

TYPOGRAFIE

Schrift | Gestaltung | Webdesign

1. Was ist Typografie?

Typografie bezeichnet die Gestaltung von Schrift – also die Kunst und Wissenschaft, Text so anzuordnen und zu formatieren, dass er gut lesbar, ansprechend und wirkungsvoll ist. Das Wort stammt aus dem Griechischen: typos = Abdruck, graphein = schreiben.

Die einfache Erklärung

Typografie ist nicht nur die Wahl einer Schriftart – sie umfasst ALLES, was mit Text und seiner Darstellung zu tun hat:

- Welche Schrift wird verwendet?
- Wie groß?
- Wie viel Abstand zwischen den Zeilen?
- Wie ist der Text ausgerichtet?
- Welche Farbe hat er?
- Wie groß ist der Rand?

Gute Typografie ist unsichtbar – sie fällt nicht auf, weil alles einfach stimmt.

Schlechte Typografie fällt auf – sie stört, verwirrt oder schreckt ab.

1.1 Warum ist Typografie so wichtig?

Bereich	Wirkung guter Typografie
Lesbarkeit	Gut gestalteter Text wird schneller erfasst und weniger ermüdend gelesen
Vertrauen	Professionelle Typografie signalisiert Kompetenz und Seriosität
Markenidentität	Schriften transportieren Persönlichkeit – konservativ, modern, verspielt
Nutzererlebnis	Schlechte Lesbarkeit führt zu Abbruch – gute Typografie hält Nutzer auf der Seite
Konversion	Klarer, lesbarer Text führt zu mehr Käufen im Online-Shop
Barrierefreiheit	Gute Schriftgröße und Kontrast ermöglicht auch sehschwachen Menschen Teilhabe

2. Anatomie einer Schrift – Fachbegriffe

Jeder Buchstabe besteht aus verschiedenen Teilen. Diese Teile haben in der Typografie eigene Fachbegriffe:

Begriff	Auch genannt	Erklärung
Grundlinie (Baseline)	Schreiblinie	Die unsichtbare Linie, auf der die Buchstaben stehen
Mittellinie (x-Höhe)	x-Höhe	Höhe der Kleinbuchstaben (z.B. x, a, e) – sehr wichtig für Lesbarkeit
Oberlänge	Ascender	Teil des Buchstabens, der über die Mittellinie ragt (z.B. bei h, l, b)
Untertlänge	Descender	Teil, der unter die Grundlinie ragt (z.B. bei p, g, y)
Serif	Serife	Kleine Querstriche am Ende der Buchstabenstriche (z.B. Times New Roman)
Strich / Grundstrich	Stroke	Der Hauptstrich eines Buchstabens
Punze	Counter	Der eingeschlossene Innenraum (z.B. das O im Inneren)
Kerning	Buchstabenabstand	Abstand zwischen einzelnen Zeichenpaaren (z.B. AV haben weniger Abstand)
Tracking / Laufweite	Letter-Spacing	Globaler Buchstabenabstand über einen ganzen Text
Zeilenabstand	Line-Height / Leading	Abstand zwischen zwei Textzeilen
Zeilenlänge	Measure / Line Length	Breite einer Textzeile in Zeichen oder Zentimetern

3. Schriftkategorien – Welche Schrifttypen gibt es?

Schriften werden in verschiedene Kategorien eingeteilt – je nach ihrer optischen Gestalt und historischen Entstehung. Für das Webdesign sind vor allem 4 Kategorien relevant:

Kategorie	Beispiele	Wirkung / Charakter	Einsatz im Web
Antiqua / Serif	Times New Roman, Georgia, Garamond	Traditionell, seriös, elegant, klassisch	Gut für Lesetext auf Desktop, Zeitungen, Bucher-Look
Grotesk / Sans-Serif	Arial, Helvetica, Open Sans, Roboto	Modern, sachlich, neutral, klar, digital-freundlich	Ideal für Webseiten und Apps – besonders auf Bildschirmen
Schreibschrift / Script	Pacifico, Dancing Script, Great Vibes	Persönlich, kreativ, dekorativ, elegant	Nur für Logos, Headlines – NIEMALS für Fließtext!
Monospace	Courier New, Consolas, Monaco	Technisch, code-artig, sachlich, alt	Code-Darstellung, technische Dokumentation

Difference Between Serif and Sans-serif Fonts



4. Schrifteigenschaften – Was macht eine Schrift aus?

4.1 Schriftschnitt (Font Style)

Der Schriftschnitt beschreibt die Variante einer Schrift. Die wichtigsten Schnitte:

Schnitt	Darstellung	Einsatz
Regular / normal	Das ist normaler Text.	Standard-Fließtext – immer die Basis
Bold / fett	Das ist fetter Text.	Überschriften, wichtige Begriffe hervorheben
Italic / kursiv	<i>Das ist kursiver Text.</i>	Zitate, Buchtitel, Fachbegriffe, leichte Betonung
Light / dünn	Das ist dünner Text.	Dekoratив, für große Überschriften – nie für Kleinsttext
UPPERCASE / Großbuchstaben	DAS IST TEXT IN GROSSBUCHSTABEN.	Kurze Labels, Buttons, Navigationspunkte – NIEMALS langer Fließtext!

4.2 Schriftgröße (Font Size)

Die Schriftgröße wird in der Webentwicklung meist in px (Pixel), rem oder pt (Punkt) angegeben. Faustregel für gutes Webdesign:

Element	Empfohlene Größe	Hinweis
Fließtext / Absatz	16–18 px	Nie kleiner als 14px – wird sonst unleserlich!
Kleine Hinweistexte	13–14 px	Nur für unwichtige Infos (z.B. Fußnoten)
Navigation / Buttons	15–17 px	Muss auch auf dem Handy gut antippbar sein
H3 / Unterüberschrift	20–24 px	Deutlich größer als der Fließtext
H2 / Abschnittsüberschrift	26–32 px	Klare visuelle Hierarchie schaffen
H1 / Hauptüberschrift	36–60 px	groß und einprägsam
Hero-Titel / Banner	60–120 px	Nur ein-zwei Wörter – für großen visuellen Eindruck


Der Zeilenabstand in der Typografie wird als **Multiplikator** (Faktor) der aktuellen Schriftgröße gemessen – also ohne Einheit.

Beispiel: Bei einer Schriftgröße von 16px bedeutet...

Faktor	Berechnung	Ergebnis
1.0	16px × 1.0	16px – kein extra Abstand
1.2	16px × 1.2	19px – sehr eng
1.5	16px × 1.5	24px – ideal fürs Web
2.0	16px × 2.0	32px – sehr luftig

Im CSS (Webdesign) schreibt man das so:

```
p {  
  font-size: 16px;  
  line-height: 1.5; /* = 24px Zeilenabstand */  
}
```



Der Vorteil dieser einheitslosen Schreibweise:

Wenn die Schriftgröße sich ändert (z.B. auf dem Handy), passt sich der Zeilenabstand automatisch proportional mit an – man muss ihn nicht extra neu definieren.

Man kann den Zeilenabstand auch in **px**, **em** oder **%** angeben, **aber der einheitslose Faktor (z.B. 1.5) ist die empfohlene Methode im professionellen Webdesign**, weil er am flexibelsten ist.

4.3 Zeilenabstand (Line-Height)

Der Zeilenabstand bestimmt, wie viel Luft zwischen den Textzeilen ist.

Er ist einer der wichtigsten Lesbarkeits-Faktoren:

- Zu eng (unter 1.2(Faktor)): Text wirkt gedrängt und ist anstrengend zu lesen
- Ideal (1.4 – 1.6 für Fließtext): Angenehme Lesbarkeit, gute Luftigkeit
- Zu weit (über 2.0 für Fließtext): Text wirkt zerrissen, Zusammenhang geht verloren
- Faustregel Web: line-height: 1.5 für normalen Fließtext
- Überschriften benötigen engeren Zeilenabstand (1.1 – 1.3) als Fließtext

4.4 Laufweite / Buchstabenabstand (Letter-Spacing / Tracking)

- Normaler Text: Kein oder sehr geringer Buchstabenabstand (0 bis 0.02em)
- Großbuchstaben / CAPS: Immer etwas mehr Abstand (0.05 – 0.15em) – sonst klemmt es
- Display-Texte (groß): Oft negativer Abstand für kompaktes Erscheinungsbild
- Zu viel Abstand im Fließtext: Wortbild bricht auseinander – schlechte Lesbarkeit

5. Typografische Hierarchie

Hierarchie bedeutet: Der Leser soll sofort sehen, was wichtig ist und was weniger wichtig. Gute Typografie führt das Auge des Lesers durch den Text.

Was ist typografische Hierarchie?

Stell dir eine Zeitung vor: Die große Schlagzeile, die mittelgroße Zwischenüberschrift, der kleine Fließtext.

Das ist typografische Hierarchie – verschiedene Textebenen werden durch Größe, Gewicht und Farbe unterschieden.

Im Webdesign wird diese Hierarchie durch H1, H2, H3-Tags umgesetzt – Google liest diese auch für SEO!

Regel: Eine Website sollte maximal 3 Hierarchiestufen haben. Mehr verwirrt den Leser.

Ebene	HTML-Tag	Typische Groesse	Funktion
1 – Hauptüberschrift	H1	36–60 px	Einmal pro Seite – das wichtigste Thema
2 – Abschnitt	H2	26–36 px	Große inhaltliche Abschnitte trennen
3 – Unterabschnitt	H3	20–26 px	Feinere Gliederung innerhalb von H2
4 – Fließtext	p	16–18 px	Der eigentliche Inhalt – Basis der Lesbarkeit
5 – Bildunterschrift	caption	12–14 px	Ergänzende Infos – deutlich kleiner

6. Textausrichtung

Die Ausrichtung von Text beeinflusst stark die Lesbarkeit und das Erscheinungsbild einer Seite:

Ausrichtung	Eigenschaft	Vorteil	Nachteil / Achtung
Linksbündig	Natürliche Leserichtung (links nach rechts)	Beste Lesbarkeit, gleichmäßiger Wortabstand	Standard für fast alle Fälle
Zentriert	Symmetrisch, formal	Gut für Überschriften, kurze Texte	NIEMALS für langen Fließtext – Lesbarkeit leidet!
Rechtsbündig	Gegen Leserichtung	Gut für Bildunterschriften rechts	Fast nie für normalen Text verwenden
Blocksatz	Gleichmäßige Zeilenlänge	Professionell, buchartig, formal	Im Web VORSICHT – entstellt Wortabstände! Nur mit guter Silbentrennung.

7. Farbe & Kontrast in der Typografie

Die Farbe des Textes und der Hintergrundfarbe bestimmt maßgeblich die Lesbarkeit. Schlechter Kontrast ist einer der häufigsten Gestaltungsfehler.

7.1 Kontrastverhältnis (WCAG-Standard)

Der WCAG-Standard (Web Content Accessibility Guidelines) definiert Mindestanforderungen für Kontrast:

Level	Kontrastverhältnis	Bedeutung
AA (Minimum)	Mindestens 4,5:1 für Text	Standard für normale Websites – gesetzliche Anforderung in vielen Ländern
AAA (Optimal)	Mindestens 7:1 für Text	Ideal für barrierefreie Webseiten und Menschen mit Sehschwäche
Zu gering	Unter 3:1	Nicht lesbar für viele Menschen – besonders bei schlechter Beleuchtung oder kleinen Displays

Was bedeutet 1:1 Kontrastverhältnis?

Das Verhältnis vergleicht die **relative Helligkeit (Luminanz)** von Textfarbe und Hintergrundfarbe. Es wird berechnet nach der WCAG-Formel und ergibt immer eine Zahl zwischen **1:1** (kein Kontrast) und **21:1** (maximaler Kontrast).

Verhältnis	Beispiel	Bewertung
1:1	Weisser Text auf weissem Hintergrund	Kein Kontrast - unsichtbar
4,5:1	Dunkelgrauer (<input type="checkbox"/> #595959) auf Weiss	WCAG AA - Pflicht für normalen Text
7:1	Fast-Schwarz (<input type="checkbox"/> #595959 nicht ganz) auf Weiss	WCAG AAA - ideal
21:1	Reines Schwarz (<input type="checkbox"/> #000000) auf Weiss	Maximaler Kontrast

Konkrete Beispiele zum Anfassen

Textfarbe	Hintergrund	Verhältnis	Bestanden?
<input type="checkbox"/> #000000 Schwarz	<input type="checkbox"/> #FFFFFF Weiss	21:1	<input checked="" type="checkbox"/> AAA
<input type="checkbox"/> #333333 Dunkelgrau	<input type="checkbox"/> #FFFFFF Weiss	12,6:1	<input checked="" type="checkbox"/> AAA

Beispiel:

Was bedeutet „4,5-mal heller“?

Der Hintergrund ist **4,5-mal heller** als der Text (oder umgekehrt).

7.2 Gut und schlecht – Beispiele

+ GUTER KONTRAST	- SCHLECHTER KONTRAST
Dunkelgrauer Text (#333333) auf weißem Hintergrund	Hellgrauer Text (#AAAAAA) auf weißem Hintergrund
Schwarzer Text auf hellgelbem Hintergrund	Roter Text auf grünem Hintergrund (Farbenblinde!)
Weißer Text auf dunkelblauem Hintergrund	Weißer Text auf gelbem Hintergrund
Dunkler Text auf hellem Pastellton	Schrift auf gemustertem oder unruhigem Bild
Kontrast vor dem Launch mit Tool prüfen (z.B. WebAIM)	Text mit sehr dünnem Schriftschnitt in kleiner Größe

Farbenblindheit im Web beachten!

Ca. 8% der Männer und 0,5% der Frauen sind farbenblind – meistens Rot-Grün-Sehschwäche.

Niemals nur Farbe als einziges Unterscheidungsmerkmal verwenden!

Beispiel: Fehlerfelder nicht nur rot einfärben – auch Icon oder Text 'Fehler' hinzufügen.

Tool-Tipp: Adobe Color, Coblis oder Who Can Use prüfen die Zugänglichkeit für Farbenblinde.

8. Schriften im Webdesign – Praxis

8.1 Web-Fonts vs. System-Fonts

Typ	Web-Fonts	System-Fonts
Was?	Schriften, die vom Server geladen werden	Schriften, die auf dem Gerät des Nutzers installiert sind
Beispiele	Google Fonts, Adobe Fonts, eigene Fonts	Arial, Times New Roman, Georgia, Helvetica
Vorteil	Beliebige Schriften – einheitlich überall	Kein Ladezeit-Overhead – sehr schnell
Nachteil	Lädt Daten nach – verzögert Seitenstart	Nicht überall gleich (Windows vs. Mac vs. Android)
Empfehlung	Maximal 2 verschiedene Web-Fonts laden	Gut als Fallback (font-family-Stack)

8.2 Google Fonts – Kostenlose Schriften im Web

Google Fonts (fonts.google.com) bietet über 1.500 kostenlose Schriften, die direkt in Webseiten eingebunden werden können. Beliebte Schriften für Websites und Online-Shops:

Schrift	Kategorie	Typischer Einsatz
Roboto	Sans-Serif	Universell, Android-Standard, sehr lesbar
Open Sans	Sans-Serif	Beliebt für Online-Shops, freundlich, klar
Lato	Sans-Serif	Modern, professionell, viele Schnitte
Montserrat	Sans-Serif	Headlines, moderne Markenwirkung
Playfair Display	Serif	Elegant, Mode, Lifestyle, Premium-Look
Merriweather	Serif	Sehr gut lesbar als Fließtext, bloggeeignet
Inter	Sans-Serif	Speziell für Bildschirme entwickelt – sehr modern

8.3 Schriftkombinationen – Was passt zusammen?

Eine Website sollte maximal 2, höchstens 3 verschiedene Schriften verwenden. Günstige Kombinationen:

Kombinations-Prinzip	Gut	Schlecht
Serif + Sans-Serif	Playfair Display (H1) + Open Sans (Text)	Zwei sehr ähnliche Sans-Serifs
Klassisch + Modern	Georgia Überschrift + Roboto Fließtext	Drei verschiedene Schriften auf einer Seite
Display + Neutral	Montserrat fett für H1 + Lato regulär für Text	Schreibschrift + Schreibschrift

9. Typografie speziell im Online-Shop

E-Commerce hat besondere typografische Anforderungen: Text muss nicht nur lesbar sein – er muss auch verkaufen, Vertrauen schaffen und zur Aktion bewegen.

Element	Typografische Empfehlung
Produktname	Gross, fett, klar – muss sofort erkannt werden. Empfohlen: 18-24px bold
Preis	Sehr prominent – oft größte oder farbig hervorgehobene Zahl auf der Seite
Produktbeschreibung	Gute Lesbarkeit 15-16px, ausreichend Zeilenabstand 1.6 – nicht zu lang!
Call-to-Action Button	Fett, groß, gut lesbarer Text. 'Jetzt kaufen' > 'Bestellen'
Navigation	Klar, einheitlich, gut klickbar/antippbar – mindestens 14px, besser 16px
Kundenbewertungen	Etwas kleiner, grauer – klar als Fremd-Inhalt erkennbar

Fehlermeldungen	Rot, deutlich, klar formuliert – NIE nur Farbe – auch Icon verwenden
Wichtige Hinweise	Müssen auffallen – Fett oder Farbe, aber sparsam einsetzen
Footer / Rechtliches	Klein erlaubt, aber MINDESTENS 12px – Impressum muss lesbar bleiben!

10. Die 12 häufigsten typografischen Fehler

+ RICHTIG GEMACHT	- TYPISCHE FEHLER
Klare Schrifthierarchie mit H1, H2, H3	Fehler 1: Zu viele Schriftarten (mehr als 3)
Fließtext mind. 16px groß	Fehler 2: Text zu klein (unter 14px) – besonders mobil
Zeilenabstand 1.5 beim Fließtext	Fehler 3: Zu geringer Zeilenabstand (unter 1.2)
Maximal 2 Schriftarten verwenden	Fehler 4: Schlechter Kontrast (grau auf grau)
Hoher Kontrast (mind. 4.5:1)	Fehler 5: Langer Fließtext in GROSSBUCHSTABEN
Linksbündiger Fließtext	Fehler 6: Blocksatz ohne Silbentrennung im Web
Zeilenlänge 50-75 Zeichen	Fehler 7: Zentrierter langer Fließtext
Schriftart passt zur Marke	Fehler 8: Zu lange Zeilen (mehr als 80 Zeichen)
Fett nur für wirklich Wichtiges	Fehler 9: Zu kurze Zeilen (unter 30 Zeichen)
Mobile Schriftgrößen testen	Fehler 10: Schreibschrift für langen Text
Bildtexte mit Alt-Text versehen	Fehler 11: Fett und kursiv gleichzeitig überall
Schriftfarbe nicht nur hellgrau	Fehler 12: Kein Weißraum / zu enge Textblöcke

11. Responsive Typografie – Schrift auf allen Geräten

Heute besuchen über 60% der Nutzer Websites mit dem Smartphone. Typografie muss auf allen Geräten funktionieren – vom kleinen Handy-Display bis zum großen Desktop-Monitor.

Element	Handy (320-480px)	Tablet (768px)	Desktop (1200px+)
Fließtext	16px	16px	17-18px
H1	28-32px	36px	48-60px
H2	22-24px	28px	32-36px
H3	18-20px	22px	24-26px
Buttons	15-16px	16px	16-18px
Navigation	14-15px	15px	15-17px

Wichtige Regeln für mobile Typografie

- Buttons und Links: Mindestens 44x44 Pixel Klickfläche – Finger sind keine Maus!
- Keine sehr dünnen Schriftschnitte auf kleinen Displays – schwer zu lesen
- Kein horizontales Scrollen: Textbreite immer an den Viewport anpassen
- Testen! Immer auf echten Geräten oder mit dem Browser-DevTool prüfen
- Viewport-Meta-Tag nicht vergessen: `<meta name='viewport' content='width=device-width'>`

12. Weißraum – die unterschätzte Kraft

Weißraum (auch Negativraum oder **White Space**) ist der leere Bereich um und zwischen Textelementen. Er ist kein verschwendeter Platz – er ist aktives Gestaltungsmittel!

Mit ausreichend Weißraum	Ohne Weißraum / zu eng
Text ist entspannter zu lesen	Seite wirkt überladen und stressig
Wichtige Elemente werden hervorgehoben	Alles wirkt gleich wichtig – kein Fokus
Wirkt professionell und hochwertig	Wirkt billig und unprofessionell
Nutzer scrollt länger und liest mehr	Nutzer bricht schneller ab
Markenimage: Premium, Qualität	Markenimage: Billigmarkt, Verwirrung

Faustregel: Wenn du glaubst, du hast genug Weißraum – verdopple ihn. Profis nutzen bewusst viel Leerraum.

13. Typografie & Markenidentität

Schriften transportieren Persönlichkeit. Die Wahl der richtigen Schrift ist ein zentrales Element der Corporate Identity (CI) eines Unternehmens.

Schriftcharakter	Wirkung	Passende Branchen / Beispiele
Geometrisch-modern	Technisch, innovativ, zukunftsorientiert	Tech-Startups, Apps, Software (z.B. Futura, Avenir)
Klassisch-Serif	Seriös, traditionell, vertrauenswürdig	Banken, Anwaltskanzleien, Luxusmarken (z.B. Didot)
Freundlich-rund	Zugänglich, sympathisch, jugendlich	Foodblogs, Kinderprodukte, Gesundheit (z.B. Nunito)
Schmal-sachlich	Effizient, professionell, minimal	Unternehmensberatung, B2B, Industrie
Handgeschrieben	Persönlich, kreativ, authentisch	Hochzeitsshops, Kunsthandwerk, Bio-Produkte
Fett-expressiv	Stark, mutig, auffällig, selbstbewusst	Sport, Streetwear, Gaming, Musik

Bekannte Marken und ihre Schriften

- Google: Product Sans / Roboto – klar, freundlich, technisch
- Apple: San Francisco – minimalistisch, präzise, premium
- Netflix: Netflix Sans – selbstentwickelt, einzigartig, erkennbar
- IKEA: Noto Sans / Verdana – weltweit lesbar, sachlich, funktional
- Coca-Cola: Spencerian Script (Logo) + Gotham (Werbung) – Tradition trifft Moderne

Große Marken investieren Millionen in ihre Typografie – sie wissen, wie viel Schrift kommuniziert!

14. Diskussionsfragen für den Unterricht

Zum Einstieg – Wahrnehmung und Alltag

- Schau dir diese Seite an: Welche typografischen Entscheidungen fallen dir auf?
- Kennst du eine Website oder App, die dir typografisch besonders gut oder schlecht gefällt? Warum?
- Kannst du allein anhand der Schrift erkennen, ob eine Marke 'günstig' oder 'premium' ist?
- Bitte den Freund, 30 Sekunden auf eine schlecht gestaltete Seite zu schauen – was fällt ihm auf?

Zur Vertiefung – Technik und Design

- Warum sollte man im Web nie mehr als 2-3 Schriftarten verwenden?
- Was ist der Unterschied zwischen Schriftgröße und Schriftgewicht – und wie nutzt man beide zusammen?
- Warum ist Kontrast nicht nur eine Frage des Designs, sondern auch der Barrierefreiheit?
- Ein Online-Shop verkauft Luxusschmuck. Welche Schrift wählst du und warum?
- Wie verändert sich Typografie, wenn der Text auf dem Handy statt am Desktop gelesen wird?

Zur kritischen Reflexion

- Kann schlechte Typografie dazu führen, dass ein Nutzer einem Online-Shop nicht vertraut und abbricht?
- Marken geben Millionen für ihre Schriften aus. Ist das gerechtfertigt – oder übertrieben?
- Barrierefreiheit vs. Design: Manchmal widerspricht gutes Design den Anforderungen der Barrierefreiheit. Was hat Vorrang?
- KI kann heute automatisch Schriften auswählen und Texte layouten. Macht das Typografie-Experten überflüssig?

15. Typografie-Checkliste für Webdesign

Mit dieser Checkliste kannst du die Typografie einer Website schnell beurteilen:

	Prüfpunkt	Priorität	OK?
1	Fließtext mindestens 16px groß	Hoch	<input type="checkbox"/>
2	Klare H1-H2-H3 Hierarchie vorhanden	Hoch	<input type="checkbox"/>
3	Maximal 2 verschiedene Schriftarten	Hoch	<input type="checkbox"/>
4	Kontrastverhältnis mind. 4.5:1 (WCAG AA)	Hoch	<input type="checkbox"/>
5	Zeilenabstand mind. 1.4 beim Fließtext	Hoch	<input type="checkbox"/>
6	Fließtext linksbündig ausgerichtet	Hoch	<input type="checkbox"/>
7	Zeilenlänge 50-75 Zeichen	Mittel	<input type="checkbox"/>
8	Schriftart passt zur Marke und Zielgruppe	Hoch	<input type="checkbox"/>
9	Auf Handy getestet – alles lesbar?	Hoch	<input type="checkbox"/>
10	Buttons haben gut lesbaren, kontrastreichen Text	Hoch	<input type="checkbox"/>
11	Ausreichend Weißraum um Textelemente	Mittel	<input type="checkbox"/>
12	Keine Schreibschrift für langen Fließtext	Mittel	<input type="checkbox"/>
13	Großbuchstaben nur sparsam und mit mehr Letter-Spacing	Mittel	<input type="checkbox"/>
14	Keine zu dünnen Schriftschnitte in kleiner Größe	Mittel	<input type="checkbox"/>
15	Bilder mit Text: ausreichender Kontrast zum Hintergrund	Mittel	<input type="checkbox"/>
16	Farbenblindheit berücksichtigt (kein Rot-Gruen-Kontrast)	Mittel	<input type="checkbox"/>
17	Google Fonts oder System-Fonts geladen (max. 2 Familien)	Niedrig	<input type="checkbox"/>
18	Typografie auf allen Seiten einheitlich	Hoch	<input type="checkbox"/>

Die 5 goldenen Regeln der Typografie im Webdesign

- 1. LESBARKEIT GEHT VOR AESTHETIK.** Ein schöner, aber unlesbarer Text ist wertlos.
- 2. WENIGER IST MEHR.** Maximal 2 Schriften, klare Hierarchie, viel Weißraum.
- 3. KONTRAST IST PFLICHT.** Schlechter Kontrast verliert Kunden und verstößt gegen Barrierefreiheits-Standards.
- 4. MOBILE ZUERST DENKEN.** Über 60% der Nutzer lesen auf dem Smartphone.
- 5. TYPOGRAFIE KOMMUNIZIERT MARKE.** Die richtige Schrift schafft Vertrauen – die falsche zerstört es.