



Abril

Abril Text und Abril Display:
ein starkes Gespann
für den redaktionellen Einsatz

- 5** Einführung
Meinungsbotschaft des Designers
- 7** Schriftenvorstellung
Alles über die Abril
- 23** Schriftspiel
Spiel mit Buchstaben und einzelnen Wörtern
- 47** Schriftspiel bei Songtexten
Verhalten der Abril bei Lyrics
- 77** Schriftspiel bei Mengentext
Verhalten der Abril im Magazin/Zeitung-Layout
- 103** Quellen
Quellenverzeichnis zum Schriftkompendium Abril

[Schriftkompendium Abril]

Das Kompendium entstand im Sommersemester 2020 der IUBH Duales Studium im Rahmen des Kurses „Typografie anwenden“. Von Oktober 2019 bis August 2020 wurde gestöbert, recherchiert und im Anschluss realisiert. Das Internet wurde auf den Kopf gestellt, das Skizzenbuch ordentlich gefüllt und der Rechner mehrmals zum Abstürzen gebracht.

Ein Kompendium (latein compendium »Ersparnis« oder auch »abgekürzter Weg«) ist in der Literatur eine geordnete Zusammenstellung eines Ausschnitts des menschlichen Wissens und kann als Nachschlagewerk dienen. Im Arbeitsrecht gehören Handbücher bei Unternehmen oder Behörden zu den Arbeits- und Dienst-anweisungen. Exemplare geringeren Umfangs bezeichnet man als Handbüchlein Wikipedia. (1970, Januar). *Wikipedia – Die Freie Enzyklopädie*. Wikipedia. <https://de.wikipedia.org>.

Aufgabe war es in diesem Semester ein Kompendium zu einer von uns selbst ausgesuchten Schriftart zu erstellen. Darunter sollen eine Schriftvorstellung sowie ein Portrait des Gestalters vorhanden sein. Mit einem strukturierten Konzept und einer klaren Zieldefinition entstehen technische, systematische und spielerische Texte. Aus dem Kompendium soll klar zu erkennen sein, was die ausgewählte Schrift kann und was nicht. Welche Besonderheiten sie hat und wofür sie sich überhaupt nicht eignet. Neben Schriftspiel und Mengentexten kreierte ich ein kleines Bonuskapitel bei dem ich das Verhalten der Schrift bei Songtexten untersuche und demonstriere.

Gespielt wird mit Laufweite, verschiedenen Schriftschnitten, Hierarchie und Mengensatz, Farbe, Raum und Struktur. Im folgenden Kapitel geht es um die Schriftvorstellung und die Designer. Dabei geht es um die Entstehung und die Merkmale der Schrift. Zusätzlich werden noch einige Zeichen und Buchstaben in verschiedenen Schriftschnitten gezeigt. Die darauf folgenden Kapitel zeigen die außergewöhnliche Schrift und ihr Verhalten bei Song- sowie Mengentexten.

[Geschichte & Entwicklung]

Optimiert für den Text- und Displaysatz bietet die Schrift Abril von Veronika Burian und José Scaglione (2011) alles, um im schwierigen Umfeld des redaktionellen Designs zu bestehen. Lernen Sie das starke Schrift-Gespann im Folgenden genauer kennen. Die zwei Varianten der Abril rufen etwas in Erinnerung, dass im Zeitalter des Desktop Publishing leicht in Vergessenheit gerät: Je nach Einsatzgebiet werden an Schriften unterschiedliche Anforderungen gestellt. Während die Abril Display in großen Schriftgraden ihre Stärken ausspielt, ist die Abril Text für den Textsatz optimiert.

Beide Schriftvarianten folgen den gleichen Gestaltungsprinzipien und sind perfekt aufeinander abgestimmt, haben aber leicht unterschiedliche Vorbilder zur Grundlage.

Die Formen der Abril Display orientieren sich an der klassizistischen Antiqua wie etwa der Bodoni oder Didot. Hoher Kontrast in der Strichstärke und feine nahezu rechteckige Serifen sind die charakteristischen Merkmale dieser Schriftgattung, die sich auch bei der Abril Display wiederfinden. Den tropfenförmigen Linienabschluss hat Burian in der Abril mit einer charakteristischen Kerbe versehen.

Die Buchstaben der Abril Text wirken auf den ersten Blick wie eine im Kontrast reduzierte Version der Abril Display. Der direkte Vergleich der Buchstabenformen zeigt aber, dass die Abril Text von Grund auf neu gezeichnet und für die Anforderungen im Textsatz optimiert ist.



Als Inspirationsquelle für diese Schriftversion dienen sowohl die Slabserifschriften des 19. Jahrhunderts als auch die sogenannten „Scotch Roman“. Im Vergleich zur Abril Display ist nicht

[Geschichte & Entwicklung]

In der Abril Display sind die minimale Strichdicke wie auch die Serifenstärke über die verschiedenen Abstufungen konstant, so dass der Kontrast der Schrift von der Regular zur Black deutlich zunimmt.

Alle Schnitte der Abril verfügen über echte Kursive. Unter Beibehaltung der charakteristischen Merkmale der jeweiligen Variante sind die Buchstaben in den Kursiven deutlich schwungvoller gestaltet, zeigen rund ausgezogene Linienabschlüsse und Buchstaben wie das „a“, „g“ und „f“ wechseln in die für eine Kursive übliche geschlossene oder einäugige Form, beziehungsweise erhalten eine Unterlänge.

abril text – a serif typeface

abril display – a serif typeface

Die Schnitte mit dem Zusatz Display basieren auf den Gestaltungsprinzipien der klassizistischen Antiqua und eignen sich entsprechend besonders für größere Schriftgrade. Die Schnitte mit dem Zusatz Text basieren dagegen auf den Egyptienne-Schriften des 19. Jahrhunderts. Mit dem deutlich schwächeren Strichstärkenkontrast können sie auch für Fließtexte angewendet werden.

Bodoni – Klassizistische Antiqua

Abril Display – Serifenschrift



Veronika Burian und José Scaglione

entwarfen die Abril 2011



Schriftvorstellung

[Designer]

Veronika Burian und José Scaglione haben sich kennengelernt und eine respektvolle Verwandtschaft entwickelt, als sie ihren Master in Schriftdesign an der University of Reading in Großbritannien abgeschlossen haben. TypeTogether wurde 2006 gegründet und ist eine unabhängige, kosmopolitische Firma, die Texttypografie für die intensive digitale und gedruckte redaktionelle Nutzung erstellt. Wir haben uns zu einem weltweit lebenden Kernteam entwickelt und in die tägliche Arbeit investiert, vernetzt mit anderen Schriftdesignern und Spezialisten, die zeitweise bei bestimmten Projekten zusammenarbeiten.

Um die einzigartige Stimme eines Unternehmens in der gesamten Kommunikation zu vermitteln, erstellt TypeTogether benutzerdefinierte Typlösungen für anspruchsvolle Kunden weltweit. Deutliche Vorteile in Ihrem Markt können durch die Erstellung von Logos, die Inbetriebnahme einer brandneuen Schriftart, die Änderung vorhandener Schriftarten oder die Erweiterung der Sprachunterstützung erzielt werden. Kontaktieren Sie uns, um herauszufinden, wie.

TypeTogether ist davon überzeugt, dass Bildung und Ermutigung großartige Möglichkeiten sind, um Gutes in die Welt zu bringen, und nimmt eine aktive, pädagogische Rolle in der Typgemeinschaft ein. Unser jährliches Incentive-Programm für Schriftveröffentlichungen bietet einem vielversprechenden Absolventen des Schriftdesigns Mentoring und Unterstützung bei der Veröffentlichung seiner ersten Schriftfamilie. Über ihre regulären Aufgaben hinaus ist José seit 2007 im ATypI-Vorstand und von 2013 bis 2017 Präsident. Veronika ist Gründungsmitglied des Netzwerks alphabettes.org und Teil seines Mentoring-Programms.

„For a long time I argued that there were many reasons why ‘a’ should be one of the first glyphs to be designed. I argued that it has a very high repetition rate in most languages, that it has features that can be translated to other glyphs, and that it was complex enough to test how bold font can get. Then I came to the conclusion that I simply love drawing that letter“ - José Scaglione

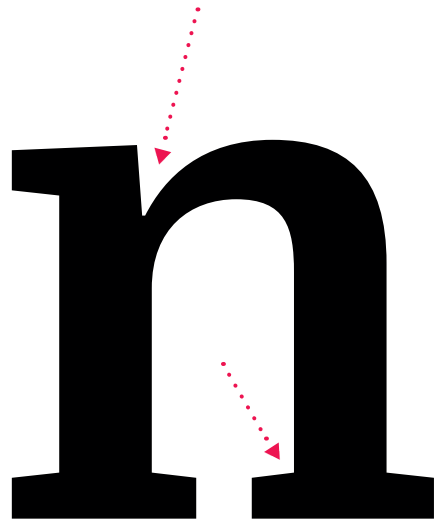
TypeTogether erstellt plattformübergreifende OpenType-Schriftarten mit anerkannter ästhetischer und technischer Exzellenz, die beim kontinuierlichen Lesen eine gute Leistung erbringen. Unser international ausgezeichneten Katalog, der für seine hohe Qualität, Nützlichkeit, Persönlichkeit und Aufmerksamkeit ausgezeichnet wurde, umfasst viele Sprachen und Skripte und wird jedes Jahr sorgfältig erweitert.

Abril Text - Light
Abril Text - Light italic
Abril Text - Regular
Abril Text - Italic
Abril Text - SemiBold
Abril Text - SemiBold Italic
Abril Text - Bold
Abril Text - Bold Italic
Abril Text - ExtraBold
Abril Text - ExtraBold Italic

Die Abril Text-Schriftarten sind eher von Slab-Serifen aus dem 19. Jahrhundert als auch von schottischen römischen Schriften inspiriert. Die Buchstabenformen von Abril Text wurden von Grund auf neu entwickelt, um die richtige Farbe, Textur und Gesamtbreite für komfortables, kontinuierliches Lesen in den schwierigsten Umgebungen zu erzielen. Dies macht es zu einer großartigen Schriftfamilie für Zeitungen, Taschenbücher, Jahresberichte und Magazine. In Bezug auf die Laufweite konkurriert Abril Text mit Zeitungsklassikern wie Utopia und Nimrod, bietet jedoch ein zeitgemäßeres Erscheinungsbild. Abril Text hebt sich von den Klassikern ab und enthält einen vollständigen Satz von Kapitälchen mit Zahlen und Satzzeichen.

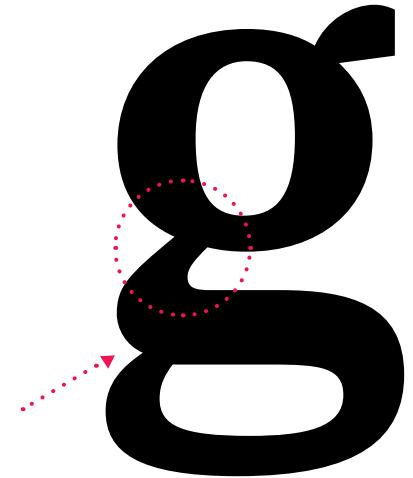
Abril Display - Regular
Abril Display - Italic
Abril Display - SemiBold
Abril Display - SemiBold Italic
Abril Display - Bold
Abril Display - Bold Italic
Abril Display - ExtraBold
Abril Display - ExtraBold Italic
Abril Display - Black
Abril Display - Black Italic

Anfangs mögen sie identisch aussehen, aber es sind die Details, die den Übergang von einer Schriftfamilie zur anderen glätten und voneinander unterscheiden. Die Display Stile, die auf einer zeitgemäßen Überarbeitung klassischer Didone-Modelle basieren, sind auf der Seite stark vertreten, ohne den Leser mit ungewohnten oder zu fesselnden Formen zu überfordern. Abril Display lenkt die Aufmerksamkeit des Lesers mit gemessener Spannung in seinen Kurven, guter Farbe und hohem Kontrast. Es bietet auch typografische Besonderheiten wie Ornamente, Ränder, spezielle Dingbats sowie alternative Buchstaben und Zahlen, die eine breite Palette für die Bedürfnisse des Designers bieten. Dieses Erbe macht den Text dunkler und kontrastärmer als das Display, genau das, was jeder braucht.



Eine offene Buchstabenkonstruktion mit niedrigem Kontrast und großzügigen Punzen bei kompakter X-Höhe sorgt für ruhige Lauf-eigenschaften.

Die Formen der Abril Text orientieren sich an der klassizistischen Antiqua wie etwa der Bodoni oder Didot. Hoher Kontrast in der Strichstärke und feine nahezu rechteckige Serifen sind die charakteristischen Merkmale dieser Schriftgattung, die sich auch bei der Abril Display wiederfinden. Den tropfenförmigen Linienabschluss hat Burian in der Abril mit einer charakteristischen Kerbe versehen.



5 brown fo
s jump 2 tim
ver 618 laz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Schriftvorstellung

Abril Text Zahlen

•	,	-
\$	%	&
=	?	*
;	)	„
#	+	:
!	(	/

Schriftvorstellung

Abril Display Zahlen

•	,	-
\$	%	&
=	?	*
;	)	„
#	+	:
!	(	/

SCHRIFTSPIEL

Schriftspiel

WEBSYIDVLA SVI
SAEGVEAE SVGE
YRHRREHYREZE
KWO WIDREISE
ABKGEUTZE
BBUZZTOINARTZ
BOIYZXMAITQA
POIUZELEARNY
NFEGLFWITLW
VMASLES SJPA
AKJVRFAAKVNE
DPOZRBANVALK
EUUAGBENMAFRE
ALCNAVIGETEW
UPOLOAWEBADE
SDEKRLEBLENR
AKVFAMLEOLTUA
AAJEAVFNAEE
BKSNVANAIWELUC
VFNIAETITATIBPC

abril

abril

abril

R



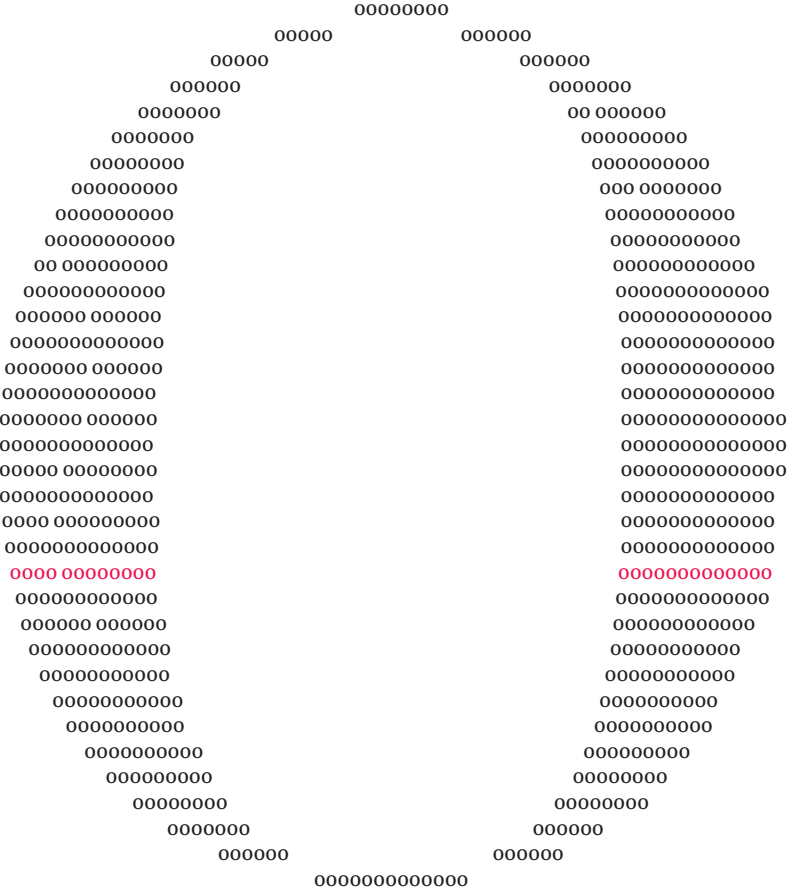


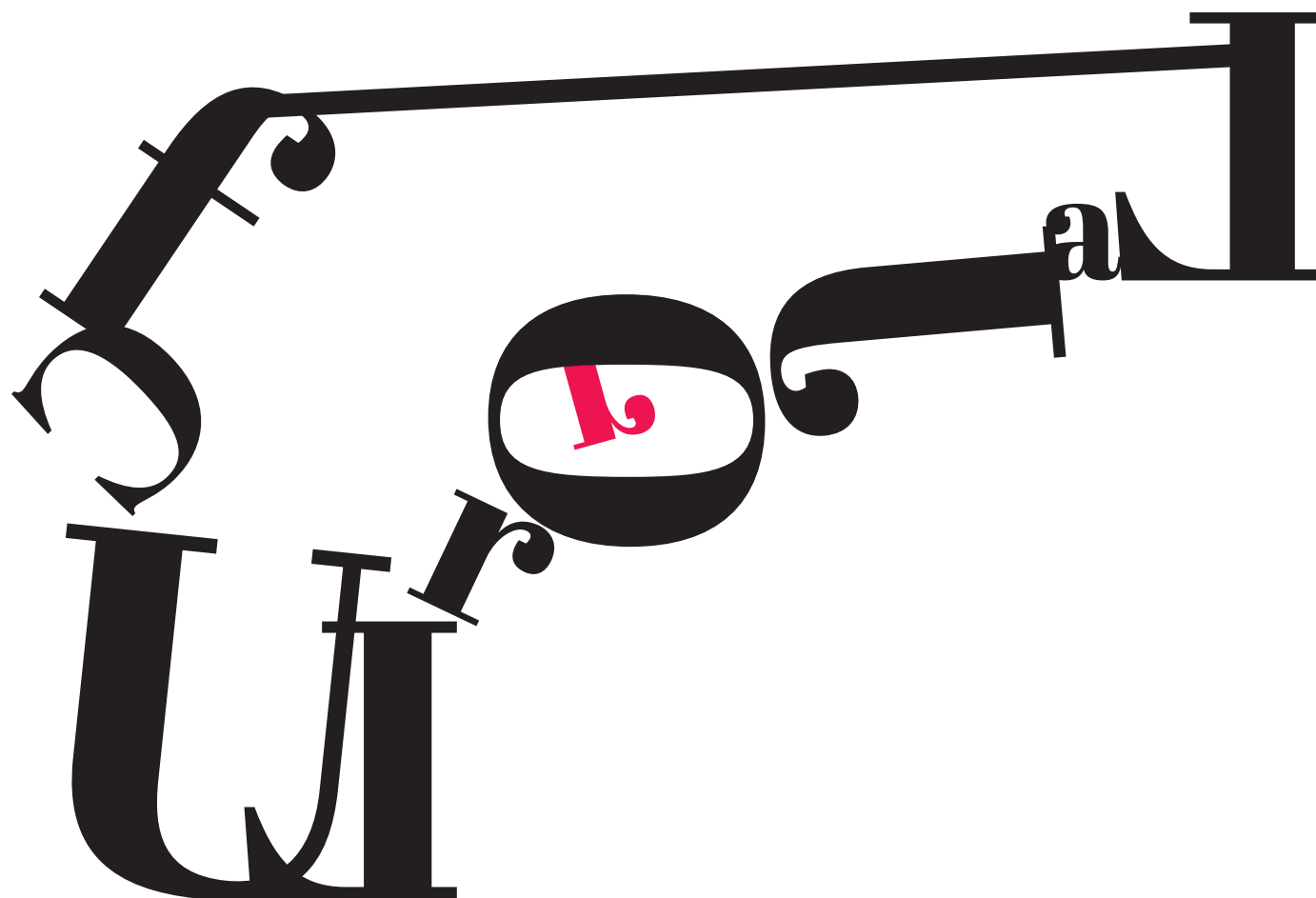
pS

GS

WA
B
C

WB
AC





A
b R i l

[illegible][illegible]

TYP
OG
RAP
HY

TYPOGRAFIE

Stil und das Aussehen von
Drucksachen

TYP
OG
RAP
HY

TYPOGRAPHY

the style and appearance of
printed matter

GROSS
UNNDIC
HELLEDU
SCH
KLEIN



kannt
den
essen?

hää

SCHRIFTSPIEL BEI SONGTEXTEN



Play Date

Play Date – Melanie Martinez

You call me on the telephone, you feel so far away
You tell me to come over,
there's some games you want to play
I walk into your house, nobody's home
It's just me and you, you and me alone

[Pre-Chorus]

We're just playing hide and seek
It's getting hard to breathe under the sheets with you
I don't want to play no games
I'm tired of always chasing, chasing after you

[Chorus]

I don't give a fuck about you anyways
Who ever said I give a shit about you?
You never share your toys or communicate
I guess I'm just a play date to you

[Verse 2]

Wake up in your bedroom and there's nothing left to say
When I try to talk you're always playing board games
I wish I had monopoly over your mind
I wish I didn't care all the time
You call me on the telephone, you feel so far away
You tell me to come over,
there's some games you want to play

[Pre-Chorus]

We're just playing hide and seek
It's getting hard to breathe under the sheets with you
I don't want to play no games
I'm tired of always chasing, chasing after you

[Chorus]

I don't give a fuck about you anyways
Who ever said I give a shit about you?
You never share your toys or communicate
I guess I'm just a play date to you

[Bridge]

Ring around the rosy
I never know, I never know what you need
Ring around the rosy, I want to give you, want to give you
What you need

[Chorus]

I don't give a fuck about you anyways
Who ever said I give a shit about you?
You never share your toys or communicate
I guess I'm just a play date to you

[Outro]

You know I give a fuck about you everyday
Guess it's time that I tell you the truth
If I share my toys, will you let me stay?
Don't want to leave this play date with you

Play Date – Melanie Martinez

You call me on the telephone, you feel so far away

You tell me to come over,

there's some games you want to play

I walk into your house, nobody's home

It's just me and you, you and me alone

[Pre-Chorus]

We're just playing hide and seek

It's getting hard to breathe under the sheets with you

I don't want to play no games

I'm tired of always chasing, chasing after you

[Chorus]

I don't give a fuck about you anyways

Who ever said I give a shit about you?

You never share your toys or communicate

[Bridge]

Ring around the rosy

I never know, I never know what you need

Ring around the rosy, I want to give you, want to give you

What you need

[Chorus]

I don't give a fuck about you anyways

Who ever said I give a shit about you?

You never share your toys or communicate

I guess I'm just a play date to you

[Outro]

You know I give a fuck about you everyday

Guess it's time that I tell you the truth

If I share my toys, will you let me stay?

Don't want to leave this play date with you

Undress Rehearsal

[Intro]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 1]

You deserve more than a cameo
How are you not in my video?
Lets take it back to my studio
And we can let it roll tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now
Your scene's about to start
I do believe I can see you're a star
Don't know your name but you're made for the part
Cause you're perfect, babe
Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la
Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 2]

No, you don't need to audition, babe
Don't need no headshots or pictures, babe
There's no contract to negotiate
So we should let it roll tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now
Your scene's about to start
I do believe I can see you're a star
Don't know your name but you're
made for the part
Cause you're perfect, babe
Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

Undress Rehearsal

Timeflies

[Intro]

Ooh, la la la, la la, la la la

Ooh, la la la

[Verse 1]

You deserve more than a cameo

How are you not in my video?

Lets take it back to my studio

And we can let it roll tonight

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la

Ooh, la la la, la la la la la la

Ooh, la la la, la la, la la la

Ooh, la la la

[Verse 2]

No, you don't need to audition, babe

Don't need no headshots or pictures, babe

There's no contract to negotiate

So we should let it roll tonight

Undress Rehearsal

[Intro]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 1]

You deserve more than a cameo
How are you not in my video?
Let's take it back to my studio
And we can let it roll tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now
Your scene's about to start
I do believe I can see you're a star
Don't know your name but you're
made for the part
Cause you're perfect, babe
Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la
Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 2]

No, you don't need to audition, babe.
Don't need no headshots or pictures,
babe
There's no contract to negotiate
So we should let it roll tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now
Your scene's about to start
I do believe I can see you're a star
Don't know your name but you're
made for the part
Cause you're perfect, babe
Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la
Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la

[Verse 3]

Stop, let the credits roll
On star status, need a telescope
Magazines, that centerfold
All the dudes like, „She could get it
though“
She could get it though?
(She could get it though)
From the top down, like it sexual
See that wardrobe at awards show
Now it's your name in an envelope like

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la
Hey everybody say
Ooh, la la la, la la la la la la
Everybody say
Ooh, la la la, la la, la la la
Everybody say
Ooh, la la la
Hey, hey, hey, hey, Let's go!

[Outro]

Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Let it ride out, let it ride out

58

57

Undress Rehearsal

[Intro]

Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 1]

You deserve more than a cameo. How
are you not in my video? Lets take it
back to my studio and we can let it roll
tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now Your scene's
about to start I do believe I can see
you're a star Don't know your name but
you're made for the part Cause you're
perfect, babe Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la, Ooh, la la la,
la la la la la la, Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la

[Verse 2]

No, you don't need to audition, babe.
Don't need no headshots or pictures,
babe There's no contract to negotiate
So we should let it roll tonight

[Pre-Chorus]

Girl, come with me now Your scene's
about to start I do believe I can see
you're a star Don't know your name but
you're made for the part Cause you're
perfect, babe Time to work it, babe

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la, Ooh, la la la,
la la la la la la, Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la

[Verse 3]

Stop, let the credits roll On star status,
need a telescope Magazines, that cen-
terfold All the dudes like, „She could
get it though“ She could get it though?
(She could get it though) From the top
down, like it sexual See that wardrobe
at awards show Now it's your name in a
envelope like

[Chorus]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la Hey everybody
say Ooh, la la la, la la la la la la, Everybo-
dy say Ooh, la la la, la la, la la la Ever-
ybody say Ooh, la la la Hey, hey, hey,
hey, Let's go!

[Outro]

Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal Se-
xy gi-rl, let's undress rehearsal Se-xy
gi-rl, let's undress rehearsal Se-xy gi-rl,
let's undress rehearsal Let it ride out,
let it ride out

[P r e - C h o r u s]

Girl, come with me now Your scene's
about to start I do believe I can see
you're a star Don't know your name but
you're made for the part Cause you're
perfect, babe Time to work it, babe

[C h o r u s]

*It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action*

[P o s t - C h o r u s]

Ooh, la la la, la la, la la la, Ooh, la la la,
la la la la la la, Ooh, la la la, la la, la la la
Ooh, la la la, la la la la la la

[V e r s e 3]

Stop, let the credits roll On star status,
need a telescope Magazines, that cen-
terfold All the dudes like, „She could
get it though“ She could get it though?
(She could get it though) From the top
down, like it sexual

See that wardrobe at awards show
Now it's your name in a envelope like

[Chorus]

It's your undress rehearsal
So take your clothes off
Show me how you show off
It's your undress rehearsal
You the main attraction
Lights, camera, action

[Post-Chorus]

Ooh, la la la, la la, la la la
Hey everybody say
Ooh, la la la, la la la la la la
Everybody say
Ooh, la la la, la la, la la la
Everybody say
Ooh, la la la
Hey, hey, hey, hey, Let's go!

[Outro]

Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Se-xy gi-rl, let's undress rehearsal
Let it ride out, let it ride out

[Intro]

(All I ever wanted was to
dance
I wanna dance)

[Verse 1]

I've paid my
bills on time,
I've been working hard
Always
done my best,
I've always

done my best,
I've always
played my part
All these gloo-
my days, I just
watched them
pass

[Chorus]

When all I ever
wanted was to
dance, move

move my feet
 Go out rocking to the beat
 Take a chance, rocket man
 Just like I'm in the band

I wanna dance, move my feet

Go out rocking to the beat
 Take a chance, rocket man
 All I ever wanted was to dance (Ayy)
 I wanna dance (Ayy)
 All I ever wanted was to dance (Ayy)
 I wanna dance tonight

I wanna dance all night

[Verse 2]

Now I work all day, I even wear a suit
 The walls are misty gray, and here's the awful truth
 I'm wasting all my time, just working for the man

[Chorus]

When all I ever wanted was to *dance*, move my feet

Go out rocking to the beat
 Take a chance, rocket man
 Just like I'm in the band

Take a chance, rocket man
 All I ever wanted was to dance (Ayy)
 I wanna dance (Ayy)
 All I ever wanted was to dance (Ayy)

I wanna dance *tonight*
 I wanna dance all night

[Bridge]

But it's not too late
 I'm gonna turn this ship around when I get paid
 I'm gonna leave this god damn job and finally
 Just listen to myself, don't care ,
 bout nobody else but me
 I'm gonna dance all night
 I'm gonna dance all night

*I'm gonna dance
 all night*

Dance all night

I wanna dance

**Bored
in
the
house**
by Tyga

[Chorus: Curtis Roach]

Okay, I'm bored in the house and I'm in the house bored
(Bored)

Bored in the house and I'm in the house bored (Bored)

Bored than a motherfucker, in the house bored

And I'm bored than a motherfucker, in the house bored

Bored in the house, bored in the house, bored (Bored)

Bored in the house, bored in the house, bored (Bored)

I'm bored than a motherfucker, in the house bored

And I'm bored than a motherfucker, in the house bored (Ayy)

[Post-Chorus: Curtis Roach]

I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored

I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored,

ayy

[Verse 1: Tyga]

Ayy, I need me a thick chick (Yeah)

Sittin' on the couch and I'm going through my Netflix (Yeah)

Bored than a motherfucker, I ain't even doin' shit

Tell her pull up, make it shake like Nesquik (Woo)

Neck frozen with nowhere to go, bitch (No)

Pop in COD on the PS4 (Yeah)

Tell the bitch chill like refrigerator doors

We can heat up some ramen, can't go to the store, haha (Hah)

Can't even go on tour (No)

Nigga so bored, I am losing my mind (Mind)

All these girls, tell ,em one at a time (Time)

Nigga still hatin', tell ,em catch me outside (,Side)

I'm finito (Finito)

At home like Depot, ayy (Depot)

She gon' suck it like mosquito, ayy (,Squito)

I ain't lyin', she a Leo (Leo)

Ayy, married to the money, dressed in tuxedos (Yeah)

I control your mind like I'm Magneto (Beam)

Got my Vans on and they look like sneakers (Yeah)

Explore like Dora, on the hunt like Easter

***Bored
in
the
house
by Tyga***

– 69 –

[Chorus: Curtis Roach]

Okay, I'm bored in the house
and I'm in the house bored
(Bored)

Bored in the house and I'm
in the house bored (Bored)

Bored than a motherfucker,
in the house bored

And I'm bored than a
motherfucker, in the house
bored

Bored in the house, bored in
the house, bored (Bored)

Bored in the house, bored in
the house, bored (Bored)

I'm bored than a motherfu-
cker, in the house bored

And I'm bored than a
motherfucker, in the house
bored

Bored in the house, bored in
the house, bored (Bored)

Bored in the house, bored in
the house, bored (Bored)

I'm bored than a motherfu-
cker, in the house bored

And I'm bored than a
motherfucker, in the house
bored (Ayy)

[Post-Chorus: Curtis Roach]

I'm bored, bored, bored,
bored, bored, bored, bored,
bored

I'm bored, bored, bored,
bored, bored, bored, bored,
bored, ayy

[Verse 1: Tyga]

Ayy, I need me a thick chick
(Yeah)

Sittin' on the couch and I'm
going through my Netflix
(Yeah)

Bored than a motherfucker,
I ain't even doin' shit

Tell her pull up, make it
shake like Nesquik (Woo)

Neck frozen with nowhere
to go, bitch (No)

Pop in COD on the PS4
(Yeah)

Tell the bitch chill like re-
frigerator doors

We can heat up some ra-
men, can't go to the store,
haha (Hah)

Can't even go on tour (No)
Pop in COD on the PS4

(Yeah)
Tell the bitch chill like

Neck frozen with nowhere
to go, bitch (No)

Pop in COD on the PS4
(Yeah)

Tell the bitch chill like re-
frigerator doors

We can heat up some ra-
men, can't go to the store,
haha (Hah)

Can't even go on tour (No)
Nigga so bored, I am losing
my mind (Mind)

All these girls, tell ,em one
at a time (Time)

Nigga still hatin', tell ,em
catch me outside (,Side)

I'm finito (Finito)

At home like Depot, ayy
(Depot)

She gon' suck it like mosqui-
to, ayy (,Squito)

I ain't lyin', she a Leo (Leo)
Ayy, married to the money

B O R E D

Bored in the house by Tyga

[Chorus: Curtis Roach]

Okay, I'm bored in the house and I'm in the house bored (Bored)

Bored in the house and I'm in the house bored (Bored) Bored than a motherfucker, in the house bored And I'm bored than a motherfucker, in the house bored Bored in the house, bored in the house, bored (Bored) Bored in the house, bored in the house, bored (Bored) I'm bored than a motherfucker, in the house bored nd I'm bored than a motherfucker, in the house bored (Ayy)

[Post-Chorus: Curtis Roach]

I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored
I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored,
ayy

We can heat up some ramen, can't go to the store, haha (Hah)
Can't even go on tour (No) Nigga so bored, I am losing my mind (Mind) All these girls, tell ,em one at a time (Time) Nigga still hatin', tell ,em catch me outside (,Side) At home like Depot, ayy (Depot) She gon' suck it like mosquito, ayy (,Squito) I ain't lyin', she a Leo (Leo) Ayy, married to the money, dressed in tuxedos (Yeah) I control your mind like I'm Magneto (Beam) Got my Vans on and they look like sneakers (Yeah) Explore like Dora, on the hunt like Easter

[Verse 1: Tyga]

Ayy, I need me a thick chick (Yeah) Sittin' on the couch and I'm going through my Netflix (Yeah) Bored than a motherfucker, I ain't even doin' shit Tell her pull up, make it shake like Nesquik (Woo) Neck frozen with nowhere to go, bitch (No) Pop in COD on the PS4 (Yeah) Tell the bitch chill like refrigerator doors We can heat up some ramen, can't go to the store, haha (Hah) Can't even go on tour (No) Nigga so bored, I am losing my mind (Mind) All these girls, tell ,em one at a time (Time) Nigga still hatin', tell ,em catch me outside (,Side) I'm finito (Finito) At home like Depot, ayy (Depot) She gon' suck it like mosquito, ayy (,Squito) I ain't lyin', she a Leo (Leo) Ayy, married to the money, dressed in tuxedos (Yeah) I control your mind like I'm Magneto (Beam) Got my Vans on and they look like sneakers (Yeah) Explore like Dora, on the hunt like Easter

[Chorus: Curtis Roach]

Okay, I'm bored in the house and I'm in the house bored (Bored)

Bored in the house and I'm in the house bored (Bored)
Bored than a motherfucker, in the house bored
And I'm bored than a motherfucker, in the house bored
Bored in the house, bored in the house, bored (Bored)
Bored in the house, bored in the house, bored (Bored)
I'm bored than a motherfucker, in the house bored
And I'm bored than a motherfucker, in the house bored (Ayy)

[Post-Chorus: Curtis Roach]

I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored
I'm bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored, bored,

SHAPE OF YOU Ed Sheeran

[Verse 1]

The club isn't the best place to find
a lover
So the bar is where I go
Me and my friends at the table doing
shots
Drinking fast and then we talk slow
And you come over and start up a
conversation with just me
And trust me I'll give it a chance
now
Take my hand, stop, put Van the
Man on the jukebox
And then we start to dance, and
now I'm singing like

[Pre-Chorus]

Girl, you know I want your love
Your love was handmade for some-
body like me
Come on now, follow my lead
I may be crazy, don't mind me
Say, boy, let's not talk too much
Grab on my waist and put that body
on me
Come on now, follow my lead
Come, come on now, follow my lead

[Chorus]

I'm in love with the shape of you
We push and pull like a magnet do
Although my heart is falling too
I'm in love with your body
And last night you were in my room
And now my bed sheets smell like
you
Every day discovering something
brand new
I'm in love with your body
Oh—I—oh—I—oh—I—oh—I
I'm in love with your body
Oh—I—oh—I—oh—I—oh—I
I'm in love with your body
Oh—I—oh—I—oh—I—oh—I
I'm in love with your body
Every day discovering something
brand new
I'm in love with the shape of you
[Verse 2]
One week in we let the story begin
We're going out on our first date
You and me are thrifty, so go all you
can eat
Fill up your bag and I fill up a plate
We talk for hours and hours about

[Pre-Chorus]

Girl, you know I want your love
Your love was handmade for some-
body like me
Come on now, follow my lead
I may be crazy, don't mind me
Say, boy, let's not talk too much
Grab on my waist and put that body
on me
Come on now, follow my lead
Come, come on now, follow my lead

[Chorus]

I'm in love with the shape of you
We push and pull like a magnet do
Although my heart is falling too
I'm in love with your body
And last night you were in my room
And now my bed sheets smell like
you
Every day discovering something
brand new
I'm in love with your body
Oh—I—oh—I—oh—I—oh—I
I'm in love with your body
Oh—I—oh—I—oh—I—oh—I
I'm in love with your body

[Chorus]

I'm in love with the shape of you
We push and pull like a magnet do
Although my heart is falling too
I'm in love with your body
Last night you were in my room
And now my bed sheets smell like
you
Every day discovering something
brand new
I'm in love with your body
Come on, be my baby, come on
Come on, be my baby, come on
I'm in love with your body
Come on, be my baby, come on
Come on, be my baby, come on
I'm in love with your body
Come on, be my baby, come on
Come on, be my baby, come on
I'm in love with your body
Every day discovering something
brand new
I'm in love with the shape of you

SHAPE OF YOU Ed Sheeran

Ed Sheeran released “Shape of You” together with “Castle On The Hill.” The two songs were the first releases from his third album, ÷ (Divide), following in the mathematical footsteps of his + (Plus) and x (Multiply) albums. “Shape Of You” is based around a tropical house-inspired lead melody and dancehall beat. A rhythm is given by xylophones, guitars, and percussions. The style and rhythm have been noted as close to the recent Sia success,

[Verse 1]	Say, boy, let's not talk	oh—I—oh—I
The club isn't the best	too much	I'm in love with your
place to find a lover	Grab on my waist and	body
So the bar is where I go	put that body on me	Oh—I—oh—I—
Me and my friends at	Come on now, follow	oh—I—oh—I
the table doing shots	my lead	I'm in love with your
Drinking fast and then	Come, come on now,	body
we talk slow	follow my lead	Every day discovering
And you come over and	[Chorus]	something brand new
start up a conversation	I'm in love with the	I'm in love with the
with just me	shape of you	shape of you
And trust me I'll give it	We push and pull like a	[Verse 2]
a chance now	magnet do	One week in we let the
Take my hand, stop,	Although my heart is	story begin
put Van the Man on the	falling too	We're going out on our
jukebox	I'm in love with your	first date
And then we start to	body	You and me are thrifty,
dance, and now I'm	And last night you	so go all you can eat
singing like	were in my room	Fill up your bag and I
	And now my bed sheets	fill up a plate
	smell like you	We talk for hours and
[Pre-Chorus]	Every day discovering	hours about
Girl, you know I want	something brand new	
your love		

[Verse 1]
The club isn't the best
place to find a lover
So the bar is where I go
Me and my friends at
the table doing shots
Drinking fast and then
we talk slow
And you come over and
start up a conversation
with just me
And trust me I'll give it
a chance now
Take my hand, stop,
put Van the Man on the
jukebox
And then we start to
dance, and now I'm
singing like

[Pre-Chorus]
Girl, you know I want
your love
Your love was hand-
made for somebody
like me
Come on now, follow
my lead
I may be crazy, don't
mind me

Say, boy, let's not talk
too much
Grab on my waist and
put that body on me
Come on now, follow
my lead
Come, come on now,
follow my lead
[Chorus]
I'm in love with the
shape of you
We push and pull like a
magnet do
Although my heart is
falling too
I'm in love with your
body
And last night you
were in my room
And now my bed sheets
smell like you
Every day discovering
something brand new
I'm in love with your
body
Oh—I—oh—I—
oh—I—oh—I—
I'm in love with your
body
Oh—I—oh—I—

oh—I—oh—I—
I'm in love with your
body
Oh—I—oh—I—
oh—I—oh—I—
I'm in love with your
body
Every day discovering
something brand new
I'm in love with the
shape of you
[Verse 2]
One week in we let the
story begin
We're going out on our
first date
You and me are thrifty,
so go all you can eat
Fill up your bag and I
fill up a plate
We talk for hours and
hours about

SCHRIFTSPIEL BEI MENGENTEXT

Schriftspiel bei Mengentext

text
display

A BRIL

Optimiert für den Text- und Displaysatz bietet die Schrift Abril von Veronika Burian und José Scaglione (2011) alles, um im schwierigen Umfeld des redaktionellen Designs zu bestehen. Lernen Sie das starke Schrift-Gespann im Folgenden genauer kennen. Die zwei Varianten der Abril rufen etwas in Erinnerung, dass im Zeitalter des Desktop Publishing leicht in Vergessenheit gerät: Je nach Einsatzgebiet werden an Schriften unterschiedliche Anforderungen gestellt.

DIE ART DER SCHRIFT GIBT GESCHRIEBENER SPRACHE IHREN KLANG



Die Art der Schrift gibt geschriebener Sprache ihren Klang.

Typografie gehört zu den wohl komplexesten Erscheinungen im Grafikdesign. Tausende unterschiedliche Schriftarten, Oberlänge, Kerning, Laufweite, Durchschuss – hier kommt man als Nicht-Design-Profi kaum noch mit.

Typografie

als Wissenschaft um Schrift, ihre Gestaltung und Wirkung aber ist ein fester Bestandteil unseres Lebens. Bücher, Blogbeiträge, Werbetexte oder Schilder – Geschriebenes und somit Typografie im weitesten Sinne liefern uns Orientierung, Geschichten, Sicherheit und Schutz. Wir brauchen sie zur Kommunikation und Verständigung. Tagtäglich kommen wir mit Typografie in Kontakt und konsumieren sie. Da wir uns dabei vor allem auf der Informationsebene bewegen und bewusst die durch Schrift vermittelten Fakten und Daten aufnehmen, kriegen wir kaum mit, wie wir unterbewusst von der Gestaltung der Schrift beeinflusst werden.

WIRKUNG VON TYPOGRAFIE

Typografie Typographie

Typografie als Wissenschaft um Schrift, ihre Gestaltung und Wirkung aber ist ein fester Bestandteil unseres Lebens. Bücher, Blogeinträge, Werbetexte oder Schilder – Geschriebenes und somit Typografie im weitesten Sinne liefern uns Orientierung, Geschichten, Sicherheit und Schutz. Wir brauchen sie zur Kommunikation und Verständigung. Tagtäglich kommen wir mit Typografie in Kontakt und konsumieren sie. Da wir uns dabei vor allem auf der Informationsebene bewegen und bewusst die durch Schrift vermittelten Fakten und Daten aufnehmen, kriegen wir kaum mit, wie wir unterbewusst von der Gestaltung der Schrift beeinflusst werden.

Die britische Grafikdesignerin Sarah Hyndman hat sich mit ihrem Forum Type Tasting der Wirkung von Typografie auf den Betrachter verschrieben. Sie erforscht, wie unterschiedliche Schriften die Bedeutung von Wörtern und ganzen Inhalten beeinflussen und wie sie zudem die Wahrnehmung durch den Leser manipulieren können. Wie wirken Schriften und was machen sie mit dir? Spielerisch und mit sehr einfachen Vergleichen führt sie ihre Probanden an das Thema heran und es wird schnell klar, dass wir den Designgesetzen der Typografie nicht entkommen. Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen zeigt Hyndman außerdem den Spaß auf, den Schriften vermitteln können.

Hyndman

Robin John „Rob“
Hyndman ist ein
australischer
Statistiker, der für
seine Arbeiten zu
Prognosen und Zeit-
reihen bekannt ist.

Schriften, so Hyndman, haben das Potenzial, ganze Geschichten zu erzählen. Jede Schrift eine völlig andere. Typografie wird somit zum Storyteller. Selbstverständlich gibt es nicht für jedes Wort und seine Bedeutung eine Universalschrift. Die Wirkung von Typografie und Design beruht immer auf dem Zusammenhang aus Inhalt (Text), Gestaltung (Typografie) und dem Erfahrungshintergrund des Konsumenten (Kultur, persönliche Erfahrungen, Instinkte).

„MIR TUT
JEDER MENSCH
LEID, DER NICHT
SO VIEL PHANTASIE
HAT, EIN WORT
MAL SO, MAL SO
ZU SCHREIBEN“

Mark Twain (USA, 1835 - 1910)

WIRKUNG VON TYPOGRAFIE

Typografie Typographie

Typografie als Wissenschaft um Schrift, ihre Gestaltung und Wirkung aber ist ein fester Bestandteil unseres Lebens. Bücher, Blogeinträge, Werbetexte oder Schilder – Geschriebenes und somit Typografie im weitesten Sinne liefern uns Orientierung, Geschichten, Sicherheit und Schutz. Wir brauchen sie zur Kommunikation und Verständigung. Tagtäglich kommen wir mit Typografie in Kontakt und konsumieren sie. Da wir uns dabei vor allem auf der Informationsebene bewegen und bewusst die durch Schrift vermittelten Fakten und Daten aufnehmen, kriegen wir kaum mit, wie wir unterbewusst von der Gestaltung der Schrift beeinflusst werden.

Die britische Grafikdesignerin Sarah Hyndman hat sich mit ihrem Forum Type Tasting der Wirkung von Typografie auf den Betrachter verschrieben. Sie erforscht, wie unterschiedliche Schriften die Bedeutung von Wörtern und ganzen Inhalten beeinflussen und wie sie zudem die Wahrnehmung durch den Leser manipulieren können. Wie wirken Schriften und was machen sie mit dir? Spielerisch und mit sehr einfachen Vergleichen führt sie ihre Probanden an das Thema heran und es wird schnell klar, dass wir den Designgesetzen der Typografie nicht entkommen. Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen zeigt Hyndman außerdem den Spaß auf, den Schriften vermitteln können.

Hyndman

Robin John „Rob“
Hyndman ist ein
australischer
Statistiker, der für
seine Arbeiten zu
Prognosen und Zeit-
reihen bekannt ist.

Schriften, so Hyndman, haben das Potenzial, ganze Geschichten zu erzählen. Jede Schrift eine völlig andere. Typografie wird somit zum Storyteller. Selbstverständlich gibt es nicht für jedes Wort und seine Bedeutung eine Universalschrift. Die Wirkung von Typografie und Design beruht immer auf dem Zusammenhang aus Inhalt (Text), Gestaltung (Typografie) und dem Erfahrungshintergrund des Konsumenten (Kultur, persönliche Erfahrungen, Instinkte).

WIRKUNG VON TYPOGRAFIE

Typografie Typographie

Typografie als Wissenschaft um Schrift, ihre Gestaltung und Wirkung aber ist ein fester Bestandteil unseres Lebens. Bücher, Blogeinträge, Werbetexte oder Schilder – Geschriebenes und somit Typografie im weitesten Sinne liefern uns Orientierung, Geschichten, Sicherheit und Schutz. Wir brauchen sie zur Kommunikation und Verständigung. Tagtäglich kommen wir mit Typografie in Kontakt und konsumieren sie. Da wir uns dabei vor allem auf der Informationsebene bewegen und bewusst die durch Schrift vermittelten Fakten und Daten aufnehmen, kriegen wir kaum mit, wie wir unterbewusst von der Gestaltung der Schrift beeinflusst werden.

Die britische Grafikdesignerin Sarah Hyndman hat sich mit ihrem Forum Type Tasting der Wirkung von Typografie auf den Betrachter verschrieben. Sie erforscht, wie unterschiedliche Schriften die Bedeutung von Wörtern und ganzen Inhalten beeinflussen und wie sie zudem die Wahrnehmung durch den Leser manipulieren können. Wie wirken Schriften und was machen sie mit dir? Spielerisch und mit sehr einfachen Vergleichen führt sie ihre Probanden an das Thema heran und es wird schnell klar, dass wir den Designgesetzen der Typografie nicht entkommen. Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen zeigt Hyndman außerdem den Spaß auf, den Schriften vermitteln können.

Schriften, so Hyndman, haben das Potenzial, ganze Geschichten zu erzählen. Jede Schrift eine völlig andere. Typografie wird somit zum Storyteller. Selbstverständlich gibt es nicht für jedes Wort und seine Bedeutung eine Universalschrift. Die Wirkung von Typografie und Design beruht immer auf dem Zusammenhang aus Inhalt (Text), Gestaltung (Typografie) und dem Erfahrungshintergrund des Konsumenten (Kultur, persönliche Erfahrungen, Instinkte).

Hyndman

Robin John „Rob“
Hyndman ist ein
australischer Statis-
tiker, der für seine
Arbeiten zu Progn-
osen und Zeitreihen
bekannt ist.

Font
Abril Text Light

Font-Size
8pt

Font-Color
#000000

25

SC
F
P
GR
RII
LS
TO
M

Typografie als Wissenschaft um Schrift, ihre Gestaltung und Wirkung aber ist ein fester Bestandteil unseres Lebens. Bücher, Blogeinträge, Werbetexte oder Schilder – Geschriebenes und somit Typografie im weitesten Sinne liefern uns Orientierung, Geschichten, Sicherheit und Schutz. Wir brauchen sie zur Kommunikation und Verständigung. Tagtäglich kommen wir mit Typografie in Kontakt und konsumieren sie. Da wir uns dabei vor allem auf der Informationsebene bewegen und bewusst die durch Schrift vermittelten Fakten und Daten aufnehmen, kriegen wir kaum mit, wie wir unterbewusst von der Gestaltung der Schrift beeinflusst werden können.

Die britische Grafikdesignerin Sarah Hyndman hat sich mit ihrem Forum Type Tasting der Wirkung von Typografie auf den Betrachter verschrieben. Sie erforscht, wie unterschiedliche Schriften die Bedeutung von Wörtern und ganzen Inhalten beeinflussen und wie sie zudem die Wahrnehmung durch den Leser manipulieren können. Wie wirken Schriften und was machen sie mit dir? Spielerisch und mit sehr einfachen Vergleichen führt sie ihre Probanden an das Thema heran und es wird schnell klar, dass wir den Designgesetzen der Typografie nicht entkommen. Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen zeigt Hyndman außerdem den Spaß auf, den Schriften vermitteln können.

Schriften, so Hyndman, haben das Potenzial, ganze Geschichten zu erzählen. Jede Schrift eine völlig andere. Typografie wird somit zum Storyteller. Selbstverständlich gibt es nicht für jedes Wort und seine Bedeutung eine Universal-schrift. Die Wirkung von Typografie und Design beruht immer auf dem Zusammenhang aus Inhalt (Text), Gestaltung (Typografie) und dem Erfahrungshintergrund.

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Sie transportiert zusätzliche Nachrichten und lädt die Marke oder das Produkt abermals auf. Mit dem Vergleich zwischen Schriften und Klamotten trifft Hyndman den Nagel auf den Kopf. So beeinflusst unsere Kleidung unsere Wirkung auf andere. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene.

Erik Spiekermann
(*1947, Stadthagen bei Hannover)

Helvetica ist wie Toastbrot.

Schmeckt nach nix, aber man kann alles drauflegen.

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Sie transportiert zusätzliche Nachrichten und lädt die Marke oder das Produkt abermals auf. Mit dem Vergleich zwischen Schriften und Klamotten trifft Hyndman den Nagel auf den Kopf. So beeinflusst unsere Kleidung unsere Wirkung auf andere. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene. Wenn eine Marke ihren Job ganz besonders gut gemacht hat, wird eine spezielle Schrift sogar zu ihrem unverwechselbaren Markenzeichen. runden.

Type
is a
beautiful
group of
letters,
not a
group of
beautiful
letters.

ALLES ÜBER TYPOGRAFIE

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Sie transportiert zusätzliche Nachrichten und lädt die Marke oder das Produkt abermals auf. Mit dem Vergleich zwischen Schriften und Klamotten trifft Hyndman den Nagel auf den Kopf. So beeinflusst unsere Kleidung unsere Wirkung auf andere. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene. Bei der visuellen Erscheinung von Kommunikationsmedien versuchen Typografen meist die Gestaltung mit deren Inhalt (Botschaft) in Einklang zu bringen. Manchmal wird auch versucht, eine unterschwellig andere Botschaft (Subtext) zu vermitteln, die dem Inhalt des Textes durchaus widersprechen kann. Durch derartige Beeinflussung der Aussage eines Textes bzw. einer Botschaft kann einem Typografen die Rolle des Co-Autors zukommen.

- 89 -

STOP
V
D
A

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Sie transportiert zusätzliche Nachrichten und lädt die Marke oder das Produkt abermals auf. Mit dem Vergleich zwischen Schriften und Klamotten trifft Hyndman den Nagel auf den Kopf. So beeinflusst unsere Kleidung unsere Wirkung auf andere. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene. Bei der visuellen Erscheinung von Kommunikationsmedien versuchen Typografen meist die Gestaltung mit deren Inhalt (Botschaft) in Einklang zu bringen. Manchmal wird auch versucht, eine unterschwellig andere Botschaft (Subtext) zu vermitteln, die dem Inhalt des Textes durchaus widersprechen kann. Durch derartige Beeinflussung der Aussage.

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht.



Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Sie transportiert zusätzliche kulturelle Nachrichten und lädt die Marke oder das Produkt abermals auf, mit dem Vergleich zwischen Schriften und Klammern trifft Ian Hixman den Nagel auf den Kopf. So beeinflusst unsere Kleidermode unsere Wirkung auf andere. Wir tragen unsere Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimme für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene Wort. Bei der ersten Erscheinung von Kommunikationsmedien versuchen Typografen, die Gestaltung mit dem Inhalt (Botschaft) in Einklang zu bringen. Manchmal wird auch versucht, eine unterschwellige andere Botschaft (Subtext) zu vermitteln, die dem Inhalt des Textes durchaus widersprechen kann. Durch derartige Beeinflussung der Aussage eines Textes bzw. einer Botschaft.

Bad Typography is everywhere.

let's
talk
type
let
type
talk

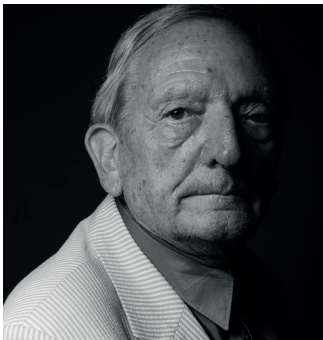
Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen.

„Der Künstler macht, was er will. Der Designer will, was er macht.“

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene. Bei der visuellen Erscheinung von Kommunikationsmedien versuchen Typografen meist die Gestaltung mit deren Inhalt (Botschaft) in Einklang zu bringen.

Manchmal wird auch versucht, eine unterschwellig andere Botschaft (Subtext) zu vermitteln, die dem Inhalt des Textes durchaus widersprechen kann. Durch derartige Beeinflussung der Aussage eines Textes bzw. einer Botschaft kann einem Typografen die Rolle des Co-Autors zukommen.

Kurt Weidemann (*1922 in Eichmedien, Ostpreußen/Masuren; † 2011 in Sélestat, Elsass) war ein deutscher Schriftgestalter, Typograf und Autor. Weidemann überarbeitete oder entwarf die Erscheinungsbilder vieler bekannter Unternehmen, darunter co op, Zeiss, Merck, Mercedes-Benz, Daimler-Benz, Deutsche Aerospace, Porsche und Deutsche Bahn.



„Als künstlerischer Leiter muss man mit einem vorgefundenen Fundus nicht nur leben, sondern auch versuchen, das Erscheinungsbild einer Schrift so gut wie möglich vorzustellen. Persönliche Vorlieben sind dieser Aufgabe unterzuordnen.“

Die Geschichte der Typografie ist eng verknüpft mit der Entwicklung der Schriften.

Günter Gerhard Lange (1921–2008) war ein deutscher Typograf und Lehrer. Lange war langjähriger künstlerischer Leiter der H. Berthold AG und prägte in dieser Rolle die Schriftgestaltung nach 1945 im deutschsprachigen Raum.



Robert Slimbach (* 1956 in Evanston, Illinois) ist ein amerikanischer Schriftdesigner und Leiter der Schriftentwicklung bei Adobe Inc. Seine Arbeiten wurden vielfach ausgezeichnet. Als Leiter der Schriftentwicklung bei Adobe hat Slimbach sich für die Mehrsprachigkeit von Fonts sowie die Verwendung unterschiedlicher optischer Größen und kontextabhängiger Glyphen in OpenType-Fonts eingesetzt.[1] Seit der Jahrtausendwende erscheinen neue Entwürfe von Slimbachs Hand in größeren Abständen, weil er sich verstärkt der Weiterentwicklung seiner älteren Schriften für das wesentlich aufwändigere OpenType-Format widmet. Während eine Schrift im Type-1-Format typischerweise aus etwa 200 bis 500 Glyphen besteht, umfasst ein OpenType-Font 1500 bis 3000 Glyphen. So entstand beispielsweise aus der Adobe Garamond (Type 1) die Adobe Garamond Pro (OpenType), der schließlich 2004 die zur Seite gestellt wurde.

Ab der frühen Neuzeit entwickelten Schriften keine geschriebenen Schriften, sondern Druckschriften. Das Hauptmodell, die ab circa 1450 aufkommende Antiqua, bildet bis auf den heutigen Tag die Grundlage aktueller verwendeter Schriften. Die Feinausgestaltung der Antiquaschriften hingegen durchlief seit der Renaissance-Ära mehrere Entwicklungsstadien. Die Schriftklassifikation unterteilt diese in die Hauptgruppen Renaissance-Antiqua,

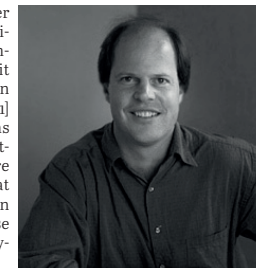
Barock- oder Übergangsantiqua sowie klassizistische Antiqua. Ab dem 19. Jahrhundert kamen als weitere Schrifttypen serifenbetonte linear Antiqua sowie serifenlose Groteskschriften hinzu. Im Zuge der Frührenaissance erwachte auch das Interesse an den Schriftformen der Antike.

Bereits zehn Jahre später erkannten deutsche Druckmeister in Subiaco (Italien) sowie venezianische Nachfolger wie Nicolas Jenson und Aldus Manutius, dass die neue Technik auch eine andere Formgestaltung ermöglichte. Nach dem Vorbild italienischer Humanistenhandschriften vereinigten sie die „überarbeiteten“ Kleinbuchstaben der karolingischen Minuskel mit den Großbuchstaben der römischen Capitalis. Dadurch entstand eine Zweialphabetschrift.

Die Renaissance-Antiqua (andere Bezeichnungen: Old Style-Antiqua oder auch ältere Antiqua) lässt sich in zwei stilistisch klar voneinander abgrenzbare Gruppen aufgliedern: die Venezianische Renaissance-Antiqua und die Französische Renaissance-Antiqua. Aldus Manutius

Bei der venezianischen Renaissance-Antiqua, deren Stilmerkmale sich ungefähr zwischen 1455 und 1485 entwickelten, ist die Ableitung von spätmittelalterlichen Rotunda- und Bastarda-Schriften noch mehr oder weniger stark zu erkennen. Bekanntestes Exponat dieser Gruppe ist die von Nicolas Jenson um 1470 geschaffene Jenson Antiqua; eine zeitgemäße

Interpretation ist die 1996 entstandene Adobe Jenson von Robert Slimbach. Die Strichstärken dieses Typs sind relativ einheitlich. Die kalligrafische Zeichnungsweise tritt klar hervor.



Schriftspiel bei Mengentexten

TYPOGRAFIE BEINFLUSST JEDEN TAG

Unser Alltag besteht aus Lesen. Wir checken am Smartphone aktuelle News, orientieren uns an Verkehrsschildern beim Autofahren und blättern beim Friseur durch InTouch, Bunte, Stern, Spiegel & Co. Dabei empfinden viele Menschen den Spiegel als anstrengend zu lesen. Warum eigentlich? Wegen der Typografie. Die Seiten sind weniger bildlastig, die Buchstaben wirken kleiner, enger, dichter ohne viele auflockernde Zwischentitel.

Oft konzentrieren wir uns so sehr auf den Inhalt der Schrift ohne dabei auf die Gestaltung der Schrift zu achten. Unbewusst beeinflusst unsere Schrift unsere Wahrnehmung: Dynamisch wirkt kursiv wesentlich dynamischer. Schriften wecken Assoziationen und Emotionen. Typografie ist ein Statement und lässt sich mit Fashion vergleichen.

Wie Farben haben auch Schriften eine Auswirkung auf unser Befinden und unsere Verfassung. Mit Schriften werden nicht nur Informationen weitergegeben, sondern können Emotionen ausgedrückt werden oder diese bei Leserinnen und Lesern auslösen. Wie Bilder und Farben hat die Typografie einen beeinflussenden Effekt.

In Ihrem Buch „Why Fonts Matter“ beschreibt die Designerin Sarah Hyndman, dass und wie Schriftarten Menschen manipulieren können. Die Autorin erklärt, dass bestimmte Schriftarten oder Stile Erinnerungen auslösen und Assoziationen hervorrufen und all unsere Sinne beeinflussen können. Die Typografie als Stimme des geschriebenen Wortes entscheidet, wie der Text wahrgenommen wird und welche Auswirkung er auf die RezipientInnen hat.

Auswahl von Design ist immer auch angewandte Psychologie

Gestalten bedeutet also vor allem auch, sich mit den Erwartungen der Menschen und mit den Menschen selbst zu beschäftigen. Auf unbewusster Ebene kann jede Schriftart unsere Interpretation der Wörter beeinflussen und Emotionen in uns hervorrufen.

Über die Wirkung der Erscheinungsform von Schrift etwas mehr zu wissen, kann uns zu mehr Bewusstsein und Kontrolle über die von uns und anderen getroffenen Entscheidungen verhelfen und außerdem noch sehr unterhaltsam sein. Sarah Hyndman arbeitet an gemeinsamen Studien mit dem Crossmodal Research Laboratory an der Universität von Oxford. In ihrem Type Tasting Lab erforscht sie die Wahrnehmung von Typografie von Konsumenten und die Auswirkungen auf sie.



TYPOGRAFIE BEINFLUSST UNS JEDEN TAG

Auswahl von Design ist immer auch angewandte Psychologie

Unser Alltag besteht aus Lesen. Wir checken am Smartphone aktuelle News, orientieren uns an Verkehrsschildern beim Autofahren und blättern beim Friseur durch InTouch, Bunte, Stern, Spiegel & Co. Dabei empfinden viele Menschen den Spiegel als anstrengend zu lesen. Warum eigentlich? Wegen der Typografie. Die Seiten sind weniger bildlastig, die Buchstaben wirken kleiner, enger, dichter ohne viele auflockernde Zwischentitel.

Oft konzentrieren wir uns so sehr auf den Inhalt der Schrift ohne dabei auf die Gestaltung der Schrift zu achten. Unbewusst beeinflusst unsere Schrift unsere Wahrnehmung: Dynamisch wirkt kursiv wesentlich dynamischer. Schriften wecken Assoziationen und Emotionen. Typografie ist ein Statement und lässt sich mit Fashion vergleichen.

Wie Farben haben auch Schriften eine Auswirkung auf unser Befinden und unsere Verfassung. Mit Schriften werden nicht nur Informationen weitergegeben, sondern können Emotionen ausgedrückt werden oder diese bei Leserinnen und Lesern auslösen. Wie Bilder und Farben hat die Typografie einen beeinflussenden Effekt. In Ihrem Buch „Why Fonts Matter“ beschreibt die Designerin Sarah Hyndman, dass und wie Schriftarten Menschen manipulieren können. Die Autorin erklärt, dass bestimmte Schriftarten oder Stile Erinnerungen auslösen und Assoziationen hervorrufen und all unsere Sinne beeinflussen können. Die Typografie als Stimme des geschriebenen Wortes entscheidet, wie der Text wahrgenommen wird und welche Auswirkung er auf die RezipientInnen hat.

Gestalten bedeutet also vor allem auch, sich mit den Erwartungen der Menschen und mit den Menschen selbst zu beschäftigen. Auf unbewusster Ebene kann jede Schriftart unsere Interpretation der Wörter beeinflussen und Emotionen in uns hervorrufen.

Über die Wirkung der Erscheinungsform von Schrift etwas mehr zu wissen, kann uns zu mehr Bewusstsein und Kontrolle über die von uns und anderen getroffenen Entscheidungen verhelfen und außerdem noch sehr unterhaltsam sein. Sarah Hyndman arbeitet an gemeinsamen Studien mit dem Crossmodal Research Laboratory an der Universität von Oxford. In ihrem Type Tasting Lab erforscht sie die Wahrnehmung von Typografie von Konsumenten und die Auswirkungen auf sie.

Der Typografie wird eine enorme Macht zuteil, wenn es darum geht, Konsumenten in eine bestimmte Richtung zu bewegen. Wir hüllen uns in schöne Kleider und das Wort hüllt sich in eine schöne Schrift. Oder ein weiterer Vergleich: Was die Stimmfarbe für das gesprochene Wort ist, ist die Typografie für das geschriebene. Bei der visuellen Erscheinung von Kommunikationsmedien versuchen Typografen meist die Gestaltung mit deren Inhalt (Botschaft) in Einklang zu bringen. Manchmal wird auch versucht, eine unterschwellig andere Botschaft (Subtext) zu vermitteln, die dem Inhalt des Textes durchaus widersprechen kann. Durch derartige Beeinflussung der Aussage eines Textes bzw. einer Botschaft kann einem Typografen die Rolle des Co-Autors zukommen.

The Font

was man über
Schriften wissen sollte

Schnell einen kleinen Flyer erstellen oder eine Einladung in Word schreiben – das ist heute, dank entsprechender Programm, einfacher als je zuvor. Gerne wird bei solchen Eigenproduktionen auf auffällige Schriften zurück gegriffen. Hierfür stehen dem Gestalter tausende Schriftarten zur Auswahl. Da sich die Meisten nicht entscheiden können, werden gleich mehrere Schriftarten, von dünn bis fett und von schnörkellos bis filigran, eingesetzt. Der Laie staunt wie schön abwechslungsreich und bunt sich sein Geschriebenes darstellt und der Fachmann bekommt das große Grausen.

Generell gilt, je mehr Anteil an der Gesamtkonzeption der textliche Teil hat, desto mehr lohnt es sich, sich mit dem Thema Schriftart und Typographie auseinander zu setzen. In der Praxis haben sich deshalb einige Standards etabliert, die auch der Laie beachten sollte. Übrigens gelten diese Überlegungen sowohl für Printprodukte wie Flyer, Einladungen oder Mailings sowie auch für Webseiten und Webseiten-Gestaltung.

Typografie – ist die bei Grafikern und in der Druckindustrie allgemein verwendete Bezeichnung für den optischen Eindruck, also das Erscheinungsbild, eines gedruckten Textes.

Schriften begegnen uns täglich in vielfältigster Weise und Ausföhrung. In der Zeitung, auf Plakaten, im Internet oder in Form der kleinen Memo auf dem Klebezettel am Schreibtisch. Schrift bedeutet für uns Information, Verständigung und Kommunikation. Auf Grund dieser Omnipräsenz ist es uns unmöglich sich der Betrachtung von Schriften zu entziehen. So werden Schriften durch deren textlichen Inhalt nicht nur zu Transporteuren von Informationen, sondern sie tragen, bewusst und unbewusst, zu einem großen Teil auch zur Gestaltung und der Ästhetik dieser Objekte bei. Somit sind Texte nicht nur inhaltlich von Bedeutung, sondern entwickeln durch die Schriftgestaltung eine zusätzliche Wirkung, der wir uns nicht entziehen können. Im Bereich Gestaltung, Branding und Kommunikation gilt es, sich nach Möglichkeit diese Wirkung zu nutze zu machen.

Schriften können Geschichten erzählen und Werte transportieren. Sie können Emotionen hervorrufen und Fakten untermauern. Schauen Sie sich bewusst die Logos von bekannten Marken und Firmen an. Viele nutzen oft lediglich die Typografie des Namens als Markenzeichen. Und dennoch schaffen es diese einfachen Schriftzüge bei uns Emotionen, Erwartungen oder Vorstellungen hervorzurufen. Durch die richtige Farbgebung wird dies noch zusätzlich verstärkt.

Wer öfter mit Gestaltung zu tun hat, der sollte sich ein paar Grundkenntnisse in Bezug auf Schriftarten aneignen. Wir erklären Ihnen hier die wichtigsten Grundbegriffe wie Schriftarten eingeteilt sind.

- **Schriftfamilie** – Schriften mit vollständigem Alphabet, die es in mehreren Schriftschnitten gibt (so z.B. in kursiv, regular, fett, ...).
- **Schriftschnitt** – hierunter versteht man die einzelnen Schriften einer Schriftfamilie, welche nach Strichstärke (Regular, Bold, Extra-Bold, Book, Demi, Medium, ...), nach Breite (Narrow, Condensed) und Schriftlage (Kursiv, Italic) aufgeteilt sind.
- **Schriftart** – dieser Begriff gibt die genaue Bezeichnung der tatsächlich verwendeten Schrift innerhalb einer Schriftfamilie an, so z.B. Times Roman Regular, Arial Black oder Franklin Gothic Medium.

The Font

was man über
Schriften wissen sollte

Schnell einen kleinen Flyer erstellen oder eine Einladung in Word schreiben – das ist heute, dank entsprechender Programm, einfacher als je zuvor. Gerne wird bei solchen Eigenproduktionen auf auffällige Schriften zurück gegriffen. Hierfür stehen dem Gestalter tausende Schriftarten zur Auswahl. Da sich die Meisten nicht entscheiden können, werden gleich mehrere Schriftarten, von dünn bis fett und von schnörkellos bis filigran, eingesetzt. Der Laie staunt wie schön abwechslungsreich und bunt sich sein Geschriebenes darstellt und der Fachmann bekommt das große Grausen.

Generell gilt, je mehr Anteil an der Gesamtkonzeption der textliche Teil hat, desto mehr lohnt es sich, sich mit dem Thema Schriftart und Typographie auseinander zu setzen. In der Praxis haben sich deshalb einige Standards etabliert, die auch der Laie beachten sollte. Übrigens gelten diese Überlegungen sowohl für Printprodukte wie Flyer, Einladungen oder Mailings sowie auch für Webseiten und Webseiten-Gestaltung.

**Der
Künstler
macht,
was er
will.
Der
Designer
will,
was er
macht.“**

Typografie – ist die bei Grafikern und in der Druckindustrie allgemein verwendete Bezeichnung für den optischen Eindruck, also das Erscheinungsbild, eines gedruckten Textes.

Schriften begegnen uns täglich in vielfältigster Weise und Ausföhrung. In der Zeitung, auf Plakaten, im Internet oder in Form der kleinen Memo auf dem Klebezettel am Schreibtisch. Schrift bedeutet für uns Information, Verständigung und Kommunikation. Auf Grund dieser Omnipräsenz ist es uns unmöglich sich der Betrachtung von Schriften zu entziehen. So werden Schriften durch deren textlichen Inhalt nicht nur zu Transporteuren von Informationen, sondern sie tragen, bewusst und unbewusst, zu einem großen Teil auch zur Gestaltung und der Ästhetik dieser Objekte bei. Somit sind Texte nicht nur inhaltlich von Bedeutung, sondern entwickeln durch die Schriftgestaltung eine zusätzliche Wirkung, der wir uns nicht entziehen können. Im Bereich Gestaltung, Branding und Kommunikation gilt es, sich nach Möglichkeit diese Wirkung zu nutze zu machen.

Schriften können Geschichten erzählen und Werte transportieren. Sie können Emotionen hervorrufen und Fakten untermauern. Schauen Sie sich bewusst die Logos von bekannten Marken und Firmen an. Viele nutzen oft lediglich die Typografie des Namens als Markenzeichen. Und dennoch schaffen es diese einfachen Schriftzüge bei uns Emotionen, Erwartungen oder Vorstellungen hervorzurufen. Durch die richtige Farbgebung wird dies noch zusätzlich verstärkt.

Wer öfter mit Gestaltung zu tun hat, der sollte sich ein paar Grundkenntnisse in Bezug auf Schriftarten aneignen. Wir erklären Ihnen hier die wichtigsten Grundbegriffe wie Schriftarten eingeteilt sind.

- **Schriftfamilie** – Schriften mit vollständigem Alphabet, die es in mehreren Schriftschnitten gibt (so z.B. in kursiv, regular, fett, ...).

- **Schriftschnitt** – hierunter versteht man die einzelnen Schriften einer Schriftfamilie, welche nach Strichstärke (Regular, Bold, Extra-Bold, Book, Demi, Medium, ...), nach Breite (Narrow, Condensed) und Schriftlage (Kursiv, Italic) aufgeteilt sind.

- **Schriftart** – dieser Begriff gibt die genaue Bezeichnung der tatsächlich verwendeten Schrift innerhalb einer Schriftfamilie an, so z.B. Times Roman Regular, Arial Black oder Franklin Gothic Medium.

[Quellenverzeichnis zum Schriftkompendium Abril]

- Burian, V., & Scaglione, J. (2006, January 1). *TypeTogether | High Quality Fonts And Custom Type Design*. <https://www.type-together.com> [Abgerufen am 28.07.2020]
- Cowen, M. (2018, November 27). *Worldmap*. Medium. https://medium.com/@michael_cowen/a-marketing-tip-the-unreality-of-our-world-2dedcb8861f5 [Abgerufen am 22.07.2020]
- Eckard, M. (n.d.). *Kurt Weidemann*. Fontshop. Retrieved August 10, 2020, from https://fontshop-prod-responsive-images.s3.amazonaws.com/uploads/profile_image/attachment/79052/large_weidemann@2x.jpg [Abgerufen am 28.07.2020]
- Eisenbraun, S. (2015, January 1). *Hessisches Staatstheater Wiesbaden*. Behance. https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/c031d728416793.55bf76086b873.jpg [Abgerufen am 28.07.2020]
- GmbH, Monotype. (n.d.). *Linotype: Fonts For Desktop, Web & More*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.linotype.com> [Abgerufen am 28.07.2020]
- Herrmann, R. (2001, January 1). *Die Meistbesuchte Deutsche Typografie-Website*. Typografie.Info. <https://www.typografie.info/3/startseite/> [Abgerufen am 07.08.2020]
- Herrmann, R. (2013, February 12). Günter Gerhard Lange. Typografie.info. <https://www.typografie.info/3/Personen/wiki.html/g%C3%BCnter-gerhard-lange-r18/> [Abgerufen am 28.07.2020]
- Hyndman, S. (n.d.). Sarah Hyndman. Buy me a coffee. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.buymeacoffee.com/SHyndman> [Abgerufen am 28.07.2020]
- Silbermann, B. (2010, January 1). Pinterest. <https://www.pinterest.de> [Abgerufen am 30.07.2020]
- (2014, March 4). Veronika Burian & José Scaglione. Grafil. <https://grafillo2.imgix.net> [Abgerufen am 12.07.2020]

NATASA STOJANOVIC