

ULRIKE FRANZKI

# IDENTITÄT DURCH SCHRIFT SCHRIFT DURCH IDENTITÄT

ZUM KOMMUNIKATIONSPOTENZIAL VON SCHRIFT

**vwh**

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2011

**vwh** Verlag Werner Hülsbusch  
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

**[www.vwh-verlag.de](http://www.vwh-verlag.de)**

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.

Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung der Autorin möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Zugleich: Diss., Universität Hildesheim, 2010

– Als Typoskript gedruckt –

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-87-2

## I–V GLIEDERUNG

- 1 I. EINLEITUNG
- 2 1. SCHRIFT & LESEN
- 3 2. SCHRIFT & TYPOGRAPHIE
- 4 3. SCHRIFT & IDENTITÄT
- 7 II. TERMINOLOGIE & HISTORISCHE HINTERGRÜNDE | SCHRIFT & TYPOGRAPHIE
- 7 1. VORBEMERKUNGEN | BEGRIFFE & TERMINOLOGISCHE FESTLEGUNGEN
  - 7 1.1. ZEICHEN | BEGRIFFSKLÄRUNG
  - 9 1.2. SCHRIFT | BEGRIFFSKLÄRUNG
  - 10 1.3. TYPOGRAPHIE | BEGRIFFSKLÄRUNG
  - 12 1.4 ZUSAMMENFASSUNG DER VERWENDETEN TERMINOLOGIE
- 13 2. TYPOLOGIE DER ZEICHEN & SCHRIFTSYSTEME
  - 13 2.1 PIKTOGRAMME | BILDERZEICHEN
  - 14 2.2 IDEOGRAMME | BEGRIFFSZEICHEN
  - 14 2.3 LOGOGRAMME | WORTZEICHEN
  - 15 2.4 PHONOGRAMME | LAUTZEICHEN
  - 15 2.5 TYPOLOGIE DER SCHRIFTTYPEN
- 17 3. SCHRIFTGESCHICHTE | ENTSTEHUNG & ENTWICKLUNG | ZEICHEN & SCHRIFT
  - 19 3.1 PIKTOGRAPHIE | HÖHLENMALEREI | SYMBOLE DER EISZEIT
  - 22 3.2 VORFORMEN VON SCHRIFT
    - | KERBHÖLZER, KNOTENSCHRIFTEN & TONMARKEN
  - 26 3.3 IDEOGRAPHIE | SEMASIOGRAPHIE
  - 28 3.4 LOGOGRAPHIE | KEILSCHRIFT | SUMERISCHE & AKKADISCHE SCHRIFT
  - 33 3.5 ENTWICKLUNG ZUR PHONOGRAPHIE | HIEROGLYPHEN
  - 38 3.6 PHONOGRAPHIE | ALPHABET
  - 48 3.7 ZUSAMMENFASSUNG
- 50 4. ANDERE SCHRIFTSYSTEME
  - 50 4.1 LOGOGRAPHISCHES SYSTEM | DAS CHINESISCHE SCHRIFTSYSTEM
  - 54 4.2 SYLLABISCH – LOGOGRAPHISCHES | DAS JAPANISCHE SCHRIFTSYSTEM
  - 57 4.3 DAS KOREANISCHE SCHRIFTSYSTEM
- 60 5. DAS ZEITALTER DER DRUCKSCHRIFT
  - 60 5.1 BEWEGLICHE LETTERN | JOHANNES GUTENBERG
  - 63 5.2 DIE ENTWICKLUNG DER SCHRIFT IN WESTEUROPA NACH
    - DER ERFINDUNG DER DRUCKTYPEN

67	5.3 ENTINDIVIDUALISIERUNG DER SCHRIFT ALS PHÄNOMEN IN DEN ANFÄNGEN DER INDUSTRIEGESELLSCHAFT IN WESTEUROPA
67	5.3.1 Die Situation in Westeuropa
68	5.3.2 Entindividualisierung der Druckschrift
71	6. ZUSAMMENFASSUNG
75	III. SCHRIFT IM KOMMUNIKATIONSPROZESS   AUSDRUCKSFORMEN VON SCHRIFT IM KONTEXT VON KOMMUNIKATION & IDENTITÄT
77	1. DAS VERHÄLTNISS VON SCHRIFT & SPRACHE
77	1.1 TERMINOLOGIE DER BEGRIFFE GESCHRIEBENE/GESPROCHENE SPRACHE, SCHRIFTLICHKEIT/MÜNDLICHKEIT, LITERALITÄT/ORALITÄT
79	1.2 PROTOTYPISCHE MERKMALE GESCHRIEBENER & GESPROCHENER SPRACHE
81	1.3 DAS VERHÄLTNISS VON GESCHRIEBENER UND GESPROCHENER SPRACHE
90	1.4 DEPENDENZ-, AUTONOMIE- UND INTERDEPENDENZHYPOTHESE
90	1.4.1 Argumentation des dependenztheoretischen Ansatzes
95	1.4.2 Argumentation des autonomietheoretischen Ansatzes
103	1.4.3 Interdependenztheoretischer Ansatz
106	1.4.4 Stellungnahme
108	1.5 GRAPHEME & PHONEME
113	1.6 ZUSAMMENFASSUNG
115	2. ZEICHENTHEORETISCHE ASPEKTE
118	3. SEMIOTISCHE ASPEKTE
118	3.1 ALLGEMEINE SEMIOTIK
120	3.2 DYADISCHE & TRIADISCHE ZEICHENRELATION
122	3.3 SEMIOTISCHE MODELLE
126	3.4 ZUSAMMENFASSUNG
127	4. SEMANTISCHE BEDEUTUNGS- & WIRKUNGSDIMENSIONEN
130	5. SCHRIFT: AUSDRUCKS- & INHALTSSYSTEM
130	5.1 AUSDRUCKSSYSTEM SCHRIFT
131	5.1.1 Physikalisch-materielle Ausdrucksdimension von Schrift
132	5.1.2 Graphisch-formale Ausdrucksdimension von Schrift
132	5.1.2.1 <i>Sin-, Legzeichen-Aspekte &amp; Replica   Typus   Exemplar</i>
140	5.1.2.1 <i>Klassifikationsmodelle   Überblick</i>
147	5.2. INHALTSSYSTEM SCHRIFT
147	5.2.1 Denotative & Konnotative Codierung
150	5.2.2 Typographische Funktionszeichen
150	5.2.3 Stimuli in Form codierter Reize

153	<b>6. SCHRIFTSYSTEMATIK, SCHRIFTPRAGMATIK &amp; SEMANTIK IN EXEMPLARISCHER ANALYSE</b>
153	6.1 SCHRIFTSYSTEMATIK: ÜBERBLICK ÜBER DAS TYPOGRAPHISCHE ZEICHENREPERTOIRE
153	6.1.1 Typographisches Material im engeren Sinn   Typenmaterial
153	6.1.1.1 <i>Bildtragende Typen</i>
154	6.1.1.2 <i>Blindmaterial</i>
155	6.1.2 Typographisches Material im weiteren Sinn   Flächen
162	6.2 SEMANTIK & PRAGMATIK TYPOGRAPHISCHER FORMEN
162	6.2.1 Problem   Das Verhältnis von Form & Inhalt
164	6.2.2 Semantisierung von Schrift   Konnotative Semantik von Druckschriften
166	6.2.2.1 <i>Semantisierung aufgrund kollektiver Wertungen</i>
167	6.2.2.2 <i>Semantisierung aufgrund kulturellen Wissens</i>
174	6.2.2.3 <i>Semantisierung aufgrund der Materialität</i>
176	6.2.2.4 <i>Flächentypographisch geprägte Semantik</i>
179	6.2.3 Einheit von Form & Inhalt an Buchstaben- & Wortbeispielen
179	6.2.3.1 <i>Lettern: Logos</i>
186	6.2.3.2 <i>Lettern in Worten: Wortbilder   Bildworte</i>
191	6.2.3.3 <i>Lettern in Wortsynthesen</i>
199	6.2.3.4 <i>Typographie &amp; Textinhalt</i>
204	6.3 ZUSAMMENFASSUNG
205	<b>7. WIRKUNGSWEISEN VON SCHRIFT</b>
205	7.1 SCHRIFT IM DENKPROZESS   ORALES & LITERALES DENKEN
208	7.2 SCHRIFT & KULTURELLES, KOMMUNIKATIVES & KOLLEKTIVES GEDÄCHTNIS
211	7.3 SCHRIFT & WAHRHEIT
212	<b>8. AUSDRUCKSFORMEN VON IDENTITÄT IN SCHRIFT &amp; TYPOGRAPHIE   EXEMPLARISCHE ANALYSEN &amp; BEISPIELE</b>
212	8.1 SCHRIFT & GESTALTERIDENTITÄT
213	8.2 SCHRIFT & NATIONALE IDENTITÄT   KULTURELLES GEDÄCHTNIS
214	8.2.1 Die Europäische Schriftspaltung   Der Fraktur - Antiqua Streit
224	8.2.2 Antiqua & Fraktur in der Gegenwart
228	8.2.3 Die irische Schrift   Von der irischen Minuskel zur Hammerunziale
229	8.2.4 Die russische Schrift   Die altslawischen Lettern
230	8.3 SCHRIFT & EPOCHE   MODE
233	8.3.1 Wandlungen von Schrift & Typographie   Historische Ausdrucksformen
236	8.3.2 Wandlungen von Schrift & Typographie   Ausdrucksformen der Arts & Craft-Bewegung & des Jugendstils um 1880
237	8.3.3 Wandlungen von Schrift & Typographie   Ausdrucksformen der Sachlichkeit um 1900

- 238 8.3.4 Wandlungen von Schrift & Typographie |  
Bildhafte Typographie um 1950
- 239 8.3.5 Ausdrucksformen im digitalen Zeitalter | DTP
- 241 8.3.6 Ausdrucksformen im digitalen Zeitalter |  
Anwendungen der Gegenwart
  
- 248 **IV. SCHRIFT & IDENTITÄT | EINFLUSSNAHME AUF DEN KOMMUNIKATIONSPROZESS  
AM BEISPIEL DER CORPORATE IDENTITY**
  
- 249 **1. CORPORATE IDENTITY & CORPORATE IMAGE |  
HISTORISCHE ENTWICKLUNG DES CORPORATE IDENTITY-BEGRIFFS**
  
- 251 **2. CORPORATE IDENTITY KONZEPTE | ÜBERBLICK**
- 252 2.1 KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHES IDENTITÄTSKONZEPT — KNEIP
- 252 2.2 S.I.N.N.-PYRAMIDE – ANTONOFF
- 255 2.3 IDENTITÄTSMODELL – LUX
- 256 2.4 MANNHEIMER MODELL – KELLER
- 258 2.5 GANZHEITLICHE CI-STRATEGIE – WIEDMANN
  
- 259 **3. SYSTEMATISIERUNG & ANALYSE DES CORPORATE IDENTITY-BEGRIFFS**
- 260 3.1 POSITION DER CORPORATE IDENTITY IN DER UNTERNEHMENSKULTUR
- 260 3.2 UNTERNEHMENSKULTUR
- 262 3.3 UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE & UNTERNEHMENSETHIK
- 263 3.4 UNTERNEHMENSIDENTITÄT
- 264 3.4.1 Corporate Design
- 266 3.4.2 Corporate Communications
- 268 3.4.3 Corporate Behavior
  
- 268 **4. CORPORATE IDENTITY-STRATEGIE**
- 268 4.1 ENTSTEHUNG EINER KOLLEKTIVEN IDENTITÄT
- 269 4.2 CORPORATE RELATIONSHIP
  
- 272 **5. SELBSTBILD | FREMDBILD**
- 272 5.1 KONGRUENZ CORPORATE IDENTITY | CORPORATE IMAGE
- 273 5.2 DIVERGENZ SELBSTBILD | FREMDBILD
- 279 5.3 PROBLEME DER IMAGE-| IDENTITÄTSGESTALTUNG
  
- 280 **6. IMAGE-| IDENTITÄTSGESTALTUNG**
- 280 6.1 IMAGEGEFÜGE
- 281 6.2 STABILITÄT UND INTENSITÄT VON EINSTELLUNGEN
  
- 285 **7. IDENTITÄTSVERLUST IM CORPORATE IDENTITY BEREICH**

287	<b>8. EXEMPLARISCHE BETRACHTUNG</b>
	<b>INSBESONDERE DER SCHRIFTENTWICKLUNG ANHAND DER MARKENHISTORIE DER CORPORATE IDENTITY   DES CORPORATE DESIGNS DER MARKE NIVEA</b>
288	8.1 EXEMPLARISCHE ANALYSE DER MARKENHISTORIE, INSBESONDERE DER SCHRIFT DER MARKE NIVEA
297	8.2 EXEMPLARISCHE ANALYSE   ZUSAMMENFASSUNG
300	<b>9. EXEMPLARISCHE KURZDARSTELLUNG FUNKTIONIERENDER CORPORATE IDENTITIES</b>
300	9.1 BMW   UNTERNEHMEN & MARKE
301	9.2 HUMBOLDT UNIVERSITÄT ZU BERLIN   UNTERNEHMEN & MARKE
302	9.3 WDR   UNTERNEHMEN & MARKE
304	<b>10. ZUSAMMENFASSUNG</b>
307	<b>V. KONKLUSION &amp; FAZIT</b>
VII– XXXVIII	<b>VI. LITERATUR- &amp; QUELLENVERZEICHNIS   BILDNACHWEIS</b>