

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 20 (2007)
Heft: 5

Artikel: Happy Birthday, Helvetica : eine Schrift wird 50
Autor: Spiekermann, Erik
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123180>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

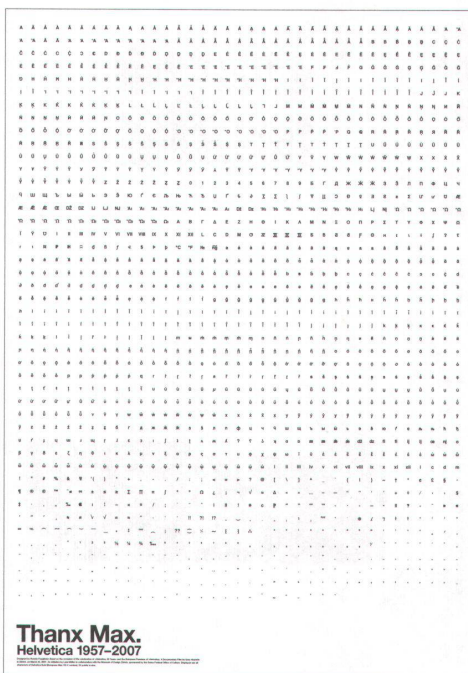
Happy Birthday, Helvetica

Text: Erik Spiekermann

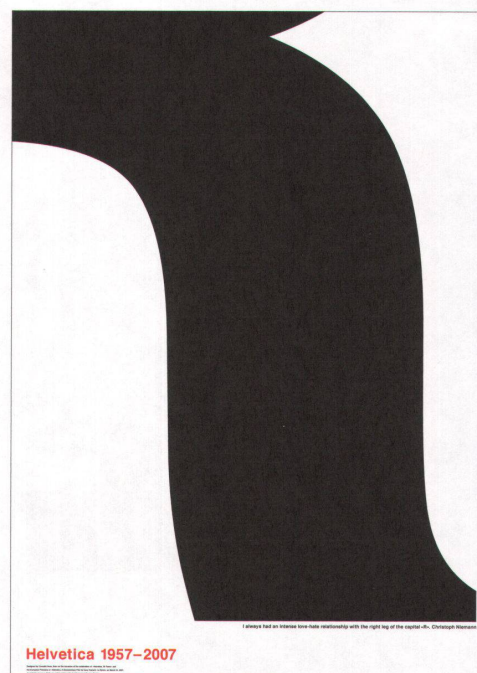
Die Schrift Helvetica wird fünfzig Jahre alt. Zum Geburtstag erhält sie einen Film, eine Ausstellung im Museum of Modern Art in New York und einen Plakatwettbewerb des Verlegers Lars Müller und des Museums für Gestaltung Zürich. Die Helvetica ist eine der am meisten verwendeten Schriften der Welt. Was macht sie besser als alle anderen? Ist es der Name? Die Helvetica ist eine Religion – sie verlangt Glauben und keine Kritik. Man liebt oder man hasst sie – niemanden aber lässt sie kalt.



Lars Klängenberg, Zürich



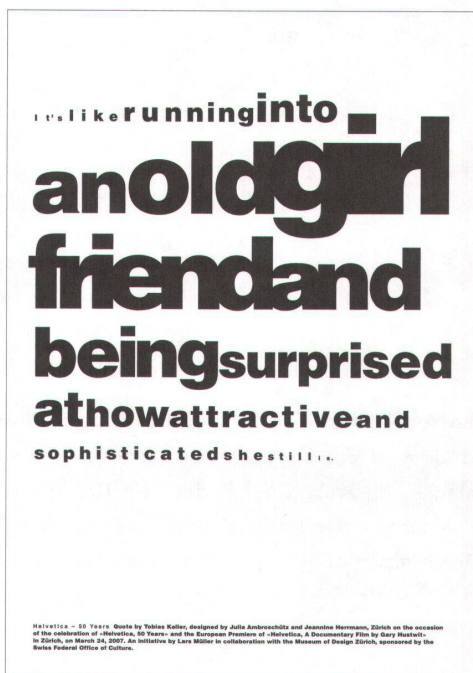
Favorit der Jury: Ronnie Fueglistner, Basel



Cornelia Hess, Bern



Dirk Koy, Basel



Julia Ambroschütz, Jeannine Herrmann, Zürich



Jacob Kadrmas, Cyrill Hodel, Basel

1957 ist ein gutes Jahr in der Geschichte des Designs: In Frankreich wird der luftgefederte Citroën «DS» vorgestellt, heute noch als «Déesse» verehrt. In Kronberg bei Frankfurt produziert Braun den «SK 4», die Phonokombination mit durchsichtiger Plexihaube, die deshalb «Schneewittchensarg» genannt wird. Deberny & Peignot, Schriftgiesserei in Paris, bringt die Univers von Adrian Frutiger heraus – die erste Schriftfamilie, die als System geplant und ausgeführt war. In Neckarsulm läuft am 1. Februar der erste Wankelmotor auf dem Prüfstand, der im legendären Auto «NSU Ro80» zehn Jahre später zum Einsatz kommt. Und in Basel legt Max Miedinger dem Schriften-unternehmer Eduard Hoffmann die ersten Entwürfe zu einer neuen Schrift vor. Sie heisst zu Beginn Neue Haas Grotesk, wird aber wenig später in Helvetica umgetauft.

Wir können uns von der Déesse bis zum Schneewittchensarg an alle Produkte erinnern, aber nur eines davon ist uns täglich gegenwärtig. Selbst Menschen, die weder wissen, dass es verschiedene Schriften gibt, noch sich dafür interessieren, kennen die Helvetica. Wie kann eine Schrift so populär werden, dass ihr zum Geburtstag ein Plakatwettbewerb und sogar ein Film in Spielfilmlänge gewidmet wird? Die Antwort beschäftigt vor allem die Schriftgestalter. Ist die Helvetica besser als alle anderen Schriften, die seitdem erschienen sind? Ist es vielleicht nur der geniale Name, der weltweit leicht auszusprechen ist und gleichzeitig die Qualität verheisst, die man anderen Produkten der Schweiz zuspricht? Oder geht es – wie viele Kritiker meinen – weniger um ein typografisches Erzeugnis als um ein kulturelles Phänomen?

<50 Jahre Helvetica>

Lars Müller und das Museum für Gestaltung Zürich haben der Helvetica zum Geburtstag einen Plakatwettbewerb geschenkt. 116 Designerinnen und Designer beteiligten sich, zwölf Plakate wählte die Jury aus, einen Beitrag von Ronnie Fueglistler erklärte sie zum Favoriten.

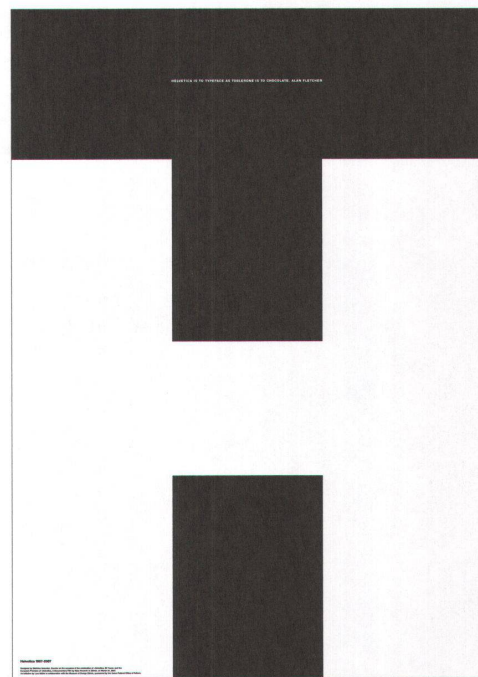
--> Jury: Rudolf Barmettler, HGK Zürich; Christoph Stähli, HKB Bern; Marion Fink, HGK Basel; Christian Brändle, Museum für Gestaltung, Zürich; Iris Ruprecht, «soDA»; Gary Hustwit, Filmemacher; Lars Müller, Verleger



Daniel Peter, Buttisholz



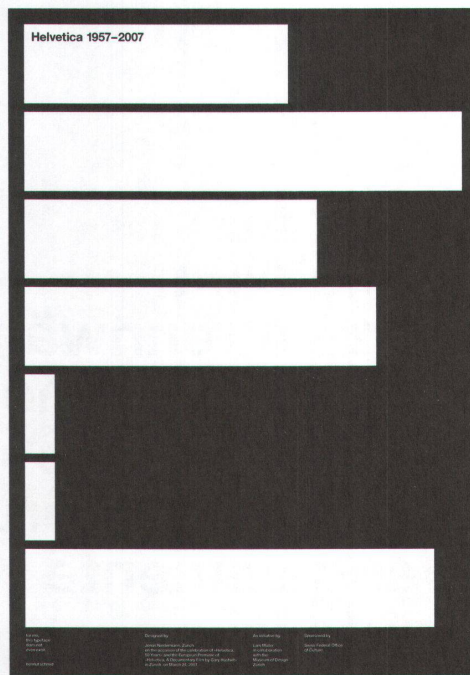
Clément, Gallet



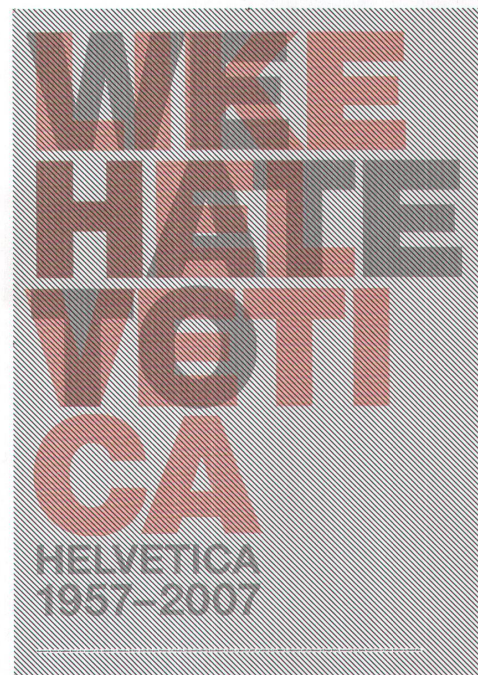
Melchior Imboden, Buochs



Hofgrafen, Zürich



Jonas Niedermann, Zürich



Ronnie Fueglistler, Basel

→ Die Schweiz wird Welt

Die Schweizer Grafik wurde nach dem Zweiten Weltkrieg stilbildend. Die Suche nach einer Schrift, die dem rationalen und schnörkellosen Ansatz entsprach, führte die meisten Grafikerinnen zur Akzidenz Grotesk, die von Berthold in Berlin gegossen und verkauft wurde. Die Haas'sche Schriftgiesserei in Münchenstein hatte die Haas Grotesk im Angebot, die zurückgeht auf die Scheltersche Grotesk von Schelter & Giesecke Leipzig. Die Scheltersche war die Schrift, die in den Setzkästen im Bauhaus lag und aus der viele Drucksachen gesetzt waren, die stellvertretend für den Bauhausstil stehen. Trotzdem entsprach sie den Ansprüchen der Grafiker nicht, die eine Schrift suchten, die keinen historischen Ballast mit sich trug.

Eduard Hoffmann hatte als Geschäftsführer von Haas eine gute Nase für das, was Setzereien und Druckereien wollten. Der Erfolg der Akzidenz Grotesk war der Anlass, seinen Mitarbeiter Max Miedinger zu beauftragen, Skizzen für eine Schrift zu zeichnen, die den gleichen Markt bedienen sollte. Hoffmann nahm regen Anteil an der Entwurfsarbeit und versah die Skizzen mit detaillierten Anmerkungen. Das Ergebnis war die Neue Haas Grotesk in zunächst drei Schnitten: mager, halbfett und fett. Die Haas'sche Schriftgiesserei gehörte zur Schriftenfirma Stempel in Frankfurt, die wiederum gehörte der Linotype. Aus Frankfurt kam dann auch die Anregung, die neue Schrift unter einem populären Namen zu verkaufen: Helvetia. Da es schon Nähmaschinen und eine Versicherung dieses Namens gab, schlug Eduard Hoffmann Helvetica vor.

Unter diesem Namen wurde die Schrift ohne Eigenschaften Mitte der Sechzigerjahre weltbekannt, als vor allem amerikanische Unternehmen sich mit ihr als Hausschrift

den Anstrich von Modernität und Weltoffenheit geben wollten. Kein Wunder, dass dann auch ein Amerikaner dafür sorgte, dass Helvetica für den Computer Standard wurde. Steve Jobs suchte 1984 die ersten dreizehn Fonts aus, die auf dem Laserdrucker von Apple installiert wurden. Unter ihnen war Helvetica die neutrale Unternehmensschrift, mit der niemand etwas falsch machen konnte.

Selten richtig, nie ganz falsch

Es gibt immer noch und immer wieder ganze Generationen von Grafikdesignern, die Helvetica als Garant für Objektivität einsetzen. Meist wollen sie aber nur das Problem der Schriftwahl loswerden. Die Erkenntnis des Psychologen Paul Watzlawick, «man kann nicht nicht kommunizieren», schlagen und schlügen sie in den Wind. Auch wer die Helvetica einsetzt, drückt etwas aus. Dennoch wird über die formalen Aspekte der Wertschrift selten diskutiert. Es ist, als wäre sie immer schon jenseits aller Kritik gewesen, als ginge es nicht um Buchstaben, sondern um Glauben. Als Religion wäre Helvetica leicht zu ertragen. Sie ist selten ganz richtig, aber fast nie ganz falsch. Eine Ironie ihres Schicksals ist, dass heute nicht das Original am weitesten verbreitet ist, sondern die Fälschung. Um Lizenzgebühren zu sparen, installierte Microsoft 1990 einen Klon, der die gleichen Zeichenbreiten wie Helvetica hat und – wie alle Kopien – formal schlechter ist, aber unter dem Namen Arial in allen Schriftmenüs am Anfang erscheint und so der meistgenutzte Systemfont wurde. •

Erik Spiekermann ist Typograf und Grafikdesigner in Berlin, London und San Francisco. Seine bekanntesten Schriften sind die FF Meta und die ITC Officina. Er realisierte das Corporate Design von Volkswagen und Audi und machte das Redesign der Zeitschrift «The Economist». Er ist Professor, Ehrendoktor und Autor.

Gemessen an unseren Leistungen sähe unser Logo so aus:



**Keller AG
Ziegeleien
Systemtrennwände
Fassadenengineering
Betonelemente
Fassadensanierungen
Wandelemente
Bauteile**