bachelor-Thesis: 11 pt/15 pt. Standardmäßig läge der Zeilenabstand bei 13,2 pt. Zudem ist die Laufweite bei Auszeichnungen um +10 erhöht worden.

¹⁶ Willberg, H. P., 2008, S. 61.

¹⁷ Vgl.: Ebd., S. 61.

¹⁸ Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 17.

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können. Um ein triviales Beispiel zu nehmen, wer von uns unterzieht sich je anstrengender körper-

8/9,6 pt; LW: 0

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können.

9/10,8 pt; LW: 0

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten

9/12 pt; LW: +20

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können. Um ein triviales Beispiel zu nehmen, wer

8/10 pt; LW: +20

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können. Um ein triviales Beispiel zu nehmen, wer von uns unterzieht sich je anstrengender körperlicher Betätigung, außer um Vorteile daraus zu ziehen? Aber wer hat irgend ein Recht, einen Menschen zu tadeln, der die Entscheidung trifft,

10/12 pt; LW: 0

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können. Um ein triviales Beispiel zu nehmen, wer von uns unterzieht sich je anstrengender körperlicher Betätigung, außer um Vorteile daraus zu ziehen? Aber wer hat

10/13 pt; LW: +10

Auch gibt es niemanden, der den Schmerz an sich liebt, sucht oder wünscht, nur, weil er Schmerz ist, es sei denn, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mühen und Schmerz ihm große Freude bereiten können. Um ein triviales Beispiel zu nehmen, wer von uns unterzieht sich je anstrengender körperlicher Betätigung, außer um Vorteile daraus zu ziehen? Aber wer hat irgend ein Recht, einen

11/15 pt, LW: +25

Dasselbe Verhältnis, wie der Fließtext dieser Thesis.

„Die Zurichtung ist sehr eng; die Laufweite muss selbst in Lesegrößen deutlich erhöht werden [...]“¹⁹ Stephanie & Ralf de Jong

In diesen Textbeispielen fällt auf: Wird *keine typografische Änderung* vorgenommen, verdichtet sich der Text schnell zu einem dunkleren Schriftbild. Gerade über einen Fließtext von mehreren Seiten muss die Laufweite, bzw. einzelne Zeichen spationiert und auch der Zeilenabstand angepasst werden, sonst ist die Helvetica auf Dauer schlecht und unangenehm lesbar.

¹⁹ Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 190.

„Neue Herausforderungen mit gesellschaftlicher Relevanz“

Professor Dr. Dietmar Fink und Bianka Knobloch überprüfen regelmäßig die Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und wissen genau, wie sich das Berufsbild der Prüfer aktuell verändert. Am Beispiel der...

Neue Helvetica LT Std 77 Condensed Bold

Bedingt durch die statische Wirkung und der großen x-Höhe, eignen sich diese Eigenschaften primär – wie bereits erwähnt: für Headlines oder kurze Textabschnitte.²⁰

„Auf Plakatgröße [...] sieht sie immer noch sehr charismatisch aus. Aber im Kleinen, [...], ist sie schlecht lesbar.“²¹ Jan Hendrik Weber

Das Verhältnis von Mittellänge zur Ober- und Unterlänge, ist ein weiteres Kriterium für gute Lesbarkeit. Schriften mit einer großen x-Höhe, tendieren grundsätzlich zu einer besseren Lesbarkeit. Die Merkmale der Gemeinen zeichnen sich somit besser ab. Eine große x-Höhe reicht jedoch nicht allein, denn wenn die Unter- oder die Oberlängen wiederum zu kurz wirken, können einige Buchstaben schwerer differenziert werden.²² Die **x-Höhe** der Helvetica beträgt **73% der Versalhöhe**.²³ Damals war es modern, eine hohe Mittellänge von Schriften zu erzielen, doch selbst Max Miedinger hat hier „übertrieb[en]“²⁴. Die Ober- und Unterlängen ragen nicht über die Versalhöhe hinaus²⁵ und dadurch entsteht zwischen der x-Höhe und der Versalhöhe, wenig Weißraum. Wie die Textbeispiele auf der vorherigen Seite gezeigt haben, verdunkelt sich das Schriftbild, die Augen müssen sich mehr anstrengen, die Zeilen zu differenzieren, weshalb der Zeilenabstand manuell erhöht werden muss.²⁶

20 Vgl.: Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G., 2014, S. 57.
 21 Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.
 22 Vgl.: Cheng, K.; Krause, H., 2013, S. 139.
 23 Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 100.
 24 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.
 25 Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 24.
 26 Vgl.: Öttl, S., 2020, S. 85.



Die Ober- und Unterlängen stehen in einem geringen Verhältnis zu der Mittellänge. Im plakativen Stil, in großen Größen, ist dies nicht problematisch.

Die Proportionen sind nicht ganz eindeutig.

Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

6 pt; LW: 15

Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

Einmal in 30 pt und in 6 pt. Links in der Neuen Helvetica und darunter in der Adobe Garamond Pro. Die **Zu-**richtung ist im kleinen Grad viel zu eng und zudem verschwinden die Ober- und Unterlängen beinahe völ-

lig, im Vergleich zur Garamond, obgleich großzügige Mittellängen in kleinen Graden von Vorteil sind. Das Sperren von Zeichen verhilft der Lesbarkeit.

(Vgl.: **MONOTYPE** Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.)



Originalgröße in 12 pt



In der Originalgröße zeigt sich, dass die Mittellänge und Ober- und Unterlängen sich bereits ab 12 pt, ohne manuelle Anpassungen, schwer unterscheiden lassen. Das kleine **i** und **l** verbinden sich zu Strichen.

Diese Grafik entspricht nicht der Originalgröße.

minimum

Die enge Zurichtung war damals modern und auch von M. Miedinger und E. Hoffmann bewusst eingesetzt. Doch mit den digitalen Entwicklungen und

modernisierten Printmöglichkeiten, haben sich die Anforderungen an eine Leseschrift enorm verändert. (Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 119.)

Hier zeigt sich, dass die Zurichtung zu eng ist. Die Innenräume sind beinahe doppelt so groß wie die Zwischenräume. Auch wenn in diesem Fall keine

Serifen miteinander verschmelzen, kann man sehen, was dies in kleinen Graden bewirkt. Ein **Sperren** einzelner Zeichen wäre sinnvoll.

S. 104

Durch diese unrhythmische Zurichtung kann es gerade bei einzelnen Buchstaben zum **Verschmelzen von Zeichen** kommen. Wie man zuvor in dem Beispielsatz in 6 pt gesehen hat, könnte das Wort: **vorn** auch **vom** bedeuten, wenn man den Kontext des Satzes nicht kennen oder unter einer Sehschwäche leiden würde. Wie bereits in der Umfrage deutlich wurde, haben 76 der 77 Teilnehmer ein **m** vermutet. Auch wenn hier absichtlich die Zurichtung noch weiter minimiert wurde, zeigt sich, dass der Bogen des **r**'s dem des **n**'s, sich in seiner Form gleicht und somit fälschlicherweise ein **m** erzeugen kann. Zudem fördert der vertikale Abschluss bei dem **r** diese Verwechslung, obgleich der Einschnitt bei dem **r** tiefer sitzt als bei dem **n**. Vergleicht man dies mit den Ergebnissen der Bodoni, die durch ihre Tropfenform klare Unterschiede zwischen einem **r** und **n** kennzeichnet, haben lediglich 8 Teilnehmer ein **m** gelesen.²⁷



Die Serifenabschlüsse und die Tropfenform verhindern eine Verschmelzung. Nur wenn man die einzelnen Zeichen etwas sperrt, lässt sich dies besser verhindern.

LW: +20

²⁷ Vgl.: Willberg, H. P.; Forssman, F., 2006, S. 21.



Illusion

Neue Helvetica LT Std

Illusion

Meta Pro

Illusion

Die Helvetica Now verfügt über Alternativzeichen, um ebendiesem Problem entgegenzuwirken.

d p
b q

dbpq

Adobe Garamond Pro

ENOMA
ENOMA

Hinzukommen sogenannte „Stolperstein-Buchstabenformen“²⁸, wie das **große I** und das **kleine l**, die sich bei der Neuen Helvetica so gut wie gar nicht unterscheiden lassen. Der einzig optische Unterschied liegt darin, dass das **große I** einen minimal breiteren Stamm aufweist. Bei Wörtern wie Illusion, mögen die restlichen Buchstaben für Abhilfe sorgen. Wie sieht das aber aus, wenn man nicht über die Sprache verfügt und lediglich die Zeichen versucht zu lesen? Die Ergebnisse der Umfrage haben gezeigt, dass bei dem Großteil der Befragten an sich keine Lesbarkeitsprobleme bei dem Entziffern der Zeichen auftraten. Doch im Vergleich zu den anderen drei Schriften, wählten nur 4% die Neue Helvetica. Gerade ein kleiner Fuß bei dem kleinen **l**, könnte dafür sorgen, dass man Buchstaben besser unterscheiden kann.²⁹

Dazukommen die spiegelsymmetrischen Buchstaben: **d, b, p** und **q**. Wie bereits unter Anatomie der Zeichen visualisiert, ähneln sich diese Buchstaben in ihrer Form sehr stark. Dies kann gerade ein Problem für **Leseanfänger** darstellen. Die Eindeutigkeit dieser Buchstaben ist nicht so gut gewährleistet, wie bei anderen Schriften, wie beispielsweise der Adobe Garamond Pro. Kleine Unterschiede können dafür sorgen, dass sich die Buchstaben voneinander unterscheiden.³⁰

Zudem sind die **Grundstriche** im Verhältnis zur **Haarlinie** in einem Verhältnis von **1:1**.³¹ Dies sorgt dafür, dass „ein dichtes, gleichmäßiges Satzbild“³² entsteht. Dies beeinflusst wiederum die **Grauwirkung** des Textes, weshalb ein erhöhter Zeilenabstand von Nöten ist, um das Schriftbild zu erhellen. Die Helvetica besitzt somit kaum einen Strichstärkenkontrast, was die Lesbarkeit an sich fördert. Dies kann sich positiv auswirken, wenn die Helvetica unter schlechten Sichtbedingungen gelesen werden soll. Dies zeigte sich ebenfalls bei der Umfrage im Vergleich mit der Bodoni URW. Die einheitliche Strichdicke sorgt für eine bessere Erkennbarkeit der Zeichen.³³

28 Vgl.: Willberg, H. P., 2008, S. 31.

29 Vgl.: Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.

30 Vgl.: Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G., 2014, S. 56.

31 Vgl.: Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.

32 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 73.

33 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 30.



Originalfoto



Bearbeitet und ersetzt mit der Meta Pro

Gerade bei der Anwendung in medizinischen Einrichtungshäusern muss die Lesbarkeit unter unterschiedlichen Einflüssen bedingungslos funktionieren. Dieses Informationsschild befindet sich in dem **St. Franziskus Hospital** in Flensburg. Unter Seheinschränkungen oder hektischen Bewegungen, sollten sowohl Patienten, Besucher, als auch das Personal, die Aufschriften gut lesen können. In diesem Fall wurde die Helvetica Bold verwendet. An sich ist die Schrift im Negativsatz gut lesbar. Unter den bisher analysierten Mängeln, der zu engen Zurichtung und geschlossenen Formen, wäre vielleicht eine Grotesk mit einem dynamischen Formprinzip, die sinnvollere Wahl gewesen (hier rechts im Bild). Offene Binnenformen und eine gute Zurichtung, (s. Zurichtung der Meta Pro), helfen unter anderem der Lesbarkeit in Orientierungssystemen.³⁴

S. 43

B8 1Iil
B8 1Iil

Die Schrift: **Aktinson Hyperlegible**, wurde speziell für Personen mit eingeschränkter Sehkraft entwickelt. Eine eindeutige Formensprache, vereinfachte Formen, offene Binnenformen und Rundungen, verhelfen der Lesbarkeit. Demnach würde sich eine Helvetica in Pflegeheimen oder medizinischen Einrichtungen weniger eignen.³⁵

QGEFpqrOO
ER79jr Csa36

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der auch die Ergebnisse der Umfrage beeinflusst, ist die **Gewohnheit** des Betrachters. Die meisten der Befragten verwenden Social Media oder Messenger und sind somit das Lesen von Serifenlosen gewöhnt. Zudem beeinflusst die alltägliche Verwendung von Schriften das eigene Lesbarkeitsempfinden. Personen aus naturwissenschaftlichen Bereichen sind vermutlich Serifenschriften gewohnt zu lesen und würden eine Helvetica vermutlich als ein ungewohntes Schriftbild erachten, besonders in Mengentexten.³⁶

34 Vgl.: Cornelius, A. M., 2017, S. 170.

35 Vgl.: Braille Institute Aktinson Hyperlegible/ Braille Institute. Zu finden auf: <https://bit.ly/3K7xYC5>; letzter Zugriff am: 15.04.2022.

36 Filek, J.; Uebele, A., 2013, S. 5.

Ein häufig außer Acht gelassenes Kriterium, ist der **Ausbau der Zeichen**, damit eine Schrift in unterschiedlichen Bereichen die Lesbarkeit erfüllen kann. Auch wenn der Ausbau der Schriftschnitte der Neuen Helvetica ausreichend ist, so fehlen ihr für den Lesetext: Kapitälchen, Mediäval-, hoch- und tiefgestellte Ziffern, als auch fremdsprachliche Sonderzeichen. Dies kann im Lesetext zu Problemen führen, vor allem bei Angaben von Ziffern.³⁷

S. 46 &
S. 78

$x^1 x^2 x^3$
 $\frac{1}{4} \frac{1}{2} \frac{3}{4}$

Auf diesen Gesichtspunkt, verwies mich ein Hochschuldozent, ausgehend von meiner Umfrage, aus dem Fachbereich 2, mit den Schwerpunkten: Physik und Mathematik.

Eine Schrift habe auch im technischen, mathematischen und naturwissenschaftlichen Bereich gut lesbar zu sein. Die Neue Helvetica, würde diese Anforderungen nicht erfüllen.

Die Helvetica ist allerdings auch nicht für den Gebrauch im mathematischen Bereich vorgesehen gewesen. Ihr Glyphensatz verfügt über eine ganz geringe Anzahl an mathematischen Formeln. Hierzu zählen lediglich drei Brüche und drei hochgestellte Ziffern.

Vergleicht man dies mit einer **Times New Roman** oder einer **Meta Pro**, dessen mathematischer Zeichensatz wesentlich umfangreicher ist, lassen sich viel einfacher Brüche oder Formeln visualisieren. Ob der größere Zeichensatz mathematischer Zeichen in anderen Schriften für eine bessere Lesbarkeit sorgen kann, gilt es nicht zu analysieren. Zu überprüfen gilt: Ob die Neue Helvetica dennoch im mathematischen Bereich gut einzusetzen ist, auch wenn sie viele Glyphen gar nicht besitzt. Der Bruch: $\frac{1}{3}$, ist im Glyphensatz der Neuen Helvetica nicht vorhanden. Lässt sich dieser dennoch manuell selbst erstellen und gut lesen?

Wie sich rechts erkennen lässt, entsprechen die manuell ersetzten Zähler oder Nenner, nicht der gleichen Form wie die der Originalzähler und Originalnenner. Die **Strichdicke** unterscheidet sich enorm und wirkt optisch nicht in einem Gleichgewicht. Die Lesbarkeit solcher Brüche ist nicht gewährleistet, da diese optische Ungleichheit nicht in die Formensprache der Neuen Helvetica passt. Für Unternehmen, die eigene Versionen der Helvetica verwenden, mag es speziell angefertigte Ziffern, Exponenten, Brüche oder Symbole geben, welche an die Formensprache und Strichdicke angepasst wurden. Dennoch sind solche Zeichen nicht in der Glyphenpalette der Neuen Helvetica enthalten und somit eignet sie sich auch nicht gut für diese Themenbereiche.

³⁷ Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 80.

Zähler-1 in der Neuen Helvetica

1/4

Versal-1 in der Neuen Helvetica

1

Bruch in der Times New Roman

$\frac{1}{4}$

Bruch in der Meta Pro

$\frac{1}{4}$

1/4

Original

1/4

Manuell

*Passt man die **Versal-1** in ihrer Schriftgröße an die **Zähler-1** an, so fällt auf, dass sich beide in ihrer **Strichstärke** enorm unterscheiden.*

*Der **Stamm** des Zählers ist wesentlich **breiter**, als der, der angepassten **Versal-1**.*

Vorlage für den $\frac{1}{3}$ Bruch in der Neuen Helvetica

1/4

Versal-3 und Zähler-3 aus dem $\frac{3}{4}$ Bruch in der Neuen Helvetica

3

Bruch in der Times New Roman

$\frac{1}{3}$

Bruch in der Meta Pro

$\frac{1}{3}$

1/3

Manuell

*Erstellt man den nicht vorhandenen Bruch $\frac{1}{3}$ manuell, so fällt erneut auf, dass die **Strichdicke** des **Zählers**, nicht mit der **Versal-3** identisch ist.*

→ Wirkung/Atmosphäre & Charakteristik

Die statische Formensprache der Helvetica, verursacht eine ruhige Atmosphäre.³⁸ Die Formen beziehen sich auf sich selbst und hierdurch entstehen optisch „statische Zeilen“³⁹.

Der Helvetica wird häufig nachgesagt, sie sei „unpersönlich“⁴⁰. Doch wie kann eine Schrift so kühl wirken, dass ihr dieser Ruf mittlerweile voraus eilt?

„Die Schrift ist die personifizierte Unpersönlichkeit, kühl bis ans Herz hinan. Da gibt es keine Anbiederung. Aber sie ist sachlich und korrekt und allgemein gültig.“⁴¹

Hans Peter Willberg

Helvetica

Bodoni MT

Helvetica

Die Buchstaben folgen alle der selben Formensprache, kein Zeichen hebt sich optisch hervor. Ihr Schriftbild wirkt meist einheitlich, da die Zeichen sich zusammenfügen.⁴²

Ihre klassizistischen Züge, die Abstammung der Klassizistischen Antiqua, bindet die Helvetica an keine bestimmte zeitliche Epoche. Sie repräsentiert somit, einen stetig **klassischen Charakter**.⁴³

So wie bereits aus der Umfrage deutlich wurde:

Die einen Befragten empfanden sie als *direkte, solide, universelle, ausdrucksstarke und zeitlose Schrift*.

Andere als *neutral, nüchtern, charakterlos oder langweilig*.

Die Wirkung dieser Schrift, scheint die Meinungen zu spalten.

38 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 50.

39 Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G., 2014, S. 44.

40 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 56.

41 Willberg, H. P., 2008, S. 12.

42 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 52.

43 Vgl.: Ebd., S. 56.

S. 50

Das Schriftbild der Helvetica und die Anatomie der Zeichen, basiert auf einer Einfachheit, die in den 50er Jahren etwas Besonderes darstellte – das Moderne. Eine unauffällige, gewöhnliche Schrift, die universell für jegliche Werbeträger verwendbar sein sollte und es noch heute ist.⁴⁴ Ihre geschlossenen Formen sorgen für *Stabilität* und ihre hohe x-Höhe, lässt sie *bodenständig* wirken. Die besagte Neutralität, entstammt zunächst dem Herkunftsland, viel mehr jedoch, sorgt dieses geläufige Schriftbild, für eine *neutrale Erscheinung*. Erik Spiekermann bezeichnete sie als „gesichtslose Schrift“⁴⁵. Sie trägt keine Emotionen an den Betrachter, da ihr die Eigenschaften hierfür fehlen. Ebendieser Charakter sorgt dafür, dass sie beim Lesen in ihrer eigenen Anwesenheit zurücktritt und kaum Raum für Interpretationen zulässt.

I hate you.
I love you.

Helvetica muss aber nicht charakterlos sein, sie kann viele Emotionen vermitteln. Je nachdem welcher Schriftschnitt verwendet wird, lassen sich die extremsten Empfindungen visualisieren.⁴⁶ Vor allem aber die Feinheiten in ihren Zeichen, wie die Binnenform des kleinen *a*'s, welches einem Auge ähnelt, lassen sie charmant wirken.⁴⁷ Dadurch, dass die Helvetica eine enorme Verbreitung durchlaufen hat, ist sie allbekannt. Dies zeichnet sich auch in ihrer Atmosphäre ab. Etwas zu häufig Gesehenes, vermag den Ruf der *Langeweile*. Helvetica wurde für den Alltag entworfen und erfüllt ebendiese Eigenschaften⁴⁸, sie steht für ihre Charakterzüge: „schlicht, einfach, neutral“⁴⁹.

Erik Spiekermann ordnete sie der Kommunikation im Geschäftswesen aufgrund ihrer Statik und kühlen Präsenz zu.
(Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 65.)

44 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 66.

45 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.

46 Vgl.: Hustwit G., 2007, 00:06:14.

47 Vgl.: Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.

48 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 127.

49 Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.

→ Einflüsse Max Miedingers & Eduard Hoffmanns

Eine Schrift ist zwangsläufig ein Spiegel der Schriftentwerfer. Die persönliche Handschrift zeichnet sich in den Buchstabenformen wieder – geprägt durch die Herkunft, die persönliche Vergangenheit oder eigene Vorlieben. Jeder Gestalter präferiert andere Formdetails, die seinem Geschmack entsprechen und für ihn die richtige Wahl darstellen.⁵⁰

Erik Spiekermann beschrieb dies einst so:

„Man muss bescheiden sein als Schriftentwerfer. Aber dann hat auch jeder seinen Ellenbogen und seine Augen.“⁵¹

Max Miedinger und **Eduard Hoffmann** waren zwei völlig konträre Persönlichkeiten. Bedingt durch E. Hoffmanns kaufmännische Erfahrungen, beruhten seine Aussagen und Entscheidungen meist auf Sachlichkeit. Als langjähriger Geschäftsführer der Haas'schen Schriftgießerei, waren seine Erwartungen an Reaktionen, vor allem realistischer Natur. Hoffmann wusste, wie viel Arbeit und Energie noch in die anstehende Arbeit fließen würde.⁵²

Zudem war er für das Marketing der Neuen Haas Grotesk verantwortlich und dies zeigte sich auch in seinem Zeitmanagement. Hoffmann war klar strukturiert und musste Max Miedinger teilweise daran hindern, „mit der Arbeit fortzufahren und sich nicht an Einzelheiten aufzuhalten.“⁵³

„Eduard Hoffmanns besondere Zuneigung zu Kunst und Musik offenbarte sich auch in seinem ausgesprochenen Sinn für Form und Ästhetik.“⁵⁴

Axel Langer

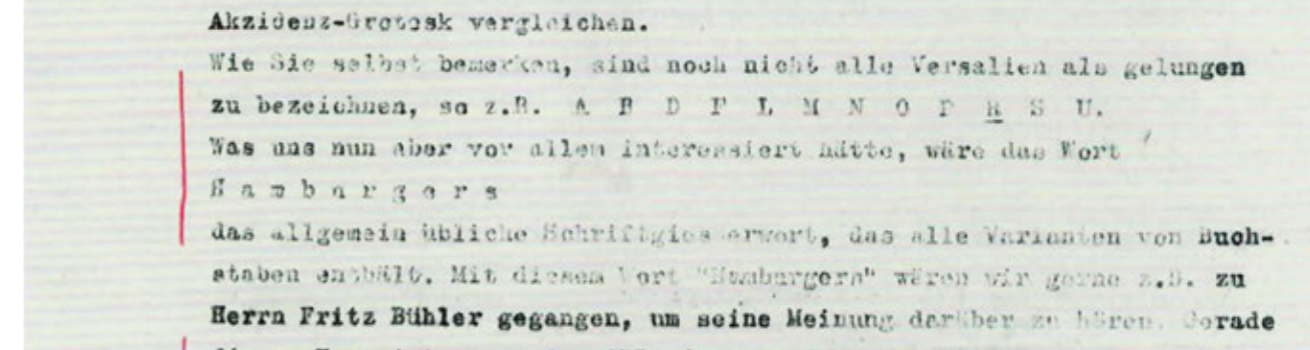
50 Vgl.: Unger, G., 2009, S. 99.

51 Heger, Dr. C., 2014, 00:08:19.

52 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 22, S. 24.

53 Ebd., S. 31.

54 Ebd., S. 23.



Auszug eines Briefes von Eduard Hoffmann an Max Miedinger

Gerade sein gestalterisches Auge zeigte sich in den Briefwechseln mit Max Miedinger. Jedes Zeichen wurde genau analysiert und Miedinger mitgeteilt.

Max Miedinger und Eduard Hoffmann haben jedoch einen Charakter in ihren Entwürfen hinterlassen. Ein Charakter, der eine städtische Atmosphäre widerspiegelt und vor allem stark ist.

(Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 66.)

Mike Parker, ehemaliger Direktor der Haas'schen Schriftgießerei, beschrieb E. Hoffmann als „pathologisch schüchtern“⁵⁵. Trotz dieser Eigenheit, führte Hoffmann ein grandioses Marketing für die Neue Haas Grotesk. Seine Vermarktung war ausschlaggebend für die rasanten Startverkäufe und den schlussendlichen internationalen Erfolg.⁵⁶

M. Miedinger stellte das Gegenteil von E. Hoffmann dar. Stolz, die Idee von Eduard Hoffmann, eine neue Grotesk zu entwerfen, in die Tat umsetzen zu dürfen⁵⁷, ließ Miedinger häufig euphorisch erscheinen.⁵⁸ Miedinger hatte eine selbstbewusste Einstellung, im Vergleich zu Hoffmann. Er gestaltete die Schriftzeichen ohne besondere Eigenheiten – keine der Zeichen fallen aus dem Raster.⁵⁹ Ausnahme bildet das **Versal-R** und das **Gemeine a**, auf welche Miedinger besonderes Augenmerk legte und die heute das Erkennungszeichen der Helvetica symbolisieren.⁶⁰ Vor allem aber auch seine Beraterkenntnisse führten dazu, dass die beiden ein unschlagbares Team darstellten. Keiner von beiden hätte den Umfang an Arbeit alleine bewerkstelligen können. Die Kombination aus beiden, war Basis für die Neue Haas Grotesk.⁶¹

Nichtsdestotrotz, ist die Helvetica weniger auf ihre Schriftentwerfer zurückzuführen, als auf ihre Herkunft und dessen zeitliche Prägung. Weniger die individuellen Handschriften, viel mehr die **Zusammenarbeit** Eduard Hoffmanns mit Max Miedinger, stellte den Kern des Erfolges dar.

55 Hustwit G., 2007, 00:19:40.

56 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 157.

57 Ebd., S. 24.

58 Ebd., S. 24.

59 Vgl.: Hustwit G., 2007, 00:37:38.

60 Vgl.: Malsy V.; Müller L., 2008, S. 31.

61 Vgl.: Hustwit G., 2007, 00:18:58.

→ Einfluss der Schweizer Typografie

Der Einfluss der Schweiz, ist äußerst relevant für die Entwicklung der Neuen Haas Grotesk. Die **Schweiz** – ein Synonym für **Neutralität** – ist das Spiegelbild der Helvetica geworden. Durch ihre neutrale Position in Europa, hat die Schweiz eine Zuflucht für all diejenigen geboten, die wie Jan Tschichold aus Deutschland geflohen sind. Dort konnte sich die *Neue Typografie* weiterentwickeln. Dies war der bedeutsame Auslöser, für den Beginn des Erfolges. Die Sehnsucht nach klaren und neutralen Mitteilungen und einfachen Serifenlosen, die den Beginn der Moderne einläuteten, waren die Vorstellungen, die aus der Nachkriegszeit hervorgingen.⁶² Die schweizerischen 50er, waren ohnehin bekannt für schlichte und einfache Gestaltungen. Diese glücklichen „Fügungen“⁶³, könnten sich fast mit dem Sprichwort: *Zur richtigen Zeit am rechten Ort*, beschreiben.⁶⁴

Hinzukommt, die Umbenennung in den Namen: **Helvetica**. Die Schrift nach der Herkunft zu benennen, ist beinahe, das Setzen der Krone auf die guten Zusammenfügungen. Somit kann man nicht nur sagen, dass die Helvetica durch den aufkommenden schweizerischen Stil entstanden ist, sondern sie ihn viel mehr verkörpert.

„**Sie kommuniziert viele Qualitäten, die wir mit den Schweizern in Verbindung bringen.**“⁶⁵ Christian Larsen

62 Vgl.: McNeil, P., 2017, S. 347.

63 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 157.

64 Vgl.: Ebd., S. 157.

65 Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 86.

Durch den Ursprungsort und durch den Entstehungszeitraum, trägt die Helvetica, ebendiesen Wert, – **die Neutralität** – in die Welt hinaus.⁶⁶ Sie passte sich den Gegebenheiten an und aus diesen Gründen, ist sie ein Ebenbild des **Schweizer Stils** geworden und auch aus ihr heraus entstanden.⁶⁷

„**A triumph of branding. It wouldn't been nearly as successful named Neue Haas Grotesk or Germanica.**“⁶⁸ Henry Steiner



66 Malsy V.; Müller L., 2008, S. 10.

67 Vgl.: Ebd., S. 63, S. 66.

68 Müller, L., 2002, S. 3.

Analyse eigener Studien

Für die eigene Studie werden unterschiedliche Medien, welche die Helvetica als Schrift verwenden, durch andere Schriften ersetzt und daraufhin miteinander verglichen. Hierfür wird eine **Serifenschrift** und eine **Serifenlose mit einem dynamischen Formprinzip** verwendet. Kennzeichnungen, um welche Schrift es sich bei dem Vergleich handelt und welche typografischen Änderungen vorgenommen wurden, befinden sich immer unterhalb der Grafik. Bewusste Änderungen an den Platzierungen der jeweiligen Textfelder, Zeilenlängen, o. Ä., wurde nicht vorgenommen, da der Vergleich sonst in seiner Wirkung inkomparabel wäre. Lediglich typografische Anpassungen, wie Laufweite, Schriftgröße oder Zeilenabstände wurden so angepasst, dass die dynamische Grotesk oder die Serifenschrift, ein harmonisches Schriftbild ergibt.

Innerhalb dieser Studie wird die **Lesbarkeit**, die **Schriftwirkung/ Atmosphäre & Charakteristik** und die **emotionale Empfindung** der Helvetica, als auch der zu vergleichenden Schrift analysiert. Hierbei werden auch die Farbwirkungen berücksichtigt.

– **Kann die gestalterische Wirkung, die mit der Helvetica erzielt wird, auch mit einer anderen Schrift erreicht werden?**

Vergleich

**SPD Regierungsprogramm der
Bundestagswahl 2017 – Heft**

**DACHSER intelligent logistics
Deutschland – Magazin**

American Apparel 2020 – Katalog

THE NORTH FACE – Webseite

Schulenburg – Plakate & Flyer

Serifenschrift

Dynamische Grotesk

Adobe Garamond Pro

**Meta Pro,
Myriad Pro**

Es ist Zeit für mehr Gerechtigkeit!

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen. Die Wahlen in diesem Jahr sind grundsätzliche Entscheidungen darüber, in welcher Gesellschaft wir leben wollen. Werte, die als selbstverständlich galten, stehen auf dem Spiel.

Für diese Werte kämpfen wir, wie wir es in unserer langen Geschichte immer getan haben. Für eine Gesellschaft, die jedem Menschen respektvoll und mit Würde begegnet.

Unabhängig von Geschlecht, Herkunft, sexueller Identität, Religion. Unabhängig davon, ob jemand eine Behinderung hat, krank oder pflegebedürftig ist. Unabhängig von Beschäftigung und Lebensgrundlage.

Wir kämpfen für die Freiheit, seine Meinung sagen und veröffentlichen zu können. Für eine freie Presse und eine unabhängige Justiz. Wenn wir uns umschauchen in Europa und der Welt, sehen wir diese Werte in Gefahr. Für diese Werte einzustehen, war der Ursprung der Sozialdemokratie. Dafür stehen wir – damals wie heute.

Unser Land ist heute demokratischer, offener, moderner und freier als jemals zuvor. Hier leben engagierte Menschen in ihren Familien, mit Freunden und Nachbarn. Hier arbeiten motivierte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, ebenso wie selbstbewusste Gewerkschaften und erfolgreiche Unternehmen in einer starken sozialen Marktwirtschaft zusammen. Wir sind stolz auf unseren demokratischen Rechtsstaat, der die Würde des Menschen an erste Stelle setzt.

Unser kulturelles Leben ist einzigartig. Ebenso wie unsere Zivilgesellschaft mit ihren vielen unterschiedlichen Vereinen, Verbänden und Initiativen, den Wohlfahrtsverbänden, Kirchen und Religionsgemeinschaften, in denen sich Millionen Menschen ehrenamtlich engagieren.

Viele sagen, dass es ihnen eigentlich gut geht. Aber sie spüren auch, dass es in unserer Gesellschaft nicht überall gerecht zugeht. Sie berichten von ihren Schwierigkeiten, den Hoffnungen ihrer Eltern und Zielen ihrer Kinder. Alle eint der Wunsch nach einer gerechten Gesellschaft, die zusammenhält. Es ist der Wunsch nach einem Land, in dem wir füreinander da sind und uns gegenseitig mit Respekt begegnen. Mehr Gerechtigkeit und Respekt vor der Lebensleistung aller Menschen stärken unsere Demokratie. Dazu gehört, dass in unserem Land der gesellschaftliche Zusammenhalt wieder stärker wird und der anständige Umgang miteinander nicht durch die politische Radikalisierung verloren geht. Wir wollen, dass die Men-

Es ist Zeit für mehr Gerechtigkeit!

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen. Die Wahlen in diesem Jahr sind grundsätzliche Entscheidungen darüber, in welcher Gesellschaft wir leben wollen. Werte, die als selbstverständlich galten, stehen auf dem Spiel.

Für diese Werte kämpfen wir, wie wir es in unserer langen Geschichte immer getan haben. Für eine Gesellschaft, die jedem Menschen respektvoll und mit Würde begegnet.

Unabhängig von Geschlecht, Herkunft, sexueller Identität, Religion. Unabhängig davon, ob jemand eine Behinderung hat, krank oder pflegebedürftig ist. Unabhängig von Beschäftigung und Lebensgrundlage.

Wir kämpfen für die Freiheit, seine Meinung sagen und veröffentlichen zu können. Für eine freie Presse und eine unabhängige Justiz. Wenn wir uns umschauchen in Europa und der Welt, sehen wir diese Werte in Gefahr. Für diese Werte einzustehen, war der Ursprung der Sozialdemokratie. Dafür stehen wir – damals wie heute.

Unser Land ist heute demokratischer, offener, moderner und freier als jemals zuvor. Hier leben engagierte Menschen in ihren Familien, mit Freunden und Nachbarn. Hier arbeiten motivierte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, ebenso wie selbstbewusste Gewerkschaften und erfolgreiche Unternehmen in einer starken sozialen Marktwirtschaft zusammen. Wir sind stolz auf unseren demokratischen Rechtsstaat, der die Würde des Menschen an erste Stelle setzt.

Unser kulturelles Leben ist einzigartig. Ebenso wie unsere Zivilgesellschaft mit ihren vielen unterschiedlichen Vereinen, Verbänden und Initiativen, den Wohlfahrtsverbänden, Kirchen und Religionsgemeinschaften, in denen sich Millionen Menschen ehrenamtlich engagieren.

Viele sagen, dass es ihnen eigentlich gut geht. Aber sie spüren auch, dass es in unserer Gesellschaft nicht überall gerecht zugeht. Sie berichten von ihren Schwierigkeiten, den Hoffnungen ihrer Eltern und Zielen ihrer Kinder. Alle eint der Wunsch nach einer gerechten Gesellschaft, die zusammenhält. Es ist der Wunsch nach einem

Steuergerechtigkeit muss national, europäisch und international durchgesetzt werden:

Wir werden die Möglichkeiten einer Telefonüberwachung zur Verfolgung besonders schwerer Fälle von Steuerhinterziehung erweitern. Zurzeit ist eine Überwachung nur bei bandenmäßigem Umsatzsteuerbetrug möglich. Neben der Unterstützung beim Aufbau effizienter nationaler Steuersysteme kommt es darauf an, die Kapitalabflüsse durch Steuerhinterziehung und -vermeidung zu stoppen. Die hohen Geldbeträge, die auf diesem Weg am Fiskus vorbei ins Ausland fließen, fehlen uns für Investitionen in unsere Zukunft. Die Enthüllungen durch die „Panama-Papiere“ haben deutlich gemacht, dass wir ein **lückenloses Programm zur Bekämpfung von Geldwäsche und Steuerbetrug** auf internationaler Ebene brauchen. Seit 2017 gibt es durch den automatischen Informationsaustausch eine verbesserte Transparenz. Wir wollen die Initiative für fairen Internationalen Steuerwettbewerb vollständig umsetzen. Wir werden mit dieser BEPS-Initiative der OECD die Transparenz internationaler Transaktionen erhöhen, die nationalen Steuersysteme besser aufeinander abstimmen und den schädlichen Steuerwettbewerb international eindämmen. Damit verhindern wir, dass Unternehmen ihre Gewinne künstlich kleinrechnen und sich ihrer Steuerverantwortung entziehen.

Wir wollen zudem ein **europäisches Transparenzregister**, in dem alle Eigentümer, Begünstigte wie auch die verantwortlichen Personen eines Unternehmens für Steuerbehörden transparent aufgeführt sind. Wir werden uns erneut für eine „schwarze Liste“ der Steueroasen der OECD einsetzen und reine Vermögensanlagen in den Staaten auf dieser Liste beschränken. Es darf keine anonymen Briefkastenfirmen mehr geben, deren einziger Zweck es ist, Steuern zu hinterziehen. Wir wollen ein **Verbot anonymer Finanzgeschäfte in Offshore-Gebieten** und harte Sanktionen für Banken, die sich nicht an die Regeln halten – bis hin zum Entzug der Banklizenz.

Es ist Zeit für ein gutes Leben – in der Stadt und auf dem Land

Unsere Städte und Gemeinden sind Heimat und Zuhause. Hier spielt sich das Leben ab. Hier entscheiden sich Lebenschancen und ob der gesellschaftliche Zusammenhalt klappt. Wir wollen, dass die Menschen sich dort zu Hause fühlen, wo sie ihren Lebensmittelpunkt haben – ob in der Stadt oder auf dem Land. Das sind für uns keine Gegensätze: **Stadt und Land gehören zusammen!**

Die eigenen vier Wände sind entscheidend für ein gutes Leben. Deshalb müssen die Mieten auch in den Metropolen bezahlbar bleiben. Viele haben auch den Traum von einer eigenen Wohnung oder einem eigenen Haus. Wir wollen dabei helfen, diesen

Steuergerechtigkeit muss national, europäisch und international durchgesetzt werden:

Wir werden die Möglichkeiten einer Telefonüberwachung zur Verfolgung besonders schwerer Fälle von Steuerhinterziehung erweitern. Zurzeit ist eine Überwachung nur bei bandenmäßigem Umsatzsteuerbetrug möglich. Neben der Unterstützung beim Aufbau effizienter nationaler Steuersysteme kommt es darauf an, die Kapitalabflüsse durch Steuerhinterziehung und -vermeidung zu stoppen. Die hohen Geldbeträge, die auf diesem Weg am Fiskus vorbei ins Ausland fließen, fehlen uns für Investitionen in unsere Zukunft. Die Enthüllungen durch die „Panama-Papiere“ haben deutlich gemacht, dass wir ein **lückenloses Programm zur Bekämpfung von Geldwäsche und Steuerbetrug** auf internationaler Ebene brauchen. Seit 2017 gibt es durch den automatischen Informationsaustausch eine verbesserte Transparenz. Wir wollen die Initiative für fairen Internationalen Steuerwettbewerb vollständig umsetzen. Wir werden mit dieser BEPS-Initiative der OECD die Transparenz internationaler Transaktionen erhöhen, die nationalen Steuersysteme besser aufeinander abstimmen und den schädlichen Steuerwettbewerb international eindämmen. Damit verhindern wir, dass Unternehmen ihre Gewinne künstlich kleinrechnen und sich ihrer Steuerverantwortung entziehen.

Wir wollen zudem ein **europäisches Transparenzregister**, in dem alle Eigentümer, Begünstigte wie auch die verantwortlichen Personen eines Unternehmens für Steuerbehörden transparent aufgeführt sind. Wir werden uns erneut für eine „schwarze Liste“ der Steueroasen der OECD einsetzen und reine Vermögensanlagen in den Staaten auf dieser Liste beschränken. Es darf keine anonymen Briefkastenfirmen mehr geben, deren einziger Zweck es ist, Steuern zu hinterziehen. Wir wollen ein **Verbot anonymer Finanzgeschäfte in Offshore-Gebieten** und harte Sanktionen für Banken, die sich nicht an die Regeln halten – bis hin zum Entzug der Banklizenz.

Es ist Zeit für ein gutes Leben – in der Stadt und auf dem Land

Unsere Städte und Gemeinden sind Heimat und Zuhause. Hier spielt sich das Leben ab. Hier entscheiden sich Lebenschancen und ob der gesellschaftliche Zusammenhalt klappt. Wir wollen, dass die Menschen sich dort zu Hause fühlen, wo sie ihren Lebensmittelpunkt haben – ob in der Stadt oder auf dem Land. Das sind für uns keine Gegensätze: **Stadt und Land gehören zusammen!**

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen.

55 Roman

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen.

9/10,8 pt

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen.

9/12 pt

2017 ist ein entscheidendes Jahr. Die SPD tritt an, um mit Martin Schulz als Bundeskanzler die Weichen für die Zukunft Deutschlands und Europas zu stellen.

9/12 pt; LW: +25

Demnach kann ich nur vermuten, weshalb man sich für die Neue Helvetica entschieden hat.

2017 verwendete die **SPD** für ihr offizielles Regierungsprogramm der Bundestagswahl, die **Neue Helvetica**. Hierbei handelt es sich um reine Fließtextform mit einigen Auszeichnungen und der farblichen Hervorhebung einzelner Titel oder Zitate. Das gesamte Dokument (116 Seiten) wurde in der Helvetica Neue LT Std Light in 9 pt verfasst. Der Zeilenabstand beträgt bei dem Fließtext 12 pt. Dieses Programmheft ist in dem DIN A5-Format angelegt.

Lesbarkeit – Ein Parteiprogramm, vor allem eines der SPD, sollte für jeden gut lesbar sein. Es handelt sich hier um eine Partei der Gesellschaft. Junge, als auch alte Menschen sollten keine Schwierigkeiten beim Lesen wichtiger Informationen haben. Die Wahl eines *Light-Schriftschnitts* erscheint nicht sehr optimal. Die Verwendung des *55 Roman*, wäre sicher eine bessere Grundlage gewesen. Auch wenn es sich hier um eine Web-PDF handelt, gerade im Druck, kann der feine Schriftschnitt verloren gehen und ebenso auf dem Monitor, mit viel weiß-leuchtender Fläche, können die feinen Striche auf Dauer für die Augen anstrengend sein. Bedingt dadurch, dass es sich hier um eine Web-PDF handelt, ist ein Heranzoomen des Dokuments selbstverständlich möglich, weshalb die Beurteilung der Lesbarkeit, auf keinen festen Werten beruht.

Unabhängig von der Wahl der Schriftdicke, wurde der **Zeilenabstand** manuell auf 12 pt erweitert, was die Lesbarkeit dieses Dokuments unterstützt. Die **Zeilenbreite** ist – meines Erachtens – unangenehm breit, gerade bei einem feinen Schriftschnitt. Zudem wäre eine **Laufweitenerhöhung** um +20 oder +25, förderlich für die Grauwirkung des Schriftbildes gewesen, damit der feine Schnitt lesbarer ist. So ergibt sich nur ein gräulicher Schleier.⁶⁹ Ebenso wurden angenehme **Hierarchien** im Schriftbild geschaffen. Die Varianz der vielen Schriftschnitte wurde hier passend eingesetzt. Auszeichnungen erfolgen in *75 Bold* und Überschriften werden in der *55 Roman* gesetzt. Zudem ist durch Absätze und die farbliche Hervorhebung, das selektive Lesen leichter möglich, da Überschriften schneller erfasst werden können.

Schriftwirkung/Atmosphäre & Charakteristik – Ich kenne die Beweggründe leider nicht, warum die Neue Helvetica als Schrift für die Bundestagswahl 2017 gewählt wurde. Jedoch wird bei den Social Media Beiträgen auch die Neue Helvetica eingesetzt, obgleich die SPD ihre eigene Hausschrift *SPD TheSans* besitzt.⁷⁰

69 Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 68.

70 Vgl.: SPD Social Media Manual/ SPD, S. 3.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3K4HlI5>; letzter Zugriff am: 07.04.2022.

Der feine Schriftschnitt, über breite Zeilen und über viele Seiten im Mengentext, verursacht keine eindeutige Emotion. Es handelt sich um die Verschriftlichung von parteiinternen Zielen, welche vermutlich nur *einfach und neutral* visualisiert werden sollten. Die Helvetica steht für ebendiese Eigenschaften. Durch die häufig eingesetzten Auszeichnungen oder auch roten Hervorhebungen, entsteht ein *solider Charakter*, der auch für die SPD stehen kann. Die vielfach angemerkte *statische Atmosphäre*, entsteht durch die enggesetzten Zeichen im leichten Schriftschnitt. Das *Rot* entstammt der Farbe der SPD, lässt sich aber auch auf die Helvetica mit der Schweiz assoziieren, auch wenn dies meiner eigenen Interpretation entstammt.

→ **Emotionale Empfindung** – Durch den relativ langweiligen Fließtext-Charakter stellt sich mir die Frage: Lädt das Schriftbild den Leser dazu ein, das Dokument *freiwillig und vollständig* lesen zu wollen? Sicher liest man das Parteiprogramm, wenn überhaupt stellenweise und nicht wie einen Roman. Durch die vereinzelt Hierarchien, wirkt die Helvetica ansprechender, dennoch zweifel ich an, dass das Auge dieses Schriftbild, über einen längeren Zeitraum lesen will.

Vergleich – Verglichen mit der überarbeiteten Version in der **Adobe Garamond Pro**, welche ebenfalls manuell im Zeilenabstand erhöht wurde, ergibt sich ein luftigeres Schriftbild. Die Garamond wird häufig als Leseschrift eingesetzt und sollte somit als guten Kontrast dienen. Zudem handelt es sich für die meisten Menschen, um ein bekanntes Schriftbild, wie aus der Umfrage resultierte. Die Garamond funktioniert, aus meiner Sicht, im Fließtext besser, auch wenn typografische Änderungen vorgenommen wurden. Das angenehme Verhältnis aus Ober- und Unterlängen erleichtert die Lesbarkeit auf längere Zeit.⁷¹ Dennoch überzeugt sie nicht in Headlines oder Zwischenüberschriften. Die Helvetica wirkt dominanter und plakativer in großen Größen, auch wenn ein Bold-Schnitt für diese Überschriften auch keine schlechte Wahl gewesen wäre.

Das neutral gehaltene Schriftbild, wird mit der Neuen Helvetica gut erzielt. Im Fließtext mit den typografischen Werten, wirkt das Schriftbild im Vergleich zur Garamond, nicht gut lesbar, erst bei den Headlines wirkt die Neue Helvetica überzeugender. Die Helvetica wurde zu eng und zu hell gesetzt.

Hier geht es zu dem
PDF-Dokument:



71 Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 52.



Auf Knopfdruck elastisch

Jetzt werden die Materialien intelligent. Den Schlüssel dafür liefert die Makromolekulare Chemie. Forscher aus Mainz haben jetzt ein hauchdünnes, steifes Nano-Papier entwickelt, das auf Knopfdruck augenblicklich weich und elastisch wird. Stoppt der Stromfluss, erhält es seine Festigkeit zurück. Daraus sollen künftig Lösungen für adaptive Dämpfungsmaterialien möglich werden, die beispielsweise bei Überlastung von steif auf nachgiebig switchen.

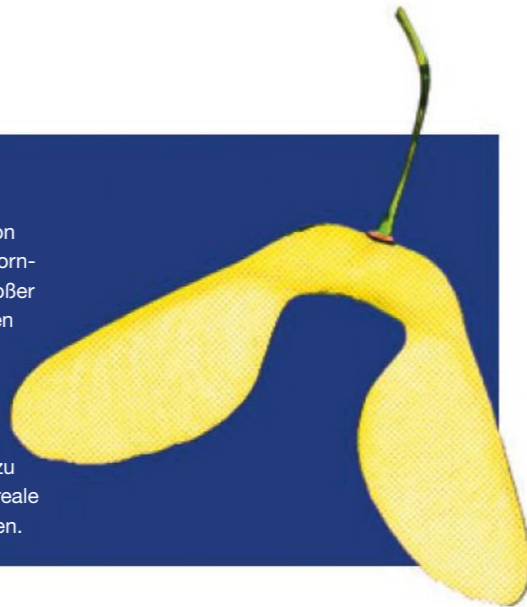


Auf Knopfdruck elastisch

Jetzt werden die Materialien intelligent. Den Schlüssel dafür liefert die Makromolekulare Chemie. Forscher aus Mainz haben jetzt ein hauchdünnes, steifes Nano-Papier entwickelt, das auf Knopfdruck augenblicklich weich und elastisch wird. Stoppt der Stromfluss, erhält es seine Festigkeit zurück. Daraus sollen künftig Lösungen für adaptive Dämpfungsmaterialien möglich werden, die beispielsweise bei Überlastung von steif auf nachgiebig switchen.

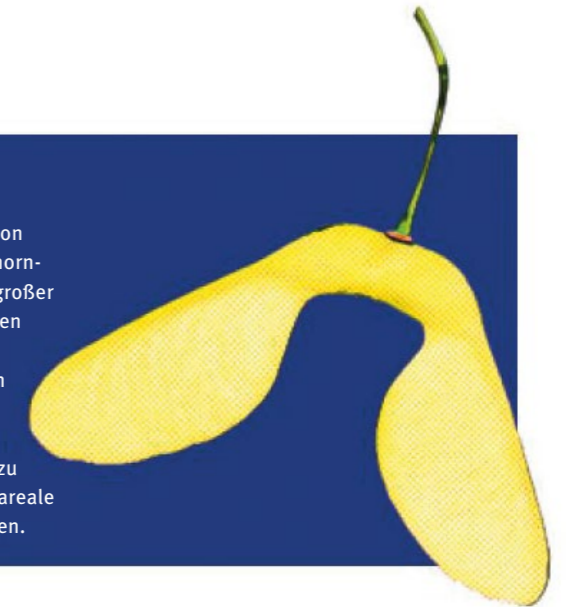
Fliegende Mikrochips

Wissenschaftler von der Northwestern University in Evanston im US-Bundesstaat Illinois haben nach dem Vorbild des Ahornbaumsamens antriebslose Mikroflieger entwickelt, die in großer Höhe mit Sensoren die Konzentrationen von Feinstaub, Viren oder bestimmten Luftschadstoffen messen. Die von Hochhäusern, aus Ballonen oder auch Flugzeugen ausgesetzten schwebenden Mikrochips übertragen diese Daten in Echtzeit per Funk an eine Bodenstation. Nach Vorstellung der Forscher könnten ganze Schwärme der kostengünstig zu produzierenden Mikroflieger freigesetzt und so ganze Luftareale im Sinne des Umwelt- und Klimaschutzes vermessen werden.



Fliegende Mikrochips

Wissenschaftler von der Northwestern University in Evanston im US-Bundesstaat Illinois haben nach dem Vorbild des Ahornbaumsamens antriebslose Mikroflieger entwickelt, die in großer Höhe mit Sensoren die Konzentrationen von Feinstaub, Viren oder bestimmten Luftschadstoffen messen. Die von Hochhäusern, aus Ballonen oder auch Flugzeugen ausgesetzten schwebenden Mikrochips übertragen diese Daten in Echtzeit per Funk an eine Bodenstation. Nach Vorstellung der Forscher könnten ganze Schwärme der kostengünstig zu produzierenden Mikroflieger freigesetzt und so ganze Luftareale im Sinne des Umwelt- und Klimaschutzes vermessen werden.



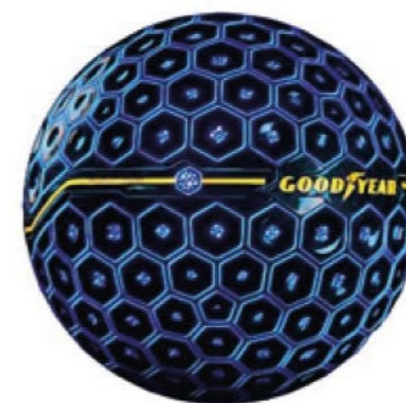
Der Reifen als Denkkugel

Mit einem Kugelreifen denkt Goodyear bereits die Zukunft des autonomen Fahrens vor. Mit der Konzeptstudie „Eagle 360 Urban“, so die Vision der Entwickler, sollen sich künftig autonome Pkw und Lkw flexibel durch den Verkehr schlängeln – vorwärts, seitwärts, ja sogar diagonal. Bewerkstelligen soll dies eine Magnetschwebetechnik, die ohne mechanische Verbindung zum Fahrzeug auskommt. Sensorennetze sorgen dafür, dass bei nasser oder rutschiger Fahrbahn die Geschwindigkeit automatisch angepasst wird. Dabei sollen die Daten zugleich an andere Fahrzeuge beziehungsweise der Verkehrsinfrastruktur weitergegeben werden und umgekehrt. Dank künstlicher Intelligenz kann der Reifen sein Verhalten fortlaufend optimieren, etwa Schäden lokalisieren und das Profil entsprechend verändern. Dazu bewegen sich Materialien in Richtung der betroffenen Region und schließen beschädigte Oberflächen.



Der Reifen als Denkkugel

Mit einem Kugelreifen denkt Goodyear bereits die Zukunft des autonomen Fahrens vor. Mit der Konzeptstudie „Eagle 360 Urban“, so die Vision der Entwickler, sollen sich künftig autonome Pkw und Lkw flexibel durch den Verkehr schlängeln – vorwärts, seitwärts, ja sogar diagonal. Bewerkstelligen soll dies eine Magnetschwebetechnik, die ohne mechanische Verbindung zum Fahrzeug auskommt. Sensorennetze sorgen dafür, dass bei nasser oder rutschiger Fahrbahn die Geschwindigkeit automatisch angepasst wird. Dabei sollen die Daten zugleich an andere Fahrzeuge beziehungsweise der Verkehrsinfrastruktur weitergegeben werden und umgekehrt. Dank künstlicher Intelligenz kann der Reifen sein Verhalten fortlaufend optimieren, etwa Schäden lokalisieren und das Profil entsprechend verändern. Dazu bewegen sich Materialien in Richtung der betroffenen Region und schließen beschädigte Oberflächen.



Autonom im Warehouse

Wie können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch fahrerlose Transportfahrzeuge bei Routinetätigkeiten im Warehouse entlastet werden? Antworten geben aktuelle Forschungen an zwei Dachser-Standorten.

Fahrerlose und manuell bediente Fahrzeuge im Mischbetrieb: In einem Langzeittest erprobt Dachser derzeit im Rahmen seiner Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, wie dies im Warehouse-Alltag funktionieren kann. An den deutschen Standorten in Langenau und in Vaihingen wird dazu seit Anfang des Jahres jeweils ein fahrerloses Transportfahrzeug (FTF) eingesetzt. In einem nächsten Schritt soll auch das schwarmintelligente Zusammenwirken solcher Systeme getestet werden, wenn beide autonome Fahrzeuge an einem Standort zusammen agieren.

Ausgangspunkt war ein vorangegangenes Projekt mit Forschern des Fraunhofer Instituts IML, mit dem Dachser seit 2017 im Rahmen des DACHSER Enterprise Lab erfolgreich zusammenarbeitet. Dabei untersuchen Wissenschaftler und Experten aus der Logistikpraxis, wie Logistics Operatives durch den FTF-Einsatz von einfachen und zudem körperlich anstrengenden Tätigkeiten entlastet werden und sich somit anspruchsvolleren Aufgaben widmen können. Dazu bringen die Roboter-Fahrzeuge einen Vorteil mit: Sie können 24 Stunden in Betrieb gehalten werden.

Fahrzeug und Warehouse „sprechen“ miteinander

Zum Einsatz kommen FTFs beispielsweise beim Transport vom Wareneingang zu den Übergabezonen in einem Hochregallager. Dabei können sie die Paletten selbstständig aufnehmen und absetzen. Durch eine Schnittstelle zum Dachser-eigenen Warehouse-Managementsystem (WMS) Mikado kann das autonome Fahrzeug jederzeit mit Transportaufträgen versorgt werden und sucht sich anschließend seine Route durch das Lager selbst.

Ausgestattet sind die Fahrzeuge mit einer Lithium-Ionen-Technologie, womit induktives Laden ermöglicht wird. „Der Ladevorgang erfolgt über eine Bodenplatte und dauert lediglich zehn Minuten“, erklärt Daniele Andreano, Team Leader Contract Logistics Engineering bei Dachser, der den Test verantwortet.

Da die Fahrzeuge autonom im Lager unterwegs sind, spielt der Sicherheitsaspekt eine bedeutende Rolle. Das FTF ist dazu mit mehreren Sensoren auf unterschiedlichen Höhen ausgestattet und scannt seine Umgebung fortlaufend nach Hindernissen – andere Fahrzeuge, Menschen oder Gegenständen in den Gängen zwischen den Regalen. Hat es ein Hindernis erkannt, bremst das System selbstständig ab und kommt entweder ganz zum Stehen oder sucht sich eine neue Route, um das Hindernis zu umfahren. Auch die maximale Geschwindigkeit von fünf Stundenkilometern trägt maßgeblich zur Sicherheit bei.

Thomas Klare, Head of Corporate Contract Logistics bei Dachser in Kempten, ist mit den bisherigen Ergebnissen sehr zufrieden: „Unser Ziel des Praxistests ist es, wertvolle Erfahrungen mit dem Einsatz autonom fahrender Fahrzeuge im Warehouse oder aber auch im Zusammenspiel mit dem Umschlaglager zu sammeln. So können wir verstehen, wie die Geräte die Kolleginnen und Kollegen optimal bei der täglichen Arbeit unterstützen und in den täglichen All tag überführt werden können.“ M.Gelink

Im DACHSER Enterprise Lab in Dortmund arbeiten Mitarbeiter des Logistikdienstleisters und Wissenschaftler des Fraunhofer IML in gemeinsamen Teams an konkreten Forschungs- und Entwicklungsaufträgen. So werden zukunftsweisende Technologien für den flächendeckenden Einsatz in der Praxis gezielt (weiter) entwickelt.



Autonom im Warehouse

Wie können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch fahrerlose Transportfahrzeuge bei Routinetätigkeiten im Warehouse entlastet werden? Antworten geben aktuelle Forschungen an zwei Dachser-Standorten.

Fahrerlose und manuell bediente Fahrzeuge im Mischbetrieb: In einem Langzeittest erprobt Dachser derzeit im Rahmen seiner Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, wie dies im Warehouse-Alltag funktionieren kann. An den deutschen Standorten in Langenau und in Vaihingen wird dazu seit Anfang des Jahres jeweils ein fahrerloses Transportfahrzeug (FTF) eingesetzt. In einem nächsten Schritt soll auch das schwarmintelligente Zusammenwirken solcher Systeme getestet werden, wenn beide autonome Fahrzeuge an einem Standort zusammen agieren.

Ausgangspunkt war ein vorangegangenes Projekt mit Forschern des Fraunhofer Instituts IML, mit dem Dachser seit 2017 im Rahmen des DACHSER Enterprise Lab erfolgreich zusammenarbeitet. Dabei untersuchen Wissenschaftler und Experten aus der Logistikpraxis, wie Logistics Operatives durch den FTF-Einsatz von einfachen und zudem körperlich anstrengenden Tätigkeiten entlastet werden und sich somit anspruchsvolleren Aufgaben widmen können. Dazu bringen die Roboter-Fahrzeuge einen Vorteil mit: Sie können 24 Stunden in Betrieb gehalten werden.

Fahrzeug und Warehouse „sprechen“ miteinander

Zum Einsatz kommen FTFs beispielsweise beim Transport vom Wareneingang zu den Übergabezonen in einem Hochregallager. Dabei können sie die Paletten selbstständig aufnehmen und absetzen. Durch eine Schnittstelle zum Dachser-eigenen Warehouse-Managementsystem (WMS) Mikado kann das autonome Fahrzeug jederzeit mit Transportaufträgen versorgt werden und sucht sich anschließend seine Route durch das Lager selbst.

Ausgestattet sind die Fahrzeuge mit einer Lithium-Ionen-Technologie, womit induktives Laden ermöglicht wird. „Der Ladevorgang erfolgt über eine Bodenplatte und dauert lediglich zehn Minuten“, erklärt Daniele Andreano, Team Leader Contract Logistics Engineering bei Dachser, der den Test verantwortet.

Da die Fahrzeuge autonom im Lager unterwegs sind, spielt der Sicherheitsaspekt eine bedeutende Rolle. Das FTF ist dazu mit mehreren Sensoren auf unterschiedlichen Höhen ausgestattet und scannt seine Umgebung fortlaufend nach Hindernissen – andere Fahrzeuge, Menschen oder Gegenständen in den Gängen zwischen den Regalen. Hat es ein Hindernis erkannt, bremst das System selbstständig ab und kommt entweder ganz zum Stehen oder sucht sich eine neue Route, um das Hindernis zu umfahren. Auch die maximale Geschwindigkeit von fünf Stundenkilometern trägt maßgeblich zur Sicherheit bei.

Thomas Klare, Head of Corporate Contract Logistics bei Dachser in Kempten, ist mit den bisherigen Ergebnissen sehr zufrieden: „Unser Ziel des Praxistests ist es, wertvolle Erfahrungen mit dem Einsatz autonom fahrender Fahrzeuge im Warehouse oder aber auch im Zusammenspiel mit dem Umschlaglager zu sammeln. So können wir verstehen, wie die Geräte die Kolleginnen und Kollegen optimal bei der täglichen Arbeit unterstützen und in den täglichen All tag überführt werden können.“ M.Gelink

Im DACHSER Enterprise Lab in Dortmund arbeiten Mitarbeiter des Logistikdienstleisters und Wissenschaftler des Fraunhofer IML in gemeinsamen Teams an konkreten Forschungs- und Entwicklungsaufträgen. So werden zukunftsweisende Technologien für den flächendeckenden Einsatz in der Praxis gezielt (weiter) entwickelt.



Dachser intelligent logistics, verwendet die **Neue Helvetica** als ihre Hausschrift. Dieses Magazin im DIN A4-Format, Ausgabe 4/2021, entstammt der Webseite und ist frei zugänglich. Innerhalb dieses Magazins (36 Seiten), wird die Neue Helvetica für Headlines, Subheadlines, plakative Zwischenseiten, Marginalien, Bildunterschriften, Zitate, Negativsatz, Störer und kürzere Textabschnitte verwendet. Die Fließtextschrift im DACHSER Magazin, ist die Minion Pro. In den Beispielseiten werden die Schriftschnitte: Light, Roman, Medium und Bold angewendet. Die gezeigten Seiten sind lediglich eine Auswahl mit den meist verwendeten Textstilen.

Lesbarkeit – Die Helvetica wird im gesamten Magazin über kurze und schmale Textlängen verwendet. Zudem ist bei allen Texten der Zeilenabstand der Neuen Helvetica leicht erhöht worden.

Auf **Seite 13**, befinden sich jeweils kurze Textabschnitte mit einer Headline, als auch Negativsatz. Die Textfarbe ist sowohl schwarz, weiß, als auch blau. Für den Fließtext wurde der Roman-Schriftschnitt verwendet und die Headlines in Bold gesetzt. Die Lesbarkeit der kurzen Texte: (*Auf Knopfdruck elastisch und Der Reifen als Denkkugel*), ist ansprechend, da die Zeilenabstände groß genug sind und das Auge die Zeilen gut erfassen kann. Zudem ist der Schriftschnitt angenehm und die Zeilenlänge angemessen. Die Zeilenlänge umfasst knappe 11 cm. Gerade im Negativsatz, als auch bei dem blauen Fließtext, hätte die Laufweite erhöht werden müssen, damit die einzelnen Zeichen leichter erfasst werden können, da die Zwischenräume durch den farblichen Kontrast im Negativsatz schmaler erscheinen.⁷²

Auf **Seite 29**, befindet sich ein sauberes Raster, in welches sich die Helvetica gut eingliedert. Die Headline hätte etwas enger gesetzt werden können, damit der „Display-Charakter“⁷³ noch mehr hervortritt. Aber gerade die Subheadline und die Marginalie bieten einen optimalen Kontrast zu der Minion Pro. Eine Laufweitenerhöhung wäre auch hier für die Neue Helvetica eine gute Wahl gewesen, da die Marginalie in Medium in 8,5 pt gesetzt ist und somit die Lesbarkeit im kleinen Grad darunter leidet – ebenso die Bildunterschrift, die in 7 pt gesetzt ist.⁷⁴ Für die Marginalie wäre ein Roman-Schriftschnitt auch ausreichend gewesen, da die Grauwirkung relativ dunkel erscheint.

⁷² Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 65.

⁷³ Ebd., S. 65.

⁷⁴ Vgl.: Ebd., S. 64.

Schriftwirkung/Atmosphäre & Charakteristik – Es ergibt sich ein sauberes Editorial Design, bei welchem die Helvetica *aussagekräftige Headlines und markante Marginalien* erzielt. In großen Größen wirkt das statische Formprinzip *solide und bedeutsam* – sicher auch das typografische Ziel des Unternehmens. Ein Logistikdienstleister, steht für Sachlichkeit, als auch logistische und analytische Denkweisen, mit welchem die Helvetica, sicher nicht völlig grundlos, die Corporate Font für DACHSER geworden ist. Zielsetzung dieses Magazins ist es, mit der Helvetica einen guten Kontrast zur Minion Pro zu erzielen. Die Schriftschnitte sorgen für unterschiedliche Hierarchien und die Serifenlose steht im Fokus.

→ **Emotionale Empfindung** – Die Helvetica wirkt mit ihrer statischen Formensprache, *sauber und solide* und sorgt für ein *akkurates Schriftbild*. Die Headlines stehen durch ihr *stabiles Auftreten, stark im Vordergrund*. Wie auch aus der Umfrage resultierte, empfanden 51% der Befragten, die Neue Helvetica als Headline sehr überzeugend. Lediglich 23% entschieden sich für die Meta Pro. Das recht *starre Raster*, wird durch die Verwendung einer statischen Serifenlosen weiter verstärkt, dennoch ergibt sich hier eine *harmonische Fügung* aus der Verwendung der Corporate Font und einer dynamisch Französischen Renaissance-Antiqua.

Vergleich – Verglichen mit der überarbeiteten Version in der **Meta Pro**, welche ich bewusst wegen ihres dynamischen Formprinzips gewählt habe, gibt es keine großen Unterschiede in der Wirkung. Die offenen Formen wirken luftiger, ganz ohne Laufweitenerhöhung und stehen nicht so eng beieinander, welches eine bessere Lesbarkeit erzielt.⁷⁵ Vor allem für die Marginalien, bzw. kleineren Schriftgrade, erscheint mir die Meta Pro eine bessere Wahl, da hier die Zurichtung bereits für angenehme Zeichenabstände sorgt und das Schriftbild in sich dynamischer wirkt. Dies kann den Leser schneller zum Lesen von kleineren Randbemerkungen bewegen. Die Meta Pro in großen Größen, wirkt jedoch nicht so prägnant, da die Formen nicht so hart erscheinen. Dadurch erreichen sie keine so starke Prägnanz.

Für überzeugende und auffällige Überschriften eignet sich die Neue Helvetica gewiss. Auch für Subheadlines oder kleinere Zwischenüberschriften. Die statische Form erzielt eine mächtige Wirkung, die beinahe einem Statement gleichkommt. Hingegen eine Serifenlose mit dynamischer Formensprache für kleine Schriftgrößen leichter wirkt und eine bessere Lesbarkeit erzielt.

⁷⁵ Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 46.

S. 104

Hier geht es zu dem PDF-Dokument:



American Apparel Wholesale. Basics for Life.
gildanbrands.com/american-apparel

Meet American Apparel.[®]

Passion, innovation and
ethical practices for the
clothing industry.

American Apparel

Original: Neue Helvetica in Heavy (30/36 pt; LW: -10) und (70/70 pt; LW: -40); in 203 × 285 mm

American Apparel Wholesale. Basics for Life.
gildanbrands.com/american-apparel

Meet American Apparel.[®]

Passion, innovation and
ethical practices for the
clothing industry.

American Apparel

Meta Pro in Black (70/70 pt; LW: -10) und in 31 pt; LW: 0

We are a progressive and innovative manufacturer committed to producing quality garments with the highest of standards.

Today, we're proud to be a leader in the wholesale business, and the entire garment industry, with a collection of essential fashion basics in a wide range of colors and sizes.

Beyond Basics.

There's a universal aspect to everything we do: Fabrics for year-round wear; dresses that transition from day to night; loungewear for workouts, weekends, and everything in between.

Our globally-sourced apparel is made with premium fabrics, for a line of over 95 elevated styles for women, men, and children.

The fusion of fashion and music has always been integral to the American Apparel ethos; we are known for our collaborations with major artists and musicians. That tradition continues with our official printwear partnership with Live Nation, which has inspired an exclusive concert collection of premium basics.

Wholesale Heritage.

American Apparel's origin story is that of a small wholesale business with a simple mission: to create the highest quality t-shirts.

We're proud to challenge the industry with innovative designs, premium quality, and most importantly, strong workplace ethics. We are dedicated to the use of state-of-the-art machinery, advanced systems, and employees who share our passion. We have emerged as one of the largest wholesale manufacturers in the world – backed by Gildan.

Original: Neue Helvetica in Roman (9/10,5 pt; LW: -15), Bold (12/15 pt; LW: -20) und Heavy (LW: -30)

We are a progressive and innovative manufacturer committed to producing quality garments with the highest of standards.

Today, we're proud to be a leader in the wholesale business, and the entire garment industry, with a collection of essential fashion basics in a wide range of colors and sizes.

Beyond Basics.

There's a universal aspect to everything we do: Fabrics for year-round wear; dresses that transition from day to night; loungewear for workouts, weekends, and everything in between.

Our globally-sourced apparel is made with premium fabrics, for a line of over 95 elevated styles for women, men, and children.

The fusion of fashion and music has always been integral to the American Apparel ethos; we are known for our collaborations with major artists and musicians. That tradition continues with our official printwear partnership with Live Nation, which has inspired an exclusive concert collection of premium basics.

Wholesale Heritage.

American Apparel's origin story is that of a small wholesale business with a simple mission: to create the highest quality t-shirts.

We're proud to challenge the industry with innovative designs, premium quality, and most importantly, strong workplace ethics. We are dedicated to the use of state-of-the-art machinery, advanced systems, and employees who share our passion. We have emerged as one of the largest wholesale manufacturers in the world – backed by Gildan.

Meta Pro in Book (9/11 pt), Bold (12/15 pt) und Black in 20 pt

Globally Sourced, Ethically Made, Sweatshop Free.

American Apparel has always stood for sweatshop-free, ethical manufacturing. Today, we remain dedicated to creating a positive impact on the people who design, make, and wear our clothes, with a holistic and sustainable approach to production. Our company-owned manufacturing facilities provide employees with free onsite medical clinics, and we invest in communities around the globe, supporting healthcare and education initiatives where we operate. Our facilities and contractors comply with a strict internal code of conduct, following principles and best practices set forth by the Fair Labor Association (FLA) and Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP).



Original: Neue Helvetica in Heavy (30/36 pt; LW: -10) und (12/15 pt; LW: 0)

Globally Sourced, Ethically Made, Sweatshop Free.

American Apparel has always stood for sweatshop-free, ethical manufacturing. Today, we remain dedicated to creating a positive impact on the people who design, make, and wear our clothes, with a holistic and sustainable approach to production. Our company-owned manufacturing facilities provide employees with free onsite medical clinics, and we invest in communities around the globe, supporting healthcare and education initiatives where we operate. Our facilities and contractors comply with a strict internal code of conduct, following principles and best practices set forth by the Fair Labor Association (FLA) and Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP).



Meta Pro in Bold (13/17 pt) und Black in 31 pt

What We Stand For. Authenticity.

American Apparel's core values are evident in our business and in our branding: We are proud of our ethical manufacturing, ensuring that our products are sweatshop-free and globally-sourced. And we're known for our inclusivity as a brand. We celebrate empowerment, diversity, authenticity, and integrity in everything we do.

Since our inception, American Apparel has been known for embracing natural beauty. Through open casting calls, we feature real people from all over the globe in our campaigns, with a bold, honest, and unapologetically sexy approach to representing people from all backgrounds.

Empowerment.

At American Apparel, we strive for equality in every aspect of our business. With operations in North and Central America, the Caribbean Basin, Asia, and Europe, we remain committed to implementing the best working conditions in the apparel industry to benefit the 48,000+ employees whose passion and dedication make us who we are.

Integrity.

At American Apparel, environmental sustainability is a key factor in every stage of production. We hold a deep conviction to rely on renewable energy sources, prioritizing ethically-harvested fabrics. We work closely with community organizations and local governments to provide support and financial assistance in each of our manufacturing countries.

Diversity.

A wide range of cultures representing diverse economic, political, legal, and social systems are reflected throughout our business. We take a proudly inclusive approach, providing a platform for marginalized communities and celebrating diversity in people from all walks of life.

Basics
for life.

5 | 6

Original: Neue Helvetica in Roman (9/10 pt; LW: -15) und Heavy (30/36 pt; LW: -15), (20/10,5 pt; LW: -15)

What We Stand For. Authenticity.

American Apparel's core values are evident in our business and in our branding: We are proud of our ethical manufacturing, ensuring that our products are sweatshop-free and globally-sourced. And we're known for our inclusivity as a brand. We celebrate empowerment, diversity, authenticity, and integrity in everything we do.

Since our inception, American Apparel has been known for embracing natural beauty. Through open casting calls, we feature real people from all over the globe in our campaigns, with a bold, honest, and unapologetically sexy approach to representing people from all backgrounds.

Empowerment.

At American Apparel, we strive for equality in every aspect of our business. With operations in North and Central America, the Caribbean Basin, Asia, and Europe, we remain committed to implementing the best working conditions in the apparel industry to benefit the 48,000+ employees whose passion and dedication make us who we are.

Integrity.

At American Apparel, environmental sustainability is a key factor in every stage of production. We hold a deep conviction to rely on renewable energy sources, prioritizing ethically-harvested fabrics. We work closely with community organizations and local governments to provide support and financial assistance in each of our manufacturing countries.

Diversity.

A wide range of cultures representing diverse economic, political, legal, and social systems are reflected throughout our business. We take a proudly inclusive approach, providing a platform for marginalized communities and celebrating diversity in people from all walks of life.

Basics
for life.

5 | 6

Meta Pro in Book (9/11 pt), Black (20/11 pt) und (30/36 pt)



Original: Neue Helvetica in Bold (12/15 pt; LW: 0), (16/20 pt; LW: -20) und Heavy (150/155 pt; LW: -55)



Meta Pro in Bold (16/20 pt; LW: -20), Black (12/15 pt) und 150/150 pt

USA Collection

Made in USA of domestic and foreign components.



BB401
Poly-Cotton S/S Crewneck T-Shirt
 Unisex XS – XXL
 Slim Fit
 –50% Ring-Spun Combed Cotton
 –50% Polyester
 –3.7 oz/yd² (125 g/m²)
American Apparel

- Asphalt
- Black
- Heather Black
- Heather Forest
- Heather Lake Blue
- Heather Lieutenant
- Heather Red
- Navy
- Red
- White

2102
Women's Fine Jersey S/S T-Shirt
 Women S – XXL
 Classic Fit
 –100% Ring-Spun Combed Cotton
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

- Asphalt
- Black
- Heather Grey*
- Navy
- Red
- White

HEATHER GREY*
 –90% Ring-Spun Cotton
 –10% Polyester
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

2007
Fine Jersey L/S T-Shirt
 Unisex S – XXL
 Classic Fit
 –100% Ring-Spun Combed Cotton
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

- Asphalt
- Black
- Heather Grey*
- Navy
- White

HEATHER GREY*
 –90% Ring-Spun Cotton
 –10% Polyester
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

USA Collection

Made in USA of domestic and foreign components.



BB401
Poly-Cotton S/S Crewneck T-Shirt
 Unisex XS – XXL
 Slim Fit
 –50% Ring-Spun Combed Cotton
 –50% Polyester
 –3.7 oz/yd² (125 g/m²)
American Apparel

- Asphalt
- Black
- Heather Black
- Heather Forest
- Heather Lake Blue
- Heather Lieutenant
- Heather Red
- Navy
- Red
- White

2102
Women's Fine Jersey S/S T-Shirt
 Women S – XXL
 Classic Fit
 –100% Ring-Spun Combed Cotton
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

- Asphalt
- Black
- Heather Grey*
- Navy
- Red
- White

HEATHER GREY*
 –90% Ring-Spun Cotton
 –10% Polyester
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

2007
Fine Jersey L/S T-Shirt
 Unisex S – XXL
 Classic Fit
 –100% Ring-Spun Combed Cotton
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

- Asphalt
- Black
- Heather Grey*
- Navy
- White

HEATHER GREY*
 –90% Ring-Spun Cotton
 –10% Polyester
 –4.3 oz/yd² (146 g/m²)
 –30-singles

Original: Neue Helvetica in Roman in 7 pt und 8,5 pt, Bold in 6 pt und 8,5 pt und Heavy in 9 pt

Meta Pro in Book in 7 pt und 9 pt, Bold (6/10 pt) und Black (9 pt und LW: -10), (9 pt und LW: -20)

Die generell enge Zurichtung der Helvetica, wurde von American Apparel sich zu Nutze gemacht.

ee
ri

American Apparel's core values are evident in our business and in our branding: We are proud of our ethical manufacturing, ensuring that our products are sweatshop-free and globally-sourced.

9/10 pt; LW: -15

American Apparel's core values are evident in our business and in our branding: We are proud of our ethical manufacturing, ensuring that our products are sweatshop-free and globally-sourced.

9/12 pt; LW: 0

American Apparel, eine Modemarke, sorgt mit der Verwendung der Helvetica Black in ihrer Wortmarke für ein einprägsames Erscheinungsbild. Ebenso wird die **Neue Helvetica** in deren Produktkatalogen verwendet. Hier wird das Prinzip der engen Zurichtung und engen Zeilenabständen vehement durchgesetzt. Dieser Katalog ist in den Maßen: 203 × 285 mm angelegt. Beinahe alle Schriftschnitte, von Roman bis Heavy, werden verwendet. Die Neue Helvetica wird für Headlines, Subheadlines, kleine und kürzere Textabschnitte, plakative und typografische Schriftzüge, als auch für kurze Informationstexte eingesetzt.

Lesbarkeit – Auf der ersten Seite wurden die **Zeichenabstände** stark verringert und teilweise durch individuelles Kerning noch weiter verengt, sodass sich einige Zeichen in der Headline knapp berühren. In diesem Fall sind die Zeichen bewusst eng spationiert, dass ersichtlich wird, dass dies der Stil dieser Marke ist. Mir erscheint diese Kontinuität der engen Zurichtung dementsprechend auch in den Katalogen als sinnvoll.

Auf der **zweiten**, als auch auf der **vierten Seite**, wurden Headlines in Heavy und die kürzen Textabschnitte in Roman gesetzt. Die Textfelder wurden um -15 und -20 Einheiten in ihrer Laufweite gestaucht, in einer ohnehin recht kleinen Schriftgröße von 9 pt. Dies erzeugt optisch dunkelgraue Rechtecke voller Zeichen. Eine offenere Setzung würde die Lesbarkeit verbessern und den Stil von American Apparel nicht brechen. Liest man das PDF-Dokument auf dem Monitor, so kann selbstverständlich der Text vergrößert werden, dennoch sorgt der geringe **Zeilenabstand** von 10 oder 10,5 pt für eine schlechte Lesbarkeit. Auch wenn es sich hier um kurze, schmale Textabschnitte handelt – luftigere Zeilenabstände und vor allem eine normale Zurichtung der Zeichen, würde das Schriftbild mit mehr Weißraum öffnen und die Lesbarkeit steigern. Bei den Headlines sieht es ein wenig anders aus. Die Lesbarkeit leidet nicht so stark wie bei den kleinen Schriftgrößen. Die enge Setzung der Headlines fügt sich mit der Wortmarke zu einem Stil zusammen.

Auf **Seite 3**, wurde ein Fließtext in Heavy gesetzt, ein gewagter Schriftschnitt für einen längeren Text. Trotz erhöhter Zeilenabstände, wirken die Weißräume im Verhältnis zum fetten Schriftschnitt zu gering. Dies sorgt dafür, dass der Text durch seine extrem dunkle Erscheinung anstrengend für die Augen ist, vor allem da die große x-Höhe die Dunkelheit weiter verstärkt.⁷⁶ Ein erhöhter Zeilenabstand würde die Zeilenerfassung fördern und dem ohnehin dunklen Schriftschnitt mehr Helligkeit vermitteln.

⁷⁶ Vgl.: Gaspar, N.; Sommer, P. M., 2020, S. 123.

Auch die Farbwirkung spielt mit in die Atmosphäre hinein. Hier handelt es sich meist um schwarzen Text auf farbigen Bildern. Headlines sind in einem hellen Rosa geschrieben. Hellere Farben, wie rosa oder Gelb hellen automatisch die Schrift auf, trotz fetter Schriftgrade und lassen sie offener wirken.

Hier geht es zu dem PDF-Dokument:



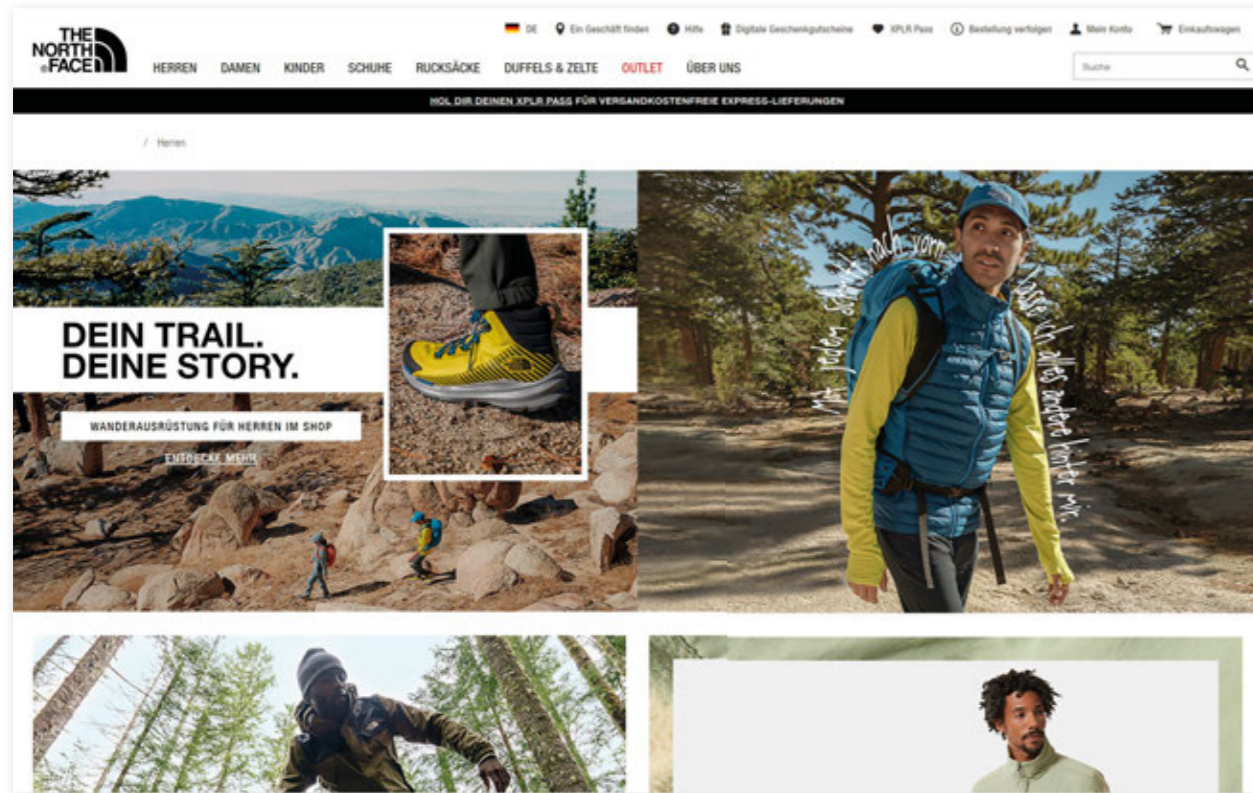
Auf der **fünften Seite**, die einem plakativen Stil ähnelt, stützt die verringerte Laufweite die Display-Wirkung. Die Zeichen können wohl voneinander unterschieden werden und die statische Formensprache tritt optisch hervor. Auch die kleinen Textblöcke sind im Gelbton, trotz der engen Setzung, einigermaßen gut lesbar. Die **letzte Seite** ist mit stichpunktartigen Inhalten gefüllt. Es handelt sich hier um sehr kleine Schriftgrade. Bei der Auflistung in 6 pt und zusätzlichem Bold-Schnitt, fließen die Zeichen ineinander.

Schriftwirkung/Atmosphäre & Charakteristik – Die Headlines wirken *gewaltig*, die enge Zurichtung unterstützt dieses Bild und in Verbindung mit einem *Punkt* am Ende der Headline, gleicht sie einem *Statement* oder einer *Schlagzeile*. Dies scheint ein Ziel von American Apparel zu sein: *eindeutige und auffällige Headlines* zu erschaffen. Die statischen Formen in Bold oder Heavy strahlen ebendies aus. Im Fließtext oder in Subheadlines, vor allem in fetten Graden, wirkt dies etwas *übertrieben* und trägt einen Hauch von *Aggressivität* in sich, welches nicht unbedingt zum freiwilligen Lesen anregt. Im plakativen Stil, wirkt die Neue Helvetica beinahe *experimentell* und füllt die Seiten mit *beeindruckender Wirkung*.

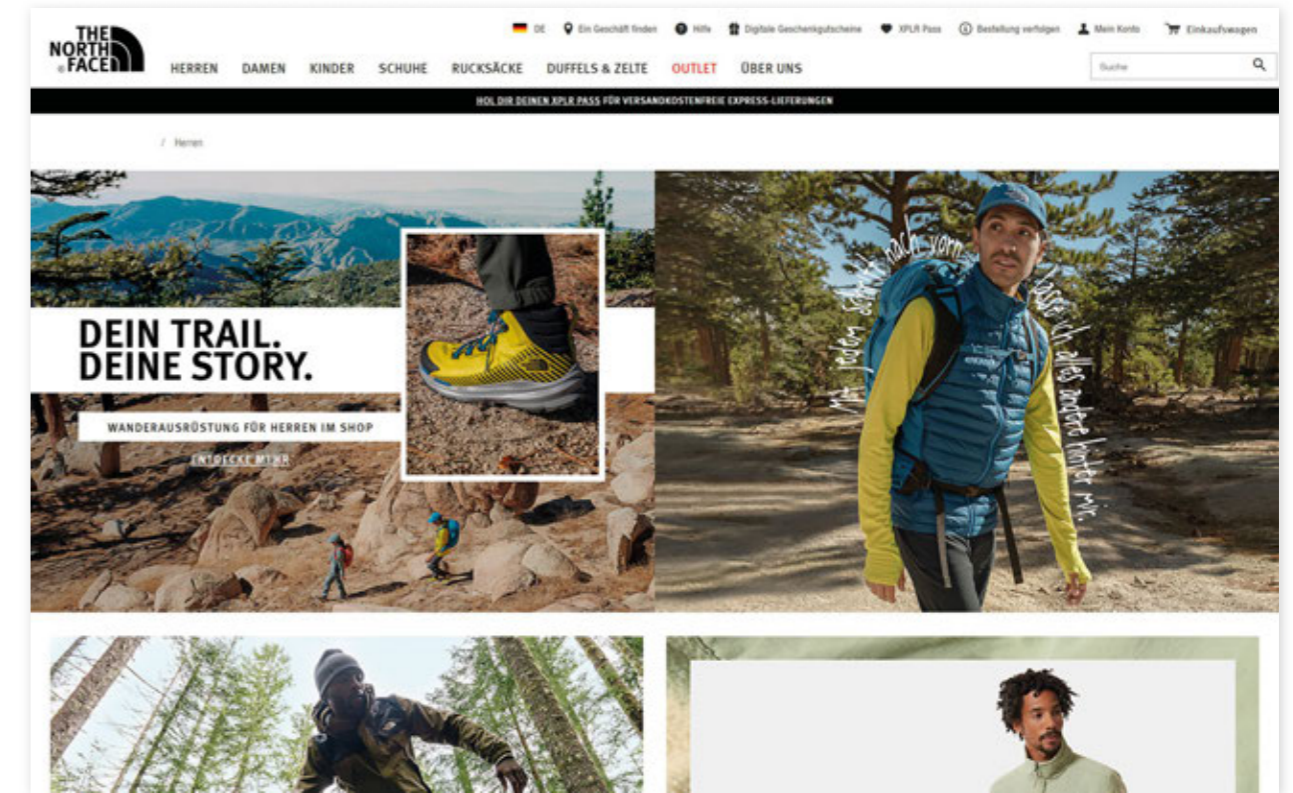
→ **Emotionale Empfindung** – Der Leser dieses Kataloges, erwartet einen **provokanten und extravaganten Stil**, da American Apparel dafür bekannt ist. Die Neue Helvetica wirkt *kühl, zugleich hart* – und fett gesetzt, erfüllt sie die Erwartungen. Die optische Schwärze, hemmt jedoch das entspannte Lesen.

Vergleich – Verglichen mit der **Meta Pro**, wirken die Fließtexte wesentlich heller und laden das Auge zum Lesen ein, (hier wurden die Zeilenabstände angepasst). Die Zeilen können in kleinen Graden gut erfasst werden und die offenen Binnenformen sorgen für vermehrten Weißraum zwischen den Zeichen, so dass eine Laufweiterhöhung nicht unbedingt nötig ist. In den Headlines strahlt die Meta Pro eine gewisse Freundlichkeit aus – unpassend für American Apparel. Die Formen wirken runder, bedingt durch die i-Punkte und Interpunktionen. Der Rhythmus aus Schwarz und Weiß hält sich bei der Meta Pro in einem angenehmeren Verhältnis. Die Binnenformen gleichen die Schwärze der Schriftschnitte wieder aus.

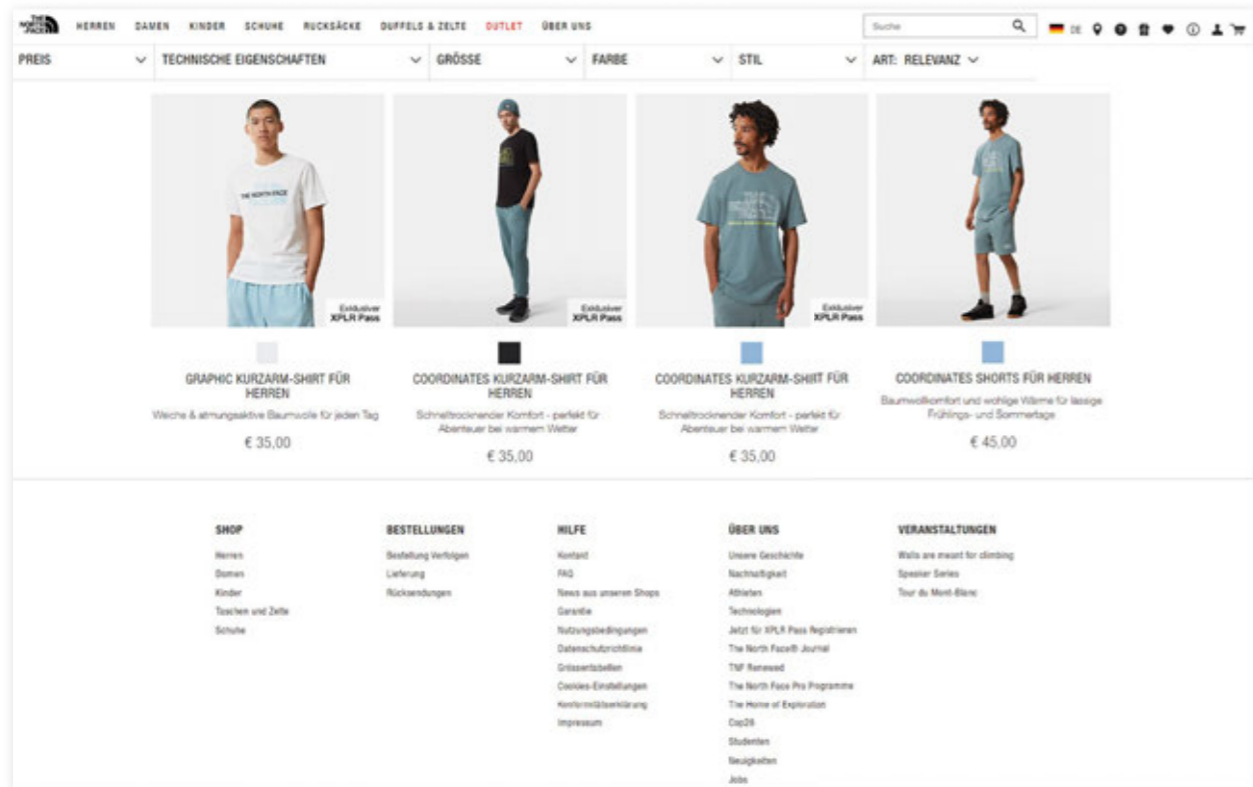
In den Headlines steht die Helvetica für ihre Eigenschaften. Verstärkt durch fette Schriftschnitte erreicht eine dynamische Grotesk keine so imposante Wirkung. Im Fließtext müsste die Neue Helvetica offener gesetzt werden. Die Meta Pro wirkt im Mengentext hingegen einladender – kurz: Die Helvetica passt zu American Apparel.



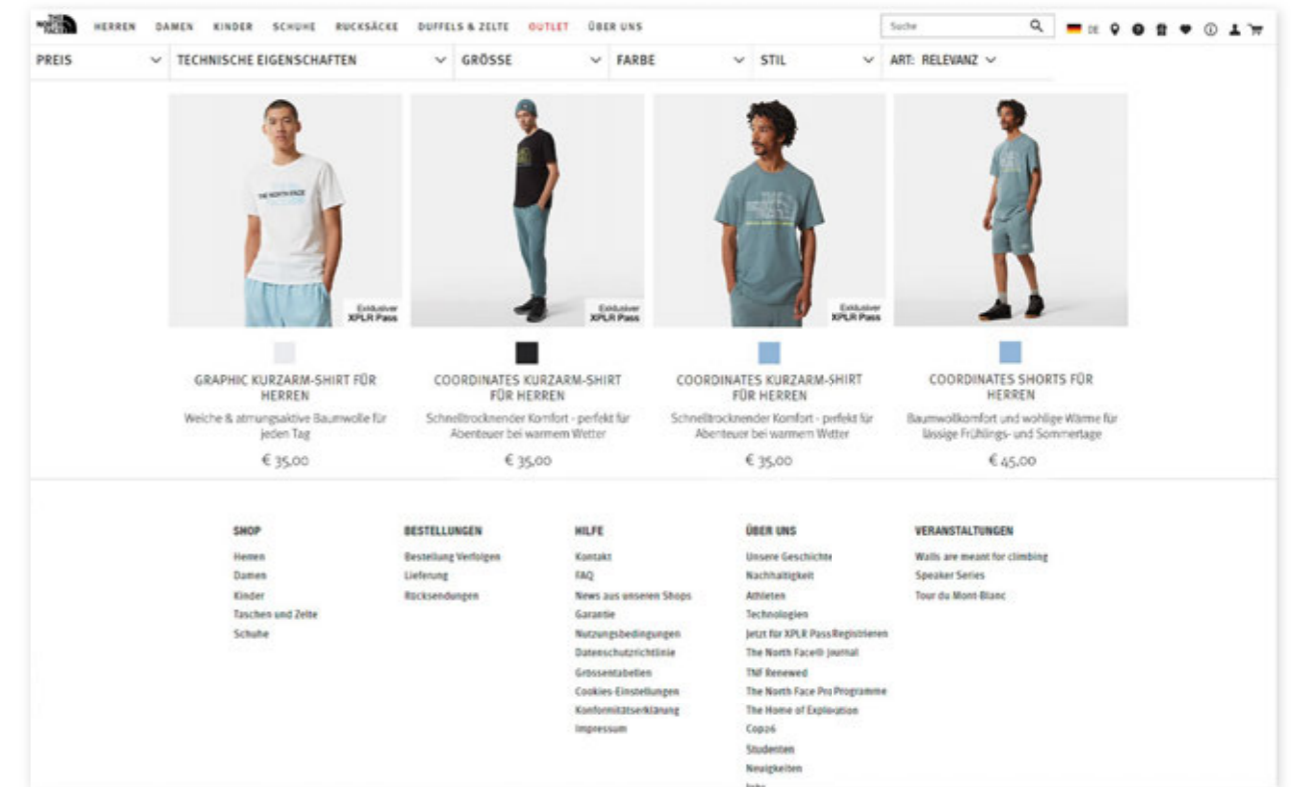
Original: Neue Helvetica unter dem Reiter: Herren



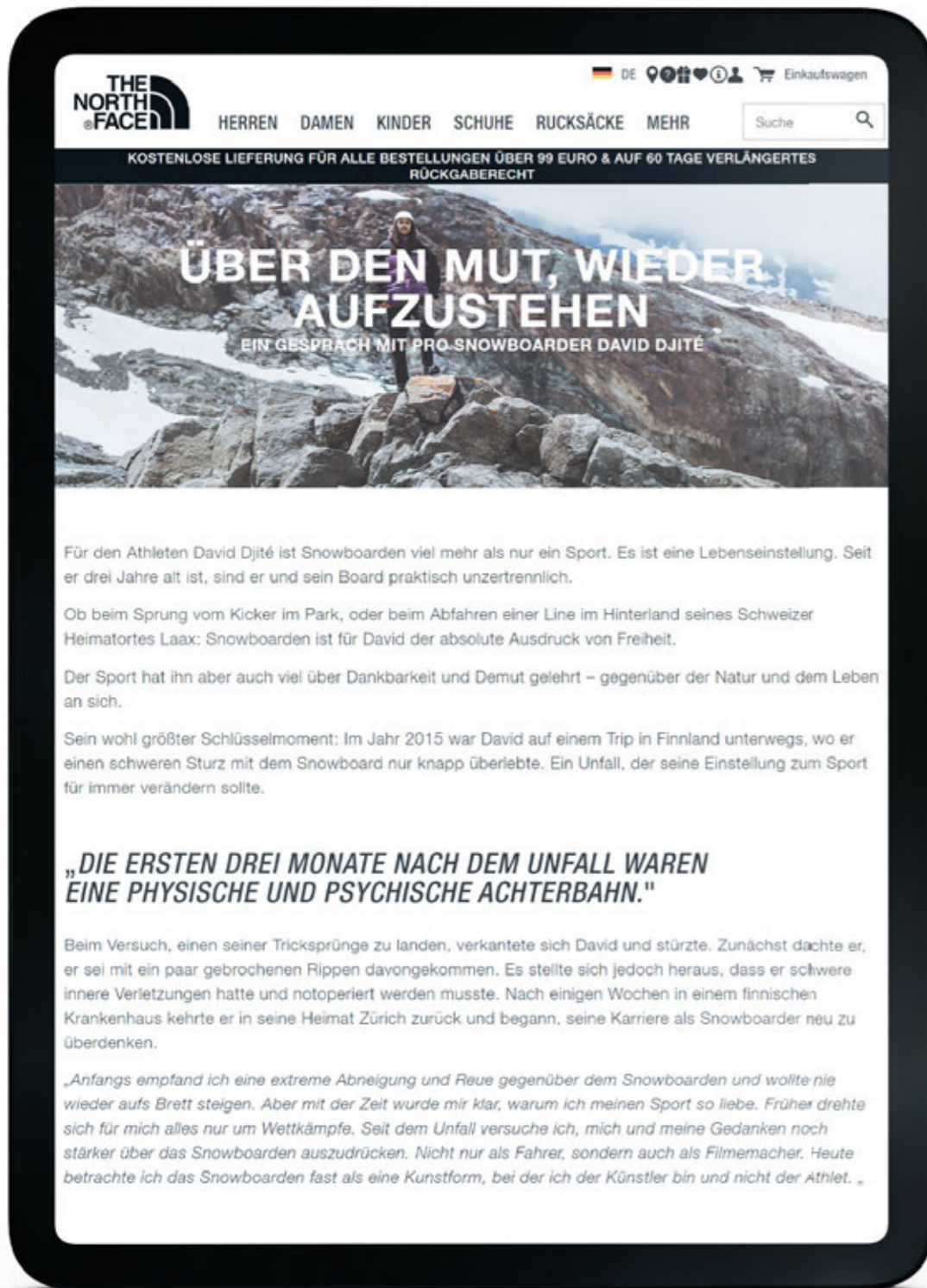
Meta Pro



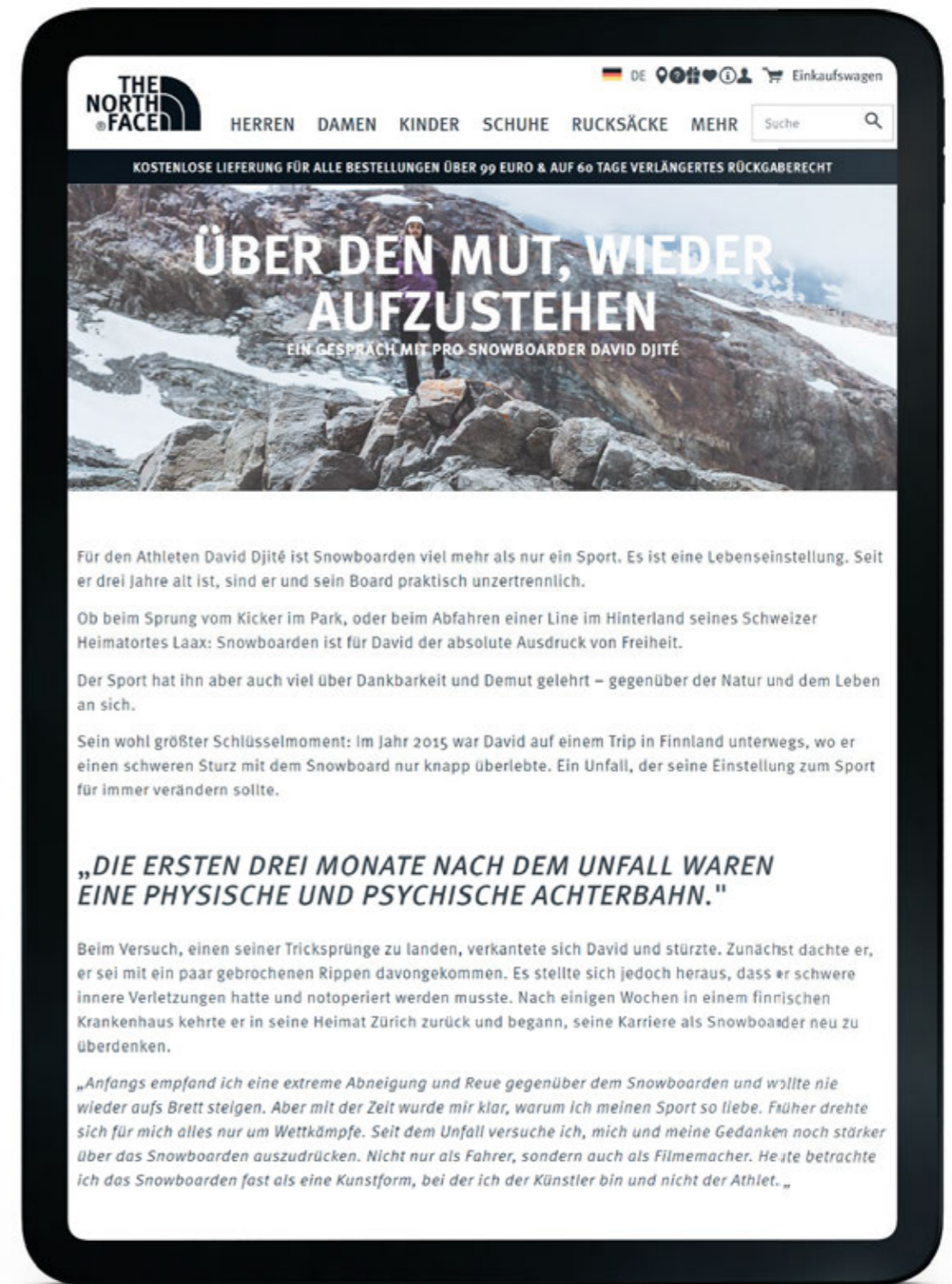
Original: Neue Helvetica unter dem Reiter: Herren/Sommersachen



Meta Pro



Original: Neue Helvetica unter Exploration/Our Journal/David Djité Snowboarder auf einem iPad Air



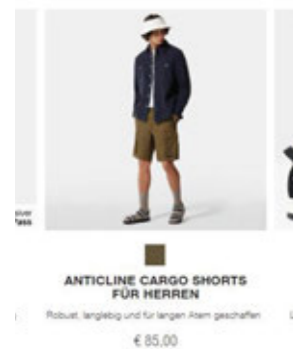
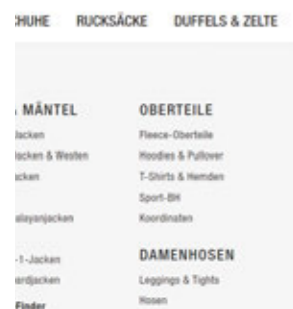
Meta Pro

DEIN TRAIL. DEINE STORY.

Verringerter Zeilenabstand

DEIN TRAIL. DEINE STORY.

Automatischer Zeilenabstand



The North Face verwendet, unter anderem auf der Webseite, die **Neue Helvetica**. Hier werden Reiter, Fließtexte, Preisangaben, Headlines, Footer und die Navigationsleiste in den unterschiedlichen Schriftschnitten der Neuen Helvetica gesetzt. Ich habe hier zwei Unterseiten und eine Startseite exemplarisch ausgewählt. Die Screenshots sind in der Auflösung für ein iPad Air und einen Mac erstellt worden.

Lesbarkeit – Betrachtet man die **Startseite** unter dem Reiter: Herren, befindet sich dort eine Headline und eine Subheadline. Die Headline wurde in ihrem Zeilenabstand enorm verkleinert. Dennoch lassen sich die Wörter gut lesen. Der Kontrast des Bold-Schriftschnitts zu dem weißen Banner, wird durch die Versalien verstärkt. Die Subheadline, unabhängig vom Condensed-Schnitt, wirkt hingegen etwas gestauchter. Die rhythmische Verteilung von Schwarz und Weiß, ist hier nicht ganz ausgeglichen. Entweder eine Spationierung oder der Verzicht auf den Versalsatz, wäre optimal. Die **Reiter** sind ebenfalls in Versalien geschrieben und wurden in ihrer Laufweite minimal erhöht. Auch hier wären Kleinbuchstaben eventuell leichter zu lesen, da der Condensed-Schriftschnitt in Kombination mit den Versalien, ein sehr enges Schriftbild erzeugt und je nach Endgerät, in seiner Lesbarkeit, erschwert wird. Der **Footer** und die **Navigationsleiste**, auch in Condensed gesetzt, lässt sich durch gute Abstände leicht lesen. Die Unterkategorien der Reiter, wurden zudem mit einer größeren **Laufweite** dargestellt, welche ein gutes Maß für die anderen Versalschriftzüge wäre.⁷⁷ Die Unterseite: **Sommersachen** der Herren, bzw. sämtliche Produktseiten, bestehen aus demselben Aufbau. Filterkategorien und der Name des Produktes wieder in Versalien und in Condensed. Zudem sind die Produktangaben mittig ausgerichtet. Meiner Ansicht nach, wäre ein Roman-Schriftschnitt für die Produktangaben eventuell leichter zu lesen, da die geschlossenen Formen – ohne Laufweite, in Condensed (und Versalien) – eng beieinander stehen und zudem die mittige Ausrichtung unangenehme Zeilenumbrüche verursacht.

The North Face verfügt auch über **Blogbeiträge**. Dort wird mit Fließtexten gearbeitet. Die längeren Textabschnitte, sind hier in Light, Light Italic und Zitate in Medium Condensed Oblique gesetzt. Die Schriftfarbe ist ein dunkleres Grau. Fließtexte, als auch Zitate, wurden in ihrer Laufweite um +15 und +30 Einheiten erhöht. Beim Fließtext wurde der Zeilenabstand angenehm vergrößert, so dass die Zeilen gut erfasst werden können.

⁷⁷ Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 64.

Sein wohl größter Schlüsselmoment: Im Jahr 2015 war David auf einem *Light*

Sein wohl größter Schlüsselmoment: Im Jahr 2015 war David auf einem *Roman*

Hier geht es zu dem Reiter: Herren



Hier geht es zu: Herren/Sommersachen



Hier geht es zu dem David Djité Beitrag:



Bei dem Auszeichnungstext wurde der Abstand verringert. Der Light-Schnitt erschwert die Lesbarkeit, da die helle Grauwirkung (Leuchten des Monitors), den Text noch feiner erscheinen lässt. Ein Roman-Schriftschnitt könnte hier für eine bessere Lesbarkeit sorgen, da die restlichen Einstellungen bereits eine gute Lesbarkeit fördern. Der verringerte Zeilenabstand des Auszeichnungstextes, ist stimmig zu dem gesamten Headline-Stil und ragt optisch hervor. Zudem sind auf einem großen Monitor (27 Zoll), als auch auf dem iPad Air, die Zeilenlängen unangenehm lang und Umbrüche ungünstig gesetzt.

Schriftwirkung/Atmosphäre & Charakteristik – Die Headlines wirken *überzeugend*. Das charakteristische **R** tritt gut hervor und die enge Setzung zeugt von *Stabilität*. Zudem spiegelt sich der Stil der Wortmarke in sämtlichen Versal-Headlines wider, was der gesamten Webseite eine *homogene Wirkung* vermittelt. Auszeichnungstexte mit verringertem Zeilenabstand wirken *zusammengehörig und standfest*. Auch wenn ein erhöhter Zeilenabstand für die Lesbarkeit besser wäre. Schriftzüge in Condensed, sollen in ihrer Wirkung *zurücktreten*, wie Footer oder auch Unterkategorien.

→ **Emotionale Empfindung** – Kunden, die sich für **THE NORTH FACE**-Mode interessieren, erwarten *wetterfeste Kleidung und robustes Schuhwerk* – hierfür steht die Neue Helvetica. Statische Formen, Versalttexte und Condensed-Schnitte, symbolisieren alle diese Eigenschaften.

Vergleich – Verglichen mit der **Meta Pro**, ist die Lesbarkeit bei Versalschriftzügen offener und die Zeichen sind besser spationiert. Reiter oder Filterangaben stehen nicht so eng beieinander und auch Überschriften wirken passend. Im Fließtext, ist die offene Formensprache gewöhnungsbedürftig. In der Umfrage präferierten 43 Personen die Neue Helvetica für Fließtexte. Auch in diesem Beispiel ist die angenehme Setzung förderlich für das Schriftbild, lediglich der Schriftschnitt wirkt unpassend. Die offenen Formen der Meta Pro wirken unsicher. Auch hier wirken die runden Interpunktionen oder i-Punkte zu weich – unpassend für abendliche Outdooraktivitäten.

Für Stabilität und robusten Widerstand – dafür steht hier die Neue Helvetica. Typografisch angepasst, erzielt sie die gewünschte Wirkung. Für die Web-Nutzung bieten sich für Versalschriftzüge die dynamische Form an. Aber die Helvetica passt zu THE NORTH FACE.

JUBILÄUMS
PRÄMIEN

100 JAHRE
SCHULENBURG

400,- 600,-

1.200,- 2.000,-

4.000,-

SCHENKT

von 9.999,- beim
Möbel-, Matratzen-
und Küchenkauf.¹

und Matratzen. Ausgenommen sind die im Möbelhaus als bereits reduziert gekennzeichneten Möbel und Matratzen,
-Preis- und Bestpreis-Artikel. Nicht mit anderen Rabattaktionen kombinierbar. Keine Barauszahlung möglich.

100 JAHRE

SCHULENBURG

*Wohn Dich
glücklich!*

Original: Neue Helvetica in Condensed, Medium und Bold in DIN A2

JUBILÄUMS
PRÄMIEN

100 JAHRE
SCHULENBURG

400,- 600,-

1.200,- 2.000,-

4.000,-

SCHENKT

von 9.999,- beim
Möbel-, Matratzen-
und Küchenkauf.¹

und Matratzen. Ausgenommen sind die im Möbelhaus als bereits reduziert gekennzeichneten Möbel und Matratzen,
-Preis- und Bestpreis-Artikel. Nicht mit anderen Rabattaktionen kombinierbar. Keine Barauszahlung möglich.

100 JAHRE

SCHULENBURG

*Wohn Dich
glücklich!*

Myriad Pro in Regular, SemiBold und Bold in DIN A2

Wegbeschreibung zu unserem Außenlager:

START: Schäferweg 8

1. Biegen Sie links auf den Langberger Weg ab
2. Links abbiegen auf die Lilienthalstraße/ K19
3. An der Gabelung bitte links halten
4. Fahren Sie nun geradeaus weiter auf der Westerallee/ K15 bis zur Kreuzung Wittenberger Weg
5. Biegen Sie rechts ab auf den Wittenberger Weg
6. Nach 250 m links abbiegen und Sie haben Ihr **ZIEL** erreicht.

Nur
2 Auto-Minuten
entfernt!



Schäferweg 8
24941 Flensburg

Außenlager:
Wittenberger Weg 14

SCHULENBURG
Wohn Dich glücklich!

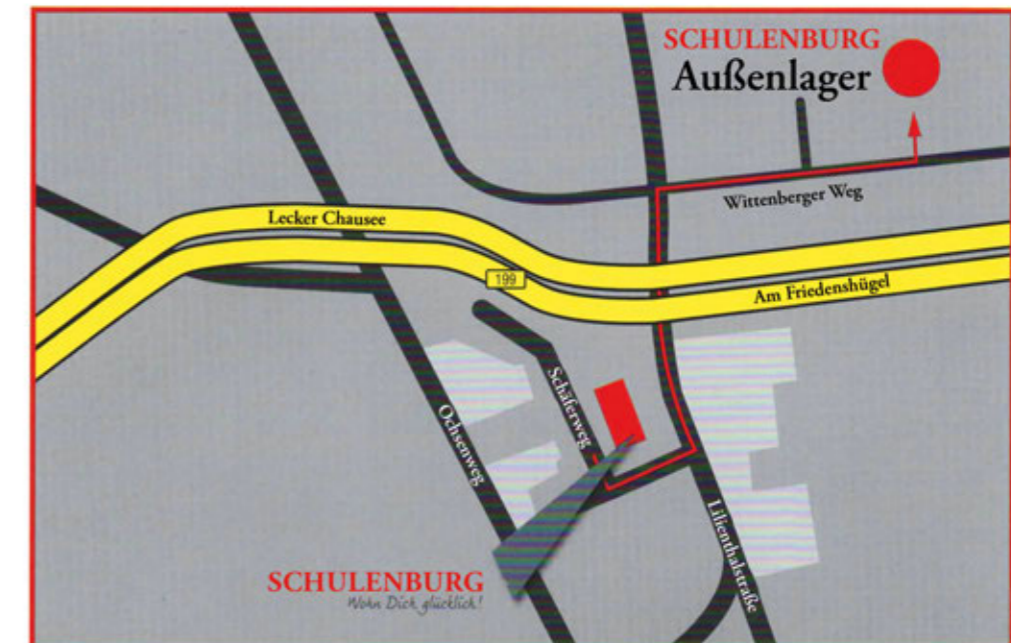
Telefon: 04 61/480 75 0 • Fax: 04 61/480 75 70

Wegbeschreibung zu unserem Außenlager:

START: Schäferweg 8

1. Biegen Sie links auf den Langberger Weg
2. Links abbiegen auf die Lilienthalstraße/K19
3. An der Gabelung bitte links halten
4. Fahren Sie nun geradeaus weiter auf der Westerallee/K15 bis zur Kreuzung Wittenberger Weg
5. Biegen Sie rechts ab auf den Wittenberger Weg
6. Nach 250m links abbiegen und Sie haben Ihr **ZIEL** erreicht.

Nur
2 Auto-Minuten
entfernt!



Schäferweg 8
24941 Flensburg

Außenlager:
Wittenberger Weg 14

SCHULENBURG
Wohn Dich glücklich!

Telefon: 0461/480 75 0 • Fax: 0461/480 75 0

**MIETTRANSPORTER
GÜNSTIG MIETEN!**



ab **15,-** €
pro Stunde

TIEFPREIS-GARANTIE



Wenn Sie innerhalb von 8 Tagen nachweisen, dass Sie den bei uns gekauften Artikel bei gleicher Leistung anderswo günstiger bekommen, erhalten Sie die **Differenz zurück!**

SCHULENBURG
Wohn Dich glücklich!

**MIETTRANSPORTER
GÜNSTIG MIETEN!**



ab **15,-** €
pro Stunde

TIEFPREIS-GARANTIE



Wenn Sie innerhalb von 8 Tagen nachweisen, dass Sie den bei uns gekauften Artikel bei gleicher Leistung anderswo günstiger bekommen, erhalten Sie die **Differenz zurück!**

SCHULENBURG
Wohn Dich glücklich!

Schulenburg, ein Einrichtungshaus, verwendet die **Neue Helvetica** als ihre Hausschrift. Sowohl in ihrer Wortmarke, als auch auf Schildern, Flyern, Broschüren oder Plakaten, wird die Neue Helvetica verwendet. In der Flensburger Filiale waren die Mitarbeiter so freundlich und haben mir eines der hängenden Plakate, als auch kleinere Printanzeigen ausgehändigt. Das Plakat ist in dem DIN A2-Format angelegt und der doppelseitige Flyer im DIN A5-Format.

Plakat

Lesbarkeit – Diese Plakate hängen in einer großen Anzahl überall in dem Einrichtungshaus von den Decken. Der Fokus scheint auch ganz offensichtlich auf den **Zahlen** zu liegen, da dies eine Gewinnsumme darstellen soll. Kunden, die bei Schulenburg durch die Möbelabteilungen gehen, sollen somit ohne viel zu lesen, direkt erblicken können, um was es sich auf den Plakaten handelt. Ich wage zu bezweifeln, dass die Zahlen für Lesbarkeitsprobleme sorgen können. Die Zahlen sind gut ersichtlich platziert und heben sich durch den **Komplementärkontrast** von ihrem Hintergrund sehr gut ab. Ebenso der Versalienschriftzug. Dennoch hätten einige Ziffern eine minimal höhere Spationierung erhalten können. Gestalterische Effekte lasse ich unkommentiert, da diese die generelle Lesbarkeit der Helvetica nicht beeinflussen. Dennoch ist die Platzierung einiger Effekte nicht unbedingt förderlich gewesen, da die weiße Schrift auf goldenen Partikeln teilweise keinen guten Kontrast erhält. Die **Schriftgröße** wirkt auf Distanz passend, wie auch die Verwendung der **Schriftschnitte**. Der untere Hinweistext, in der Neuen Helvetica Condensed, ist schwer zu lesen, da sich die Zeilen über 35 cm Fläche erstrecken und das Lesen enorm erschwert wird. Diese typografischen Einstellungen wurden sicher bewusst vorgenommen, da es sich hier lediglich um einen Hinweistext handelt, auf welchem der Fokus ungern liegen sollte.

Flyer

Die Lesbarkeit auf dem doppelseitigen Flyer, sorgt ebenfalls für keine großen Schwierigkeiten. Es wurden hier jedoch auch keine typografischen Experimente vorgenommen, sondern lediglich mit knappen Texten gearbeitet. Der fette Schriftschnitt lässt sich durch ausreichend Weißraum auf der Wegbeschreibung gut lesen. Auf der Rückseite hätte der Versalienschriftzug auf den Störern, einen größeren Zeichenabstand bekommen können. Die Buchstabenabstände sollten dem Innenraum eines **H's** entsprechen.⁷⁸ Dies ist bei den Störern nicht zutreffend. Der kleine Fließtext, in Medium gesetzt, besitzt ausreichend Zeilenabstand, dennoch wäre ein linksseitiger Flattersatz leichter zu lesen.

⁷⁸ Vgl.: Kupferschmid, I., 2009, S. 64.

MIET

LW: 0

MIET H

LW: +50

Plakat

Schriftwirkung/Atmosphäre & Charakteristik – Die Komplementärfarben sorgen für ein *stimmiges Bild* und lassen den Goldton stark hervortreten. Die geschlossenen Zahlen wirken *stabil und aufrichtig*. Die rechteckigen Interpunktationen sorgen für eine weitere *Beständigkeit*. Dies war sicher auch die Intention der Gestaltung, da es sich hier um hohe Gewinnsummen handelt, die ihre Aufmerksamkeit direkt auf sich beziehen sollen. Die Gestaltung erweckt keine intensiven Emotionen, viel mehr erfüllt das Plakat seinen Zweck, Informationen in hierarchischen Häppchen zu vermitteln. Der Flyer fällt in seiner Wirkung keinesfalls auf. Es handelt sich lediglich um ein Informationsblatt in den Farben des Corporate Designs. Die Schrift wurde lediglich dem Format angepasst und strahlt keine sonderliche Wirkung aus. Die Helvetica wirkt *stumpf und unbedeutend*.

Flyer

→ **Emotionale Empfindung** – Das Gold erweckt eine *hochwertige Präsenz* und in Kombination mit dem stabilen Schriftzug wird das Plakat in seiner Wirkung nicht weiter hinterfragt. Es kann sich nur um PRÄMIEN-WOCHEN handeln. Ob Vorder- oder Rückseite, der Leser erwartet nichts Tiefgründiges. Die Gestaltung hat keine Erwartungen zu erfüllen.

Plakat

Flyer

Plakat

Vergleich – Das überarbeitete Plakat in der **Myriad Pro**, wirkt durch die runden Interpunktationen und minimalen typografischen Verbesserungen, ebenso gut lesbar und erfüllt die Erwartungen. Hier wurden normale Versalziffern verwendet, um einen direkten Vergleich erzielen zu können. Wären Mediävalziffern genutzt worden, wäre die Wirkung eine gänzlich andere. Die Preise würden dynamischer wirken und wären nicht das Augenmerk dieses Plakates. Die Versalziffern, als auch Schriftzüge im dynamischen Prinzip, erfüllen wie die Helvetica, die Anforderungen für dieses Plakat. Der überarbeitete Flyer, bewusst in der **Adobe Garamond Pro** gesetzt, wirkt auf der Vorderseite in der Auflistung *sachlicher*, jedoch auch sehr *unprofessionell*. Auf beiden Seiten ist die Lesbarkeit des Störers nicht gewährleistet, da die Serifen in Versalien unvorteilhaft gesetzt sind. Die Preisangabe steht nicht so dominant im Vordergrund, wie die der Neuen Helvetica.

Die eckigen Interpunktationen und geschlossenen Ziffern stützen die Stabilität in großen Schriftgraden. Auch größere Texte treten gut hervor und können gut gelesen werden. Auf einfachen Flyern wirkt die Helvetica nichtssagend – hier bestimmt auch gewollt. Eine Myriad Pro ist ebenso passend in ihrer Lesbarkeit, als auch in ihrer Wirkung. Die dynamische Antiqua hingegen wirkt zu bürokratisch und auf Werbeträgern unprofessionell.

1.200,-

1.200,-

Flyer



Erik Spiekermann

→ Biografie

Erik Spiekermann, 1957 geboren, zählt zu den bekanntesten deutschen Typografen. Zudem ist er Informationsdesigner, Schriftgestalter der erfolgreichen Schriften: *FF Meta* und *ITC Officina*, sowie von vielen weiteren und Autor des international bekannten Buches: **ÜberSchrift**.⁷⁹

In einem Interview erklärt Erik Spiekermann, er leide unter der freierfundenen Krankheit der *Typomanie*.⁸⁰

„Das ist die magische Faszination von Schriften oder Mitschriften.“⁸¹ Erik Spiekermann

„Es ist ein Krankheitsbild, was sich darin äußert, dass ich alles lesen muss und dass ich – bevor ich etwas lese – wissen muss, aus welcher Schrift es gesetzt und gedruckt ist.“
(Heger, Dr. C., 2014, 00:00:14.)

Spiekermann hat unzählige Corporate Designs entworfen, wie für Audi, VW, der Deutschen Bahn, als auch eigens dafür entworfene Schriften angefertigt.⁸²

Zudem hat Erik Spiekermann viele Preise erhalten, ist Honorarprofessor, Botschafter der *Innovation & Creativity* der Europäischen Union, Gründer von *MetaDesign* und *FontShop*, besitzt seine eigene Agentur und vieles mehr.⁸³ Seine Erfahrungen und Begeisterung für die Typografie sind der Grund, warum er international bekannt ist. Vor allem ist er aber ein **Kritiker** der Helvetica. Von ihm stammt das **Zitat**, welches die Grundlage meiner Forschungsfrage bildet. In vielen Interviews wird Erik Spiekermann zu seiner Haltung zu der **Helvetica** befragt, worauf ich im nächsten Themenpunkt eingehen werde.

S. 11

79 **MONOTYPE** Erik Spiekermann.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7qVJH>; letzter Zugriff am: 29.03.2022.

80 Vgl.: Heger, Dr. C., 2014, 00:00:14.

81 Ebd., 00:00:14.

82 **MONOTYPE** Erik Spiekermann.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7qVJH>; letzter Zugriff am: 29.03.2022.

83 Vgl.: Ebd.

→ Haltung zur Helvetica

Erik Spiekermanns **Haltung**, basiert auf keiner grundlegenden Abneigung. Seine Kritik gilt hauptsächlich der Lesbarkeit auf kleinen Bildschirmen, der Verwendung der Helvetica in Mengentexten und der zu häufigen Verwendung als „Schnellschuss-Lösung“⁸⁴.

Erik verglich die Nutzung der Helvetica, mit einem Besuch bei *McDonald's*. Anstelle ein ordentliches Restaurant aufzusuchen, nehme man einfach eine schnelle, allbekannte Fast-Food Kette.⁸⁵ Helvetica ist für ihn „**allgegenwärtig**“⁸⁶ – ein häufiges Adjektiv, mit welchem Spiekermann Stellung zur Helvetica bezieht. Die Schrift ist für alles und jeden zugänglich gewesen und ebendiese rasante Verbreitung führte dazu, dass sie heute eine **Standardschrift** geworden ist.⁸⁷ Diese Einschätzung tätigt nicht nur Erik Spiekermann oder andere namenhaften Kritiker. Dies erfuhr ich auch persönlich, durch Telefonate mit Unternehmen, welche die Neue Helvetica als ihre Corporate Font verwenden oder mit ihr arbeiten.

Ein Gespräch mit Matthias Adams aus der Grafikabteilung von **Schulenburg** verriet mir den Grund der Nutzung als Hausschrift: *Sie funktioniert überall. Das bedeute aber nicht, dass dies ein guter Grund sei, jedes Mal auf die Helvetica zurückzugreifen. Stattdessen spreche dies, sogar gegen diese Verwendung. Man könne sich von anderen Unternehmen nicht differenzieren und sei somit nicht wirklich zuordnungsfähig, sondern viel mehr austauschbar.*

Austauschbar ist die Helvetica, auch für Erik Spiekermann.⁸⁸ Sie ist in ihrer Ausstrahlung soweit abgenutzt⁸⁹, dass sie heute „verbreiteter als saubere Luft“⁹⁰ sei. Ein Gespräch mit der Beschriftungsfirma **SIMA** in Flensburg, bestätigte mir ebenso diese Aussage. *Die Helvetica werde sehr häufig für Fahrzeugbeschriftungen verwendet, da ihre große Schriftfamilie generell gut funktioniert und die Helvetica klar und deutlich erscheine.*

84 **MONOTYPE** Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.

85 Vgl.: Hustwit G., 2007, 00:02:28.

86 Vgl.: Ebd., 00:02:25.

87 Vgl.: Rauscher, C., Weihser, R.
(im Interview mit Roth, A. und Weber, W.), 2019.

88 Vgl.: Spiekermann, E., 2004, S. 81.

89 Vgl.: Hustwit G., 2007, 00:44:53.

90 Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 191.

Dass die Helvetica eine gute Schrift war, das zweifelt Spiekermann nicht an. Die Wünsche der Moderne wurden erfüllt. Doch die digitalen Fortschritte und Lesbarkeitsansprüche haben sich mit der Zeit geändert.⁹¹ Im Jahre 2000, habe Erik Spiekermann gesagt: „Man müsste mal an die Helvetica ran und sie ins Heute holen.“⁹² Dies zeigt, dass die Schrift bereits in ihrer Überarbeitung zur Neuen Helvetica nicht mehr den digitalen Anforderungen nachkam.

Seine Kritikpunkte widmen sich vor allem der **Lesbarkeit**. In seinen Augen, besitzt die Helvetica weder eine eindeutige Formensprache, da viele Zeichen sich in ihrer Erscheinung zu sehr ähneln, noch einen guten Rhythmus oder Kontrast. Die Zeichen stehen zu eng beieinander, was sie vor allem in längeren Texten schwer lesbar erscheinen lässt. Für Headlines oder kürzere Textabschnitte mögen diese Eigenschaften jedoch gut funktionieren.⁹³

Eine Schrift, die eine gewisse Schwere in ihrer Form trägt, braucht eine ausgleichende Gegenform: Weißraum. Dies bezieht sich auf die Zeilenabstände, die vertikale Verteilung, als auch auf die Verwendung der Schriftschnitte und deren Anpassungen. Ist dies gegeben, ist die Helvetica durchaus gut lesbar.⁹⁴

„[...] if you are slightly heavy
in the middle you're not going
to walk around in tight t-shirts.
You'd look like an idiot.
And Helvetica is heavy
in the middle.“⁹⁵ Erik Spiekermann

91 Vgl.: **Hustwit G.**, 2007, 00:36:20.

92 **Dohmann, A.** *Linear-Grotesk-Familie: Keine Helvetica? Doch, aber ganz neu gedacht!* Antje Dohmann, 2021. Zu finden auf: <https://bit.ly/3Kc1Bg4>; letzter Zugriff am: 01.02.2022.

93 Vgl.: Ebd.

94 Vgl.: **Hustwit G.**, 2007, 00:37:03.

95 Ebd., 00:37:07.

Für die Verwendung auf kleineren Endgeräten, ist die Helvetica, laut Erik Spiekermann, gar nicht ausgelegt. Zu groß ist die Gefahr, dass Zeichen ineinander verschwimmen.⁹⁶ Vor allem in kleinen Schriftgraden oder dünnen Schriftschnitten, beschreibt er die Helvetica als einen „Albtraum“⁹⁷.⁹⁸ Jedoch muss gesagt sein, dass eine Schrift, die nicht für das digitale Zeitalter entworfen wurde, auch nicht in der Verwendung für Bildschirmtypografie kritisiert werden dürfte.⁹⁹ Die sehr enge Zurichtung war damals bewusst gewählt worden.¹⁰⁰ Erst mit der *Helvetica Now*, die für diese Ansprüche grundlegend entworfen wurde, lässt sich hierzu Kritik äußern. Dennoch ist die Kritik nachvollziehbar, wie bereits durch die Studien und auch die Umfrage deutlich wurde.

Erik Spiekermann beschreibt die Helvetica meist als „praktisch und neutral“¹⁰¹. Für ihn besitzt die Helvetica keine Eigenschaften – sie existiert viel mehr. Verglichen wird sie in seinem Buch: **ÜberSchrift**, mit der „Geschäftswelt“¹⁰². Die Helvetica entspricht den Erwartungen, die automatisch aufkommen, wenn man an die bürokratische Welt denkt.¹⁰³ Dennoch sieht er die Helvetica nicht als schlecht an, gerade der **Ausbau an Schriftschnitten** führt dazu, dass man sie sehr gut als Gestalter verwenden kann.

„Man könnte auch sagen,
sie können alles einigermaßen,
aber nichts richtig.“¹⁰⁴

Erik Spiekermann

Diesem Zitat lässt sich schwer widersprechen. Auch aus den Umfragen und der Studien lässt sich diese Aussage bekräftigen. Die Schriftschnitte können viele typografische Emotionen umsetzen, dennoch wirkt die Helvetica häufig neutral oder eben praktisch.

96 Vgl.: **AdobePress** *Calling All Typomaniacs: An Interview with Erik Spiekermann on Typography, Helvetica, and Design Manifestos!* AdobePress, 2014. Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7AQPq>; letzter Zugriff am: 02.02.2022.

97 Vgl.: **Hustwit G.**, 2007, 00:37:24.

98 Vgl.: Ebd., 00:37:24.

99 Vgl.: **Spiekerblog** *Helvetica sucks!* Spiekerblog. Zu finden auf: <https://bit.ly/3v8MQq7>; letzter Zugriff am: 12.02.2022.

100 Vgl.: **Malsy V.; Müller L.**, 2008, S. 113.

101 **Spiekermann, E.**, 2004, S. 111.

102 Ebd., S. 65.

103 Vgl.: Ebd., S. 65.

104 Ebd., S. 115.

Spiekermann formulierte einmal in einem Interview, dass die Helvetica nur deshalb zu einer zeitlosen Standardschrift geworden ist, da sie schlicht weg, langweilig ist. Und etwas Langweiliges bleibt auch in den nächsten Jahren langweilig. Das Sorge dafür, dass die Helvetica weder generell schlecht, noch gut ist.¹⁰⁵ Sie ist eben „wie Toastbrot. Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.“¹⁰⁶

Es gibt Meinungen, die dem Kritiker deutlich widersprechen. *Hans Peter Willberg* behauptete, die Helvetia besitze durchaus eine „universelle Brauchbarkeit“¹⁰⁷. Auch wenn sich dies vermutlich mehr auf die Wirkung, als auf die Einsetzbarkeit bezieht. Auch *Lars Müller*, der das Buch: **Homage to a Typeface** veröffentlichte, vermag keine Kritik an ihr zu finden. Die Helvetica habe sämtliche negative Bemerkungen überstanden und habe sich jedes Mal wieder neu entwickelt und den Gegebenheiten angepasst.¹⁰⁸ Eine Schrift, die das erreicht hat und von allen Menschen frei verwendet wird, habe einen hohen Wert in der Gesellschaft erreicht.¹⁰⁹ Die *Herausgeber* des Buches: **Helvetica forever-Geschichte einer Schrift**, schrieben der Helvetica zudem eine universelle Verwendbarkeit zu. Die variable Helvetica trete mit ihren Eigenschaften zurück und überlasse dem Gestalter sämtliche Freiheiten.¹¹⁰ Dies wäre die Bestätigung für *Paul Renners* Aussage.

Ebenso behauptet *Paul McNeil*, dass gerade diese Allgegenwärtigkeit, die der Helvetica diese Stumpfheit vermittelt – dieses Allbekannte und die somit unsichtbare Wahrnehmung – „*the highest possible achievement for a typeface*“¹¹¹, ist.¹¹² Erik Spiekermann ist mit seiner Haltung, die durchaus negativ konnotiert ist in der Mehrheit und dennoch gibt es genügend Personen, welche die Helvetica anders bewerten. „Sie ist, was man aus ihr macht!“¹¹³

Paul Renner:
„Eine Druckschrift mit der jeder Setzer arbeiten kann, muss Haltung und Selbstzucht haben und darf nicht mit ihrer Eigenheit kokettieren. Sie muss unpersönlich bleiben, wenn sie zu den verschiedenen typografischen Aufgaben verwendet werden soll.“
(*Jong, S. de; Jong, R. de, 2008, S. 33.*)

105 Vgl.: *Heger, Dr. C.*, 2014, 00:07:08.

106 Ebd., 00:07:16.

107 *Willberg, H. P.*, 2008, S. 37.

108 Vgl.: *Malsy V.; Müller L.*, 2008, S. 11.

109 Vgl.: *Hustwit G.*, 2007, 00:43:53.

110 Vgl.: *Malsy V.; Müller L.*, 2008, S. 127.

111 *McNeil, P.*, 2017, S. 347.

112 Vgl.: Ebd., S. 347.

113 *Malsy V.; Müller L.*, 2008, S. 65.

→ Prüfung der Kritikpunkte auf die Helvetica

Nach der Auswertung der Umfragen, der eigens erstellten Studien, der Analyse zur Lesbarkeit und Erik Spiekermanns kritischer Haltung zur Helvetica, lassen sich folgende Aussagen treffen:

S. 171

Spiekermanns Aussagen zur **Lesbarkeit** lassen sich durch die Resultate der Umfrage 2 und der durchgeführten Studien bestätigen. In Mengentexten besitzt die Helvetica keine optimale Lesbarkeit und bedarf typografischer Anpassungen. Wie bereits unter dem Aspekt der Lesbarkeit visualisiert: Die unrhythmische Zurichtung, ein zu enger Zeilenabstand und teils keine eindeutige Formensprache, stellen ein Problem dar. Zudem ist der Ausbau der Schriftzeichen nicht für eine universelle Verwendung ausgelegt, welches die Einsetzbarkeit in Lesetexten erschwert. Spiekermanns Aussagen werden zudem von vielen Typografen gestützt, wie sich aus der Lesbarkeitsanalyse nachprüfen lässt.

S. 108–115

Die Aussagen der Umfragen bestätigen lediglich, die bereits aufgestellte Haltung von Spiekermann. Dass teilweise einige Personen in der Umfrage die Helvetica als gut lesbar eingeschätzt haben, obliegt subjektiven Anforderungen und eigenen Einschätzungen. Die Helvetica muss nicht für jeden schlecht lesbar sein, dennoch gelten die allgemeinen Lesbarkeitsregeln, welche die Helvetica nicht vollständig, für das Lesen von längeren Texten, erfüllt.

S. 32

Auch in ihrer **Wirkung** widersprechen die durchgeführten Analysen nicht Spiekermanns Aussagen. Die Antworten der Befragten aus der Umfrage 2 bestätigen das neutrale, kühle und distanzierte, aber dennoch ausdrucksstarke Schriftbild. Die statischen Formen können sowohl nichtssagend wirken, wie es aus der Studie des Schulenburg-Flyers resultierte oder auch extravagant und provokant, wie bei American Apparel. Gerade in Headlines oder Auszeichnungen zeigte sich, wie effektiv die Helvetica sich einsetzen lässt. Dies bewies auch die Umfrage: 51% empfanden die Helvetica in ihrer Headline-Wirkung besser, als eine dynamische Grotesk oder Serifenschrift.

Es lässt sich somit bestätigen, dass Erik Spiekermanns Haltung zu der Lesbarkeit und der Wirkung zur Helvetica, auch aus meinen eigenen Umfragen und Studien resultiert, sowie sich durch viele typografische Meinungen bekräftigen lässt.

Konklusion

Konklusion

Diese Schrift trägt seit Jahrzehnten den Ruf einer Standardschrift. Eine Schrift, die somit alltäglich überall verwendet wird, sollte somit auch generell für sämtliche **Themenkomplexe** und **typografische Anwendungen universell** einsetzbar sein.

Die Assoziation von *Erik Spiekermann*, die Helvetica sei wie Toastbrot, mag nach einer lustigen Metapher klingen, doch Erik Spiekermann nutzt diesen Begriff durchdacht und bezieht auf der Webseite klare Stellung. Denn mit dieser Aussage wird häufig eine negative Haltung assoziiert. Sicher ist das Wort Toastbrot nicht völlig positiv zu vernehmen, dennoch äußert sich Spiekermann auf diesen Vorwurf mit folgender Aussage:

„I never said it was a bad typeface, nor did I ever say I hated it. I've ruse by people too lazy to look for alternatives. Helvetica has become the white bread of typography. Harmless, agreeable, but neither healthy nor nourishing.“¹ Erik Spiekermann

Hierbei sagt er eindeutig, dass die Helvetica aus einer viel zu häufigen und unüberlegten Entscheidung herausgewählt wird. Sie wirkt vertraut, man hat ihren Namen vielleicht schon einmal gehört und demnach kann sie nur gut sein. Dies zeigen die vielen Bilder, in der die Helvetica verwendet wird.

Das Wort: **Toastbrot**, bekommt mit dieser Aussage eine ganz neutrale Konnotation. Wer sie verwendet, handelt nicht falsch, hat mit seiner Wahl aber auch keine signifikante Entscheidung getroffen. Mit seinem Vergleich deutet Spiekermann jedoch indirekt an, dass die Helvetica durchaus **universell** zu verwenden ist, wie „Toastbrot eben: Passt zu jedem Belag, [...]“²

¹ **Spiekerblog Helvetica sucks/** Spiekerblog. Zu finden auf: <https://bit.ly/3v8MQq7>; letzter Zugriff am: 12.02.2022.

² **Dohmann, A.**, 2021. Zu finden auf: <https://bit.ly/3Kc1Bg4>; letzter Zugriff am: 01.02.2022.

S. 32 Damit eine Schrift universell einsetzbar ist, muss eine gute Lesbarkeit in allen typografischen Aufgaben gewährleistet sein. Die gestellten Anforderungen hinsichtlich der *Buchstaben- und der Schriftbildqualität, des Schriftausbaus und technischer Qualitäten*, sollten weitestgehend erfüllt sein. Hinzu kommt die passende Atmosphäre, die eine Schrift in Headlines zu einem Blickfang verhilft oder in Mengentexten für ein angenehmes Lesegefühl zurücktritt.

S. 56 Wie aus meinen Umfragen und Studien resultierte, ist die Helvetica durchaus **universell** einsetzbar – dennoch mit Einschränkungen. Die Umfrage, als auch die Studienergebnisse fügen sich mit Spiekermanns Aussage schlüssig zusammen.

S. 134 In kurzen Abschnitten zeigte sich ebenfalls, dass die meisten Befragten keine Probleme beim Lesen hatten und auch die Studien bewiesen: Man kann die Helvetica durchaus hierfür verwenden. Allerdings wird die Helvetica häufig in **Mengentexten** schlecht gesetzt. Der Rhythmus dieser Schrift besteht nicht aus gleichmäßigen schwarzen und weißen Formen. Die Zeichen sitzen zu eng, hinzukommen die geschlossenen Formen. Hierdurch ergibt sich schnell ein dunkles Schriftbild. Zudem sorgen die Proportionen in kleinen Schriftgraden für Probleme beim Differenzieren von Zeichen, was in Mengentexten in einer Lesegröße nicht optimal ist. Vor allem widerspricht die Verwechslungsgefahr einiger Zeichen, den Eigenschaften einer guten Leseschrift.

S. 36 Das **rn-** und das **ll-**Problem, als auch die **spiegelsymmetrischen Zeichen**, stehen für keine eindeutige Formensprache. Deswegen funktioniert sie meist überzeugender in plakativen Größen oder kurzen Abschnitten. Somit müssen für Mengentexte typografische Änderungen vorgenommen werden. Dann ist sie durchaus über einen längeren Zeitraum und über mehrere Seiten gut lesbar. Man sollte also bei der Verwendung der Helvetica den Anspruch erheben, es besser als andere zu machen.³

S. 110 Unabhängig von ihrer Lesbarkeit, eignet sich ihre **Atmosphäre** jedoch universell für alle Anforderungen. Die Helvetica kann in Headlines gewaltig wirken und die Aufmerksamkeit der Leser auf sich ziehen. Sie kann aber auch zurücktreten und durch das Fehlen ihrer Eigenheiten neutral und unscheinbar erscheinen. Und ebendiese ermöglicht einen universellen Verwendungsgrad.⁴

S. 140

3 Vgl.: **MONOTYPE** *Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe*. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.

4 Vgl.: Ebd.

Institutionen, wie **American Apparel** oder **THE NORTH FACE** wirken erst *durch* die Helvetica, wie auch die Umfrage bestätigt. Andere Firmen, wie **Schulenburg** wünschen sich eine passendere und individuellere Corporate Font. Und ebendiese häufige Verwendung kritisiert Spiekermann. Erik Spiekermann trägt sicher eine eigene persönliche Abneigung gegen die Helvetica, weshalb er sich so häufig in Interviews dazu äußert. Dennoch liegt das Problem der Standardschrift in der Allgegenwärtigkeit. Nicht den Versuch zu wagen, nach alternativen Schriften zu suchen und für alles auf die Helvetica zurückzugreifen. Dadurch entstehen amateurhafte Verwendungen und eine Schrift wird zu häufig, zu schlecht verwendet, wirkt abgestumpft, ist einfach überstrapaziert und austauschbar. Dennoch sollte auch gesagt sein, dass eine Schrift, die so vertraut ist und beinahe unsichtbar wird, somit das **Optimum** der Lesetypografie erfüllt.⁵

Ist die Helvetica zu Recht *universell* einsetzbar?

Schlussfassend lässt sich also sagen, dass die Aussage von Spiekermann voll und ganz zutrifft. Die Helvetica ist universell einsetzbar. Der Ruf einer Standardschrift vermag durchaus eine einfachere Verwendung in Mengentexten, als auch speziell in Lesetexten. Dennoch zeigt die vielfache Verwendung, dass sie eben universell einsetzbar ist und mit ein bisschen typografischer Erfahrung, lässt sie sich auch in Mengentexten gut einsetzen. Teils sehr überzeugend, teils schlecht lesbar. Die Lesbarkeit dieser Schrift ist abhängig von ihrem Nutzer, aber das gilt für beinahe jede Schrift. Dennoch bringt sie keine optimalen Voraussetzungen für das Lesen von längeren Texten mit sich. Im Kleingedruckten ist das **Sperren** ein wichtiger Eingriff, damit die Texte gut lesbar bleiben. „Charles Nix bezeichnet diese **Spationierungs-Tricks** liebevoll als die ‚geheimen Kunst, mit [der] Helvetica zu arbeiten‘.“⁶

**S. 108–
119**

5 McNeil, P., 2017, S. 347.

6 **MONOTYPE** *Am richtigen Ort zur rechten Zeit: Die wohl bekannteste Schrift der Welt, ein delikates Erbe*. Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>; letzter Zugriff am: 12.01.2022.

Anhang

Anhang

Literaturverzeichnis

AdobePress *Calling All Typomaniacs: An Interview with Erik Spiekermann on Typography, Helvetica, and Design Manifestos*/ AdobePress, 2014.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7AQPq>;
letzter Zugriff am: 02.02.2022.

Braille Institute *Aktinson Hyperlegible*/ Braille Institute. Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7xYC5>; letzter Zugriff am: 15.04.2022.

Cheng, K.; Krause, H. *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter*/ Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013.

Cornelius, A. M. *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten*/ Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2017.

Dohmann, A. *Linear-Grotesk-Familie: Keine Helvetica? Doch, aber ganz neu gedacht*/ Antje Dohmann, 2021.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3Kc1Bg4>;
letzter Zugriff am: 01.02.2022.

Filek, J.; Uebele, A. *Read/ability: Typografie und Lesbarkeit*/ Jan Filek. Vorw. von Andreas Uebele. [s. I.]: Niggli, 2013.

Forssman, F.; Jong, R. de *Detailtypografie: [Nachschlagewerk für Fragen zu Schrift und Satz]*/ Friedrich Forssman & Ralf de Jong. 4., wiederum verb. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2008.

Früh, R.; Paradis, L.; Rappo, F. *TM RSI SGM 1960–90: 30 Years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter*/ Roland Früh, Louise Paradis, François Rappo. [s. I.]: Müller, 2013.

Gaspar, N.; Sommer, P. M. *Das ABC der Typografie*/ Natalie Gaspar, Patrick Marc Sommer. 1. Aufl. [s. I.]: Rheinwerk, 2020.

Heger, Dr. C. *Zu Besuch beim Typografen Erik Spiekermann*/ Dr. Christian Heger, 2014. Zu finden auf: <https://bit.ly/38bb9uF>;
letzter Zugriff am: 29.03.2022.

Herrmann, R. *Helvetica ist wie Toastbrot. Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.*/ Ralf Herrmann, 2014.
Zu finden auf: <https://bit.ly/3MtFQdd>;
letzter Zugriff am: 10.03.2022.

Hochuli, J. *Das Detail in der Typografie: Buchstabe, Buchstabenabstand, Wort, Wortabstand, Zeile, Zeilenabstand, Kolumne; [eine kurz gefasste, prägnante Erörterung jener Fragen, die sich mit der Lesbarkeit von Texten befassen]*/ [Jost Hochuli]. 2., überarb. Aufl., neue Ausg., überholt und stark erw. [s. I.]: Niggli, 2011.

Hustwit G. *Helvetica (Dokumentarfilm)*/ Gary Hustwit, Plexi Productions LLC, 2007.

Jong, S. de; Jong, R. de *Schriftwechsel: Schrift sehen, verstehen, wählen und vermitteln*/ Stephanie & Ralf de Jong. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2008.

Kupferschmid, I. *Buchstaben kommen selten allein: Ein typografisches Handbuch*/ Indra Kupferschmid. 2., überarb. Aufl. [s. I.]: Niggli, 2009.

Linotype Neue Helvetica Schriftfamilie.

Zu finden auf: <https://bit.ly/3xMSeKu>;
letzter Zugriff am: 29.03.2022.

Malsy V.; Müller L. *Helvetica forever:*

Geschichte einer Schrift/ Viktor Malsy,
Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008.

McNeil, P. *The visual history of type/*

Paul McNeil. [s. I.]: Laurence King
Publishing Ltd., 2017.

MONOTYPE *Am richtigen Ort zur*

rechten Zeit: Die wohl bekannteste
Schrift der Welt, ein delikates Erbe.

Zu finden auf: <https://bit.ly/37CL088>;
letzter Zugriff am: 12.01.2022.

MONOTYPE Erik Spiekermann.

Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7qVJH>;
letzter Zugriff am: 29.03.2022.

Müller, L. *Helvetica: Homage to a*

Typeface/ Lars Müller. 8. Aufl.
[s. I.]: Müller, 2002.

Prenner, T. *"Helvetika": Falsche Schriftart*

landet in Tabakgesetz/ Thomas Prenner,
2016. Zu finden auf: <https://bit.ly/3s9wxl3>;
letzter Zugriff am: 25.03.2022.

Rauscher, C., Weihser, R. (im Interview mit

Roth, A. und Weber, W.) *Helvetica Now*
"Das Kleingedruckte wird immer wichtiger",
in: ZEIT Online/ Christoph Rauscher, Ra-
bea Weihser, 2019. Zu finden auf: [shorturl.
at/iANRS](https://www.zeitonline.de/iANRS); letzter Zugriff am: 26.03.2022.

Sauthoff, D.; Willberg, H. P.; Wendt, G.

Schriften erkennen: Eine Typologie der
Satzschriften für Studenten, Grafiker,
Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User/
Sauthoff; Wendt; Willberg. 13. Aufl. [s. I.]:
Schmidt, 2014.

SPD Social Media Manual/ SPD.

Zu finden auf: <https://bit.ly/3K4Hll5>;
letzter Zugriff am: 07.04.2022.

Spiekerblog Helvetica sucks/ Spiekerblog.

Zu finden auf: <https://bit.ly/3v8MQq7>;
letzter Zugriff am: 12.02.2022.

Spiekermann, E. *ÜberSchrift/* Erik

Spiekermann. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt
und Spiekermann, 2004.

Unger, G. *Wie man's liest/*

Gerard Unger. 1. Aufl. [s. I.]: Niggli, 2009.

Voelker, J. U. *Read + play: Einführung*

*in die Typografie; [Hintergründe, Grund-
lagen, Literaturempfehlungen]/* Ulysses
Voelker. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2015.

Willberg, H. P.; Forssman, F. *Erste Hilfe*

in Typografie: Ratgeber für den Umgang
mit Schrift/ Hans Peter Willberg; Friedrich
Forssman. 5. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2006.

Willberg, H. P.; Forssman, F. *Lese-*

typografie/ Hans Peter Willberg, Friedrich
Forssman. [Neufassung, 5. Aufl.].
[s. I.]: Schmidt, 2010.

Willberg, H. P. *Wegweiser Schrift:*

Erste Hilfe für den Umgang mit Schriften;
was passt – was wirkt – was stört/ Hans
Peter Willberg. 3., überarb. und korrig. Aufl.
[s. I.]: Schmidt, 2008.

Öttl, S. *Der erste Eindruck zählt!*

Das Handwerk der Typografie
verstehen und anwenden/ Sabrina Öttl.
[s. I.]: Schmidt, 2020.

Abbildungsverzeichnis

S. 21—BÜRKLE-Anzeige

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 21—Büropapier

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 26—Typografische Fehler

Vgl.: **Willberg, H. P.; Forssman, F.** *Erste Hilfe in Typografie: Ratgeber für den Umgang mit Schrift/* Hans Peter Willberg; Friedrich Forssman. 5. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2006, S. 57.

S. 34—Spiegelsymmetrie

Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt!: Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden/* Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 30.

S. 35—Leserlichkeit Sichtbehinderung

Cornelius, A. M. *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten/* Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2017, S. 30.

S. 38—einheitliche Formensprache

Vgl.: **Cornelius, A. M.** *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten/* Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2017, S. 116–117.

S. 41—optische Ausgleiche

Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt!: Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden/* Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 57.

S. 43—minimum Zurichtung

Cornelius, A. M. *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten/* Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2017, S. 137.

S. 43—bis zu 50% Küchen-Rabatt

Roller Prospekt (Deckblatt) vom 14.03–19.03.2022.

S. 43—Büropapier

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 43—Kerning

Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt!: Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden/* Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 58.

S. 47—Schriftfamilie

Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt!: Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden/* Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 37.

S. 50—Schriftwirkung

Vgl.: **Kupferschmid, I.** *Buchstaben kommen selten allein: Ein typografisches Handbuch/* Indra Kupferschmid. 2., überarb. Aufl. [s. I.]: Niggli, 2009, S. 46.

S. 50—Schriftwirkung

Vgl.: **Jong, S. de; Jong, R. de** *Schriftwechsel: Schrift sehen, verstehen, wählen und vermitteln/* Stephanie & Ralf de Jong. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2008, S. 78–87.

S. 52, S. 53—DIN-Norm 16518

Schriftbeispiele

Vgl.: **Gaspar, N.; Sommer, P. M.** *Das ABC der Typografie/* Natalie Gaspar, Patrick Marc Sommer. 1. Aufl. [s. I.]: Rheinwerk, 2020, S. 52–59.

S. 55—Formstil Schriftbeispiele

Gaspar, N.; Sommer, P. M. *Das ABC der Typografie/* Natalie Gaspar, Patrick Marc Sommer. 1. Aufl. [s. I.]: Rheinwerk, 2020, S. 46.

S. 61—e-Quadrat

Kupferschmid, I. *Buchstaben kommen selten allein: Ein typografisches Handbuch/* Indra Kupferschmid. 2., überarb. Aufl. [s. I.]: Niggli, 2009, S. 32.

S. 64—Abbildung der Messe graphic 57

Malsy V.; Müller L. *Helvetica forever: Geschichte einer Schrift/* Viktor Malsy, Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008, S. 33.

S. 65—Halbfette Neue Haas Grotesk

Malsy V.; Müller L. *Helvetica forever: Geschichte einer Schrift/* Viktor Malsy, Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008, S. 41.

S. 66—Eduard Hoffmanns Protokollheft

Malsy V.; Müller L. *Helvetica forever: Geschichte einer Schrift/* Viktor Malsy, Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008, S. 78–79.

S. 69—Schweiz Juheeee-Plakat

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface/* Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 255.

S. 70, S. 71—Verwandtschaftsgrade

Cornelius, A. M. *Buchstaben im Kopf: Was Kreative über das Lesen wissen sollten, um Leselust zu gestalten/* Antonia M. Cornelius. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2017, S. 90–91.

S. 68—EONASX (Proportionen)

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter/* Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 115.

S. 74—s, c, e und o

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter/* Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 142–143.

S. 74—d, b, p, q und g

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter/* Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 140–141.

S. 75—i, j, f, t und y

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter/* Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 148–149.

S. 77—S, C, G und Q

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter/* Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 120–121.

S. 77—EF Helvetica 1962

Vgl.: **Malsy V.; Müller L.** *Helvetica forever: Geschichte einer Schrift/* Viktor Malsy, Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008, S. 61.

S. 79—Interpunktion

Vgl.: **Cheng, K.; Krause, H.** *Anatomie der Buchstaben: Basiswissen für Schriftgestalter*/ Karen Cheng. [Übers.: Henning Krause]. 2. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2013, S. 190, S. 192, S. 194–195.

S. 80—Helvetica vs. Arial

Gaspar, N.; Sommer, P. M. *Das ABC der Typografie*/ Natalie Gaspar, Patrick Marc Sommer. 1. Aufl. [s. I.]: Rheinwerk, 2020, S. 86–87.

S. 81—Lufthansa Logo

Zu finden auf: <https://bit.ly/3EHwsAa>.

S. 81—American Airlines Logo

Zu finden auf: <https://bit.ly/3rOKdlh>.

S. 82—Friseur Bildmarken

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 166–167.

S. 82—Tabak Aufschrift

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 84—Bildmarken

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 32–33.

S. 85—Supermarkt Bildmarken

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 164.

S. 85—DO NOT ENTER-Button

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 198.

S. 85—Hallenbad

Fotorechte gehören Uwe Zimmermann.

S. 85—weitere Bilder

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 86—Verschiedenen Schriftschnitte

Vgl.: **Spiekermann, E.** *ÜberSchrift*/ Erik Spiekermann. 1. Aufl. [s. I.]: Schmidt und Spiekermann, 2004, S. 111, S. 113, S. 114–115.

S. 92—garage

Vgl.: **Willberg, H. P.** *Wegweiser Schrift: Erste Hilfe für den Umgang mit Schriften; was passt – was wirkt – was stört*/ Hans Peter Willberg. 3., überarb. und korrig. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2008, S. 32.

S. 112—Headline in einer Broschüre

Neue Herausforderungen mit gesellschaftlicher Relevanz, in: *high potential*, S. 8.

S. 113—HxfKp x-Höhe

Vgl.: **Öttl, S.** *Der erste Eindruck zählt!: Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden*/ Sabrina Öttl. [s. I.]: Schmidt, 2020, S. 85.

S. 113—Ilona lag fast zehn Radlängen vorn

Willberg, H. P.; Forssman, F. *Erste Hilfe in Typografie: Ratgeber für den Umgang mit Schrift*/ Hans Peter Willberg; Friedrich Forssman. 5. Aufl. [s. I.]: Schmidt, 2006, S. 20.

S. 113—milliliter

Zu finden auf: <https://bit.ly/3MyH7A5>.

S. 117—Aufenthaltsraum

Eigene Fotorechte sind vorbehalten.

S. 117—Aktinson Hyperlegible

Zu finden auf: <https://bit.ly/3k7xYC5>.

S. 123—E. Hoffmanns Brief

Malsy V.; Müller L. *Helvetica forever: Geschichte einer Schrift*/ Viktor Malsy, Lars Müller. 1. Aufl. [s. I.]: Müller, 2008, S. 28.

S. 125—helvetica

Müller, L. *Helvetica: Homage to a Typeface*/ Lars Müller. 8. Aufl. [s. I.]: Müller, 2002, S. 3.

S. 128, S. 129—SPD Regierungsprogramm

SPD *Zeit für mehr Gerechtigkeit*/ SPD, S. 6, S. 54. Zu finden auf: <https://bit.ly/3Lb3LOl>; letzter Zugriff am: 24.04.2022.

S. 134, S. 136—DACHSER 04/2021

DACHSER *Machine Learning*/ DACHSER, S. 13, S. 29. Zu finden auf: <https://bit.ly/3vEAy8e>; letzter Zugriff am: 24.04.2022.

S. 140, S. 142, S. 144, S. 146, S. 148, S. 150

—**American Apparel Katalog**
AMERICAN APPAREL, S. 4–7, S. 10, S. 12. Zu finden auf: <https://bit.ly/3vdaoKF>; letzter Zugriff am: 24.04.2022.

S. 154, S. 156—THE NORTH FACE

THE NORTH FACE. Zu finden auf: <https://bit.ly/3rKnL2Y>; letzter Zugriff am: 24.04.2022.

S. 160, S. 162, S. 164—Schulenburg

Eigene Darstellung nach Vorlage der Printmedien von Schulenburg.

S. 170—Erik Spiekermann

Zu finden auf: <https://bit.ly/36JvfMj>.

Texte

→ Blindtexte

Blindtext Generator

Zu finden auf: <https://www.blindtextgenerator.de/>; letzter Zugriff am: 14.03.2022.

Blindtext-Archiv

Zu finden auf: <http://www.newmediadesigner.de/>; letzter Zugriff am: 14.03.2022.

Schriftenverzeichnis

Helvetica Now Text, Helvetica Neue LT Std;

Für alle verwendeten Schriften, liegen die jeweiligen Lizenzrechte vor. Ausnahme bildet hierbei die Verwendung der *Helvetica Neue Lt Std und der Helvetica Now Text*. Diese Schriften dienen ausschließlich zur Bearbeitung dieser Bachelor-Thesis.

→ Umfrage 1

Abril Fatface *Regular*
Adobe Garamond Pro *Regular*
Akaya Telivigalae *Regular*
Alfa Slab One *Regular*
Bad Script *Regular*
Bitter (OTF) *Regular & Bold*
Blackadder ITC *Regular*
Bodoni MT *Bold*
Century Gothic *Regular*
Cinzel *Bold*
Corporate A *Regular*
DIN 2014 *ExtraLight & Bold*
Granville *Regular*
Helvetica Neue Lt Std 47 *Light Condensed, 55 Roman & 75 Bold*
Kepler Std *Italic*
LiebeGerda *Regular*
Lobster Two *Bold*
LTC Bodoni 175 Pro *Regular*
Open Sans *Regular*
Times New Roman *Regular*
UnifrakturCook *Bold*

→ Umfrage 2

Adobe Garamond Pro
Regular, Semibold & Bold
Bodoni MT *Regular, Bold & Black*
Bodoni URW *Regular*
Helvetica Neue Lt Std 25 *Ultra Light, 35 Thin, 45 Light, 55 Roman, 65 Medium, 75 Bold, 85 Heavy & 95 Black*
Meta Pro *Normal, Book, Medium, Bold & Black*

Alle weiteren Schriften sind bei den jeweiligen Abbildungen aufgeführt.

Gestaltung und Satz:

Celina Katharine Johannsen