

BEWEGTES LESEN INTERAKTIVE TYPOGRAFIE ALS MEDIUM FÜR AUFMERKSAMKEIT UND TEXTVERSTÄNDNIS

**Institut Digitale Kommunikations-Umgebungen
Bachelor Studiengang Visuelle Kommunikation
und digitale Räume**

**Bachelor Thesis 2026
Kulturgeschichtliche Thesis
Vertiefung digitale Räume**

Vorgelegt von:
Lukas Hecht
lukas.hecht@bluewin.ch
Im Rainacker 12
4108 Witterswil

© 2026 FHNW / HGK / Lukas Hecht

Mentorat:
Dr. Invar Hollaus

BEWEGTES LESEN INTERAKTIVE TYPOGRAFIE ALS MEDIUM FÜR AUFMERKSAMKEIT UND TEXTVERSTÄNDNIS

- 1 EINLEITUNG**
- 2 LESEN AM BILDSCHIRM – WIE WIR TEXT WAHRNEHMEN**
 - 2.1 Der digitale Leseprozess
 - 2.2 Aufmerksamkeit und Textverständnis
 - 2.3 Konzentration als Ergebnis
 - 2.4 Gedächtnis und kognitive Belastung
- 3 GESTALTERISCHE EINGRIFFE UND IHRE WIRKUNG
AUF AUFMERKSAMKEIT**
 - 3.1 Bewegung als Aufmerksamkeitsmittel
 - 3.2 Emotionale Dimension: Analogous Motion und kinetische Typografie
 - 3.3 Bewegung als Fragmentierung von Lesbarkeit
 - 3.4 Hierarchie, Struktur und Hervorhebung
- 4 INTERAKTION ALS STEUERUNGSMITTEL**
 - 4.1 Steuerung und Kontrolle
 - 4.2 RSVP und die Grenzen der Kontrolle
 - 4.3 Nichtlineare Strukturen und individuelle Dramaturgie
- 5 VERSTÄNDNIS ALS ZIEL – GRENZEN UND VERANTWORTUNG**
 - 5.1 Zugänglichkeit und individuelle Anpassbarkeit
 - 5.2 Eye-Catcher und Überleitung
 - 5.3 Kognitive Überlastung und ethische Verantwortung
- 6 ZUSAMMENFASSUNG**
- 7 FAZIT**
- 8 ANHANG**
 - 8.1 Literaturverzeichnis
 - 8.2 Abbildungsverzeichnis
 - 8.3 Weitere Quellen/Dokumente
 - 8.4 Hilfsmittelverzeichnis
 - 8.5 Glossar
- 9 EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG**

1. EINLEITUNG

Mit der fortschreitenden Digitalisierung hat sich die Art und Weise, wie wir Texte wahrnehmen und verarbeiten, entscheidend verändert. Der Übergang vom *statischen*⁰¹ Printmedium zum dynamischen Bildschirm eröffnet neue gestalterische Möglichkeiten, stellt Leser:innen wie Designer:innen jedoch auch vor neue Herausforderungen. Im digitalen Raum treffen Leser:innen auf eine Informationsfülle, die Aufmerksamkeit und kognitive Kapazität gleichzeitig beansprucht. Wie Siiri Tännler (2025, S.2) in ihrer aktuellen Forschung festhält, tendieren digitale Publikationsformate dazu, ihre spezifischen materiellen Eigenschaften zu verschleiern, statt sie gestalterisch zu nutzen. Gerade die *temporale* und interaktive Gestaltung von Texten bietet dabei ein hohes Entwicklungspotenzial. Da laut Bachfischer & Robertson (Bachfischer & Robertson, 2005, S.1) der «neue Leser» gleichzeitig liest, betrachtet und mitgestaltet, ist ein umfassendes Verständnis dafür notwendig, unter welchen Bedingungen Bewegung das Lesen unterstützt und wann sie zur Überforderung wird.

Typografie im digitalen Medium erfüllt nicht mehr nur die Aufgabe, Lesbarkeit herzustellen. Sie beeinflusst aktiv, wie und ob ein Text überhaupt wahrgenommen wird (Fadira, 2025, S. 230–231). Besonders im Medienumfeld der Generation Z ist permanente Reizüberflutung die Normalität. Damit wird die Frage zentral, wie Gestaltung Aufmerksamkeit nicht nur erzeugen, sondern auch über längere Zeit stabilisieren kann. Digitale Gestaltung sollte daher nicht primär durch technische Möglichkeiten bestimmt sein, sondern durch ihre Fähigkeit, den grundlegenden Kommunikationszweck eines Textes zu unterstützen (Rebelo et al., 2025, S.1).

Die vorliegende Arbeit beschränkt sich dabei auf Informationstexte im digitalen Raum – Texte, die primär auf effiziente Wissensvermittlung ausgerichtet sind und ihren Nutzen von Beginn an offenlegen. Sie unterscheiden sich damit grundlegend von literarischen oder werblichen Texten und stellen besondere Anforderungen an Lesefluss, Orientierung und Verständlichkeit (Interview Forster, 2026, S.52).

Die leitende Fragestellung lautet: Wie beeinflusst die Bewegung von Typografie die Aufmerksamkeit und den Lesefluss im digitalen Raum? Konkret: Womit lässt sich das Auge der Leser:innen lenken – und wann kippt Lenkung in Ablenkung? Die Arbeit nähert sich dieser Frage aus drei Richtungen: Sie untersucht, was beim Lesen am Bildschirm kognitiv und *physiologisch* passiert; sie analysiert, welche gestalterischen Eingriffe Aufmerksamkeit erzeugen und strukturieren; und sie fragt, unter welchen Bedingungen Interaktion das Textverständnis unterstützt statt untergräbt.

2. LESEN AM BILDSCHIRM – WIE WIR TEXT WAHRNEHMEN

2.1 Der digitale Leseprozess

Das Lesen am Bildschirm unterscheidet sich grundlegend vom analogen Leseprozess, unabhängig vom gelesenen Inhalt. Anders als bei gedruckter Schrift emittieren Bildschirme aktiv Licht, was Konturen verschwimmen lässt und die Augenmuskulatur stärker beansprucht (Götz, 2004, S. 36–37). Entscheidend ist jedoch weniger das Medium an sich als die Art und Weise, wie Informationen präsentiert werden.

Die Augen bewegen sich beim Lesen nicht kontinuierlich über den Text. Sie springen in sogenannten *Sakkaden* (vgl. Abb. 01) von *Fixation* zu Fixation (vgl. Abb. 02). Innerhalb einer Fixation sehen Leser:innen nur vier bis fünf Buchstaben scharf (Rutter, 2017, S. 12–13). Den Rest ergänzt das Gehirn aufgrund gespeicherter *Wortbilder* (Santa Maria, 2014, S. 9–12). Diese Erkenntnis ist für die Gestaltung unmittelbar relevant: Was scharf gesehen werden muss, lässt sich durch Schriftgrad, Kontrast und Zeilenlänge beeinflussen. Was das Gehirn selbst ergänzt, kann durch vertraute typografische Strukturen unterstützt oder durch unerwartete Formen unterbrochen werden.

Eye-Tracking-Studien zeigen, dass im Durchschnitt Webseiten nicht linear erfassen, sondern in einem F-förmigen Muster scannen – zwei kurze horizontale Bewegungen, gefolgt von einer vertikalen (Nielsen, 2006; vgl. Abb. 03). Das Auge liest den Text demnach nicht Wort für Wort, sondern tastet ihn nach relevanten Ankerpunkten ab. Typografische Hierarchie aus Überschriften, Hervorhebungen und Absätzen ist deshalb keine ästhetische Entscheidung, sondern eine funktionale Notwendigkeit: Ohne sie findet der Blick keinen Halt.

Verbreitete Designfehler wie zu schmale Zeilenabstände, zu breite Textblöcke oder zu kleine Schriftgrade auf mobilen Geräten zeigen, dass digitale Geräte diese physiologischen Bedingungen nicht immer berücksichtigen. Bei schlecht *responsivem Webdesign* müssen Nutzer:innen auf Zoom und horizontales Scrollen ausweichen – Interaktionen, die kognitive Kapazität binden,

ohne Inhalt zu vermitteln (Parpiev, 2025, S. 5). Nur schon die physische Materialität des Bildschirms beeinflusst durch Helligkeit, Flimmern und Abstand den Leseprozess. Gute digitale Typografie beginnt daher bei den Bedingungen des Lesens, nicht bei ihrer Inszenierung.

He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections.

He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections.



Abbildung 03 F-förmiges Lesemuster bei Web-Inhalten; zu beachten: die zwei kurzen horizontalen und anschließende vertikale Bewegung – Nielsen, J. (2006). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. Nielsen Norman Group.

2.2 Aufmerksamkeit vs. Textverständnis

Aufmerksamkeit und Textverständnis werden in der gestalterischen Praxis häufig synonym verwendet – zu Unrecht. Wie Gabriele A. Forster im Interview präzisiert: «Aufmerksamkeit ist ein Wahrnehmungszustand, Textverständnis ein kognitiver» (Interview Forster, 2026, S.56). Man kann einem Text vollständig aufmerksam folgen und ihn trotzdem nicht verstehen – etwa wenn die Fachbegriffe unbekannt sind oder der Aufbau des Textes keinen roten Faden bietet. Umgekehrt kann Textverständnis auch ohne volle Aufmerksamkeit entstehen, wenn Inhalte an bestehendes Vorwissen anknüpfen und das Gehirn Lücken selbst schliesst.

Diese Unterscheidung hat direkte gestalterische Konsequenzen. Cyrus D. Khazaeli (2005, S.67) beschreibt zwei unterschiedliche Aufmerksamkeitsmodi: Bei *fokussierter Aufmerksamkeit* suchen wir gezielt und sind resistent gegen Ablenkung; bei *diffuser Aufmerksamkeit* reagieren wir auf Reize und sind leichter ablenkbar. Im digitalen Raum ist diffuse Aufmerksamkeit der Normalzustand. Wie Steve Krug beobachtet, navigieren Nutzer:innen durch Interfaces wie Kängurus, die springen statt schreiten (Khazaeli, 2005, S.69; vgl. Abb. 04–05). Gestaltung muss Nutzer:innen nicht zum linearen Lesen zwingen, sollte die sprunghafte Wahrnehmung aber berücksichtigen.

Relevant ist dabei, dass nicht aufmerksam Wahrgenommenes nicht vollständig ausgeblendet wird. Anne Treismanns Dämpfungstheorie zeigt, dass *periphere* Information im System präsent bleibt und reaktiviert werden kann, sobald sie für die lesende Person relevant wird (Khazaeli, 2005, S.66). Das bedeutet für die Gestaltung, dass Hervorhebungen, die im ersten Durchlauf nur peripher erfasst wurden, beim erneuten Lesen oder durch Verlangsamung des Lesetempos bewusst werden können – ein Argument für subtile statt für aufdringliche visuelle Signale.

Aufmerksamkeit ist damit eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für Verständnis. Design kann Aufmerksamkeit steuern. Ob daraus am Ende Verständnis wird, hängt von Inhalt, Vorwissen und Kontext ab.



Abbildung 04

Grobe Darstellung eines «Pinnball-Patterns»; zu beachten: der sprunghafte Blickverlauf zwischen SERP-Elementen
– Moran, K. (2020). *How People Read Online*. Nielsen Norman Group.

Lesen am Bildschirm – Wie wir Text wahrnehmen

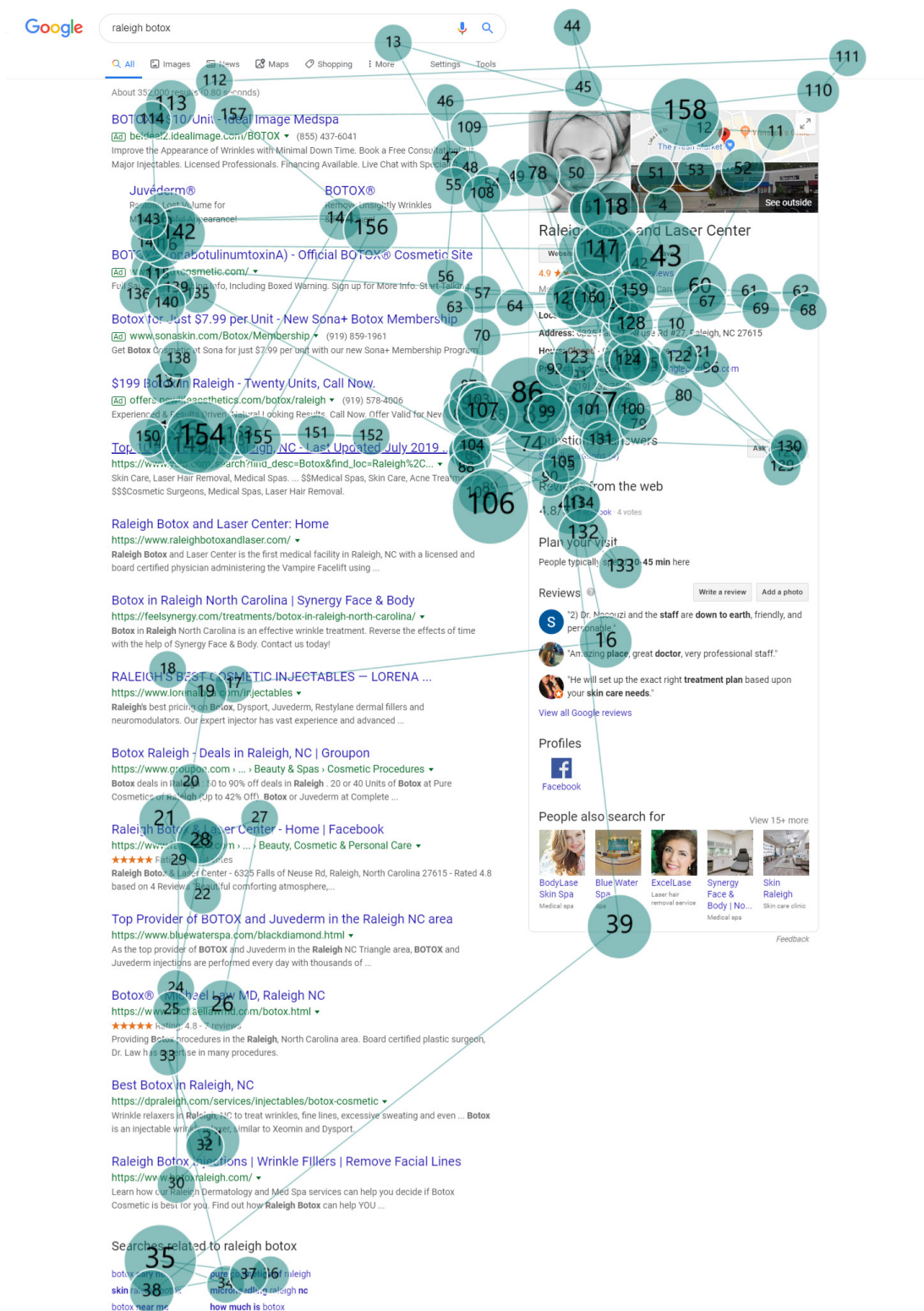


Abbildung 05

Experiment zum «Pinnball-Pattern»; zu beachten: 158 Fixierungen in 14 Sekunden bei der Suche nach Preisinformationen
– Moran, K. (2020). *How People Read Online*. Nielsen Norman Group.

2.3 Konzentration als Ergebnis

«Konzentration ist immer ein Ergebnis, nie eine Voraussetzung» (Interview Forster, 2026, S. 54). Man kann sich nicht bewusst zur Konzentration entscheiden. Sie kann nur unter bestimmten Bedingungen entstehen. Wenn man dies auf die Gestaltung bezieht, gibt es keine universell optimale Darstellungsform, sondern nur Bedingungen, die Konzentration wahrscheinlicher machen.

Die Lesegeschwindigkeit hat auf die Konzentration einen hohen Einfluss. Häufig entsteht das Gefühl, einen Text gelesen, aber nicht verstanden zu haben, nicht durch Überforderung, sondern durch Unterforderung. Wenn das Gehirn zu langsam mit Inhalten versorgt wird, sucht es sich Ablenkung (Forster, 2021, S. 23). Schnelleres Lesen kann die Konzentration erhöhen, weil die kognitive Kapazität stärker ausgelastet ist und weniger Raum für Gedankenwandern bleibt (Forster, 2021, S. 56). Gerade für Designentscheidungen, die das Lesetempo verlangsamen, z. B. erzwungene Pausen oder zu starke *Textfragmentierung*, hat dies unmittelbare Konsequenzen.

Gleichzeitig braucht das Gehirn Ruhemomente. Eine befragte Fachperson aus der gestalterischen Praxis (Interview Fachperson, 2026, S. 6) beobachtet aus eigener Erfahrung, dass beim digitalen Lesen häufiger Pausen benötigt werden als beim analogen Lesen – ein Hinweis darauf, dass die höhere visuelle Beanspruchung des Bildschirms die kognitive Verarbeitung stärker belastet. Der Weissraum, der im Printdesign oft ästhetischer Natur ist, übernimmt im digitalen Raum eine kognitive Funktion. Er gibt dem Gehirn Zeit, Verarbeitetes zu kräftigen, bevor neue Informationen aufgenommen werden. Design muss dieses Gleichgewicht zwischen Reiz und Pause aktiv steuern, da sonst eine geringere Konzentration erzielt wird.

2.4 Gedächtnis und kognitive Belastung

Das menschliche Arbeitsgedächtnis, jener Teil des Gedächtnisses, der Informationen kurzfristig aktiv verarbeitet, ist in seiner Kapazität begrenzt. Die 7 ± 2 -Regel besagt, dass fünf bis neun Informationseinheiten gleichzeitig bewusst verarbeitet werden können, bei den meisten Menschen eher fünf (Interview Forster, 2026, S. 54). Für die Gestaltung von Informationstexten folgt daraus eine klare Konsequenz: Inhalte müssen so portioniert werden, dass sie die Kapazität des Arbeitsgedächtnisses nicht überschreiten. Das, was im Gedächtnis als «*Chunking*» bezeichnet wird, entspricht im Design dem «*Clustering*» (Khazaeli, 2005, S. 113).

Dabei ist das Lesen vorrangig ein visueller und erst in zweiter Linie ein analytischer Vorgang (Forster, 2021, S. 54). Das Gehirn speichert bekannte Wörter im Wortbildspeicher ab und kann so Texte auch dann verarbeiten, wenn einzelne Buchstaben fehlen oder vertauscht sind (Interview Forster, 2026, S. 54; vgl. Abb. 06–07).

Diese visuelle Dimension des Lesens erklärt, warum Typografie, die das Wortbild unterstützt, weniger kognitive Ressourcen verbraucht als Typografie, die es aufbricht. Gerade weil Leser:innen stark auf Wortbilder reagieren, können gezielte typografische Abweichungen Aufmerksamkeit erzeugen. Gleichzeitig erhöhen sie jedoch auch den kognitiven Verarbeitungsaufwand.

Tim Brown (2018, S. 15) beschreibt diesen Wandel im *Type-setting* so, dass Layouts zunehmend kontextabhängig funktionieren. Statt einer festen Gestaltung entstehen flexible Systeme, die sich an Bildschirmgröße, Lesedistanz und Nutzungssituation anpassen. Responsive Typografie kann kognitive Belastung reduzieren, weil sie den Text an die jeweilige Lesesituation anpasst.

Ehct kstras! Gmäëß eneir Sutide eneir Uvinisterät, ist es nchit witihcg, in wlecehr Rneflogheie die Bstachuebn in eneim Wort snid, das ezniige was wcthiig ist, das der estre und der leztte Bstabchue an der rithcegn Pstoiin snid. Der Rset knan ein ttoaerl Bsinöldn sein, tedztorm knan man ihn ohne Pemoblre lseen. Das ist so, weil wir nicht jeedn Bstachuebn enzelin leesn, snderon das Wort als gzeans enkreenn. Ehct kstras! Das ghet wicklirh! Und dfüar ghneen wir jrhlæng in die Slhcue!

D1353 M1TT31LUNG Z31GT D1R, ZU W3LCH3N
 GRO554RT1G3N L315TUNG3N UN53R G3H1RN F43H1G
 15T! 4M 4NF4NG W4R 35 51CH3R NOCH 5CHW3R, D45
 ZU L353N, 483R M1TTL3RW31L3 K4NN5T DU D45
 W4HR5CH31NL1ICH 5CHON G4NZ GUT L353N, OHN3
 D455 35 D1CH W1RKL1CH 4N5TR3NGT. D45 L315T3T
 D31N G3H1RN M1T 531N3R 3NORM3N
 L3RNF43HIGKEIT. 8331NDRUCK3ND, OD3R? DU
 D4RF5T D45 G3RN3 KOP13R3N, W3NN DU 4UCH
 4ND3R3 D4M1T 83G315T3RN W1LL5T.

- Abbildung 06 Beispieltext mit vertauschten Buchstaben; zu beachten: Lesbarkeit trotz falscher Buchstabenreihenfolge
 – Watson (2016). Visuell nachbearbeitet vom Autor. Ursprung der Behauptung: Davis, M. (2003). University of Cambridge.
- Abbildung 07 Beispieltext mit ersetzten Buchstaben; zu beachten: Lesbarkeit trotz falscher Buchstabenreihenfolge
 – Watson (2016). Visuell nachbearbeitet vom Autor. Ursprung der Behauptung: Davis, M. (2003). University of Cambridge.

3. GESTALTERISCHE EINGRIFFE UND IHRE WIRKUNG AUF AUFMERKSAMKEIT

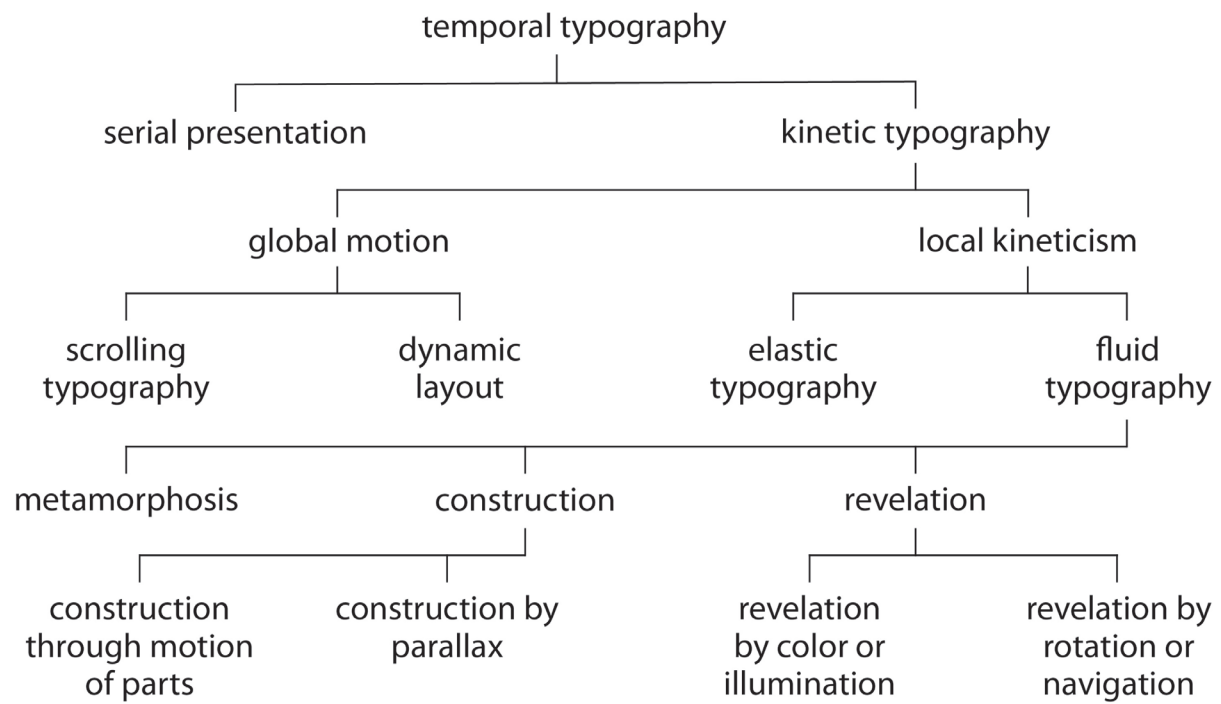
3.1 Bewegung als Aufmerksamkeitsmittel

Die Tatsache, dass Bewegung Aufmerksamkeit erregt, ist evolutionär begründet. Die optischen Nerven erkennen Bewegung vor Farbe und noch vor dem kognitiven Fokus. Dieser Mechanismus diente ursprünglich der Gefahrenerkennung (Van Blokland in Conrad et al., 2021, S.71). Sobald sich etwas im Sichtfeld bewegt, richtet das Gehirn seine Ressourcen darauf, bevor es die Frage stellt, ob die Bewegung relevant ist. Für die typografische Gestaltung macht das Bewegung zu einem mächtigen, zugleich riskanten Mittel.

Forster (Interview, 2026, S.53) stellt diesen Mechanismus in den Lesekontext. Eine gleichmässig langsame Bewegung im Raum, etwa eine Person, die gemächlich hin und her läuft, wird nach kurzer Zeit ausgeblendet. Verändert sich die Geschwindigkeit, springt der Fokus sofort zurück. Die Veränderung ist dann das eigentliche Aufmerksamkeitssignal und nicht die Bewegung. Zu langsame, als sicher eingestufte Bewegung stört nicht; zu schnelle oder unerwartete Bewegung erzeugt Stress.

Beim Einsatz von Bewegung tritt Zeit als viertes Designelement neben Form, Farbe und Raum auf (Kim, 2011, S.174). Temporale Typografie nutzt Zeit als Gestaltungselement, um Hierarchie nicht nur räumlich, sondern zeitlich zu definieren (Brownie, 2020, S.6 ff.; vgl. Abb. 08). Welche Elemente werden wann sichtbar? Welche Bewegungen signalisieren Wichtigkeit, welche Ruhe? Kim (2011, S.179–180) zeigt, dass «*motion proximity*» die Lesbarkeit unterstützt, weil natürliche, gleichmässige Bewegungsabläufe mit geringem kognitivem Aufwand verarbeitet werden können. Abrupte, unvorhersehbare Bewegungen hingegen binden kognitive Kapazität, die dann bei der Verarbeitung des Textinhalts fehlt.

In der Anwendung ist es also wichtig zu unterscheiden, ob Bewegung nur als Aufmerksamkeitsmittel oder auch als Orientierungsmittel gelten soll. Während das eine den Blick anzieht, leitet das andere durch den Text.



3.2 Emotionale Dimension: Analogous Motion und kinetische Typografie

Typografie war in der Drucktradition ein visuell-statisches Medium. Schrift auf Papier kann *Tonalität* durch Schriftwahl, Grösse oder Auszeichnung andeuten, jedoch keine zeitliche Dynamik darstellen. *Kinetische* Typografie erweitert diese Möglichkeit durch Bewegung. Schrift kann dadurch Funktionen übernehmen, die in der gesprochenen Sprache durch Betonung, Rhythmus und Pausen entstehen. Ein und derselbe Satz kann je nach Erscheinungsbild der Animation völlig unterschiedliche emotionale Wirkungen erzeugen. So kann kleiner werdender Text beispielsweise Gefühle von Enttäuschung vermitteln und langsame, rhythmische Bewegung ein ruhiges, atmendes Gefühl (Lee et al., 2002, S. 82–83).

Das Konzept der «*Analogous Motion*» basiert darauf, dass Menschen solche Bewegungen intuitiv erkennen und deren emotionale Bedeutung auf den Text übertragen (Lee et al., 2002, S. 83). Dadurch kann Typografie über die reine Wortbedeutung hinaus kommunizieren. Barbara Brownie (2020, S. 4) spricht von springenden Buchstaben, die Freude ausdrücken und zitternden Buchstaben, die Frustration vermitteln können. Wichtig ist die Differenzierung, ob die Bewegung dem Inhalt dient oder ob sie ein ästhetisches Angebot ist, das zur eigenen Interpretation einlädt (Interview Fachperson, 2026, S. 4). Hilft es wirklich beim Verstehen des Inhalts oder motiviert es lediglich dazu, weiterzulesen?

Im Grunde genommen ist kinetische Typografie vergänglich und nicht darauf ausgelegt, in Erinnerung zu bleiben (Betancourt, 2019, S. 2). Anders als statische Typografie existiert sie im Moment der Wahrnehmung und verändert sich über die Zeit. Es gibt Momente, in denen Text zugänglicher ist als in anderen. Das kann Spannung erzeugen oder den Blick auf das Wesentliche lenken, wenn es kontrolliert und mit Absicht eingesetzt wird.

Ein gestalterisches Projekt, das genau diese Spannung zwischen Wahrnehmung und Verständnis aufzeigt, ist «Primiti Too Taa» – eine analoge *Stop-Motion* Animation mit *onomatopoetischer*

Typografie (Betancourt, 2019, S. 5; vgl. Abb. 09–14). Es entsteht ein emotionaler Bezug, der nicht durch den Text selbst, sondern durch das Zusammenspiel von Ton und Zeitachse gebildet wird.

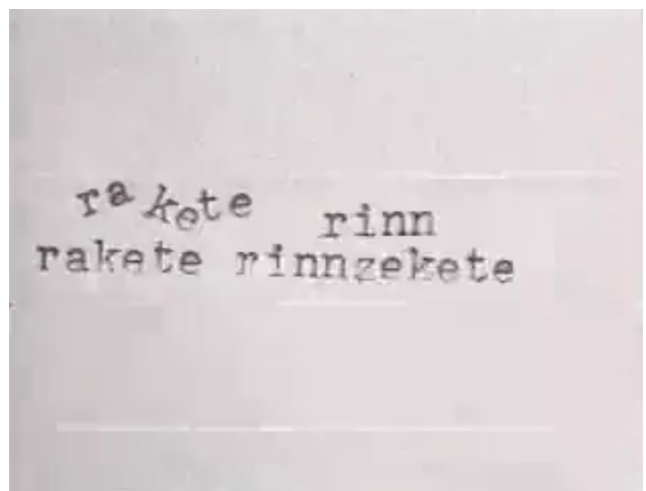
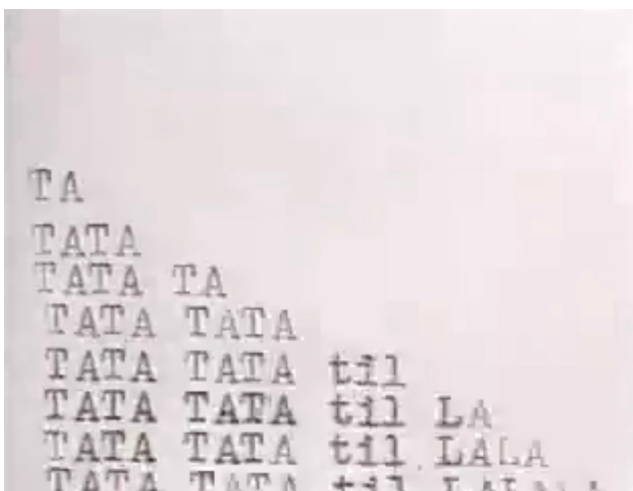
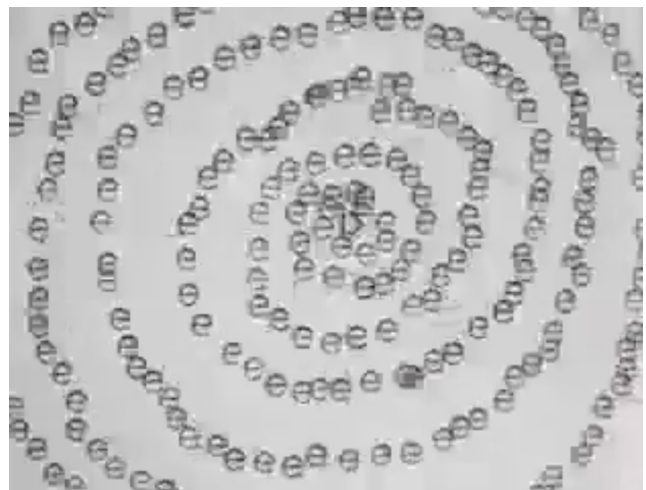
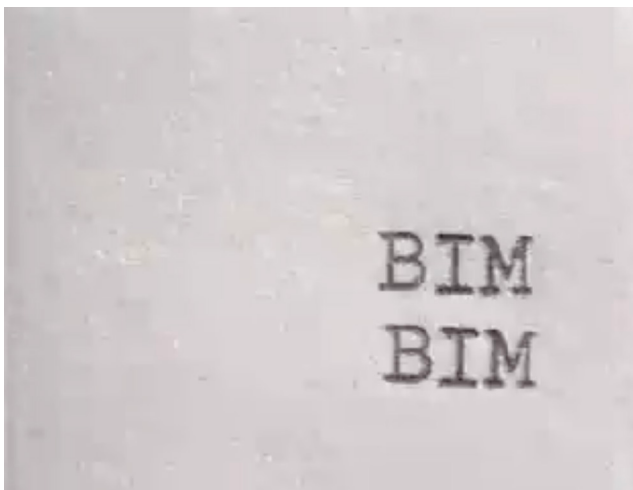
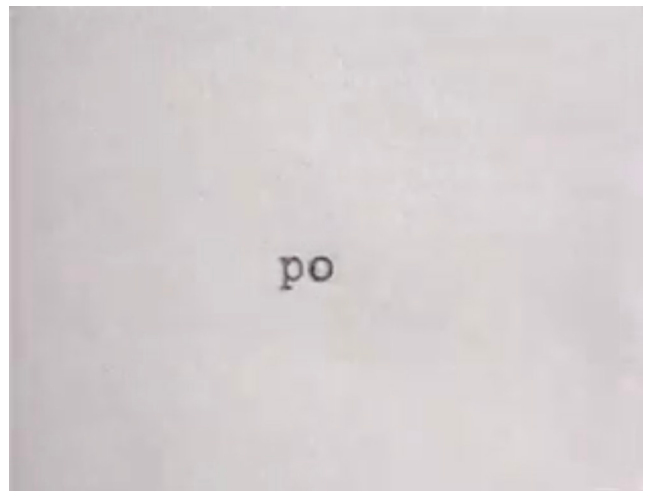
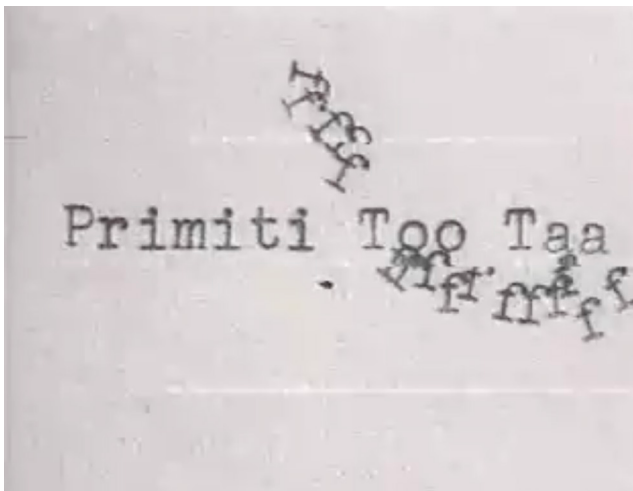


Abbildung 09-14 Stills aus «Primiti Too Taa»; zu beachten: das Zusammenspiel von onomatopoetischer Typografie, Anordnung und Bewegung
– Ackerman, E. & Morton, C. (1987). Via YouTube (Shay, 2007).

3.3 Bewegung als Fragmentierung von Lesbarkeit

Brownie (2020, S.7–14) unterscheidet in ihrer Analyse kinetischer Typografie zwei formale Organisationsformen: Bei der «Scrolling Typography» werden Textblöcke als Ganzes im Raum bewegt, ähnlich zur Kamerabewegung über ein statisches Arrangement. Bei dem «Dynamic Layout» bewegen sich einzelne typografische Einheiten unabhängig voneinander und ordnen die Gesamtkomposition kontinuierlich neu an. Diese Unterscheidung ist für die Lesbarkeit zentral, da bei Ersterem die innere Struktur des Textes erhalten bleibt, während sie sich bei Letzterem verändern kann.

«Becoming illegible» (Brownie, 2020, S.49). Lesbarkeit ist in zeitbasierten Medien kein stabiler Zustand, sondern ein Prozess. Hierarchien und damit auch die Lesbarkeit befinden sich immer in einem dynamischen Wechsel zueinander. Welche Elemente sind zu welcher Zeit wichtig und müssen lesbar sein? Welche lenken in einem bestimmten Moment vom Wesentlichen ab und dürfen zurücktreten? Betancourt (2019, S.12) sieht darin keinen Fehler, sondern eine gestalterische Qualität. Fragmentierung von Lesbarkeit ist nur dann sinnvoll, wenn der Wechsel zwischen sichtbar und unsichtbar selbst eine Aussage trägt. Der alleinige Effekt erzeugt keine Bedeutung, sondern *Rauschen*.

Das Projekt «Type/Dynamics» im Stedelijk Museum Amsterdam (Filip, 2013; vgl. Abb. 15–16) zeigt exemplarisch, wie gezielte Fragmentierung von Lesbarkeit als Ausdrucksmittel eingesetzt werden kann. Dynamische Raster passen sich den Bewegungen der Menschen im Raum an und verändern die Lesbarkeit der im Raster enthaltenen Typografie. Inhalte werden grösser und machen abgeschnittene Textinhalte lesbar, oder sie werden kleiner und bilden gemeinsam einen Schriftzug. Das Beispiel beschreibt folgendes Zitat von Ellen Lupton (2004, S.73) sehr treffend: «Reading is a performance of the written word.»

Gestalterische Eingriffe und ihre Wirkung auf Aufmerksamkeit

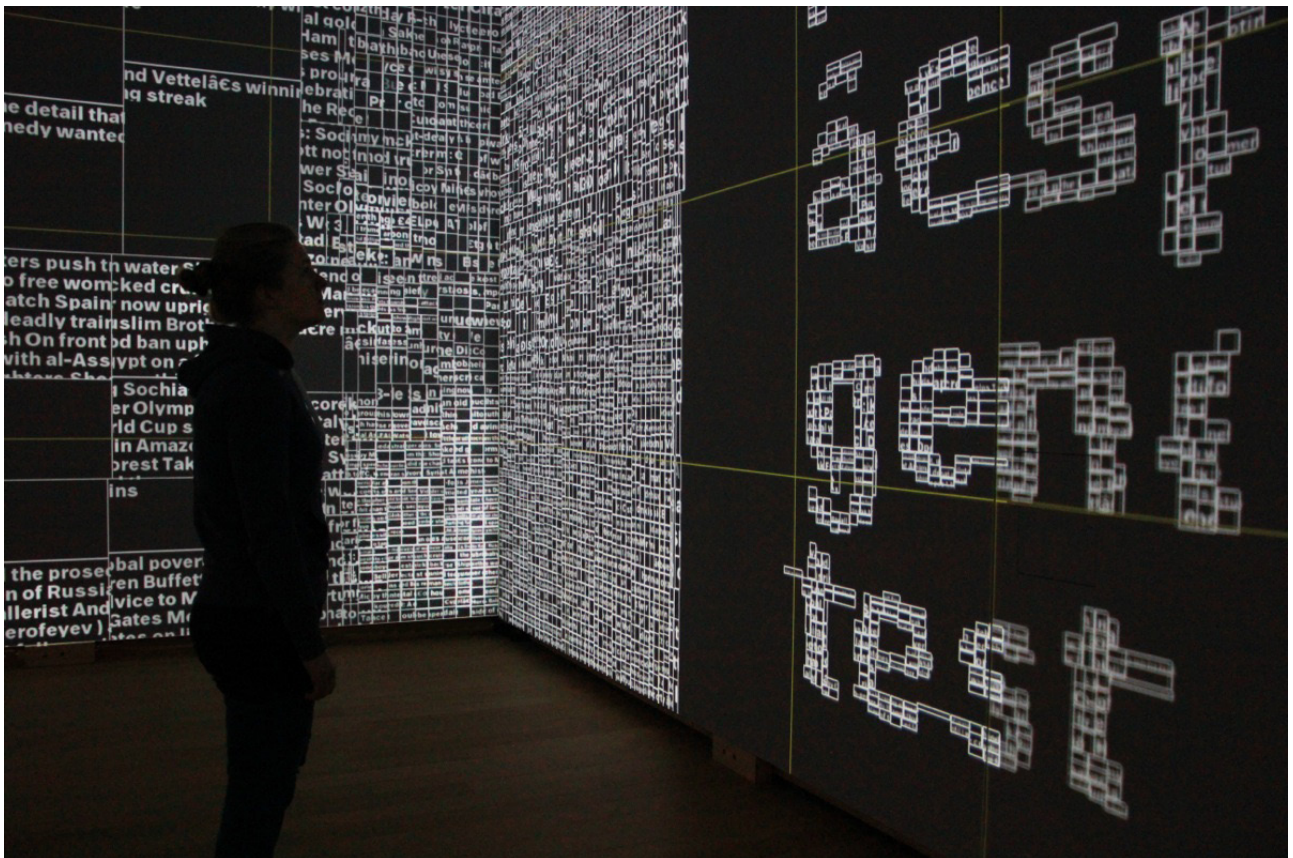
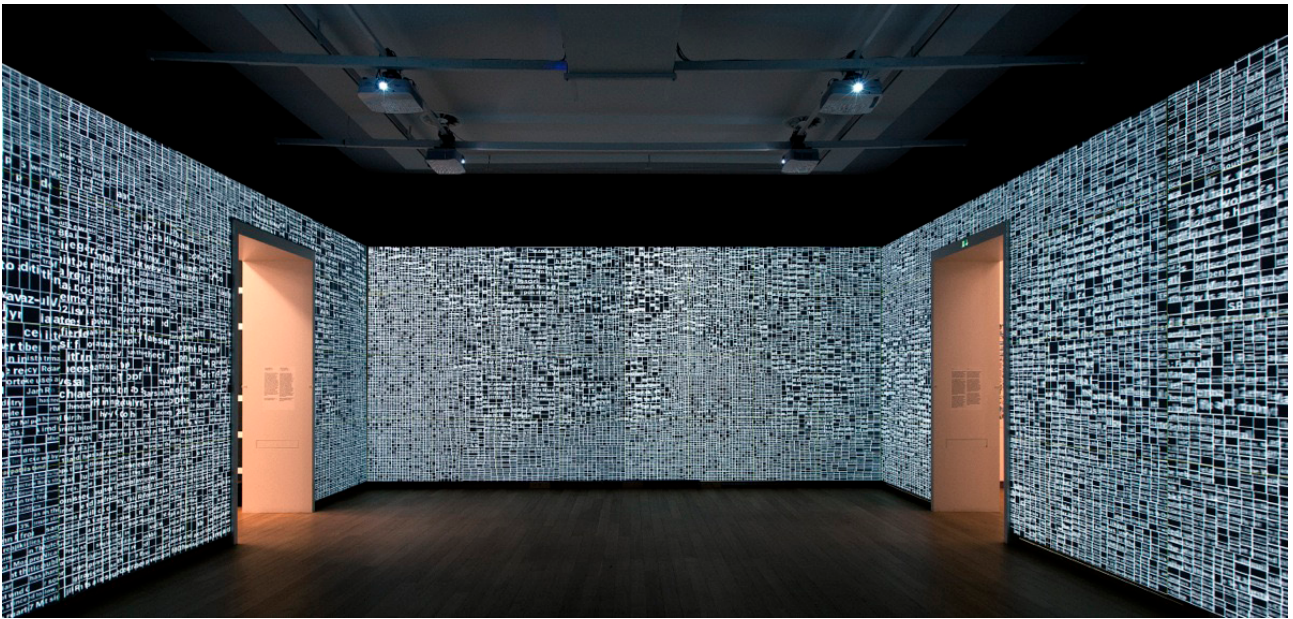


Abbildung 15–16 Dokumentarische Fotografien aus dem Projekt «Type/Dynamics»; zu beachten: die sich verändernde Lesbarkeit der Typografie im Raum – Van Rooij, G. (o. D.), in Filip (2013). *CreativeApplications.Net*.

3.4 Hierarchie, Struktur und Hervorhebung

Wie wir in Kapitel 2.1 gesehen haben, werden Bildschirmtexte selten linear gelesen. Zunächst wird der Text gescannt und dabei vor allem Überschriften, Hervorhebungen und Einleitungssätze erfasst. Aus diesem Grund muss die Struktur des Textes sofort erkennbar sein (Santa Maria, 2014, S.101–103). Dabei bilden die Gestaltgesetze Nähe, Ähnlichkeit und Kontrast die Grundlage, da sie visuelle Gruppen organisieren, bevor sie kognitiv interpretiert werden (Khazaeli, 2005, S.23–26). Brown (2018, S.159–165) zeigt, dass Kontrast das wirkungsvollste Mittel zur Herstellung von Hierarchie ist, da grosse, dunkle Elemente näher wirken als kleine, helle. Deshalb taucht das Thema der *variablen Schriften* (vgl. Abb. 17) oft auf, da sie eine subtile, *kontextsensitive* Steuerung der anpassbaren Parameter ermöglichen.

Es ist jedoch sehr schwierig für Designer:innen, Entscheidungen über die Wichtigkeit der Aussagen zu treffen. Oft ist dies gar nicht möglich, da Vorwissen und Ziele der Leser:innen unbekannt sind. Wer viel Vorwissen zu einem Thema verfügt, wird durch Hervorhebungen an Stellen, die als nebensächlich empfunden werden, eher abgelenkt als unterstützt. Ein gutes Beispiel sind Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs), deren unlesbare Gestaltung kein Versehen ist, sondern die bewusste Absicht verfolgt, das genaue Lesen zu verhindern. Design entscheidet, ob Informationen verstanden werden sollen oder nicht (Interview Forster, 2026, S.52–53).

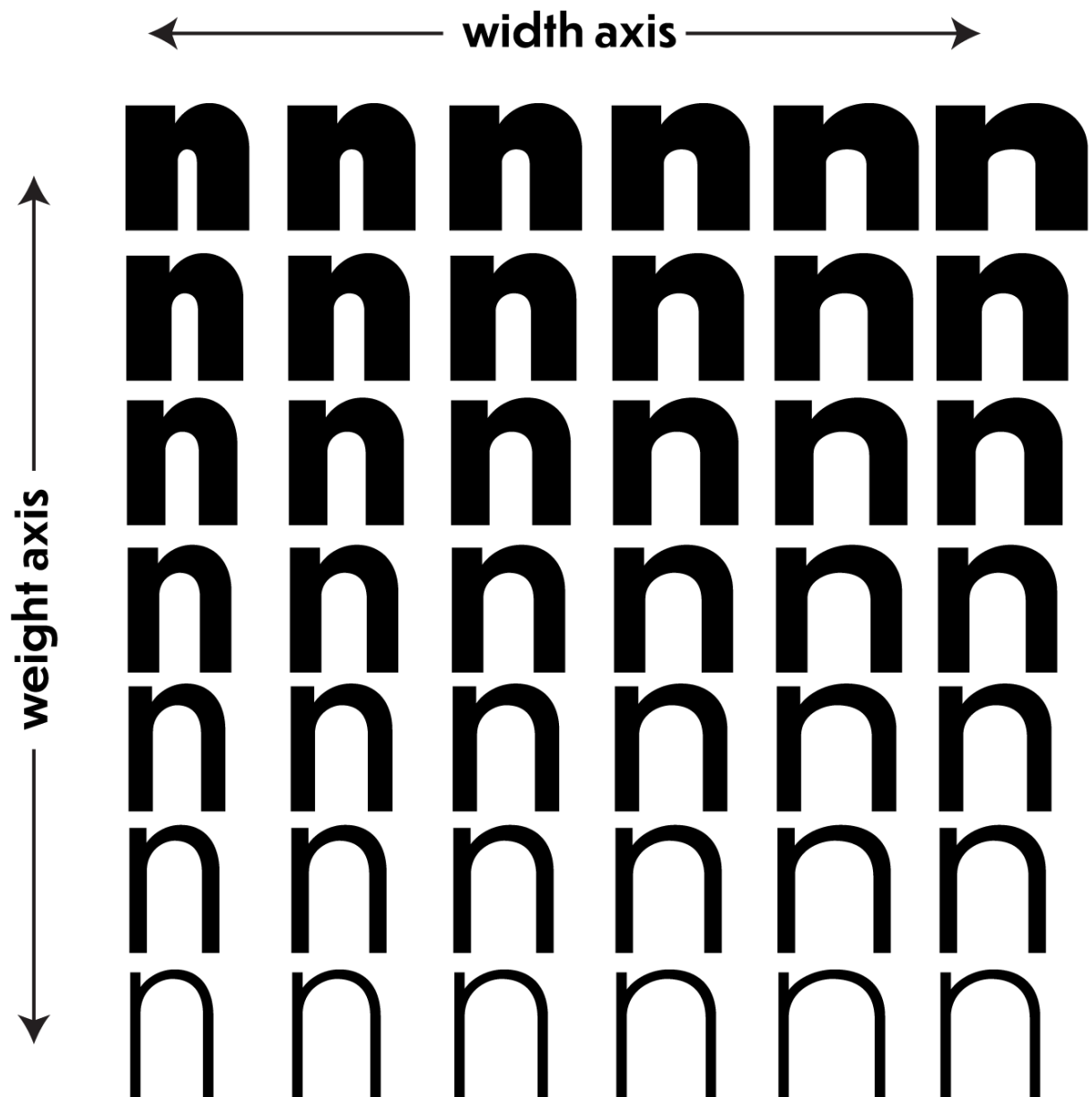


Abbildung 17

Achsensystems im Multiple-Master-Format; zu beachten:
die anpassbaren Parameter Strichstärke und Breite
– Salinas Claret, M. & Pons Tarrazó, J. J. (2019). *Tipografía avanzada*. UOC

4. INTERAKTION ALS STEUERUNGSMITTEL

4.1 Steuerung und Kontrolle

Interaktivität verändert die Beziehung zwischen Leser:in und Text grundlegend. In einem statischen Medium sind Leser:innen nur *Rezipient:innen* des vorgegebenen Angebots, in einem interaktiven Medium werden sie zum Teil selbst zu aktiven Gestalter:innen. Daraus geht hervor, dass der Handlungsspielraum stets durch die Designer:innen definiert wird und sie damit eine Verantwortung über die Bedingungen haben, unter denen Inhalte zugänglich gemacht werden.

Forster (Interview, 2026, S.55) unterscheidet Steuerung als Tätigkeit und Kontrolle als Emotion. Wenn Leser:innen Buttons oder Slider verwenden, steuern sie aktiv, wodurch das Gefühl von Kontrolle entsteht. Wird dieses Steuerungselement entzogen, etwa durch erzwungene Pausen oder rein animierte Formate ohne Eingriffsmöglichkeit, geht das Kontrollgefühl verloren. Das erklärt zum Beispiel, warum auch kleine Interaktionsmöglichkeiten wie ein «Weiter-Button» psychologisch wirksam sind. Sie verändern zwar nicht den Inhalt, aber stabilisieren die emotionale Relation zum Text.

Gerade aus lernpsychologischer Sicht ist dies essenziell: Richard Mayers «Segmenting Principle» (Digital Learning Institute, o.D.) erklärt, dass die Kontrolle des Tempos und des Umfangs von Informationen Lernenden hilft, da sie Informationen unterschiedlich schnell verarbeiten. Das gilt ebenso für Informationstexte: Die Möglichkeit, den eigenen Lese- und Verarbeitungsrhythmus zu bestimmen, reduziert kognitive Belastung und erhöht die Verweildauer am Inhalt.

4.2 RSVP und die Grenzen der Kontrolle

Rapid Serial Visual Presentation (RSVP) ist ein Verfahren, bei dem Wörter einzeln an einer fixen Position erscheinen, sodass die Augen keine aktiven Sakkaden ausführen müssen. Studien zufolge ermöglicht RSVP Lesegeschwindigkeiten, die drei- bis viermal über dem Normalwert liegen (Bachfischer & Robertson, 2005, S. 4). Das klingt nach einer idealen Lesehilfe für den informationsüberfluteten digitalen Raum, ist in der Praxis aber nur sehr begrenzt.

Das grundlegende Problem liegt in der *Regression*: RSVP eliminiert die Möglichkeit, in einem Text zurückzuspringen, weil der Text nur über die Zeitachse existiert. *Bewusste Regressionen* sind jedoch ein normaler und produktiver Teil des Leseprozesses (Forster, 2021, S. 145–146). Wenn diese Zeichen aktiven Verstehens unterdrückt werden, verlieren Leser:innen Orientierung und Kontrollgefühl. Daher ist diese Technik eher für kurze Botschaften geeignet als für längere Informationstexte (Interview Forster, 2026, S. 54–55).

Gerade in den sozialen Medien und in der Film- und Videoproduktion wird RSVP häufig eingesetzt. Ein anschauliches Beispiel hierfür findet sich in der Titelsequenz von Gaspar Noés Spielfilm «Enter the Void» (2009; vgl. Abb. 18–23). Visuell ist die Technik äusserst wirkungsvoll und fügt sich konsequent in Noés ästhetische Bildwelt ein. Allerdings wird die Lesbarkeit der eingeblendeten Namen durch die Vielzahl an Effekten erheblich eingeschränkt. Die Aufmerksamkeit richtet sich weniger auf den Text selbst als auf die visuelle und akustische Inszenierung. Da es sich um den Abspann handelt, welcher traditionell erst am Filmenende erscheint und nicht zwingend verstanden werden muss, nutzt Noé die Gelegenheit, formale Normen zu brechen und ihn an den Anfang zu setzen. Durch den Einsatz von RSVP verwandelt er ein normalerweise statisches und oft als monoton wahrgenommenes Format in ein emotionales Erlebnis. Gleichzeitig geht er damit das Risiko ein, sein Publikum von Beginn an zu überreizen und kognitive Überforderung auszulösen.

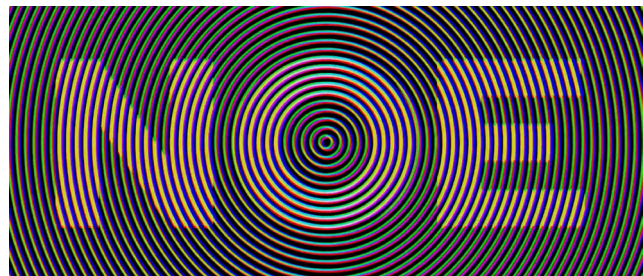
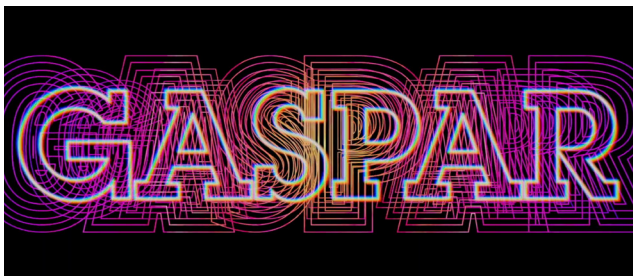


Abbildung 18–23

Stills aus der Titelsequenz von «Enter the Void»; zu beachten:
der Einsatz verschiedenster Bildsprachen und die daraus resultierende
eingeschränkte Lesbarkeit durch RSVP
– Noé, G. (2009). Via YouTube (Independent Film Company, 2010).

4.3 Nichtlineare Strukturen und individuelle Dramaturgie

Digitale Medien werden seit den frühen Jahren des World Wide Web für ihr Potenzial zur nichtlinearen Kommunikation gefeiert. Die meiste Software bleibt jedoch trotz technischer Möglichkeiten linear in ihrer Grundstruktur (Lupton, 2004, S. 68–69). Nichtlinearität ist eine gestalterische Entscheidung, die aktiv herbeigeführt werden muss und hohe Anforderungen an die konzeptuelle Sorgfalt stellt.

Das Kunstprojekt «NORD» (2003–2004; vgl. Abb. 24–27) von Esther Hunziker zeigt, wie nichtlineare Narrative gestalterisch funktionieren können. Hier werden Text, Sound, statische und bewegte Bilder miteinander verknüpft, mit wenigen gezielt eingesetzten aufdringlichen Animationen. Die Leser:innen bestimmen durch ihre Entscheidungen die individuelle Dramaturgie des Lesevorgangs, indem Pfade eingeschlagen und Zusammenhänge hergestellt werden (Institute Digital Communication Environments (IDCE), Basel Academy of Art and Design FHNW et al., 2024, S. 8).

Forster (Interview, 2026, S. 55) beschreibt eine zentrale Schwierigkeit nichtlinearer Strukturen. Ein Link, der zu früh erscheint, führt in einen Kontext, für den noch kein Vorwissen besteht. Erscheint er zu spät, haben Leser:innen den Faden bereits verloren. Landen sie wiederholt bei inhaltlich unpassendem Material, besteht die Gefahr, dass sie das Vertrauen in die gesamte Struktur verlieren und beenden das Leseerlebnis. Diese Verantwortung liegt vollständig bei den Designer:innen. Lesende glauben, frei zu wählen – die Optionen wurden jedoch vorab definiert.

Das Problem im Web ist die Unlimitiertheit. Was wäre, wenn Leser:innen nur fünf Links nutzen dürften? Durch eine solche Beschränkung würden sie auf sich selbst zurückgeworfen und gezwungen, zu reflektieren, was wirklich relevant ist und könnten feststellen, dass weniger Optionen mehr Orientierung schaffen als unbegrenzte Freiheit. Nonlinearität würde dadurch nicht aufgehoben, sondern erhielte Bedeutung.

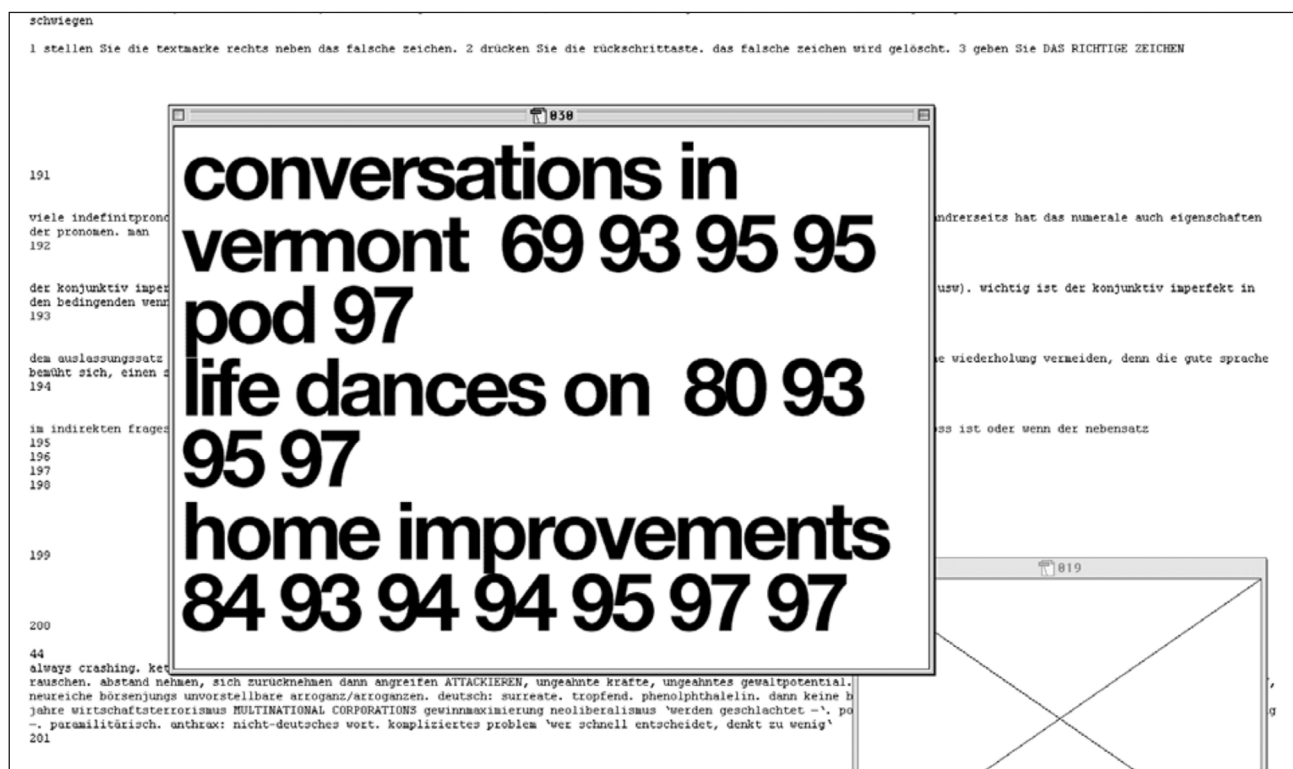
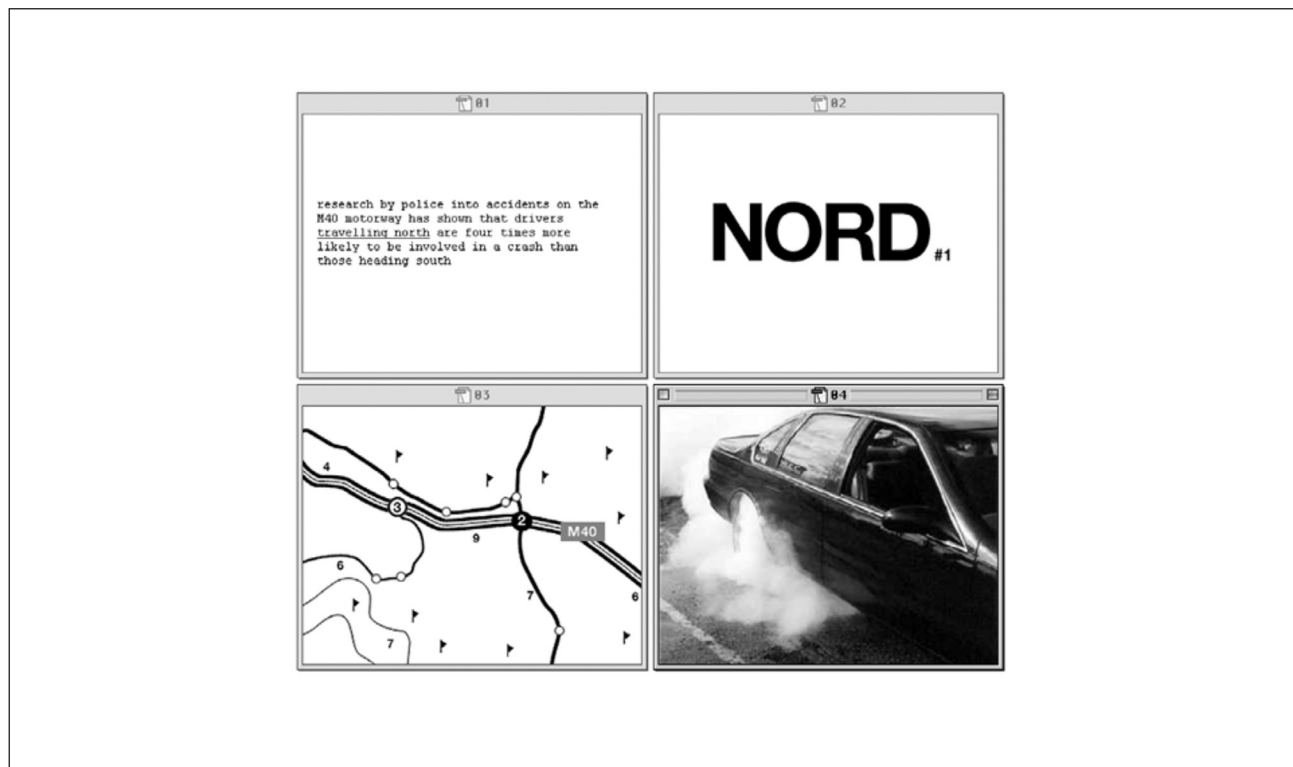


Abbildung 24–25 Stills aus dem Kunstprojekt «Nord»; zu beachten: die verschiedenen Zustände der Vier-Fenster-Struktur und deren sich verändernde Hierarchie
– Institute Digital Communication Environments (IDCE), Basel Academy of Art and Design FHNW, Schindler, A. & Renner, M. (2024, S. 114). *Unleashed*. electrfd.net.

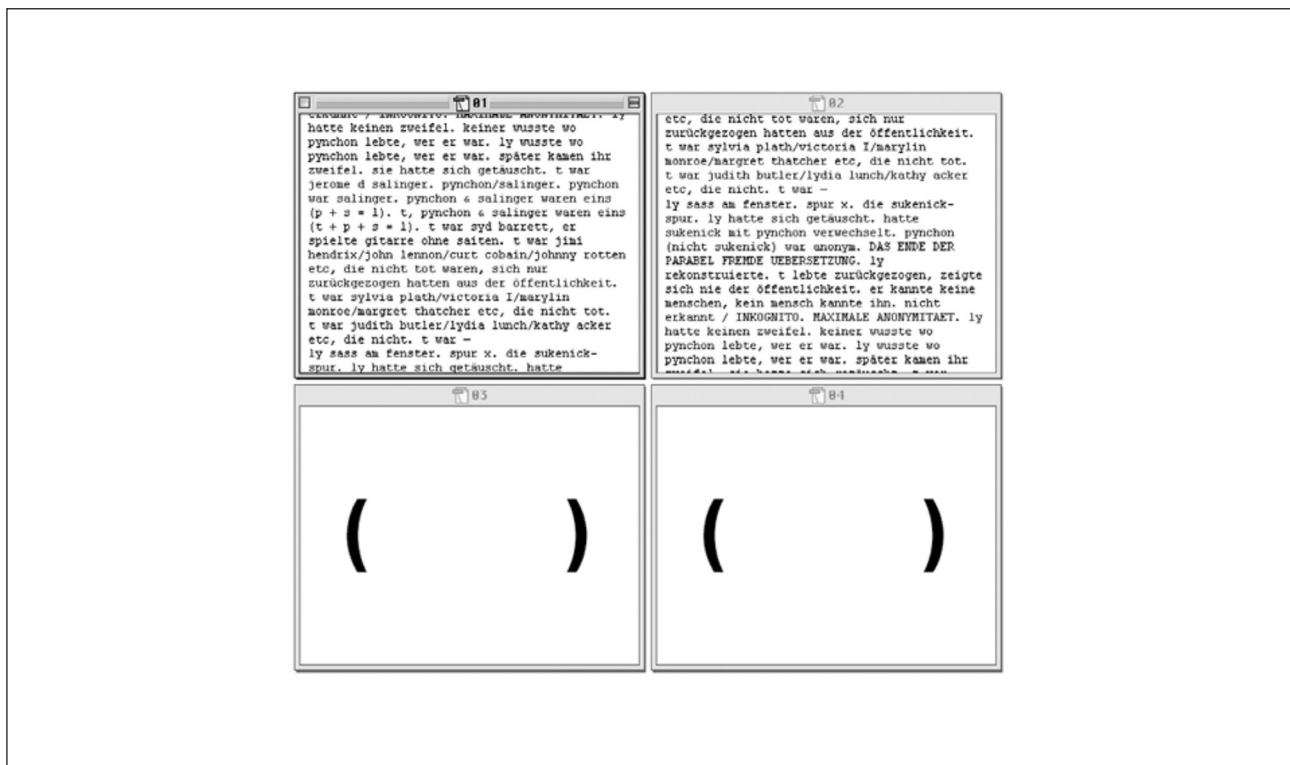


Abbildung 26–27 Stills aus dem Kunstprojekt «Nord»; zu beachten: die verschiedenen Zustände der Vier-Fenster-Struktur und deren sich verändernde Hierarchie
– Institute Digital Communication Environments (IDCE), Basel Academy of Art and Design FHNW, Schindler, A. & Renner, M. (2024, S. 114). *Unleashed*. electrfd.net.

5. VERSTÄNDNIS ALS ZIEL – GRENZEN UND VERANTWORTUNG

5.1 Zugänglichkeit und individuelle Anpassbarkeit

Zugänglichkeit ist im Design essenziell. Wahid Bin Ahsan (2025, S.10) argumentiert in seiner aktuellen Forschung zur *adaptiven* Schriftgrösse, dass diese in erster Linie keine ästhetische Entscheidung ist, sondern Informationen grundsätzlich zugänglich macht. Das betrifft nicht nur Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen, sondern alle, die in nicht idealen Bedingungen lesen: bei schlechtem Licht, auf einem kleinen Bildschirm, unter Ablenkung.

Menschen lesen unterschiedlich. Forster (Interview, 2026, S.55) empfiehlt maximal vier bis fünf Einstellungsmöglichkeiten, damit Leser:innen nicht mehr Zeit mit Formatieren als mit Lesen verbringen. Die wirkungsvollsten Einstellungen betreffen Schriftgrösse, Zeilenabstand und Textbreite, da sie direkt die Anzahl an Fixierungen pro Zeile, die Ermüdung der Augenmuskulatur und die kognitive Belastung beim Zeilensprung beeinflussen.

Ein verbreiteter Mythos in der Diskussion digitaler Typografie ist die Überzeugung, dass serifenlose Schriften besser lesbar seien als Serifenschriften. Diese Annahme basiert jedoch auf einer älteren Studie aus den 1950er Jahren. Die aktuelle Forschung zeigt keinen wesentlichen Unterschied der beiden Schriftklassen in Bezug auf Lesbarkeit, da die technologische Grundlage eine andere ist als noch vor 70 Jahren (Latin, 2019, S.53–54). Die gestalterische Entscheidung für eine bestimmte Schriftgattung sollte daher von Inhalt, Kontext und Auflösung abhängen, nicht von dieser überholten Faustregel.

Umgebungsbedingungen beeinflussen sich gegenseitig – Bewegung ist eine davon. Je nach Leseabstand oder Medienformat verändern sich die Bedingungen (Bin Ahsan, 2025, S.7). Was auf einem grossen Desktop-Monitor als angenehme Animation wirkt, kann auf einem kleinen Smartphone-Display bei schlechtem Licht störend sein. Daher ist es wichtig, die Medien direkt in den gestalterischen Prozess einzubinden, damit Bewegung kontextsensitiv eingesetzt werden kann.

5.2 Eye-Catcher und Überleitung

Aufmerksamkeit zu erzeugen ist die leichtere Aufgabe. Die Schwierigere ist, sie zu halten und für den Inhalt nutzbar zu machen. Ein häufiges Muster dabei ist der abrupte Übergang vom *Eye-Catcher* zum eigentlichen Inhalt. Die erzeugte Aufmerksamkeit verpufft, bevor sie mit dem Thema verbunden werden konnte. Forster (Interview, 2026, S. 56) beschreibt dieses Problem anhand zweier Beispiele aus dem Kommunikationsdesign.

Der Nespresso-Werbespot «Last Judgment» (2006; vgl. Abb. 28–31) mit George Clooney und John Malkovich veranschaulicht dieses Prinzip. Clooney stirbt, landet im Himmel und kehrt dennoch für einen Nespresso auf die Erde zurück. Die Botschaft ist klar: Das Produkt ist die bewusste Wahl. Die Geschichte ist nachvollziehbar, hat Witz und stellt Nespresso als erstrebenswert dar. Forster (Interview, 2026, S. 56) spricht dabei von einer perfekten Balance zwischen Aufmerksamkeit erzeugen, Aufmerksamkeit halten und Botschaft verankern.

Ein Stilmittel, das denselben Zweck verfolgt, aber anders wirkt, ist die *paradoxe Intervention*. «Geiz ist geil» (vgl. Abb. 32) von Saturn prägte bis 2007 jahrzehntelang den deutschen Elektronikhandel. Die Werbekampagne verwendet zwei negativ konnotierte Wörter als Botschaft, um bewusst die Vorstellung darüber zu brechen. Eine bewusst gebrochene Vorstellung kann mehr Aufmerksamkeit erzeugen als ein perfekt gestaltetes Layout. Der Bruch muss jedoch als Absicht erkennbar sein und eine klare Aussage tragen, um keine Verwirrung zu erzeugen (Interview Forster, 2026, S. 56). Wichtig dabei ist, die erzeugte Aufmerksamkeit am Ende zum Verständnis zu überführen.

Jürg Lehni (in Conrad et al., 2021, S. 266) beobachtet diesen Mechanismus im Kontext sozialer Medien: In einem statischen Feed reicht eine einzelne Bewegung, um die Blicke der Benutzer:innen sofort auf sich zu ziehen. Variable Schriften und kinetische Typografie wurden gerade deshalb populär, weil sie Bewegung in einen sonst statischen Kontext bringen.



Abbildung 28–29 Stills aus dem Nespresso Werbespot «Last Judgment»; zu beachten: die narrative Verbindung zwischen Werbeträger und Produkt – Garnier, E. (2009). Via YouTube.



Abbildung 30–31 Stills aus dem Nespresso Werbespot «Last Judgment»; zu beachten: die narrative Verbindung zwischen Werbeträger und Produkt – Garnier, E. (2009). Via YouTube.



Abbildung 32

Plakat der Werbekampagne «Geiz ist geil»; zu beachten: der bewusste Einsatz negativ konnotierter Wörter und Bildbezüge als Aufmerksamkeitsmittel
– Schulz, V. (o. D.), in Gnirke, K. & Hesse, M. (2019). *Der Spiegel*, (45).

5.3 Kognitive Überlastung und ethische Verantwortung

Bewegte und interaktive Typografie trägt eine kommunikative Verantwortung, die über die ästhetische Wirkung hinausgeht. Kinetische Typografie sollte nur dort eingesetzt werden, wo sie den Denk- oder Gefühlsprozess, der hinter einem Text steht, tatsächlich abbildet. Andernfalls kann sie die Konzentration stören und den Inhalt unnötig verkomplizieren (H.–J. Lee & Park, 2023, S. 4).

Interaktion muss so intuitiv sein, dass Leser:innen sie ausführen, ohne darüber nachzudenken. Sobald eine Interaktion erklärt werden muss, geht kognitive Kapazität verloren, die dem Textinhalt fehlt. In komplexen Fällen ist es dann sinnvoller, eine rein animierte Variante einzubauen (Rebelo et al., 2025, S. 13).

Tännler (2025, S. 33) verweist im Ausblick ihrer schriftlichen Arbeit auf eine offene Forschungsfrage, die direkt an diese Arbeit anschliesst: Wie verhält sich verkörpertes Engagement mit digitalen Inhalten, wenn es auf längere Texte übertragen wird? Experimente mit haptischem Feedback zeigen, dass zu häufige Vibrationen schnell überfordernd wirken und ihren Signalwert verlieren. Was für kurze, emotional aufgeladene Textstellen funktioniert, kann bei langen Informationstexten zur Erschöpfungsquelle werden.

Daraus lässt sich schliessen, dass nicht immer alles umgesetzt werden soll, was technisch möglich ist. Die Frage sollte nicht lauten, was das Medium kann, sondern was dem Inhalt und den Leser:innen dient. Design, das mit seiner eigenen Kompetenz prahlt, arbeitet gegen den Text. Design, das sich zurückzieht, arbeitet für ihn.

6. ZUSAMMENFASSUNG

Wie nehmen wir Text am Bildschirm eigentlich wahr? Diese scheinbar einfache Frage hat sich in der vorliegenden Arbeit als überraschend vielschichtig erwiesen. Lesen ist kein passiver Vorgang, sondern ein Zusammenspiel aus physiologischen Augenbewegungen, kognitiven Filtern, individuellen Lesegewohnheiten und der Gestaltung des Textes selbst. Dabei ist die Unterscheidung zwischen Informations- und Prosatexten zentral, da für beide unterschiedliche Voraussetzungen gelten (vgl. Kap. 2.1).

Die Arbeit hat gezeigt, dass Aufmerksamkeit und Textverständnis zwei unterschiedliche Zustände sind, die durch Design zwar beeinflusst, aber nicht garantiert werden können. Aufmerksamkeit ist ein unmittelbarer Wahrnehmungszustand, während Textverständnis ein langsamerer kognitiver Prozess ist, der eine anhaltende Aufmerksamkeit voraussetzt (vgl. Kap. 2.2).

Bewegung erweist sich in diesem Zusammenspiel als ebenso wirkungsvoll wie riskant. Sie erzeugt Aufmerksamkeit reflexartig, was ihren kontextsensitiven und kontrollierten Einsatz erheblich erschwert. Entscheidend ist daher, ob Bewegung als Aufmerksamkeits- oder Orientierungsmittel eingesetzt wird. Das eine zieht den Blick an, das andere leitet ihn. Nur Letzteres trägt nachhaltig zum Textverständnis bei (vgl. Kap. 3.1). Ähnliches gilt für Hervorhebungen und visuelle Hierarchien. Jede Entscheidung darüber, was betont wird, ist eine Aussage über Wichtigkeit. Diese können Designern:innen oft gar nicht treffen, weil ihnen weder das Vorwissen noch das Leseziel der Leser:innen bekannt ist. Wer zu viel hervorhebt, läuft Gefahr, abzulenken. Wer gar nicht hervorhebt, unterlässt Chancen, Orientierung zu geben (vgl. Kap. 3.4).

Auch Interaktion unterstützt den Leseprozess nur dann, wenn sie intuitiv ist und kaum kognitive Ressourcen beansprucht. Das Gefühl von Kontrolle über den eigenen Lesefluss spielt dabei eine zentrale Rolle, da es die Beziehung zum Text stabilisieren kann (vgl. Kap. 4.1). Die Auseinandersetzung mit RSVP-Systemen hat gezeigt, dass zwar die Lesegeschwindigkeit erhöht werden kann, dies jedoch auf Kosten von Orientierung und Regressionsmöglichkeiten

geschieht (vgl. Kap. 4.2). Nichtlineare Lesestrukturen können in diesem Fall das Leseerlebnis bereichern, sind jedoch stark inhaltsabhängig und erfordern eine sorgfältige Gestaltung (vgl. Kap. 4.3).

Die wirksamsten gestalterischen Eingriffe sind oft die unscheinbarsten. Parameter wie Schriftgrad, Zeilenlänge und Zeilenabstand, die Möglichkeit für Regressionen sowie das Kontrollgefühl über den eigenen Lesefluss sind Grundbedingungen dafür, dass Lesen gut funktioniert. Im digitalen Medium können Bewegung und Interaktion auf dieser Basis aufbauen. Als Ersatz eignen sie sich nicht (vgl. Kap. 5.1).

Daraus ergibt sich eine gestalterische Verantwortung mit ethischer Dimension: Design entscheidet mit darüber, ob Informationen verstanden werden. Wer sich dieser Verantwortung bewusst ist, gestaltet anders – vorsichtiger mit Effekten, grosszügiger mit Struktur und reflektierter im Umgang mit den eigenen Grenzen als Designer:in (vgl. Kap. 5.3).

7. FAZIT

Bewegung allein erzeugt kein Verständnis. Sie schafft Bedingungen, unter denen Verständnis entstehen kann – vorausgesetzt, sie dient dem Inhalt und nicht sich selbst. Das ist die Kernaussage dieser Arbeit, und sie klingt einfacher, als sie ist. Denn die Versuchung, gestalterische Möglichkeiten auszureizen, ist im digitalen Raum grösser als je zuvor. Die zentrale Frage lautet daher, welche dieser Möglichkeiten ethisch vertretbar sind, welche das Lesen und die Wahrnehmung tatsächlich unterstützen und welche lediglich zur Reizüberflutung beitragen.

Dass diese Frage zunehmend auch ausserhalb akademischer Kontexte gestellt wird, zeigt ein aktuelles Beispiel aus der Filmbranche. Das Projekt «Caption with Intention» (FCB Chicago et al., 2025; vgl. Abb. 33–36) hat das seit den 1970er-Jahren nahezu unveränderte System der Untertitelung grundlegend neu gedacht. Anstelle von statischem weissem Text am unteren Bildrand nutzt das System variable Schriften, Farbe und Animation, um nicht nur zu übertragen, was gesagt wird, sondern wie es gesagt wird – Betonung, Lautstärke, Sprecher:innenidentität, emotionale Färbung. Entwickelt in enger Zusammenarbeit mit der gehörlosen und schwerhörigen Community und inzwischen von der Academy of Motion Picture Arts and Sciences mit einem Scientific and Technical Award ausgezeichnet, ist es ein Beleg dafür, dass Typografie, Bewegung und Zugänglichkeit keine Gegensätze sind, sondern zusammengedacht werden können.

Ein zweiter Entwicklungsstrang, der in direktem Zusammenhang mit dieser Arbeit steht, ist das Scrollytelling – eine Erzähltechnik, bei der das Scrollen selbst zur narrativen Geste wird. Texte, Bilder und Animationen entfalten sich schrittweise mit der Bewegung der Leser:innen. Was ursprünglich im digitalen Journalismus und in Datenpublikationen erprobt wurde (vgl. Abb. 37–48), wird zunehmend auch für informierende und erklärende Formate nutzbar gemacht. Das Scroll-Tempo der Leser:innen bestimmt den Rhythmus der Informationsvermittlung – ein Prinzip, das die in dieser Arbeit beschriebene Unterscheidung zwischen Steuerung und Kontrolle direkt aufgreift.

Leser:innen steuern aktiv. Das Kontrollgefühl bleibt somit erhalten, solange der Text dem Menschen folgt und nicht umgekehrt.

Beide Beispiele zeigen, wohin sich das Feld gerade bewegt: weg von statischer Typografie als selbstverständlichem Standard, hin zu Systemen, die auf Menschen, Kontext und Inhalt reagieren. Adaptive Schriften, die sich an Lesedistanz und Umgebungslicht anpassen. Layouts, die modularer denken als Raster. Interaktionen, die nicht nur unterhalten, sondern orientieren wollen. Diese Entwicklungen brauchen keine neuen Argumente – sie brauchen Gestalter:innen, die verstehen, warum etwas wirken kann, und die Antwort dafür auch im Lesen selbst zu suchen, nicht nur im Effekt.

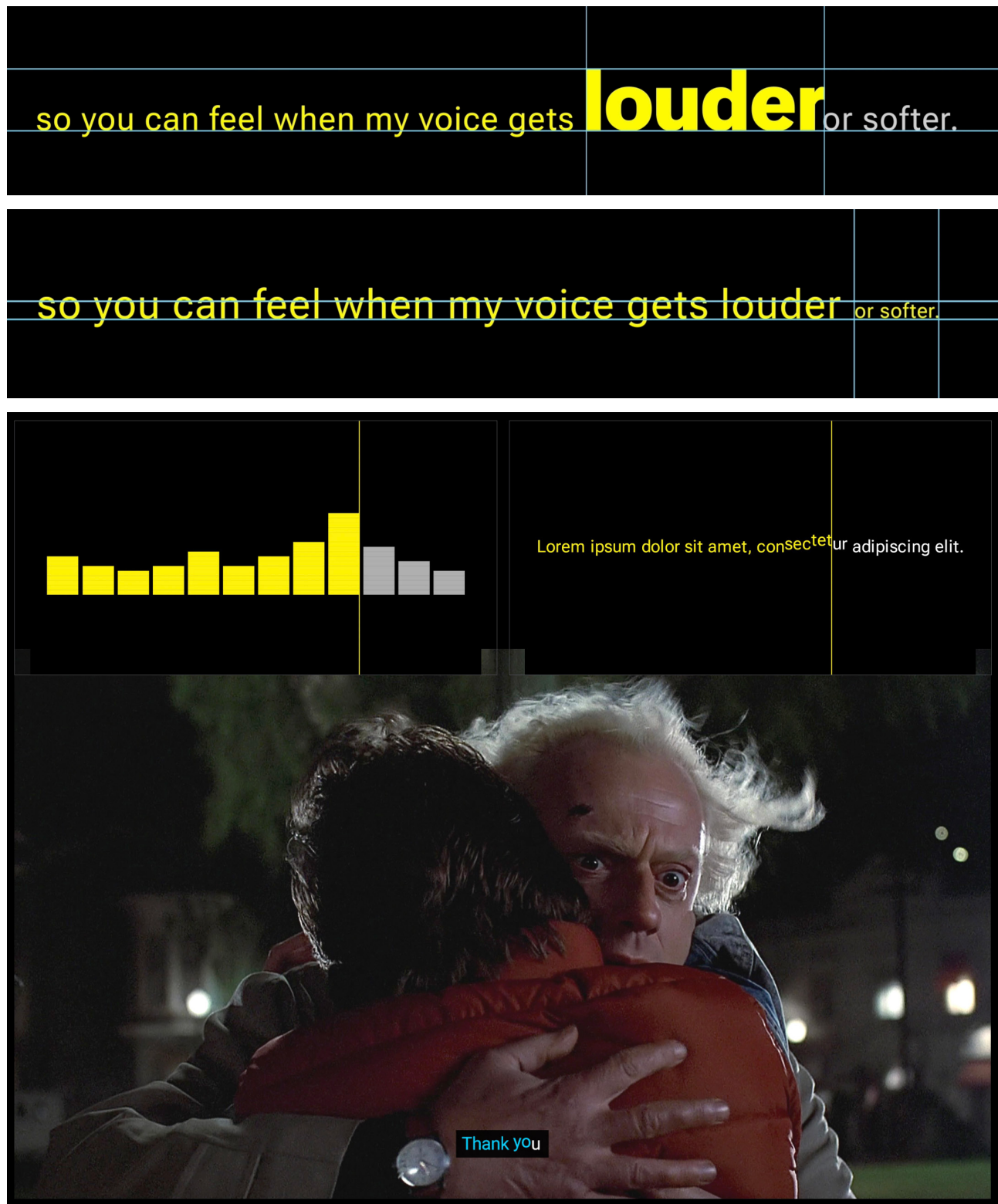


Abbildung 33-35 Visualisierungen des Projekts «Caption with Intention»; zu beachten:
der Einsatz von variabler Schrift, Farbe und Animation zur Vermittlung von
Intonation und Sprecher:innenidentität
– FCB Chicago, Chicago Hearing Society & Rakish Entertainment (2025).
captionwithintention.org.



Abbildung 36

Visualisierungen des Projekts «Caption with Intention»; zu beachten:
 der Einsatz von variabler Schrift, Farbe und Animation zur Vermittlung von
 Intonation und Sprecher:innenidentität
 – FCB Chicago, Chicago Hearing Society & Rakish Entertainment (2025).
captionwithintention.org.

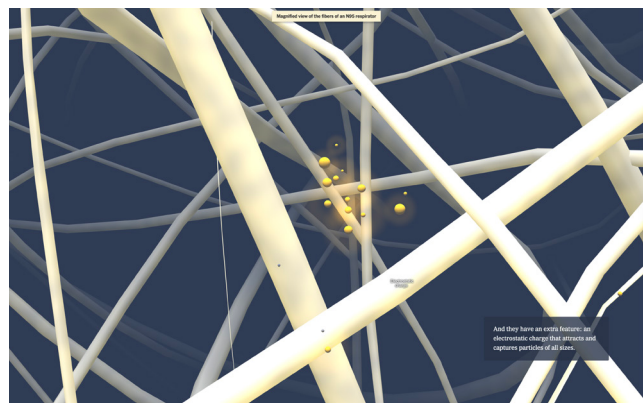
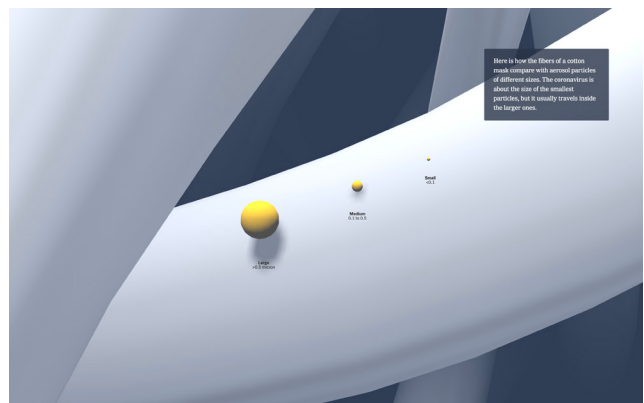
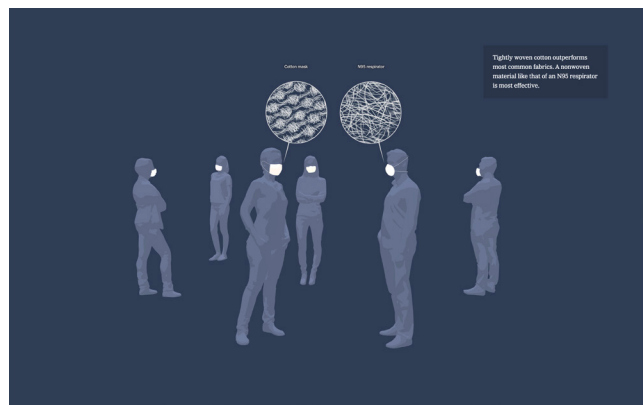


Abbildung 37–42 Stills aus der interaktiven Reportage «Masks Work. Really. We'll Show You How»; zu beachten: der Einsatz von Scrollytelling zur schrittweisen Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte
– Fleisher, O. et al. (2020). *The New York Times*.

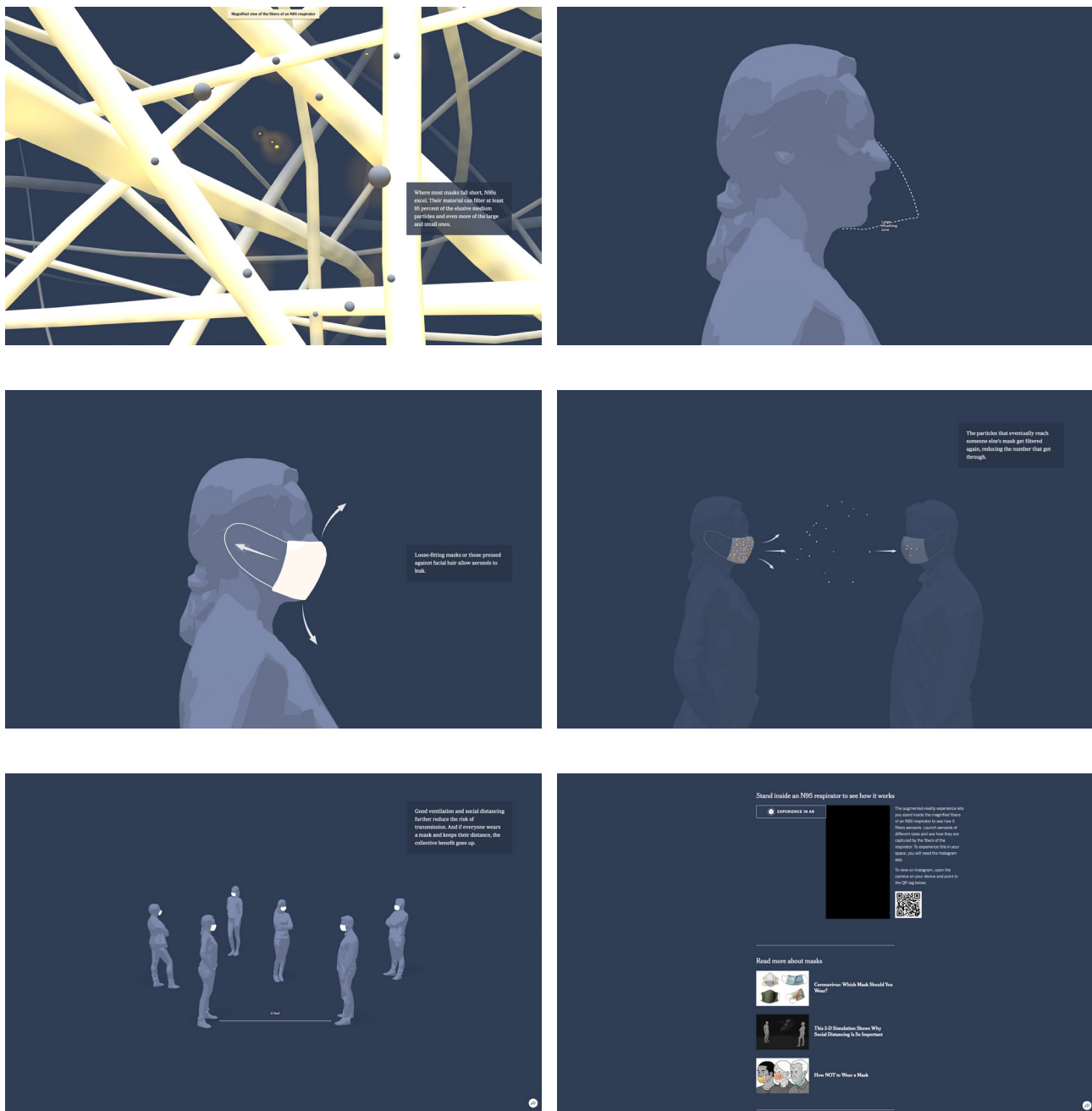


Abbildung 43–48 Stills aus der interaktiven Reportage «Masks Work. Really. We'll Show You How»; zu beachten: der Einsatz von Scrollytelling zur schrittweisen Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte
– Fleisher, O. et al. (2020). *The New York Times*.

8. ANHANG

8.1 Literaturverzeichnis

Zitierte Literatur

Print

Conrad, D., Leijssen, R. van, & Héritier, D. (Hrsg.). (2021). *Graphic design in the post-digital age: A survey of practices fueled by creative coding* (First edition). Onomatop  e.

Götz, V. (2004). *Typo digital* (1. deutsche Aufl.). Rowohlt Taschenbuch Verl.

Khazaeli, C. D. (2005). *Systemisches Design: Intelligente Oberflächen f  r Information und Interaktion* (Dt. Erstausg.). Rowohlt-Taschenbuch-Verl.

Lupton, E. (2004). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors and students* (1. Aufl.). Princeton Architectural Press.

Rutter, R. (2017). *Web typography: A handbook for designing beautiful and effective responsive typography*. Ampersand Type.

Online

Bachfischer, G., & Robertson, T. (2005). From Movable Type to Moving Type – Evolution in technological mediated Typography. *Apple University Consortium*, 1–13. Abgerufen 29. März 2026, von <http://hdl.handle.net/10453/2147>

Betancourt, M. (2019). Asemic typography in kinetic design. *Semiotica*, 2019(231), 245–257. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.1515/sem-2018-0029>

Bin Ahsan, W. (2025). Adaptive Font Size Accessibility: A Cross-Media Diagnostic Model. *Userhub Journal*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.58947/journal.vfry23>

Brown, T. (2018). *Flexible Typesetting* (J. Zeldman, Hrsg.). A Book Apart. Abgerufen 29. März 2026, von <https://flexibletypesetting.com/>

Brownie, B. (2020). *Transforming type: New directions in kinetic typography*. Bloomsbury. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.5040/9781474246187>

Digital Learning Institute. (o.D.). *Mayer's 12 Principles of Multimedia Learning* [Blog-Eintrag]. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.digitallearninginstitute.com/blog/mayers-principles-multimedia-learning>

Fadira, F. (2025). Exploring Interactive Typography as a Visual Communication Medium to Enhance Generation Z Engagement on Digital Platforms. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 18(1), 230–237. Abgerufen 29. März 2026, von <https://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/view/3126>

FCB Chicago, Chicago Hearing Society, & Rakish Entertainment. (2025). *Caption With Intention*. Caption With Intention | Accessible & Engaging Caption Design. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.captionwithintention.org>

Filip. (2013, Dezember 20). Type/Dynamics – LUST and the work of Jurriaan Schrofer at the Stedelijk Museum [Blog-Post]. *CreativeApplications.Net*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.creativeapplications.net/project/typedynamics-lust-and-the-work-of-jurriaan-schrofer-at-the-stedelijk-museum/>

Forster, G. A. (2021). *Effizient lesen: Eine systematische Hilfe für alle, die zu viel zu lesen haben* (8. Aufl.). expert verlag. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.36198/9783838556413>

Institute Digital Communication Environments (IDCE), Basel Academy of Art and Design FHNW, Schindler, A., & Renner, M. (2024). *unleashed. Revisiting Early Explorations of Interactive Media in Visual Communication Design*. electrfd.net. Abgerufen 29. März 2026, von <https://electrfd.net/unleashed/index.html>

Kim, J. (2011, Mai 4–7). Typographic Elements and Principles in Time: Applying Motion Proximity and Motion Common-Fate to Identify Legibility and ABA Form in Motion. *The Proceedings of European Academy of Design, Endless End, International Conference. University of Porto, School of Fine Arts*, 174–387. Abgerufen 29. März 2026, von <https://jinsookkims.com/research/>

Latin, M. (2019). *Better Web Typography for a Better Web* (2. Aufl.). Abgerufen 29. März 2026, von <https://betterwebtype.com/web-typography-book/>

Lee, H.-J., & Park, S. (2023). What drives the learning benefits of moving text? A theoretical discussion for learning implications of kinetic typography (Teil 169). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–7. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01646-6>

- Lee, J. C., Forlizzi, J., & Hudson, S. E. (2002, Oktober 27–30). The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. *Proceedings of the 15th annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology. Human Computer Interaction Institute and School of Design Carnegie Mellon University*, 4(2), 81–90. Abgerufen 29. März 2026, von http://johnnylee.net/kt/dist/files/Kinetic_Typography.pdf
- Nielsen, J. (2006, April 16). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. Nielsen Norman Group. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>
- Parpiev, K. (2025). *The Impact of Responsive Design on User Experience*. Preprints. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.20944/preprints202511.2063.v1>
- Rebelo, S. M., Lopes, D., Martins, T., Gonçalves, R., Martins, P., Bicker, J., & Machado, P. (2025). Design Responsively: Exploring Computational Design Approaches for Creating Responsive Moving Posters. *IEEE Access*, 13, 211775–211795. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3642777>
- Santa Maria, J. (with Lupton, E.). (2014). *On Web typography*. A Book Apart. Abgerufen 29. März 2026, von <https://jasonsantamaria.com/#on-web-typography>
- Tännler, S. (2025). *Digital Objectality: Exploring Computational Materials through Design Practice* [MA-Thesis, University of Applied Sciences and Art Northwestern Switzerland FHNW]. Abgerufen 29. März 2026, von <https://irf.fhnw.ch/handle/11654/53422>
- Weiterführende Literatur**
- Print*
- Dowling, J. (Hrsg.). (2024). *Three dimensional type*. Counter-Print.
- Elam, K. (2006). *Gestaltungsraster: Ordnungssysteme für Schrift* (1. Aufl.). Princeton Architectural Press.
- Heller, S. (2010, August). Jason Santa Maria. *PRINT Magazine*, 64(4), 24–25.
- Levin, G. (with Brain, T.). (2021). *Code As Creative Medium: A Handbook for Computational Art and Design*. MIT Press.
- Lim, Y. L., & Filleul, Y. (Hrsg.). (2025). *CodeCrafted: Generative design in branding*. viction:ary.
- Lupton, E. (2014). *Type on screen: A critical guide for designers, developers, writers, and students*. Princeton Architectural Press.
- Maag, B. (2005, Oktober). Type on Screen. *Creative Review*, 25(10).
- Viction Workshop LTD (Hrsg.). (2023). *New Utilitarian: Systematic Approaches to Aesthetics and Design*. viction:ary.
- Wang, S. (2019). *Typography for screen: Type in motion* (1. Aufl.). HOAKI BOOKS.
- Online*
- Ads of the World. (2025). *Caption with Intention: A New Standard in Cinematic Accessibility*. Ads of the World. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/caption-with-intention-a-new-standard-in-cinematic-accessibility>
- Bece, A. Modern Fluid Typography Using CSS Clamp [Blog-Eintrag]. *Smashing Magazine*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.smashingmagazine.com/2022/01/modern-fluid-typography-css-clamp/>
- Brownie, B. (2014). A New History of Temporal Typography: Towards Fluid Letterforms. *Journal of Design History*, 27(2), 167–181. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.1093/jdh/ept036>
- Daniels, D. (2003). Strategies of Interactivity. *Vom Readymade zum Cyberspace: Kunst/Medien Interferenzen*. Hatje Cantz. Abgerufen 29. März 2026, von https://www.hgb-leipzig.de/daniels/vom-readymade-zum-cyberspace/strategien_der_interaktivitaet.html
- Demirbas, B. O. (2016). Typography in interactive spaces and the process of reading. *5th World Conference on Design and Arts (WCDA)*, 3(5), 56–61. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.18844/prosoc.v3i5.1961>
- Felix. (2024, August 22). Fluid typography in design systems: From design to code [Blog-Eintrag]. *Medium*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://uxdesign.cc/fluid-typography-in-design-systems-from-design-to-code-2b5f46a729b4>

- Guedes, L. S., Marques, L. A., & Vitório, G. (2020). Enhancing Interaction and Accessibility in Museums and Exhibitions with Augmented Reality and Screen Readers. In K. Miesenberger, R. Manduchi, M. Covarrubias Rodriguez, & P. Peñáz (Hrsg.), *Computers Helping People with Special Needs* (Bd. 12376, S. 157–163). Springer International Publishing. Abgerufen 29. März 2026, von https://doi.org/10.1007/978-3-030-58796-3_20
- Hansen, S. M. (2025). *Learning Creative Coding* (Version 1.0.1). Abgerufen 29. März 2026, von <https://stigmollerhansen.dk/resume/learning-creative-coding/>
- Hostetler, S. C. (2006, April 6–8). Integrating Typography and Motion in Visual Communication. *2006 iDMAa and IMS conference*. Abgerufen 29. März 2026, von https://www.researchgate.net/publication/229035420_Integrating_Typography_and_Motion_in_Visual_Communication
- Janes, R. (2020, September 16). *Using Variable Fonts on the Web*. Dinamo Typefaces. Abgerufen 29. März 2026, von <https://abcdinamo.com/news/using-variable-fonts-on-the-web>
- Kuraityė, M., Bessemans, A., & Nuyts, E. (2020). Impact of Kinetic Typography on Readers' Attention. *Visible Language*, 54(1–2), 170–185. Abgerufen 29. März 2026, von <https://journals.uc.edu/index.php/vl/article/view/4632>
- Marcotte, E. (2011). *Responsive web design* (J. Zeldman, Hrsg.). A Book Apart. Abgerufen 29. März 2026, von <https://abookapart.com/products/responsive-web-design.html>
- Museum Tinguely Basel. (2024). *Unleashed. Neu beleuchtet: Frühe Erkundungen interaktiver Medien in der visuellen Kommunikation*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.tinguely.ch/de/ausstellungen/ausstellungen/2024/unleashed.html>
- Pelz, B. (o.D.). *Hartung Trenz – Responsive Typography*. ARS PHOTONICA. Abgerufen 29. März 2026, von <https://arsphotonica.net/hartung-trenz-responsive-typography/>
- Şoğlu, B., & Çeken, B. (2025). Sensör Tabanlı Tipografi Deneyimi: Ses, Işık Ve Mesafe Sensörleri İle Tipografik Uygulamalar. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 11(3), 512–525. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.5281/zenodo.15544677>
- Stanić Loknar, N., Bratić, D., & Agić, A. (2020, November 12). Kinetic typography – Figuration and technology. *Proceedings – The Tenth International Symposium GRID 2020. University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts*, 719–723. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p81>
- Torun, I. (o.D.). *ANI232 Kinetic Typography* [Kurs-Manuskript]. Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Communication, Animation Department. Abgerufen 29. März 2026, von https://www.academia.edu/129732613/ANI232_Kinetic_Typography?sm=b&rhid=38573332421
- Turgut, O. P. (2012). Kinetic Typography in Movie Title Sequences. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 51, 583–588. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.209>
- Wikipedia. (2025, Mai 11). *Geiz ist geil*. Abgerufen 29. März 2026, von https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Geiz_ist_geil&oldid=255905123
- Wong, Y. Y. (1995). *Temporal Typography: Characterization of time-varying typographic forms* [MS-Thesis, MIT]. Abgerufen 29. März 2026, von <http://hdl.handle.net/1721.1/29102>

8.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 01–02

Santa Maria, J. (with Lupton, E.). (2014, S. 8). *On Web typography. A Book Apart*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://jasonsantamaria.com/#on-web-typography>

Abbildung 03

Nielsen, J. (2006, April 16). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. Nielsen Norman Group. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>

Abbildung 04–05

Moran, K. (2020, April 5). *How People Read Online: New and Old Findings*. Nielsen Norman Group. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.nngroup.com/articles/how-people-read-online/>

Abbildung 06–07

Watson. (2016, Juli 13). *Wenn du das hier lesen kannst, ist dein Gehirn zu Meisterleistungen fähig*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.watson.ch/!261068178>. Der genaue Ursprung der Abbildung ist nicht eindeutig nachvollziehbar. Zur fachlichen Einordnung der Behauptung siehe Davis, M. (2003, Oktober 30). *MRC Cognition and Brain Sciences Unit: Using cognitive theory and innovations in neuroscience to understand and improve mental wellbeing across the lifespan*. University of Cambridge. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.mrc-cbu.cam.ac.uk/people/matt.davis/Cmabridge/>. Visuell nachbearbeitet und für bessere Lesbarkeit optimiert vom Autor.

Abbildung 08

Brownie, B. (2020, xii). *Transforming type: New directions in kinetic typography*. Bloomsbury. Abgerufen 29. März 2026, von <https://doi.org/10.5040/9781474246187> visuell nachbearbeitet und für bessere Lesbarkeit optimiert vom Autor

Abbildung 09–14

Shay. (2007, Februar 17). *Primiti Too Taa* [Videoaufnahme; Regie: Ed Ackerman, Colin Morton]. YouTube. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.youtube.com/watch?v=KcrTzPAUqic>

Abbildung 15–16

Van Rooij, Gert-Jan. (o. D.). [Fotografien] in Filip. (2013, Dezember 20). *Type/Dynamics – LUST and the work of Jurriaan Schrofer at the Stedelijk Museum* [Blog-Post]. *CreativeApplications.Net*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.creativeapplications.net/project/typedynamics-lust-and-the-work-of-jurriaan-schrofer-at-the-stedelijk-museum/>

[tions.net/project/typedynamics-lust-and-the-work-of-jurriaan-schrofer-at-the-stedelijk-museum/](https://www.creativeapplications.net/project/typedynamics-lust-and-the-work-of-jurriaan-schrofer-at-the-stedelijk-museum/)

Abbildung 17

Salinas Claret, M., & Pons Tarrazó, J. J. (2019, 4.2.4 Multiple Master). *Tipografia avanzada*. [Online-Dissertation, Universitat Oberta de Catalunya (UOC)]. Abgerufen 29. März 2026, von <https://disseny-test.uoc.edu/materials/tipografia-avan/es/4-2-4-multiple-master/>

Abbildung 18–23

Independent Film Company. (2010, August 2). *Enter the Void – Opening Title Sequence | IFC Films* [Videoaufnahme; Regie: Gaspar Noé]. YouTube. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.youtube.com/watch?v=dLOlNGXoP8E>

Abbildung 24–27

Institute Digital Communication Environments (IDCE), Basel Academy of Art and Design FHNW, Schindler, A., & Renner, M. (2024, S. 114). *unleashed. Revisiting Early Explorations of Interactive Media in Visual Communication Design*. electrfd.net. Abgerufen 29. März 2026, von <https://electrfd.net/unleashed/index.html>

Abbildung 28–31

Garnier, E. (2009, November 7). *Nespresso. What else? George Clooney et John Malkovich. Nego* [Videoaufnahme]. YouTube. Abgerufen 29. März 2026, von https://www.youtube.com/watch?v=_6VORhi_RIO

Abbildung 32

Schulz, Volkmar (o. D.). [Fotografie] in Gnirke, K., & Hesse, M. (2019, November 1). *Ceconomy (Media Markt, Saturn) in der Krise: Geiz ist so ungeil*. *Der Spiegel*, (45). Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.spiegel.de/wirtschaft/ceconomy-media-markt-saturn-in-der-krise-geiz-ist-so-ungeil-a-00000000-0002-0001-0000-000166735192>

Abbildung 33–36

FCB Chicago, Chicago Hearing Society, & Rakish Entertainment. (2025). *Caption With Intention*. Caption With Intention | Accessible & Engaging Caption Design. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.captionwithintention.org>

Abbildung 37–48

Fleisher, O., Gianordoli, G., Parshina-Kottas, Y., Patanjali, K., Peyton, M., & Saget, B. (2020, Oktober 30). *Masks Work. Really. We'll Show You How*. *The New York Times*. Abgerufen 29. März 2026, von <https://www.nytimes.com/interactive/2020/10/30/science/wear-mask-covid-particles-ul.html>

8.3 Weitere Quellen/Dokumente

Interview Gabriele A. Forster

Gabriele A. Forster ist Dipl.-Betriebswirtin und Expertin für bewusste und unbewusste Wahrnehmungs- und Lernvorgänge. Sie ist Inhaberin der Firma BrainTrain in Wein- stadt (DE) und Autorin des Buches «Effizient Lesen», das in der 8. Auflage erschienen ist. Seit 36 Jahren vermittelt sie Techniken zum gehirngerechten Arbeiten für Menschen jeden Alters und Berufsfelds. Ihr Ziel ist es, gehirngerechtes Arbeiten alltagstaug- lich zu machen, Stress zu reduzieren und zu zeigen, dass jeder geistig gesunde Mensch zu aussergewöhnlichen Lern- und Lese- leistungen fähig ist. Das folgende Interview entstand im Rahmen dieser Bachelorarbeit über interaktive Typografie als Medium für Aufmerksamkeit und Textverständnis.

L. Hecht In wissenschaftlichen Arbeiten zum Thema Lesen und Typografie begegnen wir häufig absoluten Aussagen: «Bewegung erhöht die Aufmerksamkeit», «Fettdruck verbessert das Textverständnis». Wie gehst du damit um?

G. Forster Je nachdem, welche Zielgruppe untersucht wurde oder welches Ziel die Untersuchung hatte – es wird ver- sucht, gemeinsame Nenner zu finden, die für alle Menschen passen. Da Lesen stark mit dem Gehirn zu tun hat, ist das fast unmöglich. Oft heisst es: «Es hat Einfluss». Es müsste aber eher heissen: «Es kann Einfluss haben.» Denn, bei einer Person hat es einen Einfluss, bei der nächsten überhaupt keinen. Was den einen stört, findet ein anderer wertvoll.

Aber das wäre zum Beispiel dann ein guter Aspekt, den man zu- mindest einfließen lassen kann: dass sich die Aussagen immer auf eine ganz bestimmte Lesesituation beziehen. Es fragt sich grundsätzlich: Reden wir von Informationstexten oder reden wir von Prosatexten, wie Romanen oder Unterhaltungsliteratur? Geht es darum, Informationen zu transportieren, oder möchte man Leute unterhalten? Ein Roman ist etwas völlig anderes fürs Gehirn als ein Informationstext.

Wir lernen in der Schule lesen, von der ersten bis zur vierten Klasse, und womit? Mit Unterhaltungstexten: «Der Peter geht mit der Anne in die Schule», Ausschnitte aus «Die kleine Hexe» und so weiter. Dann kommst du in die fünfte Klasse und plötz- lich hast du fast nur noch Informationstexte vor dir, und kein Mensch sagt dir, dass es da einen wesentlichen Unterschied gibt. Nun lernen wir in der Schule zudem, unbewusst auch Informati- onstexte wie Prosatexte zu schreiben – und lernen damit, Infor-

mationstexte zu produzieren, die schon per se schlecht lesbar sind. Ich sage immer: Wenn ich einen Roman lese, möchte ich, wie vermutlich 99 Prozent der Menschen, nicht sofort wissen, wer der Mörder ist. Genau das möchte ich aber beim Informati- onstext: Ich möchte von Beginn an wissen, warum ich den Text lese.

Es ist nachvollziehbar, dass wir Lesen anhand von Prosatexten lernen. Wir übernehmen diese Lesetechnik automatisch ins Le- sen von Informationstexten, weil uns niemand sagt, dass das ein himmelweiter Unterschied ist. Wir lernen zwar in der Schule, wie man einen Bericht schreibt. Uns wird jedoch nicht klargemacht, dass ich beim Informationstext zum Beispiel den Nutzen an den Anfang stellen sollte. Auch dadurch verliert man ab der fünften Klasse Schritt für Schritt das Textverständnis – da geht es um Erosion, Sedimentation, Korrosion und lauter Fremdwörter, und Texte, die so geschrieben sind, als wären es Unterhaltungstex- te. Das funktioniert für unser Gehirn nicht. Man kümmert sich dann um Satzspiegel und um Fettdruck, um den Text lesbarer zu machen und vergisst dabei, sich um den Aufbau des Textes zu kümmern.

L. Hecht In meiner Arbeit steht weniger der Inhalt selbst im Vordergrund, sondern die Form der Vermittlung. In- wiefern beeinflusst das die gestalterischen Entscheidungen?

G. Forster Was du rüberbringst, ist abhängig vom In- halt. Fett, kursiv und so weiter – das kann super sein, aber es kann dir auch komplett den Text zerstören. Stell dir mal vor, du hast einen Roman und da ist ständig irgendwas fett kursiv gedruckt. Den liest du nicht lange. Diese Effekte gibt es auch beim Informationstext. Da kommt es nämlich auch darauf an: Hast du einen langen oder kurzen Informationstext? Hat je- mand schon Vorkenntnisse oder ist es etwas völlig Neues? All das entscheidet letztendlich, in welchem Umfang Fettdruck, Kursivschrift und so weiter gut ist oder nicht. Wenn du extrem viel über Quantenphysik weisst und da sind Dinge fettgedruckt, die für dich nebensächlich sind, dann wirst du vermutlich vom eigentlichen Inhalt mehr abgelenkt. Die Form der Vermittlung ist immer abhängig von der Art des Textes und dem Leseziel.

L. Hecht Dieses Hervorheben von einzelnen Teilen aus dem Text basiert auf einer Entscheidung über Wichtigkeit, die du als Designer:in gar nicht treffen kannst, weil man weder der Autor noch die eigentliche Zielgruppe ist.

G. Forster Genau. Als Gestalter:in musst du letztendlich wissen, was der/die Auftraggeber:in damit vermitteln will. Diese Information ist fürs Design entscheidend. Schau dir AGBs an:

Die sind häufig nicht umsonst in einem schlechten Schriftsatz, mit einer Schriftgrösse, die kaum jemand lesen kann. Möchte man, dass der Leser die AGBs versteht, oder möchte man, dass er aufgibt und einfach unterschreibt? Und da sind wir wieder beim Punkt: Was ist das Ziel des Ganzen?

L. Hecht Im Kern geht es darum, wie Schrift am Bildschirm wirkt und wie digital vermittelte Texte wahrgenommen werden. Ich möchte dabei gestalterische Ansätze entwickeln, die den/die Betrachter:in dazu bringen, über das eigene Leseverhalten nachzudenken – also sehr reflektiv: Was sehe ich, was verstehe ich, was kann ich aufgrund des Visuellen erfassen?

G. Forster Dann müssen wir aufpassen: Definiere «Textverständnis» und «Wahrnehmung» – das eine ist Wahrnehmung, das andere ist Textverständnis. Textverständnis ist, wenn ich etwas lese und verstehen möchte, was «Sedimentation» bedeutet. Wahrnehmung ist: Ich sehe etwas, ich erkenne etwas. Wahrnehmung ist Voraussetzung fürs Verständnis, aber beides sind verschiedene Dinge.

L. Hecht In diesem Zusammenhang interessieren mich auch Arbeiten, die mit onomatopoetischen Texten arbeiten – also Wortlauten, die keinen definierten, inhaltlichen Bedeutungsträger haben, aber trotzdem durch Ton und visuelle Sprache einen emotionalen Bezug schaffen. Wie wird dadurch die Wahrnehmung beeinflusst?

G. Forster Der emotionale Bezug entsteht hauptsächlich durch den Ton. Wenn du den gleichen Text ohne Ton abspielst, macht er nichts mit dir – du beendest vermutlich innerhalb von zehn Sekunden, ohne es zu Ende zu schauen. Das Interessante ist der Ton, weil er einen Zusammenhang zum Visuellen bringt. So entsteht die Emotion.

L. Hecht Ich habe das Gefühl, dass durch Interaktion auch etwas Ähnliches passieren kann – wenn man durch einen motorischen Eingriff die Bewegung steuert, sei es die Geschwindigkeit oder ob man durch Bewegung eine statische Visualisierung erst zum Bewegen bringt.

An dieser Stelle gab ich G. Forster einen Einblick in eines meiner gestalterischen Experimente.

G. Forster Dein Experiment mit dem hervorgehobenen Text ist sehr spannend. Es fragt sich nur, in welcher Geschwindigkeit? Es ist letztendlich wahrnehmungsabhängig: Für manche produziert das positiven Stress, eine Herausforderung, die bewältigt werden kann. Für andere wiederum kann dieselbe

Geschwindigkeit negativen Stress, Überforderung oder genervt sein auslösen.

Bewegung kann Gefahr bedeuten. Deswegen springt unser Hirn auf Bewegung an – es beobachtet, ob eine Gefahr vorliegt. Wenn jemand in deinem Raum langsam hin und her läuft und du arbeitest in normaler Ruhe, blendest du die Bewegung nach einer Weile aus. In dem Moment aber, in dem sich die Geschwindigkeit verändert, schneller wird, wird sich dein Fokus sofort wieder auf die Bewegung richten. Das heisst, Bewegung löst kurzfristig Stress aus – Fokussierung durch Adrenalin. Bin ich dauerhaft in dieser Situation, komme ich in die Kortisolproduktion. Jetzt wissen wir aber, dass eine gewisse Portion positiver Stress gut ist, wenn er als bewältigbare Herausforderung gesehen wird. Genau dieser Peak, ab dem die Herausforderung zu gross wird, ist bei jedem Menschen woanders.

Ein solcher Text, der mit hervorgehobenen Wörtern läuft, ist grundsätzlich super, wenn er schneller ist als die 160 Wörter pro Minute, mit der der Mensch normalerweise liest. Denn 160 Wörter pro Minute entsprechen dem Niveau der vierten Klasse. Du kannst das Niveau anheben, bis die Leute merken: «Boah, meine Aufmerksamkeit ist hier super.» Und dann kommt der Moment, da wird es zu schnell – negativer Stress –, dann verlierst du den Text. Dieser Punkt ist eben bei jedem Menschen woanders.

L. Hecht Da greife ich ja gezielt ein, weil es bei meinem Beispiel um die aktive Interaktion mit dem Text geht – der/die User:in entscheidet durch die Scrollbewegung, wann der nächste Satz eingeblendet wird. Durch die Befragung mit Legastheniker:innen, hat sich gezeigt, dass das Format ihnen hilft, weil die Augen weniger im Text herumspringen.

G. Forster Ganz spannend! Und jetzt kommt etwas Interessantes: Im Seminar stellt sich manchmal heraus, dass Legastheniker:innen schneller lesen als die anderen Teilnehmenden. Während der Rest der Gruppe mit ca. 160 – 180 Wörtern pro Minute lesen, liest er/sie beispielsweise mit 240 Wörtern pro Minute. Legastheniker:innen haben nach der vierten Klasse weiter an ihrer Lesetechnik gearbeitet, während die anderen dazu nicht mehr angeleitet wurden. Das Schlimmste, was du Legastheniker:innen nach dem grundsätzlichen Lesen lernen sagen kannst, ist «lies langsam». Wenn sie schneller lesen, merken sie, dass sie aus ihrer Spirale herauskommen, da das Gehirn das Wortbild zwar anders abspeichert, aber schon längst gelernt hat, damit umzugehen.

L. Hecht Das ist sehr aufschlussreich. Ich habe auch schon daran gedacht, wie man Leser:innen dazu bringt, zunächst

festzustellen, wie schnell sie überhaupt lesen.

G. Forster Genau – das mache ich im Seminar. Weil wenn die Teilnehmenden nicht wissen, wie schnell sie lesen, wissen sie nachher auch nicht, ob sie wirklich schneller geworden sind. Noch etwas Grundsätzliches: Konzentration ist immer ein Ergebnis, nie eine Voraussetzung. Du setzt dich nicht hin und sagst «Ich konzentriere mich.» – das geht nicht. Konzentration entsteht. Wenn du mit Begriffen wie «Konzentration» und «Aufmerksamkeit» arbeitest: Konzentration ist immer ein Ergebnis, nie eine Voraussetzung. Was beim einen konzentrationsfördernd ist, ist beim anderen eine Konzentrationsbremse.

Kennst du übrigens die 7 ± 2 Wahrnehmungsregel? Du kannst 7 plus minus 2 Informationen gleichzeitig bewusst im Hirn verarbeiten – mehr geht mit einem normalen Gehirn erst einmal nicht. Die meisten Menschen sind bei 5 Informationen. Ab sechs fängt der Kampf schon an. Sieben ist für viele schon sehr grenzwertig oder überfordernd. Daher kommt die 7×7 -Regel bei Präsentationen – maximal sieben bullet points, sieben Wörter... allerdings arbeitet die schon an der Wahrnehmungsgrenze der meisten Menschen. Deshalb sage ich: lieber 5×5 , weil der Durchschnittsmensch ab mehr als fünf Wörtern lesen muss und du damit die Aufmerksamkeit des Publikums verlierst.

L. Hecht Das Einordnen in Textabschnitte hängt also auch davon ab, wie viele neue Informationen drin sind.

An dieser Stelle zeigte mir G. Forster eine Aufgabe zunächst in Text- und danach dieselbe Aufgabe in Bildform.

G. Forster Genau. Stell dir vor, du versuchst eine Aufgabe im Kopf zu lösen. Sie beginnt mit: Stellen Sie sich ein Schachbrett mit drei Reihen vor. In jeder Reihe befinden sich 3 Felder, im zentral mittigen Feld befindet sich die Zahl 6. Diese ist um 1 größer als die über ihr stehende Spätestens ab hier liest du nur noch – du baust zunächst das Bild im Kopf auf, und dann stösst du an die Wahrnehmungsgrenze von 5–7 Informationen. Da jetzt keine weitere Information mehr reingeht, kommt das «Oh Gott, jetzt muss ich denken»-Gefühl. Das bedeutet: Schon bist du im mentalen Overflow. Was machst du dann? Du malst ein Bild, um die Aufgabe zu lösen.

Der grosse Irrtum ist, dass der Text im gezeigten Beispiel mehr Informationsmenge sei als das Bild. Das stimmt jedoch nicht. Ein Bild spricht andere Gehirnregionen an als ein Text. Du hast im Gehirn «Rennpferde» – die schnellen visuellen, automatischen, parallel ablaufenden Prozesse – und «Schnecken» – die

analytischen, langsamen, nacheinander ablaufenden Prozesse. Wenn du sowohl die visuellen als auch die analytischen Prozesse ansprichst, brauchst du nur einen Blick, um die Aufgabe zu lösen. Das ist gehirngerechtes Arbeiten: immer beides ansprechen, sowohl die visuellen als auch die analytischen Verarbeitungsprozesse des Gehirns.

Du hast einen Wortbildspeicher. Das siehst du an jenem Text, in dem die Buchstaben durcheinander gewürfelt sind – erster und letzter Buchstabe an der richtigen Stelle, alle anderen gemischt. Wenn du das Wort schon kennst, stellt dein Hirn es automatisch gerade. Wenn du das Wort noch nicht kennst, geht das nicht. Die Mindesteinheit beim Lesen sollte immer ein Wort oder ein Satz sein. Was du beim Wort hast, hast du beim Satz auch: Das Gehirn kennt beim Wort das Wortbild. Ähnlich ist es bei der Grammatik. Ich erkenne unbewusst die grammatikalische Struktur und weiss aufgrund der Satzkonstruktion schon, was als nächstes kommen muss. Das ist eine Hochrechnung aufgrund von Erfahrung.

Je schneller man liest, desto leichter liest man solche Texte. Von daher würde ich bei deinen Experimenten auf Wortebene als Mindestmass setzen. Du kannst aber auch auf Satzebene gehen, solange es keine überlangen Schachtelsätze sind. Dann wäre noch die Frage des Inhalts: Was möchte man transportieren? Will man Interesse wecken oder informieren?

L. Hecht Wenn wir schon bei der Lesegeschwindigkeit sind, möchte ich gerne auf RSVP zu sprechen kommen. RSVP – Rapid Serial Visual Presentation – ist ein System, bei dem Wörter einzeln an einer fixen Position erscheinen. Es gibt Studien, die zeigen, wie diese Geschwindigkeit exponentiell erhöht wird und man bei sehr hoher Geschwindigkeit immer noch den Inhalt erfassen kann. Dieses System wird zunehmend auch in sozialen Medien eingesetzt. Würdest du einen Roman auf diese Art lesen?

G. Forster Nein, natürlich nicht. Dieses System kannst du für kurze Botschaften einsetzen, einen einzelnen Satz. Damit erhöhst du kurz die Spannung. Bei längeren Texten hört man da schnell auf, weil du deinem Gehirn die Möglichkeit nimmst, den Zusammenhang schon zu bilden, bevor der Satz zu Ende ist. In einem solchen Fall kann man dann nicht mehr zurückspringen.

L. Hecht Genau – Regressionen sind dann nur über die Zeitachse möglich. Was mir bei rein animierten Formaten oft fehlt, sind Texthierarchien wie Überschriften und Pausen. Weissraum kann auch als Pause gelten. Bei Animationen kann das nur durch einprogrammierte Zeitfenster passieren – und diese werden vom Designer festgelegt, nicht vom Leser.

G. Forster Stell dir vor, du liest etwas Interessantes und jemand baut dir eine Zwangspause ein. Du fühlst dich ausgebremst, weil du von der Steuerung weg bist – und damit hast du das Kontrollgefühl nicht mehr. Man könnte das mit einem «Weiter-Button» lösen. Weil der eine lange braucht, um nachzudenken, der andere bereits beim Lesen nachdenkt und sofort für das Nächste bereit ist.

L. Hecht In deinem Buch «Effizient lesen» (2021) betonst du die Strategien zur aktiven Kontrolle des eigenen Leseprozesses. Wie wichtig ist das Gefühl von Kontrolle beim Lesen?

G. Forster Hierbei ist es notwendig, zwischen Steuerung und Kontrolle zu unterscheiden. Hast du die Möglichkeit, selbst zu steuern – über Buttons, einen Schieberegler oder die Neigung eines Handys – dann bist du in der Steuerung. Steuerung heisst: Ich produziere Kontrolle. Steuern ist eine Tätigkeit, Kontrolle ist eine Emotion. Mit dem Verhalten der Steuerung löst du das Ergebnis «Kontrollgefühl» aus.

L. Hecht Was hältst du von nichtlinearen Textstrukturen? Also Formate, in denen der/die Leser:in den Ablauf selbst bestimmen kann – etwa Romane mit verzweigten Handlungssträngen oder interaktive E-Books und PDFs, in denen man sich über Links durch den Text bewegt.

G. Forster Das erste Beispiel – dass du am Ende eines Abschnitts wählen kannst, in welche Richtung du weitergehst – finde ich super. Bei einem guten Fachbuch, in dem du am Ende zum passenden Kapitel geleitet wirst, ist das genial. Hast du aber einen Text online mit vielen Links, dann verliert man sich schnell. Es kommt darauf an: Kommt der Link zu früh und du folgst ihm, hast du unter Umständen zu wenig Information, um das Nächste einordnen zu können. Kommt er an der richtigen Stelle, ist das genial – nur viel Arbeit.

L. Hecht Es gibt gestalterische Projekte, bei denen man aktiv dazu animiert wird, etwas mit dem Inhalt zu machen – Interaktion und Bewegung kommen beide zur Sprache.

G. Forster Ja, und jetzt kommt es drauf an: Wenn ich klicke und die Verlinkung nicht hundertprozentig stimmt, dann komme ich vielleicht zu einem Bild, das zum Ursprungstext gar nicht passt. Dann kann ein falscher Zusammenhang entstehen. Wenn man damit arbeitet, muss man extrem aufpassen. Du hast mit dem, was du anklickbar machst und welche Klickstrecke möglich ist, als Designer:in enormen Einfluss auf das Ergebnis, das im Kopf des/der Leser:in entsteht. Der/Die Lesende hat zwar scheinbar die Kontrolle – hat sie aber tatsächlich nicht.

Er steuert nur in einem Rahmen, den du zulässt.

L. Hecht Dieses Bewusstmachen finde ich einen spannenden gestalterischen Ansatz: dass das Leseverständnis nicht zu hundert Prozent auf eigenen Entscheidungen des/der Leser:in basiert.

G. Forster Genau. Der Risikopunkt ist: Wenn es dem/der Leser:in mehrfach passiert, dass er bei einem Inhalt landet, der nicht passt, verliert er/sie das Vertrauen und macht die Seite vermutlich nie wieder auf. Das ist eine Riesenverantwortung.

Ich möchte dir ein Beispiel zum Zeilenabstand zeigen. Ich erhöhe den Zeilenabstand eines Textes – nur von einzeilig auf eineinhalb. Den eineinhalbzeiligen Text lese ich wesentlich leichter, obwohl es genau derselbe Text ist. Wenn ich es übertreibe – zum Beispiel vierzeilig –, dann wird er wieder schwerer lesbar. Da kommt es auf die Balance an.

L. Hecht Aus dem Editorial Design kenne ich: Ein hoher Zeilenabstand wird nicht immer als ästhetisch bewertet. Wie siehst du den Zusammenhang zwischen Ästhetik und Funktionalität?

G. Forster Es kommt darauf an, was man schön findet. Grundsätzlich gilt: Eineinhalb ist der ideale Zeilenabstand – auf Papier wie auf dem Bildschirm. Bei kurzen Texten merkt man den Unterschied weniger, aber wenn du acht Seiten einzeilig liest gegenüber acht Seiten mit eineinhalb, entsteht ein viel höherer Erschöpfungsgrad.

Das Gleiche gilt für Spalten. Einen Text lese ich in zwei Spalten auf DIN A4 wesentlich leichter als in voller Breite. Bei drei Spalten kann es schon wieder schwieriger werden, bei vier Spalten zerstöre ich meist den Textfluss. Es kommt auch auf Training an: Wer auf eine bestimmte Textbreite trainiert ist, liest sie mit einer Fixierung nach unten – ohne Zeilensprünge. Andere lesen Wort für Wort und brauchen schmalere Spalten.

L. Hecht Da geht es dann um eine individualisierte Möglichkeit der Anpassung der Spaltenbreite.

G. Forster Richtig. Was Menschen idealerweise anpassen können sollten: Schriftgrösse, Schriftart, Zeilenabstand und Textbreite. Nicht mehr als vier bis fünf Einstellungsmöglichkeiten, damit der/die Leser:in nicht zu viel Zeit mit Formatieren verbringt. Hauptfokus: Zeilenabstand, Textbreite und Schriftgrösse.

L. Hecht Beim Aufzoomen von Texten – wenn man die Schriftgrösse erhöht – kommt es in herkömmlichen Anwendungen oft zu unschönen Darstellungen und Umbrüchen.

G. Forster Das passiert, wenn es mit erzwungenen Zeilenwechseln programmiert wurde. Wenn es gut programmiert ist, hast du keine unschönen Umbrüche. Wenn du schnell genug liest, stört auch ein starker Flattersatz nicht mehr – weil er einfach nicht mehr wahrgenommen wird. Dein Hirn ist komplett auf den Inhalt fokussiert und kümmert sich nicht mehr um dieses Detail.

Die Leute, für die du gestaltest, kennen die gestalterischen Details in der Regel nicht. Beim Blocksatz gilt: Zu grosse Abstände zwischen den Wörtern verschlechtern die Wahrnehmung. Deswegen ist ein gut gesetzter Flattersatz mit homogenen Wortabständen leichter zu lesen. Auch Daimler⁰² hat das gelernt: Zuerst hatten sie enge, einzeilige Texte in ihren Hochglanzprospekten, heute gibt es Flattersatz und größere Zeilenabstände.

Kennst du den Kennedy-Effekt? Wenn etwas stark emotional anspricht – positiv oder negativ –, geht die Information beim ersten Erleben ins Langzeitgedächtnis und du hast sie ein Leben lang, sofern nicht schon etwas Gegenteiliges abgelegt ist. Wenn es gelingt, einen Effekt zu erzeugen, der emotional stark anspricht, und mit dem Inhalt verknüpft ist, ist das Behalten des Inhalts gesichert. Jedoch ist das sehr schwer. Deswegen setzt Werbung lieber auf Wiederholung.

L. Hecht Unterstützt visuelle Dynamik die Aufmerksamkeit, oder hemmt sie die kognitive Fähigkeit?

G. Forster: Sie unterstützt sie – wenn sie den Inhalt unterstützt. Ich kann aber auch die paradoxe Intervention nutzen und etwas tun, das überhaupt nicht passt, damit der Mensch drüber nachdenkt. «Geiz ist geil» von Saturn ist ein klassisches Beispiel: Zwei negativ konnotierte Wörter als Werbespruch – und diese Kampagne lief jahrelang. Entweder passt der Effekt genau zum Inhalt, oder du machst bewusst etwas völlig Unpassendes oder Unerwartetes. Irgendetwas Verwässertes dazwischen zieht nicht.

L. Hecht Und wenn man dann die Aufmerksamkeit des/der Leser:in hat, muss man es schaffen, ihn/sie dabei zu halten.

G. Forster Genau. Durch den sogenannten paradoxen Eye-Catcher hast du die Aufmerksamkeit – und jetzt kommt es auf den nächsten Schritt an. Viele machen den Eye-Catcher und gehen dann ohne Überleitung rein ins Thema. Das ist nicht ideal.

Man sollte vom Eye-Catcher zum Thema überleiten, damit er plötzlich Sinn macht. Der Effekt hat nur einen kurzzeitigen Moment, um die Aufmerksamkeit dorthin zu leiten, wo man sie haben möchte. Dann brauchst du etwas anderes, das zum Thema hinleitet. Wenn du Effekt nach Effekt nach Effekt einfügst, bist du ganz schnell weg vom Thema.

Die Nespresso-Spots mit George Clooney sind die besten Beispiele, die ich kenne, wie man es machen sollte: Kein Mensch käme auf die Idee, George Clooney mit einer anderen Kaffeemarke zu verbinden. Perfekte Balance zwischen Aufmerksamkeit erhalten, Aufmerksamkeit halten, Verbindung mit dem Produkt schaffen und Botschaft rüberbringen.

Aufmerksamkeit und Textverständnis sind zwei verschiedene Dinge. Aufmerksamkeit ist ein Wahrnehmungszustand, Textverständnis ein kognitiver. Du kannst noch so aufmerksam einen medizinischen Fachtext lesen – wenn du die Wörter nicht verstehst, hilft dir die Aufmerksamkeit erst einmal nicht viel.

L. Hecht Können die interaktiven Möglichkeiten auf digitaler Hardware das Textverständnis erhöhen?

G. Forster Ja – wenn die Interaktion klar definiert und intuitiv ist. Wenn du erst herumprobieren musst, um zu verstehen, wie es funktioniert, bist du weg vom Text. Die Interaktion muss so selbstverständlich sein, dass du dich gar nicht damit beschäftigen musst, sondern sie einfach ausführst. Dann erhöht sie das Textverständnis, weil sie nicht ablenkt.

L. Hecht Ist effizientes Lesen immer gleichbedeutend mit möglichst geringer Ablenkung?

G. Forster Wenn die Ablenkung mit dem Inhalt zu tun hat – zum Beispiel eine passende Abbildung –, dann nicht. Ablenkung ist nicht grundsätzlich negativ. Es fragt sich: Dient die Ablenkung dem Inhalt oder lenkt sie davon ab? Die Geschwindigkeit ist der entscheidende Faktor: Dein Gehirn muss den Text als interessant genug einordnen, damit es dabeibleibt. Das erreichst du durch Erhöhung der Lesegeschwindigkeit auf das individuelle Optimalniveau.

L. Hecht Ab wann wird Bewegung beim Lesen störend?

G. Forster Ab dem Moment, wo sie wahrgenommen wird und als nicht hundertprozentig sicher eingestuft wird. Auch die Art der Bewegung spielt eine Rolle: Welche Bilder werden erzeugt? Sind es beruhigende oder bedrohliche Bilder? Bewegung hat immer einen Einfluss auf das Lesen, wenn sie

wahrgenommen wird. Störend wird sie spätestens dann, wenn das Sicherheitsbedürfnis nicht erfüllt ist.

L. Hecht Wie beurteilst du RSVP-Systeme im Hinblick auf nachhaltiges Textverständnis?

G. Forster Ich würde das nur für sehr kurze Botschaften einsetzen – einen einzelnen Satz, maximal 20 Sekunden. Für nachhaltiges Textverständnis ist es nicht geeignet.

L. Hecht Wie wichtig ist es, beim Lesen jederzeit einen Überblick über den Gesamttext zu haben? Gerade im Belegformat ist dieser Überblick nicht immer möglich.

G. Forster Das hängt vom Inhalt ab. Wenn das Bisherige als Voraussetzung für das Weitere nötig ist, dann ist es wichtig. Wenn es modulare Bestandteile sind, die für sich stehen können, dann nicht. Was generell gilt: Eine Möglichkeit, zurückzuspringen, sollte immer vorhanden sein – auch wenn sie selten genutzt wird. Allein das Wissen, dass man im Text zurückgehen kann, erzeugt ein Kontrollgefühl.

L. Hecht Das bringt mich nun zum letzten Punkt in diesem Interview: Überschriften erzeugen Aufmerksamkeit durch ganz andere Mittel als ein Lesetext. Wenn man das dem/der Betrachter:in bewusst macht – «du liest jetzt gerade nur eine Überschrift, und das hat einen bestimmten gestalterischen Zweck» –, dann animiert man zum Reflektieren über das eigene Leseverhalten.

G. Forster Und das erreichst du am besten über Vergleiche. Der Mensch braucht immer einen Vergleich, um etwas einordnen zu können. Ohne Vergleich kannst du nicht einordnen. Wenn du möchtest, dass jemand reflektiert, brauchst du einen Vergleich. Er muss über sich selbst reflektieren, nicht über dich. Du kannst nur ein Angebot machen beim Reflektieren. Was rauskommt, hängt von seiner Wahrnehmung und Erfahrung ab.

Das Interview wurde am 03.03.2026 geführt, aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde es redaktionell gekürzt und sprachlich geglättet.

Interview mit einer Fachperson für Grafikdesign und Typografie

Das Interview wurde im Rahmen dieser Bachelorarbeit mit einer Fachperson geführt, die seit mehreren Jahren in der gestalterischen Praxis tätig ist und deren Arbeit typografische Systeme, Editorial Design und digitale Anwendungen umfasst. Die interviewte Person hat einer Nennung ihres Namens nicht zugestimmt. Daher wird auf eine Wiedergabe des Transkripts in dieser Arbeit verzichtet. Das vollständige Transkript liegt dem Autor vor und kann auf begründete Anfrage eingesehen werden.

Das Interview wurde am 12.03.2026 geführt, aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde es redaktionell gekürzt und sprachlich geglättet.

8.4 Hilfsmittelverzeichnis

ChatGPT (Version 5.4). *OpenAI*. <https://chatgpt.com>. [Unterstützung bei der stilistischen Überarbeitung von Texten]

Claude (Version Sonnet 4.6). *Anthropic*: <https://claude.ai>. [Unterstützung bei der stilistischen Überarbeitung von Texten]

DeepL (Version Web). *DeepL SE*. <https://deepl.com>. [Verwendung zur Übersetzung fremdsprachiger Quellen]

Grammarly (Version 1.157.1.0). *Grammarly Inc.* <https://grammarly.com> [Verwendung zur Rechtschreib- und Grammatikprüfung]

8.5 Glossar

Adaptiv

Fähigkeit eines Systems, sich selbstständig an veränderte Bedingungen oder Nutzerbedürfnisse anzupassen

Analogous Motion

Bewegungen, die an menschliche Gesten erinnern wie Laufen, Zittern oder Atmen

Bewusste Regression

Das gezielte Zurückgehen zu einem schwer verständlichen Satz oder einem wichtigen Begriff

Chunking

Bündelung einzelner Informationen zu sinnvollen Einheiten

Clustering

Visuelle Gruppierung zusammengehöriger Inhalte

Diffuse Aufmerksamkeit

Reaktiver Aufmerksamkeitsmodus, bei dem mehr parallele Information verarbeitet wird, die Ablenkbarkeit jedoch höher ist

Eye-Catcher

Auffälliges Element, das dazu dient, die visuelle Aufmerksamkeit einer Person sofort auf einen bestimmten Punkt zu lenken

Eye-Tracking

Methode zur Erfassung und Analyse von Augenbewegungen, unter anderem eingesetzt in der Leseforschung, UX-Forschung und Psychologie

Fixation

Kurzer Ruhezustand des Auges, in dem visuelle Information aufgenommen wird

Fokussierte Aufmerksamkeit

Gezielter Aufmerksamkeitsmodus, bei dem weniger Information verarbeitet, aber resistenter gegen Ablenkung reagiert wird

Kinetisch

Auf Bewegung beruhend; in der Typografie: Schrift, die sich verändert oder bewegt

Kontextsensitiv

Eigenschaft eines Elements, das sein Verhalten oder seine Darstellung an den jeweiligen Kontext oder die Umgebungsbedingungen anpasst

Linear

Einem festen, geraden Verlauf folgend; in der Textgestaltung: Inhalte, die in einer vorgegebenen Reihenfolge von Anfang bis Ende gelesen werden

Motion Proximity

Elemente oder Objekte, die sich räumlich nahe beieinander befinden und ähnliche Bewegungen ausführen, tendieren dazu, als zusammengehörige Gruppe wahrgenommen zu werden

Onomatopoetisch

Beschreibt Wörter, deren Klang das Geräusch oder den Laut nachahmt, den sie bezeichnen

Paradoxe Intervention

Stilmittel, das bewusst unpassend oder widersprüchlich wirkt und dadurch Nachdenken erzwingt

Peripher

Ausserhalb des Fokusbereichs der Augen

Physiologisch

Den natürlichen Lebensvorgängen entsprechend

Rauschen

Unerwünschte Störungen, Artefakte oder Unregelmässigkeiten, die den Lesefluss stören und nicht Teil der ursprünglichen Gestaltung sind

Regression

Zurückspringen der Augen auf bereits gelesene Textpassagen

Responsives Webdesign

Gestalterischer Ansatz, bei dem sich das Layout einer Website automatisch an Bildschirmgrösse, Auflösung und Endgerät (Desktop, Tablet, Smartphone) anpasst

Rezipient:innen

Empfänger:in von Medieninhalten

Sakkade

Bewegung des Auges zwischen zwei Fixationen

Statisch

Unbewegt

Stop-Motion

Filmtechnik, bei der unbewegte Objekte fotografiert, leicht verändert und erneut fotografiert werden

Temporal

Zeitlich; in der Typografie: Schrift, die sich über die Zeit verändert oder bewegt

Textfragmentierung

Aufteilen von Texten in kleinere Einheiten

Tonalität

Emotionale Haltung (Tonlage), wie ein Text formuliert ist, unabhängig vom eigentlichen Inhalt

Typesetting

Anordnen von Textzeichen für den Druck oder die digitale Darstellung, um Lesbarkeit und ästhetische Qualität zu gewährleisten

Variable Schriften

Modernes OpenType-Schriftformat, das eine gesamte Schriftfamilie, inklusive unendlich vieler Zwischenstufen von Strichstärke, Breite, Neigung und Stil, in einer einzigen, kompakten Datei vereint

Wortbilder

Visuell gespeicherte Schriftbilder bekannter Wörter, auf die das Gehirn beim Lesen automatisch zurückgreift

Zugänglichkeit

Eigenschaft von Informationen, Systemen oder Oberflächen, die für alle Nutzenden ohne grosse Barrieren erreichbar und nutzbar sind

9. EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit,

- dass ich sämtliche nicht von mir selbst stammenden Textstellen gemäss gängigen wissenschaftlichen Zitierregeln korrekt zitiert und die verwendeten Quellen gut sichtbar erwähnt habe;
- dass ich in einem Verzeichnis alle verwendeten Hilfsmittel und KI-Assistenzsysteme, Chatbots wie z.B. ChatGPT, Übersetzungs- und Paraphrasier-Tools oder Programmierapplikationen wie z.B. GitHub Copilot deklariert und ihre Verwendung bei den entsprechenden Textstellen angegeben habe;
- dass ich sämtliche immateriellen Rechte an von mir allfällig verwendeten Materialien wie Bilder oder Grafiken erworben habe oder dass diese Materialien von mir selbst erstellt wurden;
- dass das Thema, die Arbeit oder Teile davon nicht bei einem Leistungsnachweis eines anderen Moduls bereits verwendet wurden, sofern dies nicht ausdrücklich mit der Dozentin oder dem Dozenten im Voraus vereinbart wurde und in der Arbeit ausgewiesen wird;
- dass ich mir bewusst bin, dass meine Arbeit auf Plagiate und auf Drittautorschaft menschlichen oder technischen Ursprungs (künstliche Intelligenz) überprüft werden kann;
- dass ich mir bewusst bin, dass die Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW einen Verstoss gegen diese Eigenständigkeitserklärung bzw. die ihr zugrundeliegenden Pflichten der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW verfolgt. Zu den Pflichten gehört insbesondere die Wahrung von Urheberrechten und das Unterlassen von Plagiaten (StuPO § 10 Abs. 1 d. und Abs. 6). Ein diesbezüglicher Verstoss wird mit der Note 1 bewertet. Zusätzlich können daraus disziplinarische Folgen (Verweis/Ausschluss aus dem Studiengang) resultieren.

Witterswil, 29.03.26

Ort, Datum



Unterschrift

