



Mit  
**Schrift**  
arbeiten

Grundlagen der Typografie   
Ein eBook für Einsteiger



Martin Benner • ideenwerkstatt

# Vorwort

Ziel dieses eBooks ist es, einen schnellen Überblick über Wesen und Inhalt der Typografie zu liefern - daher darüber, wie Grafik-Design mit Text und Schrift im Allgemeinen arbeitet und nach welchen Parametern geschriebene Information hier funktioniert. Das Wissen um diese Parameter ist für ein grundsätzlicheres und vertieftes Verständnis unserer visuellen Welt unabdingbar, und es wird Ihnen helfen, Informationen besser zuzuordnen.



**Martin Benner, DA.** Diplomierter Grafik-Designer & Illustrator. Geschmiedet im Feuer von über 20 Milliardenunternehmen. Mitglied von *Design Austria*. Absolvent der Meisterklasse für Grafikdesign an der »Grafischen« mit ausgezeichnetem Erfolg. Langjährige freiberufliche Tätigkeit für führende Agenturen und Unternehmen. Seit 2007 eigenes Studio - die **Martin Benner • ideenwerkstatt**. Fundierte Malerei- & Zeichenausbildung.

## Martin Benner • ideenwerkstatt

Studio für visuelle Gestaltung & Konzept

Staaadorfer Straße 7 / 2 / 9, 3430 Tulln

**T** (+43) 0699 194 20 226

**E** 2023@ideenwerkstatt.co.at

**W** ideenwerkstatt.co.at

© Martin Benner. Alle Rechte an dieser Publikation vorbehalten.

# Inhalt

Was ist Grafik-Design?	4
Arbeiten mit Text & Schrift	6
A   Einteilung nach Schriftschnitten generell	8
B   Einteilung nach Schriftstilen generell	14
Fazit	24



[www.ideenwerkstatt.co.at](http://www.ideenwerkstatt.co.at)

# Was ist Grafik-Design?

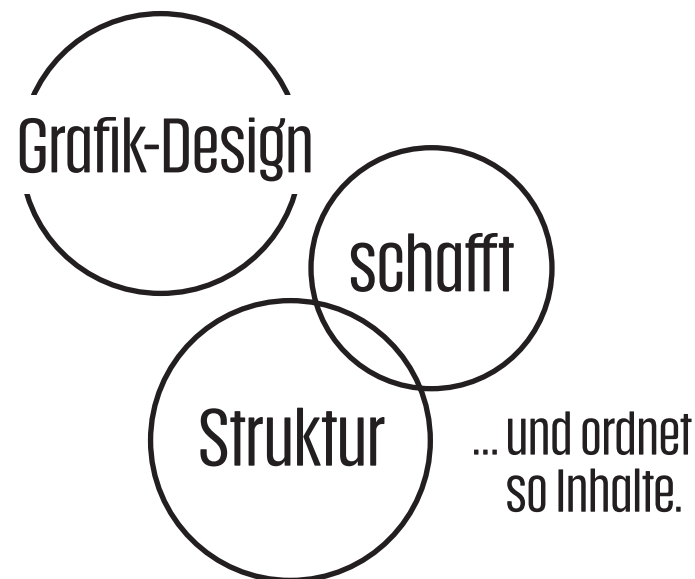
Für ein besseres Verständnis von Schrift im Rahmen dieses eBooks klären wir eingangs kurz ab, was Grafik-Design (und damit seine Verwendung von Schrift) ausmacht. Grafik-Design kann auf verschiedene Weise erklärt werden - ein gleichbleibender Faktor dabei ist, dass Grafik-Design so gut wie immer auf die Vermittlung eines bestimmten Inhalts abzielt. Das hat auf seine Verwendung von Text und Schrift grundlegende Auswirkungen.

Im Rahmen dieses eBooks werden Text und Schrift in ihrem typografischen Wesen verstanden und behandelt. Typografie bedeutet hier die Gestaltung von Inhalten mit Lettern (= Typen).

Grafikdesign oder Kommunikationsdesign per se ist die Tätigkeit, Sprache, Gedanken und größere inhaltliche Zusammenhänge visuell darzustellen und augenscheinlich vermittelbar zu machen - via Bild, Farbe, Material und eben auch Typographie.

Typografie setzt voraus, dass der Gestalter auf eine Reihe von Möglichkeiten und Werkzeugen zurückgreifen kann, um damit Inhalte sichtbar zu machen. Typografie ist somit mehr als nur das geschriebene Wort, sondern beinhaltet auch weitere zusätzliche Informationen, die zum Gesamtbild beitragen (mehr dazu weiter unten).

Dieses eBook stellt die grundsätzlichen Parameter vor, mit denen im Rahmen der Typographie gearbeitet wird; wie gesagt ist das Wissen um diese Parameter für ein grundsätzlicheres und vertieftes Verständnis unserer visuellen Welt unabdingbar.



## Input

Unsere Geschäftsidee unterstützt die Vision, eine breite Palette an gut durchdachten, funktionalen Steuerlösungen anzubieten, die auch für unsere Klienten transparent genug sind. Dabei verstehen wir uns als dynamisches Team, das auch individuellen Ansprüchen gerecht wird.

## Output



## Arbeit mit Text & Schriften

Grafik-Design darf auf eine wahre Armada an Schriftarten (und damit Stilen) sowie Schriftschnitten zurückgreifen. Grafik-Design muss sich diese Sonderstellung erlauben, um den Anforderungen zu entsprechen, die an dieses Medium gestellt werden.

Was den Einsatz von Schrift betrifft, gibt es keine starren Regeln; generell gesprochen sollten Schriftstil und Schriftschnitt aber immer einen Zweck verfolgen, also als eigene grafische Komponente das Gezeigte unterstützen.

Grafik-Design wird dabei immer versuchen, der Komponente Schrift so viel Informationen wie möglich zuzuordnen, daher in die Stilistik der Schrift an sich ein Maximum an Metainformationen packen; Grafik-Design aktiviert in diesem Schritt das „allgemein gelernte Sehen“, daher die Informationen, die im Allgemeinbewußtsein mit einem bestimmten Aussehen verknüpft sind. Grafik-Design ist dabei kein Trittbrettfahrer, sondern verwendet diesen Kanal gezielt, um das Maß an Informationen so dicht und gleichzeitig so eindeutig wie möglich zu halten.

Eine wichtige Unterscheidung für den Einstieg ist die Unterteilung in Schriftfamilie und Schriftstil. Schriftfamilie bezeichnet immer eine bestimmte Schrifttype (zB Arial) mit all ihren Schnitten (dh Regular, Bold etc), während Schriftstil die Zugehörigkeit dieser Schrift (dh der Arial) zu einer der größeren Schriftklasse bezeichnet (in unserem Fall Zugehörigkeit der Arial zu den Sans Serif-Schriften, mehr dazu weiter unten).



... und auch weitere  
Elemente hinzufügen



## Schriftstile & Familien

## A | Einteilung nach Schriftschnitten generell

### 1. Schriftstärken

---

Light  
Regular  
**Bold**  
**Black**

Die klassische Einteilung einer Schriftfamilie erfolgt in die Stärken **Light**, **Regular**, **Bold** und **Black**. Diese Unterteilung lässt sich aber noch weiter verfeinern (siehe rechte Seite), je nachdem, ob diese weiteren Unterteilungen an Schriftstärken vom Schriftgestalter auch berücksichtigt und als wichtig für die Schriftart an sich erachtet wurden. Einige der meistverwendeten Schriftarten (wie die FF DIN oder die hier im Text verwendete *Interstate*) verfügen nur über die oben dargestellten vier Schriftstärken, was ihrer Popularität aber keinerlei Abbruch tut.

Die Bereitstellung von so vielen Schriftstärken wie möglich kann auf der anderen Seite sehr wohl ein Kriterium für den Auswahlprozess sein, besonders, wenn man mit der Notwendigkeit konfrontiert wird, möglichst viele Gewichtungen vornehmen zu müssen: gerade bei internationalen Konzernen ist das tief gestaffelte Vorhandensein von „soviel Schriftstärken wie möglich“ definitiv gegeben, was sich auch in der extensiven Bereitstellung von neuen Schriftarten samt vielfältigen Stärken widerspiegelt (siehe Screenshot Seite 17).

Thin  
Light  
Regular  
Medium  
**SemiBold**  
**Bold**  
**Black**

Schriftstärken gewichten  
**Textpassagen**, gewichten  
**Aussagen** in ihrem Kontext.

**Und sollten dabei auch noch ein  
ansprechendes grafisches Bild ergeben.**

## 2. Einteilung nach Buchstabenbreite bzw. Laufweite

---

Eine weitere Einteilung von Schrift ist die in ihre Buchstabenbreite bzw. der Laufweite, die sich daraus ergibt (weniger breite Buchstaben ergeben insgesamt einen schmälere Schriftbereich, die Schrift „läuft“ daher weniger breit; für *Wide* gilt das gleiche vice versa).

Dies ist wieder einer der notwendigen Hilfsmittel aus der Trickkiste des Grafik-Designs: viel Text auf wenig Platz bedarf daher einer sog. *Condensed*-Schriftart, bei wenig Text auf viel Breite (und dabei gleichbleibender Höhe) ist *Wide* das Mittel der Wahl.

### Als Beispiel:

**Compressed** kann diese Menge an Text aufnehmen und dann auch lesbar abbilden

**Condensed** kann diese Menge an Text aufnehmen und dann auch lesbar abbilden

**Regular** kann diese Menge an Text aufnehmen und dann auch

Die Wahl, ob Condensed oder nicht, kann aber auch eine rein stilistische Frage sein: generell gesprochen steht Condensed für Parameter wie Kompaktheit, Zielbewußtsein, Kürze, Prägnanz. Ein quasi „dynamisches“ Unternehmen kann sich daher durchaus für eine Condensed-Schrift (in ihren hervorgehobenen Texten) entscheiden, auch wenn in der Anwendung selbst genug Platz vorhanden ist – hier kommt das Element der „psychologischen Schriftwirkung“ zum Tragen.

Wide-Schriften (auch *Extended* genannt) kommen vor allem für Überschriften zum Einsatz und vor allem dort, wo es um maximale Raumnahme geht, zB bei einem sehr selbstbewußten Unternehmen, das dies auch dergestalt ausdrücken möchte.



Regular Condensed  
**Regular Condensed**  
**Bold Wide**

**Bold Wide**  
nimmt Raum ein

Regular Condensed trägt Mengentext und  
Mengentext und noch mehr Mengentext.

### 3. Einteilung in Kursiv („Italic“) und Nicht-Kursiv („Plain“)

---

Eine weitere Unterteilung ist die in **Kursiv** und **Nicht-Kursiv**. Kursiv bedeutet immer *schräg gestellt* und ist synonym mit dem Begriff **Italic** (beide benennen das gleiche, in den Schriftsätzen selbst wird meist der Begriff Italic bevorzugt).

Als Gegenbegriff zu Italic hat sich der Begriff **Plain** etabliert; er bezeichnet also das eigentlich „normale“ Aussehen einer Schrift, daher ohne Schrägstellung. Auch kommt dieser Begriff in Schriftsätzen nur dann zur Anwendung, wenn diese auch über den Schriftstil Italic verfügen (siehe Beispiel rechts). Ist dieser nicht in der jeweiligen Schriftfamilie enthalten, bleibt die eingangs erläuterte Einteilung in Light, Regular, Bold und Black bestehen (alle daher ohne den Namenszusatz Plain).

Auch hier tritt das sog. „psychologische Element“ von Schrift in Erscheinung: Ähnlich wie bei Condensed werden auch hier bestimmte Eigenschaften mit dem Schriftstil an sich assoziiert - vor allem durch seine Schrägstellung alleine (und daher rein visuell bedingt) wird Kursiv gerne mit Begriffen wie dynamisch, kraftvoll etc verbunden, unabhängig von dem dabei gebildeten Wort (einem Sportrennläufer vergleichbar, der vorangebeugt ins Ziel läuft).

Auch dies ist ein gutes Beispiel, wie Grafik-Design Form und Inhalt zusammenbringt: Die Aussage (= Inhalt, die Bedeutung des Wortes an sich) erhält ihre verstärkende Form (= ihren Schriftstil bzw. Schriftschnitt), um das Gezeigte so kompakt und dicht wie möglich kodiert in das Blickfeld des Betrachters zu bringen.

**Bold Plain** Light Plain  
***Bold Italic** Light Italic*

Schriftfamilie mit den Schriftschnitten Italic

Light Regular  
**Bold Black**

Schriftfamilie ohne Italic

*Italic has its*  
**own power**

Schrift **leitet**

## B | Einteilung nach Schriftstilen generell

Nun zur Unterteilung der Schriftfamilien an sich in verschiedene **Schriftstile**, wobei diese Unterteilung vor allem historisch bedingt ist. Bis Anfang des 20. Jahrhunderts waren Schriften ohne Serifen undenkbar, weshalb diese bei ihrem Erscheinen auch den Namen „Grotesk“ erhielten (die Serifschriften bekamen darauf hin von ihren quasi Gegnern den Beinamen „Antiqua“).

Zur Erklärung: als Serifen werden die jeweiligen Endstriche auf den Schriftzeichen bezeichnet (siehe rechte Seite) und siehe auch die allseits bekannte Times New Roman, die wohl jeder in ihrer Verwendung in Programmen wie Microsoft Word kennt.

Schriftfamilie bedeutet also wie gesagt immer „eine Schrift“ (zB die hier verwendete Interstate) mitsamt ihren einzelnen Schriftschnitten (daher in unserem Beispiel der Interstate mitsamt ihren Schnitten Light, Regular, Bold, Black), während Schriftstil die übergeordnete Kategorie bezeichnet. Im Falle der Interstate gehört diese stilistisch gesehen (mit allen ihren Schnitten) zur Gruppe der Sans Serif-Schriften (oder kurz Sans genannt).

Als grobe Einteilung für die alltägliche Arbeit als Grafik-Designer hat sich die folgende Einteilung bewährt (siehe auch rechte Seite): **Serif, Sans Serif, Semi Serif, Slab, Display** und **Unicase**. Handwriting kommt selten, Blackletter eigentlich so gut wie nie zum Einsatz.

Diese Einteilung trennt Schriften einerseits nach ihrer Funktionalität, andererseits nach ihrer stilistischen, „psychologischen“ Wirkung, die im Allgemeinen einem bestimmten Schriftstil zugeordnet wird.

**Serif**

mit Serifen

**Sans**

ohne Serifen

**Semi**

nur teilweise mit Serifen

**Slab**

mit verstärkten Serifen

**Display**

freies Spiel mit Form und Möglichkeit

**UNICASE**

alle Zeichen haben dieselbe Höhe

**Handwriting**

auch als „Script“ bezeichnet

**Blackletter**

Sammelbegriff für solcherart historische Schriften



## Umgang mit Schrift in der Praxis

In der Praxis ist jeder Gestalter mit einer Flut von Schriften konfrontiert, die sich auf seiner Festplatte ansammeln: teils noch von der Ausbildung stammend, teils von Kunden, teils als Bestandteile von neu gekauften Grafikpaketen. Auch tendieren die neueren Schriften zu einer extensiven Auswahl an Schriftschnitten, siehe Bild rechts.

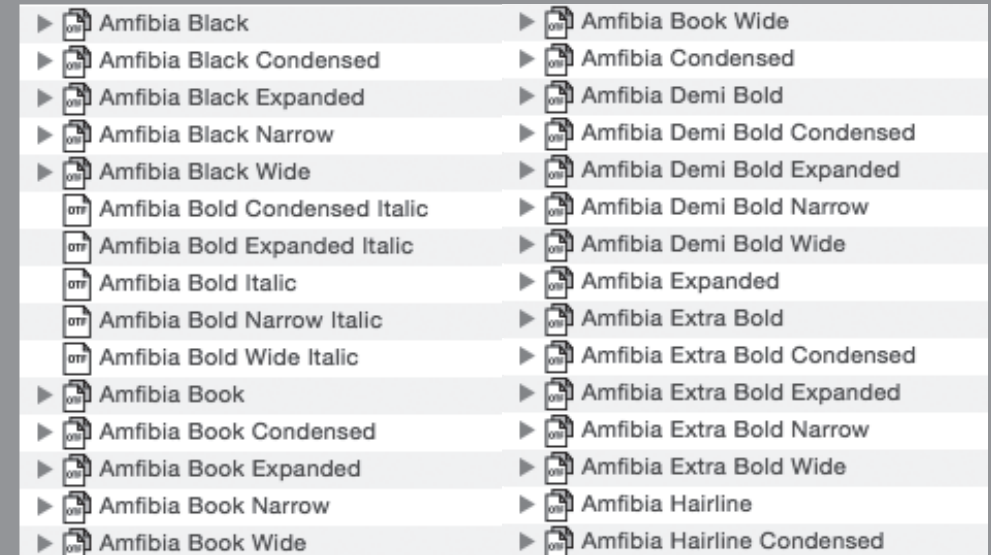
Hier hilft nur das Sortieren der Schriftsätze in einer eigenen Software-Anwendung, in meinem Fall mithilfe des (Industriestandards) Font Explorer X, der gleich einer Bilddatenbank ein detailliertes Erfassen und Zuordnen der Schriften erlaubt.

## Die Schrifarten im Einzelnen

### Serif

Der große Vorteil von Serifschriften ist ihre Eigenschaft, den Lesefluss zu unterstützen: die **Serifen** bilden (vor allem auf der Horizontalachse) eine Art Leitplankensystem, an dem entlang der Blick geleitet wird - ein Vorteil, der vor allem beim Lesen von größeren Textmengen (wie zB einem Buch) zum Tragen kommt. Nicht umsonst greifen viele Publikationen bei ihren Mengentexten auf eine entsprechende Serifschrift zurück.

Warum nicht alle Publikationen? Nun, hier kommt die eingangs erwähnte **historische Komponente** ins Spiel - Serifschriften waren ja bis Anfang des 20. Jahrhunderts die einzig gängigen Schriftarten, die Sans Serif konnten sich dann erst über Jahrzehnte hinweg den Platz in unserer visuellen Welt erobern, den sie mittlerweile innehaben.



~~der Lesefluss wird unterstützt~~

... wird  
unterstützt

vor allem beim Lesen  
von Mengentexten,  
wie Publikationen

Serifschriften werden daher heute als altmodisch qualifiziert (siehe auch ihr Beiname „Antiqua“), was sich auch auf ihren rein funktionalen Einsatz auswirkt: viele Publikationen verwenden für Mengentexte bewusst keine Serifschriften mehr, sondern greifen stattdessen auf eine Sans Serif zurück, um modern wirken zu können – kommt doch der psychologische Faktor „Sans Serif = moderner“ letzten Endes allein schon beim Betrachten des Textes an sich zum Tragen, weshalb (und das ist eine rein stilistische Frage) Serifschriften gegebenenfalls für die Verwendung ausscheiden, ungeachtet der Vorteile, die sie bei Mengentexten haben.

### **Sans Serif**

Sans Serif-Schriften sind der große Pool, mit dem Grafik-Design im Alltag arbeitet – wie gesagt vor allem historisch bedingt. Wäre die geschichtliche Kette anders herum verlaufen (zuerst Dominanz der Sans Serif, dann das Erscheinen der Serifschriften), würde die Sache wahrscheinlich etwas anders aussehen.

Und doch kommt auch hier eine weitere Komponente ins Spiel: Sans Serif vermitteln alleine durch ihr Erscheinungsbild Klarheit, basierend auf ihrer Reduktion auf den eigentlichen visuellen Kern jedes Zeichens – sie lassen all jene Informationen (dh Serifen) weg, die nicht für die eindeutige Identifikation eines Zeichens notwendig sind; man könnte sie daher auch als „architektonisch“ bezeichnen, gleichsam einem Stahlträgerbau, der nur die absolut notwendigen Komponenten verwendet. Nicht umsonst hat der grafische Trend der letzten 10 Jahre (der visuelle „Minimalismus“) die Sans Serif auf den unangefochtenen Platz eins katapultiert, um in der komplexen Welt von heute Klarheit zu vermitteln.

Serifschriften werden daher heute als altmodisch qualifiziert (siehe auch ihr Beiname „Antiqua“), was sich auch auf ihren rein funktionalen Einsatz auswirkt: viele Publikationen verwenden für Mengentexte bewusst keine Serifschriften mehr, sondern greifen stattdessen auf eine Sans Serif zurück, um modern wirken zu können – der psychologische Faktor „Sans Serif = moderner“ kommt letzten Endes allein schon beim Betrachten des Textes an sich zum Tragen, weshalb (und das ist eine rein stilistische Frage) Serifschriften gegebenenfalls für die Verwendung ausscheiden, ungeachtet der Vorteile, die sie bei Mengentexten haben.

**Sans Serif**

**vermitteln**

**Struktur**

---

**Sans Serif**

**vermitteln**

**Einfachheit**

---

**Sans Serif vermitteln  
notwendige Klarheit**

## Semi Serif

Semi Serif sind mehr Spielart als eine Notwendigkeit - hier kommt das rein stilistische Element von Grafik-Design zum Tragen, wo es tatsächlich um „das Aussehen“ geht, abseits einer lesetechnischen Funktionalität. In der Praxis wird Semi Serif gerne da eingesetzt, wo sich ein Unternehmen in der Mitte von „Stabilität & Tradition“ (dh Serif) und „dynamisch-modern“ (dh Sans) einpendeln möchte. In Betracht kommen hier tendenziell gesprochen zB der Pharmabereich oder Versicherungen.

## Display

Display ist naturgemäß der Favorit aller Grafik-Designer: in diese Kategorie fallen alle Schriften, die ungewöhnlich sind und derart groß verwendet werden können, dass ihre schwere Lesbarkeit keine Rolle mehr spielt; sie werden ohnehin nicht für Mengentext verwendet (daher auch ihr Name „Display“, spielt auf ihre Verwendung auf Plakaten, Postern, POS-Materialien etc an). Hier sind dem Schriftgestalter keine Grenzen gesetzt, alles ist erlaubt, bis hin zur schieren Unlesbarkeit (dies kann dann zB als Stilmittel verwendet werden).

Bei der Auswahl von Displayschriften tritt das konzeptionelle Element von Grafik-Design klar hervor: welche Aussage soll getroffen werden, welchen Platz nimmt die Schrift als grafisches Element in der Gesamtkomposition ein, wie kann das Gesagte mit dem generellen Selbstverständnis des Unternehmens am besten synchronisiert werden etc. Die dabei verwendete Displayschrift ist dann sozusagen der visuelle Magenetz, der den Blick des Betrachers auf sich ziehen soll.

## Semi Serif soll einfach gut aussehen.

---

Semi Serif steht dabei zB für traditionell-dynamisch.

*Display*

nimmt sich alle notwendige Freiheit

**Display**

nimmt sich alle notwendige Freiheit

**Display**

nimmt sich alle notwendige Freiheit

## Slab

Hier sind die Serifen mehr blockartig gestaltet und bewusst teils stark überbetont. Man spricht auch von „serifenverstärkten“ Schriften. Auch diese Schriftart ist mehr Spielart als Notwendigkeit; Slab-Schriften kommen gerne da zum Einsatz, wo es um *Big, Bold & Confident* geht - kein Wunder, kommt diese Schriftart doch historisch gesehen aus den USA, wo sie als Werbeschrift etabliert wurde.

## Unicase

Auch dieser Schriftstil ist mehr eine Spielart - hier laufen Groß- und Kleinbuchstaben in einer immer gleich hohen Schrifthöhe, es gibt hier daher keine Groß- und Kleinschreibung mehr. Der große Vorteil: dieser Schriftstil bleibt grafisch immer kompakt, was ihn vor allem für Überschriften qualifiziert. Auch die interessanten grafischen Komponenten des Schriftbilds an sich (Groß- und Kleinbuchstaben in gleicher Höhe gemischt) machen Unicase zu einem Liebling des Grafik-Designs.

## Handwriting / Script

Diese Kategorie spricht für sich selbst - zusammengefasst werden hier all jene Schriften, die vor allem durch das Digitalisieren von Handschriften entstanden sind. Im Alltag eines Grafik-Designers spielen sie eine untergeordnete Rolle, sie werden vor allem dann eingesetzt, wenn sie konzeptiv Sinn machen (zB für die Webseite eines Blumenladens, der sich auf Geschenkgestecke spezialisiert hat etc). Von der Stilistik selber her können sie hervorragende Arbeit leisten, je nachdem, welche Art von Handschrift wo verwendet wird.

Darum Slab.

# Big, Bold & Confident

UNICASE LÄUFT  
IMMER KOMPAKT

*Script kann  
gute Arbeit leisten*



### Sonderform Lettering

Einfach ausgedrückt ist Lettering das grafische Ausgestalten eines Schriftzuges, vor allem mit den Stilmitteln, die durch das Erweitern von Buchstabenteilen zur Verfügung stehen (Beispiel 1). Handlettering bezeichnet das Zeichnen eines Schriftzugs per Hand (Beispiel 2). Der Coca Cola-Schriftzug ist hierfür ein gutes Beispiel.

### Weitere Stile

Weitere Stile (wie die weiter oben erwähnten Blackletter-Schriften) werden hier nicht mehr erörtert, um nicht das Format dieses eBooks zu sprengen. Mehr dazu in der nächsten, erweiterten Ausgabe dieser Publikation, die bereits in Vorbereitung ist.

### FAZIT

Schriften sind Teil des Rückgrats, das Grafik-Design ausmacht und es trägt; ihre Verwendung bedarf einiges an Übung und Wissen, um ihnen den richtigen Platz in der Gesamtkomposition zuzuordnen.

Grafik-Design ist hier (auch im Rahmen dieser Publikation) stets mehr als nur Schrift, es besteht auch aus den notwendigen weiteren Elementen wie Flächen, Linien, Bildern etc, um das tatsächliche Optimum aus dem vorhandenen Platz herauszuholen und die visuelle Aussage so kompakt und eindeutig wie möglich zu halten. Hier kommen dann weitere Elemente (wie die Komposition an sich, die Verwendung von Form und Farbe etc) zum Tragen. Mehr in der nächsten Publikation!

# Lettering Lettering

no blackletter  
in this issue



# VIELEN DANK!

© Martin Benner. Alle Rechte vorbehalten

PRINT



WEB



ILLUSTRATION



TEXT & FOTO



ANIMATION



## KONTAKT



**Martin Benner, DA**

Diplomierter Grafik-Designer & Illustrator  
Mitglied von Design Austria

T (+43) 0699 194 20 226

## IDEENWERKSTATT

**Martin Benner • ideenwerkstatt**

Studio für visuelle Gestaltung & Konzept

Staasdorfer Straße 7/2/9  
A-3430 Tulln

T (+43) 0699 194 20 226

E 2023@ideenwerkstatt.co.at

W ideenwerkstatt.co.at



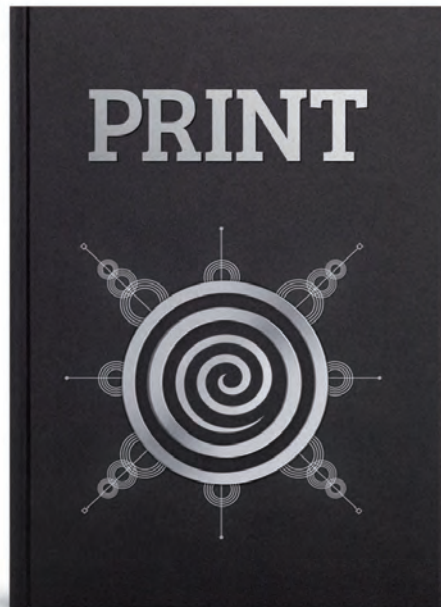
**martin benner**  
**ideenwerkstatt**

Studio für visuelle  
Gestaltung & Konzept

**STRATEGIE**

**KONZEPT**

**KREATION**



[ i'de:ɪnve:kstɑt ]

Staasdorfer Straße 7/2/9 • 3430 Tulln

T (+43) 0699 194 20 226 .....

E 2022@ideenwerkstatt.co.at .....

W ideenwerkstatt.co.at .....