

Kontraste

Texte vor unmöglichen Hintergründen

Entscheidet man sich dafür, Text nicht neben, sondern auf dem Bild zu platzieren, tritt neben den schon besprochenen Aspekten der Gestaltung noch ein weiterer Punkt auf, den es zu beachten gilt. Sofern die Buchstaben des Textes nicht selbst zu Bildelementen werden und die Lesbarkeit dann oft eine untergeordnete Rolle spielen kann, muss zwischen Text und Bild ein Kontrast vorhanden sein, der die Lesbarkeit des Textes erhält. Wenn nicht vorhanden, etwa wenn die Firmen-CI in HKS 13 auf einem roten Hintergrundbild liegt, muss dieser erzeugt werden. Darüberhinaus ist es mitunter sinnvoll, Textelemente zusätzlich zu betonen, um in der Komposition Text-Bild besondere Schwerpunkte zu setzen.

Hat man im Bild für den Text eine geeignete Stelle gefunden, ist mit etwas Glück der Bildgrund so beschaffen, dass sich der Text ohne weitere Hilfsmittel ausreichend abhebt und damit lesbar bleibt. Soll der Text, etwa eine kleine Headline, nicht nur auf dem Bild liegen, sondern selbst Bestandteil der Bildgestaltung werden, kann mit verschiedenen Transparenzmodi oder Kanteneffekten (sparsam) gespielt werden. Nehmen Sie für die Farbe des Effektes nicht einfach reines Weiß oder Schwarz, sondern picken Sie eine passende kontrastierende Farbe aus dem Bild, die dann vielleicht noch etwas aufgehellt oder abgedunkelt wird.

Etwas schwieriger wird es, wenn der Text ohne weitere Effekte gar nicht mehr zu



Im Vergleich: Im oberen Bild hat die Schrift »Der Tiger kommt ...« keinen Schein-Effekt. Obwohl von der Lesbarkeit nicht unbedingt gefordert, wirkt sich der Schein um die Schrift im unteren Bild positiv auf den Kontrast aus und integriert die Schrift besser in das Bild.

Im linken Wolkenbild trägt die Schrift eine einfarbige helle Outline. Im rechten Bild hellt die Outline lediglich das eigentliche Bild um die Schrift herum auf.



lesen ist. Das einfachste Hilfsmittel ist hier sicherlich der Kasten. Der Text steht in einem Kasten, der auf dem Bild liegt und wird damit wieder lesbar. Auch wenn es sich hier im eigentlichen Sinne um keine Integration des Textes in das Bild handelt, ist es doch gerade in Werbeflyern oder Katalogen eine beliebte weil einfache Methode. In der grafischen Arbeit – so es Auftrag und Deadline erlauben – sollte jedoch jedes noch so kleine Element »mit Absicht« benutzt werden und einen gestalterischen Zweck erfüllen. Zweck ist hier: Text vor dem Bildhintergrund lesbar zu halten, und trotzdem eine Bild/Textintegration beizubehalten. Eine weiße Fläche erfüllt diesen Zweck nicht. Will ich also Text auf ein Bild stellen, dessen Farben keinen guten Kontrast haben, muss

die Fläche hinter dem Text heller sein, etwa durch eine aufgehellte Fläche des Hintergrundbildes.

Es gibt zahlreiche Effekte, die einzeln oder auch kombiniert dazu benutzt werden können, Text vom Hintergrund abzuheben. Ein nicht ganz unproblematischer Effekt ist die Outline. Achten Sie darauf, dass der Strich in jedem Fall nur nach außen wächst, um die Form der Buchstaben zu erhalten. In kleinen Schriftgraden werden Outlines zu typografischem Unfug. Soll trotzdem eine 8-Punkt-Schrift in schwarz auf einem dunklen Hintergrund erscheinen, ist hier ein leichter »Blur-Effekt« noch angemessen, der in einem schwachen Weiß den gesamten Textblock leicht unterstrahlt.

Links: Obwohl ein heller Text sich problemlos vom Hintergrund abhebt, ist es inhaltlich besser der Text wird über die Farbe mit den Tiefen des Wasser in Verbindung gebracht und über Effekte (hier: Outline und Glühen) von Hintergrund abgesetzt.

Rechts: Ein Kasten schafft Platz für den Text. Hier wurde eine Auswahl in Photoshop in Kontrast und Helligkeit verändert und mit einem Schatten abgesetzt.

In fetten Headlines sind Outlines nach wie vor ein beliebtes Stilmittel, in den Anzeigenseiten der Zeitungen gar nicht wegzudenken. Möchte man die Outline jedoch nur als Trennlinie zum Bild verwenden und drängt sich eine einfarbige Linie zu sehr (weil zu scharf im Kontrast) in den Vordergrund, dann bietet es sich an, eine aufgehellte Kopie des Hintergrundbildes mit der Outline zu maskieren. Man erhält so eine hellere Abgrenzung, in der aber noch Teile des Bildes zu erkennen sind und so der Kontrast (wie auch der reine »Outline-Effekt«) etwas zurückgenommen werden kann.

Ein anderer, gerne und häufig eingesetzter Effekt, ist der Schatten. Bis auf einige Spezialfälle haben harte Schatten à la 90er-Jahre-DTP inzwischen ausgedient. Auch wenn es etwas aufwändiger in der Anlage ist, sollte der Schatten ein echter Schatten sein; also weiche Ränder haben und sich halbtransparent in den Hintergrund einblenden. Photoshop bietet diese Funktion schon seit einigen Versionen und Indesign wird es als erste Layoutsoftware in der demnächst erscheinenden 2.0 ebenso bieten.

Eine andere Möglichkeit, um dunklen Text gegen einen dunklen Hintergrund abzusetzen, ist der schon erwähnte »Schein«. Richtig eingesetzt, hebt er fast unbemerkt den Text vom Hintergrund ab. Nehmen Sie auch hier eine Farbe aus dem Bild und arbeiten mit einer Deckung, die das Bild noch durchscheinen lässt. Dann steht nicht der Effekt im Vordergrund sondern bleibt ein akzeptables Hilfsmittel.

Natürlich gibt es noch zahlreiche weitere Effekte, die auch einen Text gegenüber dem Hintergrund absetzen. In diese Kategorie fällt zum Beispiel der Relief-Effekt mit seinen zahlreichen Ablegern. Allerdings drängt sich dieses sehr schnell »als Effekt« in den Vordergrund und dominiert. Solche Effekte können nicht als Hilfsmittel zum grafisch-orientierten Satz eingesetzt werden, sondern eigentlich nur dort, wo Effekte gestalterisch wirksam werden sollen.



Oben: Obwohl der Text praktisch die Farbe der lichtüberfluteten Stellen des Waldes hat, hebt er sich dank des Schattens davon ab und bleibt lesbar.

Unten: Das Motiv drängt die Verwendung einer fetten Outline geradezu auf.

- 1 **Frutiger** (2) Adrian Frutiger (1976)
- 2 **Linotype Univers** (5) A. Frutiger (1957)
- 3 **Helvetica** (1) Max Miedinger (1957)
- 4 **Linotype Eurofont** (4) Diverse (2001)
- 5 **Season's Greetings** (3) Diverse (2000)
- 6 **ITC Officina Sans** (6) E. Spiekermann (1990)
- 7 **Optima** (-) Hermann Zapf (1958)
- 8 **Futura** (-) Paul Renner (1928)
- 9 **Gill Sans** (-) Eric Gill (1931)
- 10 **Eurostile** (-) Aldo Novarese (1962)

Diese Hitparade basiert auf den Verkaufszahlen der Linotype Library. Neben den Namen sind Autor und Veröffentlichungsdatum der Schrift angegeben. Die Zahlen in Klammern geben die Platzierung des Vormonats an.