

# Inhalt

---

**Einleitung** | 9

**1 DIE AVANTGARDE AUF DEM PRÜFSTAND –  
DAS INNOVATIONSPOTENTIAL DER NEUEN TYPOGRAPHIE** | 27

**1.1 Was ist angeblich »neu« an der »Neuen Typographie«?** | 28

Die Neue Typographie als Stil – Formale Merkmale | 28

Die Neue Typographie als Geisteshaltung – Forderungen  
und Ziele | 28

**1.2 Wie »neu« ist die »Neue Typographie« –  
Traditionslinien und Parallelen** | 29

Wurzeln der Forderung nach »Zweckmäßigkeit« | 30

Wurzeln der Forderung nach »Sachlichkeit« | 31

Wurzeln der Forderung nach »formaler Reduktion« | 35

Wurzeln der Forderung nach »Entgrenzung des Kunstbegriffs« | 38

Weitere Wurzeln | 40

**2 KRITISCHE FORSCHUNG ODER PRAXISORIENTIERTE  
NACHERZÄHLUNG? – MÄNGEL UND POTENTIAL  
DER DESIGNGESCHICHTSSCHREIBUNG** | 47

**2.1 Implikationen und Manipulationen –  
Problematisierung der bisherigen Darstellung  
der Geschichte der Neuen Typographie** | 51

»Man höre, wie alles kam und wohin der Weg führt.« –

Jan Tschicholds Genealogie der Neuen Typographie | 51

»Narratologie« im Diskurs der Grafik-Designsgeschichte | 52

»Same same, but different« – Konsequenzen der Entgrenzung  
des Designbegriffs für die Narration | 54

Pevsnerscher Exorzismus – Die Opfer teleologischer und linearer Narration | 57  
In Hochachtung verbunden – Personelle Verflechtung der Autoren von Geschichte | 59

## **2.2 Revision der Geschichte des Grafik-Designs – Voraussetzungen kritischer Designgeschichtsschreibung | 62**

Die Illusion von Objektivität – Geschichte als Konstruktion begreifen | 63  
Emanzipation vom Erbe der Kunstgeschichte | 71

## **3 REZEPTION DER NEUEN TYPOGRAPHIE IN DER TYPOGRAFISCHEN FACHWELT 1924–1933 | 81**

### **3.1 Konservativ-bürgerliche Anti-Avantgardisten? – Ablehnende Reaktionen auf die Neue Typographie | 82**

Rezeption der Neuen Typographie in Kreisen der Buchdrucker | 84  
Rezeption der Neuen Typographie in Kreisen der Gebrauchsgrafiker | 104  
Rezeption der Neuen Typographie in Kreisen der Reklamefachleute | 138

### **3.2 »Sieg der Avantgarde«? – Alternative Interpretation der Durchsetzung moderner Formprinzipien | 148**

Empirie und Erzählung – Die zunehmende Verbreitung moderner Formprinzipien | 150  
Glaubenskrise – Gründe für Zweifel an der Selbstdarstellung der Avantgarde | 152  
Zähmung der Avantgarde – Die formal-ästhetische »Domestizierung« als Voraussetzung für die zunehmende Akzeptanz | 162  
Die Instrumentalisierung der Avantgarde – Die Neue Typographie als Umsatzsteigerungs- und Professionalisierungshilfe | 169  
Die Übersetzung der Avantgarde – Wie moderate Vermittler die Akzeptanz der Neuen Typographie steigerten | 186

## **4 EINE FRAGE DER DISZIPLIN – NEUBEWERTUNG DER AVANTGARDE DURCH DAS PRISMA »PROFESSIONALISIERUNG« | 219**

- 4.1 Vom avantgardistischen Künstler zum Designer? –  
Die Professionalisierung der Neuen Typographen | 219**  
Strategie oder Anpassung? – Veränderungen in der Rhetorik  
von Jan Tschichold und Max Burchartz | 219  
Angewandt, autark und Arrière-Garde – Probleme bei  
der Professionalisierung | 223  
Professionalisierung der »2. Generation« | 230

- 4.2 Professionalisierung –  
Eine neue Perspektive auf die Designgeschichte | 245**  
Was ist eine »Profession«? – Benennung  
der Professionalisierungs-Kriterien | 245  
Fachwelt vs. Avantgarde – Vergleich  
der Professionalisierungs-Beiträge | 246

## **FAZIT: NEUER BLICK ZEIGT NEUES BILD – EINE ANDERE REZEPTIONSGESCHICHTE DER NEUEN TYPOGRAPHIE | 273**

- Glossar | 279**  
Typografische Fachbegriffe und Berufsbezeichnungen | 279  
Termini, Ausstellungen, Bewegungen, Schulen | 283  
Zeitschriften | 287  
Verbände, Institutionen und Firmen | 303  
Biografien | 317

## **Literaturverzeichnis | 333**

## **Dank | 379**

