

Martina Nohl, Simone Forster

Typo-Praxis

Band 1: Grundlagen

Verlag Beruf und Schule

Verlag, Herausgeber und Autorinnen machen darauf aufmerksam, dass die in diesem Buch genannten Markennamen und Produktbezeichnungen in der Regel patent- und warenrechtlichem Schutz unterliegen. Interpretierende Texte zu den Bildzitate befinden sich im Lösungsteil, da sie von den Lernenden erarbeitet werden sollen.

Die Veröffentlichung aller Informationen und Abbildungen in diesem Buch geschieht mit größter Sorgfalt; dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Autorinnen, Herausgeber und Verlag übernehmen für fehlerhafte Angaben und deren Folgen weder juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung. Sie sind jedoch dankbar für Verbesserungsvorschläge, Ergänzungen und Korrekturen an info@vbus.de

Alle Rechte vorbehalten

© 2009 by Verlag Beruf + Schule Belz KG,
Postfach 2008, D-25510 Itzehoe

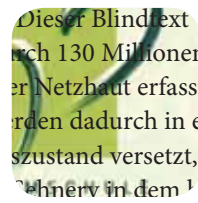
Herausgeber: Roland Golpon
www.vbus.de, www.pruefungshelfer.de, www.omnipoesie.de

Druck: AALEX Buchproduktion GmbH, 30938 Großburgwedel

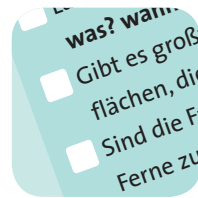
ISBN: 978-3-88013-680-9

Inhalt und Methoden

Semantische Typografie	7–8
Typospielerei	9–10
Anatomie der Buchstaben	11
Typometer und Schriftgrößen	12
Zeilenabstand	13
Satzarten	14–16
Schriftschnitte	17
Schriftfamilie und Schriftsippe	18
Auszeichnungsarten	19
Lesbarkeit	20–24
Achsen	25
Satzspiegel und Goldener Schnitt	26–27
Layoutbestandteile, Stilvorlagen	28
Grundlinienraster	29
Reduktion	30–31
Schriftcharakter	32–33
Polaritätsprofil	34
Polarprofil	35
Visitenkarten	36–38
Mikrotypografie	39
Geschäftsbriefbogen	40–42
Informationshierarchie	43
Proportionen, optische Mitte	44
Linien, Flächen und Transparenzen	45
Typografische Kontraste	46–47
Buchtitel	48
Kerning und Tracking	49–50
Schriftklassifikation	51–55
Schriften erkennen	56–60
Farbwahl	61–65
Farbkontraste und Farbharmonien	66–67
Schriftmischung	68–69
Plakatgestaltung	70–71
Visualisierung	72



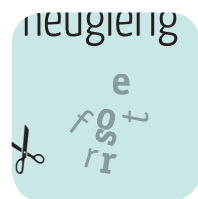
Analysen



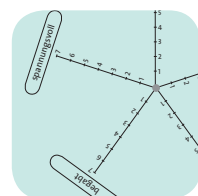
Checklisten



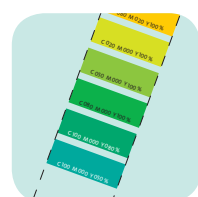
Zuordnungen



Spielerisches



Hilfsmittel



Farbstreifen



Schriftlisten

Danke!

Allen Schüler(inne)n und Kolleg(inn)en,
die uns bei der Entstehung dieses Bandes unter-
stützt haben:

Dietmar Kleinhans für Repro- und PDF-Beratung;
Gisela Bernhard, Klaus Bartholomä und Markus
Ziehlke für sprachliche und inhaltliche Korrek-
turen; Uwe Doerner und Herbert Gläss für das
Autorenporträt.



Martina Nohl arbeitet als Berufsschullehrerin mit Schwerpunkt Gestaltung und Schriftgrafik in der Ausbildung von Mediengestalter(inne)n und im dreijährigen Berufskolleg Grafik & Design in Heidelberg.

Sie ist Autorin des Fachbuchs Typografie & Printdesign und gibt Kurse an der Print Media Academy.

Simone Forster ist gelernte Mediengestalterin und als Berufsschullehrerin an der gleichen Schule in der Ausbildung von Mediengestalter(inne)n sowie im Berufskolleg Grafik & Design tätig.

„Uns ist es ein Anliegen, ästhetisch hochwertige und funktionale Typografie gerade in den grundständigen Ausbildungen im Medienbereich intensiv zu vermitteln. Wenn das Wissen an der Basis nicht mehr stimmt, wird die Qualität vieler Druckprodukte dauerhaft leiden.“

Vorwort

Mit dem vorliegenden Band erfüllen wir uns und unseren Schüler(inne)n einen langjährigen Wunsch. Die Ausbildungszeiten wurden in den letzten Jahren zunehmend gestrafft. Die Zeit, um theoretisches und praktisches Wissen gerade im schulischen Bereich zu erwerben und zu vermitteln, wird immer enger. Doch der Einstieg in den Umgang mit Typografie und die ersten Schritte in der praktischen Übung benötigen Zeit. Auch in den Anfangsjahren des Studiums werden viele typografische Basisfähigkeiten bereits vorausgesetzt und sehr schnell komplexere Aufgaben gestellt.

Das vorliegende Heft soll nun dazu beitragen, dass genau dieses Basiswissen nicht auf der Strecke bleibt. Grundlagen werden eingeübt, immer wieder wird auch zügig in die Vertiefung geführt. Die einzelnen Übungen eignen sich auch zum Selbststudium und als Hausaufgabe, um den Lernbogen beispielsweise im Blockunterricht an einer Berufsschule aufrecht zu erhalten.

Dieses Heft ersetzt keine Lehr- und Fachbücher. Mit ihnen soll in Vor- oder Nachbereitung des zu

übenden oder geübten Themas gearbeitet werden. Dabei dient die eine oder andere Aufgabe immer wieder auch als Lernanreiz, sich mit dem Thema theoretisch näher auseinanderzusetzen.

Wir haben versucht, Ihnen die Einzelthemen so kompakt und verständlich wie möglich in den Übungen anzubieten, denn der Lernerfolg soll ja möglichst effektiv sein. Gleichzeitig wollen wir aber auch das Spielerische im Umgang mit Typografie fördern, das die Lust an der Typografie weckt und erhält.

Wenn Sie weitere Anregungen und (Übungs-) Ideen für uns haben oder Fehler finden und Kritisches anmerken wollen, mailen Sie uns über den Verlag: info@vbus.de

Nun wünschen wir Ihnen jede Menge Spaß und ein herzliches Willkommen in der kleinen, aber feinen Gemeinde der Typophilen.

Martina Nohl und Simone Forster,
Heidelberg im August 2009

Semantische Typografie bildet im Schriftbild genau den Inhalt eines Wortes bzw. eines Satzes ab. Mit der grafischen (Schrift-)Form wird demnach die Bedeutung verstärkt. Das, was der Betrachter wahrnehmen soll, wird so deutlich in Erscheinung gebracht [visualisiert], dass man es verstehen muss.

Semantische Typografie kann Spaß machen und ein Gefühl davon vermitteln, was Typografie ihrem Wesen nach ist. Allerdings wird die semantische Typografie in der professionellen typografischen Gestaltung sehr sparsam eingesetzt, denn die klassische Typografie schwingt nicht den Holzhammer, sondern deutet nur an.

Aufgabe

Versuchen Sie nun selbst, kommunikative Postkarten nach dem Prinzip der semantischen Typografie zu gestalten.

Die Bedeutung des Wortes wird gestützt durch:

- > Schriftwahl
- > Form des Wortes, Ausrichtung
- > Schriftgröße
- > Position auf der Postkarte

Überprüfen Sie diese vier Kriterien bei den von Ihnen gestalteten Postkarten. Führen Sie noch eine Korrekturrunde durch, bis Sie wirklich überzeugt sind und die Postkarte auch abschicken würden. Kleben Sie die besten zwei Postkarten hier auf der Rückseite ein.

Wenn Sie in der Gruppe gestalten, können Sie Ihre Postkarten austauschen oder ein Postkartenbuch oder ein Leporello mit den gesammelten Werken anfertigen.

Hinweise

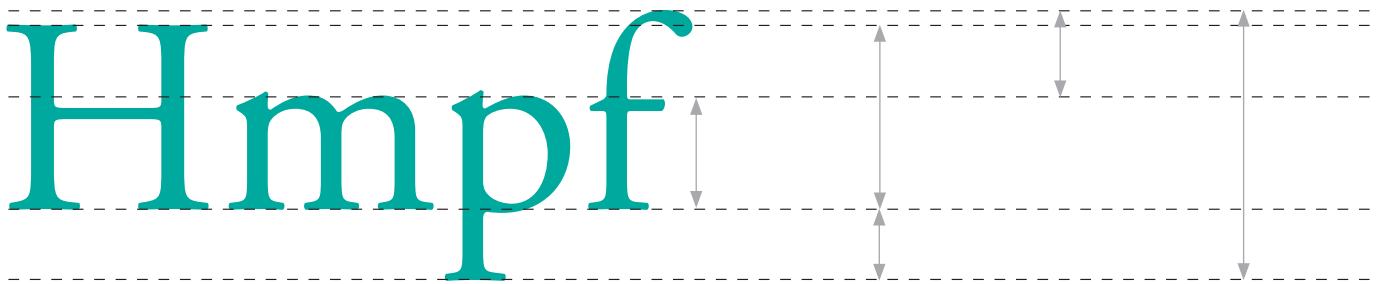
Versuchen Sie, bei der Gestaltung von Begriffen die Balance zu wahren zwischen überdeutlicher und zu dezenter Wort-Visualisierung. Wählen Sie Schriften, die nicht zu ausgefallen sind, da die Eigenform der Schrift sonst zu stark dominiert. Informieren Sie sich auch über postalische Normen für Postkarten.

Wenn Ihnen nichts mehr einfällt, versuchen Sie doch mal folgende Begriffe umzusetzen:

beschützt
verträumt
glücklich
zu Hause
zusammen
verliebt
zerstritten?
geborgen



- 1 Centennial
- 2 Pendry Script
- 3 Thesis sans italic
- 4 Chaparral Pro
- 5 Yanone Kaffeesatz light



Der Schriftkörper lässt sich mit dem menschlichen Körper vergleichen. Der Rumpf bildet auch hier das Fundament, ohne das der Rest nicht funktionieren kann. Ober- und Unterlänge und deren Verhältnis zur Versalhöhe sind unterschiedlich ausgeprägt, so wie auch jeder Mensch unterschiedliche Körperproportionen hat.

Vergleichen Sie folgende Schriften im Hinblick auf ihre Proportionen. Welche sind am besten lesbar?

Verdana

Garamond

Zapfino

News Gothic

Allegro

Today sans

Aufgabe 1

Folgende Begriffe tragen Sie jeweils zwischen den richtigen Linien und bei den richtigen Pfeilen ein:

- > Mittellänge, Mittelhöhe, x-Höhe
- > Versalhöhe
- > Unterlänge
- > Oberlänge
- > Schriftgröße

Ziehen Sie die Schriftlinie/Grundlinie farbig nach.

Aufgabe 2

Versuchen Sie, die vielen Fachbegriffe unten nach dem Ausschlussverfahren in die Kästchen einzutragen. Die Wichtigsten sind kursiv gesetzt: *Rundungsachse, Anstrich, Punkt, Ausläufer, Schweif, Bauch, Haarstrich, Grundstrich, Schleife, Serife, Tropfen, Dachansatz, Punzen (offen), Punzen (geschlossen), Scheitel, Bogen, Diagonale, Auslauf, Kurve, Auge*

1 grandioser Quijote

2

3

4

5

6

7

8

9

10 Alarm Katastrophe

11

12

13

14

15

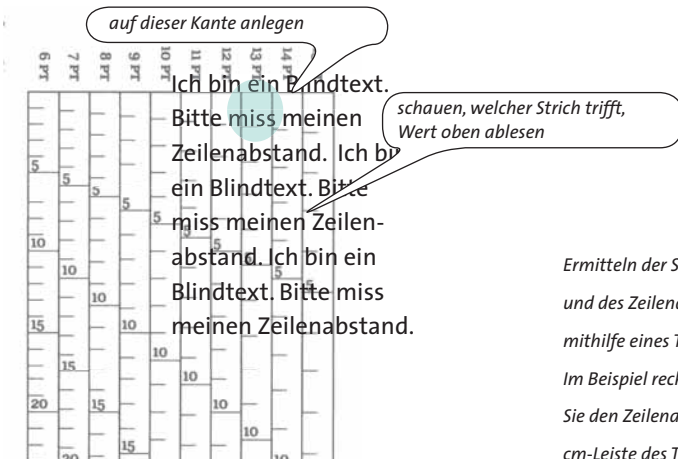
16

17

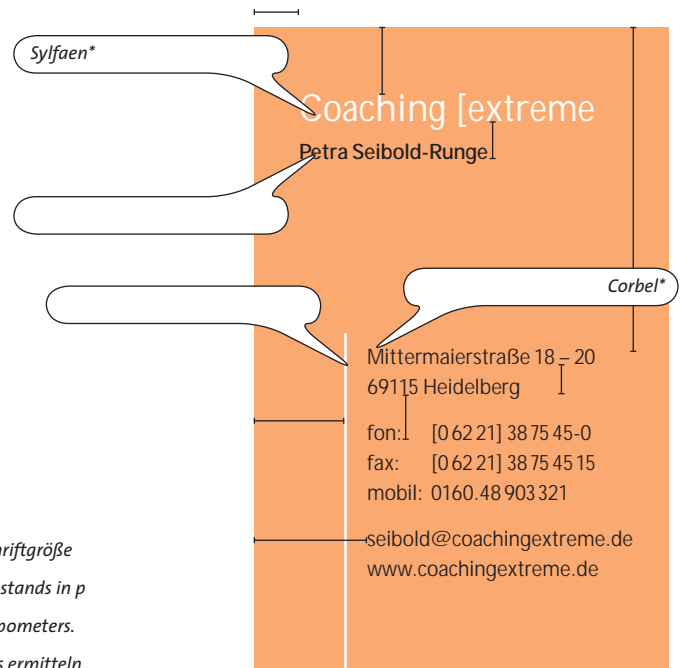
18

19

20



Ermitteln der Schriftgröße und des Zeilenabstands in p mithilfe eines Typometers. Im Beispiel rechts ermitteln Sie den Zeilenabstand mit der cm-Leiste des Typometers.



Klebekante: Kleben Sie Ihr fertiges Produkt hier ein (so dass die Karte über die Aufgabenstellung hängt)

Schriften werden traditionell in Punkt angegeben und nicht in mm gemessen. Nun gibt es auch noch verschiedene Punkt-Systeme: Das derzeit gültige Punktsystem in Deutschland basiert auf dem DTP-Punkt, der eine gerundete Form des Pica-Punktes ist. Er beruht (wie viele traditionelle Maßsysteme) auf einem 12er-System. 12 mal 6 Punkte (72 p) ergeben 1 inch. 1 inch ist das Maß des Seemannsdaumens und entspricht 2,54 cm. Die Herren können gerne nachmessen, indem sie ihren Daumen gegen ein Lineal pressen und kontrollieren, wer zur See fahren darf ...

Ein weiteres Punktsystem ist der inzwischen in der Praxis nicht mehr gebräuchliche Didot-Punkt (0,375 mm), der im Blei- und im Fotosatz seine Gültigkeit hatte. Alle Typometer, die sich auf diesen Punkt beziehen, können in der Arbeit mit aktuellen Layoutprogrammen nicht mehr verwendet werden! Der amerikanische Pica-Point entspricht in etwa dem DTP-Punkt. Die beiden Punkt-Systeme unterscheiden sich erst in der dritten Nachkommastelle:

1 DTP-Punkt = 0,353 mm
1 Pica-Point = 0,351 mm

Aufgabe 2

Berechnen Sie:

12 p	=	mm
10 p	=	mm
9 p	=	mm
8 p	=	mm
6 p	=	mm
1 mm	=	p
10 mm	=	p
15 mm	=	p
30 mm	=	p

Aufgabe 1

Mit dem Typometer können Sie die Visitenkarte oben genau vermessen:

- > Größe der Textblöcke vom Formatrand (vertikal und horizontal)
- > Schriftgrößen in p
- > Zeilenabstände in mm
- > Linienstärke

Tragen Sie die Vermaßung oben ein und setzen Sie die Visitenkarte dann exakt nach.

Hinweise

- > Die korrekte Ziffernspatierung sollten Sie beachten (s. auch S. 41). Suchen Sie dazu das Achtelgeviert in Ihrem Layoutprogramm.
- > Machen Sie sich mit Tabulatoren im Layoutprogramm vertraut.
- > Und was sind denn Mediävalziffern?

* Sylfaen und Corbel sind Schriften, die in Office-Paketen dabei sind und auf vielen Rechnern verfügbar sein sollten. Ansonsten verwenden Sie vergleichbare Schriften.

Aufgabe 1

Nun können Sie den von Ihnen gestalteten Textblock auf Seite 14 „durchchecken“. Mit der gleichen Checkliste können Sie auch zukünftig Ihre Texte auf optimale Lesbarkeit überprüfen.

Checkliste Lesbarkeit

Hat meine Schriftart:

- eindeutige Buchstabenformen
- gut ausgeprägte Mittellängen, da diese wesentlich den Eindruck der Schriftgröße bestimmen
- leichte Strichstärkenunterschiede; das Lesen wird so weniger langweilig und statisch
- die optimale Strichstärke für meine Aufgabe/Zielgruppe
- eine gute Zeilenführung, z. B. durch Serifen, eine exakt eingehaltene Schriftlinie

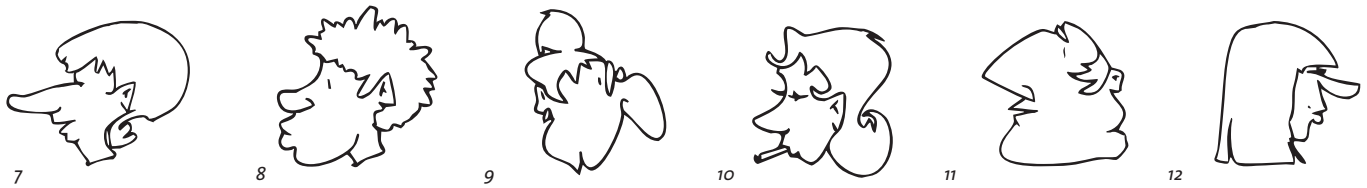
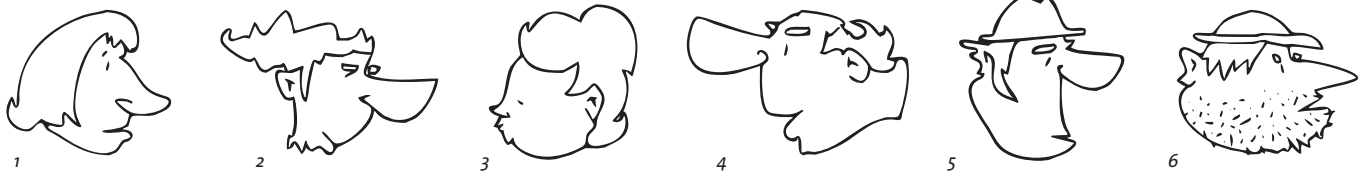
Habe ich:

- Schriftgröße, Zeilenbreite und Zeilenabstand passend abgestimmt
- bei Leseschriftgrößen (9–11 p) Buchstaben- und Wortabstände nicht manipuliert
- Keine elektronischen Verzerrungen der Schrift vorgenommen (z. B. in Breite, Lage)
- die Satzbreite dem Anlass gemäß gewählt
- den Text gegliedert und evtl. mit Einzügen, Absätzen und Zwischenüberschriften versehen

Aufgabe 2

Wenn Sie nun den Text erneut setzen, nehmen Sie alle Änderungen für eine bessere Lesbarkeit vor und kleben Sie den verbesserten Text wieder hier ein. Kreuzen Sie die Faktoren an, bei denen sich etwas geändert hat. Für Faktoren, bei denen Sie deutlich daneben lagen, vergeben Sie zwei Kreuze. Auf diese sollten Sie in Zukunft besonders achten.

- Schriftart
- Schriftgröße
- Zeilenabstand
- Zeilenlänge
- Satzart
- Laufweite



Jede Schrift hat ihren ausgeprägten Charakter. Am Anfang fallen Ihnen meist nur Schriften mit besonderen Formmerkmalen auf.

Je geschulter Ihr Blick wird, desto mehr nehmen Sie auch feine Unterschiede und deren Auswirkung auf den Charakter wahr. Die Wahl der passenden Schriftart ist die Basis einer gelingenden Typografie.

Aufgabe 1

Beschreiben Sie die Charakterköpfe jeweils mit ein bis zwei Adjektiven und tragen Sie diese oben ein. Aus der Schriftenliste ordnen Sie ihnen dann ein bis zwei passende Schriften zu. Es gibt hier keine eindeutige Lösung, aber intersubjektive Lösungen, bei denen die Mehrheit mit der Wahl einverstanden ist.

Aufgabe 2

Ordnen Sie folgenden Getränken eine passende Schriftart aus der Liste zu und schreiben Sie die Bezeichnung daneben. Am Computer können Sie danach Ihre eigene Getränkekarte gestalten, bei der jedes Getränk in einer

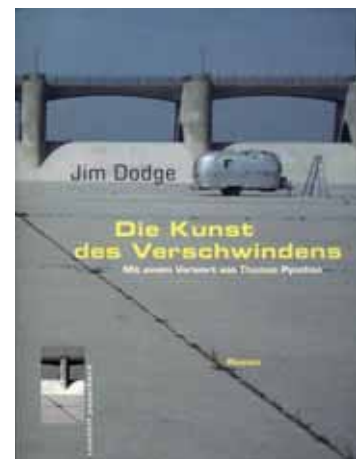
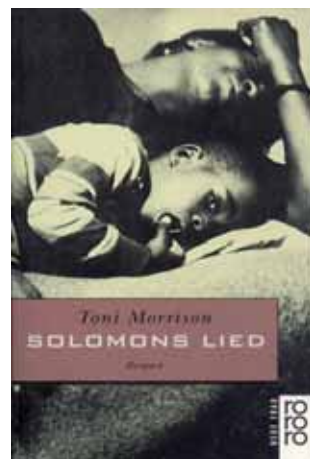
Bordeaux
Erdbeer-Milchshake
Latte macchiato
Radler
Wasser medium
herber Weißwein
Earl Grey
Weizen
Heiße Schokolade
Wodka on the rocks

- a Frutiger
- b *Garamond italic*
- c Rotis sans
- d OCR A
- E TRAJAN PRO
- f Verdana
- g Palatino
- h Escript
- i Eurostile
- j Memphis
- k Old Towne
- l Beowolf
- m *Brush Script*
- n Bodoni
- o *Englische Schreibschrift*
- p Meta
- q Yanone Kaffeesatz
- r fette Fraktur

Aufgabe 1

Die Gestaltung der Buchtitelbeispiele können Sie anhand folgender Aspekte analysieren:

- > Welche typografischen Kontraste wurden eingesetzt?
- > Wie werden Farbflächen verwendet; welche Möglichkeiten fallen Ihnen darüber hinaus ein?
- > Wie sind die Linien gestaltet; gibt es Bezüge zu anderen Gestaltungselementen?
- > Wie kommuniziert das jeweils verwendete Bild mit dem gestalteten Titel?

**Aufgabe 2**

Gestalten Sie nun selbst einen Buchtitel in drei Versionen:

1. Rein typografisch und mit Farben
2. Mit Linien, Flächen und Sonderzeichen aus Schriften (wenn Sie mögen)
3. Mit Bild und ganz frei

Text:

Nick Hornby

A Long Way Down

Roman

Kiepenheuer & Witsch (dezenter Schriftzug)

Entwurfsformat: 12 x 19 cm

Format zum Einkleben: ca. 4 x 6 cm

Kurzbeschreibung

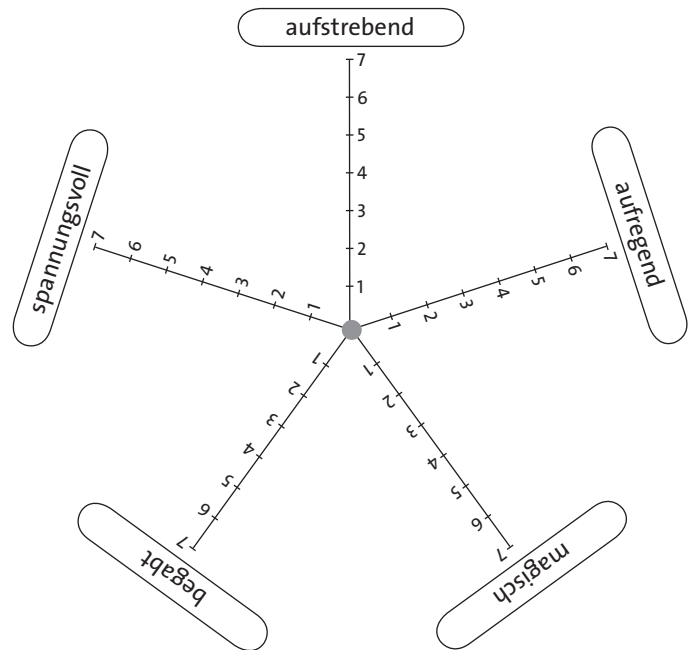
Silvester, auf dem Dach eines Hochhauses: Pech, dass gleich vier Menschen auf die Idee gekommen sind, sich dort das Leben zu nehmen. Da man sich schlecht umbringen kann, wenn einem andere dabei zusehen, steigt die seltsame Gruppe erst mal vom Dach, um das Problem der jüngsten Kandidatin zu lösen, die nicht weiß, warum ihr Freund sie verlassen hat. Nach und nach erzählen sie sich ihre Geschichten. Da ist die altjüngferliche Maureen, deren Sohn Matty schwerstbehindert ist und die diese Belastung allein tragen muss. Da

ist Martin, der berühmte Talkmaster, den nach einem Gefängnisaufenthalt niemand mehr auf dem Bildschirm sehen will, Jess, die aufmüpfige Tochter eines Politikers, ist so direkt, dass sie alle vor den Kopf stößt, und JJ, der von seinem besten Freund, dem Sänger seiner Band, im Stich gelassen wurde. Die vier verabreden, mit dem finalen Sprung bis zum Valentinstag zu warten – und so findet eine Gruppe von Menschen zueinander, die unterschiedlicher nicht sein könnten und die einander doch auf wundersame Weise zu helfen wissen.

Zitat gefunden bei
www.amazon.de

Aufgabe 1

Beurteilen Sie den Charakter der vorliegenden Farben, indem Sie sie in das Polarprofil eintragen. Welche Farbe kommt dem gewünschten Profil am nächsten?



Aufgabe 2

Für welchen Bereich oder für welche Aufgabenstellung ließen sich folgende Farbklänge einsetzen? Finden Sie zwei Einsatzbereiche pro Farbdreiklang.



Aufgabe 3

Stellen Sie sich vor, Sie gestalten jeweils eine 8-seitige Broschüre für

- > einen Büromöbelhersteller (vorgegebene Attribute: innovative Technik, qualitativ hochwertig, zeitloses Design)
- > einen Tierpark (gewünschter Charakter: familienfreundlich, tierfreundlich und artgerecht, unterhaltsames Lernerlebnis)

Welchen Farbdreiklang wählen Sie für diese Gestaltungsprodukte? (Sie können auch Tonwerte einer Farbe verwenden.) Setzen Sie die Farbklänge am Rechner und kleben Sie die Ausdrucke hier ein.

////// vorgeschlagene Kästchengröße: Minimum 23 x 25 mm