

# Jugendarbeit praktisch

Begabungen erkennen, Fähigkeiten entwickeln, Methoden entdecken

## Jugendarbeit publik machen

Workshop mit Mike Luthardt · mikeluthardt@gmx.de

### Dreizehn einfache Typografiereregeln

#### Idee

##### Konzentration auf eine einzige Idee

Zu viele Gestaltungs- oder Formatierungsideen führen zu einer unprofessionellen Gestaltung. Stattdessen konzentriert man sich auf eine einzige Gestaltungsidee und führt diese aus. Man muss also nicht mit jedem Bild, jedem Titel oder jedem Text eine neues visuelles Feuerwerk entzünden. Immer nur ein Feuerwerk – aber dann richtig!

#### Gliederung

##### Klare Hierarchien

Worum geht es? Was ist wichtig und muss zuerst gesehen werden? Hauptüberschrift, Untertitel, Textblock und Zusatzinformationen. Was inhaltlich zusammen gehört, muss auch optisch zusammen stehen. Überflüssiges herausnehmen!

##### Keine Konkurrenz

Wichtige Elemente mit der visuellen Kraft von Blickfängern (Eyecatcher) dürfen nicht zu nahe zusammen stehen. Sonst stehen sie in direkter Konkurrenz. Solche Elemente brauchen einen sie umgebenden Weißraum, damit sie richtig zur Geltung kommen.

##### Weißraum

Textblöcke werden nicht senkrecht über die ganze Fläche verteilt. Stehen Textblöcke als Absätze zusammen, ergeben sich Weißräume. Der Kontrast von bedruckter und unbedruckter Fläche wird größer. Unbedruckte Fläche ist Weißraum, der zusammenhängend gestaltet werden soll. Wirkt die Gestaltung fleckig, weil der Weißraum verrutscht ist, müssen die Textblöcke näher zusammen gerückt werden. Dazu muss zwischen den Absätzen keine ganze leere Zeile stehen, meist reicht auch eine halbe leere Zeile.

##### Optische Achsen

Achsen entstehen durch Satz- und Bildkanten, Flächen und Linien. Optische Achsen wirken wie Raumteiler – sie teilen die Gestaltung in Proportionen auf. Diese Verhältnisse sollten optisch nachvollziehbar sein, z. B. 1 : 1, 5 : 8 (Goldener Schnitt) oder 3 : 4. Die natürlich entstehenden Achsen entstehen durch die waagerechten Zeilen und die senkrechte Anordnung durch links- oder rechtsbündige Satzarten. Mehrere Richtungen sind zu vermeiden. Also nicht einen Rundsatztitel mit einem schräg gestellten Bild kombinieren und Text, der in eine andere Richtung läuft. Am Seitenrand wirken Achsen sehr wenig, sie fallen optisch mit dem Rand zusammen. Schräg gestellte Zeilen sind oft schwer zu gestalten, ist man ungeübt, sollte man die Finger davon lassen.

##### Gleiches gleich gestalten

Texte, die auf der gleichen Hierarchieebene stehen – z. B. alle Zeilentitel oder der Grundtext – sollen immer gleich gestaltet werden. Das gilt auch für Zwischenräume wie Einzüge, Absatzabstände und für Zwischenräume bei den Spalten oder Rändern mehrseitiger Produkte.

## Linksbündiger Satz

Der linksbündige Flattersatz ist die einfachste Satzart. Damit hält man sich viele Probleme vom Leib, die man nur mit weitergehenden typografischen Kenntnissen lösen kann. Nie Mittelachsensatz gestalten – das ist die Ausrichtung der Phantasielosen! Zentrierter Satz erzeugt eine optische Achse, die durch zusätzlichen linksbündigen Satz empfindlich gestört wird. Blocksatz ist nur bei längeren Lesetexten schön. Die Kombination von links- und rechtsbündigem Satz ist schwer zu bewältigen.

## Zeilenbreite gleich lang

Zeilenlängen in Textblöcken sollen etwa gleich lang gehalten werden. Lange und kurze Zeilen sollen im gleichen Textblock vermieden werden, weil diese ein unruhiges Satzgebilde oder einen Treppenstufeneffekt erzeugen. Lieber die Textzeilen kürzer halten, als sie über die ganze Breite zu führen. Es entsteht mehr Weißraum links und rechts – damit wird die Positionierung des Textblockes flexibler.

## Schrift

### Weniger ist mehr

Die Kombination von mehreren Schriften erzeugt Unruhe. Hierarchien kann man mit einer Schrift durch verschiedene Stärken (fett) oder Lagen (kursiv) erzeugen. Unterschiedliche Schriftgrößen machen unruhig – lieber dann unterschiedliche Schriften verwenden. Mehr als drei Schriftgrößen sollten nur vorsichtig eingesetzt werden. Auch ist es immer eine große Gefahr, zu große Schriften einzusetzen.

### Kleiner ist feiner

Verschiedene Gestaltungen wie Flyer, Anzeigen oder Plakate vergleichen, um die eigenen Schriftgrößen abzustimmen. Kleine Schriftgrößen erzeugen mehr Weißraum, was besser aussieht. Von der Optik her ist zu große Schrift unschön und grob. Zu kleine Schrift ist nie grob, allenfalls unleserlich. Deshalb gilt in der Regel: Im Zweifelsfall wähle man von zwei Größen immer die kleinere.

### Schrift dient der Lesbarkeit

Schrift ist da, um gelesen zu werden. Schwarze Schrift auf weißem Grund in einer vernünftigen Größe und Zeilenbreite liest sich am Besten. Schrift kann aber auch Zierde sein, dann braucht sie nicht gelesen werden. Falls das Erste zutrifft, verzichte man auf KAPITÄLCHEN oder VERSALIEN bei mehr als drei Wörtern, farbige Schrift im Grundtext, Schatten, Konturlinien (Outlines) oder Verzerrungen aller Art. Texte sollen nicht mehrfach nebeneinander versetzt stehen. Der Schriftcharakter kann die inhaltliche Aussage unterstützen. Die Schriftwahl ist also nicht eine Frage der Bequemlichkeit, in dem die Schrift ausgesucht wird, die man gerade zur Verfügung hat. Neutrale Schriften sind weniger problematisch als auffällige Charaktere.

## Schmuck

### Keine Reizüberflutung

Flächen, Kästchen, Linien dienen der Gliederung. Sie dürfen nicht wahllos eingesetzt werden. Die einfachste Form ist die Beste. Also keine Kästchen mit einer Linienumrandung und abgerundeten Ecken zusätzlich mit Farbverlauf. Clip-Arts oder andere Schmuckelemente sind eher zurückhaltend einzusetzen. Unregelmäßige Vielecke, Sterne oder ellipische Formen sind mit Schrift schwer zu kombinieren. Unruhige Hintergründe hinter dem Text sind zu vermeiden.

### Farbe wirkt flächig

Farbe wirkt bei Grundtext oder dünnen Linien nicht. Farbe soll in Bildern zum Tragen kommen, in Titeln oder in großen farbigen Flächen.

*Quelle: Typo Tuning von Ralf Turtschi*



## Eure Aufgabe:

Ihr gestaltet ein Einladungsblatt für eine Jugendveranstaltung.

## Material:

Bildmaterial (beliebige Vorlagen z.B. aus Zeitschriften)

Texte als Kopiervorlagen in verschiedenen Schriftarten liegen bei.

Farbige Flächen.

## 1. Ideensammlung:

Macht zuerst eine kleine, vielleicht briefmarkengroße Skizze, mit der Ihr eure Idee schnell darstellt. Variiert diese Idee, wandelt sie ab, lasst euch von den „13 goldenen Typografiereregeln“ leiten.

Bei der Auswahl der Texte kann überlegt werden, welche tatsächlich notwendig sind um die Idee zu transportieren.

Die ausschließlich knapp skizzierten Ideen können schnell abgewandelt werden, ohne den Aufwand einer Kollage oder großer technischer PC-Unterstützung!

## 2. Umsetzung und Zielgedanke:

*Wenn Ihr dann eine gute Idee habt, könnt Ihr an die Umsetzung gehen:*

Wir arbeiten eine Kollage aus, die in dieser Form auch kopiert werden kann. PC-Programme können dazu, wenn vorhanden, benutzt werden. In vielen Fällen ist aber eine genaue Kenntnis der Programmfunktionen nötig.

*(Einfache Programme für die Umsetzung sind z. B. Word oder Paint, professionelle Programme z. B. CorelDraw, Illustrator, InDesign oder QuarkXPress. Diese Profi-Programme sind allerdings in der Anschaffung richtig teuer!)*

## 3. Arbeitsweise:

Die Zeilen der großen Texte werden ganz knapp ausgeschnitten, und können so besser auf den farbigen Flächen oder Bildern platziert werden. Kleine Textblöcke werden als Gruppe, zusammenhängend ausgeschnitten. Beim Ausschneiden darauf achten, dass möglichst wenig weiße Papierflächen sichtbar bleiben.

Die Bilder, Texte, Flächen können so lange hin- und hergeschoben werden, bis die endgültige Position gefunden wurde. Für das Platzieren der Flächen, Bilder und Texte verwenden wir einen Kleber, der wieder abgelöst werden kann. So ist das Korrigieren der Gestaltungselemente möglich.

Beim Anordnen kann die Skizze hilfreich sein!

## Tipps:

K.I.S.S.

A.I.D.A.

Keep it simple and stupid – Mach es schlicht und einfach!

Meist sind die einfachen, klaren Anordnungen von Gestaltungselementen die Besten. So machen es die meisten Gestalter – so kann man es selbst gestalten.

Attention (Aufmerksamkeit) – Interest (Interesse) – Desire (Wunsch) – Action (Aktion)!

Nach diesem Prinzip wird Werbung gestaltet. Die Aufmerksamkeit wird in 1,8 Sekunden hergestellt (das ist die normale Dauer, um ein Objekt zu erkennen). Wurde das Interesse geweckt, kann mit der werbenden Aussage ein Wunsch geweckt werden. Dies mündet in einer Aktion. Das kann z. B. bei der Jugendveranstaltung der Anmeldekupon sein, der abgeschickt werden soll.

## Weiterführende Literatur etc.:

<http://www.publisher.ch/>

Ralf Turtschi schreibt Bücher zum Thema Gestaltung und gibt eine Zeitschrift heraus. Grundlagen leicht gemacht!

[www.ilovedesign.com/de](http://www.ilovedesign.com/de)

Eine Galerie mit sehr vielen Gestaltungsideen aus unterschiedlichen Bereichen. Viele Grafiker stellen hier ihre Arbeiten aus.

<http://satzinform.de/>

Gestalten und bearbeiten professionell Satzaufträge. Im Shop ist ein kleines Handbuch zu bekommen mit Ideen und Regeln für gute Printprodukte. (Insiderwissen!)

Crashkurs Typo und Layout

Von Cyrus Dominik Khazaeli. Gut geschriebenes, günstiges Buch aus dem Rororo-Verlag, in dem wesentliche Gestaltungsgrundsätze beschrieben sind. Mit Hinweisen zur Gestaltung in Layout-Programmen. ISBN-10: 3499612526

Erste Hilfe in Typografie

Von Hans Peter Willberg. Günstiges Grundlagenwerk mit vielen Beispielen und Erläuterungen. ISBN-10: 387439474

**(Sport-) BJT in Geldern Rasten und Nachfolgen RUN  
Rennen und Nachfolgen 31. August bis 2. September 2010  
Luthergemeinde Geldern**

***(Sport-) BJT in Geldern Rasten und Nachfolgen RUN Rennen und  
Nachfolgen 31. August bis 2. September 2010 Luthergemeinde Geldern***  
**(SPORT-) BJT IN GELDERN RASTEN UND NACHFOLGEN RUN RENNEN UND  
NACHFOLGEN 31. AUGUST BIS 2. SEPTEMBER 2010 LUTHERGEMEINDE  
GELDERN**

**(Sport-) BJT in Geldern Rasten und Nachfolgen RUN Rennen und  
Nachfolgen 31. August bis 2. September 2010 Luthergemeinde  
Geldern**

Katwijkstraße 9  
54321 Geldern  
Beginn Freitag, 31. August, 18:00 Uhr mit  
dem Abendessen  
Ende Sonntag 2. September nach dem  
Gottesdienst  
Kosten 25 Euro

**Mitbringen:**

Schlafsack, IsoMatte, Zahnbürste & Co.,  
Sportsachen, unterschriebene Elternerklärung  
(für Teilnehmende unter 18 Jahren)

Anmeldung bis 15. August  
an BJV Sigggi Mustergültig  
Hauptstraße 7, 67890 Erwitte  
Telefon (01234) 567890  
E-Mail siggi@email.com

**Wegbeschreibung:**

Mit der Bahn bis Geldern Bahnhof. Dann zu  
Fuß durch die Bahnhofstraße, rechts in die  
Katwijkstraße.

Mit dem Auto bis Geldern. Die Gemeinde  
liegt direkt an der B 9 (Katwijkstraße).

**Veranstalter:**

Selbständige Evangelisch-  
Lutherische Kirche  
Jugendpfarramt Lippe  
Jugendpastor Matthias Christ  
Melanchtonstraße 9  
12345 Lippstadt