

X . media . press





Max Bollwage ist Grafikdesigner, Typograf, Kalligraf und Lehrer. Er arbeitete als Atelierleiter und Artdirektor in Industrie und Werbung und als Chefdesigner in Buch- und Zeitschriftenverlagen. Heute führt er sein eigenes Designbüro in Stuttgart. Er erhielt Auszeichnungen im In- und Ausland, war Lehrbeauftragter an mehreren Fachhochschulen, veröffentlicht Bücher und Aufsätze und hält Vorträge und Gastvorlesungen über Design und Schrift.

Max Bollwage

Typografie kompakt

Der richtige Umgang mit Schrift am Computer

Zweite, überarbeitete Auflage

 Springer

Max Bollwage
Parlerstraße 42
70192 Stuttgart
Bollwage@t-online.de

ISBN 3-540-22376-2
Springer Berlin Heidelberg New York

ISBN 3-540-62885-1
1. Auflage Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliogra-
fische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>>
abrufbar

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch
begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung,
des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbil-
dungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikrover-
filmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und
der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben,
auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten.
Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses
Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der

gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes
der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965
in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätz-
lich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen
den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

**Springer-Verlag ist ein Unternehmen
von Springer Science+Business Media**

springer.de

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2001, 2005
Printed in The Netherlands

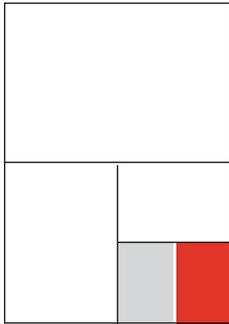
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenbezeich-
nungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne beson-
dere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-
gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von
jedermann benutzt werden dürften.

Herstellung: Proedit GmbH, Heidelberg
Umschlaggestaltung: KünkelLopka, Heidelberg
Texterfassung und Layout durch den Autor
Druck: Krips, Meppel

Gedruckt auf säurefreiem Papier
33/3142/Re 5 4 3 2 1 0

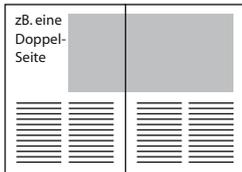
Für Till und Kaja





Das richtige Papierformat

Traditionelle Papierformate	10
DIN-Papierformate	11
Mehr Exemplare fürs gleiche Geld	12
Achtung Laufrichtung!	13
Zeitschriften- und Prospektformate	14
Zeitungsformate	15
Vom Bogen zur Rolle	16
Buchgrößen und ihre Verwendung	18
Bücher und ihre Proportionen	20
Plakatformate	22



Ränder und Satzspiegel

Der Computer fragt nach den Rändern und meint den Satzspiegel	24
Ein Vielzweck-Satzspiegel	25
Arbeiten mit dem Vielzweck-Satzspiegel	26
Ein Satzspiegel muss kein graues Viereck sein	27
Text-Bild-Kombinationen	28
Ein größerer Vielzweck-Satzspiegel	30
Genormte Zeitschriftenanzeigen	32
Ränder und Satzspiegel im Buch	34
Gestaltungsraster für Schautafeln	40
Satzspiegel für einen Normbriefbogen	42



Satzformen und Abstände Typografie für den Bildschirm

Vom Leser und vom Lesen	44
Ausrichtung und Satzform	45
Spaltenabstand	49
Zeilenabstand	50
Wechselnde Zeilenabstände	53
Wortabstand und Schriftstil	54
Ändern der Wortabstände	55
Buchstabenabstand oder Laufweite	56
Laufweite und Schriftgröße	57
Ausgleichen kann der Computer nicht	58
Ligaturen und Unterschneidungen	60
Typografie für den Bildschirm	61



ABC

Die passende Schrift

DEF

GHI

Mit Bildern hat es angefangen	64
Sicher durch den Schriftendschub	66
Die Ordnung der Druckschriften	69
Die Druckschriften im Überblick	70
Beschreibung der Schriftgruppen	72
Schrift kann mehr als Inhalte transportieren	84
Schriftstärken und Schriftbreiten	86
Die richtige Schriftgröße	88
Buchstaben messen und beschreiben	90
Figuren einer Satzschrift	91
Druckschriften richtig mischen	92
Buchstabenformen und Lesbarkeit	94



Typografie im Corporate Design



Corporate Identity und Corporate Design	96
Corporate Design und Typografie	97
Schritt für Schritt zum Corporate Design	100
CD im Internet	101
Das Firmenzeichen	102
Die Corporate-Schrift	103
Geschäftspapiere und Formulare	104
Werbedrucksachen	110
Personalanzeigen	112
Typografie für die Straße	114
Kleine Werbegeschenke	118
Bekannte Schriftzüge aus Satzschriften	120



Was Sie noch wissen sollten



Texte werden für Leser geschrieben	122
Wie man Texte durch Absätze gliedern kann	123
Wie man Textstellen hervorhebt	124
Wie man Initialen einsetzt	125
Wie man Tabellen setzt	126
Auch das Nichts hat seine Regeln	128
Hässlichkeit verkauft sich schlecht	129
Checkliste für die Drucksachengestaltung	130
Manuskriptberechnung	131
Wurde nichts übersehen?	132
Die versteckten Tastenbelegungen	133
Weiterführende Bücher und Stichwörter	136

Die Regeln der Typografie gelten für Papier und Bildschirm

So wenig wie möglich und nur so viel wie nötig

Aus meinem Typografieunterricht weiß ich, dass sich bei Studenten die Begeisterung für lange Texte in Grenzen hält. Darum habe ich mich immer bemüht, meine Themen auf Arbeitsblättern für das Studium weitgehend zu visualisieren. Aus diesen Arbeitsblättern ist dieses Buch entstanden. Es soll zum Angucken sein, weil sich Informationen in bildhafter Form leichter behalten lassen.

Gute Typografie entsteht nicht automatisch

Viele können heute am Computer Texte erfassen. Aber können sie auch setzen? Dieses Wort bedeutete ja ursprünglich, die Buchstaben aus Blei zu Wörtern, Zeilen und Seiten zusammenzusetzen. Das Blei ist weg, die Buchstaben sind geblieben, doch lassen sie sich nicht mehr anfassen. Das macht das Texterfassen leicht und das richtige Setzen so schwer.

Tausende machen täglich am Computer das, wofür ein Schriftsetzer zwei bis drei Jahre lernen muss. Zu richtiger Typografie gehört demnach noch mehr, als nur Tasten zu drücken, mit der Maus zu klicken und im Übrigen den Computer gewähren zu lassen.

Damit richtiges Typografieren kein Glücksspiel bleibt, muss man also mindestens Grundkenntnisse haben. Diese in kompakter Form zu vermitteln, ist die Absicht dieses Buches. Den Lesern zuliebe! Denn für sie werden Texte gesetzt. Entstanden ist das Buch am Power Mac mit dem Typoprogramm QuarkXPress und einigen Problemen.

Typografie hat auch mit Psychologie zu tun

Nicht nur vom Inhalt werden Leser bei der Stange gehalten, sondern auch durch eine lesefreundliche Darbietung des Lesestoffs, was die Leser im Allgemeinen nicht bewusst wahrnehmen, wohl aber deutlich empfinden. Die richtige Wahl der Schrift

spielt hier eine nicht zu unterschätzende Rolle. Dazu sollte man die Schriften genau kennen.

Kreativität zeigt sich nicht etwa darin, dass man Regeln als ewig gestrig verspottet und glaubt, sie nicht beachten zu müssen, sondern Kreativität erweist sich in der Erfindung neuer Formen mit Hilfe des professionellen Umgangs mit den 500 Jahre alten und immer noch empfehlenswerten typografischen Gepflogenheiten. Sie im richtigen Augenblick einmal zu vergessen, kann sich nur der erlauben, der sie genau kennt. Dabei spielt es keine Rolle, um welches Medium es sich handelt. Buch, Zeitung, Prospekt, Anzeige, Programm, Handzettel, Ausstellungstafeln oder Bildschirme, sie alle wollen etwas mitteilen und darum immer wohl überlegt und passend typografiert sein.

Falsche Typografie ist rausgeworfenes Geld

Wer auch immer schreibt, druckt, sendet, tut das in der Absicht, einem andern etwas mitzuteilen. Er muss daher so schreiben, drucken, senden, dass der Empfänger die Mitteilung versteht und dass keine Missverständnisse entstehen. Ob jemand flüchtig auf einen Fetzen Papier kritzelt, Romane schreibt oder seine eigene Homepage ins Internet schickt, er erwartet, dass das, was er mitzuteilen hat, gelesen wird. Es muss jedoch nicht nur lesbar, sondern sogar **bequem lesbar** sein; die meisten Mitteilungen stehen heute in Konkurrenz zu anderen gleich gearteten. Wer wird sich durch eine der schlecht gemachten Websites quälen, wenn für das gleiche Angebot andere Informationen und Suchmöglichkeiten besser aufbereitet sind. Solche Binsenweisheiten werden um einer falsch verstandenen Originalität willen immer noch ignoriert. Viel Geld ahnungsloser Auftraggeber wird durch falsche Typografie zum Fenster hinausgeworfen!

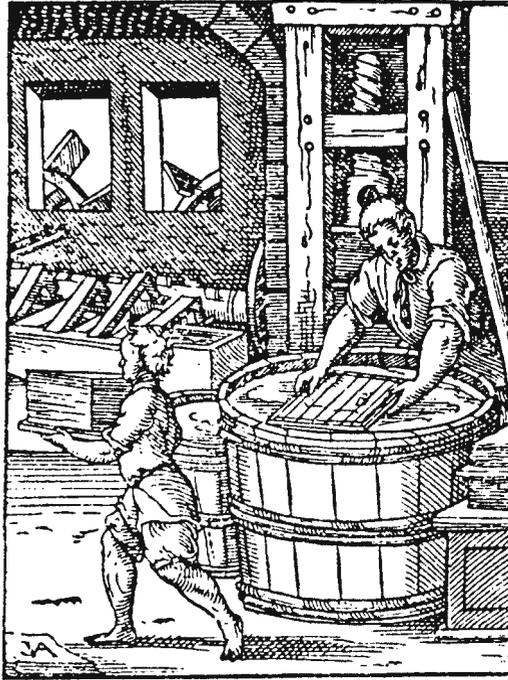
Max Bollwage

Das richtige Papierformat



Der Papyrer 1568
Holzschnitt von Jost Amann

Der Papierer schöpft den Faserbrei mit dem Sieb aus dem Bottich.
Im Hintergrund arbeitet das von Mühlrädern angetriebene Stampfwerk, in dem Lumpen, Hadern genannt, mit Wasser zu Brei zerstampft werden.
Hinter dem Papierer steht die Presse, mit der das Wasser aus den zwischen Filzplatten liegenden Bogen gepresst wird.



Der Computer bietet zwei Formatsysteme an

Weil der Computer ein Kind der USA ist, aber auch in Europa verkauft werden will, bietet er uns zweierlei Formate an: die US-Formate und die in Europa genormten DIN-Formate.

Amerikanische Druckpapiere haben noch die traditionellen, je nach Größe wechselnden Seitenverhältnisse. Deren Ursprung liegt in der

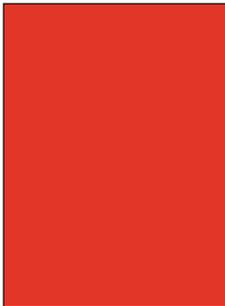
Technik des Papierschöpfens. Mit einem Drahtsieb wurde aus einem Bottich der Faserbrei geschöpft. Das Sieb war so bemessen, dass ein kräftiger Mann einen ganzen Tag damit arbeiten konnte. Ein Arbeitstag hatte damals zwölf bis vierzehn Stunden. Das Verhältnis der Seiten eines Siebs zueinander betrug 3:4 und das war auch das Seitenverhältnis des damit geschöpften Papierbogens. Falzt man einen noch unbeschnittenen Bogen, so erhält man vier Seiten mit der Proportion 2:3. Eine weitere Falzung führt wieder zum Verhältnis 3:4 und so weiter. Es gab jedoch kein einheitliches Maß für die Bogengröße. Das bestimmte jeder Papiermüller für sich selbst. Ein Bogenformat war zum Beispiel 36 cm × 48 cm. Bei Büttenpapieren begegnen wir noch solchen Bögen.

**Im 18. Jahrhundert erdacht,
im 20. Jahrhundert verwirklicht**

Ganz anders dagegen die DIN-Papierformate. Ihnen liegt eine mathematische Konstruktion zugrunde. Georg Christoph Lichtenberg, Physikprofessor in Göttingen, meinte 1796: Man sollte „dem Papier eine solche Form geben, dass alle Formate einander ähnlich würden.“ Sein Vorschlag, dass sich Breite und Höhe eines beschnittenen Blattes zueinander verhalten sollten wie die Seite eines Quadrates zu seiner Diagonalen, weil dies „bequem und schön“ sei, entsprach genau der Idee, die den DIN-Formaten zugrunde liegt. Diese aber wurden erst 1922 eingeführt.

**Das amerikanische
Papierformat**

Das amerikanische Brief- und Magazinformat misst 8,5" × 11", also rund 216 mm × 280 mm.
Das davon abgeleitete deutsche Magazinformat misst meistens 210 mm × 280 mm.



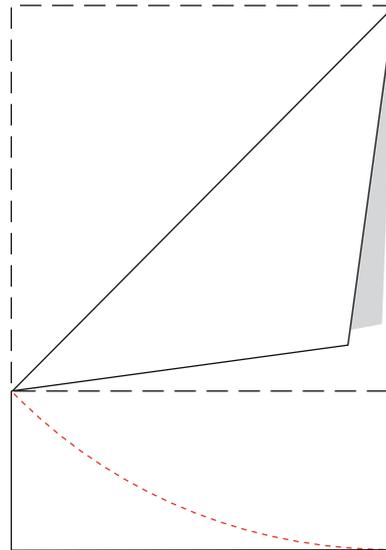
DIN-Papierformate

Alle Maße in mm

Werden DIN-Formate halbiert, bleibt das Verhältnis der Breite zur Länge gleich. Die Ziffern nach den Buchstaben geben an, wie oft der Vierfachbogen DIN A0 gefalzt wurde. Vierfachbogen deshalb, weil die einfache Bogengröße DIN A2 entspricht. DIN A1 ist daher der Doppelbogen.

DIN A0 ist 841 mm × 1188 mm groß und entspricht einem Quadratmeter. Die Reihen DIN B und C sind Zwischengrößen, die von der Reihe DIN A rein rechnerisch abgeleitet werden. Die Reihe DIN C dient für Versandhüllen und Aktendeckel. Die DIN-Formate sind Endformate. DIN heißt: Deutsches Institut für Normung.

DIN-A-Reihe	DIN-B-Reihe	DIN-C-Reihe
A0 841 × 1188	B0 1000 × 1414	C0 917 × 1297
A1 594 × 841	B1 707 × 1000	C1 648 × 917
A2 420 × 549	B2 500 × 707	C2 458 × 648
A3 297 × 420	B3 353 × 500	C3 324 × 458
A4 210 × 297	B4 250 × 353	C4 229 × 324
A5 148 × 210	B5 176 × 250	C5 162 × 229
A6 105 × 148	B6 125 × 176	C6 114 × 162
A7 74 × 105	B7 88 × 125	C7 81 × 114

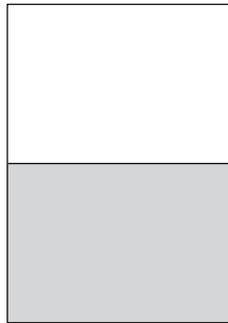


DIN-Proportionen
Die Blattbreite verhält sich zur Blattlänge wie $1:\sqrt{2}$ oder 5:7. Das entspricht dem Verhältnis der Seiten des Quadrats zu seiner Diagonalen.
Durch Falzen der Breite auf die Länge kann man das überprüfen. Der diagonale Falz entspricht der langen Seite des Formats.

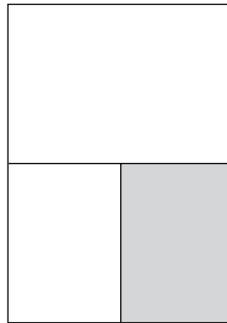
DIN A0: Vierfachbogen



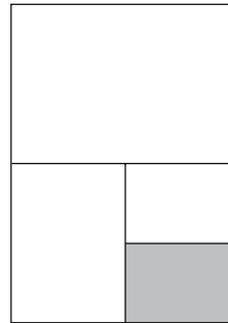
DIN A1: Doppelbogen



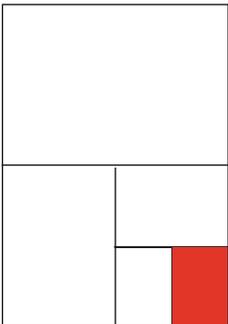
DIN A2: Bogen



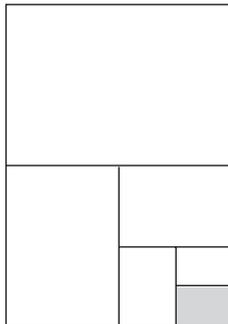
DIN A3: Halbbogen



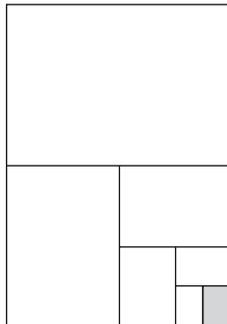
DIN A4: Briefbogen



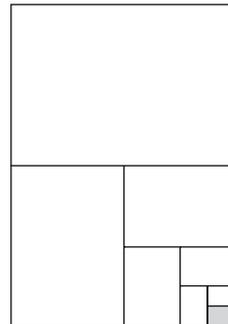
DIN A5: Blatt



DIN A6: Postkarte



DIN A7: Viertelblatt

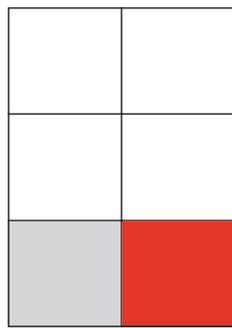


Mehr Exemplare fürs gleiche Geld

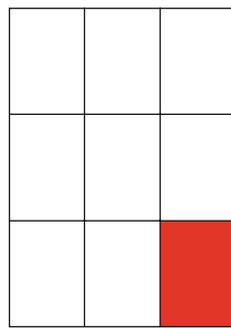
So vorteilhaft die DIN-Formate im Geschäftsalltag auch sind, sie müssen trotzdem nicht ausschließlich eingesetzt werden. Für Einladungen, jede Art von Zetteln, Kleinplakate und ähnliche Drucksachen, die nicht den standardisierten Versandhüllen angepasst sein müssen, kann man durch die Wahl eines Formats, das nur geringfügig kleiner ist als die Norm,

mehr Exemplare (in der Fachsprache „Nutzen“ genannt) aus dem Bogen DIN A1 bekommen. So lassen sich die Kosten verringern. Man erhält z.B. von dem Format 198 mm × 280 mm, das nur wenig kleiner als DIN A4, statt der acht Nutzen deren neun. Die hier gezeigten Beispiele sollen dazu anregen, noch mehr auszuprobieren.

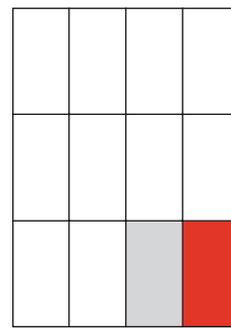
Die grauen Flächen zeigen die Möglichkeit, das Format zu verdoppeln, z.B. für eine Klappkarte.



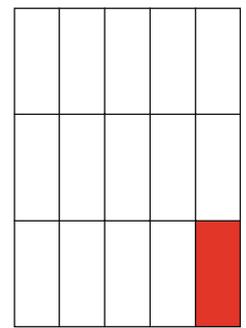
Alle Maße in mm 280 × 297



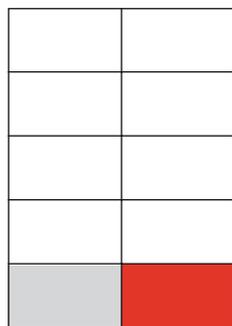
280 × 198



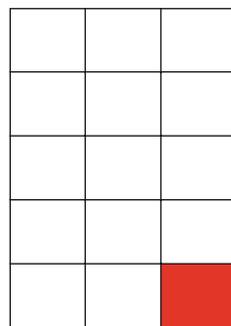
280 × 148



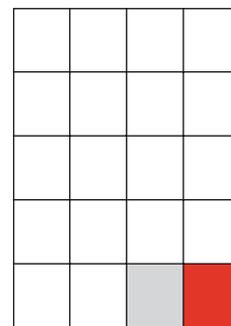
280 × 119



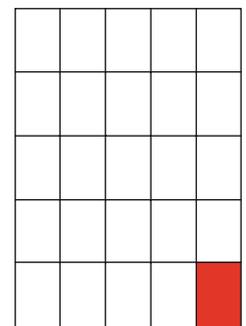
168 × 297



168 × 198



168 × 148



168 × 119



Verschiedene Falzungen Einbruchfalz



Wickelfalz



Altarfalz

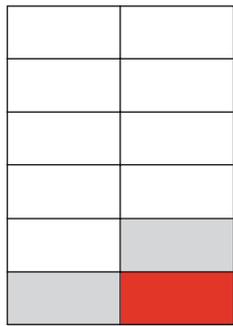


Fensterfalz

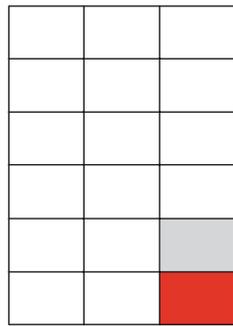
Achtung Laufrichtung!

Soll ein Format gefalzt werden, muss der Drucker auf die Laufrichtung des Papiers oder Kartons achten. Je nach der Lage des Falzes zum Bogen muss er Schmalbahn oder Breitbahn wählen, damit das Material beim Falzen nicht bricht. Das hängt mit der Lage der Fasern im Papier zusammen. In der Papiermaschine ordnen sich die Fasern überwiegend in der Längsrichtung der Papierbahn. Werden danach

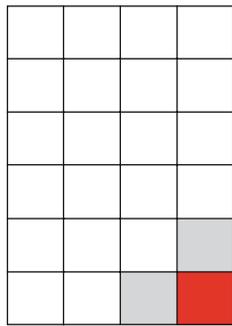
die Bögen quer zur Papierbahn abgeschnitten, dann bezeichnet man das als Breitbahn. Werden sie jedoch parallel mit der Papierbahn geschnitten, erhalten wir die Schmalbahn. Falzungen lassen sich problemloser in der Laufrichtung ausführen, andernfalls müssen sie bei etwas stärkeren Papieren oder Karton vorgegütet werden. – Ein zusätzlicher Kostenfaktor.



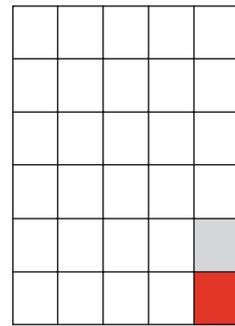
140 × 297



140 × 198

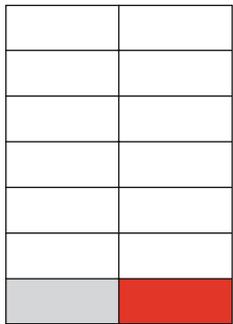


140 × 148

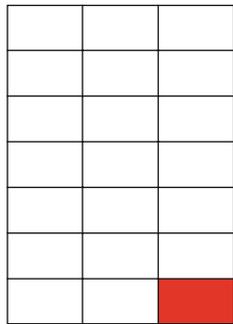


140 × 119

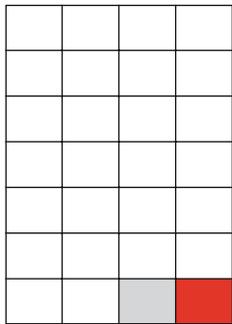
Alle Maße in mm



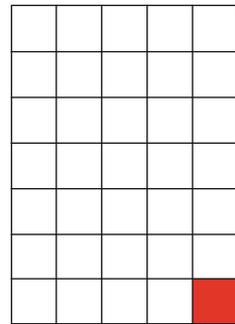
120 × 297



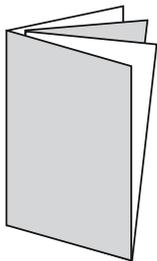
120 × 198



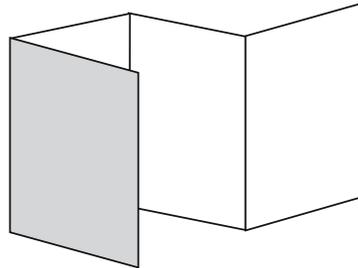
120 × 148



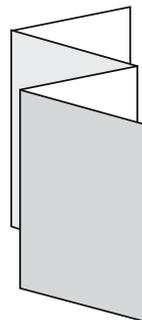
120 × 119



Kreuzbruchfalz



Parallelfalz



Zickzack- oder Leporellofalz

Zeitschriften- und Prospektformate

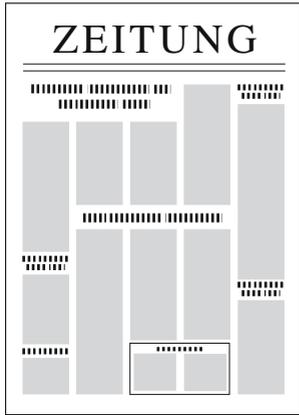
Obgleich praktisch alles möglich ist, wird man doch aus wirtschaftlichen Gründen ein Format wählen, das es erlaubt, ein bestimmtes Bogenformat weitgehend auszunutzen und keinen Verschnitt übrig zu

lassen. Bei hohen Auflagen beginnen die Überlegungen bereits beim Papiereinkauf. Bei sehr hohen Auflagen ist es möglich, dafür Sondergrößen in der Papierfabrik zu bestellen.

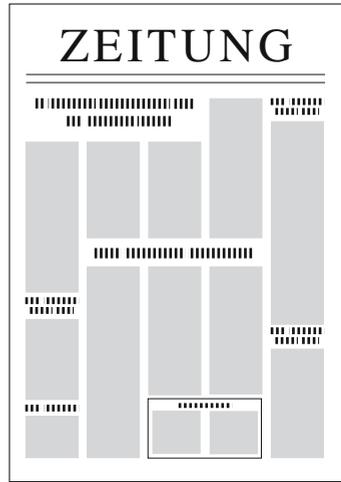


Im Gegensatz zu den Spalten der Textseiten, die frei gestaltet werden können und möglichst in ungerader Zahl auftreten sollten, aber nicht unbedingt fünf sein müssen wie in den Beispielen, wurde die Zahl

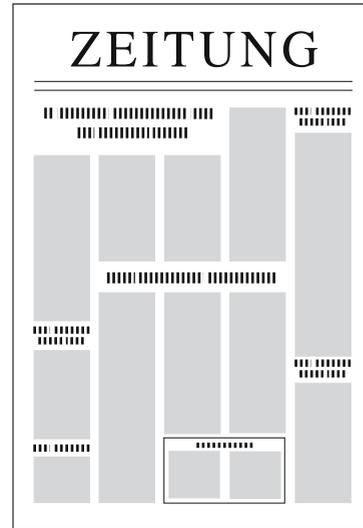
der Spalten auf den Anzeigenseiten genormt. Für das nordische Format sind acht, für das rheinische sieben und für das Berliner sechs Spalten für Anzeigen vorgesehen.



265 × 360
1/2 Rheinisches Format

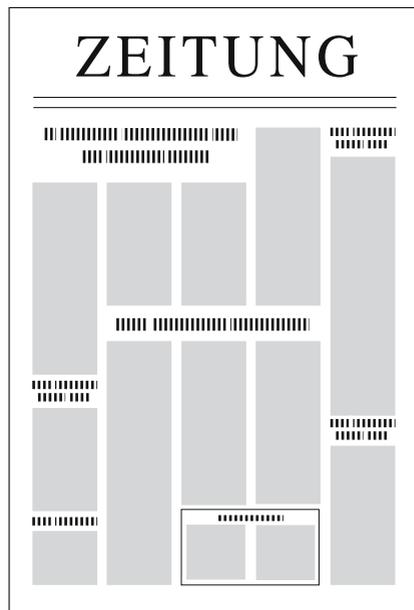


297 × 420
DIN A3

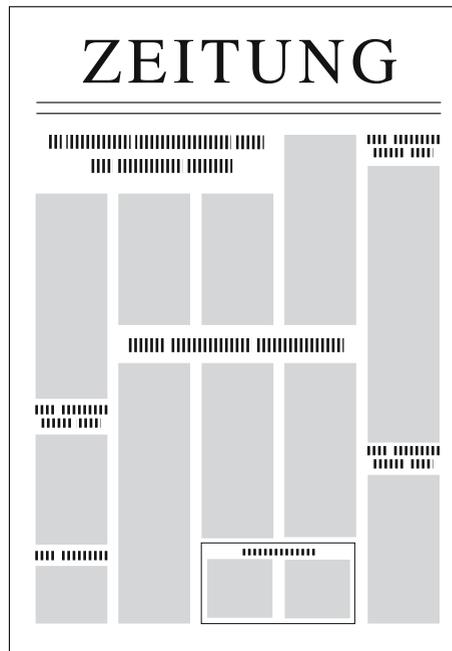


315 × 470
Berliner Format

Alle Maße in mm



360 × 530
Rheinisches Format



400 × 570
Nordisches Format