

Tausende von Schriften eröffnen unzählige Möglichkeiten. Selbst für Spezialisten ist es gar nicht so einfach, bei dieser Vielfalt die richtige Wahl zu treffen. Dabei kann die durchaus entscheidend sein – und das nicht nur bei Tempo 200.



TYPISCH!



EINE GUTE SCHRIFT FÜR ELEGANTES



Futura wurde schon 1927 von Paul Renner entworfen und war stark durch die Bauhaus-Bewegung inspiriert. Trotzdem ist sie bis heute eine der bedeutendsten Schriften im Printbereich. Elegant und radikal in ihrer geometrischen, klaren Formgebung, wird sie von vielen Modefirmen aber auch von Volkswagen benutzt.

Eine gute Schrift für Leckerer



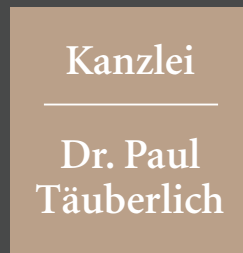
Zapfino von Hermann Zapf. Oppulente Eleganz. Ideal für feine Lebensmittel wie Sekt oder gehobene touristische Attraktionen.

Eine gute Schrift für Eindeutiges



1936 wurde für die Bereiche Technik und Verkehr die Schrift DIN-Norm 1451 eingeführt. Sie wird von Designern wegen ihrer Klarheit gerne für designaffine Branchen wie Möbel und Architektur genommen.

Eine gute Schrift für Klassisches



Minion ist die von Robert Slimbach 1990 für Adobe Systems entworfene digitale Satzschrift. Obwohl sie klassisch aussieht, wurde sie für Webanwendungen und Displays optimiert. Sie eignet sich zum Beispiel für Kanzleien, Finanzberater aber auch für Tageszeitungen.

Ohne Schrift würde sich die Welt – insbesondere die der Industriestaaten – nicht mehr drehen. Ohne die richtige Typografie auch nicht. Davon sind Grafiker, Buchdrucker und andere Schriftexperten überzeugt. Doch wie finden sie nun die passende Schrift für ein Produkt, ein Unternehmen oder eine Broschüre? „Als Ausgangsbasis der Überlegungen dienen drei Schriftgruppen, die grundlegende Tendenzen aufweisen“, sagt der Diplom-Designer und Typografie-spezialist Markus Artur Fuchs. Gemeint sind die Schriften mit und ohne Serifen sowie Schreib- bzw. Displayschriften. Der Reihe nach:

Schriften mit Serifen – klassisch und traditionell:

Serifen? Darunter versteht man die kleinen zusätzlichen Striche an den äußeren Enden der Buchstaben. Die „Times“ ist beispielsweise so eine Serifenschrift, die, da sie sehr gut lesbar ist und seriös wirkt, häufig in Zeitungen und Büchern benutzt wird. Außerdem strahlen Serifenschriften eine gewisse Wärme aus.

Serifenlose Schriften – klar und modern:

Ganz schnörkellos dagegen präsentieren sich die serifenlosen Schriften wie beispielsweise die „Arial“. Aus diesem Grund eignen sie sich vor allem für eindeutige Botschaften oder technische und wissenschaftliche Bereiche. Auch wer auf reduziertes Design setzt, greift gerne zu einer serifenlosen Schrift.

Schreib- und Displayschriften – geschwungen und individuell: Sie werden vor allem in der Mode- und Musikbranche – man denke nur an die psychedelischen Plattencover der 1970er-Jahre – oder für Filmplakate (Westernschrift) verwendet. Aber auch zur Gestaltung von Trendmagazinen oder Veranstaltungsflyern setzen Designer gern diese Schriften ein.

„Denken Sie zum Beispiel an ein Etikett für einen Edelbrand. Eine stilvolle Schreibschrift vermittelt hier Qualität. Eine Westernschrift dagegen würde ein Störgefühl auslösen und die Flasche mit großer Wahrscheinlichkeit im Regal stehen bleiben“, erklärt Fuchs. Doch bei der Wahl der Schriften gilt auch der Grundsatz: Die Ausnahme bestätigt die Regel. Gekonnt eingesetzt, transportiert auch eine moderne serifenlose Schrift auf der Edelbrandflasche das Gefühl, dass es sich um ein Qualitätsprodukt handelt.

Viele internationale Konzerne feilen mit Hausschriften und Corporate Designs an der äußeren Form ihrer Botschaften – und bleiben ihr, wenn sie die richtige gefunden haben, auch über viele Jahre treu. Schließlich werden Unterscheidbarkeit und Klarheit wegen der enormen Schriftenvielfalt immer wichtiger. Ganz anders die DIN-Schriften im Straßenverkehr, wo einzig die Lesbarkeit zählt: Auch bei 200 Stundenkilometern soll das Schild „Ausfahrt“ gut erkennbar sein, mitsamt dem Schild „30“ – damit niemand aus der Kurve fliegt.