

Linotype veranstaltet Helvetica NOW Poster Wettbewerb

50 Jahre Helvetica – ein Jubiläum der Extraklasse

Bad Homburg, 25. Juni 2007. Die Popularität des Schriftklassikers Helvetica™ als Schrift hat seit ihrer Einführung im Jahre 1957 stetig zugenommen. Helvetica blickt auf 50 Jahre bewegter Existenz zurück und auch die Zukunft sieht viel versprechend aus. Deshalb hat Linotype einen Posterwettbewerb ins Leben gerufen, um den Erfolg der Helvetica zu würdigen und zu feiern. Weltweit sind Designer dazu aufgerufen, sich an diesem Posterwettbewerb „Helvetica Now“ via Internet zu beteiligen. Linotype bietet hier erstmalig die Gelegenheit, innovatives Design online zu präsentieren, Preise zu gewinnen und internationale Anerkennung zu erlangen.

Heutzutage begegnet uns eine Flut schriftlicher Informationen und Schrift an sich war niemals zuvor derart präsent. Von den unzähligen Schriften, die wir täglich wahrnehmen, hat die Helvetica eine sehr große Popularität erlangt. Das hat Linotype dazu veranlasst, zum 50jährigen Jubiläum den „Helvetica NOW“ Posterwettbewerb ins Leben zu rufen. Designer haben hier die Gelegenheit, ihre Entwürfe, die zwischen dem Jahr 2000 und 2007 veröffentlicht worden sind und in denen Helvetica als primäre oder sekundäre Schrift zum Einsatz kommt, einzureichen. Außerdem können auch komplett neu entworfene – veröffentlichte und unveröffentlichte – Posterdesigns eingesendet werden. Das Design sollte die Rolle der Schrift in der Gegenwart widerspiegeln und darüber hinaus zeigen, wie sich Gestaltung und Schrift am Beispiel der Helvetica auf die Wahrnehmung auswirken. Hierbei bleibt die Annäherung an das Thema, dessen Interpretation und Umsetzung ganz den Gestaltern überlassen; sogar der Einsatz von Bildmaterial ist erlaubt.

Vom 4. Juli bis einschließlich 4. Oktober 2007 können Designer ihre Arbeiten einreichen. Da auch die Helvetica sich der Einfachheit verschrieben hat, gibt es auch beim Posterwettbewerb einfache Regeln; keine Teilnahmegebühren und keine Jury. Die Gewinner werden online über ein „live-voting“, an dem buchstäblich jeder teilnehmen kann, ermittelt.

Ab Mitte Oktober 2007 werden die Einsendungen auf der Linotype Website unter www.linotype.com/helveticaNOW zur Abstimmung stehen. Die Gewinner werden in der Januar Ausgabe des online Newsletters präsentiert. Die ersten drei Gewinner erhalten Sach- und Geldpreise im Gesamtwert von über 15.000 €. Die Teilnahmebedingungen können ebenfalls online unter www.linotype.com/helveticaNOW eingesehen werden.

Eine Frage bleibt dabei noch offen. Welche Eigenschaft ist es denn genau, die die Schrift Helvetica so ansprechend erscheinen lässt? In der Antike und somit für die alten Griechen, lag die Schönheit im Auge des Betrachters irgendwo zwischen zwei Extremen: Ausschweifung und Karez. In der visuellen Umsetzung steht die Helvetica genau für diese alte Wahrheit aus Schönheit und Zurückhaltung.

Die Helvetica verleiht jeder schriftlichen Botschaft einen Hauch Frische. Ihre ausgewogenen, gradlinigen Formen eignen sich geradezu perfekt für den Einsatz im unternehmerischen Umfeld. Informationen werden klar und deutlich präsentiert. Diese neutrale Anmutung hat ihren Ursprung in der Schweiz; dem Herz der Neutralität während und nach dem zweiten Weltkrieg. Basierend auf den kreativen Strömungen dieser Zeit, entwickelte Max Miedinger (1910*-1980†) im Jahre 1957 eine neue serifenlose Schrift namens „Neue Haas Grotesk“. Diese basierte auf der so genannten „Schelter-Grotesk“ aus dem Jahre 1880. In 1960 wurde dann der Name mit Bezug auf die lateinische Bezeichnung der Schweiz geändert und aus der Schrift wurde: Helvetica.

Im Laufe der Jahre wurde die Helvetica kontinuierlich verbessert. Die Neue Helvetica wurde 1983 als Redesign in digitaler Form vorgestellt. Dies machte eine der weltweit beliebtesten Schriften noch populärer. Die Neue Helvetica ist bekannt für ihren harmonischen Aufbau, ihre hervorragende Klarheit, ihre vielfältigen Schnittvarianten und für ihre Eigenschaft, jedem Corporate Design einen modernen und trotzdem klassischen Charakter zu verleihen ohne dominant zu wirken.

Für den zunehmend internationaler werdenden Datenaustausch hat Linotype die Helvetica World herausgegeben; eine Erweiterung zum Originaldesign im OpenType Format und mit erweitertem, mehrsprachigen Zeichensatz.

Alles in allem, haben sich die drei Helvetica Schriftfamilien zu einer stilistischen Konstante in unserer visuellen Kommunikation entwickelt, die sich flexibel in vielfältige designerische und kommunikative Formen verwandeln läßt.

Linotype GmbH – ein Unternehmen der Monotype Imaging Holdings Inc. – mit Sitz in Bad Homburg – blickt auf eine mehr als 120-jährige Tradition zurück. Aus dieser umfassenden Erfahrung hat sich neben der Entwicklung modernster Schrift-Technologien ein Angebot von mehr als 9000 Schriften entwickelt. Dies gewährleistet die Abdeckung des gesamten typografischen Spektrums, von der Antike bis zur Gegenwart, von Ost nach West, von klassisch bis experimentell. Leicht und einfach können alle Schriften (im PostScript™ und TrueType™ Format sowie 7.000 Fonts in OpenType™ für Mac und Windows) auch online unter www.linotype.com bestellt und direkt geliefert werden. Neben der Lieferung digitaler Schriften steht für Linotype auch die umfassende und individuelle Beratung und Betreuung bei allen Schriftfragen rund um die weltweite (Unternehmens-)Kommunikation im Vordergrund.

Linotype GmbH
Du-Pont-Straße 1
D-61352 Bad Homburg
Tel.: +49 (0) 61 72 - 484 - 0
Fax: +49 (0) 61 72 - 484 - 499
E-Mail: info@linotype.com

Weitere Schriftanwendungsbeispiele finden Sie unter www.linotype.com.

Helvetica sowie Linotype und Linotype Library sind eingetragene Markenzeichen der Linotype GmbH. Monotype ist ein eingetragenes Markenzeichen der Monotype Imaging Inc. Microsoft, Windows und OpenType sind eingetragene Markenzeichen der Microsoft Corporation. TrueType ist ein eingetragenes Markenzeichen der Apple Computer Inc. PostScript ist ein eingetragenes Markenzeichen der Adobe Systems Inc. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.