



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

Apropos Typografie

Wie definiert man Typografie? Ist es ein sehr breit gefächertes Begriff oder kann man ihn mit ein paar kurzen Worten erklären? Sucht man schnell in der Online-Datenbank Wikipedia oder greift man im Regal zum altbewährten Brockhaus? Wer sich damit nicht zufrieden gibt, geht zum Buchladen und hofft dort mehr Informationen zu erhalten. Nach dem Prinzip, eine Recherchequelle ist nicht ausreichend, um ein Thema zu behandeln. Will man schließlich im Ausland recherchieren, nutzt man die Encyclopedia Britannica.

Nun suche ich nach dem Begriff Typographie oder Typografie. Wer sich für ein Buch zu diesem Thema interessiert, muss damit rechnen, dass es Geld kostet; und was nicht umsonst ist, hat eben einen Wert. Aber ist man letztendlich schlauer? Ich erlaube mir einen anderen Weg: Typografen definieren Typografie.

Die lebhafteste Diskussion um die Typografie seit dem Zwanzigsten Jahrhundert ist ununterbrochen. Erneuerungsbefürworter und Traditionelle lieferten sich jahrelang einen inhaltlichen Streit. Das hat die Typografie sehr befruchtet und macht es immer noch. Die ausgewählten Zitate und Aussagen geben einen Überblick über den Typografiezustand in der vergangenen Zeit und jetzt.

„Typographie ist die Gestaltung eines Raumes, welcher sich aus Funktionen und Materie ergibt. Die Bestimmung der Funktion, die Wahl der Materie, verbunden mit der Ordnung des Raumes sind die Aufgaben des Typographen. Sie bestimmen Form und Ausdruck einer Drucksache. Typographie kann sehr verschieden gehandhabt werden. Die einfache Lösung jedoch entspricht ihrem

innersten Wesen am ehesten und ist wohl deshalb im Allgemeinen auch die schönste. Ausnahmen bestätigen auch hier die Regel“.

Max Bill: „Die Typographie ist der grafische Ausdruck unserer Zeit“, in: Schweizer Reklame 1937.

„Das Verständnis für typografische Werte verschaffte ich mir aus verschiedenen Quellen. Namentlich die Typografie, wie sie am Bauhaus in Dessau und von Tschichold praktiziert wurde, beeinflusste mich wesentlich“.

Josef Müller-Brockmann: „Mein Leben: Spielerischer Ernst und ernsthaftes Spiel“, Verlag Lars Müller, Baden 1994

„Der rechte Winkel gehört, neben der Wiederholung der Formen, in das Bild der Typographie. Das Setzen mit Blei bedingt das Bauen eines Satzes im rechten Winkel und nach bestimmten technischen Gesetzen. Papierstrukturen und Druckverfahren üben einen großen Einfluss auf das Schriftbild aus. Zuviel Text auf einer Seite wirkt ermüdend, zu wenig Text wirkt unangenehm, weil der Leseprozess durch das häufige Wenden der Seiten zu oft unterbrochen wird. Zu den Gesetzen der Form gehören auch alle Möglichkeiten der Gliederung. Der gestaltende Typograph muss sie kennen, und um sie sinnvoll anwenden zu können, soll er sich in die Rolle der umworbenen und geplagten Leser, zu denen er ja selber auch gehört, einfühlen“.

Emil Ruder: „Typographie“, Arthur Niggli Verlag, Teufen 1967.

„Asymmetrie ist heute häufig und oft durchaus angezeigt. Aber die eigentliche Form der Typographie ist Symmetrie. Nirgendwo ist Symmetrie so legitim wie in der Typographie. Der Schreiber hat Mühe, eine Zeile zu zentrieren. Für den Setzer ist es die einfachste Sache von der

Welt. Sie ist noch immer die am nächsten liegende und bei weitem praktischere Satzweise, die in der Hand des Geübten mit viel größerer Sicherheit beleidigende Figuren ergibt als asymmetrisches Experimentieren. Ganz irrig wäre es, Asymmetrie gegen Symmetrie auszuspielen und diese veraltet zu nennen. Eher ließe sich sagen, dass Asymmetrie gegenwärtig reichlich abgenützt ist und langweilt. Wenn sich manche Typographen bis in die Wolken verlieren, ist es gut sich zu erinnern, dass Typografie eine nützliche Kunst für alle ist und dass der Typograph, eher als manch anderer Beruf, mit beiden Beinen sicher auf der Erde stehen muss“.

Jan Tschichold: „Zur Typographie der Gegenwart“ - BDB. 13.1487-1940, 1957

„Gute Typografie ist vor allem eine mit schöpferischer Sorgfalt zu erbringende Dienstleistung für den Leser. Sie ist unaufdringlich und, um es mit einem Wort von Prof. Kurt Weidemann zu sagen, „Umweltschutz für die Augen“. Richtige Anmutung, schnelle Erfassbarkeit und gute Lesbarkeit sind die Kriterien, an denen ihre Qualität zu messen ist“.

Klaus Rähm: Typografik, H/G-Media Druck & Verlag GmbH, Engelsbrand 1996

„Alle Maßstäbe für den gewissenhaften und inspirierten Umgang mit Typografie haben sich in der Ära des Bleisatzes gebildet. Wer diese kennt und ihren Sinn versteht, hat eine strenge Schule hinter sich und wird mit den verführerischen Freiheiten des digitalen Satzes vorsichtig umgehen und sich nicht von jedem albernen typografischen Experiment beeindrucken lassen“.

Axel Bertram: „Das wohltemperierte Alphabet“, Verlag Faber&Faber, Leipzig 2005