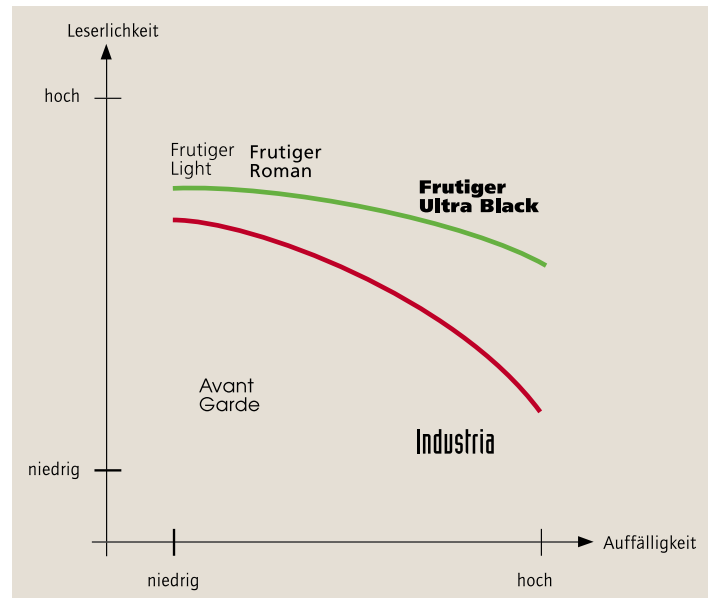


Diese Kurve veranschaulicht den Zusammenhang von Leserlichkeit und Textmenge. Je mehr Text zu gestalten ist, desto mehr ist der Leserlichkeit Beachtung zu schenken.



Leserlichkeit und Auffälligkeit stehen sich im Weg. Die rote Kurve zeigt einen modellhaften Verlauf: je auffälliger, desto kleiner ist die Leserlichkeit. Erstklassige Schriften zeigen einen flacheren Kurvenverlauf (grün) als weniger gute.

Typografie und Gestaltung

Grafische Funktionalität

Es dreht sich alles um die Ästhetik. Gut ausschauen muss es, einen besonderen Dreh haben, noch nie da gewesen sein. Vergessen geht dabei oft, ob die Gestaltung auch «funktioniert».

■ **RALF TURTSCHI** Ein warmer Sommerabend, eine Gartenwirtschaft direkt am See, gestylte Atmosphäre, weiss gedeckt. Die Stühle sehen toll aus, Metall mit Kunststoffgeflecht überzogen. Bei längerem Sitzen macht sich die nach hinten abfallende Sitzfläche unangenehm bemerkbar, zudem steht der Tisch zu niedrig. In gekrümmter Haltung nehmen wir das Mahl ein. Mit der Gemütlichkeit ist es vorbei. Dann die Geschichte mit dem Trockenfleisch. Haben Sie schon mal auf Anrieb eine dieser luftundurchlässigen Plastik-Verpackungen aufgekriegt? Wehe Ihnen, wenn Sie dabei noch Olivenöl oder Butter an den Händen haben sollten.

Unter der Dusche. Der Griff nach der Shampoo-Flasche. Die kleine Einbuchtung am Deckel soll das Öffnen erleichtern. Der Deckel sitzt so fest, dass man mit den nassen Fingern keine Chance habe, den Deckel abzuzippen. Sie wissen jetzt wovon ich spreche.

Funktionalität und Schrift

Auch im Grafikdesign gibt es Funktionalität. Das meiste davon haben wir beim Lesen kennengelernt. Wir sind dabei gleichartig konditioniert worden, wir lesen von links nach rechts und von oben nach unten. Wir erkennen dabei die 26 Buchstaben des Alphabetes ganz automatisch, sofern diese Buch-

staben sich an einer bestimmten und eingepprägten Grundform orientieren. Das Hirn ist in der Lage, Unterschiede in der Schriftart zu ignorieren und die Grundform der Buchstaben als Erkennung zu verarbeiten. Dabei dekodiert es nicht einzelne Buchstaben, sondern erkennt in Sprüngen von etwa 8 Buchstaben ganze Wörter oder Satzteile zusammen. In der Fachsprache nennt man diese Augensprünge Sakkaden. Je nach Bildungsstand und Übung gibt es Leser, die können Texte schneller überfliegen oder lesen als andere.

Es gibt verschiedene Funktionen von Schrift. Nach meiner Erfahrung sind dies: 1. Leserlichkeit, 2. Auffälligkeit.

Leserlichkeit

Adrian Frutiger, der wohl bekannteste und erfolgreichste Schriftgestalter unserer Zeit, meint, Schrift habe eine dienende Rolle, sie sei der Leserlichkeit verpflichtet und dürfe sich beim Lesen nicht zu stark in der Vordergrund drängen. Durch sein ganzes Lebenswerk begleitete Frutiger dieses Credo, unabhängig davon, ob er eine Schrift für ein Beschriftungssystem oder eine Textschrift gestaltete.

Unter Leserlichkeit versteht man die Zeit, in der Probanden einen gegebenen Text lesen können. Lesbarkeit ist etwas anderes, die Zeit, in der ein einzelnes Zeichen erkannt werden kann. Die Schrift funktioniert je besser, desto schneller ein Text erfasst werden

kann. Es gibt dazu empirische Untersuchungen, die zeigen jedoch, dass die Unterschiede von einzelnen Schriften, beispielsweise Bodoni und Futura, oder der Unterschied von Light zu Bold nicht so stark ins Gewicht fallen. Wir bewegen uns innerhalb weniger Prozente, vielleicht 3–7%.

Der naheliegende Schluss: Je kürzer ein Text, desto eher sind Manipulationen an der Schrift zulässig, desto weniger fallen sie ins Gewicht. Bei einem Lesetext in Zeitschriften, Zeitungen und Büchern, überall wo eine grosse Textmenge dargeboten wird, da muss der Leserlichkeit grosse Beachtung geschenkt werden (s. Grafik). Da soll auch um wenige Prozentpunkte gekämpft werden. Wer nun eine Schrift oder Text gestalten möchte, der hat darauf Rücksicht zu nehmen. Man kann eine Schrift nicht beliebig schmal stellen, die Laufweite beliebig enger oder weiter halten, man kann die Schrift nicht beliebig fetter gestalten, ohne dass es beim Erkennen Einbusen gibt. Über die Einflussfaktoren der Leserlichkeit gibt der Kasten links Auskunft.

Auffälligkeit

Die Betrachtungsabstand spielt beim Lesen eine grosse Rolle. Plakate müssen zwangsläufig von weit her gesehen und gelesen werden, Packungsbeilagen zeigen sich von der kleinsten Seite. Auf Plakaten und in Anzeigen soll die

Leserlichkeit

Leserlichkeit ist von einer ganzen Reihe von Parametern abhängig, die nicht von der Schriftart abhängen:

- Schriftgrösse: Lesegrössen zwischen 8 und 9 pt
- Zeilenlänge: 50–60 Buchstaben/Zeile, in Magazinen und Zeitungen ca. 39 Buchstaben (= 1,5 Mal Alphabet)
- Zeilenabstand: mindestens 1,5 Mal optischer Zeilenabstand
- Verzug: höchstens $\pm 15\%$
- Laufweite: unter 12 pt eher weiter halten (XPress 3–4 Einheiten; Indesign 15–20 Einheiten)
- Zwischenräume (Wort, Zeile, Spalte)
- Trennstellen: logische Trennungen, nicht mehr als 3 Trennstellen hintereinander
- Farbe der Schrift: mit Vorteil schwarz
- Hintergrund: nicht unruhig wählen, keine Detailzeichnung im Bild
- Papier: nicht glänzend und hochweiss
- Betrachtungsabstand (Plakate oder Packungsbeilage)

Serifenschriften sind nicht automatisch besser lesbar. Die Mittellänge hat an der Leseführung ebenso grossen Anteil wie die Serifen. **SEITENZAHLEN SIND NICHT AUTOMATISCH BESSER LESBAR. DIE MITTELLÄNGE HAT AN DER LESEFÜHRUNG EBENSO GROSSEN ANTEIL WIE DIE SERIFEN.**

Etwas abgedeckte Schriften zeigen, dass die Serifen kein Garant für bessere Lesbarkeit sind. Die x-Höhe hat daran ebenso grossen Anteil. Es wird auch klar, dass der Kontext bei der Wortaufnahme eine grosse Rolle spielt.

Serifen bilden zusammen mit der Mittellänge ein geschlosseneres und kompakteres Zeilenband, was weniger Zeilenabstand benötigt. Abgebildet ist die ITC Climack mit starkem Strichkontrast und prägnanten Serifen.

Serifen bilden zusammen mit der Mittellänge ein geschlosseneres und kompakteres Zeilenband, was weniger Zeilenabstand benötigt. Hierzu sehen ist die Frutiger Light, welche offene Innenräume und keine Serifen aufweist.

Das kompaktere Zeilenband entsteht durch die Gestaltung der Mittellängen und der Serifen. Das Zeilenband ist zusammen mit dem Zeilenabstand (nebst Schriftstärke) verantwortlich für die Grauwirkung einer Satzspalte.

Headline auffallen. Im Konkurrenzumfeld ist dies eher mit einer kräftigen Schrift zu bewerkstelligen, wie es bei Boulevardzeitungen zelebriert wird. Je kräftiger, desto mehr schreit es (zum Himmel). Feine Headlineschriften brauchen mehr weissen Umgebungsraum, damit sie atmen können. Bei Schriftschnitten Bold, Black oder Extra Black ist die Gefahr dafür gross, dass die Innenräume der Buchstaben (z.B. bei a, e und g) zusammenlaufen und deshalb die Schrift nicht mehr gut lesbar ist. Funktionalität bei fetten Schnitten heisst behalten der Lesbarkeit, ein Kompromiss.

Bei Konsultationsgrössen bis 8 pt soll man die Schrift mit einer grösseren Laufweite versehen, weil hier die einzelnen Buchstaben optisch zusammenwachsen.

Sehr gut kann man dies bei einem der grässlichsten Schriftentwürfe feststellen, der Avant Garde, die auf allen PCs zu Hause ist. Die Innenräume sind geometrisch konstruiert und viel zu gross. Der Buchstabenzwischenraum ist kleiner als der Innenraum, ein Zusammenwachsen der Buchstaben die Folge. Am besten bannt man die Avant Garde gleich vom Desktop, daraus kann ist nie etwas Gescheites entstehen.

Serifen

Die Füsschen ermöglichen nicht nur eine grössere Formenvielfalt der Zeichen, sie erfüllen auch eine Funktion. Serifen helfen dem Leser, das Auge horizontal über die Zeile zu führen. Dieselbe Funktion erfüllt aber auch die Mittellänge. Das Zeilenband mit Serifen erscheint geschlossener und der Zeilenabstand kann somit etwas kleiner gehalten werden als bei Serifenlosen. Mit Lesbarkeit oder Lesbarkeit hat dies nichts zu tun. Es sind rein platzsparende Argumente. Ob Magazine oder Zeitungen aus Überlieferung handeln, oder ob sie sich der Zusammenhänge bewusst sind, bleibe dahingestellt.

Funktionalität und Design

Ein Plakat muss nicht nur ansprechend gestaltet sein, es muss auch «funktionieren». Wer mit Zug oder Auto schon an Plakaten vorbeigesaust ist, weiss, dass man gewisse Plakate auf Anhieb wahrnimmt, während andere nicht registriert werden. In erster Linie ist dafür das Bild zuständig, man kann Bilder schneller erfassen als Text. Das Bild «funktioniert» als Türöffner, es macht betroffen, provoziert, klärt auf, zeigt, ob der Inhalt wichtig für mich ist oder nicht. In der Fussgängerzone



Eine schöne Aufmachung nützt wenig, wenn die Schrift nicht «funktioniert». Bei einem Strassenplakat sollte die Schrift von weit her lesbar sein.



Das Magazin, Wochenendbeilage des Zürcher Tages-Anzeigers. Die Seitenzahl steckt hochgestellt im Bund und wird streckenweise nicht angezeigt. Erklären die Gestalter das Suchen zur Passion?

aufgehängt erfüllt ein Plakat eine andere Funktion als am Strassenrand. Die Kinoubersicht, oder das Plakat mit dem S-Bahnnetz müssen nicht als Werbung auffallen, man holt sich die Information, auch wenn sie unscheinbar gedruckt ist. Es gibt eine ganze Reihe von Gliederungselementen, die alle die Funktion «Ordnen» haben, z.B. Titel, Zwischentitel, Lead usw. Daneben kann auch Papier oder Farbe eine Ordnungsfunktion zugewiesen werden.

Leseführung

Das Buch, Magazin oder die Zeitung haben eines gemeinsam. Es sind grössere Werke, die nicht auf einmal überblickt werden können. Die Funktionalität greift da, wo es darum geht, dem Leser durch das Produkt hindurch zu helfen, mit einem programmatischen Aufbau, mit Seitenzahlen, Inhaltsverzeichnis oder Rubrikittel (Kolummentitel), welche die Leseführung ermöglichen.

Hier sieht man immer wieder wenig Dienstleistung am Kunden. Das Titelbild wird im Inhaltsverzeichnis nicht besonders erwähnt, man muss länger als gewohnt suchen, bis man die Titelgeschichte entdeckt hat. Oder Anreisser auf dem Cover findet man nicht im Inhaltsverzeichnis oder dann

mit verändertem Text. Auch dies missachtet den Leser, der möglichst schnell die Information finden möchte. Das grösste Ärgernis und eine Verachtung des Lesers ist die Seitenzahl, die im Bund steht. Ein rasches Durchblättern ist nicht möglich. Noch schlimmer, wenn die Seitenzahl streckenweise ganz fehlt, wegen randabfallender Bilder oder wegen Anzeigen. Was sich die Gestalter dabei wohl denken?

Dramaturgie

In Magazinen gibt es einen roten Faden, was mit Einheitlichkeit, Gesicht, Prägung, Originalität umschrieben werden kann. Da hinein gehören Satzspiegel, Schriften, Bilder, und Ordnungen. Aus diesem Einheitsbrei auszubrechen ist die grosse Kunst des Layoutens. Trotz grafischer Übereinstimmung soll das Magazin als abwechslungsreich empfunden werden. Zum Beispiel werden viele einzelne Geschichten mit einer längeren Hauptstory unterbrochen, oder Kurzfutterartikel mit einer Bilderstrecke angereichert. Die Dramaturgie im Blatt hat die gleiche Aufgabe wie der Pyrotechniker, der auch nicht immer dieselben Feuerwerkskörper hochsteigen lässt. Sie schafft Spannung und weckt Neugierde auf mehr. ■