

# Typologie

Catharina Brödlin  
Julia Iserbeck  
Marius Heimburger  
Ine Stiefel

---

**HBKSAAR 2021**

---

*A bilingual reader on  
typography reflections.*

—  
*Ein zweisprachiger  
Reader über Typografie  
Reflexionen.*

# Table of Contents Inhaltsverzeichnis

<b>5</b>	—	<b>Grid Systems</b> <b>Rastersysteme</b> <i>Catharina Brödlin</i>
<b>53</b>	—	<b>Chapter Entries and Subchapters</b> <b>Kapiteleröffnungen und Unterkapitel</b> <i>Julia Iserbeck</i>
<b>73</b>	—	<b>Finding hierarchy in the written word</b> <b>Hierarchie im geschriebenen Wort</b> <i>Julia Iserbeck</i>
<b>97</b>	—	<b>Footnotes</b> <b>Fußnoten</b> <i>Catharina Brödlin</i>
<b>129</b>	—	<b>Of searching and finding – Colophon</b> <b>Vom Suchen und Finden – Kolophon</b> <i>Julia Iserbeck</i>
<b>149</b>	—	<b>A quick colophon time travel</b> <b>Eine schnelle Zeitreise des Kolophon</b> <i>Julia Iserbeck</i>
<b>165</b>	—	<b>Experimental Typography</b> <b>Experimentelle Typografie</b> <i>Marius Heimbürger</i>
<b>181</b>	—	<b>Punctuation</b> <b>Interpunktio</b> <i>Ine Stiefel</i>
<b>204</b>	—	<b>Bibliography</b> <b>Bibliographie</b>
<b>207</b>	—	<b>Colophon</b> <b>Kolophon</b>

# **Grid Systems**

CATHARINA BRÖDLIN

# **Raster- systeme**

Grid systems are a very big deal. That's because they are your very organized helpers in the background, which save you from creative chaos. Each of us knows the typical rising fear of a blank sheet of paper. All texts and images are at your disposal – you just don't know where to start. Just typing away and wildly arranging images is in retrospect, not the best and especially not the fastest solution. So how do you manage to create a common thread and make your work life easier? This is where we start talking about grid systems. Basically, grid systems are vertical and horizontal lines that divide your page. So far, so good. But honestly, grid systems are

a bottomless pit. You can fill a whole book with information and rules about them, if not several. To give you at least a little insight into this own world, we'll look at the most common grid systems. ♦

Rastersysteme sind eine ziemlich geniale Sache. Das liegt daran, dass sie unsere sehr strukturierten Helferlein im Hintergrund sind, die uns vor dem kreativen Chaos bewahren. Jeder von uns kennt die typische Angst vor einem leeren Blatt Papier (oder im Falle eines Editorial Designers die Angst vor einem ganzen leeren Magazin). Alle Texte und Bilder stehen zur Verfügung – man weiß nur nicht, wo man anfangen soll. Und nach Stunden langem Anstarren ist wild drauf los tippen und Bilder irgendwie nach Augenmaß anordnen, im Nachhinein betrachtet nicht die beste und vor allem nicht die schnellste Lösung. Wie schafft man es also, einen roten Faden zu erstellen, der einem das Arbeitsleben erleichtert? An dieser Stelle kommen wir auf Rastersysteme zu sprechen. Im Grunde sind Rastersysteme vertikale und horizontale Linien, die eine Seite unterteilen. So weit, so gut. Aber wenn ich ehrlich bin, sind Rastersysteme ein Fass ohne Boden. Man kann ein ganzes Buch mit Infos und Regeln über sie füllen, wenn nicht sogar mehrere. Um dir wenigstens einen kleinen Einblick in diese ganz eigene Welt zu geben, schauen wir uns die gängigsten Rastersysteme an. ♦

♦ Book suggestion alert: Grid systems in graphic design by Josef Müller-Brockmann. This man is a genius and who dealt with grid systems like science.

♦ Wenn du komplett in die Welt der Raster eintauchen willst, lege ich dir das Buch Rastersysteme im Grafikdesign von Josef Müller-Brockmann ans Herz. Dieser Mann ist ein Genie, der sich mit Rastersystemen beschäftigt, als wären sie eine eigene Wissenschaft.

## Who are the brains behind it?

– *The Swiss!*

Well, to say that the Swiss invented them would be an exaggeration, but the grid systems as we know them today are closely connected with Swiss typography. During the First World War, Swiss designers were confronted with the problem of publishing in three official languages for the first time. New grid systems were needed! A modular approach quickly emerged, in which white space was suddenly used as a design element. The new ideas set in motion the further development of more complex grid systems.

## Wer hats erfunden?

– *Die Schweizer!*

Naja, zu sagen, dass die Schweizer sie erfunden haben, wäre übertrieben. Aber Rastersysteme, wie wir sie heute kennen, sind eng mit der Schweizer Typografie verbunden. Während des Ersten Weltkriegs sahen sich die Schweizer Gestalter erstmals mit dem Problem konfrontiert, Publikationen in den damaligen drei Amtssprachen herauszugeben. Neue Rastersysteme waren gefragt! Schnell kristallisierte sich ein modularer Ansatz heraus, bei dem der Weißraum plötzlich als Gestaltungselement eingesetzt wurde. Die neuen Ideen setzten die weitere Entwicklung komplexerer Rastersysteme in Gang.

# READY TO GET THE MANUAL?

So that you know how to create them, we'll go through the steps together. Then you'll realize very quickly that it's not witchcraft.

Watch out smarty-pants: You get the technical terms for free!

## **ANLEITUNG GEFÄLLIG?**

Damit du weißt, wie du selbst Rastersysteme erstellen kannst, fangen wir ganz von vorne an und gehen alle Schritte gemeinsam durch. Dann wirst du ziemlich schnell merken, dass es eigentlich keine Raketenwissenschaft ist.

Aufgepasst Klugscheißer: Die Fachbegriffe gibt's gratis dazu!

# 1. Size Matters

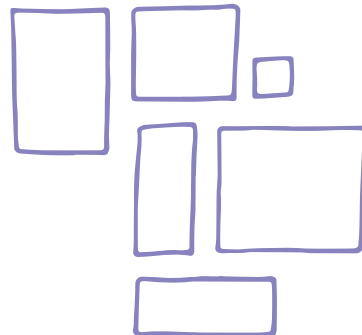
We get deeper and deeper into the details through our individual steps. The first thing to think about is – drum roll please – **the paper size!**

If it's not predetermined anyway, sit down and think about exactly how and for what your medium should be used. Is it a one-page flyer, a magazine or a book? Should it be easy to put in your pocket or can you display it on a large table? Is the content mainly about viewing photos and illustrations, is reading text the main feature or is there some hybrid?

Once you are clear about this, certain constraints will quickly arise that will bring you closer and closer to the ideal paper size for your print product.

## Tip

Print shops use big printing sheets and sometimes it can be more economical to adjust your paper size to the size of the printing sheets.



# Die Größe zählt

Mit jedem einzelnen Schritt steigen wir immer tiefer in die Details ein. Das erste worum du dir Gedanken machen solltest, ist – Trommelwirbel bitte – **das Papierformat!**

Wenn es nicht sowieso schon vorgegeben ist, setz' dich erst einmal in aller Ruhe hin und überleg dir genau, wie und wofür dein Medium genutzt werden soll. Handelt es sich um einen einseitigen Flyer, ein Magazin oder ein Buch? Soll man es sich einfach in die Tasche stecken können oder kann man es auf einem großen Tisch auslegen? Geht es beim Inhalt hauptsächlich um das Betrachten von Fotos und Illustrationen, steht das Lesen von Text im Vordergrund oder ist es eine Mischung aus beidem?

Wenn du dir darüber im Klaren bist, ergeben sich schnell bestimmte Randbedingungen, die dich immer näher an das ideale Papierformat für dein Druckprodukt bringen.

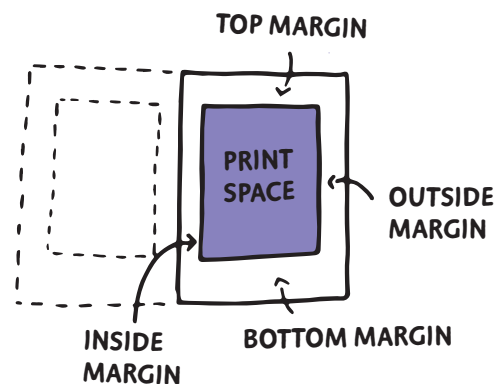
## Tipp

Denk dran, dass Druckereien große Druckbögen verwenden. Manchmal kann es wirtschaftlicher sein, das Papierformat an die Größe der Druckbögen anzupassen. Einfach mal in der Druckerei nachfragen!

## 2. Your inner Frame

The **print space** is actually exactly what you imagine it to be: the space on your paper where everything that is ultimately printed finds its place. Everything outside your print space can be seen as a *passepapier* while your print space is the photo.

But why only 'actually'? Because strictly speaking dead running titles and marginalia are placed outside the print space. And page numbers are a controversial topic: While some typographers think they belong inside the print space, others think they belong outside. Great how everyone is on the same page, isn't it?



We will have a look at the printing space of double pages. They are treated differently than their relatives on single pages because you always have both pages in front of your eyes, and they have to be balanced well.

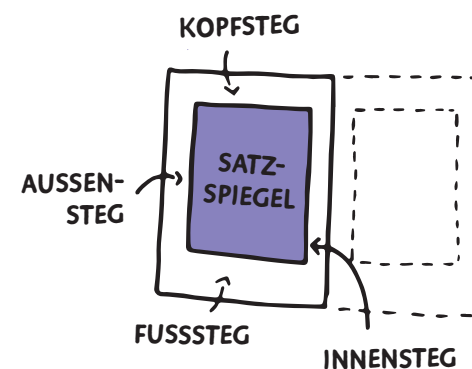
Fortunately some proven solutions for this are based on math and historical reconstructions but are fairly easy to apply.

## Spieglein, Spieglein

Im nächsten Schritt kümmern wir uns um den **Satzspiegel**. Dieser beschreibt eigentlich den Bereich auf dem Papier, in dem alles, was letztendlich gedruckt wird, seinen Platz findet. Aber warum nur „eigentlich“?

Weil streng genommen tote Kolummentitel und Marginalien außerhalb des Satzspiegels platziert werden. Und Seitenzahlen sind dann nochmal ein Thema für sich: Während einige Typografen der Überzeugung sind, dass sie innerhalb des Satzspiegels platziert werden sollten, sind andere entgegengesetzter Meinung. Super, wie einig sich alle sind, oder?

Im Folgenden werden wir ausschließlich Doppelseiten betrachten. Diese müssen anders behandelt werden, als ihre engen verwandten Einzelseiten, da man logischerweise immer beide Seiten vor Augen hat und diese gut gegeneinander ausbalanciert werden müssen.



Glücklicherweise gibt es hierfür einige alt bewährte Lösungen, die zwar auf mathematischen Berechnungen und historischen Rekonstruktionen beruhen, aber simpel anzuwenden sind.

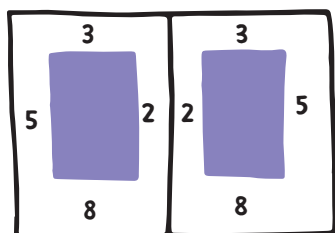


## The Golden Ratio

The well known golden ratio is often used when pleasing proportions are needed. It is not surprising that you can also calculate the perfect size for print areas. Instead of throwing comma numbers and complicated calculations around, you can simply fall back on the Fibonacci sequence. Actually even only on these four numbers:

**2 : 3 : 5 : 8**

Here the figures do not belong to millimeters or centimeters but to units and ratios.



## Der Goldene Schnitt

Der sagenumwobene Goldene Schnitt wird immer dann verwendet, wenn gute Proportionen gefragt sind. So ist es nicht verwunderlich, dass man auch für Satzspiegel die perfekte Größe mit Hilfe des Goldenen Schnitts berechnen kann. Aber anstatt mit Kommazahlen und mathematischen Gleichungen um sich werfen zu müssen, kann man einfach auf die Fibonacci-Folge zurückgreifen. Eigentlich sogar nur auf folgende vier Zahlen:

**2 : 3 : 5 : 8**

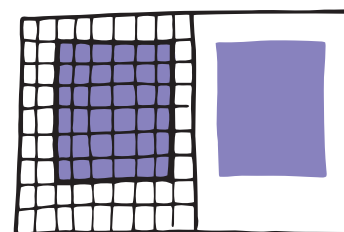
Dabei handelt es sich nicht um Millimeter oder Zentimeterangaben, sondern um Einheiten und Verhältnisse.

## Nine × Nine

Another fast way of creating the print space is to divide your whole paper into nine parts, both in wide and height. The top and inner margins are each one part, the outside and bottom margins are two parts.

### Tip

Splitting the grid into  $9 \times 9$  creates much white space. You can get less of it with the same appearance by using 12 parts.



## Neun × Neun

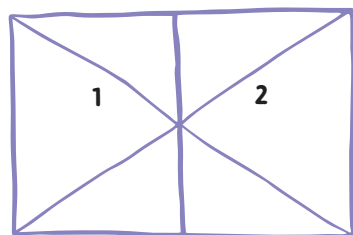
Eine weitere einfache Möglichkeit den Satzspiegel zu erstellen, ist das gesamte Format in neun gleichgroße Teile zu unterteilen. Sowohl in der Breite als auch in der Höhe. Der Innen- und Kopfsteg umfassen jeweils einen Teil, der Außen- und Fußsteg jeweils zwei Teile.

### Tipp

Die Aufteilung  $9 \times 9$  schafft viel Weißraum. Du kannst bei einer gleichen Anmutung weniger Weißraum erhalten, wenn du eine Aufteilung von  $12 \times 12$  erstellst.

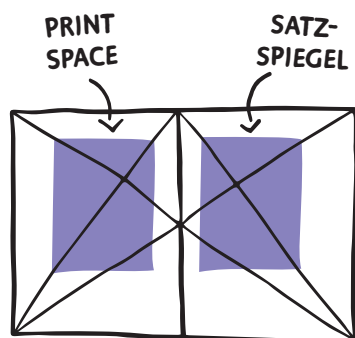
## The Secret Canon

This way of creating print space goes back to historical manuscripts and incunabula. It's a construction method by the Dutch typographer Joh. A. Van de Graaf, who analyzed old books and created the **Secret Canon** from his results. Are you ready to enter the mystery?



Draw two diagonal lines across both sides. One from top left to bottom right ▶1, the other from top right to bottom left ▶2.

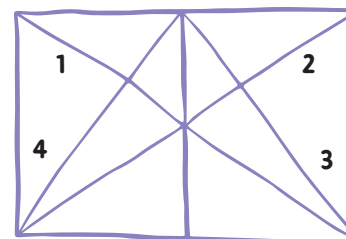
Now draw one diagonal per side from the outside down, to the inside up. Of course on the right ▶3 and the left ▶4 side.



And your basic construction is ready. Now you can mark your print space right away. To do this, you draw a rectangle. Thereby the corner points lie directly on the diagonals. It sounds more complicated than it is. Just try it!

## Der Geheime Kanon

Diese Art einen Satzspiegel zu erschaffen, geht auf historische Manuskripte und Inkunabeln zurück. Es ist eine Konstruktionsmethode des holländischen Typografen Joh. A. Van de Graaf, der alte Bücher analysierte und aus seinen Ergebnissen den **Geheimen Kanon** erschuf. Bist du bereit das Geheimnis zu lüften?

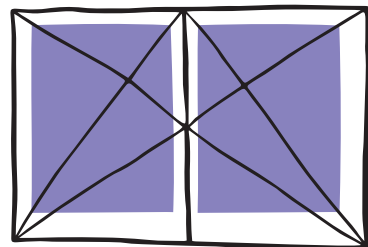
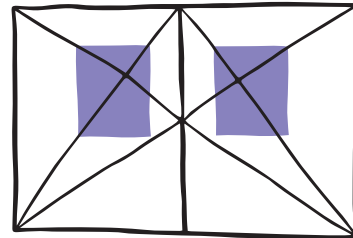


Ziehe zwei Diagonalen über beide Seiten. Eine von links oben nach rechts unten ▶1, die andere von rechts oben nach links unten ▶2.

Zeichne nun pro Seite eine Diagonale von außen unten nach innen oben. Natürlich auf der rechten ▶3 und auf der linken ▶4 Seite.

Und schon bist du fertig mit der Grundkonstruktion. Jetzt können wir mit dem Markieren des Satzspiegels beginnen. Dazu ziehst du ein Rechteck auf, bei dem alle Eckpunkte auf den Diagonalen liegen. Im ersten Moment hört es sich komplizierter an, als es ist. Probier es einfach aus!

The cool thing is that you can vary the size of your print area by simply moving the upper corner points along the diagonals further away or closer to the edge of the paper. The rest of the corner points will adjust automatically and still give a harmonious layout.



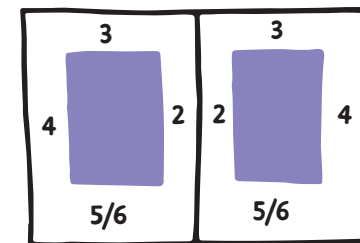
Das Coole daran ist, dass du mit dieser Konstruktion die Größe des Satzspiegels variieren kannst, indem du einfach die oberen Eckpunkte entlang der Diagonale weiter weg oder näher an den Rand des Papiers verschiebst. Der Rest der Eckpunkte passt sich automatisch an und es besteht weiterhin ein harmonisches Layout.

## Simple Sequence

Enough of constructions, traditional knowledge and centuries of calculation? A simple, catchy sequence is

**2 : 3 : 4 : 5**

Instead of the five units in the foot, six units can also be suitable.



## Einfache Zahlenfolge

Genug von Konstruktionen, traditionellen Überlieferungen und jahrhundertealten Berechnungen? Eine einprägsame und gängige Zahlenfolge, die du dir im Nu merken kannst ist

**2 : 3 : 4 : 5**

Anstelle der fünf Einheiten im Fußsteg kannst du auch sechs Einheiten benutzen.

## Experience is key

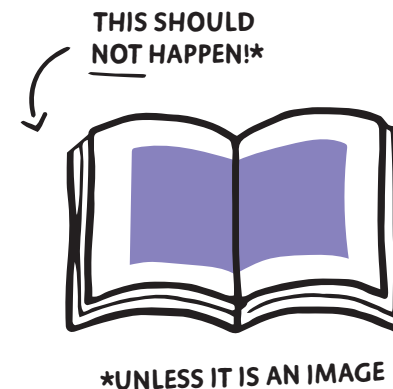
Even if there are so many different ways of finding the perfect size for print spaces, in the end the best way is to rely on your experience. Use the methods as guidelines and don't be afraid to customize them to fit your ideas and your understanding of good proportion.

## Das letzte Wort

Auch wenn es so viele verschiedene Möglichkeiten gibt, den perfekten Satzspiegel zu erschaffen, solltest du dich am Ende auf deine Erfahrung verlassen. Benutze die Methoden als Richtlinien, aber scheue dich nicht davor sie deiner gestalterischen Vorstellungen und deinem Verständnis von guten Proportionen anzupassen.

## Caution!

As you may have recognized in case of double pages, the width of both inside margins together should be slightly less than one outside margin. But the approximate rule **“2 inside margins = 1 outside margin”** does not work in case of thick tomes that are hard to open. So keep the thickness and the way of binding your book or magazine in mind and add some extra space to your inside margins if needed.



## Achtung!

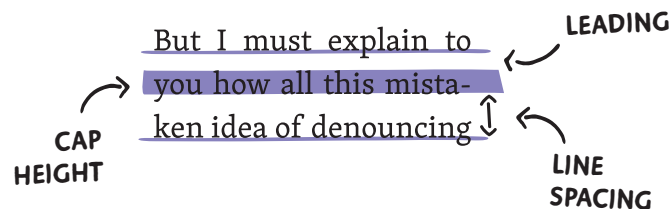
Wie du vielleicht bereits erkannt hast, sollte bei Doppelseiten die Breite der beiden Innenstege zusammen minimal geringer sein als ein Außensteg. Aber die Regel **„2 Innenstege = 1 Außensteg“** funktioniert nicht bei dicken, schwer zu öffnenden Wälzern. Behalte also die Dicke und die Art der Bindung deines Buches oder deiner Zeitschrift im Hinterkopf und gib deinen Innenstegen bei Bedarf noch etwas mehr Platz.

## 3. Baseline Grid

Now that I've scrupulously explained to you how to create a good print space, here's a little bad news: it's not over yet. *Whaaaaat?*

But don't worry, there are only minimal adjustments that need to be made after we completed the next point: **The baseline grid.**

Actually, it's very easy to create because it corresponds exactly to the **line spacing** of your text, which is the result of the **cap height** plus the **leading**.



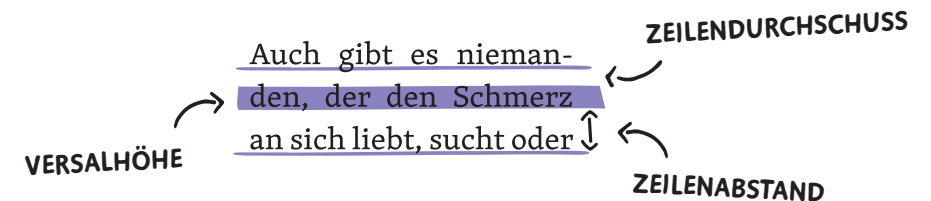
So the easiest way of creating a baseline grid is through try and error. Fill your print space with dummy text (preferably one in the language in which the texts will be later and not with the well-known Latin lorem ipsum) choose a typeface, the font size and then adjust the line spacing the way you want it to be.

Et voilà: Say hello to the spacing of your baseline grid!

## Grundlinienraster

Nachdem ich dir jetzt ausgiebig erklärt habe, wie man einen guten Satzspiegel erstellt, kommt jetzt leider eine winzige schlechte Nachricht: Wir sind noch nicht fertig damit. *Waaaaaas?*

Aber keine Sorge, es sind nur minimale Anpassungen, die nach den nächsten Punkten vorgenommen werden müssen.

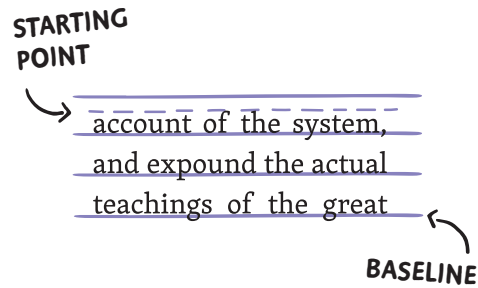
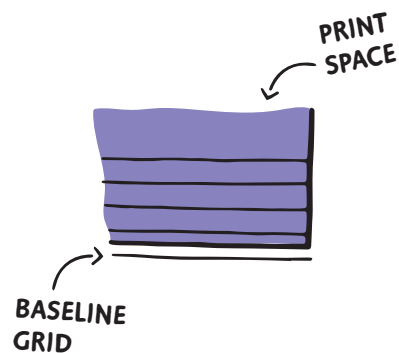


**Das Grundlinienraster** – Eigentlich ist es sehr einfach zu erstellen, denn es entspricht genau dem **Zeilenabstand** des Textes, welcher der **Summe aus Versalhöhe und Zeilendurchschuss** entspricht.

Der einfachste Weg ein Grundlinienraster zu erstellen, ist durch Herumprobieren. Fülle den Satzspiegel mit Blindtext (am besten in der Sprache, in der die Texte später sein werden, und nicht mit dem lateinischen Lorem ipsum), suche dir eine Schriftart und eine Schriftgröße aus und stell dir den Zeilenabstand so ein, wie er dir gefällt. Et voilà: Sag' »Hallo« zu dem Abstand deines Grundlinienrasters.

All that has to be done is going into the settings of your InDesign (*InDesign* → *Preferences* → *Grids*), match the increment to your line spacing and choose 'Relative To: Top of page'.

After that you have to calculate the **starting point**, that is the **height of your top margin plus the cap height of your text**.

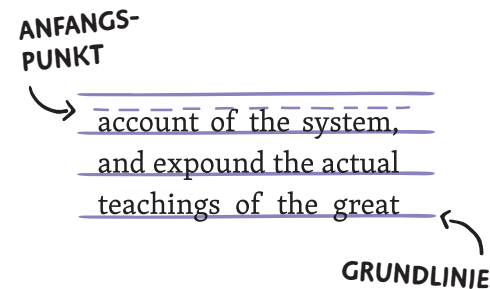
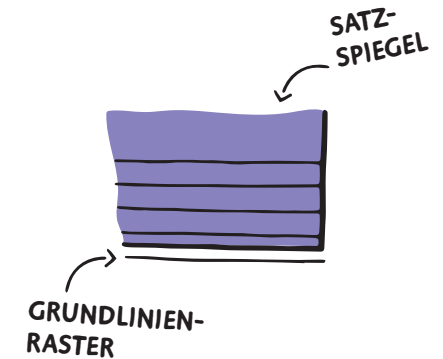


Maybe the last line of your baseline grid doesn't overlay with the line of your print space. Just make your print space a little bit bigger or smaller, so it fits to your baseline grid.

And that's it!

Nun musst du in die Einstellungen von InDesign gehen (*InDesign* → *Voreinstellungen* → *Raster*). Unter dem Punkt „Einteilung alle“ gibst du denselben Wert an, wie der deines Zeilenabstandes und wählst „Relativ zu: Oberer Seitenkante“.

Der **Anfangspunkt** deines Grundlinienrasters ergibt sich aus der **Höhe des Kopfsteiges plus der Versalhöhe des Textes**.



Es kann sein, dass sich die letzte Zeile des Grundlinienrasters nicht mit dem Rand ihres Satzspiegels deckt. Vergrößere oder Verkleinere also den Satzspiegel ein wenig, so dass er mit dem Grundlinienraster übereinstimmt.

Und das war's auch schon!

## Snap to it!

You are wondering why your text doesn't snap to the baseline grid? Find out if you checked the box 'Snap to baseline grid' in your Paragraph Style. This is very important to ensure that the texts are **register-true**, that means that lines which stand next to each other in columns or lines of the front and back of a page are exactly on the same baseline.

If this is not given, readers will feel intuitively uncomfortable.

## Irgendwie komisch

Irgendwie richtet sich dein Text nicht am Grundlinienraster aus? Schau nach, ob in deinen Absatzformaten das Kontrollkästchen „Am Grundlinienraster ausrichten“ aktiviert ist. Dies ist sehr wichtig, damit die Texte **registerhaltig** sind. Das bedeutet, dass Zeilen, die in Spalten nebeneinander oder auf der Vorder- und Rückseite des Blattes sind, sich genau auf der gleichen Grundlinie befinden.

Am besten verhinderst du es, da der Leser sonst unmittelbar das unbehagliche Gefühl bekommt, das irgendetwas komisch oder falsch ist.

NOT REGISTER-TRUE! 

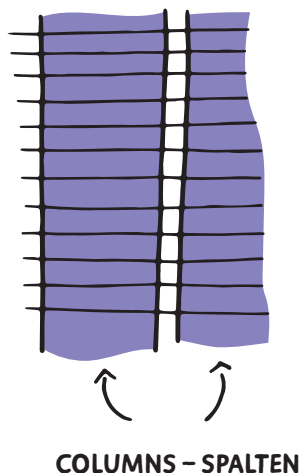
Far far away, behind the word mountains, far from the countries Vokalia and Consonantia, there live the blind texts. Separated they live in Bookmarksgrove right at the coast of the Semantics, a large language ocean. A small river named Duden flows by their place and supplies it with the necessary regelialia. It is a paradisematic country, in which roasted parts of sentences fly into your mouth. Even the all-powerful Pointing has no control about the blind texts it is an almost unorthographic life One day however a small line of blind text by the name of Lorem Ipsum decided to leave for the far World of Grammar. The Big Oxmox advised her not to do so, because there were thousands of bad Commas, wild Question marks

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabenhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben. Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmelte von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen

 NICHT REGISTERHALTIG!

## 4. Vertical Lines

While the baseline grid ensures the vertical alignment of your texts and images, you will need some vertical lines to divide your print space into columns. How many columns you need refers to how you want your page to be split up.



For example, 3 to 4 text columns have proven to be a good measure in magazines. That doesn't mean that there are only 3 or 4 columns in the background. Usually, **the number of invisible columns is a multiple of the actual text columns** you want to use.

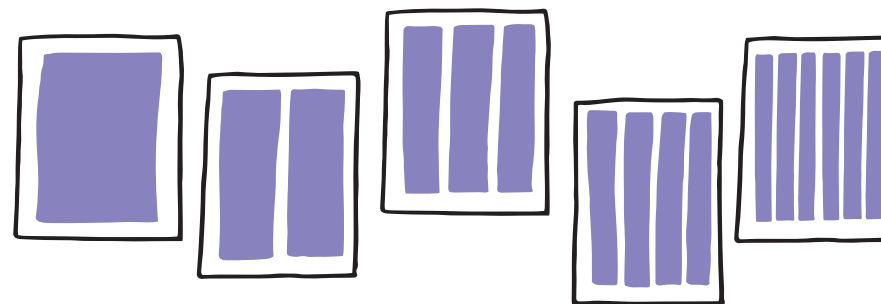
Over the years a **division into 12 columns has proven its worth**, as this allows a great variety and you can achieve 1- to 12-column divisions within the same grid. In general, you can say: The smaller the division, the more flexible is the layout.

## Vertikale Linien

Während das Grundlinienraster die vertikale Ausrichtung deiner Texte und Bilder unter Kontrolle hält, brauchst du noch ein paar vertikale Linie, um deinen Satzspiegel in Spalten zu unterteilen. Wie viele Spalten du genau brauchst, hängt davon ab, wie deine Seite aufgeteilt werden soll.

In Zeitschriften zum Beispiel haben sich 3 bis 4 Textspalten als ein gutes Maß erwiesen. Das heißt aber nicht, dass der Satzspiegel im Hintergrund nur in 3 oder 4 Spalten aufgeteilt ist. Normalerweise handelt es sich bei der **Anzahl der unsichtbaren Spalten um ein Vielfaches der tatsächlich vorhandenen Spalten.**

Im Laufe der Jahre hat sich **eine Einteilung in 12 Spalten** bewährt, da diese eine große Vielfalt zulässt und man innerhalb des gleichen Rasters 1- bis 6-spaltige Aufteilungen erreichen kann. Generell kann man sagen: Je kleinteiliger die Einteilung, desto flexibler ist natürlich auch das Layout.

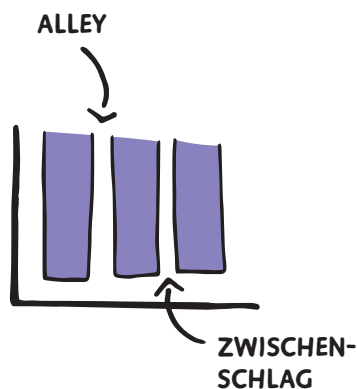




To set up your columns in InDesign go to 'Layout → Margins and columns'. Here you can enter the desired number of **columns** and the width of the **alleys**.

**Tip**

Try to create columns and alleys with measures that do not have one zillion numbers behind the comma. If you can't create them within your page size, don't be afraid to adjust the width of in retrospective.



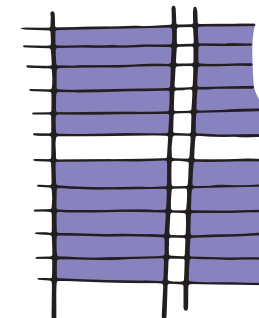
Um die Spalten in InDesign einzurichten, gehe zu „Layout → Ränder und Spalten“. Hier kannst du die gewünschte Anzahl der **Spalten** und die Breite des **Zwischenschlages** eingeben.

**Tipp**

Versuche die Spalten und Zwischenschläge mit Maßen anzulegen, die nicht eine Milliarde Nachkommastellen haben. Wenn du das innerhalb deine Satzspiegels nicht hinbekommst, scheue dich nicht davor, die Breite nachträglich anzupassen.

**Let's get modular!**

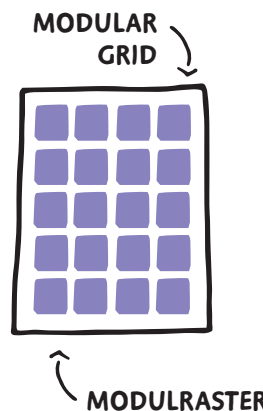
Now you have created a multicolumn-grid. If you want to switch to a modular one just add some horizontal lines. The most common way is **every 5 steps of your baseline grid**. Ensure there are also horizontal alleys. Their height is the same as the width of the alleys between your columns.



**Zeit für Module**

And again: maybe there are some adjustments to the print space needed.

Herzlichen Glückwunsch! Du hast ein mehrspaltiges Gestaltungsraster erstellt! Mit dieser Grundlage kannst du ziemlich einfach ein modulares Raster gestalten. Dazu musst du eigentlich nur Horizontale Linien hinzufügen. Eine bewährte Unterteilung sind hierbei 5 Schritte des Grundlinienrasters. Vergiss nicht hier jeweils eine Zeile deines Grundlinienrasters zwischen den Horizontalen Linien freizulassen.



Und noch einmal: Vielleicht sind einige Anpassungen des Satzspiegels nötig.

## What the Quad?

Of course, there is a system for creating your vertical lines.

It is easy to use, because it uses round numbers for the columns and the alleys. The squares used for the division remind of the quads that were used in metal type spacing.

But this system is different from the others: It will define your print space and in some cases your whole paper size.

In the table you can see the width of the alleys, the width of one column and the resulting width of your print space (in case you use 12 columns).

## Noch ein System

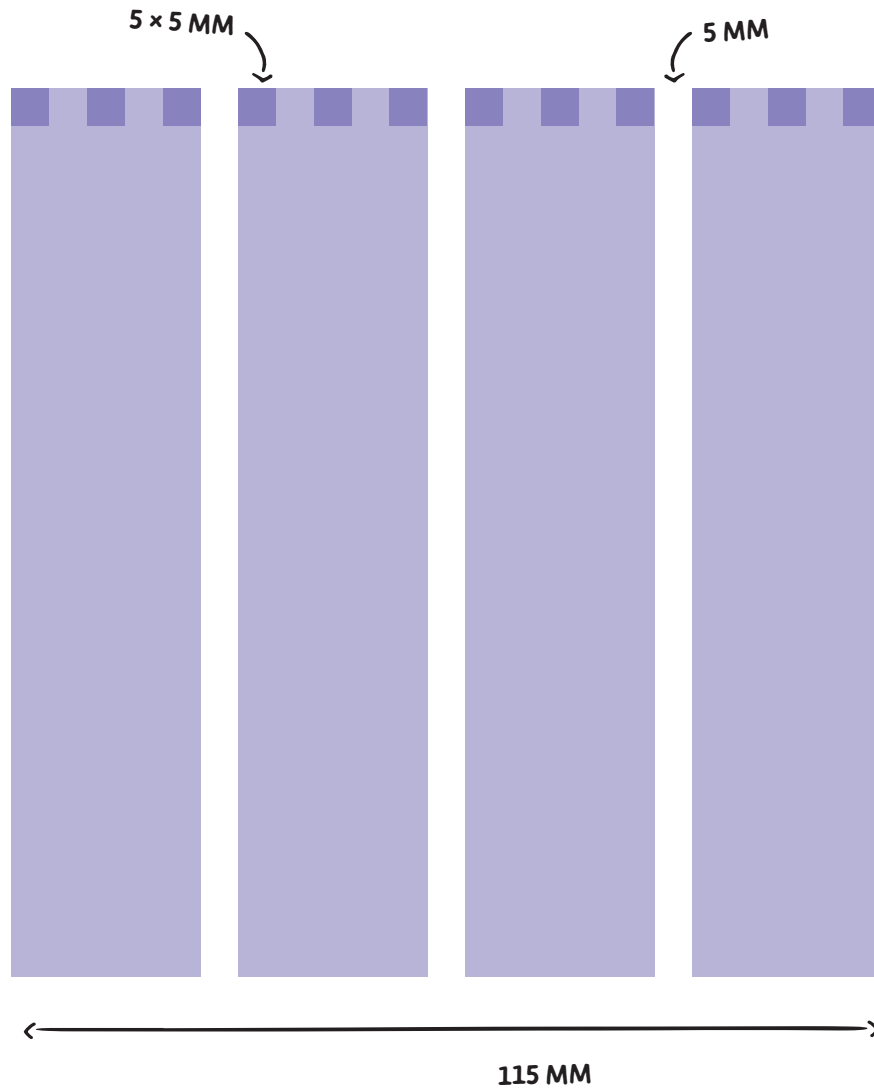
Natürlich gibt es auch ein System, mit dem du die vertikalen Linien erstellen kannst.

Es ist einfach zu verwenden, da es ausschließlich runde Zahlen für die Spalten und Zwischenschläge verwendet. Die Quadrate, die für die Einteilung verwendet werden, erinnern an Geviert, das beim Bleisatz einem Wortabstand entsprach.

Aber Achtung! Es wirft nochmal alles über den Haufen, denn anders als die anderen Systeme definiert dieses deinen Satzspiegel und dein Papierformat, nicht umgekehrt.

In der Tabelle siehst du die Zwischenschlagbreite, die Spaltenbreite und die daraus resultierende Breite des Satzspiegels (natürlich im Fall, dass du auch 12 Spalten verwendest).

	11 alleys x 4 mm	11 alleys x 5 mm	11 alleys x 6 mm	
<b>Twelve columns: width x</b>	4 mm	92	103	114
<b>Zwölf Spalten: Breite x</b>	5 mm	104	115	126
	6 mm	116	127	138
	7 mm	128	139	150
	8 mm	140	151	162
	9 mm	152	163	174
	10 mm	164	175	186
	11 mm	176	187	198
	12 mm	188	199	210
	13 mm	200	211	222
	14 mm	212	223	234
	15 mm	224	235	246
	16 mm	236	247	258
	17 mm	248	259	
	18 mm	260		



## From Analog to Digital

Grid systems are not only interesting in the printing world. Especially website designers rely on them. In this medium, the division into 12 columns evolved due to the fact that most display widths are a multiple of the number 12.

These grids make it a lot easier to design a responsive website.

## Von Analog zu Digital

Rastersysteme sind nicht nur in der analogen Welt von großer Bedeutung. Vor allem Web- und UX/UI-Designer vertrauen auf sie. Vor allem in digitalen Medien hat sich eine Einteilung in 12 Spalten bewährt. Dies beruht auf der Tatsache, dass die meisten Displaybreiten ein Vielfaches von 12 sind.

Damit wird die Gestaltung von responsiven Layouts um einiges erleichtert.

# PULL QUOTES INSIDE THE GRID

One example for seeing how the grid system works in its most effective way and variety is looking at Pull Quotes. They are so common, that most of us don't even notice them, let alone appreciate the benefits they hold in store. And that regardless of the fact, that a pull quote is one of the most effective strategies that a layout designer can use.

## **PULL QUOTES IN RASTERN**

Ein perfektes Beispiel, an dem man sehen kann wie Rastersysteme in all ihrer Vielfalt genutzt werden können sind Pull Quotes. Da sie allgegenwärtig sind, werden sie meist gar nicht beachtet. Uns das obwohl Pull Quotes zu den effektivsten Mitteln gehören, die einem Gestalter zur Verfügung stehen.

Imagine the worst-case scenario: You have to layout a very long article for a magazine and for some reasons there are no photos or illustrations that you can use. You will end up with pages and pages of text that will build a greyish wall in front of your eyes. Your text blocks are suffocating!

## EMPHASIZES THE PARTS THAT REALLY HAVE TO STAND OUT

And no one will want to read it – I swear. And that’s the point where we come to these short and bold phrases, helping to bring a breath of fresh air to your layout.

And the best thing is: Pull quotes, as their name already suggests, are quotes that are pulled from

the article in which they are found. So you already have everything you need at hand. You just have to decide which are the juicy and crisp parts and use them in an aesthetic way.

Besides being eye candy, pull quotes have an additional advantage: They help the reader to skim through the article and still gather the message. That adds interest and emphasizes the parts that really have to stand out. So you actually can kill two birds with one stone!

So how could pull out text, that should pull in readers look like?

## A BREATH OF FRESH AIR TO YOUR LAYOUT

Stell dir folgenden Extremfall vor: Deine Aufgabe ist es, einen extrem langen Artikel für ein Magazin zu setzen und aus irgendeinem Grund gibt es keine Fotos oder Illustrationen, mit denen du arbeiten kannst.

Du wirst unvermeidlich mit endlosen Seiten voller ewig langer Textblöcke enden, die vor deinem Auge zu einem riesigen grauen Klumpen verlaufen. Das hört sich nicht so toll an, oder? Und niemand wird den Artikel lesen wollen – das verspreche ich dir.

Und genau hier kommen diese kurzen und lauten Sätze ins Spiel, die es schaffen wieder ein bisschen frischen Wind in dein Layout zu bringen.

Das Beste daran ist: Pull Quotes sind Zitate, die genauso, wie sie

sind aus Artikeln übernommen werden. Das heißt, du hast alles, was du brauchst schon zur Hand. Du musst dich jetzt nur noch entscheiden, welche Sätze am aufregendsten sind und sie in einer ästhetischen Art und Weise gestalten.

## ALSO SCHLÄGST DU ZWEI FLIEGEN MIT EINER KLAPPE!

Davon abgesehen, dass Pull Quotes ein echter Augenschmaus sind, haben sie noch eine weitere nützliche Funktion: Sie helfen dem Leser einen Artikel nur kurz zu überfliegen und trotzdem direkt die Aussage dahinter zu verstehen.

Das Interesse wird schnell geweckt und die wirklich wichtigen Teile des Textes stechen direkt hervor. Also schlägst du zwei Fliegen mit einer Klappe!

Und wie genau können diese Texte jetzt aussehen?

## Hodgepodge

### Blockquotes ≠ Pull quotes

Due to their similar appearance, pull quotes and blockquotes are often mixed up. The devil is in detail:

While pull quotes are quotes pulled from the corresponding text, blockquotes refer to other sources. So be aware of throwing them both into one pot.

## Kuddelmuddel

### Blockquotes ≠ Pull Quotes

Was gleich aussieht, muss nicht gleich sein. Pull Quotes und Blockquotes werden oft miteinander verwechselt. Aber der Teufel steckt im Detail:

Während Pull Quotes Zitate sind, die aus dem dazugehörigen Artikel stammen, gehören Blockquotes zu ganz anderen Quellen. Also pass auf und schmeiß' nicht beides in denselben Topf.

THE DEVIL  
IS IN  
DETAIL

## Alignment

Let's see where is the perfect place for them to shine. There are plenty of possibilities to arrange these short phrases in your page layout, but don't be frightened. Because basically they nearly all have one thing in common:

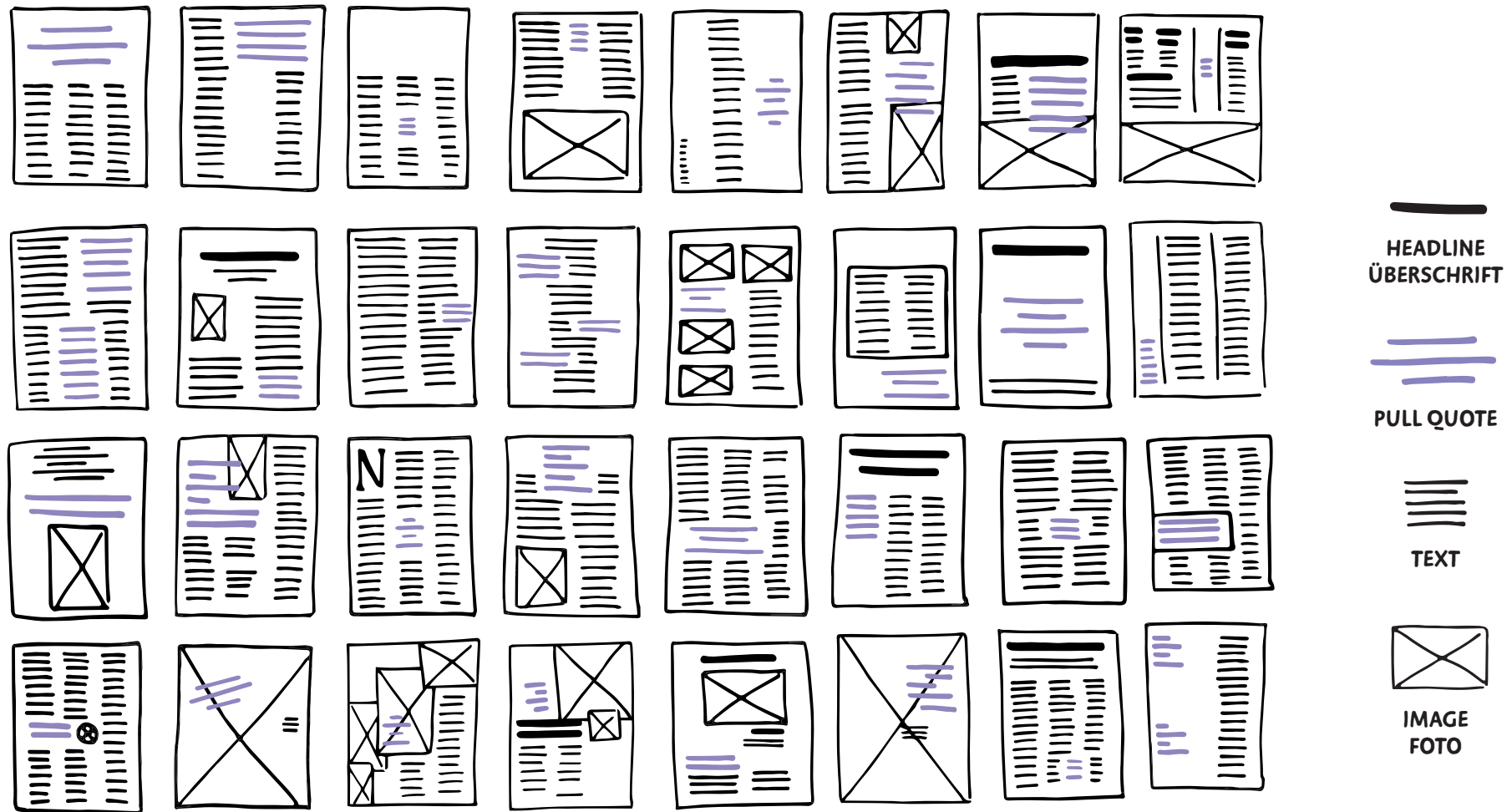
They are based on the graphic grid – and as you've already learned you should have a grid system while designing a layout.

THEY ARE  
BASED ON  
THE  
GRAPHIC  
GRID

## Ausrichtung

Schauen wir mal, wo der perfekte Platz für die Pull Quotes ist. Es gibt unendlich viele Möglichkeiten, diese kleinen kurzen Phrasen in deinem Layout zu platzieren, aber lass dich nicht abschrecken. Denn im Grunde genommen haben sie fast alle eines gemeinsam:

Sie basieren auf dem Rastersystem – und wie du bereits gelernt hast, sollte dieses bei der Gestaltung eines Layouts auf keinen Fall fehlen.



# Highlighting

Now that you know where to place your pull quotes, let's start to give them a striking look. It should stand out from the body text in any case. Therefore all creative means and ways are open to you, depending on the overall look of your design object. So do it boldly, spice it up with color, get a brand new typeface just for your pull quotes or even add some extra graphic elements. There's no limit!

of 30 bird islands, including the Richard T. Paul tuary, named for her late husband, a longtime rvationist with the organization. On their ls, Paul and Rachal have seen it all, from nude uthers to a would-be groom who had a heli- r drop him and his sweetheart on one of the ls so he could pop the question. They spend of their time surveying activities around the ls, posting No Trespassing signs, and manage- e habitat. And sometimes, after all that effort, get genuinely pissed off when people just go l and do whatever they damn well please.

**I**N THAT MISTY MONDAY, RACHAL cranked the motor and whirred out from the mouth of the Alafia River into Hillsborough Bay, then rounded

“Do I ever scare a bird by getting too close? Yeah, once in a while. So does everybody who walks to the beach, and goes outdoors, and opens the door of their house. I try to do my best and not do anything that will have a negative impact.”



up there with cooking, gardening and reading to  
To my regret, my own photographs, still in their  
kets, occupy drawer after drawer, waiting for the  
they will be transformed into  
: record of the lives of my  
d friends, to be endlessly  
ughed at and sighed over. In  
ime, particular favourites are  
assorted frames and have col-  
st flat surfaces in the house.  
ther haphazard approach is  
ecause photograph frames  
iter, look spotty, collect dust

Ill-assorted photograph frames have colonised most flat surfaces in my house, bearing very little relation either to each other or to the decoration of the room

(pages 110 to 115) addresses wealth of ideas on what to c happy moments, adorable de



# Aussehen

Nachdem du jetzt weißt, wo du sie platzieren kannst, fangen wir damit an deinen Pull Quotes einen außergewöhnlichen Look zu verpassen. Sie müssen sich auf jeden Fall vom Fließtext abheben. Dafür stehen dir alle kreativen Mittel und Wege offen – je nachdem wie das Gesamtbild deines Designs aussehen soll. Also sei mutig, nimm den fettesten Schnitt, den du finden kannst, pepp das ganze mit ein bisschen Farbe auf, verpass deinen Pull Quotes eine eigene Schrift oder füge ihnen weitere grafische Elemente hinzu. Es gibt keine Grenzen!



conception, designed in collaboration with the client. What is uniform, however, is the bold aesthetic.

Johnny has been able to indulge his penchant for the fantastical, revelling in the audacious, memorable gestures for which his parties

*‘There was a pond in middle of the marquee. In seven minutes it was drained and transformed into a sunken bar’*

are renowned. ‘At one party, a summer ball in the country, there was a pond in the middle of the marquee’, recalls Johnny. ‘The guests went outside for a seven-minute firework display and by the time they returned, the pond had been drained and transformed into a bar, with



“

HALF THE  
FOLKS  
CAN'T TELL  
YOU WHAT  
THEY'RE  
DOING  
BECAUSE  
IT'S A  
SECRET,"  
SAYS BOB  
BORCHERS,  
A FORMER  
EXEC.

tion that hits the newbies on their first work at new-employee orientation.

"You sit down, and you start with the roundtable of who is doing what," recal Borchers, a product-marketing executive the early days of the iPhone. "And half can't tell you what they're doing, because secret project that they've gotten hired

The new employees learn that first work that they've joined a different kind of company than any they've worked at. Outside, Apple is revered. Inside, it is a place where newbies are entrusted with much information. All new employees get a half-day of orientation, always on a Monday—unless Monday is a holiday. Much orientation is standard big-company stuff: a welcome package with stickers saying "Welcome to Apple," HR forms, and the like. Apple quickly makes the employees of the few companies it acquires understand they are now part of the Apple family. Lars Allwood, who became director of partnerships in Apple's iAd mobile-advertising business when Apple bought his startup, Wireless, recalled the delight when a shiny new iMac showed up almost immediately following the close of the transaction. "People felt very quickly like you were something special," he said. Orientation

**Tip**

Just in case you are designing a complete magazine: It makes it easier for the reader if you keep to one style of highlighting pull quotes.

**"What Lahti described was new to me: Because Prince Edward winters are so intense, growers have to bury their vines to protect them. They hibernate them."**

LONG DOG  
WINEYARD & WINERY

as a cool and misty morning when I drove out to Long

**THE GR.**

Visiting the Grange the ground where "Bird banger," (reassuringly. My in bright blue n doesn't: "I don't the environment. Instead, she rel came up with a We retreated houses her cell room. Granger; the setting for a grapes to the pr Granger's 28

THE ECONOMY  
3% / G.D.P.  
the popular

ns for Obama: and economic growth sluggish, es have fallen Obama would ne in six — of

that if I woke up next November ore years of Obama, I might ask

might not care much about the growth. Some 80 percent of voters

not happy all sort of fatig

In practice falling into c and Getting Obama would for Getting I do in this si make that c mer"? — it's bers would r growth might cent growth much more growth (also

CASE STUDY  
Obama approach growth in 201 vote: Romney

Obama would ting Better c nominee. Bu

omy grows by 4 percent next year employment rate. This would be en

THE GOOD NEWS FOR OBAMA IS THAT VOTERS HAVE SHORT MEMORIES.

It's a fluke, really, that she found herself at the helm of Riyadh's Harvey Nichols. By the time she returned to Saudi Arabia, the department store had become less the luxury shopping destination it billed itself as than an

ing the rules of keeping genders separated by pa to practice self-control.

"And we were crucified," she says. Within six new staff was composed of untrained women and

men typically ( "religious polic for enforcing s stantly. Crowds virtuous we ca Reema says, pa are you looking my ego and m I'm employing actually shock to the investig

**Tip**

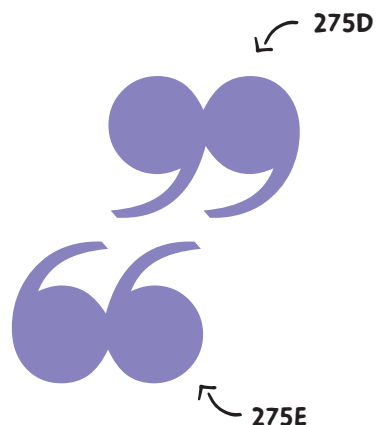
Für den Fall, dass du ein komplettes Magazin gestaltest: Für den Leser ist es einfacher, wenn gleiche Dinge gleich oder ähnlich gestaltet sind.

**"Ten thousand women," Princess Reema marvels, picturing the upcoming gathering. "They've left their homes, they're saying, 'Talk to me, I'm here, tell me something.'"**

## May I introduce?

For all those type geeks out there, I have some good news for you: There are some typefaces out there with supersized quotation marks. You can find them with Unicode 275D and 275E in your glyphs palette. Some fonts including these special features are:

- Zapf Dingbats
- Segel UI Symbol
- Quixo



## Darf ich vorstellen?

Für alle Typo-Nerds da draußen habe ich eine gute Nachricht: Es gibt einige Schriften mit übergroßen Anführungszeichen. Man kann sie mit den Unicodes 275D und 275E in der Glyphenpalette finden. Einige Schriften mit diesen Besonderheiten sind:

- Zapf Dingbats
- Segeo UI Symbol
- Quixo

## Break the rules!

Now that you might be a bit overwhelmed by all the rules and tools, I would like to suggest one last and probably the most important of all:

### Break the rules, little rebel!

As long as it fits to your design and to the message you want to convey, everything is possible.

## Brich die Regeln!

Auch wenn du jetzt vielleicht ein bisschen überwältigt von all den Regeln und Werkzeugen bist, möchte ich dir noch eine letzte und die wahrscheinlich wichtigste von allen ans Herz legen:

### Brich die Regeln, kleiner Rebell!

Solange es zu deinem Design und zu der Botschaft passt, die du vermitteln möchtest, ist alles erlaubt!

chap/Kap 02

*Julia Iserbeck*

# Chapter Entries and Subchapters

*Kapitelöffnungen und Unterkapitel*

# Einleitung

Im Bezug auf Kapiteleroöffnungen sollte man stets das Inhaltsverzeichnis im Kopf haben. Nicht unbedingt das exakte Layout dessen ist zunächst wichtig, sondern das Konzept hinter der Art, das Buch oder die Publikation in mehrere Sinnabschnitte oder Kapitel zu unterteilen.

Ist es sinnvoll, eine aufmerksamkeitsstarke Doppelseite mit starker Typografie zu gestalten, um die Kapitel untereinander abzugrenzen? Oder ist es besser, zu einer lesbaren Headline in einem stärkeren Schriftschnitt im Vergleich zum Fließtext zu greifen? Wie in den meisten (ich traue mich zu sagen: in allen) typografischen Situationen steht die Lesbarkeit an erster Stelle – ABER – wenn es um Kapiteleroöffnungen und Unterkapitel geht kommt es mindestens genauso stark auf die Hierarchie an. **Während dem Lesen sind die Unterkapitel das Navigationswerkzeug des Lesers und helfen, logisch durch die Publikation zu navigieren.** Für manche Leser kann jedes gelesene Kapitel ein Erfolg bedeuten, sogar das kann eine entsprechend gestaltete Kapiteleroöffnung ausdrücken.

Unterkapitel mögen nicht so aufmerksamkeitsstark gestaltet sein wie ihre großen Geschwister – Hierarchie, weißt du noch? Aber vor

dem Hintergrund der Navigation sind sie noch relevanter. Wie relevant genau, das hängt stets vom Inhalt ab. Für ein umfangreiches Werk gilt: Struktur ist der Schlüssel – oder der Leser gibt auf Seite 16 auf und wird das Buch nie mehr aufschlagen. Erinnerst du dich an die gute alte Geschichte von Hänsel und Gretel und ihrem Weg durch den großen dunklen Wald? Dank der cleveren Gretel und ihren Brotkrumen haben sie es geschafft. **Sei Gretel und sei nett zu deinem Publikum!** Stell dir den Leser vor, wie er fröhlich von Stein zu Stein über einen großen dunklen See hüpfet und das andere Ufer erreicht, den Kopf voller schöner (und nützlicher!) Kapiteleroöffnungen und Unterkapitel als Steine und Brotkrumen.

In diesem Kapitel möchte ich die nützlichsten Werkzeugen und Prinzipien bezüglich Konzept, Typografie und Layout der Kapiteleroöffnungen und Unterkapitel mit euch teilen.

# Introduction

When speaking of chapter entries, one always need to have the table of contents in mind. Firstly the exact layout or design of it is less important, more the concept of dividing the content of the book or publication in different parts and chapters.

Does it make sense to design a colourful double spread with prominent typography to divide every chapter, or is it better to choose a readable headline in a bolder font style than the one used for the main text? Like in most (I dare say every) case of typographic use, readability comes first – BUT – speaking of chapter entries and subchapters, hierarchy matters at least as much.

**Chapter entries are the tool for the reader to navigate through the publication.**

Fancy designed chapter entries can even express the huge step a new read chapter constitutes for some readers.

Subchapters may not be designed so prominently like their older siblings – hierarchy, remember? But against the background of navigation they may be even more essential. It always depends on the content. For a vast piece of work, structure is key – or your reader will give up at page 16 and never dares

to open the book again.

Remember the good old story of Hansel and Gretel finding their way through the evil dark forest? They made it thanks to clever Gretel and her bread crumbs. **Be Gretel and guide your audience!** Imagine the reader happily jumping from stone to stone over dark, cold water and reaching the shore – guided by beautiful (and useful!) chapter entries and subchapters as stones and breadcrumbs.

With that in mind, I want to share the most helpful instruments of the concept, typographic use and layout of chapter entries and subchapters.

# Von Tür und Kompass

Der Begriff »Kapitelöffnung« lässt sich in die einzelnen Aspekte Kapitel und Eröffnung teilen. Dies – zugegebenermaßen ziemlich offensichtliche Beobachtung – hilft uns dennoch ihre Bedeutung besser kennenzulernen.

Das »Kapitel«<sup>1</sup> ist ein Werkzeug, das den Inhalt des Buches in sinnvolle Abschnitte unterteilt. Es hat den Anspruch, ein maßgebliches Element der Spezifikation oder Bestimmung zu sein. Wie wir bereits wissen ein recht mächtiges Werkzeug, um den Leser durch die Publikation zu führen. Speziell dieser Aspekt trifft auch auf die Unterkapitel zu. Aber wo genau liegen nun die Unterschiede?

Der Schlüssel ist der Zusatz »Eröffnung«<sup>2</sup>! **Stell dir im buchstäblichen Sinn eine Tür vor.** Siehst du einen weiten, endlosen Korridor, das Buch, die Wände voller Türen? Welche Tür ist nun die richtige, um weiter durch das Buch zu reisen? Welche Eindrücke vermitteln dir die unterschiedlichen Türen? Manche sehen freundlich aus und laden zum Eintreten und Hineinschauen ein. Manchmal wirken sie streng und überwältigend

und du kannst es kaum erwarten weiter zu kommen ... Als Designer obliegt dir die Entscheidung der Wirkung der Türen auf den Reisenden oder Leser – du bist der Architekt des Korridors. Und natürlich der Autor des Textes! Er liefert den konzeptuellen Inhalt, aber du als Designer hast die Kontrolle wie dieser im Kopf des Lesers ankommt.

Wir kennen bereits einige Gemeinsamkeiten mit den kleinen Geschwistern der Kapitelöffnungen, den Unterkapiteln. Wie in jeder Familie verhält sich jedes Mitglied unterschiedlich, aber alle zusammen bilden einen Kreis – und unterstützen eine effektive Navigation und Hierarchie. Versetze dich erneut in den fiktiven Korridor und wähle eine Tür. Du trittst ein und findest dich in einer fantastischen, aber chaotischen Welt voller Buchstaben, Absätze und Interpunktion wieder. Wie eine Ordnung in die-

# Of doors and compasses

The word "chapter entry" can be divided into the concepts of chapter and entry. This – I admit, quite obvious – observation helps us to understand them better.

The "chapter"<sup>1</sup> is a tool to divide the content of the book reasonably. It claims itself to be a significant element of specification. As we already have learned, it is a quite powerful and necessary tool to guide the reader through the publication. This aspect applies especially for the subchapters. But where is the difference now?

The key is the addition of "entry"<sup>2</sup>! **Imagine the chapter entry literally as a door.** Do you see a wide and long corridor, the book, with its walls full of doors? How do you know which door to take to travel further through the book? What impression are the doors giving you? Perhaps they are looking welcoming and invite you to step in and have a look at what's inside. Maybe they seem harsh and overwhelming, and you can't wait to step away from them. As a designer, you decide what

effect the doors have on the traveller or reader – together with the author, you are the architect of the corridor itself. The author is the creator of the content, but as a designer, you can control how the content finds its way into the reader's head.

So far so good about the chapter entries. We learned already some commons with their little siblings, the subchapters. Like in every family, everybody acts differently, but they all complete the circle – and lead to an effective navigation and hierarchy. Feel free to put yourself into our imagined corridor again and decide for a door. You step through it and jump into a fantastic but confusing world full of letters, paragraphs and interpunction. How to get a little order into this disorganised chaos? Remember you want to be Gretel and put out your bread-crumbs.

**The travelling reader needs**

sem verwirrenden Chaos herstellen? Du möchtest Gretel sein und deine Brotkrumen auspacken! **Der reisende Leser braucht einen Kompass, der ihn durch die Publikation führt!** Buchstäblich wird dieser Kompass die Navigation sein, die der Designer wählt. Es gibt zahlreiche Wege, den Raum wieder zu verlassen, aber nicht nur das! Wir

möchten dem Autor weitestgehend Tribut zollen und sicher sein, dass der Leser so viel Inhalt und Information wie möglich mitnimmt. Dies ist das Ziel von Kapiteleröffnungen und Unterkapiteln: eine Hierarchie finden, den Leser leiten – besonders im Bezug auf das Gesamtkonzept der Publikation in Gestaltung und Inhalt.

<sup>1</sup>Merriam Webster, 04.01.2021 13:25 Uhr, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/chapter>

<sup>2</sup>Dictionary, 04.01.2021 13:32 Uhr, <https://www.dictionary.com/browse/entries>

**a compass guiding them through the publication!** Literally, this compass will be the navigation the designer chooses. There will be various ways to get out of this room again! We want to represent the author as good as we can and make sure the reader takes as

much information and content with him as possible. Our ultimate goals for chapter entries and subchapters are to establish hierarchy, guiding, being the best buddy in navigation – and all of this in relation to the whole concept of the publication in form and content.

<sup>1</sup>Merriam Webster, 04.01.2021 13:25 h, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/chapter>

<sup>2</sup>Dictionary, 04.01.2021 13:32 h, <https://www.dictionary.com/browse/entries>

# Vom Geben und Nehmen

Es gibt verschiedene visuelle Orientierungspunkte der Navigation, auf die sich der Leser während des Lesens ständig beziehen können sollte.

Dies geschieht zum Beispiel durch Kolummentitel oder Seitenzahlen. Sie gehören zum Hauptaspekt der Navigation und dienen alle zusammen der Führung des Lesers, während dieser das tut, wofür er hier ist – Lesen.

Unsere reisenden Abenteurer benötigen dennoch ein wenig zusätzliche Hilfe vor dem eigentlichen Lesen! Sie müssen gespoilert werden, jedoch nicht im wörtlichen Sinn. Sie benötigen vielmehr vor dem großen Take-Off detaillierte Informationen bezüglich der bevorstehenden Route.

Für diese Zweck gibt es das Inhaltsverzeichnis. Es bietet eine komplette Übersicht, nicht nur bezüglich der Namen der Kapitel und Unterkapitel, sondern auch über deren Position und Reihenfolge.

**Das Inhaltsverzeichnis ist nicht nur eine Übersicht: es ist eher als Werkzeug zu verstehen.** Ein Werkzeug, das dem Leser erlaubt sich frei zwischen den Kapiteln zu bewegen und einen eigenen Weg zu finden

anstatt auf der vorgegebenen Route zu bleiben. Jedes gute Abenteuer beginnt dort, wo die ausgetretenen Pfade verlassen werden! Die Notwendigkeit eines Inhaltsverzeichnisses hängt von der Art der Publikation ab. Die meisten prosaischen Werke enthalten keines, da zum Verständnis des Textes die Einhaltung der vorgegebenen Reihenfolge notwendig ist: Kapitel für Kapitel. In nicht fiktionaler Literatur und wissenschaftlichen Publikationen ist ein Inhaltsverzeichnis absolut notwendig, besonders in seiner Rolle als Referenz- und Navigationswerkzeug. Du siehst: die Kapiteleroöffnungen, Unterkapitel und das Inhaltsverzeichnis sind eng miteinander verwandt.

**Wie in jeder gesunden Beziehung baut auch diese**

# Of giving and taking

There is visual information concerning navigation the reader needs to constantly refer to while reading.

This happens for example through column titles or page numbers. These elements are part of the main aspect of navigation and guide the reader while doing the thing they are here for – reading.

But our little travellers do not only need help while reading! They want to be spoiled. Not like you think. They need to get some more detailed information concerning the road to take before the take-off.

Therefore the table of contents is made. It delivers a complete overview not only of the chapters and subchapters' names but of their page order, too.

**The table of contents is not only an overview: it should rather be seen as a tool.** It is a tool that allows you to jump in between the chapters and find your own way instead of remaining on track. Every good adventure begins when leaving the familiar paths! Whether a table of contents is needed depends on the type of publication. Most prose

texts do not offer it because it is necessary to read the book in the specified order to follow the plot: chapter by chapter. In non-fiction literature and scientific texts, a table of contents is essential, especially in its role as a reference and guiding tool. You see: the chapter entries, subchapters and the table of contents are closely related. **Like in every healthy relationship, this one is based on the principle of giving and taking.**

The table of contents may summarise every chapter division due to its overview character, but it is more a guidance offerer than a know-it-all. It does not want to be bad-ass and kill the tension!

In comparison to the chapter entries, the table of contents'

**auf dem Prinzip von Geben und Nehmen auf.**

Das Inhaltsverzeichnis mag, aufgrund seines Übersichtcharakters, die gesamte Kapitelaufteilung zusammenfassen. Dabei möchte es aber vielmehr eine hilfreiche Führung anbieten, als ein Klugscheißer zu sein! Es hat wirklich nicht die Absicht der Miesmacher zu sein, der die Spannung direkt am Anfang killt!

Die Gestaltung des Inhaltsverzeichnisses hängt, vergleichbar zu den Kapitelöffnungen, vom Hauptkonzept der Publikation ab und wie wichtig es am Ende sein soll. Es unterliegt verschiedenen

Gestaltungsprinzipien und bietet unterschiedliche Möglichkeiten, genau wie seine Familienmitglieder. Du wirst etwas mehr darüber im folgenden Unterkapitel lesen.

Nun ein letztes Wort über die Position des Inhaltsverzeichnisses im Buch: **Es sollte stets so platziert sein, dass der Leser es problemlos finden kann.**

Dies bedeutet entweder am Anfang des Buches nach der Titelseite und dem Impressum mit Kolophon und vor der ersten Kapitelöffnung, oder am Ende des Buches nach dem letzten Kapitel und vor dem Anhang, zum Beispiel dem Kolophon.

design refers to the main concept of the publication and how important it should be at the end of the day. It follows similar restrictions and possibilities in design, exactly like their family members. You will find out more about this in the following subchapter.

One last word about the po-

sition of the table of contents in the book: **it should always be placed to be found easily for the reader.** It can appear at the beginning of the book, between title pages and the first chapter entry or at the end of the book after the last chapter and before the appendix such as the bibliography.



# Visuelle Tricks der Navigation

»Menschen nehmen immer und überall Informationen wahr. Sie orientieren sich dadurch in ihrer Umwelt, erkennen drohende Gefahren, bewerten die Stimmung ihres Gegenübers (...) Wahrnehmen ist ein kontinuierlicher Prozess, bei dem die Informationen aber nicht nur aufgenommen werden, sondern auch ständig ausgewählt und bewertet werden.«<sup>3</sup>

Auf unserem Weg die Navigation in Printmedien besser zu verstehen, ist der Ausdruck der Wahrnehmung essenziell. **Als Mensch sind unsere magischen Werkzeuge im Bezug auf die Wahrnehmung unsere Sinnesorgane.** Nicht nur die Augen, durch die wir Farben wahrnehmen, Zeichen wie z.B. typografische Buchstaben oder Piktogramme, aber auch Informationen bezüglich Anordnung und Raum, sind machtvoll. **Jeder sensorische Reiz wie Geräusche oder Gerüche ist wichtig und spielt in Printmedien eine Rolle** – vergiss niemals die Haptik eines Buches, das Papier, das durch die Finger gleitet.

Im vorherigen Kapitel haben wir das höchste Ziel im Bezug auf die Kapitelaufteilung (haha funny ... ein Kapitel über Kapitel) definiert:

Hierarchie und Navigation. Wie schlagen wir die Brücke von Wahrnehmung zu Navigation? Naja als menschliches Wesen, besonders als Mitglied einer postmodernen Gesellschaft und in Zeiten von Industrie 4.0, sind wir jeden Tag mit einer immensen Masse von informativen Reizen konfrontiert. Es ist unsere individuelle Aufgabe nur jene herauszufiltern, die für uns subjektiv relevant sind.

Als Designer ist es ebenso unsere Aufgabe für den Leser zu wählen und eine visuelle Führung zu bieten. Wir planen eine feste Route durch die gesamte Publikation, setzen Wegmarken und Navigierungspunkte wo immer sie uns sinnvoll erscheinen, füllen das Buch mit angenehm lesbarer Typografie – und hoffen auf das Beste. Damit du es beim Gestalten der Kapitel

# Visual tricks of navigation

“As human beings, we constantly perceive information. This way, we gain orientation concerning our environment, detect potential danger, and classify other people’s behaviour (...) Perception is a continuous process of not only dealing with information but constantly selecting and classifying it.”<sup>3</sup>

On our way to understand navigation in print media better, the expression of perception is essential. **Our magic tools as human beings concerning perception are our sensory organs.** The eyes are powerful; they perceive colour, signs like typographic letters or icons, and information arrangement. **Every sensual stimulus like sounds or smells are important and play a role in print media** – never forget the haptics of a book, the paper slipping through your hands.

In the previous sub-chapter, we defined our ultimate goal of chapters (haha funny ... a chapter about chapters): navigation and hierarchy. How do we get from perception to navigation? As a human being, especially living in a time of modern media and industry 4.0, we face a

huge mass of information and stimuli every day. It is our task to select what is essential and subjectively relevant to us.

As designers, it is our task to choose for the reader and, yes again, act as a guide. We plan a route through the whole publication, set marks as navigation items wherever we think they seem best, fill the book with readable typography – and hope for the best. So you are informed a bit better when you plan the concept for your next chapter entries and subchapters, I want to offer in the following paragraphs some helpful impulses and possible visual solutions to think about.

und ihrer Übergänge und beim Konzept für die Kapitelöffnungen und Unterkapitel ein paar Impulse im Kopf hast, hier ein paar hilfreiche Gestaltungselemente über die es sich nachzudenken lohnt.

### Farbe

»Das Auge sieht, aber das Gehirn nimmt wahr. Gestaltung knüpft bewusst an vorhandene Muster an, löst Assoziationen aus, schafft neue Vor-Bilder.«<sup>4</sup> Um dies zu erreichen kann Farbe ein mächtiges Werkzeug sein. Wir greifen sofort auf unsere Erinnerung zurück, wenn wir Farbe sehen – und knüpfen die Verbindung zu zahlreichen Assoziationen wie Gefahr, Harmonie oder Liebe. Stell dir mit diesem Hintergrundwissen vor was passiert, wenn du verschiedene Farben miteinander kombinierst und sie zur Darstellung deines Textes oder deiner Illustrationen nutzt. Welche Gefühle sollen im Kopf des Lesers geweckt werden? Wie verhalten sich sie zueinander und unterstützen sie die Aussage und das Konzept, das wir ausdrücken möchten? Ebenfalls nicht unwichtig: ist es möglich die ausgewählten Farben bezüglich der technischen Realisation vernünftig darzustellen (Stichwort: **Drucktechnik**)?

### Layout

Die Anordnung all unserer magischen Zutaten im Medium ist

ebenso wichtig wie die Farbe, über die wir gerade gesprochen haben. Es geht darum eine fürs Konzept sinnvolle Ordnung in alle Elemente zu bringen, die der Kunde oder du selbst als Designer darstellen möchtest. Vielleicht ist es besonders nützlich alle Elemente kreisförmig anzuordnen, um eine Gleichwertigkeit auszudrücken – oder ein spezielles Raster wird benötigt um die Abhängigkeiten zwischen ihnen darzustellen.

Was du aus diesem Abschnitt mitnehmen solltest: Unterschätze niemals optische Spannung! Sie ist ein mächtiges Werkzeug, um Hierarchie zu erzeugen und eine nützliche Navigation zu generieren. Weißraum (auch: negative space) ist hier dein Freund und Helfer.

»→ mehr dazu in Kap. 1

### Ikonografie

Ja, ja schon klar ... Moment, IKONografie nicht TYPOgrafie. Der Teufel liegt im Detail. **Während Typografie sich mit dem geschriebenen Wort als Zeichen beschäftigt beschreibt Ikonografie den Ausdruck durch grafische Symbole als Zeichen.** Sie können optische Führung unterstützen! Erwähne dich an Otl Aichers legendäre Piktogramme anlässlich der Olympischen Spiele 1972 – sie werden heute noch genutzt und helfen uns auf unserem Weg durch den Alltag. **Das Beste:**

### Colour

“The eye sees but the brain perceives. Design ties consciously existing patterns, provokes mental connections, creates new patterns.”<sup>4</sup> To achieve this, colour is a powerful tool. We instantly refer to our memory when seeing colours – and build the bridge to various associations like danger, harmony or love. With this in mind, think about what happens when you mix different colours together and use them to display your text or illustration. Which feelings do they wake in the reader’s head? How do they interact together and do they support the concept and statement we want them to? Another important question: are we able to display them properly concerning the technical realization (keyword: **printing technique**)?

### Layout

All our magic ingredients’ arrangement is nearly as important as all the colour things we spoke before. It is about bringing order into all the elements which need to be displayed. Maybe it is most useful to express that they are hierarchically equal – or we need a special grid to express their connection.

What I want you to remember in this article: never underestimate optical tension! It is a powerful tool to create hierarchy and gain useful

navigation. White space (or: negative space) is your best friend and leader. »→ read more in chap. 1

### Iconography

Yes, I know ... wait ... ICON-ography, not TYPO-graphy. The devil is in the details.

**While typography deals with the written word as a sign, iconography describes the expression through pictures as signs.** They can mean guidance, too! Think about Otl Aicher’s legendary pictograms for the Olympics 1972 – today they are still in use helping us stumbling through our everyday life. **The best thing about them is that they work independently from any language!** An advantage you should always keep in mind. But even icons must be designed and chosen carefully. Always think about the possible meaning in different cultures and audiences. Another aspect I want to plant in your sweet little brain: imagine what happens when the border of an icon and a typographic sign vanishes. There are many funny and beautiful signs to explore in your glyph palette ... don’t be shy and introduce yourself to them. Maybe this can guide you to new ideas. What do all these information have in common with typographic tricks you ask? All these aspects refer to the written word directly! The

**sie funktionieren unabhängig jeglicher Sprache!**

Ein Vorteil den du immer im Kopf behalten solltest. Doch selbst Icons müssen gestaltet und sorgfältig ausgewählt werden. Denke immer an die möglichen Bedeutungsverschiebungen in verschiedenen Kulturen und Zielgruppen. Ein weiterer Aspekt, den ich in deinen süßen kleinen Kopf pflanzen möchte: Stell dir vor was passiert, wenn die Grenze zwischen typografischem Zeichen und Icon schwimmt. Es gibt viele lustige und schöne Symbole in deiner Glyphenpalette zu entdecken ... sei nicht schüchtern und stelle dich ihnen vor. Möglicherweise führen sie dich zu neuen Ideen.

Was all diese Informationen nun mit typografischen Tricks zu tun haben? All diese Aspekte haben direkt etwas mit dem geschriebenen Wort zu tun! Das Zauberwort lautet Makrotypografie. »**Im Gegensatz zur Mikrotypografie beschreibt die Makrotypografie den optischen Gesamtkomplex einer gestalterischen Satzarbeit bzw. eines Zwischenlays**«<sup>3</sup> Es gibt direkte Wege die Navigation durch Makrotypografie und Layout zu beeinflussen. Das offensichtlichste Beispiel sind Sei-

tenzahlen. Durch sie ist dem Leser ständig bewusst, welche Menge an Inhalt er bereits konsumiert hat. Der Designer entscheidet wie aufmerksamkeitsstark dies passiert. Über das Potenzial von Farbe im Bezug auf die Navigation weißt du bereits Bescheid. Da wir gerade von Layout sprechen ist das Beispiel der (lebenden oder toten) Kolumnentitel relevant.

**Haptik**

Die Haptik wird nicht nur über das Gefühl transportiert, das das Papier in deinen Händen hinterlässt! **Als Designer ist es an dir, Form und Größe des Printprodukts zu bestimmen.** Unterschätze dies nie! Stelle dir eine Navigationsleiste vor, die haptisch in den Buchblock integriert ist. Der Leser ist sofort in der Lage, jede Kapitelöffnung und jede Unterkapitel zu finden, lediglich durch ein Fingerschnippen. **Der Designer zielt darauf ab, den möglichst passenden Weg zu finden, Informationen vom Medium zum Rezipienten zu übertragen.** Dies muss nicht allein auf die Augen reduziert sein! Auch die anderen Sinne können einbezogen werden, mit den Konzept und der Aussage des Printprodukts im Kopf.

<sup>3</sup>Joachim Böhringer, Patrick Schlaich und Peter Bühler; Kompendium der Mediengestaltung, Band 1, Heidelberg, 6. Auflage 2014, S. 4

<sup>4</sup>Joachim Böhringer, Patrick Schlaich und Peter Bühler; Kompendium der Mediengestaltung, Band 1, Heidelberg, 6. Auflage 2014, S. 5

<sup>5</sup>Wolfgang Beinert, Typolexikon, 16.12.2020 15:10 Uhr, <https://www.typolexikon.de/makrotypografie/>

magic spell names macro typography. **“Opposite to micro typography, macro typography describes the whole optical impression of a designed typeset design or a layout”**<sup>5</sup> There are direct ways to manipulate the navigation through your layout. The most obvious examples are page numbers. They instantly deliver the reader the amount of pages he already passed through. The designer can decide how instantly this happens. About the potential of colour concerning navigation we talked already. Speaking of layout, the example may be column titles in any way of use you can imagine.

**Haptics**

One aspect I want to speak about

at the end of this chapter is haptics. Haptics is not only transferred through the feeling of the paper in your hand! **As a designer, you can choose the size and format of your work.** Never underestimate this! Imagine a navigation bar included in your book block. The reader immediately finds any chapter entry or subchapter just with a flip of his finger, with or without colour or layout support. **The designer aims to find the most suitable way of transporting information from the medium to the reader.** This must not be reduced to the eyes! Always think about to include other senses – and, above all, keep the concept and message in mind.

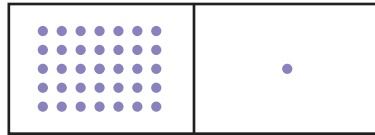
<sup>3</sup>Joachim Böhringer, Patrick Schlaich und Peter Bühler; Kompendium der Mediengestaltung, Band 1, Heidelberg, 6. Auflage 2014, p. 4

<sup>4</sup>Joachim Böhringer, Patrick Schlaich und Peter Bühler; Kompendium der Mediengestaltung, Band 1, Heidelberg, 6. Auflage 2014, p. 5

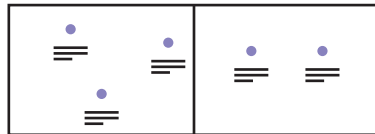
<sup>5</sup>Wolfgang Beinert, Typolexikon, 16.12.2020 15:10 h, <https://www.typolexikon.de/makrotypografie/>

## First aid – graphical principles

- + QUANTITY**  
Contrast is gained through the number of the elements (more or less).



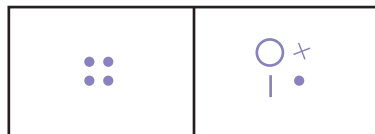
- + SYMMETRY**  
Tension is gained through the arrangement of elements (order or chaos).



- + WEIGHT**  
Contrast is gained through the scale of the elements (big or small).

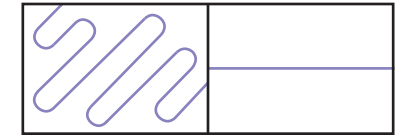


- + UNITY**  
Contrast is gained through the relation of the elements (equal or diverse).

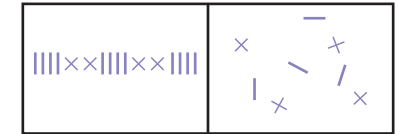


## First aid – graphical principles

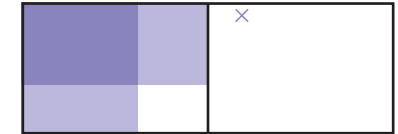
- + DYNAMICS**  
Contrast is gained through the vitality of the elements (static or dynamic).



- + RHYTHM**  
Tension is gained through the relation of the elements (pattern or disorder).



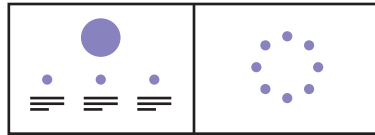
- + COMPOSITION**  
Tension is gained through the standing of the elements (e.g. ratio or displacement).



- + COLOUR**  
Contrast is gained through illumination of the elements (coloured or grey-scale).



- + **HIERARCHY**  
Classification is gained through the alignment (hierarchy or balance).



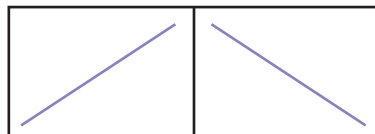
- + **PASSIVE SPACE**  
Contrast is gained through the usage of space (positive or negative).



- + **APPEARANCE**  
Contrast is gained through the form of the elements (organic or geometric).



- + **MOVEMENT**  
A path is given through the direction of the elements (rise or fall).



The examples displayed are a selection of contrast in design – there are so much more. Be curious and find them in the variety of work out there!

find out more → [Damien and Claire Gautier; Gestaltung, Typografie etc: ein Handbuch; 2009, p. 12 and following](#)

*Hierarchie im geschriebenen Wort*

# Finding hierarchy in the written word

# Einleitung

Im Kapitel über Kapiteleröffnungen ging es darum, wie wir als Menschen durch alle uns zur Verfügung stehenden Sinne unsere Umwelt wahrnehmen.

In diesem Abschnitt soll der Fokus auf die visuelle Wahrnehmung gelegt werden, der beim Lesen von längeren Fließtexten angesprochen wird. Es passiert viel in unserem Kopf, während wir von Glyphe zu Glyphe springen!

*Alle Sinne werden angesprochen, wenn man mit einem gedruckten oder digital realisierten Designobjekt in Kontakt kommt.*

# Introduction

In the chapter on chapter entries we talked about how we, as human beings, perceive everything around us through all the senses given to us.

In this paragraph, I want to focus on the visual aspect of reading a text. A lot is happening in our head while jumping from glyph to glyph!

*Every sense is involved by getting in contact with a printed or digitally realised product of design.*

Um besser zu verstehen was unsere Augen leisten, jedes Mal wenn wir durch Instagram Bildunterschriften scrollen oder Zeitungsberichte lesen, helfen die Prinzipien von Rhythmus und Kontrast. **»Jede Wirkung beruht auf Gegensätzen.** (...) Kommen sie einzeln vor, so setzt in unserer Vorstellung ein assoziierender Vorgang ein, der von sich aus den als bekannt vorausgesetzten Gegensatz ergänzt. (...) Jedes Mittel braucht zu seiner Aktivierung ein Gegenmittel.«<sup>6</sup> **Das bedeutet, unsere Augen sind in der Lage einzelne Elemente auf einer Seite oder einem Bildschirm zu identifizieren, indem sie sie zu anderen Elementen in Bezug setzen und die Unterschiede wahrnehmen.** Dies kann auf verschiedenste Wege erreicht werden (z.B. durch Farbe, Größe, Form, ...). **Der zweite Schlüsselbegriff bei der Identifizierung des geschriebenen Wortes ist Rhythmus.** »Rhythmus bedeutet das Wiederholen einander ähnlicher Erscheinungen, die polar aufeinander bezogen sind. (...) Von großer Wichtigkeit sind dabei die Abstände bzw. Proportionen, denn sie bilden das Spannungsfeld.«<sup>6</sup>

Durch beides, Rhythmus und Kontrast, ist es uns möglich, den uns zur Verfügung stehenden Raum aufzuteilen und den Fokus auf ver-

schiedene Bereiche zu setzen. Wir können eine visuelle Spannung erzeugen und einen gezielten Weg bilden, dem der Leser visuell folgen kann. Das Lesen von Buchstaben bedeutet nichts anderes: die einzelnen Buchstaben fügen sich zu Wörtern und Sätzen, Zeilen und Textblöcken zusammen. Durch die Variation der Kleinbuchstaben zwischen Oberlänge und Unterlänge, stellenweise Großbuchstaben, den Leerraum zwischen den Wörtern und auch die Interpunktion wird das Auge instinktiv durch den Text geführt. Unser Gedächtnis ist sogar in der Lage, einzelne Buchstaben zu ergänzen, falls diese im geschriebenen Wort fehlen – wir können auch Texte ohne die Wortzwischenräume lesen. Aber hey, lasst es uns nicht komplizierter machen, als es ist! Wir möchten es dem Leser immer so angenehm wie möglich machen, sodass er den Text gerne liest – dazu ist eine klare Hierarchie essenziell. Im Folgenden möchte ich einen kleinen Überblick darüber geben, was man im Kopf haben sollte, wenn es um das Setzen von Text fürs Lineare Lesen geht und außerdem, wie eine klare und hilfreiche Hierarchie im Text block erreicht werden kann. Um dies zu klären, teile ich die Menge an Elementen, die dazu dienen visuelle Spannung zu erzeugen, in zwei Kategorien auf.

<sup>6</sup>Hildegard Korgner, *Schrift und Schreiben*, Leipzig, 7. Auflage 1991, S. 13

To understand the amount of work our eyes do every time we scroll through Instagram captions or newspaper articles better, we need to know the principles of rhythm and contrast. **“Every impression is based on discrepancy.** (...) Do they happen individually, our imagination generates an associative process that completes the as familiar assumed discrepancy by itself. (...) Every element needs an opposition to get activated.”<sup>6</sup> **This means that our eyes can identify single elements on the page or screen by setting them in relation to others and perceive the differences.** This can be achieved in various ways (e.g. colour, size, shape, ...). **The second key to identify the written word and to be able to read is rhythm.** “Rhythm is about the repetition of similar appearances, which are polarly relating to each other.(...) The distances and proportions are of absolute importance because they built tension”<sup>6</sup>.

Through both rhythm and contrast, we can divide the space

given to us and set focus on special parts. We create a visual tension and build a path for the reader to follow. Reading letters means nothing else: the individual letters are forming word and sentences, lines and text blocks. The lower-case variation from ascender to descender, with some uppercase in between, the space dividing words and even punctuation, the group of letters guide the eye instinctively. Our brain is even able to fill in letters if they are not written down in the text – we are able to read a text without space between the single words, too. But hey, no need to make it harder! We always want the reader to feel comfortable and read the text with pleasure – for which a clear hierarchy is essential. During the following paragraphs, I want to give you a small overview about what to think about when setting text for continuous reading and show you how to create a clear and helpful hierarchy within the text block. To do so, I allocate the bunch of elements that create the visual tension, to two categories.

<sup>6</sup>Hildegard Korgner, *Schrift und Schreiben*, Leipzig, 7. Auflage 1991, p. 13

# Was wir sehen

Welche Elemente sehen wir innerhalb eines Text blocks? Wir sehen Buchstaben, Typografie, eine Schrift – ja natürlich ... deshalb liest du das Buch, wegen des Inhalts, richtig? Dieser Abschnitt wurde für dich geschrieben, um zu verstehen wie die einzelnen Elemente, die wir eine Schrift nennen, zusammen arbeiten.

Natürlich beginnen wir am Anfang: Wie man eine Schrift wählt und wie verschiedene Schriften kombinieren kann, sodass sie funktionieren? **Die Schriftwahl hat einen zweifachen Einfluss auf die visuelle Wahrnehmung des Textes.** »Schrift nimmt Bezug zum Inhalt, jede Schriftwahl ist Interpretation, ‚neutrale‘ Schriften kann es nicht geben.«<sup>7</sup> Das bedeutet: wähle weise! Selbst wenn du eine Schrift suchst, die so unauffällig wie möglich anmutet, ist dies eine bewusste Entscheidung, die du als Designer hast getroffen hast. Für die Gestaltung ist dies genauso bedeutsam, als hättest du einen total aufmerksamkeitsstarke Display Font ge-

wählt. **Ein weiterer Aspekt, der bei der Schriftwahl eine Rolle spielt, ist die Zielgruppe der Leser.** In diesem Unterkapitel ist der Fokus klar auf das lineare Lesen gelegt. Dennoch solltest du im Kopf behalten, das es auch andere Wege gibt sich mit dem geschriebenen Wort auseinander zu setzen. Denk mal an Verkehrsschilder – im Verkehr muss man immer in der Lage sein Texte im vorbeifahren oder vorbeigehen zu lesen. Es ist beim Gestalten eines Textes notwendig, sich in den Kopf des Leser hineinzusetzen. Stell dir vor du setzt den Text für eine super geniale Wissenschaftsenzyklopädie. »Es gibt noch einen wichtigen Un-

# What we see

Which elements do we see in a text block? We see letters, a font – yes of course ... therefore you read this book, because of its content, right? This paragraph was written for you to understand how the different elements we call a typeface work together.

Of course, we start at the beginning: how to choose a font and mix different font styles properly.

**The choice of type has a two-level effect on the visual perception of the text.** “The type refers to the content of the text, every choice of a typeface means interpretation, there are no ‘neutral’ typeface.”<sup>7</sup> This means you have to choose carefully! Even if you are searching for a typeface looking as inconspicuous as possible, this is a conscious decision, and you, as a designer, thought about it. For the design, it is equally meaningful as if you had chose an attention seeking display type.

**Another fact playing a**

**role by choosing a font is the target group of readers.** In this paragraph, the focus is clearly set on continuous reading. But I want you to have in mind that there are other ways to get familiar with the written word. Think about highway signs – during traffic, one must always be able to read the words and names very quickly while driving or passing by. It is necessary as a text designer to dive into the head of the reader. Imagine you are setting text for a comprehensive science encyclopedia. “There is another important difference according to the normal ‘textbook’: the text is structured differently, it is often strongly differentiated with-



terschied zum normalen ‚Lesebuch‘: der Text ist anders strukturiert, er ist oft in sich stark differenziert. Ein Wissenschaftler, ein Student liest nicht nur in seinem Buch, er arbeitet mit seinem Buch, oft arbeitet er mit mehreren Büchern gleichzeitig. (...) Dieser Arbeitsweise muß die Typografie entgegenkommen.«<sup>8</sup> Du merkst, nichts ist wie es scheint und es steht ein gut durchdachtes Konzept hinter jedem kleinen Textabschnitt. Denke immer dran wer liest und warum! »→ mehr dazu in Kap. 7

Lass uns nun vom visuellen Eindruck zum funktionalen Teil bei der Schriftwahl weitergehen – und auf dem harten Boden der Tatsachen landen. Du hast die perfekte Schrift gefunden: sie ist schön, sie passt vom Eindruck her zum Textinhalt und selbst der Kunde mag sie (vermutlich weil sie nicht teuer war, hm?). An diesem Punkt solltest du dem Braten nicht trauen! Am Ende des Tages, nachdem ein paar Zeilen Text damit gesetzt sind, könntest du erkennen, dass mit den paar Buchstaben nicht ganz auszukommen ist. Nicht einmal Ziffern oder Interpunktionszeichen zur Verfügung zu haben kann schneller negativ auffallen, als gedacht, von korrektem Zurichten noch gar nicht zu reden. Bitte, bitte überprüfe immer das Vorhandensein aller technischen Bestandteile und Glyphen von den du weißt, dass du sie benötigst. Ja, ja der Kunde möchte

nur eine kleine Wortmarke für sein Logo ... und benötigt auf einen Fall den Font für den Fließtext auf seiner Website ... und auf gar keinen Fall genau diesen Font für seine Mailings oder Booklets ... Auf. Gar. Keinen. Fall. Alles klar? Bevor es zur Schriftkombination weiter geht nur noch eine Sache – versprochen. **Bitte denke über den Aspekt nach, dass das Lesen langer Texte – trotz der Hilfe von Kontrast und Rhythmus – ziemlich anstrengend für unsere Augen und unseren Kopf ist.** Lesen ermüdet! Es ist die Aufgabe des Schriftsetzers eine Schrift zu wählen, die uns unterstützt, während wir uns durch die Seite eines Buches bewegen. Erinnerst du dich an den Weg, den wir für den reisenden Leser erschaffen, damit er ihm folgen kann? **Unsere Augen erkennen einzelne Buchstaben durch die visuellen Unterschiede, die sie gegenüber dem vorherigen und nachfolgenden Buchstaben aufweisen.** Kleinbuchstaben unterscheiden sich leicht voneinander, durch ihre Ober- und Unterlängen und auch die Variation im Bereich der Mittellänge. Großbuchstaben sind schwerer zu lesen – es gibt weniger besondere, kleine Schneeflocken unter ihnen, anders als bei ihren kleinen Geschwistern. Durch die kleineren Unterschiede sind sie schwerer zu fixieren. So

in itself. A scientist, a student, does not only read this kind of book, but he also works with it, often not only with one, but with many books at the same time. (...) The typography must support this way of working.”<sup>8</sup> You see, nothing is at it seems, and there is a well thought concept behind every little paragraph. Always think about who is reading and why! »→ read more in chap. 7

Let’s jump from the impression to the functional part of choosing a font – and start at the hard bottom of reality. You found a perfect font that looks beautiful, suits the content visually and your client likes it (maybe because it is not expensive, hm?). At this point, you should not trust the idyllic scene! By the end of the day, when setting multiple lines of text with it, you may see that it provides just a hand full of characters, not even numbers or correct punctuation, not speaking of proper spacing. Please, please always check the existence of technical aspects you are sure are essential for your purposes. Yeah, yeah the client just wants a little wordmark for his logo ... and never needs the font for his website later ... and never ever needs the exact font for mailings or a booklet ... never ... ever. You get it? Before travelling forward to mixing fonts, just one more thing – I promise. **Please think that reading long texts is – despite the help from contrast and**

**rhythm – can be quite hard on our eyes.** Reading tires us! It is the typographers’ task to choose a font that can support us while jumping through the pages of a book. You remember the path we want to generate for the reader to follow. **Our eyes identify single characters through their differences to the one standing before and after it.** The minuscules are distinct from one another through their ascender, descender and just x-height forms. The majuscules are harder to read – they do not contain special little details like their smaller siblings and are therefore harder to identify (more unified forms). Our eyes are jumping from ascender to descender but what happens in the space in between: the x-height. This is the (not so) secret weapon when it comes to linear reading. A large x-height allows the eye to identify the details of letters without ascender and descender (e.g. a, e, o, u, m, n, etc.). **Please notice: small text, long reading, large x-height! The x-height is for the text what spinach is for Popeye.** It is also the key to decide which font size works best for your text. The larger the x-height, the smaller the text can be because of its supporting ability. Furthermore please keep in mind who is reading and why (yep, again and again). A text for your grandma should be

weit, so gut – unsere Augen springen leichter von Oberlänge zu Unterlänge, aber was hat es nun mit dem Raum dazwischen auf sich: der x-Höhe. Sie ist die (nicht so geheime) Geheimwaffe wenn es ums lineare Lesen geht. Eine großzügige x-Höhe ermöglicht es dem Auge, die Details der Buchstaben ohne Ober- und Unterlänge zu erkennen (z.B. a, e, o, u, m, n, usw.). **Bitte notieren: kleiner Text, langes Lesen, großzügige x-Höhe! Sie ist für den Text, was der Spinat für Popeye ist!** Außerdem bietet sie einen Anhaltspunkt, welche Schriftgröße für den Text passend ist. Je großzügiger die x-Höhe, desto kleiner kann der Text werden, aufgrund ihrer leseunterstützenden Eigenschaft. Behalte außerdem im Kopf wer liest und warum (yep, wieder und wieder). Ein Text den Oma liest, sollte größer sein als unsere Wissenschafts-zyklopädie, klar! Ein Text, den du jederzeit beim Gestalten anwenden kannst: in 100 % ausdrucken und selbst lesen, noch besser: lass ihn von einem Mitglied der Zielgruppe lesen. Dadurch kannst du deine Arbeit überprüfen und zu neuen Erkenntnissen gelangen.

Lass uns über das Mischen von Schriften reden, yay! **Um Hierarchie zu erzeugen kann die Schriftmischung eine große Hilfe sein – falls sie richtig angewendet wird.**

Abhängig von Aspekten wie dem Konzept, der Art des Lesens oder der Arbeit mit dem Text und der Zielgruppe (wie wir aus dem vorherigen Abschnitt wissen) ist zu entscheiden, ob eine kontrastreiche Schriftmischung benötigt wird oder eine Variation innerhalb der Schriftfamilie oder -schnitte genügt. Diese Option hängt davon ab wie gut die verwendete Schrift ausgebaut ist. Vielleicht steht bloß ein regular und ein bold Schnitt zur Verfügung, vielleicht waren wir bei Auswahl und Kauf etwas schlauer und die Schrift umfasst alle Schriftschnitte, die das Herz begehrt.

Ich möchte dir eine kleine (gut, nicht ganz so kleine) Spielerei zeigen – Variable Fonts. Du hast einen Font bestehend aus einem Schnitt – klingt nicht gut! ABER mit verschiedenen Axen, yeah! Über diese Axen, belegt mit verschiedenen Werten (z.B. fein-breit oder x-Height tief-hoch, alles was das Herz begehrt), kann der Designer die benötigte Kombination anpassen – individuell und sehr detailliert. Bewege nur den Regler in InDesign und lass der Magie ihren freien Lauf! Dies funktioniert ebenfalls auf Webseiten. Probiere es gern selbst aus!

Ok, lass uns nun mit den Schriftfamilien weitermachen, die wir schon kennen. Du hast als Meister der Hierarchie die Möglichkeit, deine gewählte Schrift und viel-

bigger than our science encyclopedia, for sure! A test you can always do while designing your text: print it out in 100 % and read it yourself, or better: let the member of your target group read it. This can be your game changer, lead you to new aspects and ideas.

Let's talk about mixing fonts, yay! **To build hierarchy, mixing fonts can be a helpful tool – if you do it right.** Depending on aspects like the concept, the way of reading or working with the text and the target group of readers (as we mentioned in the previous paragraphs), whether is to decide if we use entirely different fonts or just vary within a font family with different font styles. You can do this depending on how fully the typeface is developed. Maybe we got just a regular and bold font style. Maybe we were smart while buying or choosing our typeface and got everything your heart desires from medium-light-italic to black styles.

I want to show you one little (well, not too little) thing to play with – variable fonts. You have a font with one style – sounds bad! BUT with some axes, yeah! Through these axes, defined with different values (e.g. thin-thick, low-high x-height, everything your typo-heart desires), the designer can choose the option he needs individually and very detailed. Just move the ruler in InDesign and let

the magic happen! Moreover it does work for websites. Please feel free to experience it yourself!

Ok, let's go on with the font families we know already. You as the master of hierarchy are able to combine your chosen font and maybe different styles you used with another font. Remember what we know about basic visual principles?

*Mhm, rhythm  
aaaaand –  
contrast.*

When you are searching for a font combination, always keep in mind that hierarchy lives through contrast, **through the differences our eyes can identify in comparison to all the other elements we use in our visual concept.** These differences can be created through various ways: serif/sans serif, historical development, weight and contrast within the letter, letterform concerning x-height, font size, readability, etc. Please do not feel anxious to think about these different aspects, maybe you will find new aspects that can enrich your work. You always want to gain visual tension and harmony while reading. **The visual contrast always means classification**

leicht verwendete Schnitte mit anderen Schriften zu kombinieren. Kennst du noch die gestalterischen Grundprinzipien?

## Mhm, Rhythmus uuuuund – Kontrast.

Auf der Suche nach einer passenden Schrift zur Kombination ist es wichtig zu wissen, dass Hierarchie durch Kontrast entsteht. **Genauer durch die Unterscheide, die unsere Augen im Vergleich zu allen anderen Elementen erkennen, die in unserem visuellen Konzept vorkommen.** Diese Unterschiede können über verschiedene Wege erzeugt werden: Schriften mit und ohne Serifen, verschiedene historische Epochen, Strichstärke und Kontraste innerhalb der Buchstaben, Proportionen bezüglich der x-Höhe, Schriftgröße, Lesbarkeit, usw. Scheu dich nicht, über all diese Möglichkeiten nachzudenken, vielleicht stößt du auf neue Ideen. Es geht beim Lesen darum, visuelle Spannung und Hierarchie zu erzeugen. **Der visuelle**

**Vergleich bedeutet die Zuordnung verschiedener Designelemente in hierarchische Gruppen – unser Kopf tut dies automatisch.**

Die Königsklasse der hierarchischen Gliederung von Text ist die Auszeichnung. Du kennst sie bereits vom Textprogramm deines Betriebssystems? Naja es, muss doch etwas mehr geben, als Text in Großbuchstaben oder Kapitälchen zu setzen (dies nur für kurze Textpassagen!) oder die Textfarbe zu ändern. Schriften oder ihre Stile zu mischen kann eine Möglichkeit sein. Selbst Ungewöhnliches, wie starke Variation in der Schriftgröße oder farbige Hervorhebung im Hintergrund, können eine Option sein. **Die Auszeichnung lässt sich in verschiedene Arten kategorisieren:** Leise (der Leser erkennt den hervorgehobenen Text im Moment des Lesens), Laute (der Leser kann hervorgehobene Bereiche erkennen, während er den gesamten Text block wahrnimmt), spationierte Auszeichnung (der hervorgehobene Text ist unterschiedlich spationiert) und grafische Auszeichnung (Aufmerksamkeit erzeugen durch nicht typografische Elemente)<sup>9</sup>. In diesem Fall sollte der Kontrast keinen negativen Einfluss auf die Lesbarkeit nehmen.

<sup>7</sup>H. P. Willberg, F. Forssmann, *Lesetypografie*, Mainz, 5. Auflage 2010, S. 72

<sup>8</sup>H. P. Willberg, F. Forssmann, *Lesetypografie*, Mainz, 5. Auflage 2010, S. 29

<sup>9</sup>Wolfgang Beinert, *Typolexikon*, 24.11.2020 11:20 Uhr, <https://www.typolexikon.de/schriftauszeichnung/>

**of different elements in hierarchical groups – our brain does this automatically.**

This lies in our intuition as human beings.

The master class of dividing linear text hierarchically is the markup. You know this already of your favourite text writing programme from your operating system? Well, we have more power than underlining, setting text in capitals (please only do this for short passages of text!) or colouring it. Mixing fonts or styles may be one possibility.

Even crazy ideas like changing the font size extremely or highlight it with a colour block can be good options. **One may categorise this aspect in different parts:** quiet markup (the reader realises the emphasised text at the moment the reads this part), loud markup (the reader can fix the emphasised part when perceiving the whole text), spaced markup (the emphasised part is specially spaced) and graphic markup (generating focus with non-typographic elements)<sup>9</sup>. Please make sure that the contrast does not interfere readability.

<sup>7</sup>H. P. Willberg, F. Forssmann, *Lesetypografie*, Mainz, 5. Auflage 2010, p. 72

<sup>8</sup>H. P. Willberg, F. Forssmann, *Lesetypografie*, Mainz, 5. Auflage 2010, p. 29

<sup>9</sup>Wolfgang Beinert, *Typolexikon*, 24.11.2020 11:20 h, <https://www.typolexikon.de/schriftauszeichnung/>

# Checkliste: Schriftwahl

Um dir eine Orientierungshilfe zu bieten, möchte ich dir eine knappe Checkliste mit auf den Weg geben, die du stets beim Wählen und Kombinieren von Schriften fürs lineare Lesen verwenden kannst.

- 1 Unterstützt die Schrift in ihrer Wirkung den Auftrag des Textes und passt sie zum Konzept?
- 2 Passt die Schriftwirkung visuell zum Textinhalt (laut, verspielt, ruhig, ausgefallen, lustig, elegant, etc.)?
- 3 Ist der Font ausreichend für deine Zwecke ausgebaut (Glyphen, Interpunktion, Spacing, Stile)?
- 4 Ist der Font in jeder benötigten Größe gut lesbar (großzügige x-Höhe besser für kleine Texte, charakterlich starke Schriften können gut als Display Font funktionieren, vielleicht ist ein Variable Font eine hilfreiche Option)?
- 5 Ist der Font in allen medialen Anwendungen, die benötigt werden, gut lesbar (ausgedruckt auf Papier, bei der Bildschirmdarstellung, Animation, Film, ausgeschnitten aus speziellem Material)?
- 6 Bietet der Font eine visuelle Spannung und klare Hierarchie im Vergleich zu den bereits verwendeten Schriften?
- 7 Ermöglicht die Schriftlizenz die Nutzung in allen benötigten Bereichen?
- 8 Passt der Preis in dein Budget oder das des Kunden?

# Checklist: choosing type

To offer you a little help, have a look at my quick checklist. You can always use it while choosing and mixing fonts for linear reading.

- 1 Does the font suit the purpose of the text with regard to the content?
- 2 Does the font identity match visually to the content (loud, playful, calm, quiet, crazy, funny, elegant, etc.)?
- 3 Is the typeface fully developed for your purposes (glyphs, punctuation, spacing, styles)?
- 4 Is the font properly readable in every size you need it to be displayed in (large x-height better for smaller texts, fonts with a strong character can be useful for display fonts, maybe a variable font can be a helpful option)?
- 5 Is the font readable in all media applications you need (printed on paper, displayed on screen, animation, film, cut out of material)?
- 6 Does the font support visual tension and clear hierarchy compared to other fonts already used?
- 7 Does the font license allow you the use in every case you need it to?
- 8 Does the pricing suit you or the clients budget?

## Was wir nicht sehen – oder doch?

»Die leeren Teile der Fläche und die Binnenformen stellen nicht einfach nur den Untergrund dar, sie haben vielmehr eine gestalterische Funktion und sind genauso wichtig wie die Form selbst. Zur Gegenform und damit zum gleichberechtigten Gestaltungselement aber werden Restflächen und Binnenräume nicht durch Annäherung, durch Abschwächung oder Aufhebung der Kontraste, sondern durch ihre Gegenüberstellung.«<sup>10</sup>

## What we do not see – or do we?

“The empty parts of space and the adjacent forms do not only depict the background of the elements placed above, in fact, they have a visual function and are equally important for the form itself. To the negative form, and therefore to the equal visual element, the outer spaces and adjacent forms are not becoming through approximation, through reduction of contrast, but through their confrontation.”<sup>10</sup>

Alles, was wir visuell wahrnehmen, definiert sich über Form und Gegenform, den leeren Bereich außerhalb. **Aber dieser lässt sich schwer leer nennen!** Vielleicht ist er weiß, hat die Hintergrundfarbe oder die Farbe des verwendeten Papiers, aber betrachte diesen Raum bitte nie als leer. Er ermöglicht es unserem Kopf, all die Zeilen, Wörter und Buchstaben zu identifizieren. Stell dir ein riesiges Nudelsieb vor. Die Designelemente sind dabei die verschiedenen Arten von Nudeln, das durch das Sieb rinnende Wasser ist unser Weißraum. Die Nudeln müssen im Wasser gekocht werden, um die bevorzugte Konsistenz zu erreichen. **Dieser Bereich kann gezielt gestaltet werden, um all die Aspekte aus dem vorherigen Absatz zu beeinflussen.** Wie das geht? Denk an einen Aspekt, den eine gute Schrift erfüllen sollte: **Spacing.** Wir sind in der Lage jeden einzelnen Buchstaben zu manipulieren, um ein möglichst harmonisches Schriftbild für unsere reisenden Leser zu erzeugen. Im besten Fall wurde dies bereits vom Schriftgestalter des Fonts erledigt, aber in einigen Fällen solltest du als Designer des Textes selbst noch einmal Hand anlegen. Es wird nicht wehtun und du kannst deine Arbeit nur verbessern, indem du ein Auge darauf wirfst. Die Zaubersprüche in diesem Fall heißen unterschneiden (ein Buchstabenpaar näher zueinan-

der bringen) und sperren (ein Buchstabenpaar weiter auseinander bringen). Dies kann notwendig sein, um den Weißraum harmonisch auszugleichen. Je nach individueller Buchstabenform wird kann dies angepasst werden.

Vom einzelnen Buchstaben zum Wort zur **Laufweite.** Wir sind in der Lage, den Weißraum zwischen den laufenden Glyphen und Worten zu beeinflussen. Die Laufweite hängt von der Zeilenlänge, den Schriftproportionen, und der Schriftklasse ab (z.B. Weist die Schrift Serifen auf, die das Auge von Buchstabe zu Buchstabe leiten?). Ein schneller Test, den du jederzeit durchführen kannst, um die Laufweite zu überprüfen: drucke den Text aus und lies ihn aus weiter Entfernung. Kannst du Worte und Buchstaben gut identifizieren oder ist der Text schwer lesbar? Der Test gilt genauso für nahes Lesen. Eine Merkregel: Großbuchstaben sind stets schwerer zu lesen (du weißt bereits warum) – komme dem Leser durch eine weitere Laufweite zu Hilfe!

Von Buchstaben über Wörter zu Zeilen, unser nächster Schritt ist der Raum zwischen den Zeilen, der **Zeilenabstand.** Dieser ist von Schriftgröße, Schriftschnitt, Proportion und Zeilenlänge abhängig. Eine hilfreiche Regel: Lange Zeilen bedeuten für unsere Augen einen langen Weg, um zum Beginn der

Everything we perceive visually defines itself through space and negative space, the empty space around it. **But it can hardly be called empty!** Maybe it is white or of the background or paper colour, but please never consider this as empty. This space gives our heads the ability to filter the lines, words and letters. Imagine a giant sieve. The design elements are your different kind of noodles, the water running through it is your negative space. The noodles need to be cooked in water to get the consistency that we like it to have. **We can design this space directly to support every aspect we planned and learned in the previous paragraphs.** How do we do this? Think about the feature a good font should have: **spacing.** The type designer is able to manipulate every single letter to gain a perfect harmonic reading path for our travellers. The magic spell in this case is  **Kerning.** It means setting a pair of letters closer to one another or adding more space between them to gain a harmonic white space according to the individual letter shapes.

Coming from individual letters to words, we have to consider the aspect of **tracking.** We can design the white space between the running glyphs and words. This depends on your line length, font proportions and type classification

(e.g. does it contain serifs, leading the eyes from letter to letter?). A fast test you can always perform to check your tracking: print your text out and read it from far away. Are you able to identify words and letters easily or is the text hard to read? The test is also useful for reading from a very short distance. A short rule to remember: capital letters are always harder to read (you know already why) – help the reader through a wider tracking!

From letters over words to lines, our next step is the distance gap between lines, the **line spacing.** It depends on our font size, font style, letter proportions and line length. A little rule to keep in mind: long lines imply a long way for our eyes to jump to the beginning of the next line, so keep the line spacing short – wide space makes reading harder! This is a question about harmony and cause of reading. **While working with long and small text, our eyes are pleased about every help they can get.** Short lines can be set with wider line space. But we don't want to fall endlessly in the space between every line. Try reading some lines yourself, you will soon be able to estimate the proper spaces yourself.

All these aspects together impact the overall impression of the text block as a visual element. When you take a book, find a text

nächsten Zeile zu kommen, also Sorge für kleinere Zeilenabstände – große Abstände erschweren das Lesen! Es ist eine Frage der Harmonie und des Lesezwecks. **Beim Arbeiten mit langen und kleinen Texten freuen sich unsere Augen über jedes Entgegenkommen.** Kurze Zeilen können mit etwas größerem Zeilenabstand gesetzt werden. Dennoch möchten wir nicht bei jedem Zeilenwechsel endlos durch Raum und Zeit fallen. Versuche selbst ein paar Zeilen deines Textes zu lesen. Du wirst das richtige Verhältnis mit ein wenig Übung sehr gut selbst einschätzen können.

All diese Aspekte zusammen haben einen Einfluss auf die Gesamtwirkung, die der Text block als visuelles Element auf das Layout der Seite oder den Viewport hat. Nimm dir ein Buch, suche eine Textpassage und betrachte sie aus einer gewissen Distanz – du wirst merken, was der sogenannte **Grauwert** des Textes ist. Alle einzelnen Glyphen und Abstände verschmelzen zu einem farbigen Mischmasch. Eine Form, die wir grau nennen, da der meiste Text in schwarz oder dunkler Farbe gedruckt wurde. **Diese präzise Form wird unter anderem durch die Ausrichtung des Textes definiert.** Du kannst zwischen rechtsbündiger Ausrichtung (für unsere lateinisch geprägte

Lesekultur die einfachste Art zu Lesen), linksbündige Ausrichtung (schwerer zu lesen für unsere lateinisch geprägte Lesekultur), Mittellaxialsatz (ziemlich schwer korrekt zu setzen, da die Zeilenlänge variiert, kann für kurze Textpassagen genutzt werden) und Ausrichtung in freien geometrischen Formen wählen. Letzteres kann gut aussehen und deine Gestaltung aufwerten, behalte den Zweck des Lesens im Kopf. Versuche es dem Leser fürs informative oder lineare Lesen längerer Texte so einfach wie möglich zu machen. Ist es dein Ziel Aufmerksamkeit zu erregen, versuche gern dein Bestes und probiere dich aus. Andere Aspekte, die beim Satz aufkommen, sind wie die Zeile zum Ende kommt und wie der Text danach weiter läuft. Besteht dein Text aus Blöcken voller Buchstaben? Verwende Blocksatz nur, wenn es sein muss und überprüfe dabei das Spacing, die Laufweite und den Zeilenabstand genau. Du möchtest nicht dafür verantwortlich sein, dass der Leser von der nächsten Klippe springt. Es ist möglich – aber setzt voraus, dass du in den vorherigen Kapiteln gut aufgepasst hast. Ein weiterer Weg des Textsatzes ist, die Zeilen flattern zu lassen, das heißt, Zeilensprünge passieren abhängig vom letzten Wort oder der letzten Silbe. Der Flattersatz ist leichter zu lesen und eine gute Option für längere Texte – solange du ein Auge

passage, and look at it with some distance, you will understand your text's so-called **grey value**. All individual glyphs and spaces morph into a coloured mishmash. A form we call grey because most text is set in dark or black colour. **The precise form of this is defined through the alignment of the text.** You are able to choose from right alignment (for our Latin culture and way of reading it is the most convenient), left alignment (hard to read for our Latin way of reading), middle alignment (quite hard to set properly because of the different line beginnings, can be used for short texts) and alignment in completely free forms. This can look nice and pimp up your design but please always keep the purpose of reading in mind. For an informative or linear reading of a long text, try to make it as easy for the reader as you can. If it is your goal to gain attention, then feel free to try your best. Other aspects of setting type are how you let your lines come to an end and fly to the next line underneath. Is your text a justified block of words? Please only do this when you have to and check the correct spacing, tracking and line spacing to set the type properly. You don't want to be responsible for the readers hating their lives and jumping off the next cliff. It is possible – but presumes that you paid attention during the previous

chapters. Another way to set text is ragged margin. This implies, there are different line endings depending on the last word or syllable. It is easier to read and a safe option for long reading texts – as long as you know how to divide words properly and avoid sad tatters of words, starving in their loneliness. Here we also have some short rules again: avoid more than three following word divisions if possible. Never divide names, dates or units from their values. And avoid setting problems like **widows** (few single words standing alone in the head of a page or paragraph after the rest of the text) and **orphans** (few single words standing alone in the foot of a page or paragraph before the rest of the text).

To switch from everything that happens with negative space within the text block to the overall layout and visual tension of our design, let's have a look at a thing called **print space**. In the broadest sense, you as a designer are able to define the dimensions of the text block itself. Other aspects are defining this as well, as the format of the book, site, paper, or the screen's view and not to forget the layout of every page itself. Which other graphic elements are set on the page? Do we need to consider navigation elements, illustrations or pictures of any kind that claim space to impress? The amount of

auf die Worttrennung hast und einzelne Wortfetzen vermeidest, die in ihrer Einsamkeit verhungern. An dieser Stelle wieder eine hilfreiche Faustregel: Vermeide nach Möglichkeit mehr als drei Worttrennungen untereinander. Trenne niemals Eigennamen, Daten oder Einheiten von ihren Werten. Vermeide Satzfehler wie **Witwen** oder auch Hurenkinder (einzelne Wörter oder Silben allein am Kopf einer neuen Seite oder einer Zeile am Ende des Absatzes) und **Schusterjungen** (einzelne Wörter oder Silben im Fuß der vorherigen Seite oder in einer Zeile vor dem Rest des Absatzes).

Um vom Weißraum innerhalb eines Text blocks zum Gesamtlayout und der visuellen Spannung unserer Gestaltung zu kommen, lass uns ein Auge auf den **Satzspiegel** werfen. Im weitesten Sinne bist du als Gestalter in der Lage die Dimensionen des Text blocks zu definieren. Andere Faktoren beeinflussen dies natürlich zusätzlich, wie das Buchformat, die Seite, das Papier oder der Viewport des Bildschirms und nicht zu vergessen das Layout der Seite. Welche anderen grafischen Elemente befinden sich auf der Seite? Müssen wird Navigations-elemente beachten, Illustrationen oder Bilder aller Art, die ihren eigenen Wirkungsraum beanspruchen? Die Menge an Text, die auf jeder Seite dargestellt werden muss,

zu kennen ist notwendig, genau wie die Schriftgröße, der Schriftschnitt oder die Anmutung der Schrift an sich, zusammen mit ihrer natürlichen Laufweite. Diese Faktoren zeigen dir auf, was die Dimensionen des Text blocks erfüllen sollten. In diesem Kapitel liegt der Fokus auf dem linearen Lesen. Wir können annehmen, dass bei einem durchschnittlichen Lesebuch der visuelle Fokus auf dem textlichen Inhalt und der Navigation liegt, weniger auf anderen visuellen Elementen. **In diesem Fall ist es besonders wichtig sicherzustellen, dass genügend Weißraum über die Grenzen des Inhalts hinaus besteht, um den Augen einen ruhigen Rahmen zu bieten.** Falls dem nicht so ist wird der Leser ständig von dem, was in seinem Blickfeld jenseits des Buches passiert, abgelenkt. Es gibt verschiedene Wege den Text block grafisch zu definieren. Klassisch kann er nach den Prinzipien des Goldenen Schnitts ausgerichtet werden, die innerhalb des Formats des Druckmaterials konstruiert werden. Du kannst diesen klassischen Harmonieprinzipien Tribut zollen, oder eigene Lösungen austüfteln.

Nun kennst du die grundlegenden Regeln und Einflüsse, die das geschriebene Wort auf unsere Augen hat und kennst die Prinzipien, die das angenehme lineare Lesen ermöglichen. [→ mehr dazu in Kap. 1](#)

<sup>10</sup> Hildegard Korgner, *Schrift und Schreiben*, Leipzig, 7. Auflage 1991, S. 26

text that must be displayed on one page or text block is essential, just like the font size and font style or the font itself and its usual tracking. These aspects show you how the dimensions of the text block should be. In this chapter, we have always laid the focus on linear reading. We can assume that in a common book, the visual focus lies on the text and written content and navigation, less on any other visual elements.

**In this case, it is important to make sure you provide enough neutral space across the borders of the text block for the eyes to**

**calm.** If you don't do so, the reader will constantly be distracted by what happens in their visual field. There are various ways to define a text block graphically. Classically, it is aligned to the principles of the golden ratio, constructed individually within the format of the printing material. You can pay homage to the classical principles of harmony and layout or figure out pretty solutions on your own.

Now you are aware of the basic rules and effects the written word has on our eyes and feelings while reading. [→ read more in chap. 1](#)

<sup>10</sup> Hildegard Korgner, *Schrift und Schreiben*, Leipzig, 7. Auflage 1991, p. 26



# First aid: life rescuing type facts

## HOWDY

### + LETTER SPACING

By setting longer passages of text in uppercase, make sure the space between each letter is optically the counter space of the 'H'.

### + KERNING

Combinations like **VM**, **TI**, **AT**, etc. are worth special attention while setting. Maybe you need to kern a little.

Lining figures, especially **1**, inside text and **en-dashes** can sometimes need a little kern, to insert harmonically.

0: Text font  
COMPADRES

### + LETTER SPACING

Display text for short passages e.g. headlines in uppercase should always be set closer! Some extra drawn display or titling fonts do that intuitively.

0: Display font  
COMPADRES

### + WORD SPACING

Very small text under 9 pt can be set a little wider.

9 pt ragged margin  
The width of the **|** is always a good reference for the word spacing by setting longer passages.

9 pt justified margin  
Especially when your text is a block of words, the word spacing can try to play tricks on you.

CATHARINA BRÖDLIN

---

\* Footnotes  
Fußnoten

When you think of footnotes, the image of scientific texts inevitably jumps into your head. Footnotes are these tiny numbers in a flowing text and these little phrases at the bottom of each page, telling you something about the source of a direct or indirect citation or just adding some further information that could be interesting. But footnotes seem to have a split personality. On the one hand, they are very shy and especially in the body text, they want to hide between the lines. On the other hand, they want to appear clearly at the bottom or the side of the page, so everybody can find them quickly. These contrary characters result from the needs of different kinds

of readers that footnotes have to deal with. So on balance, designing a footnote is really a juggling act. But if you start thinking about them as an offer that you don't need to perceive, it gets clearer what to do with them.

Wenn du an Fußnoten denkst, springt dir unweigerlich das Bild von wissenschaftlichen Texten in den Kopf. Es sind diese winzigen Zahlen in einem fließenden Text und diese kleinen Sätze am Ende jeder Seite, die dir etwas über die Quelle eines direkten oder indirekten Zitats sagen oder einfach weitere Informationen hinzufügen, die interessant sein könnten. Aber Fußnoten scheinen eine gespaltene Persönlichkeit zu haben. Einerseits sind sie sehr schüchtern und wollen sich vor allem im Fließtext zwischen den Zeilen verstecken. Andererseits wollen sie deutlich am unteren oder seitlichen Rand der Seite erscheinen, damit jeder sie schnell finden kann. Diese gegensätzlichen Charaktere ergeben sich aus den Bedürfnissen der verschiedenen Leser, die mit Fußnoten konfrontiert werden. Unterm Strich ist die Gestaltung einer Fußnote also ein echter Balanceakt. Aber wenn man anfängt, sie als ein Angebot zu betrachten, das man nicht wahrnehmen muss, wird klarer, wie man mit ihnen umgehen muss.

# SHORT TIME TRAVEL

Fortunately, you are not the only one and above all, not the first one to deal with this topic. And as in most cases, the best way to learn is from the experience of our ancestors.

Buckle up, we're going back a few centuries!

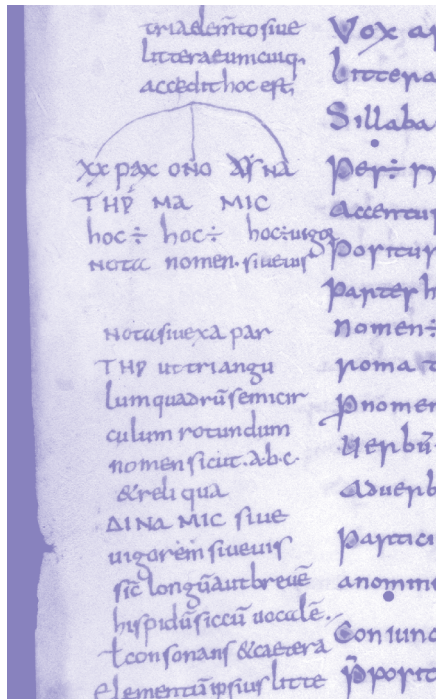
## EINE KURZE ZEITREISE

Du bist nicht der Einzige und vor allem nicht der Erste, der sich mit diesem Thema beschäftigt. Und wie in den meisten Fällen lernen wir am besten von den Erfahrungen unserer Vorfahren.

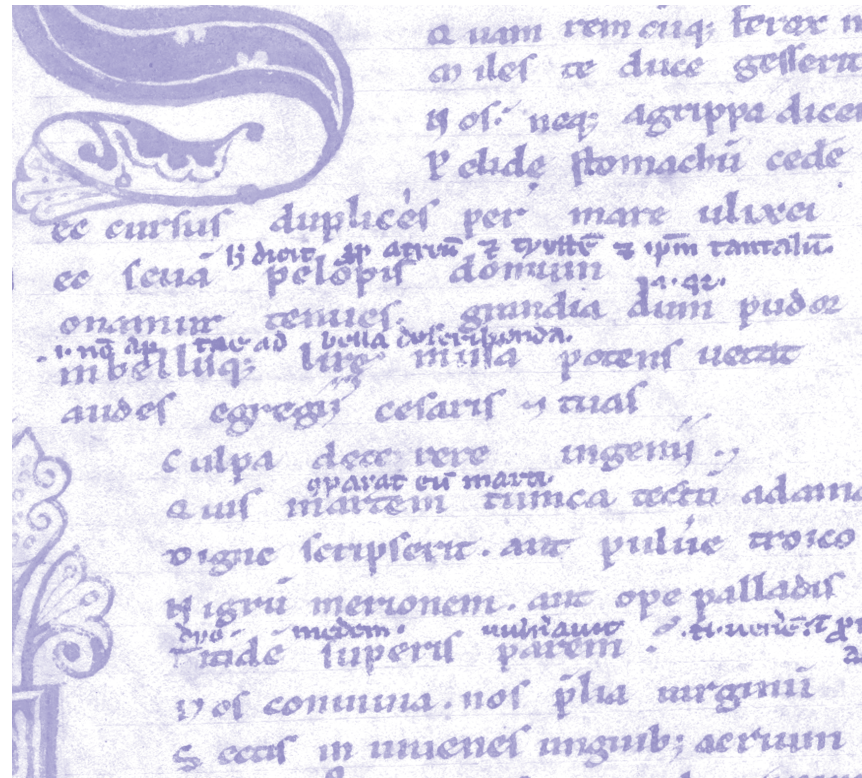
Halt dich fest, wir reisen ein paar Jahrhunderte zurück!

The urge to comment on things and to express their own opinion is not a modern phenomenon. Already in medieval times, people read books and started taking some notes using the margins and the white space that was left on the page. So the remarks appeared **at the side of the texts** or even **interlinear** as **margin notes**.

AN DEN RÄNDERN DER SEITE



AT THE SIDE OF THE TEXTS



MARGIN NOTES

INTERLINEAR

Der unbändige Drang, Dinge zu kommentieren und die eigene Meinung preiszugeben, ist kein modernes Phänomen. Bereits im Mittelalter lasen die Menschen Bücher und begannen sich Notizen zu machen, indem sie jegliche unbedruckte Fläche benutzten. So erschienen Anmerkungen **an den Rändern der Seite** oder sogar **interlinear**.

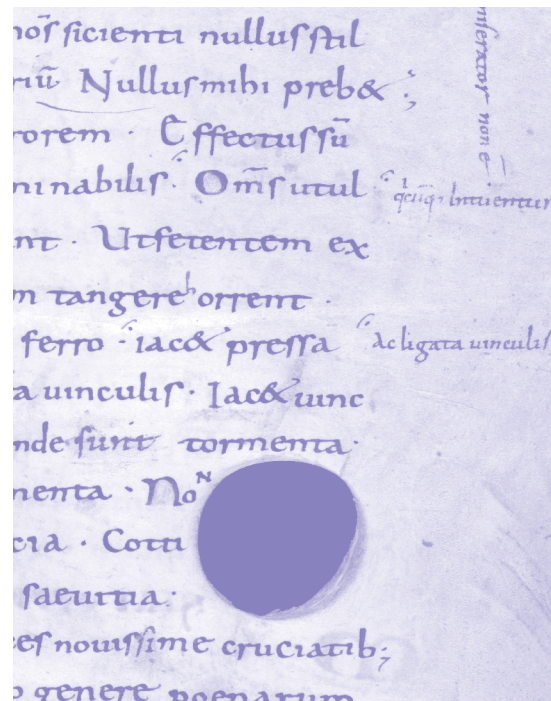


UNIQUE  
PATTERNS OF  
DOTS AND  
LINES...

...IN USE!

But as soon as this happened, a huge problem occurred: As the number of notes increased, nobody was able to connect the comments to the specific text passage it refers to. The pages ended up as a letter salad.

Fortunately, our clever old ancients had a solution for that mess: They started adding **unique patterns of dots and lines** at the end of the margin notes or the text passages connecting them to the notes at the side of the text.



Sobald dies anfangen hatte, trat ein großes Problem auf: Mit der zunehmenden Anzahl von Notizen war niemand mehr in der Lage die Kommentare mit den dazugehörigen Textstellen zu verbinden. Die Seite endeten in einem Wirrwarr aus Buchstaben.

Zum Glück hatten unsere alten, schlauen Vorfahren eine zündende Idee: Sie begannen am Ende der markierten Textpassagen **einzigartige Muster aus Punkten und Linien** hinzuzufügen, die sie dann mit den Notizen am Rande des Textes verbanden.

Closest to our modern footnotes is a system that appeared around the 11th and 12th century: **Roman letters** were used to tie the passages to the footnotes, running through the whole alphabet. The notes were often organized in an extra column beneath the body text.

The first **Arabic numerals** used for the footnote system appeared in the age of print.

Unseren modernen Fußnoten kommt ein System am nächsten, das etwa im 11. und 12. Jahrhundert auftauchte: Man verwendete **römische Buchstaben**, um die Textstellen mit den Fußnoten zu verbinden, wobei das gesamte Alphabet durchlaufen wurde. Die Anmerkungen waren oft in einer extra Spalte unter dem Fließtext angeordnet.

Im Zeitalter des Buchdrucks erschienen schließlich die ersten **arabischen Ziffern**, die für das Fußnotensystem verwendet wurden

## Organized humility

As you see, footnotes have a very long history, and it took some time to understand how they can be efficient and not overwhelming. As time passed by, they got more and more organized and started to leave the ramp light to the main text.

That doesn't mean that you have no chance of designing a footnote individually, just that you need to have in mind what the purpose of them actually is.

## Zurückhaltend

Wie du siehst, haben Fußnoten eine sehr lange Geschichte und es hat einige Zeit gedauert, bis man verstanden hat, wie man sie effizient gestalten kann. Im Laufe der Jahre wurden sie immer organisierter und begannen dem Fließtext das Rampenlicht zu überlassen.

Das bedeutet nicht, dass du keine Möglichkeit hast, eine Fußnote individuell zu gestalten, sondern nur, dass du im Hinterkopf haben solltest, was der ursprüngliche Zweck einer Fußnote ist.

## Separation against irritation

So let's start by dividing the footnotes into two parts. The **footnote marker**<sup>1</sup> which is the superscript number or symbol in the running text marking a text passage, and the **actual footnote**<sup>2</sup> that gives the further information to the corresponding notation number.

Needless to say that they are joined at the hip but let us tear them apart to look at their design individually. It won't hurt.

---

<sup>1</sup>Nice to meet you! As the footnote marker I'm this little superscript that led you to this additional text.

<sup>2</sup>Hello, I'm the actual footnote! I'm not only a number like my little friend the footnote marker. I'm a whole text and I'm proud of it!

## Untrennbares trennen

Beginnen wir also damit, die Fußnoten in zwei Teile zu unterteilen. Die **Fußnotenmarkierung**<sup>3</sup>, das ist die hochgestellte Zahl oder das Symbol im Fließtext, das eine Textstelle kennzeichnet und die **eigentliche Fußnote**<sup>4</sup>, die weitere Informationen zu der entsprechenden Markierung gibt.

Natürlich sind die beiden untrennbar miteinander verbunden, aber lass' sie uns trotzdem auseinandernehmen, um ihre Gestaltung einzeln zu betrachten. Es wird nicht wehtun.

---

<sup>3</sup>Schön dich kennenzulernen! Als Fußnotenmarker bin ich die kleine hochgestellte Ziffer, die dich hierher geführt hat.

<sup>4</sup>Hi, ich bin die eigentliche Fußnote und nicht nur irgendeine Zahl, wie mein kleiner Freund der Fußnotenmarker. Ich bin ein ganzer Text und ich bin stolz drauf!

# THE FOOTNOTE MARKER

Thinking of the split personality of footnotes, footnote markers take over the shy part. There are some readers who are not interested in the further information their belonging footnote would give them and who would be annoyed if their reading flow is constantly interrupted by huge characters. So footnote markers have to be easy to read over, but also easy to be noticed if you actively look for it. Remember the juggling act? It already starts.

## **DER FUSSNOTENMARKER**

Denkt man an die gesplante Persönlichkeit von Fußnoten, so übernehmen Fußnotenmarker den schüchternen Part. Es gibt einige Leser, die nicht an den weiteren Informationen interessiert sind und die sich ärgern würden, wenn ihr Lesefluss ständig durch riesige Zeichen unterbrochen wird. Fußnotenmarker müssen also leicht überlesbar sein, aber auch leicht zu finden, wenn man aktiv danach sucht. Erinnerst du dich an den Balanceakt? Wir sind mittendrin.



## Diversity rules

As you may have already recognized, designers often want to do fancy stuff, that differs from the mass.

Even the actually reserved and maybe boring looking footnotes are not spared. However, you don't have to start at square one. And this is often not as smart as you might think at first. You must understand that **many things only work so well because the masses have got used to them.**

So if you put something common in a whole new outfit and break all the rules, it can happen that it is no longer recognized as what it actually is. And you certainly do not want that.

So start taking baby steps in differing and get inspired by your ancestors.

For your footnote markers that means: Let them be the superscript symbols that they have been for centuries. Everything else is up to you!

## Ein Hoch auf die Individualität!

Wie du vielleicht schon bemerkt hast, tendieren Designer dazu ausgefallene Sachen zu gestalten, die sich von der Masse abheben.

Auch die eigentlich zurückhaltenden und vielleicht langweilig aussehenden Fußnoten werden hierbei nicht verschont. Dabei musst du das Rad aber nicht neu erfinden. Und das ist oft gar nicht so schlau, wie man im ersten Moment denkt. Du musst verstehen, dass **viele Dinge nur deshalb so gut funktionieren, weil sich die Masse an sie gewöhnt hat.**

Wenn man also etwas Gewohntes in ein völlig neues Gewand steckt und mit allen Regeln bricht, kann es passieren, dass es nicht mehr als das erkannt wird, was es eigentlich ist. Und das willst du vermutlich gar nicht.

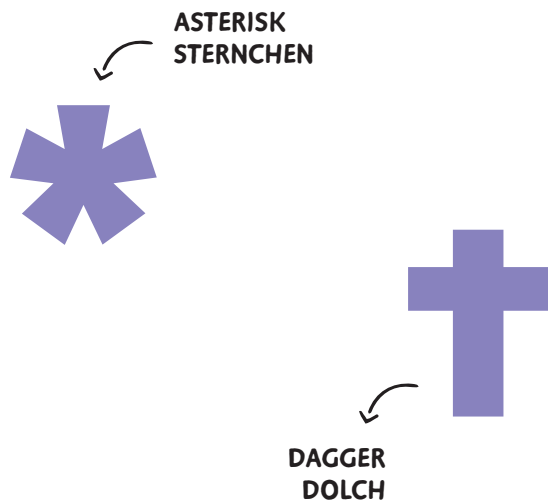
Fang' also in kleinen Schritten an, die Fußnoten individueller zu gestalten und lass' dich von deinen Vorfahren inspirieren.

Für deine Fußnotenmarker bedeutet das: Lass' sie die hochgestellten Symbole sein, die sie seit Jahrhunderten sind. Alles andere ist dir überlassen!

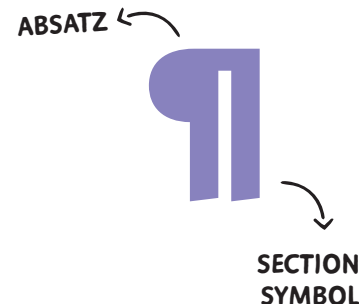
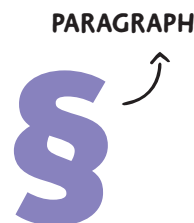
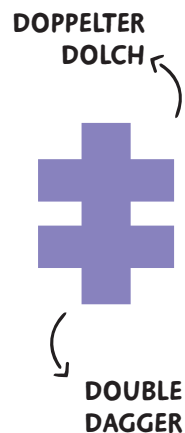
## About asterisks and daggers

For variation lovers there are some symbols that are already well known in the world of footnotes. These get pretty interesting if you have to include footnotes in a text or table, where mainly numbers are used. They follow a certain sequence which is determined:

**Asterisk, dagger, double dagger, paragraph, section symbol, parallel lines<sup>5</sup>**



<sup>5</sup>In case that more markers are needed, symbols are doubled.

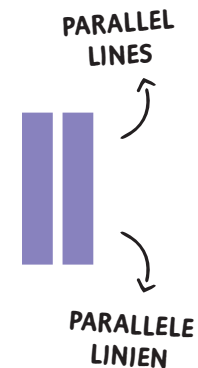


## Von Sternen und Dolchen

Für Liebhaber von Variationen jeglicher Art gibt es einige Symbole, die in der Welt der Fußnoten bereits weit verbreitet sind. Interessant sind diese vor allem, wenn sich die Fußnoten innerhalb eines Textes oder einer Tabelle befinden, die hauptsächlich aus Zahlen besteht. Die Symbole folgen einer bestimmten Reihenfolge:

**Sternchen, Dolch, Doppelter Dolch, Paragraph, Absatz, Parallele Linien<sup>6</sup>**

<sup>6</sup>Für den Fall, dass mehr Markierungen benötigt werden, werden die Symbole verdoppelt.



# THE ACTUAL FOOTNOTE

If you accept the invitation of the footnote marker gathering more information, your eyes start to fly over the page looking for the corresponding footnote.

## **DIE FUSSNOTE**

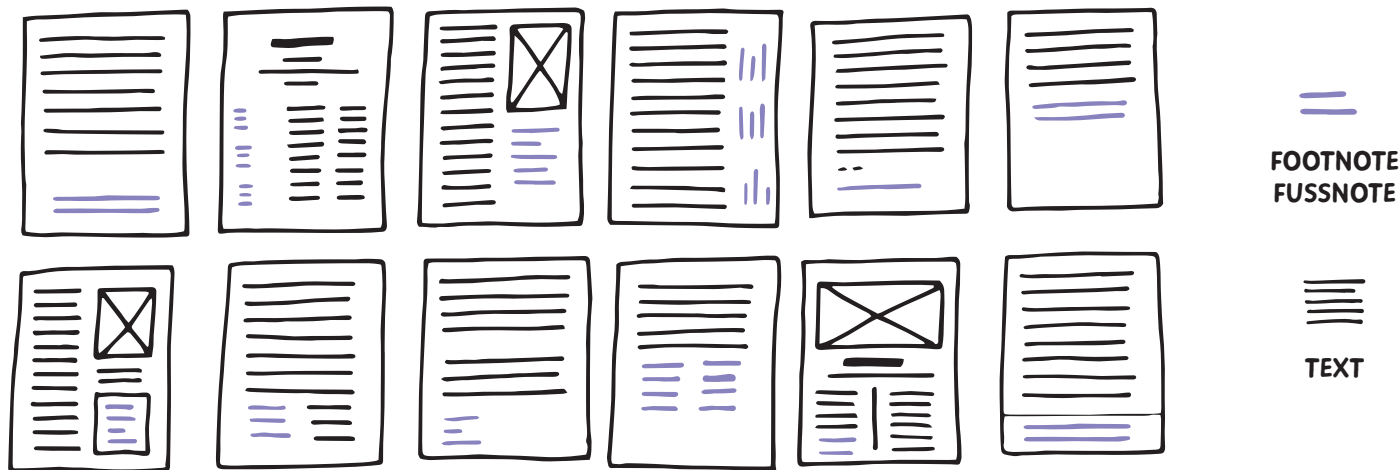
Wenn du die Einladung des Fußnotenmarkers annimmst, um weitere Informationen zu erhalten, beginnen deine Augen über die Seite zu fliegen und nach der entsprechenden Fußnote zu suchen.

This is usually aligned at the bottom of the page separated through a line or some white space, but there are some cases where they could do pretty well in other places, too.

So if you have the possibility and enough space to align your footnotes in a different way, feel free to do that. As long as the readers are able to locate them easily the perfect place would be anywhere.

Diese ist in der Regel am unteren Rand der Seite ausgerichtet, getrennt durch eine Linie oder etwas Leerraum. Aber es gibt auch einige Fälle, an denen ein anderer Platz eine gute Wahl sein kann.

Wenn du also die Möglichkeit und genügend Raum hast, deine Fußnoten außergewöhnlich auszurichten, kannst du das gerne tun. Solange die Leser in der Lage sind, sie leicht zu finden, kann der perfekte Platz überall sein.



## Hierarchy

Typography works through hierarchy. And while the main focus is on the body text, the footnote must take a back seat without fading away.

To ensure that your footnote is always set in a smaller font size but gets some extra space, so it doesn't get lost between the lines.

## Hierarchie

Typografie funktioniert durch Hierarchie. Und während das Hauptaugenmerk auf dem Fließtext liegt, muss die Fußnote in den Hintergrund treten, ohne zu verblassen.

Achte darauf, dass die Fußnote immer in einer kleineren Schriftgröße gesetzt wird, aber etwas mehr Weißraum bekommt, damit sie nicht zwischen den Zeilen verloren geht.

## Font Styles within a footnote

There are not only different styles between footnotes and the body text. Even the font styles inside the actual footnote can differ.

In most cases, the title and subtitle inside the footnote are marked through underlining or italic style. This may refer to the so-called 'Chicago Style' that is similar to the 'Deutsche Zitierweise' where it is recommended to mark the titles.

## Schriftschnitte innerhalb der Fußnote

Es gibt nicht nur unterschiedliche Schriftgrößen oder -schnitte zwischen den Fußnoten und dem Fließtext. Auch die Schriftstile innerhalb der eigentlichen Fußnote können sich unterscheiden. In den meisten Fällen werden der Titel und der Untertitel innerhalb der Fußnote durch Unterstreichung oder kursive Schrift gekennzeichnet.

Dies ist auf den so genannten „Chicago Style“ zurückzuführen, der eng mit der „Deutschen Zitierweise“ verbunden ist. Hier wird empfohlen Titel und Untertitel hervorzuheben.

# THE CHICAGO STYLE

If you thought the Chicago Style was the latest American fashion trend, I'm sorry to disappoint you. It is one of many citation style guidelines that help you through the dense jungle of quoting. Together with the Harvard Style, they are the superstars of the citation scene. But since Harvard Style does not use footnotes, we will focus exclusively on Chicago Style. We already have enough on our plate anyway.

## FUSSNOTEN IM CHICAGO SYTLE

Wenn du gedacht hast, der Chicago Style sei der neueste amerikanische Schrei, muss ich dich leider enttäuschen. Er ist eine von vielen Richtlinien, die dir helfen können dich durch den dichten Zitierdschungel zu schlagen. Zusammen mit dem Harvard Style sind die beiden die bekanntesten Zitierweisen weltweit. Da beim Harvard Style aber keine Fußnoten verwendet werden, konzentrieren wir uns ausschließlich auf den Chicago Style. Damit haben wir sowieso schon genug zu tun.

But what does the Chicago Style Guide want to help you with?

Well, it offers you a structure for your footnotes, ensuring that all information is included to avoid a copyright dispute.

Actually, it offers you two structures, because you decide between a short and a full note. Both of them include the author's name, the title of the text and a period at its end. Additionally, full notes contain the full publication details.

Aber womit will dir der Chicago Style Guide helfen? Nun, er stellt dir eine Struktur für deine Fußnoten bereit, in der alle Informationen enthalten sind. Damit wird ein möglicher Urheberrechtsstreit vermieden, auf den sowieso niemand Lust hat.

Genau genommen bietet er dir sogar zwei Strukturen an: Den Kurz- und den Vollbeleg. Beide enthalten den Nachnamen des Autors, den Titel des Textes und enden mit einem Punkt. Vollbelege enthalten zusätzlich alle weiteren Angaben der Publikation.

But when to use which? If you cite a source for the first time, there should be a full note on the end of your page. Each additional citation of the same source no longer needs to be accompanied by a full note. The short note is sufficient.

Like always two divisions is not enough, so you not only decide between short and full notes, you also have different ways of citation due to the different sources they come from.

Doch wann verwendet man welche? Wenn du eine Quelle zum ersten Mal zitierst, solltest du auf einen Vollbeleg zurückgreifen. Für jedes weitere Zitat derselben Quelle ist ein Kurzbeleg vollkommen ausreichend.

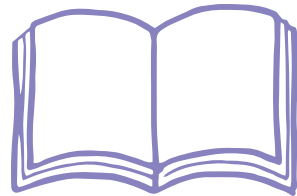
Aber wie immer ist das nicht die einzige Unterscheidung, die es zu beachten gibt. Denn je nach Art der Quelle unterscheidet sich auch die Struktur.

## Book citation

This is the format of a full note<sup>7</sup> and this is the format of a short note<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Author first name last name, *Book Title*, edition. (Place of publication: Publisher, year), page number(s), URL.

<sup>8</sup> Author last name, *Shortened Book Title*, page number(s).



If you don't cite the physical copy, but the online version of a book don't forget to add the URL.

## Buchzitate

Wenn du die Online-Version eines Buches zitierst, vergiss nicht die URL anzugeben.

Dies ist ein Vollbeleg<sup>9</sup> und dies ein Kurzbeleg<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Autor Vorname Nachname, *Buchtitel*, Ausgabe. (Verlagsort: Verlag, Jahr), Seitenzahl(en), URL.

<sup>10</sup> Autor Nachname, *Gekürzter Buchtitel*, Seitenzahl(en).

## Shortened titles

This is the format of a full note<sup>11</sup> and this is the format of a short note<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Stephen Covey, *The 7 Habits of Highly Effective People*, 3rd ed. (New York: Free Press, 1989, 75–89.

<sup>12</sup> Covey, *Habits*, 75–89.

If the full title contains more than four words you shorten it by mentioning the most expressive keywords in the short notes.

## Gekürzte Titel

Wenn der Buchtitel mehr als vier Wörter beinhaltet, kürzt du ihn beim Kurzbeleg auf die aussagekräftigsten Schlagwörter.

Dies ist ein Vollbeleg<sup>13</sup> und dies ein Kurzbeleg<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Stephen Covey, *The 7 Habits of Highly Effective People*, 3. Ausgabe. (New York: Free Press, 1989, S. 75–89.

<sup>14</sup> Covey, *Habits*, S. 75–89.

## Journal article citation

This is the format of a full note<sup>15</sup> and this is the format of a short note<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> Author first name last name, 'Article Title,' *Journal Name* Volume, Issue number (Year): page number(s), DOI or URL.

<sup>16</sup> Author last name, 'Shortened Article Title,' page number(s).

DOI is the abbreviation for Digital Object Identifier. In case of journal articles it is more reliable than the URL. Usually you can find the DOI in the header or the footer of the article.



## Zitieren von Zeitungsartikeln

DOI ist die Abkürzung für Digital Object Identifier (dt.: Digitaler Objektbezeichner). Im Falle von elektronischen Zeitungsartikeln sind diese verlässlicher als die einfache URL. Normalerweise findet man die DOI im Kopf oder im Fuß des Zeitungsartikels.

Dies ist ein Vollbeleg<sup>17</sup> und dies ein Kurzbeleg<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> Autor Vorname Nachname, „Titel des Artikels,“ in *Zeitungstitel* Ausgabe, Nummer (Jahr): Seitenzahl(en), DOI oder URL.

<sup>18</sup> Autor Nachname, „Gekürzter Titel des Artikels,“ Seitenzahl(en).

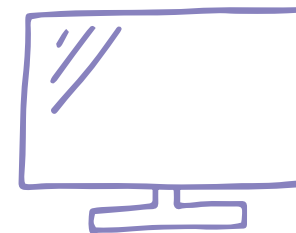
## Website citation

This is the format of a full note<sup>19</sup> and this is the format of a short note<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Author first name last name, 'Page Title,' *Website Title*, publication date, URL.

<sup>20</sup> Author last name, 'Shortened Page Title.'

If the publication date is unknown you can instead add the date when you accessed the page at the end of the citation (e.g. accessed on November 20, 2020)



## Zitieren von Webseiten

Falls das Datum der Publikation unbekannt sein sollte, kannst du stattdessen das Datum, an dem du die Seite besucht hast, am Ende deines Vollbeleges nennen (z.B. besucht am 23. November 2020)

Dies ist ein Vollbeleg<sup>21</sup> und dies ein Kurzbeleg<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Autor Vorname Nachname, „Seitentitel,“ *Name der Webseite*, Publikationsdatum, URL.

<sup>22</sup> Autor Nachname, „Gekürzter Seitentitel.“



chap/Kap 05

*Julia Iserbeck*

# **Of Searching and Finding – Colophon**

*Vom Suchen und Finden – Kolophon*

# Einleitung

Ko-lo-phon ... klingt sehr melodisch, nicht? Naja, es hat nicht direkt etwas mit Musik zu tun und ein harmonisch gestaltetes Kolophon schmeichelt mehr dem Auge als dem Ohr.

Stell dir vor du schreibst ein Buch, bringst all diese Abschnitte und Tausende von Worten zusammen – und hoffentlich erfreut sich dein Werk großer Beliebtheit. Du wirst irgendwann zu dem Punkt kommen, an dem du zu dir selbst sagst: »Gut gemacht, du cleveres kleines Genie!« Aber wie wird jemand erkennen welche Anstrengung hinter dem Namen des Autors steckt, der so unschuldig auf dem Cover zu lesen ist? **Für all die Egomane da draußen kann das Kolophon den Heiligen Gral bedeuten – und für den Rest wird es auch hilfreich sein, ich verspreche es!** Man könnte das Kolophon mit der Visitenkarte eines Buches oder einer Publikation vergleichen. **Es enthält zahlreiche Informationen wie z.B. den Autor, Designer, Namen der Verleger und Lektoren, Jahr der Veröffentlichung, Auflage und Auftraggeber.** Ok gut – an diesem Punkt erscheint es eher wie eine Notwendigkeit, als

eine kreative Spielwiese, aber hab Geduld. Je nach Art der Publikation kannst du das Kolophon mit vielen interessanten Inhalten füllen – ja, auch von gestalterischem Interesse! Ich spreche von Produktionsdetails. Möchtest du als Designer dem Leser mitteilen, welche fantastische Sonderfarbe du ausgewählt hast? **Für manche Zielgruppen können solche Informationen hilfreich sein.**

Falls du als Designer für andere Designer schreibst könnten sie nachschlagen wollen welchen Font du in dem Werk verwendest, das sie gerade in der Hand halten. Im besten Fall schauen sie ins Kolophon und finden es heraus –

*oder es ist ein Geheimnis, das du mit ins Grab nimmst.*

# Introduction

Co-lo-phon ... sounds quite melodic, doesn't it? It has nothing to do with music in general, and a harmonic designed colophon flatters rather the eye than the ear.

Imagine you wrote a book, put all these paragraphs and maybe thousands and thousands of words together – and hopefully, some other people are pleased to read your work. You may come to the point of saying to yourself, "Well done you clever little genius!" But how will anyone notice the amount of work behind the author's name, standing innocently on the cover? **For all these egomaniacs out there, the colophon may be your holy grail – and for the rest of us it can be helpful too, I promise!** The colophon may be comparable to the business card of a book or publication. **It contains various information like the author, designer and distributor, date of publication, edition and client.** Okay well – at that point we seem to talk rather about necessity than creative pleasure, but be patient. Depending on the kind of publication you can fill the colophon with much more

details of interest – yes, creative interest, too! I speak of production details. Do you want to give the reader the ability to know which paper or special colour you as a designer have chosen? **For some audiences, information of this kind could be helpful and nice to know.**

If you are writing as a designer to other designers, they may want to look up which beautiful font style you used in your work. They will check up your colophon and maybe find it there –

*or it is the secret you take to the grave.*

# Ein Blick in die Vergangenheit

Um diese kleinen Sonderlinge besser kennenzulernen möchten wir verstehen, wo sie herkommen und wie sie die Erscheinungsform entwickelt haben, in der wir sie heute verwenden. Erste Hinweise liefert der etymologische Hintergrund.

Die Antwort zur wörtlichen Bedeutung des Kolophons führt uns in der Zeit zurück. Unser Ziel – das antike Griechenland. **Das Wort kann mit Gipfel, Ende oder Abschluss übersetzt werden.** Metaphorisch malt dies ein hübsches Bild: der reisende Leser steht am Ende seines Abenteuers auf der Spitze eines Berges und schaut zurück auf den Weg, der ihn zu diesem Gipfel geführt hat.

Im Vergleich zum Hauptinhalt des Buches gehört das Kolophon heute zum Paratext eines Buches.<sup>11</sup> **Das bedeutet, es nimmt die Rolle eines Zusatzes an und informiert den Leser über weiterführende Details zur Produktion.** Der Begriff »Subskription« gilt als Synonym. Ein Wort, das als Nachschrift interpretiert werden kann. Seit der Antike hat das Kolophon eine wichtige

Funktion: Als Teil eines handschriftlichen Manuskripts enthielt es Informationen über den Autor, das Datum und den Ort des Werkes. Heute sind diese Details nötig, um die Handschriften historisch zu datieren.

**Das erste gedruckte Kolophon wird auf das Jahr 1457 datiert, überliefert im Psalterium von Johannes Fust und Peter Schöffer.** Als Europa das Druck-Fieber dank Gutenberg and friends überkam, wuchs das Kolophon um weitere Elemente. Zunächst kamen die sogenannten »Druckerzeichen« (1/2) auf. Diese Zeichen, vergleichbar mit heutigen Logo Signets, lieferten auf den ersten Blick die Information, welcher Drucker das Buch gesetzt und produziert hat. Eine weitere Funktion der Druckerzeichen war die Identifikation des

# A glimpse back in the past

To get to know these little specialities better, we want to understand where they come from and how they developed their form of appearance. Let's check the etymological background first.

The answer to the meaning of the word colophon takes us back in time. Our destination is Ancient Greece.

**The word colophon can be translated as peak, end or conclusion.** Metaphorical, this may be a sweet idea: the book-traveller at the end of his journey, standing on the top of the mountain and looking back to the path which has lead him to the end.

In relation to the book's main content, the colophon today belongs to the para-text elements.<sup>11</sup> **This implies that it plays an additional role and informs the reader about further production details.** Synonymously, the term "Subscription" is used, a word that can be understood as postscript. In ancient times, the colophon had a really important function: as part of handwritten manuscripts it gave information about the author, the date

and the location. Today this information is essential to historically date the manuscript.

**The first printed colophon is dated 1457. It was published in the Psalterium of Johannes Fust and Peter Schöffer.** By the time Europe came into the printing fever thanks to Gutenberg and friends, the colophon grew and got additional elements. First, there were the so-called "printer signs" (1/2). These signs, comparable to logo signets from today, informed which printer was setting and producing the book. One other function of the printer signs was the identification of copyright owner. The colophon was legally valid and should protect the books from getting copied.

Urhebers. Die Zeichen galten als rechtskräftig und sollten die Werke vor unrechtmäßigem Kopieren schützen.

Um eine weitere neue Rolle des Kolophons zu verstehen sollten zunächst einige alte Begriffe geklärt werden: **Incipit und Explicit.** Diese beiden Elemente wurden ebenfalls bereits in antiken Handschriften genutzt, erlebten jedoch mit dem Buchdruck eine Renaissance. **Das Incipit ist eine kurze, textliche Einleitung in einem Buch oder einem geschriebenen Text.** (3) Dabei werden die ersten Worte des Inhalts textlich wiedergegeben, um eine schnelle Identifikation auf den ersten Blick zu ermöglichen.<sup>12</sup> In manchen Fällen sind die ersten paar Zeilen oder Worte berühmter geworden als der eigentliche Titel eines Werkes (z.B. *Der Mond ist aufgegangen* für das *Abendlied*). Im Mittelalter, vor der eigentlichen Entwicklung von Titeln, gelang die Identifikation von Texten oder Musikstücken nur mit der Hilfe ihrer Incipite. **Optisch wurden sie im Mittelalter durch auszeichnende Schriften oder aufwändige Illuminationen hervorgehoben.** Durch die Erfindung des Buchdrucks wandelte sich das Incipit langsam zu wenigen Wörtern oder Zeilen auf dem Titel oder Einband eines Druckwerks. Jahrhunderte später existiert das heute bekannte Cover und die Titelseite, die alle be-

nötigten Informationen wie Autor und Titel enthalten, um ein Buch zu identifizieren.

Wie wir wissen sollte ein Buch nicht nach seinem Cover beurteilt werden – lässt uns also einen Blick auf die bessere Hälfte des Incipits werfen, das Explicit. **Dieses Element hat seinen Platz am Ende eines Buches oder einer Handschrift und kann als Synonym zum Kolophon verstanden werden.** Das Explicit enthielt traditionell die Schlussfloskel **explicit liber** (das Buch ist beendet) und weitere Informationen zu Datum und Ort, Autor, Schreiber und Drucker.<sup>13</sup> Ähnlich zum Incipit wurde das Explicit in aufmerksamkeitsstarken Schriften gesetzt oder geschrieben und diente dazu, die Arbeit der jeweiligen Beteiligten zu repräsentieren. Da Bücher damals zu absoluten Luxusgütern zählten und sehr teuer waren, spielte die **Repräsentation** eine große Rolle. Die Bücher symbolisierten den Status durch die Seltenheit von Bildung.

Wo wir von Repräsentation und Rechtskräftigkeit sprechen könnte man sich die Frage stellen: »Warum zur Hölle packt man all dies nicht einfach ins Impressum.« Heute ist der Begriff Impressum geläufiger als das Kolophon. In der jüngeren Geschichte des Drucks hatten diese Informationen ihren Platz in einem Abschnitt im Fuß der Titelseite, der ebenfalls das Erscheinungsdatum

To understand the second new role of the colophon let's clarify some terms: **incipit and explicit.** These two elements were used in ancient handwritten manuscripts, but experienced a renaissance in the printing era. **The incipit gave a short introduction to a book or written text.** (3) The first words of the text were written down to give a short, first sight identification.<sup>12</sup> In some cases, the first lines are more popular than the main title of a work (e.g. *Der Mond ist aufgegangen* for the *Abendlied*). During the Middle Ages, before the development of titles, the identification of texts or music pieces was done simply with help from the incipits. **They were written in different type styles and beautifully illuminated during the middle ages.** Through the development of printing, the incipit transformed slowly to a few words or phrases standing on the title or cover of a printed work. Centuries later, cover and title pages display all the information we need to identify a book and the author.

Since we all know we shall not judge a book by its cover – let's have a look at the better half of the incipit, the explicit. **This element has its place at the end of a book or manuscript and can be understood as a synonym of our colophon.** The explicit contains the ending term **explicit liber** (the book is ended) and

further information about date and location, author, writer and printer.<sup>13</sup> Comparable to the incipit, the explicit was set or written in beautiful font styles and should represent the work of the different contributors. As books were products of luxury and very expensive, they played a role of **representation** and were a symbol for the rareness of education.

Talking about representation and legal validity you may ask ourselves, "Why the hell don't we put all that into the imprint?" Today the term imprint is much more common as the colophon. In early printing history, the imprint was a phrase standing on the bottom title page, also containing the date of publication, the printer and publisher. **The big difference between imprint and colophon is the legal aspect.** The imprint was and is today legally necessary to identify the copyright owner. It informed about the privilege to produce and sell a printed work. Today, the imprint is required to identify those responsible so they can held legally accountable for their work at any time.<sup>14</sup> **The colophon has nothing to do with legal issues.** Its main function is informative and gives further references about the origin of the book and its content.

enthielt, außerdem den Drucker und den Verleger. **Der große Unterschied zwischen Impressum und Kolophon ist der rechtliche Aspekt.** Das Impressum war und ist heute rechtlich zur Identifikation des Urheberrechts notwendig. In der historischen Entwicklung zeigte das Impressum an, wer als Verleger im Besitz des Privilegs war das Werk produzieren und verkaufen zu dürfen. Heute ist das Impressum klar vorgeschrieben

und wird zur Identifikation verantwortlicher Personen verwendet, sodass sie jederzeit rechtlich für ihre Arbeit belangt werden können.<sup>14</sup> **Das Kolophon hat in seiner Natur nichts mit Recht und juristischen Angelegenheiten zu tun.** Seine Hauptfunktion liegt im informativen Aspekt. Es bietet, ähnlich wie in seiner Rolle in der Antike, weiterführende Details zur Herkunft des Buches und seines Inhalts.

<sup>11</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/784701>

<sup>12</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/652449>

<sup>13</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/419369>

<sup>14</sup>Rautenberg: Reclams Sachlexikon des Buches, S. 269



- 1 Printers sign from the *Officina Aldina*, Venice, **1449**
- 2 Imprint and printers sign of *Nicolaus Kessler*, **1489**
- 3 Incipit of *The dialogues of St. Gregor*, Trieste



2



<sup>11</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/784701>

<sup>12</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/652449>

<sup>13</sup>Akademic Wiki, <https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/419369>

<sup>14</sup>Rautenberg: Reclams Sachlexikon des Buches, p. 269

# Erst die Pflicht



Heute werden diese verschiedenen rechtlichen, repräsentativen und informativen Details unter dem Namen Impressum zusammengefasst. Das mag daran liegen, dass das Impressum heute eine rechtlichen Notwendigkeit ist. Alle weiteren Informationen, die ursprünglich dem Kolophon zugehörig waren, werden oft der Einfachheit halber beigefügt.

»Das Impressum ist nach dem Welt-Urheberrechtsabkommen für diese Position nach dem Haupttitel vorgeschrieben.«<sup>15</sup> **Beim Schreiben von Texten, im Besonderen wissenschaftlicher Arbeiten, kann das Impressum dein Wingman sein.** Ich spreche vom Zitieren und der korrekten Angabe des Urhebers der geistigen Arbeit, auf die sich inhaltlich bezogen wird. Das Stichwort: Copyright. Dieser rechtliche Aspekt umfasst nicht nur Texte, er reicht besonders im Kontext von Design und Kunst viel weiter. Alle Arten von Abbildungen, Grafiken und Illustrationen, Schrif-

ten, Musik und Audiomaterial, Video und Animation und natürlich auch Logo Signets gehören rechtlich ihren Urhebern. Sie müssen stets angegeben werden, wenn du dich auf deren Arbeit beziehst. Falls du nicht von vorneherein im Besitz einer Lizenz bist. Einige Big Player setzen selbst ihre Corporate Farben unter das Urheberrecht, also sei dir der Tragweite stets bewusst.

Um sicherzugehen, dass die eigene geistige und visuelle Arbeit geschützt ist, wurde das Impressum für jegliche gedruckten und digital veröffentlichten Arbeiten vorgeschrieben.

# Business before



Today, these different legal, representative and informative details are mostly displayed together under the name imprint. This may come from the fact that today the imprint is a legal necessity and all further information, which is usually contained in the colophon, is added there.

“According to the world copyright convention, the imprint is required at the position after the main title”<sup>15</sup> **While writing texts, especially scholarly work, the imprint is your wingman.** I speak of quoting and displaying the author or creator of the work you refer to. The keyword is copyright. It refers to much more, especially in the context of design and art. All kinds of pictures, graphics and illustration, typefaces, music and

audio material, video and animation and of course logo signets belong to their original creators, who must be displayed if you use their work and you do not own a license. Did you know that some big players set their corporate colours under copyright?

To make sure your own intellectual and visual work is protected, the imprint has become a requirement in every printed and digital released work.

# Checkliste: Impressum

Um die konkrete Verwendung und Erstellung dieser rechtlichen Hinweise für dich herunterzubrechen ist nun wieder Checklist-Time. Es gibt ein paar Unterschiede zum Impressum für Print und Web zu beachten.

## Print:

- |              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| ① Autoren    | ⑤ Illustratoren, Fotografen |
| ② Verlag     | ⑥ Gestalter, Buchhersteller |
| ③ Redakteure | ⑦ Übersetzer                |
| ④ Druckerei  | ⑧ Nachdruck und Auflage     |
|              | ⑨ Copyright und ISBN        |

Alle genannten Bezeichnungen verstehen sich sowohl männlich als auch weiblich.

Mit Web geht es auf der nächsten Seite weiter. »  
Alle weiteren Informationen zum Impressum sind in Paragraph 5 Telemediengesetz (TMG) definiert.

# Checklist: Imprint

To break the usage and creation of these legal issues down for you, it's checklist time. There are some differences between the print and web practice.

## Print:

- |                               |                            |
|-------------------------------|----------------------------|
| ① Authors                     | ⑥ Designers, book creators |
| ② Publisher                   | ⑦ Translators              |
| ③ Editors                     | ⑧ Reproduction, edition    |
| ④ Printer                     | ⑨ Copyright and ISBN       |
| ⑤ Illustrators, photographers |                            |

All terms refer to male and female equally.

Let's continue with the web part on the next page. »  
All further information for german rights are defined in paragraph 5 Telemediengesetz (TMG).

Im digitalen Kontext ist die Hauptfunktion des Impressums, die Verantwortlichen für den Inhalt zu identifizieren. Es gibt rechtliche Unterschiede zwischen natürlichen Personen und juristischen Personen. »Auch private Webseiten können unter die Rubrik ›geschäftlich‹ fallen. Die Angabe eines Impressums empfiehlt sich daher in jedem Fall.«<sup>16</sup> Eine Regel wo genau das Impressum auf einer Website stehen soll ist nicht klar definiert, aber es darf nicht versteckt sein und muss für den Leser einfach auffindbar sein. Im besten Fall sollte es stets ein bis zwei Klicks entfernt sein.

Natürliche Personen

- ① Vor- und Zuname
- ② vollständige Adresse
- ③ Kontakt (z.B. Mailadresse oder Telefonnummer)
- ④ Haftungsausschluss, um sich vom Inhalt der Webseiten weiterführender Links zu distanzieren
- ⑤ Datenschutzerklärung

Juristische Personen

- ① Firmenname und Vertretungsberechtigter
- ② vollständige Adresse
- ③ Kontakt
- ④ Aufsichtsbehörde, Kammer
- ⑤ Register und Registernummer
- ⑥ Umsatzsteuer ID
- ⑦ Haftungsausschluss, um sich vom Inhalt der Webseiten weiterführender Links zu distanzieren
- ⑧ Datenschutzerklärung

<sup>16</sup> J. Böhringer, P. Schlaich und P. Bühler; *Kompendium der Mediengestaltung*, Band 3, Heidelberg, 6. Auflage 2014, S. 40

<sup>16</sup> J. Böhringer, P. Schlaich und P. Bühler; *Kompendium der Mediengestaltung*, Band 4, Heidelberg, 6. Auflage 2014, S. 191

In the digital sense, the imprint's main function is to identify the provider of content. There is a legal difference between individual persons and legal persons. "Even private websites can fall in the commercial category. The display of an imprint is recommended in every case."<sup>16</sup> Where to place this information on the website is not clearly defined but it must not be hidden and should be reachable easily for the website's reader. In the best case, it should always be few clicks away.

Individual persons

- ① Last and first name
- ② Complete postal address
- ③ Contact information (e.g. e-mail address or phone number)
- ④ Disclaimer, to distance oneself from the content of further links
- ⑤ Data privacy information

Legal persons

- ① Company name and responsible legal representative
- ② Complete postal address
- ③ Contact information
- ④ Controlling institution
- ⑤ Register and register number
- ⑥ Dales tax ID
- ⑦ Disclaimer, to distance oneself from the content or further links
- ⑧ Data privacy information

<sup>16</sup> J. Böhringer, P. Schlaich und P. Bühler; *Kompendium der Mediengestaltung*, Band 3, Heidelberg, 6. Auflage 2014, p. 40

<sup>16</sup> J. Böhringer, P. Schlaich und P. Bühler; *Kompendium der Mediengestaltung*, Band 4, Heidelberg, 6. Auflage 2014, p. 191



## ... dann die Kür

Nun zu dem Part, ab dem die dargestellten Informationen eher dem Ausdruck Kolophon entsprechen, als der Definition des Impressums. Es soll um die repräsentative Funktion gehen, die dem Kolophon seit seinen Anfängen zukommt.

Erinnerst du dich an die Metapher, das Kolophon sei wie die Visitenkarte eines Buches? Jeder CEO liebt seine Visitenkarte. Warum? **Repräsentation!** Wir jedoch möchten uns nicht wie Bürohengste verhalten, wir haben Besseres zu tun. Es soll vielmehr darum gehen das Kolophon passend zum Konzept und Inhalt des Buches zu bestücken. **Neben der Repräsentation liegt die Information im Hauptaugenmerk des Interesses.** Manche Leser möchten sich über Eckdaten zu Produktion oder Grafik informieren. Losgelöst vom rechtlich vorgeschriebenen Impressum scheint das Kolophon einen größeren Spielraum für gestalterische Freigeister zu bieten. Selbst zusammengefasst unter dem Titel Impressum kann die gesamte Informationssammlung auf gestalterisch ungewöhnliche oder spielerische Weise dargestellt werden.

Wie immer bezieht sich die Gestaltung auf Konzept und Inhalt, aber **Kolophon und Impressum müssen nicht als die ungeliebten Anhänge enden, in**

**denen ein paar Namen fallen gelassen werden.** Es ist doch das Ziel des Designers, das der Inhalt den Leser fasziniert und fesselt. Machen sie so neugierig, dass sie nicht erwarten können herauszufinden was hinter der Magie steckt, die sie in ihren Händen halten! Was verwendete Buchbindetechniken oder Papiersorten im Print sind können technische Softwareinformationen im Web sein. Sei nicht schüchtern und trau dich, neue Wege auszuprobieren. Alles was dem Konzept entspricht – und es untermauert – ist erlaubt. Selbst die rechtlichen Informationen unterliegen keinen besonderen Darstellungsrichtlinien. Sie sollten nur stets sichtbar und lesbar dargestellt sein. Sei neugierig, finde dein Glück in Form eines tollen Kolophons und du wirst nicht enttäuscht werden.

## ... pleasure

Let's jump to the part where the displayed information suits the term colophon more than the definition of imprint. I speak of the representational function the colophon still has from ancient times.

You remember our metaphor of the colophon being the business card of a book? Well, every CEO loves his business card. The main reason? **Representation!** But we don't want to act like pen pusher, we have better things to do. The question is: How to fill the colophon consistent with the concept of the publication? **Besides the representation, the main focus is on the information.** Some readers want to be informed about further production or graphic details. Detached from the legally strict imprint, the colophon seems to offer far more design possibilities. But even matched together under one name, the complete collection of information can be displayed in an unusual or playful way.

As always, the design refers to the concept and the content, but **the imprint and colophon do not need to be the unloved supplements were some names are dropped.** It is your aim as a designer for the content to catch the readers attention. Make them so curious that they can't

wait to know what stands behind the magic they hold in their hands. What bookbinding techniques or paper usage are in print may be technical software information on web? Do not be shy and try to be creatively curious. Everything that matches the concept – and fortifies it – is allowed. Even the legal information does not underly special guidelines. They just need to be readably displayed. Be curious enough to find your luck (in the form of a beautiful colophon), and you will not be disappointed.

# Checkliste: Kolophon

Wirf einen Blick in meine kleine Checkliste. Da diese Art von Informationen nicht an rechtliche Vorgaben gebunden sind ist dies lediglich als eine Sammlung von Vorschlägen zu verstehen.

- »» Namen und Informationen aller Mitwirkenden (z.B. Gestalter, Autoren und Gastautoren, Konzepter, Lektoren, Drucker, Vertriebler, Illustratoren, Schriftgestalter)
- »» Hintergrund der Publikation (z.B. Material zu einer Ausstellung oder einem Festival)
- »» Datum und Ort
- »» Produktionsinformationen (z.B. Papierbezeichnung und Grammatik, Buchbindetechnik, Informationen zu den verwendeten Schriften, Sonderfarben wie Pantone/HKS/RAL)
- »» Technische Softwareinformationen bei Webseiten

# Checklist: Colophon

Feel free to have a look at my little checklist. Please notice: as this information is not bound to legal guidelines, this is just a collection of suggestions.

- »» Names and credits of all contributors (e.g. designers, writers, concept creators, editors, printers, distributors, illustrators, typeface designers)
- »» Reason of publication (e.g. in addition to an exhibition or a festival)
- »» Date and location
- »» Printing information (e.g. paper name and weight, binding, type information, special colours like Pantone/HKS/RAL)
- »» Software information for digital work

# A quick colophon time travel

*Eine schnelle Zeitreise des Kolophon*

*Reading informational text is always about searching and finding.*

*The colophon is the **peak** of that.*

*Etymologically and in the truest sense of the word.*

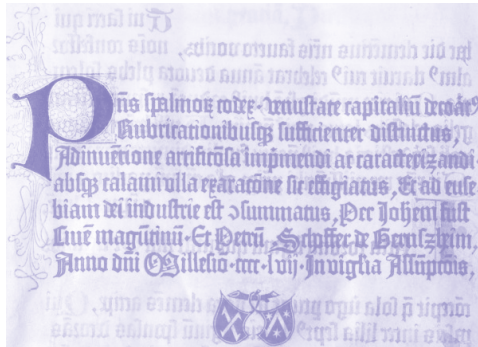
# The birth of letterpress

1400 A.D.

Imprint and colophon are mostly standing for themselves, detached from the title page. They were ornamented by the outstanding printers marks.

This expresses the importance of representation and protection from a copy.

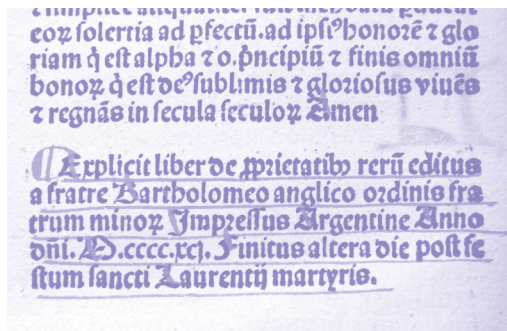
1



3



2



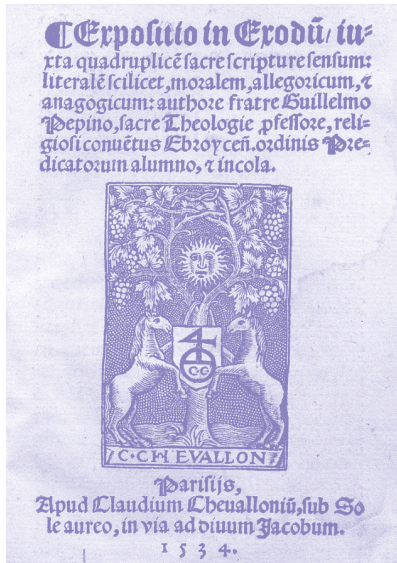
4

- 1 Colophon and printers mark, Johann Fust and Peter Schöffer in *The Mainz Psalter*, **1457**
- 2 Hand pressed print with facsimile colophon, *Mainz Psalter* of Johannes Gutenberg, **1457**
- 3 Colophon, *Calendarius* of astronomer from Königsberg, mathematician and publisher Johann(es) Müller (Regiomontanus), 1436–1476), **1478**
- 4 Explicit, *Liber de proprietatibus rerum*, Straßburg; Georg Husner, **1491**

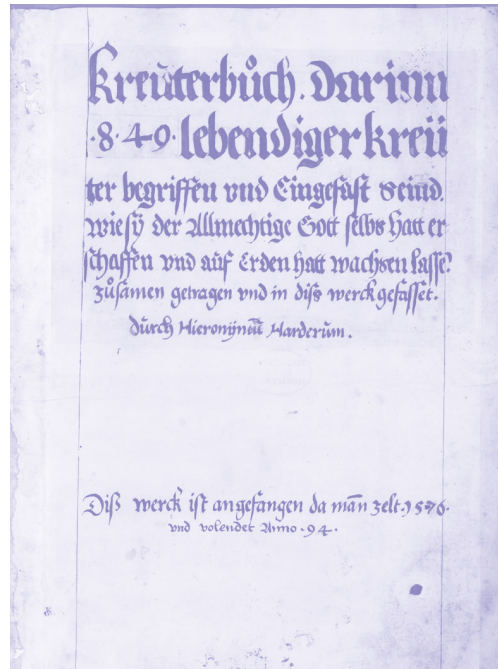
# The conquest of title

1500 A.D.

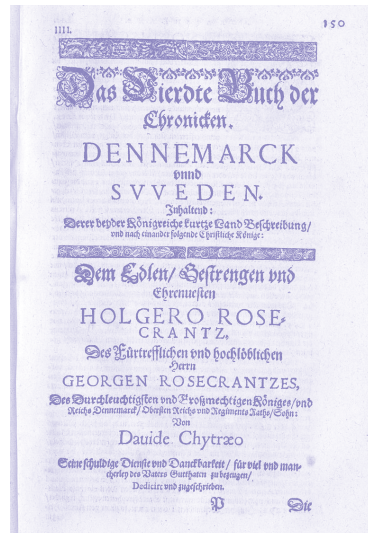
The printers information are often displayed as an imprint on the title page to give short but outstanding information about the origin of the publication and names relating to it. The printers marks are always present.



5



7



6

5 Imprint and printers mark, *Expositio in Exodum iuxta quadruplicem Sacrae Scripturae sensum literalem scilicet moralem, allegoricum et anagogicum*, Parisijs: apud Claudium Cheuallonium, 1534

6 Title with colophon, *Davidis Chytraei Neue Sachsen Chronica: vom Jahr Christi 1500 biß auffß XCVII*, 1597

7 Title with Colophon, *Herbarium vivum* of Hieronymus Harder, 1576-1600

# Ornament over text

1600 A.D.

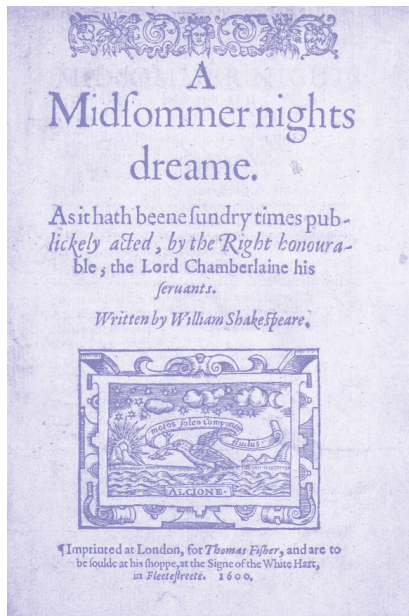
This time is dominated by complex and beautifully illustrated printers marks. The popular themes are affected by the beginning of Enlightenment.

Ancient mythical figures and allegories conquer the stage. The picture seems more important than textual information.

9



8



10

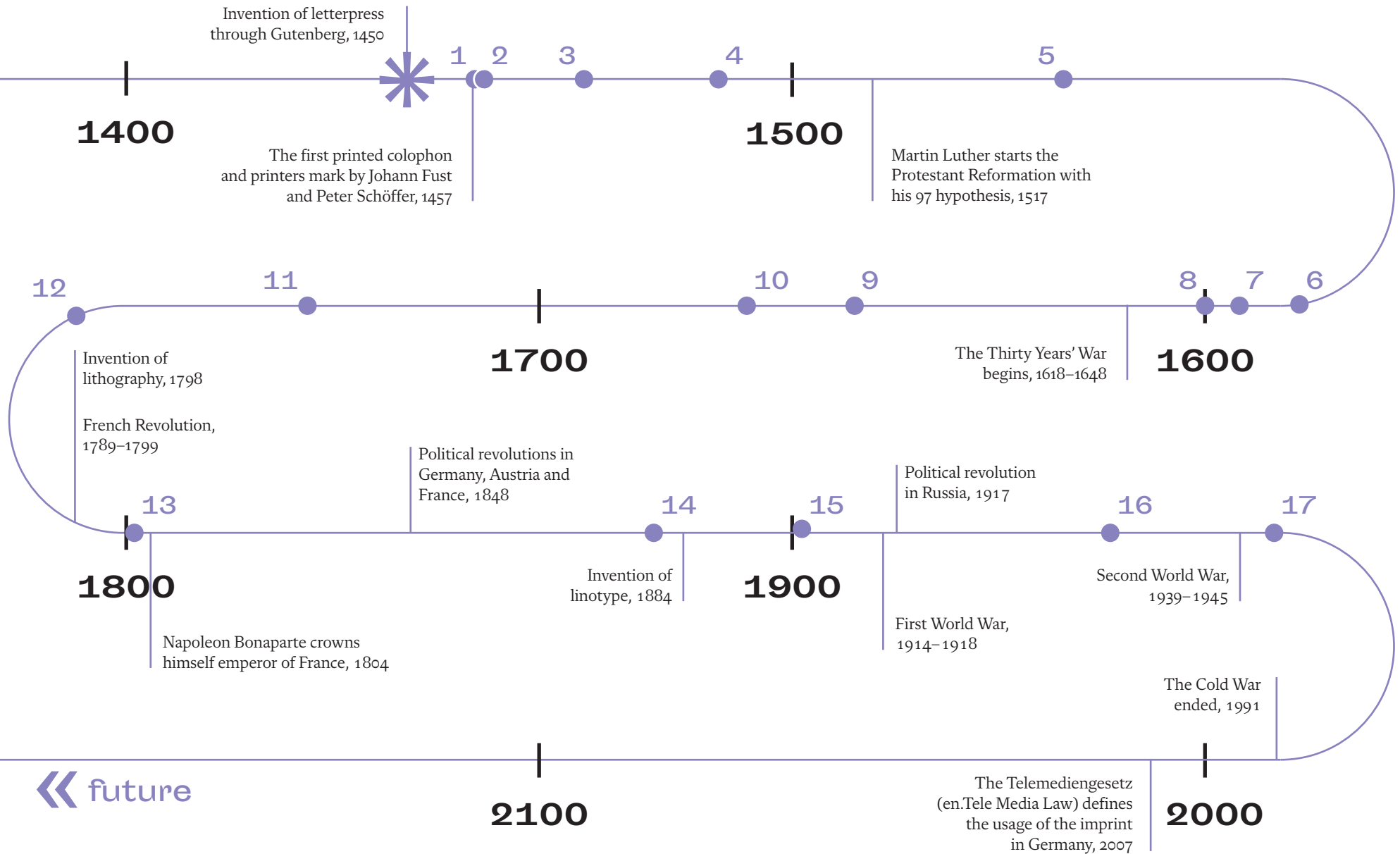
8 Title with imprint, W. Shakespeare, *A midsummer nights dreame.*, Thomas Fisher, **1600**

9 Illustrated title, colophon; *Argentorati, Sumptibus Hæredum Lazari Zetzneri, MDCXLV;* **1645**

10 Title with colophon, *Verciert met af-beeldsels na't leven in America gemaect, en beschreeven door Arnoldus Montanus, t' Amsterdam,* **1671**

# Let us travel in time.

# A historical overview.



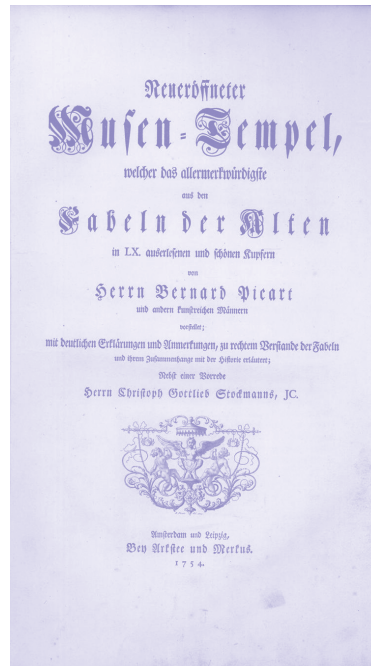
# Storm and light

1700 A.D.

Right in the middle of a stormy time, education plays an important role. Various lexica and encyclopedias are made to understand the enlightened world better.

The text seems to gain more importance, the illustrations are affected by baroque, classicism and romantic styles.

11



11 Title with colophon, Johann Theodor Jablonski *Allgemeines Lexicon der Künste und Wissenschaften*, Leipzig, printed by Thomas Fritschen, **1721**

12 Title with colophon, *Neueröffneter Musen-Tempel mit 60 auserlesenen Bildern/ welche das Allermerkwürdigste aus den Fabeln der Alten vorstellen/ ausgezieret: gezeichnet und in Kupfer gestochen durch Herrn Bernard Picart le Romain, und andere Kunstreiche Männer; Mit Deutlichen Erklärungen und Anmerkungen [...]*, Amsterdam, Zacharias Chatelain, **1754**

12

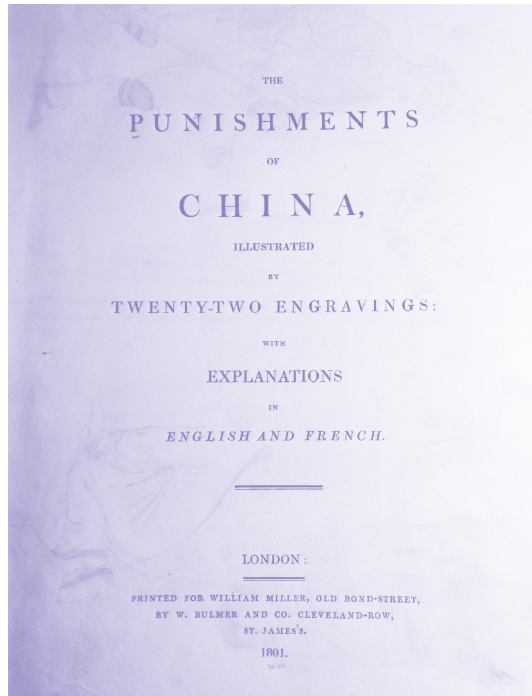


# Let me entertain you

1800 A.D.

The innovations of the present Industrial Revolution offer more possibilities for printing and selling books. They develop from art and luxury products to sources of education for a bigger target group.

The focus develops from representation through illustration to spreading text for educational and entertaining purposes. At the end of the century, the first upcoming of the contemporary Art Nouveau style takes place.



13

**13** Title with imprint; *The punishments of China, illustrated by twenty-two engravings, with explanations in English and French, London, Printed for William Miller, Old Bond Street, by W. Bulmer and Co., Cleveland-Row, St. James's; 1801*

14



**14** Signet of the encyclopedia publisher *Larousse*, Eugène Grasset, **1890**

# All eyes on information

1900 A.D.

The colophon wanders from the title pages back to the end of the book. The main information is about type and printers names and locations.

The informational part gets far more important as the historical back dating or representation. Books are for everyone, and so are the information about “the type in which this book is set”.

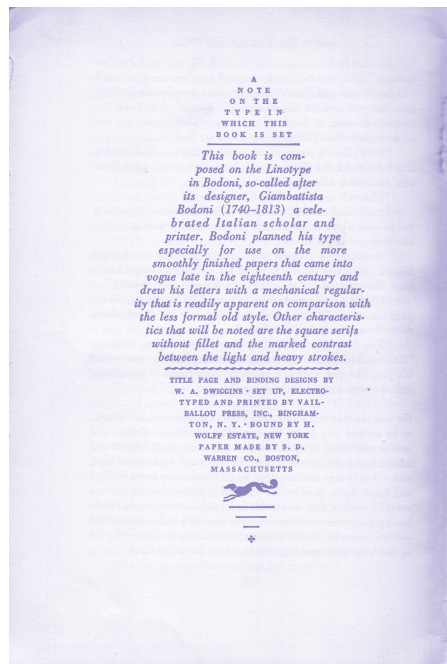


15

17  
DER MALIK-VERLAG



162



16

HBKsaar TypoReader

15 Title page *Flächen Schmuck* by Koloman Moser, colour lithography on paper, 1901

16 Colophon and signet, *The Wild Orchid*, Sigrid Undset, New York, Alfred A. Knopf, 1931

17 Signet of the *Malik* publishing house, initials forming a pictogram 1916-1947

HBKsaar TypoReader

163

# The future is still unwritten

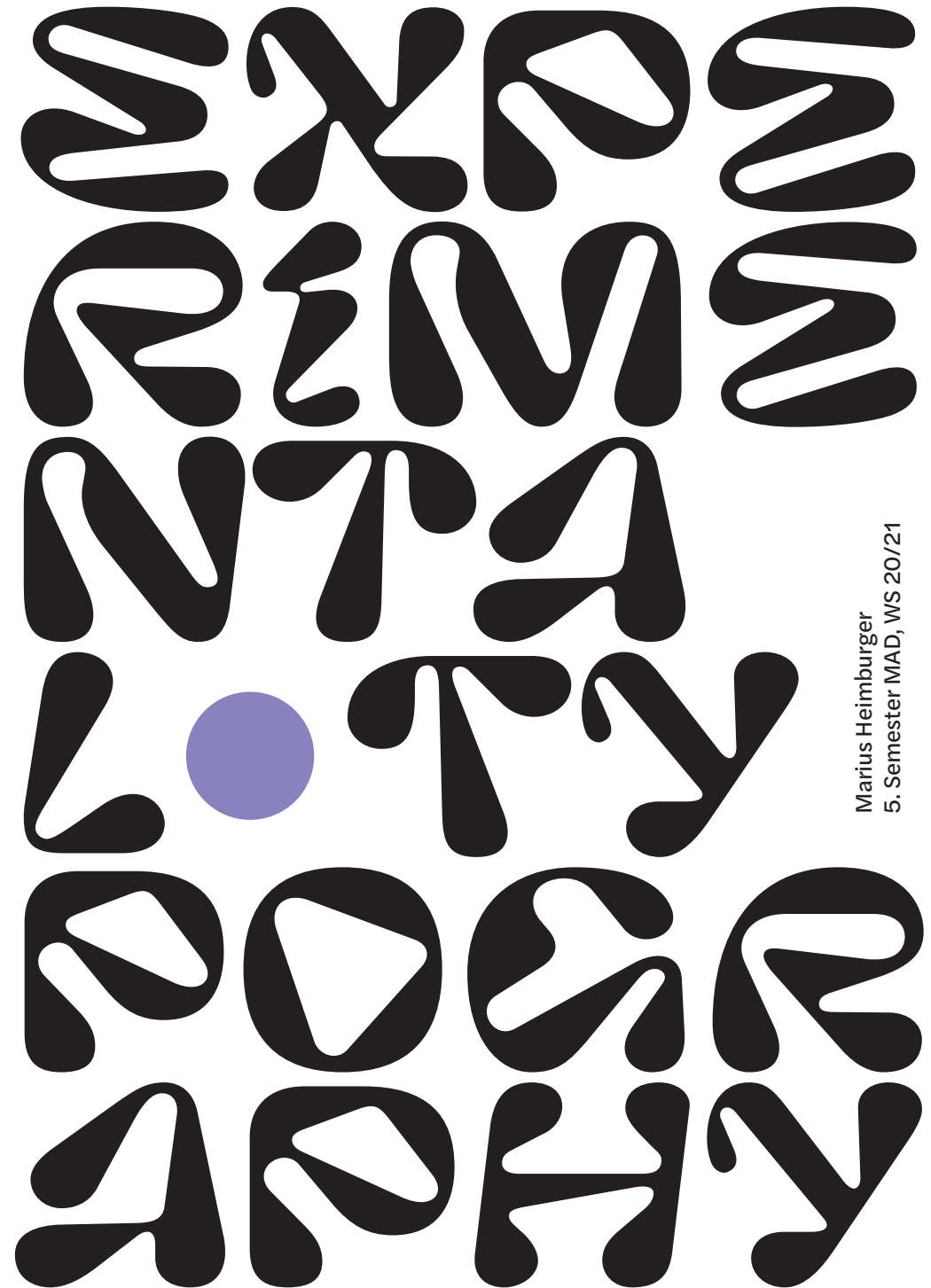
2000 A.D.–today

Nowadays the type of book varies and so does the colophon. Through the implementation of the imprint and its legal role, the main information about dating and responsible people belong there.

The colophon contains today the information concerning realisation technique, printing and design. They can be found in bibliophile publications and are displayed in various designs.

*Have a look at the colophon of this publication. You will see a brand new reference for contemporary colophon design there.*

*Always remember: the future is still unwritten!*



# Definition of Experimental Typography

The concept of the experimental in typography is initially a vague one. It will be concretised in the course of the introduction. The chapter focuses on digital fonts and their beginnings. At first glance, fonts that stand out in their final form, appear different and unconventional, are given the designation 'experimental'. However, this is not exclusively the case. Experimental Typography is an attitude, a conceptual approach, or a set of ground breaking techniques used to challenge the status quo of any given time.

In a present-day use of the word, experimental typography usually means using electronic and digital techniques to present typographical media (lettering, editorial, typographical or others uses) in a challenging way.

The essence of experimentation is to go against the prevailing patterns instead of being guided by conventions. This is in direct contrast to the

scientific use of the word, where an experiment is meant to help accumulate knowledge. In design, where results are measured subjectively, there is a tendency to go against the generally accepted knowledge base. In science, a single person can conduct valuable experiments, but a design experiment rooted in anti-conventionalism can only exist against the background of other conventional solutions.

Der Begriff des Experimentellen in der Typografie ist zunächst ein vager Begriff. Im Verlauf der Einleitung soll das Thema konkretisiert werden. Im Mittelpunkt des Kapitels stehen die digitalen Schriften und ihre Anfänge. Schriften, die in ihrer endgültigen Form auffallen, anders und unkonventionell wirken, erhalten auf den ersten Blick die Bezeichnung „experimentell“. Dies ist jedoch nicht ausschließlich der Fall.

Experimentelle Typografie ist eine Haltung, ein konzeptioneller Ansatz oder eine Reihe von innovativen Techniken, die verwendet werden, um den Status quo einer bestimmten Zeit herauszufordern.

Im heutigen Gebrauch des Wortes bedeutet experimentelle Typografie in der Regel die Verwendung elektronischer und digitaler Techniken, um typografische Medien (Schriftzüge, redaktionelle, typografische oder andere Anwendungen) auf eine herausfordernde Weise zu präsentieren.

Die Essenz des Experimentierens besteht darin, gegen die vorherrschenden Muster zu verstoßen, anstatt sich von Konventionen leiten zu lassen. Dies steht in direktem Gegensatz zur wissenschaftlichen Verwendung des Wortes, bei der ein Experiment dazu beitragen soll, Wissen anzusammeln. Im Design, wo die Ergebnisse subjektiv gemessen werden, besteht die Tendenz, gegen die allgemein anerkannte Wissensbasis zu verstoßen. In der Wissenschaft kann eine einzelne Person wertvolle Experimente durchführen, aber ein im Anti-Konventionalismus verwurzelt Designexperiment kann nur vor dem Hintergrund anderer konventioneller Lösungen existieren.

# Historical Background

## Pioneers of first digital fonts

Frutiger Univers was originally developed for phototypesetting. The typeface had to be extremely clear in order to avoid blurring and the resulting illegibility. When the first Apple Macintosh came onto the market, the product used the clear Frutiger Univers for its keyboard and screen.

The first real digital font came from Rudolf Hell's company. For his Digiset machine, digital fonts had to be designed using light points on a grid which nevertheless looked good. The result was Digi Grotesque.

In today's age of retina displays, however, the value of such designs is questioned. Indeed, one could conclude that the era of digital writing experiments, which began with the introduction of phototypesetting in the 1950s and continued into the early 2000s, is coming to an end. Nowadays, almost any font can function as a 'digital font'. So a new era of experimentation can begin.

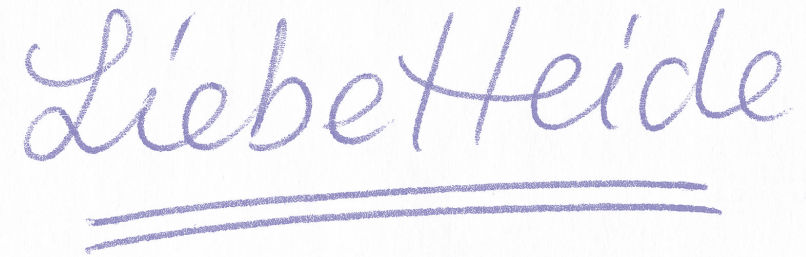
## Pioniere der ersten digitalen Schriften

Die Frutiger Univers wurde ursprünglich für den Fotosatz entwickelt. Das Schriftbild musste extrem klar sein, um Unschärfen und die daraus resultierende Unlesbarkeit zu vermeiden. Als der erste Apple Macintosh auf den Markt kam, verwendete das Produkt die klare Frutiger Univers für seine Tastatur und den Bildschirm. Die erste echte Digitalschrift kam aus der Firma von Rudolf Hell. Für seine Digiset-Maschine mussten digitale Schriften mit Lichtpunkten auf einem Raster gestaltet werden, die trotzdem gut aussahen. Das Ergebnis war die Digi Grotesque.

Im heutigen Zeitalter der Retina-Displays wird der Wert solcher Designs jedoch in Frage gestellt. In der Tat könnte man zu dem Schluss kommen, dass die Ära der digitalen Schriftexperimente, die mit der Einführung des Fotosatzes in den 1950er Jahren begann und bis in die frühen 2000er Jahre andauerte, ihrem Ende entgegen geht. Heutzutage kann fast jede Schriftart als "digitale Schrift" fungieren. So kann eine neue Ära des Experimentierens beginnen.

# Generative Typefaces

*LiebeHeide*  
by Liebefonts



‘The idea is fairly simple: in the old days, designers had a set of punches and chisels, now they have a mouse and a keyboard. So instead of being carved into metal, the typeface is now being generated by a set of rules or algorithms which can output a variety of forms. And when you factor in that those algorithms can now tap into the network through Application Programming Interfaces, the possibilities seem endless. And what amazing possibilities they must be. It used to be all about geometrical rules, now typefaces can be tied to environmental, social and individual activities feeding from networked information.’

— Sorin Pintilie, 2014

A first example is the font LiebeHeide by Ulrike Rausch. With the help of algorithms, different spellings of a letter can be incorporated and thereby enable a natural representation like that of handwriting. One focus is on the implementation of the font in the individual design programmes. The increasing combination possibilities that come with a generative font require a precise implementation to ensure successful use.

„Die Idee ist simpel: Früher hatten die Designer einen Satz Stanzen und Meißel, heute haben sie eine Maus und eine Tastatur. Statt in Metall gehauen zu werden, wird das Schriftbild nun durch ein Regelwerk oder Algorithmen generiert, die eine Vielzahl von Formen ausgeben können. Und wenn man bedenkt, dass diese Algorithmen jetzt über Application Programming Interfaces auf das Netzwerk zugreifen können, scheinen die Möglichkeiten endlos. Und was für erstaunliche Möglichkeiten das sein müssen. Früher drehte sich alles um geometrische Regeln, jetzt können Schriften mit ökologischen, sozialen und individuellen Aktivitäten verknüpft werden, die sich aus vernetzten Informationen speisen.“

— Sorin Pintilie, 2014

Ein erstes Beispiel bietet die Schrift LiebeHeide von Ulrike Rausch. Mit Hilfe von Algorithmen können verschiedene Schreibweisen eines Buchstaben eingepflegt werden und ermöglichen so eine natürliche Darstellung wie die einer Handschrift. Ein Augenmerk liegt dabei auf der Implementierung der Schrift in die einzelnen Gestaltungsprogramme. Die steigenden Kombinationsmöglichkeiten die mit einer generativen Schrift kommen erfordern eine genaue Umsetzung um einen gelingenden Gebrauch zu gewährleisten.

*Absolution*  
by Niklas Ekholm

Typoread  
Typoreade  
Typoreader

The font Absolution by Niklas Ekholm is generated from five other fonts. Like LiebeHeide, the typeface makes use of variables structured by algorithms. The selection of the individual letter designs is generic. Words that occur several times remain the same because of the algorithm. A typeface that changes its appearance after each letter, just as the meaning of a word can change with each additional letter. A correlation between content and form.

Die Schrift Absolution von Niklas Ekholm wird aus fünf anderen Schriften generiert. Wie LiebeHeide nutzt die Schrift Variablen, die durch Algorithmen strukturiert werden. Die Auswahl der einzelnen Buchstabendesigns ist generisch. Wörter, die mehrfach vorkommen, bleiben aufgrund des Algorithmus gleich. Ein Schriftbild, das nach jedem Buchstaben sein Aussehen verändert, so wie sich auch die Bedeutung eines Wortes mit jedem weiteren Buchstaben verändern kann. Eine Korrelation zwischen Inhalt und Form.

*Phase*  
by Elias Hanzer

Phase by Elias Hanzer is a generative type concept. It is systematically designed with modular components, which form the base for an infinite number of shapes. The third example of generic fonts reacts to the current background noise and changes the typeface accordingly. The font uses the real-time responsiveness of generic fonts to bring the typeface to life.

Phase von Elias Hanzer ist ein generatives Schriftkonzept. Es ist systematisch mit modularen Komponenten aufgebaut, die die Basis für eine unendliche Anzahl von Formen bilden. Das dritte Beispiel generischer Schriften reagiert auf die aktuelle Geräuschkulisse und verändert dahingehend das Schriftbild. Die Schrift nutzt die Echtzeit-Reaktionsfähigkeit generischer Schriften zur Ausgestaltung und erweckt so die Schrift zum Leben.

Typoreader  
Typoreader  
Typoreader

# Size and Readability

*Minuscule*  
by Thomas Huot-Marchand

The quick brown fox jumps over the lazy dog  
The quick brown fox jumps over the lazy dog  
The quick brown fox jumps over the lazy dog  
The quick brown fox jumps over the lazy dog  
The quick brown fox jumps over the lazy dog

Minuscule is a typeface designed for very small sizes. Its creation was inspired by the theories of ophthalmologist Emile Javal and his 'theory of compact prints' (Physiologie de la lecture et de l'écriture [Physiology of reading and writing], Paris, Alcan, 1905). The font comes in five versions, all optimised for 6, 5, 4, 3 and 2 points. The design evolves progressively as the size decreases: the spacing and the x-height increase, the contrast decreases, ink traps appear

and the design is simplified. The Minuscule 2 is the strangest: "at this size, said Javal, we pay more particular attention to the difference between the letters". As a consequence, the particularities of each sign are exaggerated, and the secondary details eliminated. The contrast of the italics is not found in the spacing, almost identical to the roman, but by a more rhythmic design, progressively more lively and broken.

„Minuscule“ ist eine Schrift, die für sehr kleine Schriftgrößen entwickelt wurde. Sie wurde inspiriert von den Theorien des Augenarztes Emile Javal und seiner „Theorie der kompakten Drucke“ (Physiologie de la lecture et de l'écriture [Physiologie des Lesens und Schreibens], Paris, Alcan, 1905). Die Schrift ist in fünf Versionen erhältlich, die alle für 6, 5, 4, 3 und 2 Punkt optimiert sind. Das Design entwickelt sich progressiv mit abnehmender Größe: Der Abstand und die x-Höhe nehmen zu, der Kontrast nimmt ab, Inktraps erscheinen und das Design wird vereinfacht.

Die Minuscule 2 ist die seltsamste: „Bei dieser Größe“, so Javal, „achten wir besonders auf den Unterschied zwischen den Buchstaben“. Infolgedessen werden die Besonderheiten der einzelnen Zeichen übertrieben und die sekundären Details eliminiert. Der Kontrast der Kursiven liegt nicht im Abstand, der fast identisch mit dem der Romanen ist, sondern in einer rhythmischeren Gestaltung, die immer lebendiger und gebrochener wird.

The quick brown fox  
The quick brown fox  
The quick brown fox  
The quick brown fox  
The quick brown fox



# Spoken and Written

*Sintétik*  
by Pierre di Scullo

Normally there is a clear separation between written and spoken language. The author of the following script blurs this distinction. Similar to phonetic scripts, the focus is on pronunciation. He takes the spoken language as a starting point to fundamentally change the spelling and written word.

'Sintétik ruthlessly compresses the language. All homophonous syllables are spelt the same way. The reader must draw upon the sound of their voices and on their memories to recover the meaning through melody and context. The economic advantages of Sintétik are plain for all to see: a saving in space, time and money — and more room for adverts.'  
— Pierre di Scullo

Sintétik chooses the spoken word as its starting point. In order to respond to the similar-sounding syllables of individual words, the script replaces conventional letters and thereby comes close to a phonetic script. The typeface follows from this theory. The focus on the spoken word results in a simplification compared to conventional writing. The words become shorter and thus the same text can be set in less space. In the initial quotation, the author ironically alludes to the economy of saving time and space. The conceptual idea of the font shapes the appearance and in the process criticises the previous ways of writing.

pain	bin
pin	bin
peint	bin
sein	sin
saint	sin
thym	din
teint	din
tain	din
vert	ver

rat	ra
raz	ra
ras	ra
riz	ri
rit	ri
ris	ri
rot	ro
peaux	bo
pot	bo

vert	ver
verne	ver
vair	ver
vers	ver
père	ber
paire	ber
pair	ber
pers	ber
perd	ber

paire	boir
boire	boir
croit	kroi
croix	kroi
croît	kroi
quoi	koi
coit	koi
couac	koik
quoique	koik

Normalerweise herrscht eine klare Trennung zwischen geschriebener und gesprochener Sprache. Der Autor der folgenden Schrift lässt diese Trennung verschwimmen. Ähnlich wie bei phonetischen Schriften liegt der Fokus auf der Aussprache. Er nimmt die gesprochene Sprache als Ausgangslage um die Schreibweise und Schrift grundlegend zu verändern. „Sintétik komprimiert rücksichtslos die Sprache. Alle homophonen Silben werden auf die gleiche Weise buchstabiert. Der Leser muss sich auf den Klang seiner Stimme und auf sein Gedächtnis stützen, um die Bedeutung durch Melodie und Kontext wiederzufinden. Die wirtschaftlichen Vorteile der Sintétik liegen auf der Hand: Platz-, Zeit- und Geldersparnis - und mehr Platz für Werbung.“  
— Pierre di Scullo

Sintétik wählt als Ausgangspunkt das Gesprochene. Um auf die ähnlich klingenden Silben einzelner Worte einzugehen ersetzt die Schrift herkömmliche Buchstaben und kommt damit einer Lautschrift nahe. Aus dieser Theorie folgt das Schriftbild. Der Fokus auf das gesprochene Wort hat eine Vereinfachung im Vergleich zur herkömmlichen Schreibweise zur Folge. Die Wörter werden kürzer und damit kann der gleiche Text auf weniger Platz gesetzt werden. Der Autor spielt im anfänglichen Zitat ironisch auf die Wirtschaftlichkeit durch Einsparung von Platz und Zeit an. Nicht das Schriftbild sondern der konzeptuelle Gedanke der Schrift prägt das Aussehen der Schrift und übt dabei Kritik an den bisherigen Schreibweisen.

The exemplary table shows samples in the typographer's native language; French.

Image source: <http://www.quiriesite.com/medias/SINT1.GIF>

# Social Awareness

## DOBROSHRIFT by Art. Lebedev Studio

Experimental typography is not only for artistic entertainment.

A group of social activists from Russia presented Dobroshrift. This is a Cyrillic typeface drawn by children with cerebral palsy, and every letter has behind it a story of a precise child coming through this disorder.

The role of the typographer is unconventional. He acts only as a collector and unites the different handwritings of the children in type. This is also a way of experimentally developing a new typeface and drawing attention to important themes.

Experimentelle Typografie ist nicht nur zur künstlerischen Unterhaltung da. Eine Gruppe sozialer Aktivisten aus Russland präsentierte Dobroshrift. Dabei handelt es sich um eine kyrillische Schrift, die von Kindern mit Zerebralparese gezeichnet wurde, und hinter jedem Buchstaben steht die Geschichte eines konkreten Kindes, das diese Beeinträchtigung durchlebt hat. Die Rolle des Typografen ist unkonventionell. Er fungiert nur als Sammler und vereint die verschiedenen Handschriften der Kinder in der Schrift. Dies ist auch eine Möglichkeit, experimentell eine neue Schrift zu entwickeln und auf wichtige Themen aufmerksam zu machen.

THE QUICK BROWN  
FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOG

# Open Source Fonts

'Open source fonts are love letters to the design community' is a saying of the designers involved in projects like this. The idea behind open-source fonts in particular is the approach of free-form design and modifiability. This is the factor that makes it interesting for this chapter. Three aspects are at stake. Open-source fonts give learners the opportunity to inspect high-quality fonts and learn how they were made. Also to find out for themselves how successful typography works. The fonts can be used freely across all media and, because they have a solid basis, they allow concepts to be worked out more quickly. The purpose of free fonts is not to replace typographers who charge money for their fonts. The opposite is the case, it is to support each other. On the one hand, those who make a typeface freely available do something for the community of type designers and, on the other hand, can draw attention to their other commercial work. Neither should replace the other.

Open source typefaces have the chance to contribute to the general level of the community, especially in the initial learning phases of type designers. Be it through the appearance of high quality typefaces in projects or through steeper learning curves. Open source is here to stay.

„Open-Source-Schriften sind Liebesbriefe an die Design-Community“, so ein Sprichwort der Font-Gemeinde. Die Idee hinter freizugänglichen Schriften ist besonders der Ansatz des Freiverfügens und der Modifizierbarkeit. Open-Source Schriften geben Lernenden die Möglichkeit hochwertige Schriften zu inspizieren und zu lernen wie sie gemacht wurden. Auch um selbst herauszufinden wie gelungene Typographie funktioniert. Die Schriften sind über alle Medien hinweg frei einsetzbar und ermöglichen durch eine solide Basis ein schnelleres Erarbeiten von Konzepten. Dabei ist der Sinn von freizugänglichen Schriften nicht die Typograf\*innen abzulösen, die Geld für ihre Schriften verlangen. Im Gegenteil, es soll sich gegenseitig unterstützen. Wer eine Schrift zur freien Verfügung stellt tut einerseits etwas für die Gemeinschaft der Schriftgestalter\*innen und kann darüber hinaus auf dessen anderen kommerziellen Arbeiten aufmerksam machen. Keines der beiden soll das andere ersetzen.

Open-Source-Schriften haben besonders in den anfänglichen Lernphasen von Schriftgestaltern die Chance etwas zum generellen Niveau der Gemeinschaft beizutragen. Sei es durch das erscheinen qualitativ hochwertiger Schriften in Projekten oder durch steilere Lernkurven. Open-Source ist hier um zu bleiben.

# Showcased Fonts



LiebeHeide by Ulrike Rausch



Phase by Elias Hanzer



Absolution by Niklas Ekholm



Minuscule by Thomas Huot-Marchand



DOBROSHRIFT by Art. Lebedev Studio



Sintétik by Pierre di Scullo

TYPOREADER

PUNCCYMON

TYPOREADER

NONPUNCCYMON

*JULIET o Romeo Romeo wherefore art thou  
 Romeo deny thy father and refuse thy  
 name or if thou wilt not be but sworn  
 my love and I ll no longer be a Capulet  
 ROMEO aside shall I hear more or shall  
 I speak at this  
 JULIET tis but thy name that is my enemy  
 thou art thyself though not a Montague  
 what s Montague it is nor hand nor foot  
 nor arm nor face nor any other part  
 belonging to a man o be some other name  
 what s in a name that which we call a  
 rose by any other name would smell as  
 sweet so Romeo would were he not Romeo  
 call d retain that dear perfection which  
 he owes without that title Romeo doff  
 thy name and for that name which is no  
 part of thee take all myself*

## INTRODUCTION

Punctuation. The base of structuring and giving meaning in a text. It is essential to communicating your thoughts so that the reader can't misinterpret them. You wouldn't want a tragic ending like Romeo and Juliet's happening because of a communication problem. And just like you chose your words wisely so that your vis-à-vis gets you, you have to be careful when choosing a punctuation mark. Luckily there are some rules to guide you when it comes to that.

## EINLEITUNG

Satzzeichensetzung. Die Basis der Strukturierung und Sinngebung eines Textes. Sie ist essentiell um die eigenen Gedanken zu Kommunizieren, sodass der Leser sie nicht missinterpretieren kann. Wir würden kein tragisches Ende, wie das von Romeo und Julia, haben wollen, wegen eines Kommunikationsproblems. So wie wir unsere Worte weise wählen, damit unser Gegenüber uns versteht, müssen wir vorsichtig bei der Wahl eines Satzzeichens sein. Glücklicherweise gibt es ein paar Regeln, die uns bei dieser Aufgabe helfen können.

## PUNCTUATION MARKS

### FULL-STOP

#### When to use it?

A full-stop is not only to be placed at the end of a sentence, but also at the end of an abbreviation and after reference numbers.

### ELLIPSIS

#### When to use them?

Ellipses are used in case of an omission of words or sentences. They can be put between square brackets, for example in case of an omission in a quote.

### COLON

#### When to use it?

A Colon stands before quotes and direct speech, before announced enumerations, before indications (e.g. family status: married) and before conclusions of what has been said.

## SATZZEICHEN

### PUNKT

#### Wann wird er benutzt?

Ein Punkt wird nicht nur ans Ende eines Satzes gesetzt, sondern auch am Ende einer Abkürzung und nach einer Ordnungszahl.

### AUSLASSUNGS- PUNKTE

#### Wann werden sie benutzt?

Auslassungspunkte werden bei einer Ellipse (Auslassung von Wörtern/Sätzen) verwendet. Sie können zwischen eckigen Klammern stehen, z.B. bei Auslassungen innerhalb eines Zitates.

### KOLON

#### Wann wird es benutzt?

Das Kolon (auch Doppel-punkt) steht vor Zitaten und direkter Rede, vor einer angekündigten Aufzählung, vor einer Angabe (z.B. Familienstand: verheiratet) und vor einem Fazit zu dem, was zuvor gesagt wurde.

## SEMICOLON

#### When to use it?

A semicolon can be put between coequal sentences/groups of words, and can be used to single out groups belonging together in an enumeration.

## COMMA

#### When to use it?

A comma is used in enumerations and before additions.

## SEMIKOLON

#### Wann wird es benutzt?

Das Semikolon (auch Strichpunkt) kann zwischen gleichwertigen Sätzen/Wortgruppen stehen. Es wird auch innerhalb von Aufzählungen verwendet um einzelne Gruppen besser voneinander zu trennen.

## KOMMA

#### Wann wird es benutzt?

Ein Komma wird bei einer Aufzählung verwendet, aber auch vor Zusätzen bzw. zwischen Haupt- und Nebensätzen.

## SLASH

### When to use it?

A slash is used to sum up words or numbers (e.g. men and/or women; 1976/77).

It is also used to replace the word 'per'.

In **French** slashes are used to separate day, month and year in a date (e.g. 11/12/2004).

## APOSTROPHE

### When to use it?

The apostrophe is used in case of omissions (e.g. *'I'll do this later'; der Ohm'sche Widerstand*) and when using the Saxon genitive (e.g. *Andrea's Blumenecke; my mother's phone*).

## SCHRÄGSTRICH

### Wann wird er benutzt?

Der Schrägstrich wird verwendet um Wörter oder Zahlen zusammenzufassen (z.B. Männer und/oder Frauen; 1976/77). Er wird auch benutzt um das Wort „pro“ zu ersetzen.

Im **Französischen** werden Schrägstriche verwendet um bei einem Datum den Tag, den Monat und das Jahr zu trennen (z.B.: 11/12/2004).

## APOSTROPH

### Wann wird es benutzt?

Ein Apostroph wird im Falle einer Auslassung benutzt (z.B. *„hab 'nen schönen Tag“; der Ohm'sche Widerstand*) und beim Sächsischen Genitiv (z.B. *Andrea's Blumenecke; my mother's phone*).

## BRACKETS

### PARENTHESES

#### When to use them?

Parentheses are used to separate additions from the rest of the text. They could be most likely be replaced by em dashes or commas, but usually the text between parentheses is less important than a text that you'd put between commas.

Parentheses are also used to distinguish alternatives (e.g. *in German: Lehrer(innen)*).

### SQUARE BRACKETS

#### When to use them?

Square Brackets are used if you want to separate additions from the rest of the text inside parenthesis, but also in case of complements in a quote, and in case of leaving out parts of a text. In Chinese, there are additional square brackets. **[ ]** and **[ ]** coexist.

### ACCOLADES

#### When to use them?

Accolades are used to assemble lines (e.g. *lines of numbers, text or code*).

## KLAMMERN

### PARENTHESEN

#### Wann werden sie benutzt?

Parenthesen werden benutzt um Zusätze vom Rest des Textes abzugrenzen. Sie können am ehesten durch eckige Klammern oder Kommata ersetzt werden, wobei der Text zwischen Parenthesen meist unbedeutender ist, als der zwischen Klammern.

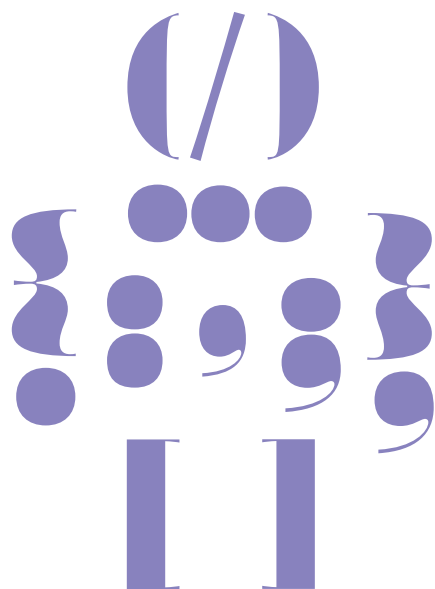
Parenthesen werden auch benutzt um Alternativen zu kennzeichnen (z.B. *Lehrer(innen)*).

### ECKIGE KLAMMERN

#### Wann werden sie benutzt?

Eckige Klammern werden benutzt um Zusätze vom Rest des Textes innerhalb von Parenthesen abzugrenzen, aber auch im Fall von Zusätzen in einem Zitat, und im Fall von Auslassungen innerhalb eines Textes.

Im Chinesischen gibt es zusätzliche eckige Klammern. **[ ]** und **[ ]** koexistieren.



## AKKOLADEN

### Wann werden sie benutzt?

Akkoladen werden verwendet um Zeilen zusammenzufassen (z.B. Nummer-, Text oder Codezeilen).

## DASHES

### HYPHEN

#### When to use it?

The hyphen is used to separate words.

### EN DASH

#### When to use it?

The en dash is used in case of a range of values. In German and often in British it is used to separate additions from the rest of a train of thoughts.

### EM DASH

#### When to use it?

The em dash is used in case of a change of speaker. In English, French and Spanish they are used to separate additions from the rest of a train of thoughts.

#### Exceptions

In Spanish, there is no space between the em dashes and the text in between them.  
 e.g.: *En una frase —un inciso con rayas— se escribe así.*  
 or *—¿Qué tal?*  
*—Bien, ¿y tú?*

## GEVIERTSTRI- CHE

### VIERTELGEVIERT- STRICH

#### Wann wird er benutzt?

Der Viertelgeviertstrich (auch Divis) wird verwendet um Wörter zu trennen.

### HALBGEVIERT- STRICH

#### Wann wird er benutzt?

Der Halbgeviertstrich (auch Gedankenstrich) wird im Deutschen und oft im Britischen dazu verwendet, einen Einschub innerhalb eines Gedankengangs einzufügen. Allgemein wird er bei der Notation von Intervallen verwendet (im Deutschen ersetzbar durch „bis“).

### GEVIERTSTRICH

#### Wann wird er benutzt?

Der Geviertstrich wird verwendet, wenn der Sprecher in einer Konversation wechselt. Im Englischen, Französischen und Spanischen wird er als Gedankenstrich verwendet.

In American English, there is no space at all between the text and the em dashes.

## German

Gar häufig will man auf demselben Platze Anfechtungen von Gespenstern verspürt haben, wo sich bald eine wunderschöne Dame, bald mehrere ansehnliche Kavaliers sehen lassen und die Vorübergehenden in einen dem Auge vorgestellten erdichteten Garten und Palast führen.« – »Seid Ihr jemals droben gewesen?«, fragte hier Florio rasch, aus feinen Gedanken erwachend. – »Erst vorgestern abends«, entgegnete Fortunato. – »Und habt Ihr nichts Erschreckliches gesehen?« – »Nichts«, sagte der Sänger,

*Das Marmorbild*, Joseph von Eichendorff, 1819.

### Ausnahmen

Im Spanischen wird kein Leerzeichen zwischen den Geviertstrichen und dem Text dazwischen gesetzt.

z.B.: *En una frase —un inciso con rayas— se escribe así.*  
oder —¿Qué tal?  
—Bien, ¿y tú?

Im Amerikanischen wird kein Leerzeichen vor und nach einem Geviertstrich gesetzt.

and went on: ‘– that begins with an M, such as mouse-traps, and the moon, and memory, and muchness – you know you say things are “much of a muchness” – did you ever see such a thing as a drawing of a muchness?’

*Alice's Adventures in Wonderland*, Lewis Carroll, 1865.

**British**

and then to small group gatherings in different cities. Before each occasion, I read more studies and spoke with more researchers and found more evidence that it takes time—and often forgoing a head start—to develop personal and professional range, but it is worth it.

*Range*, David Epstein, 2019.

**American**

la connaissance. Il me semble en un mot que la présence d'autrui — et son introduction inaperçue dans toutes les théories — est une cause grave de confusion et d'obscurité dans la relation du connaissant et du connu. Non pas

*Vendredi ou Les limbes du Pacifique*, Michel Tournier, 1972.

— Je t'en prie, reprit-il en suppliant sa compagne, va le décrocher.  
— Non, non.  
— Nous le tournerons contre le mur, nous n'aurons plus peur.  
— Non, je ne puis pas.

*Thérèse Raquin*, Émile Zola, 1867.

**French**



## QUOTATION MARKS

### When to use them?

Quotation marks are used when you quote a text or a speech, but also in case of direct speech and when you want to accentuate a word, a sentence, a title etc.

Full stops go outside the quote, but exclamation points or question marks that are part of the quoted material go inside.

The quotation marks are changing from language to language. Even the ones in English are used differently in British than in American.

I picked the most spoken languages at the HBKsaar to show you some differences.

– German: „ “ and » «

– English: British ‘ ’  
American “ ”

– Spanish: traditional « »  
but also “ ”

– Chinese: 『 』 and 「 」

– French: « »

## ANFÜHRUNGS-/ ABFÜHRUNGS- ZEICHEN

### Wann werden sie benutzt?

An- und Abführungszeichen werden zum Zitieren benutzt, aber auch bei geschriebener direkter Rede und zum Hervorheben eines Wortes, eines Satz, eines Titels usw.

Punkte stehen nach dem Abführungszeichen, während Ausrufe- und Fragezeichen, die Teil des Zitats sind, kommen vor das Abführungszeichen.

An- und Abführungszeichen ändern sich von Sprache zu Sprache. Selbst im Englischen werden diese im Britischen anders verwendet als im Amerikanischen. Ich habe mir die meist-gesprochenen Sprachen an der HBKsaar herausgesucht um ein paar Unterschiede darzustellen.

– Deutsch: „ “ und » «

– Englisch: Britisch ‘ ’  
Amerikanisch “ ”

– Spanisch: traditionell « »,  
aber auch “ ”

– Chinesisch: 『 』 und 「 」

– Französisch: « »

### Exceptions

In French, you put a white space character before and after the text inside the quotation marks.

For example: « Ça va. »

## German

„Unsere gebaute Welt wird immer mehr vermittelt und gemessen durch Geräte und Algorithmen und lässt diese eindringen in die menschlichen Verhaltensweisen, in sinnliche Erfahrungen und neuronale Mechanismen. Aber informationelle Hegemonie ist nicht unser Shangri-La“, heißt es in einem Manifest von So-Il. „Architekten sollten nicht das Nahtlose und Integrierte bedienen, sondern diese neuen Objekte nehmen, um Entropien zu produzieren, unerforschte Räume, Orte für Wunder und Überraschungen.“ Wenn das Digitale die neuen Ordnungssysteme produziere, könne sich die physische Welt besser querstellen als zuvor.

*Die Erben*, Quarterly, Frankfurter Allgemeine, Februar 2019.

### Ausnahmen

Im **Französischen** wird ein Leerzeichen nach dem Anführungszeichen und eins vor dem Abführungszeichen gesetzt.

Beispiel: « Ça va. »

and went on: ‘– that begins with an M, such as mouse-traps, and the moon, and memory, and muchness – you know you say things are “much of a muchness” – did you ever see such a thing as a drawing of a muchness?’

*Alice's Adventures in Wonderland*, Lewis Carroll, 1865.

## British

“It is an experiment, as all life is an experiment.”

*Range*, David Epstein, 2019.

## American

## Spanish

Según el profesor Lazaridis (Secretario General de la Conferencia) “el aprendizaje adulto se ha convertido en un catalítico para sociedades en transición y por ello constituye una de las mayores tareas en la Europa de hoy”.

*Educación para toda la vida*, Francisco Martos, 1997.

« Vous ferez le portrait de ma femme ? me dit-il en se penchant sur mon dessin. Elle est jolie aussi. »

*La Vénus d'Ille*, Prosper Mérimée, 1837.

## French

## QUOTES INSIDE QUOTES

If text is quoted within a quotation (or highlighted with quotation marks), it is placed between different quotation marks so that the reader understands that the actual quote is not yet over.

Again, the marks vary from language to language:

- German: „...„...“...“  
and »...>...<...«
- English: British ‘...“...”...’  
American “...‘...’...”
- Spanish: «...“...‘...’...”...»
- Chinese: 「...『...』...」
- French: «...“...”...»

## ZITATE INNERHALB EINES ZITATS

Wird Text innerhalb eines Zitates zitiert (oder durch An-/Abführungszeichen hervorgehoben), so wird er zwischen andere An- und Abführungszeichen gesetzt, damit der Leser versteht, dass das eigentliche Zitat noch nicht zu Ende ist.

Auch hier variieren die Zeichen von Sprache zu Sprache:

- Deutsch: „...„...“...“  
und »...>...<...«
- Englisch: Britisch: ‘...“...”...’  
Amerikanisch:  
“...‘...’...”
- Spanisch: «...“...‘...’...”...»
- Chinesisch: 「...『...』...」
- Französisch: «...“...”...»

»So wie Florio in der sinnlichen Bedrängnis durch das fromme Lied gerettet wird, so kann auch ›Das Marmorbild‹ als Beispiel christlicher Kunst gelten, deren Legitimation in der Macht liegt, labilen Seelen auf den rechten Weg zu helfen. [...] Für Florio bedeutet dies die endgültige Initiation zu einem Poesieverständnis, das dem Fortunatos gleichrangig ist. Die Novelle ist demnach nicht nur als Parabel für die absorbierende Überwindung des Heidentums im christlichen Glauben zu dechiffrieren, sondern auch als poetologischer Text, indem sie die Läuterung des jungen Dichters vorexerziert, mithin eine Selbstheilung von den Leiden und Gefährdungen der Poesie. Wahres Dichtertum – so führt es Fortunato vor – weiß um die Notwendigkeit und verfügt über das Vermögen, Sinnlichkeit und Glauben in Einklang zu bringen.«

*So oft der Lenz erwacht*, Heide Hollmer/Albert Meier, 1997.

## German

## British

‘I need my bag to carry a lot of “stuff”,’ said Rafferty when we met at the fashion house’s show in Berlin.

*Smart Style*, Red Magazine, September 2019.

“It is an experiment, as all life is an experiment.”

*Range*, David Epstein, 2019.

## American

## French

« Malgré ce bel exemple, on parle beaucoup en ville de cette histoire de rats. Le journal s’en est mêlé. La chronique locale, qui d’habitude est très variée, est maintenant occupée tout entière par une campagne contre la municipalité : “Nos édiles se sont-ils avisés du danger que pouvaient présenter les cadavres putréfiés de ces rongeurs ?” Le directeur de l’hôtel ne peut plus parler d’autre chose. Mais c’est aussi qu’il est vexé. Découvrir des rats dans l’ascenseur d’un hôtel honorable lui paraît inconcevable. Pour le consoler, je lui ai dit :

*La Peste*, Albert Camus, 1947.

## EXCEPTIONS

When it comes to punctuation, the rules are pretty much the same in most languages. But there are some exceptions. The following exceptions revolve around the full-stop, the exclamation mark and the question mark. You can find more variations specific to the themes on the following pages.

- In French, you put a white-space character before the exclamation and question marks.  
Examples: *Ça va ?*  
*Ah !*
- In Spanish, there are additional exclamation and question marks. They look the same but are upside down and put at the beginning of the question/exclamation.  
Examples: *¿Qué tal?*  
*¡Ah!*
- Even though the punctuation marks look the same in most languages, there are some variances in some languages. For Example, the full stop in Chinese and Japanese look different. Instead of a dot, there’s a little circle.

## AUSNAHMEN

Wenn es zur Interpunktion kommt, sind die Regeln in den meisten Sprachen ziemlich gleich. Doch es gibt Ausnahmen. Die folgenden Ausnahmen drehen sich um den Punkt, das Ausrufezeichen und das Fragezeichen. Weitere Abweichungen sind auf den folgenden Seiten passend zu den Themen zu finden.

- In der französischen Sprache wird eine Leerzeichen vor ein Ausrufe- und Fragezeichen gesetzt.  
Beispiele: *Ça va ?*  
*Ah !*
- Im Spanischen gibt es zusätzliche Ausrufe- und Fragezeichen. Sie sehen gleich aus, sind aber kopfstehend und befinden sich am Anfang einer Frage/ eines Ausrufesatz.  
Beispiele: *¿Qué tal?*  
*¡Ah!*
- Auch wenn die Satzzeichen in fast jeder Sprache gleich aussehen, gibt es in manchen Abweichungen. Zum Beispiel, sieht der Punkt am Ende eines Satzes im Chinesischen und im Japanischen anders aus. Anstelle eines Punktes ist dort ein kleiner Kreis.

Full stop in Chinese/  
Japanese: 。



Punkt im Chinesischen/  
Japanischen: 。

## CONCLUSION

Punctuation is essential to the communication between the writer and the reader. The rules of punctuation are not to be seen as laws but as guidelines. When you know the rules, you also know how they can be used differently.

For example, in English, more and more em dashes are replaced by en dashes, because they can be very distracting from the text because of their length.

This is just a small possible modification. Some authors make more drastic changes that might confuse the reader at first. But as soon as they figure out the rule, the text gets clear to them.

One example of this is *The Road* by Cormac McCarthy. In this novel from 2006, all the punctuation, that is normally used to identify a dialogue, is missing. It is only possible to recognize which of the two main characters is speaking, because of the layout of the text: each time the speaker changes, a new line starts.

Another author redefining the use of punctuation is José Saramago. In his novel *The Year of the Death of Ricardo Reis* from 1984, he strings together

## FAZIT

Interpunktion ist essentiell zur Verständigung zwischen Verfasser und Leser. Die Regeln der Satzzeichensetzung sind aber nicht als Gesetz, sondern als Orientierungshilfen zu betrachten. Wenn man die Regeln kennt, weiß man auch, wie sie anders einsetzbar sind. Immer öfter werden zum Beispiel im Englischen ein Halbgeviertstrich anstelle eines Geviertstrichs verwendet, weil diese oft durch ihre Länge den Leser vom eigentlichen Text ablenken.

Das ist nur eine kleine mögliche Modifikation. Manche Autoren machen drastischere Veränderungen, die beim ersten Lesen vielleicht verwirrend sein können, doch sobald der Leser, die neue Regel herausgefunden hat, versteht er den Text von alleine.

Ein Beispiel dafür ist *The Road* von Cormac McCarthy. In diesem Roman von 2006 fehlen jegliche Satzzeichen, die zur Kennzeichnung eines Dialogs notwendig wären. Es ist nur möglich zu erkennen, welcher der beiden Hauptcharaktere gerade spricht, anhand der Anordnung des Textes: Wechselt der Sprecher, wird eine neue Zeile eröffnet.

run-on sentences, some as long as a page. Also there are no quotation marks and dashes just like in McCarthy's novel. The only way to identify direct speech for example is by the capital letters at the beginning of each spoken sentence.

There are many possibilities to play with the rules of punctuation. How the rule will be used, depends on what effect you want to achieve on the reader.

Ein anderer Autor, der die Verwendung von Interpunktion neu definiert, ist José Saramago. In seinem Werk *Das Todesjahr des Ricardo Reis* aus 1984 reiht er Folgesätze aneinander, einige so lang wie eine Seite. Außerdem verwendet er, wie in McCarthy's Roman, ebenfalls weder An- und Abführungszeichen noch Geviertstriche. Die einzige Möglichkeit um zum Beispiel direkte Rede zu erkennen, ist mit Hilfe der Großbuchstaben, die am Anfang jedes gesprochenen Satzes stehen.

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten mit den Regeln der Interpunktion zu spielen. Wie die Regel eingesetzt wird, hängt davon ab welcher Effekt beim Leser erzielt werden soll.

In each of these excerpts there are two characters talking to each other.

That's not it, is it?

It's okay.

Tell me.

The boy looked away down the road.

I want you to tell me. It's okay.

He shook his head.

Look at me, the man said.

*The Road*, Cormac McCarthy, 2006.

do meu advogado, Tem advogado, Não tenho, mas posso contratar os serviços de um, Os advogados não entram nesta casa, além disso o senhor doutor não foi acusado de qualquer crime, isto é apenas uma conversa, Será uma conversa, mas não fui eu quem a escolheu, e, pelo teor das perguntas que me estão a ser feitas, tem muito mais de devassa que de conversa, Volte-

*O ano da morte de Ricardo Reis*, José Saramago, 1984.

In jedem dieser Textauszüge sprechen zwei Charaktere miteinander.

**SHORTCUTS**

	English keyboard		Deutsche Tastatur	
	Windows	Mac	Windows	Mac
‘	alt + 0145	alt + ]	alt + 0145	alt + #
’	alt + 0146	alt + shift + ]	alt + 0146	alt + shift + S
‚	alt + 8218	alt + shift + 0	alt + 0130	alt + S
“	alt + 0147	alt + [	alt + 0147	alt + ^
”	alt + 0148	alt + shift + [	alt + 0148	alt + 2
„	alt + 8222	alt + w	alt + 0132	alt + ^
‹	alt + 8249	alt + shift + 3	alt + 0139	alt + shift + B
›	alt + 8250	alt + shift + 4	alt + 0155	alt + shift + N
«	alt + 0171	alt + \	alt + 0171	alt + Q
»	alt + 0187	alt + shift + \	alt + 0187	alt + shift + Q
(	shift + 9	shift + 9	shift + 8	shift + 8
)	shift + 0	shift + 0	shift + 9	shift + 9
[	[	[	alt gr + 8	alt + 5
]	]	]	alt gr + 9	alt + 6
{	shift + [	shift + [	alt gr + 7	alt + 8
}	shift + ]	shift + ]	alt gr + 0	alt + 9
-	-	-	-	-
—	alt + - / alt + 0150	alt + -	alt + -	alt + -
–	alt + 0151	alt + shift + -	alt + 0151	alt + shift + -
•	•	•	•	•
…	alt + 0133	alt + ;	alt + 0133 / alt gr + .	alt + .
⋮	shift + ;	shift + ;	shift + .	shift + .
⋮	;	;	shift + ,	shift + ,
‚	,	,	,	,
/	/	/	shift + 7	alt + 7
‘	‘	‘	shift + #	alt + shift + #

# Bibliographie

— A —

Akademik Wiki.  
<https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/784701>  
<https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/652449>  
<https://deacademic.com/dic.nsf/dewiki/419369>

Ashworth Creative. *A Brief History of Typography & Typefaces* [03.12.20] [www.ashworth-creative.com/blog/2014/07/brief-typography-typefaces/](http://www.ashworth-creative.com/blog/2014/07/brief-typography-typefaces/)

— B —

Babich, Nick. *Building Better UI Designs With Layout Grids*. Smashing Magazine. December 20, 2017.  
[www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/](http://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/)

Bear, Jacci Howard. *How to use Pull Quotes to Add Visual Flare Articles*. Lifewire. February 14, 2020.  
[www.lifewire.com/how-to-use-pull-quotes-1074473](http://www.lifewire.com/how-to-use-pull-quotes-1074473)

Beinert, Wolfgang. *Typolexikon*. [www.typolexikon.de/villardscher-teilungskanon/](http://www.typolexikon.de/villardscher-teilungskanon/)  
[www.typolexikon.de/schriftauszeichnung/](http://www.typolexikon.de/schriftauszeichnung/)  
[www.typolexikon.de/makrotypografie/](http://www.typolexikon.de/makrotypografie/)

*Bescherelle: l'orthographe pour tous*. Hatier, Paris 2006.

Bigman, Alex. *Digitale Schriften: Eine Kurze Geschichte*. [03.12.20] <https://99designs.de/blog/designgeschichte-stroemungen/geschichte-digitale-schriften/>

Bilak, Peter. *Experimental Typography. Whatever that means*. [4.12.20] [www.typotheque.com/articles/experimental\\_typography\\_whatever\\_that\\_means](http://www.typotheque.com/articles/experimental_typography_whatever_that_means)

Birdsall, Derek. *Notes on book design*. New Haven. London: Yale University Press, 2004.

Böhringer, Joachim; Schlaich, Patrick; Bühler, Peter; *Kompendium der Mediengestaltung*, Band 1, 3 and 4, Heidelberg, 6. Auflage 2014.

Brown, K M. *The Definitive Guide to Medium's Quotation Feature*. Medium. September 20, 2019. [www.medium.com/the-brave-writer/the-definitive-guide-to-mediums-quotation-feature-e9adc34ebd60](http://www.medium.com/the-brave-writer/the-definitive-guide-to-mediums-quotation-feature-e9adc34ebd60)

Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz. *Impressumspflicht* [www.bmjv.de/DE/Verbraucherportal/DigitalesTelekommunikation/Impressumspflicht/Impressumspflicht\\_node.html](http://www.bmjv.de/DE/Verbraucherportal/DigitalesTelekommunikation/Impressumspflicht/Impressumspflicht_node.html)

Byers, Josh. *How to Use Stylish and Semantically Correct Quote Elements on the Web*. Studiopress. March 10, 2012.  
[www.studiopress.com/how-to-use-block-quotes/](http://www.studiopress.com/how-to-use-block-quotes/)

— C —

Caulfield, Jack. *Citing sources with Chicago style footnotes*. Scribbr. September 18, 2019.  
[www.scribbr.com/chicago-style/footnotes/](http://www.scribbr.com/chicago-style/footnotes/)

— D —

Dictionary, 04.01.2021, 13:32 h, [www.dictionary.com/](http://www.dictionary.com/)

*Duden: Die deutsche Rechtschreibung*, Band 1, 24. Auflage. Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG. Mannheim, 2006.

— E —

Finley, Clint. Open Source Fonts are Love Letters to the Design Community [15.01.21] [www.wired.com/story/open-source-fonts-love-letters-design-community/](http://www.wired.com/story/open-source-fonts-love-letters-design-community/)

Forssman, Friedrich/De Jong, Ralf. *Detailtypografie: Nachschlagewerk für alle Fragen zu Schrift und Satz*. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2002.

— F —

Gaultier, Damien, Claire; *Gestaltung, Typografie etc. Ein Handbuch*; Zürich, 2009

Gerdes, Claudia. *Raster in Layouts: So funktionieren Gestaltungsraster*. Page. June 26, 2019.  
<https://page-online.de/kreation/raster-in-layouts-so-funktionieren-gestaltungsraster/#>

— G —

Heck, Sacha. *(Makro)-Typographie: Der goldene Schnitt, Neuner- und Zwölferteilung oder: der harmonische Satzspiegel*. February 26, 2009. [www.sachaheck.net/blog/typographie/typographie-goldene-schnitt-neunerteilung](http://www.sachaheck.net/blog/typographie/typographie-goldene-schnitt-neunerteilung)

Hochuli, Jost. *Detail in Typography*. London: Hyphen Press, 2008.

— H —

InDesign Skills. *Quick Tip: How to Use Baseline Grids in InDesign*. InDesign Skills. March 2, 2018.  
<https://indesignskills.com/tutorials/baseline-grid-indesign/>

— J —

Janaszek, Ralf. *Registerhaltigkeit*. typo-Info.de. Accessed on November 20, 2020.  
<https://typo-info.de/registerhaltigkeit/>

— K —

Keller, Jared. *A Brief History of the Postmodern Revolution in Typography* [04.12.20] [www.theatlantic.com/technology/archive/2010/12/a-brief-history-of-the-postmodern-revolution-in-typography/68558/](http://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/12/a-brief-history-of-the-postmodern-revolution-in-typography/68558/)

Kennedy, Amelia. *A Brief History Of The Footnote – From The Middle Ages To Today*. September 1, 2019.  
[www.quetext.com/blog/a-brief-history-of-the-footnote](http://www.quetext.com/blog/a-brief-history-of-the-footnote)

Korger, Hildegard; *Schrift und Schreiben*, Leipzig, 7. Auflage 1991

Korkor, Josef A. *Adobe Indesign Training: Das Gestaltungsraster anlegen - Ränder, Spalten und Registerhaltigkeit* [Video]. Youtube. April 4, 2017.  
<https://www.youtube.com/watch?v=SPT2p-A727Y>

Korthaus, Claudia. *Satzspiegel-Crashkurs: So gestalten Sie harmonische Layouts*. Online Printers. October 30, 2018.  
[www.onlineprinters.de/magazin/satzspiegel-kostenlose-vorlagen-zum-download/](http://www.onlineprinters.de/magazin/satzspiegel-kostenlose-vorlagen-zum-download/)

Korthaus, Claudia. *Grundkurs Typografie und Layout*. 6th ed. Bonn: Rheinwerk Verlag, 2020. [www.edv-buchversand.de/productinfo.php?replace=false&cnt=productinfo&mode=2&type=2&id=gp-2818&index=2&nr=0&preload=false&page=1&view=fit&Toolbar=1&pagemode=none](http://www.edv-buchversand.de/productinfo.php?replace=false&cnt=productinfo&mode=2&type=2&id=gp-2818&index=2&nr=0&preload=false&page=1&view=fit&Toolbar=1&pagemode=none)

Kupferschmid, Indra; *Buchstaben kommen selten allein*; Weimar, 3. Auflage 2002.

Kwakkel, Erik. *The Medieval origins of the modern footnote*. Khan Academy. Accessed on 10.12.2020. [www.khanacademy.org/humanities/medieval-world/medieval-book/using-medieval-book/a/the-medieval-origins-of-the-modern-footnote](http://www.khanacademy.org/humanities/medieval-world/medieval-book/using-medieval-book/a/the-medieval-origins-of-the-modern-footnote)

— M —

Merriam Webster. 04.01.2021 13:25 Uhr, [www.merriam-webster.com/dictionary/chapter](http://www.merriam-webster.com/dictionary/chapter)

Mayerle, Michel. *Grundlagen der Typografie basierend auf Schweizer Regeln*. Meikirch: ulrich-media GmbH, 2005.  
<https://docplayer.org/38133590-Grundlagen-der-typografie-basierend-auf-schweizer-regeln-michel-mayerle-ulrich-media-gmbh.html>

McDaniel, CJ. *Pull Quote – What it is & how you can make use of it*. Adazing. March 22, 2019.  
<https://www.adazing.com/what-is-a-pull-quote/>

Müller-Brockmann, Josef. *Grid systems in graphic design*. Switzerland: Niggli, 1996.  
[https://monoskop.org/images/a/a4/Mueller-Brockmann\\_Josef\\_Grid\\_Systems\\_in\\_Graphic\\_Design\\_Raster\\_Systeme\\_fuer\\_die\\_Visuele\\_Gestaltung\\_English\\_German\\_no\\_OCR.pdf](https://monoskop.org/images/a/a4/Mueller-Brockmann_Josef_Grid_Systems_in_Graphic_Design_Raster_Systeme_fuer_die_Visuele_Gestaltung_English_German_no_OCR.pdf)

Murphy, Nicola. *The Swiss Grid System*. Nicola Murphy Graphic Design. Accessed on December 13, 2020.  
<https://nicolamurphy17.wordpress.com/visual-literacy-2/research/the-swiss-grid-system/>

— ¶ —

Nikola. *Setting up, Types and Description of Page Margins*. Magazine Designing. May 16, 2013. [www.magazinedesigning.com/setting-up-types-and-description-of-page-margins/](http://www.magazinedesigning.com/setting-up-types-and-description-of-page-margins/)

*New Oxford Style Manual*, Third Edition. Oxford: Oxford University Press, 2016.

— R —

Raphael. *Gestaltungsraster – für mehr Ordnung in Layouts*. Flyeralarm Blog. July 26, 2017. [www.flyeralarm.com/blog/de/gestaltungsraster-fuer-mehr-ordnung-in-layouts](http://www.flyeralarm.com/blog/de/gestaltungsraster-fuer-mehr-ordnung-in-layouts)

Rautenberg, Ursula; *Reclams Sachlexikon des Buches* [https://books.google.de/books?id=gY7BrQEACAAJ&dq=rautenberg+reclams+sachlexikon+des+buches&hl=de&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.de/books?id=gY7BrQEACAAJ&dq=rautenberg+reclams+sachlexikon+des+buches&hl=de&sa=X&redir_esc=y)

— S —

Scott, Pete. *The power of pull quotes*. Scott Design Inc. 14.07.15. [www.hotdesign.com/marketing/the-power-of-pull-quotes/](http://www.hotdesign.com/marketing/the-power-of-pull-quotes/)

Shakespeare, William. *Romeo and Juliet*. Ed. K. Deighton. London: Macmillan, 1916.

Siebert, Jürgen. *Aus der Werkstatt des Schweizer Schriftdesigns* [03.12.20] [www.fontblog.de/aus-der-werkstatt-des-schweizer-schriftdesigns/](http://www.fontblog.de/aus-der-werkstatt-des-schweizer-schriftdesigns/)

Steinacker, Uwe. *Layoutgestaltung: Mit dem Gestaltungsraster den typographischen Spannungsbogen finden*. Type School. 26.02. 2019. [typeschool.de/layoutgestaltung-mit-dem-gestaltungsraster-den-typografischen-spannungsbogen-finden/](http://typeschool.de/layoutgestaltung-mit-dem-gestaltungsraster-den-typografischen-spannungsbogen-finden/)

Strizver, Ilene. *TypeTalk: How to Attract Attention With Pull Quotes*. CreativePro. 30.09. 2015. <https://creativepro.com/how-to-attract-attention-pull-quotes/>

— T —

*The Chicago Manual of Style*, Seventeenth Edition. Chicago; London: The University of Chicago Press, 2017.

Tille, Dagmar. *Editorial Design: Die Grundlagen*. Loingo. March, 2020. <https://loingo.de/zeitungslayout-regeln-und-kreative-gestaltung/>

Typeroom. *Elena Etter will push the boundaries of type again & again for a change* [23.12.20] [www.typeroom.eu/article/elena-etter-will-push-boundaries-type-again-again-change](http://www.typeroom.eu/article/elena-etter-will-push-boundaries-type-again-again-change)

— W —

White, Alex W. *The Elements of Graphic Design*. 2nd ed. New York: Allworth Press, 2011. [https://books.google.de/books?id=6S1BK1VRHVg-C&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.de/books?id=6S1BK1VRHVg-C&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Wikipedia. *Canons of page construction*. Accessed on December 13, 2020. [https://en.wikipedia.org/wiki/Canons\\_of\\_page\\_construction](https://en.wikipedia.org/wiki/Canons_of_page_construction)

Willberg, Hans Peter/Forssman, Friedrich. *Lesetyp*. 5th ed. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2010.

Willberg, Hans Peter/Forssman, Friedrich. *Erste Hilfe in Typografie: Ratgeber für Gestaltung mit Schrift*. 5th ed. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2006.

# Colophon Koloophon

## HBK Saar TypoReader

This publication was written and designed by Catharina Brödlin, Julia Iserbeck, Marius Heimburger and Ine Stiefel during the typography class of guest professor Tânia Raposo at HBK Saar in the winter semester of 2020/2021. The class met 12 times over video call.

February 2021

## Typography:

*Duper*, Martin Wenzel, Supertype

*Fatface*, James Edmondson, OhnoTypeCo

*Blazeface*, James Edmondson, OhnoTypeCo

*Fira Sans*, Carrois Apostrophe, Google Fonts

*Flecha*, Rui Abreu, R-Typography

*Halyard*, Joshua Darden, Darden Studio

*Montserrat*, Julieta Ulanovsky, Google Fonts

*Skolar*, David Březina, Rosetta Type Foundry

*Skolar Sans*, David Březina & Sláva Jevčinová, Rosetta Type Foundry

*Source Code Pro*, Paul D. Hunt, Adobe Fonts

*Source Han Serif*, Frank Grießhammer, Ryoko Nishizuka, Soohyun Park, Wenlong Zhang, and Yejin We, Adobe Fonts

*Sporting Grotesque*, Lucas Le Bihan, Velvetyne

*Zapf Dingbats*, Hermann Zapf, Linotype

## Thank you:

Rui Abreu, James Edmondson, Nina König, Indra Kupferschmid and Tânia Raposo



**HBKSAAR**