

SPREE
wert

Schriftgestaltung leicht gemacht

Die richtigen Schriften für Ihre Marke finden!



BY SPREEWERT DESIGN

Table of Contents

WARUM SCHRIFTEN SO WICHTIG SIND	04
DIE VERSCHIEDENEN SCHRIFTSTILE	05
SCHRIFTEN KOMBINIEREN	06
WO FINDE ICH FREIE SCHRIFTEN?	07
SCHRIFT LIZENZEN	08
WIE MAN DIE RICHTIGEN SCHRIFTEN AUSWÄHLT	10
MARKENCHECKLISTE	11
MARKENSCHRIFT BEISPIELE	12

Hallo

Schriftarten sind wie die Kleidung der Texte. Robust, förmlich, elegant, traditionell, spielerisch, futuristisch, technisch, ausdrucksstark, warm, freundlich – die Liste ist schier endlos..

Die Wahl der richtigen Schriftart für Ihre Marke ist kein leichtes Unterfangen. Es gibt einfach zuviele Schriftarten und Möglichkeiten sie zu gestalten. Deswegen habe ich mit der Zeit eine Leidenschaft für Fonts entwickelt, weil ich immer wieder sehe, welchen enormen Einfluss hier die richtigen Entscheidungen auf den Markenerfolg haben. Seitdem unterstütze ich Geschäftsinhaber dabei, die perfekten Typografie und das passende Branding für Sie zu finden. Damit Ihre Marke Ihrem Anspruch entspricht und am Ende auch verkauft.

Bei der Auswahl einer Schriftart ist es vorab wichtig zu überlegen, wo und wie sie verwendet werden soll. In diesem Guide werden Sie mehr über die unterschiedlichen Schriftarten an sich erfahren und herausfinden, welche am besten zu Ihrem Unternehmen passt.

Ich habe eine Liste meiner Lieblings Font Pairings beigelegt, um Ihnen den Einstieg zu erleichtern! In diesem Leitfaden erfahren Sie nicht nur, wie Sie Ihre Schriftarten gestalten, sondern auch, wie man sie am besten kombinieren kann um somit Konsistenz auf allen Ihren Plattformen zu schaffen.

Verschenden Sie nicht weiter Zeit mit endlosem Scrollen durch die tausende von Schriftarten und machen Sie sich stattdessen einen klaren Plan für das richtige Styling Ihrer Marke!

Viel Spaß mit diesem Guide! Und ich freue mich von Ihnen via Instagram [@lovebrand_berlin](https://www.instagram.com/lovebrand_berlin) zu hören.



Esther Schaarhüls
CEO SPREEWERT DESIGN



Brand Fonts

und warum sie so essentiell sind ...

Die Wahl der richtigen Markenschriftarten ist wie die Wahl des perfekten Outfits für ein erstes Date – es gibt den Ton an und hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Der visuelle Stil, einschließlich Schriftarten, spielt eine entscheidende Rolle bei der Definition Ihrer Markenidentität.

Es geht nicht nur darum, gut auszusehen; Es geht darum, Ihren Traumkunden anzuziehen. Die von Ihnen ausgewählten Schriftarten vermitteln eine Botschaft und zeigen schnell ob sie aufeinander abgestimmt sind oder nicht.

Mit dieser Markenpersönlichkeit ziehen Sie entweder die richtigen Kunden automatisch an oder sie stoßen Sie ab. Am Ende geht es darum mit dem Kunden in Verbindung zu treten und Fonts sind hier der erste Türöffner.

Allerdings ist es sehr unterschiedlich. Was für das eine Unternehmen sinnvoll sein kann, kann für das andere völlig unprofessionell erscheinen. Also, unterschätzen Sie nicht den Einfluss von Schriftarten auf das Image Ihrer Marke und sprechen Sie Ihr Publikum gezielt an.

Los geht's

Schriftstile

Die Schriftarten, die Sie für Ihr Unternehmen auswählen, spielen im Gesamtbild eine wichtige Rolle für den Look and Feel Ihrer Marke. Zu verstehen, wie man die richtigen Schriftstile und Schriftarten auswählt, hilft Ihnen Ihre Markenwerte zu kommunizieren. Und in Bezug auf Ihr Branding wird das den entscheidenden Unterschied machen.

Serifen

CLASSIC | TIMELESS | VINTAGE | HIGH-END | ELEGANT

SERIFENLOS

MODERN | BOLD | INNOVATIVE | CLEAN | PROFESSIONAL

SLAP SERIF

MASCULINE | MODERN | TECH | EXPERT | MINIMAL

MONOSPACE

TECH | MODERN | SIMPLE | MASCULINE

Schreibschrift

FRIENDLY | YOUTHFUL | PLAYFUL | RETRO | WELCOMING

Handschrift

PERSONAL | UNIQUE | EXCLUSIVE | FANCY | FEMININE

Kombination

Das Mischen von Schrift ist nicht automatisch von Erfolg gekrönt. Grundsätzlich lässt sich festhalten: je deutlicher der Unterschied in der Schriftgröße, umso weniger kritisch sind die Schriftmischungen zu betrachten.

Weitere Beispiele siehe unten:



CONTRAST

Wählen Sie zwei Schriftarten mit unterschiedlichen Strichstärken aus, um Beispiel eine dicke Serifenschrift gepaart mit einer dünnen serifenlosen Schrift.

Ivy Mode
IVYPRESTO



MOOD

Wählen Sie eine Schriftartenkombination, die zur endgültigen Produktstimmung passt. Welches Gefühl soll es vermitteln? Diese Kombination wirkt zum Beispiel freundlich und jugendlich.

Lust
COMMUTER SANS



MIX FONT STYLES

Versuchen Sie, verschiedene Schriftarten zu mischen, um mehr Kontrast zu erzeugen und eine gewisse Hierarchie.

Quincy
ROBOTO



SIZING

Spielen Sie mit der Größe Ihres Textes herum. Machen Sie das Wichtigste im Text größer und fetter, um es hervorzuheben.

HK GOTHIC
CAMMION



LAYOUT

Bei der Kombination von Schriftarten kommt es auch darauf an, wie Ihr Text gestaltet wird und ob Sie möchten, dass alles zentriert, links oder rechts ausgerichtet ist oder mehr sporadisch.

IvyPresto
ADRIANNA

Kostenlose Fonts

und die besten Schriftsammlungen im Netz

Auch wenn es verlockend sein mag, sich für eine kostenlose Schriftart zu entscheiden, sollten Sie doch besonderes Augenmerk auf die eingeschränkte Lizenz zur Verwendung dieser Schrift für Ihr Unternehmen verwenden. Die meisten Schriftarten kosten weniger als 50 € und sollten als Investition für Sie in Ihr Geschäft und Ihre Marke betrachtet werden.

GOOGLE FONTS	<i>free</i>
CREATIVE MARKET	<i>paid</i>
FONT SQUIRREL	<i>free</i>
MY FONTS	<i>free/paid</i>
ADOBE FONTS	<i>paid</i>
DAFONT	<i>free</i>

Schriftlizenzen

Und was sie für das Business bedeuten

Schriften, die Sie für Ihr Business nutzen, unterliegen oftmals einer bestimmten Lizenzierung in Bezug auf deren Nutzungszeitraum und Einsatzort. Diese werden vom Schriftdesigner festgelegt und ja dies ist nicht der beliebteste Part, wenns um die Nutzung von Schriften geht, aber äußerst wichtig. Bei der Auswahl der richtigen Schriftarten für Ihre Marke ist es unbedingt notwendig zu beachten, um sicherzugehen, dass Sie es sind die Schriftarten richtig verwenden.

* FÜR DEN EIGENEN GEBRAUCH

Der persönliche Gebrauch einer Schriftart bedeutet, sie in irgendeiner Weise zu verwenden, die Ihnen keinen Nutzen bringt. Das heißt nicht monetär auf direkte oder indirekte Weise. Beispiele für den persönlichen Gebrauch sind z.B. ein Schulprojekt oder für das eigene Zuhause.

* FÜR DEN KOMMERZIELLEN GEBRAUCH

Die kommerzielle Nutzung einer Schriftart hingegen würde bedeuten, dass Sie es für Ihr Unternehmen auf eine Art und Weise nutzen, mit der Sie Geld verdienen könnten. Beispiele von Schriftarten, die für kommerzielle Zwecke wären Firmenlogos oder Grafiken.

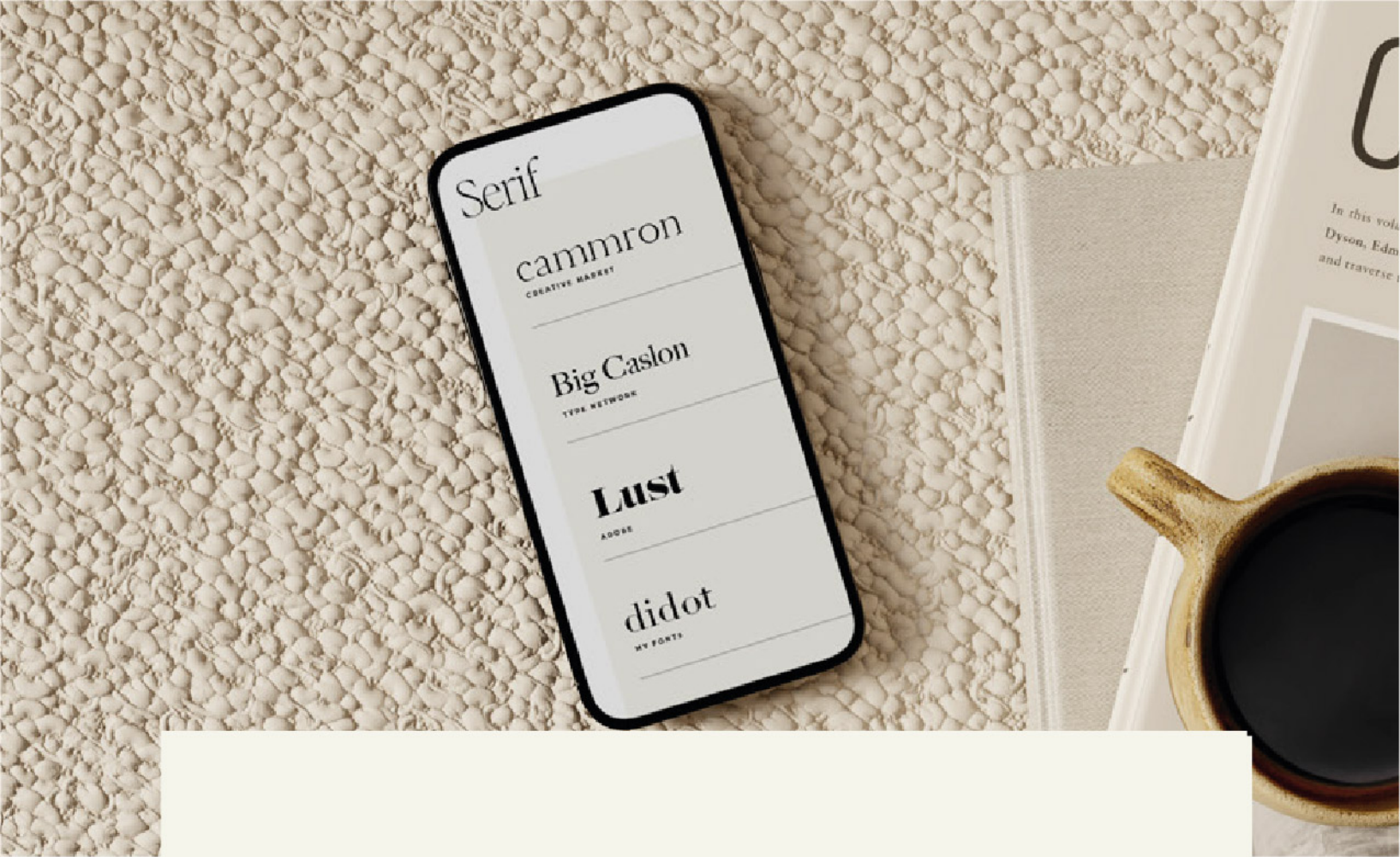
2 Lizenzarten

DESKTOP LIZENZ

Eine Desktop-Lizenz ist die gebräuchlichste unter allen und gilt für die meisten kommerziellen Schriftarten. Mit dieser Art von Lizenz können Sie statische Bilder oder gedruckte Elemente erstellen, z.B. Logos, Schilder und Produkte für Sie und Ihre Kunden.

WEB LIZENZ

Mit dieser Schriftlizenz können Sie eine Schriftart in den Code Ihrer Website einbetten und ermöglichen so Ihren Besuchern, Ihre benutzerdefinierten Schriftarten zu sehen, auch wenn sie diese nicht auf ihrem Computer installiert haben.



Die korrekte

Schriftwahl für Ihre Marke



Wenn es um Typografie geht, bezieht sich die Lizenzierung auf den Nutzungs- und Vertriebszeitraum, welche vom Schriftendesigner festgelegt wird.

Auch wenn das eher der unangenehme Teil bei der Auswahl der richtigen Schriftart ist, für Ihre Marke unerlässlich dieses zu wissen, um sicherzugehen, dass Sie die Schriftarten verwenden dürfen.

Checkliste

für deine Marke



DEFINIEREN SIE IHRE MARKENIDENTITÄT + ZIELGRUPPE

Verstehen Sie die Persönlichkeit, Werte und Mission Ihrer Marke. Ist sie modern und minimalistisch oder traditionell und elegant? Ihre Schriftarten sollten diese Eigenschaften widerspiegeln. Kennen Sie Ihre Idealkunden und deren Vorlieben? Dann wählen Sie die Schriftarten, die bei Ihrer Zielgruppe Anklang finden.



ACHTEN SIE AUF LESBARKEIT UND VIELSEITIGKEIT

Bevor Sie eine Schriftart auswählen, müssen Sie sicherstellen, dass die von Ihnen gewählte in verschiedenen Größen und Breiten lesbar und auf diversen Plattformen (Print, digital, mobil) kompatibel sind. Berücksichtigen Sie auch die Variationen einer Schriftfamilie. Mindestens 3 verschiedene Schriftschnitte, besser noch 6 oder mehr. Gibt es für die Schriftart auch als z. B. Fett- und Kursivschrift?



VERWENDUNG VON MARKENSCHRIFTARTEN

Ihre Schriftarten werden auch viel vielseitiger, wenn sie unterschiedliche Stärken haben, sodass Sie in Ihren Designs Akzente setzen können. Die besten Markenschriften sehen sowohl im Druck als auch Online gut aus. Probieren Sie also unbedingt beide Plattformen aus. Beschränken Sie die Auswahl an Schriftarten. Die Verwendung zu vieler Schriftarten kann zu einem visuellen Durcheinander führen und die Qualität Ihrer Marke verwässern. Halten Sie sich an 2-4 Hauptschriftarten und nutzen Sie verschiedene Stile innerhalb einer Schriftfamilie.



ÜBERPRÜFEN SIE DIE LIZENZ

Stellen Sie sicher, dass Sie über die richtigen Lizenzen für alle Schriftarten verfügen, die Sie verwenden möchten. Beachten Sie dabei das Urheberrecht und die urheberrechtlichen Lizenzbedingungen.



SCHRIFTARTEN KOMBINATION DURCHDACHT

Wählen Sie eine primäre Schriftart für Überschriften und eine ergänzende Schriftart für den Fließtext. Diese sollten harmonisieren und gleichzeitig visuellen Kontrast bieten.



kostenloser Markencheck!

Schreib mir unter esther@spreewert.de

vier Schritte für die Wahl der **Markenschrift**

STEP 1

Research

Nehmen Sie sich etwas Zeit, um die Ressourcen ab Seite 7 durchzusehen und sich die Schriftarten zu notieren, die Ihnen gefallen. Ich ermutige Sie außerdem, einige Websites Ihrer Konkurrenten zu durchforsten, um sicherzustellen, dass Sie hier bestehen können. Mithilfe von Tools wie „What the Font“ können Sie anhand eines Screenshots sofort herausfinden, wie eine Schriftart heißt.

STEP 2

Maximal 2-3 Schriften

Wenn Sie mehr Abwechslung wünschen, versuchen Sie, dieselbe Schriftart in unterschiedlichen Stärken und Stilen zu verwenden (z. B. Leicht, Fett, Kursiv usw.) Zu viele Schriftarten können dazu führen, dass Ihre Designs und Ihre Marke überladen und unzusammenhängend wirken.

STEP 3

Markenschriftpalette schnüren

Probieren Sie diese Ressource zum Erstellen einer Schriftartenpalette aus. Erstellen Sie abschließend eine Markenschriftpalette, damit Sie Ihre Marke einheitlich präsentieren können. Testen Sie die Schriftart in Programmen wie Canva, um sicherzustellen, dass Ihnen alles so gefällt.

STEP 4

Bleiben Sie konsistent

Sobald Sie Ihre Schriftartenpalette erstellt haben, achten Sie darauf, dass sie bei der Art und Weise, wie Sie sie verwenden, konsistent bleiben. Das heißt, dass Sie auf Ihrer Website oder Ihren Social-Media-Beiträgen immer dieselbe Markenschriftarten verwendet werden. Das erschafft Wiedererkennungswert und Qualität.

Markenschrift

Beispiele



1 | *Stylische Fonts nur als Akzent benutzen*

Dekorative, Skript- und handgeschriebene Schriftarten sind künstlerisch und verlockend, aber sie sollten im Gesamtlook sparsam eingesetzt werden. Wenn Sie diese allerdings in Ihrer Liste aufnehmen wollen, stellen Sie sicher, dass Sie sie nur als Akzentschriftarten verwenden.

2 | *Fonts mit unterschiedlichen Strichstärken wählen*

Die Schriftstärke definiert die Dicke oder Dünne einer Schriftart. Eine Schriftart kann mehrere Strichstärken haben, z. B. leicht, normal, halbfett und fett. Die Auswahl einer Schriftart mit mehreren Gewichtungen ist entscheidend für den Aufbau eines optisch ansprechenden Textes.



3 | *Seien Sie sich über die Schriftlizenzen im Klaren*

Markenschriftarten sollen Ihrem Markennamen Persönlichkeit verleihen. Sie sorgen dafür, dass der Text in Ihrem Design oder Layout optisch nicht nur ansprechend aussieht sondern gleichzeitig auch die Hauptbotschaft an Ihre Kund:innen vermittelt.

4 | *Kontraste mit Fonts kreieren*

Wie bereits erwähnt sollten Sie nicht mehr als 2-3 Schriftarten für Ihre Marke auswählen. Die Erschaffung einer visuellen Hierarchie zwischen diesen Schriftarten ist zudem sehr sinnvoll und kann mit verschiedenen Stilen und Gewichten durchgeführt werden.



SPREE

wert

Branddesign, *richtig* wirken

Elevate your Brand

esther@spreewert.de