



Prof. Rayan Abdullah

Markenbau  
Agentur für  
Corporate Identity/  
Corporate Design

ra@markenbau.de  
markenbau.de

Schriften:  
Manual  
von Ole Schäfer

Quadrat  
von Fred Smeijers

# Typografie in Formularen

## Typografie in Formularen.

Typografie – das ist zu allererst die Fähigkeit, zur Lösung einer kommunikativen Aufgabe die geeignete Schrift auszuwählen und Texte so zu setzen, dass ihr Inhalt nicht nur leicht zu lesen, sondern vor allem leicht verständlich ist. Darüber hinaus ist Schrift natürlich ein Mittel zur Illustration, zur Gestaltung von Botschaften über den eigentlichen Text hinaus. Niemand, der sich auch nur halbwegs beruflich mit der Produktion wirkungsvoller Medien beschäftigt, würde das in Frage stellen. Doch was für Bücher, Zeitungen, für Broschüren, Plakate und Anzeigen selbstverständlich ist – ihre professionelle Produktion, von der Konzeption bis zur Gestaltung – scheint für die Entwicklung von Formularen seltener zu gelten. Formulare führen noch immer ein Schattendasein.

Ungeliebt und unterschätzt: Das Interesse bei Grafikdesignern, Typografen und Kommunikationsmachern an Formularen und Vordrucken ist leider allgemein gering. Um so tiefer sitzen die Vorurteile. Jeder hat seine persönlichen Erfahrungen mit Formularen. Selten sind es positive. Gestalter haben meist einen großen Bogen um Formulare gemacht und diese traditionell Setzern, Druckern und Formularmachern überlassen. Unter den „Akzidenzen“ – unwesentlichen Gelegenheitsarbeiten – fristeten sie lange Zeit ihr Dasein. Und seit dem Einzug der modernen Medien in der Bürokommunikation hat sich die Formularproduktion noch einmal verändert. Heute sind es häufig Laien, die für die Gestaltung vieler Formulare verantwortlich sind, die unseren Alltag prägen. Und damit ihren schlechten Ruf bestärken. Doch nicht nur das. Da sich Formulare heute so vermeintlich einfach erzeugen lassen, scheint endgültig der Respekt vor den Anforderungen an gute Gestaltung verschwunden zu sein.



Insbesondere der Respekt vor den Aufgaben und Möglichkeiten guter Typografie. Und dennoch kommen angesichts dieser Tatsachen selbst gute Designer eher selten auf die Idee, dass es nicht die Formulare an sich sind, die Kritik verdienen, sondern nur schlechte und unverständliche Gestaltung. Die Missachtung typografischer Maßstäbe, die sich über Jahrhunderte entwickelt haben, ist daher den Machern zur Last zu legen – nicht dem Medium.

Von der Wiege bis zur Bahre: Formulare begleiten uns durchs Leben, und niemand kann sich ihnen entziehen. Man sollte aus diesem Grund annehmen, dass Typografen und Gestalter begeistert davon sein müssten, den prägenden Einfluss dieses alltäglichen Mediums zu nutzen. Und dass gute Typografie gerade hier beweisen kann, dass es ihr nicht um zweckfreie Ästhetik, sondern um Effizienz und Effektivität in der Vermittlung und Erfassung von Informationen geht. Wie schon bei den ersten Formularen: Weithin unbekannt ist, dass es die Ablassbriefe der katholischen Kirche waren, die kurz nach der Erfindung des Buchdrucks die Innovation „Formular“ darstellten. Typografisch gesehen handelte es sich bei diesen Formularen um einfache „slot and filler“-Lückentexte, bei denen handschriftlich



Neu erschienen im Stiebner Verlag: „Formulare. Von der Wiege bis zur Bahre...“ / verfasst von Prof. Rayan Abdullah und Karsten Henze / ISBN 978-3-8307-1339-5 / [www.formular-buch.de](http://www.formular-buch.de)

Datum und Name ergänzt wurden. Doch ob Formulare nun der Informationsgewinnung oder der Informationsvermittlung dienen, stets haben die Gestalter und Typografen deren Erfolg selbst in der Hand. So gibt es zwar sicher einfachere Dinge zu gestalten und Designpreise lassen sich mit Formularen eher selten gewinnen. Aber ihr großer Einfluss auf den Alltag lässt sie zu einer interessanten Herausforderung werden. Nicht nur für Gestalter – auch für Auftraggeber, die häufig deren Bedeutung für das eigene Image unterschätzen. Auch Formulare prägen eine Corporate Identity. Bereits im Vorfeld der Formulargestaltung muss sich der Typograf über eine Vielzahl von Rahmenbedingungen Klarheit verschaffen, die über den Erfolg entscheiden: Wer wird



das Formular nutzen, in welcher Situation, was soll erreicht werden, welche Zeit steht dafür zur Verfügung und wie führe ich den Anwender mit gestalterischen Mitteln durch die Informationsebenen? Zunächst ist es natürlich die Wahl der geeigneten Schrift selbst, die eine große Rolle für den Erfolg von Formularen spielt. Sei es beispielsweise



zur Unterscheidung von variablen oder fixen Informationen, bei der Betonung wichtiger Inhalte oder auch – anders als beim zumeist freiwillig gelesenen Buch – beim Abbau möglicherweise vorhandener Barrieren. Formulare verfügen meist über zuviel Text, daher wird die erste Wahl des Typografen auf schmaler laufende Schriften fallen. Natürlich müssen diese in allen Bereichen klar lesbar sein, Auszeichnungen ermöglichen und über gut erfassbare Zahlen verfügen. Denn gerade ihre Bedeutung wird häufig unterschätzt. So verfügen Mediävalziffern beispielsweise, wie gewöhnliche Buchstaben, über Unter-, Mittel- und Oberlängen und fügen sich leicht in ein Schriftbild ein. Gerade Formulare wirken auf diese Weise harmonischer.

Ein Formular ist kein Plakat. Daher erfordert nicht nur die Wahl der richtigen Schrift, sondern auch der Einsatz der richtigen Schriftgröße erhöhte Aufmerksamkeit. Mit

deren gezieltem Einsatz lassen sich Informationen strukturieren und auch Lesegeohnheiten berücksichtigen. Gleiches gilt für die Möglichkeiten typografischer Hervorhebungen. Jahrhundertlang waren Sperrungen – aufgrund fehlender technischer Alternativen – die bevorzugte Auszeichnungsform. Sie haben durchaus ihren prägenden Anteil an der negativen Wahrnehmung von Formularen. Ähnlich wie reine Versalschreibweisen wirken auch Sperrungen häufig laut und bürokratisch. Generell gilt: Viele gestalterische Elemente sind dazu geeignet, Informationen hervorzuheben, doch insbesondere bei Formularen gilt: Weniger ist mehr.

Am deutlichsten wird ein Formular durch die Art der Trennung von vorgedruckter Information zu den Bereichen geprägt, die für die variablen Daten vorgesehen sind. In aller Regel sollen Linien dabei helfen, handschriftliche Ergänzungen aufzunehmen. Sie können dabei einladend wirken und führen oder das genaue Gegenteil bewirken. Zu vermuten ist zudem, dass der „horror vacui“, die Angst vor leerem Raum, der Gestaltung vieler Formulare zugrunde liegt. Zu überladen sind sie, zu zergliedert. Doch statt die Nutzer blattbreit mit Kleingedrucktem zu konfrontieren und Texte in Linien und Kästchen einzusperrern (aus Angst, sie könnten herausfallen?), lassen sich durch Reduktion und den gezielten Einsatz weißer Fläche die unterschiedlichen Bereiche eines Formulars viel klarer und sympathischer gliedern. Durch den Verzicht auf zu viele Kästchen und Linien sowie durch den gezielten Einsatz von Farbe und Weißraum wirken Formulare aber nicht nur aufgeräumt, sondern sie funktionieren auch besser. Es ist gute Typografie, die durch das optimale Zusammenspiel aller Basiselemente ein klares, verständliches und dadurch funktionierendes Formular entstehen lässt.