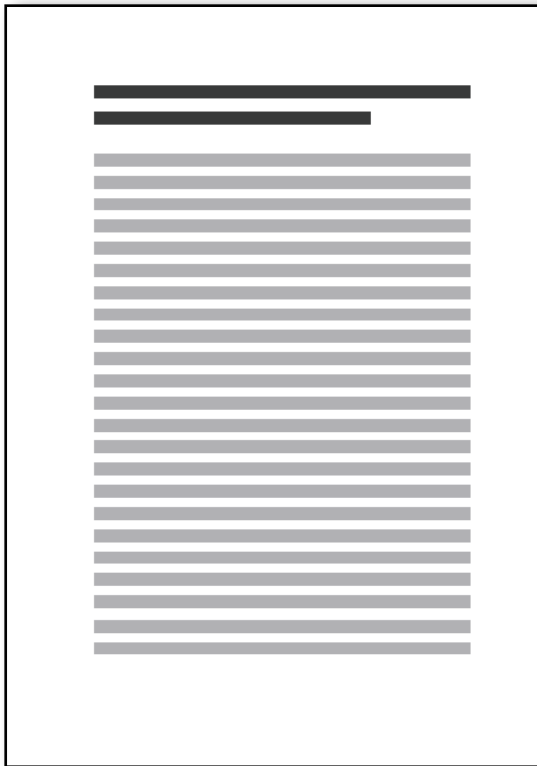
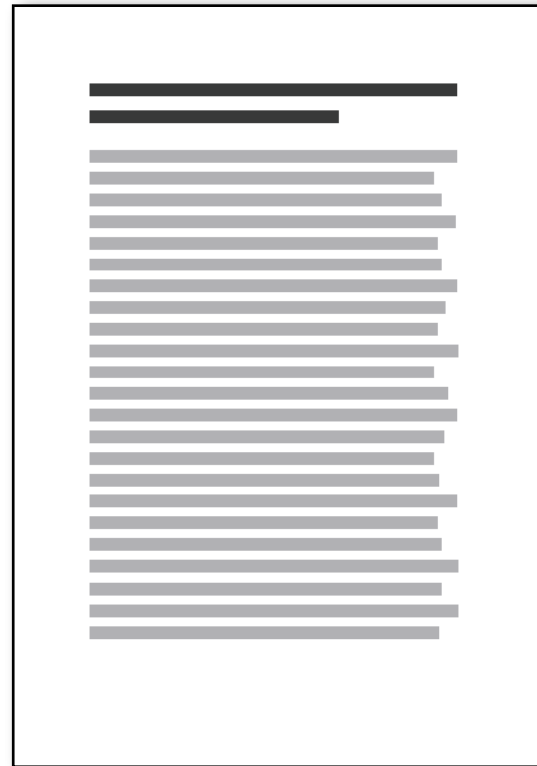


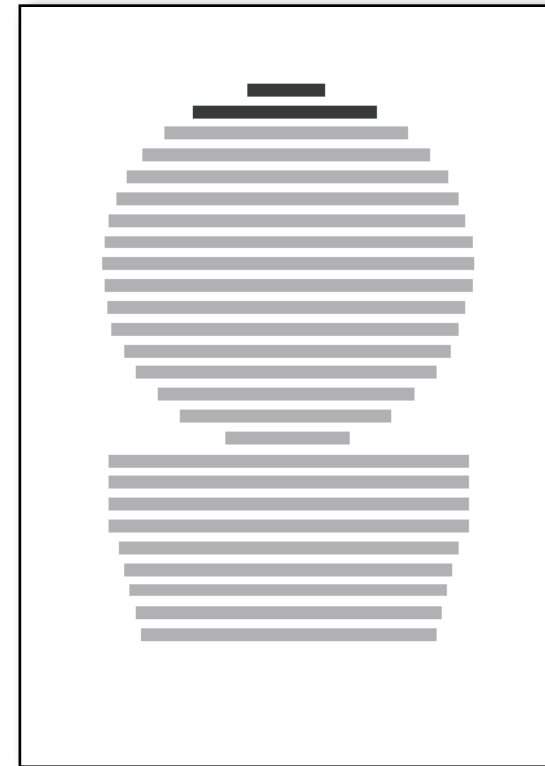
# Satz



Blocksatz



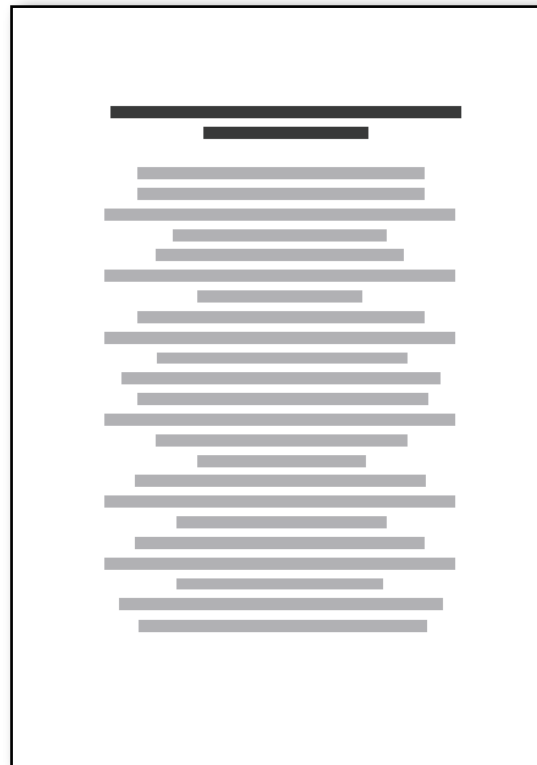
Rauhsatz



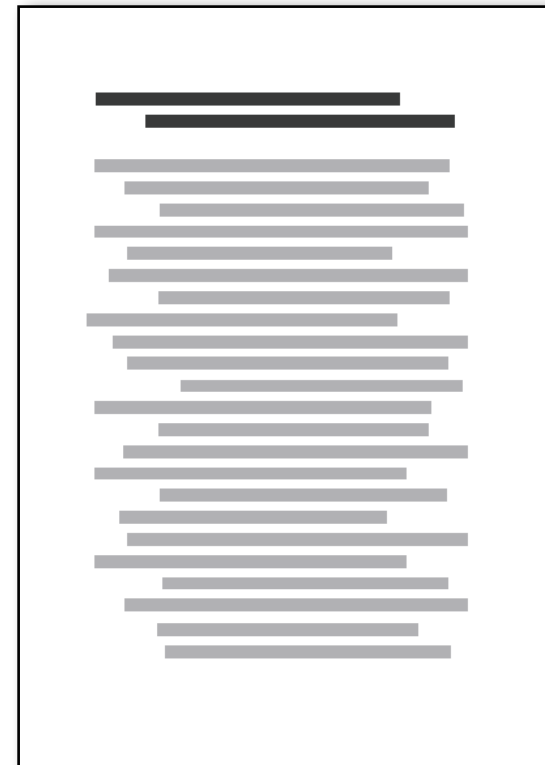
Formsatz



Flattersatz



Symmetrischer Satz



Freier Zeilenfall

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Grä-fick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Institut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln.



Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräffick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig nachhaken, um sich zu informieren. Sie haben

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschitut of Gräfick Ahts

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschitut of Gräfick Ahts

## Themen für das Tutorium Arbeitswissenschaft (WS 2007/2008)

- Durchführung von Laborversuchen mit anschließender Datenaufbereitung und statistischer Auswertung mit dem Ziel den Informationsbedarf von Kraftfahrzeugfahrern bei der Nutzung einer Adaptiven Fahrgeschwindigkeitsregelung (ACC) im Niedriggeschwindigkeitsbereich zu untersuchen.
- Aufbereitung und Auswertung von maximalen statischen Finger-Hand- Kräften (anhand statistischen Verfahren).
- Vergleich zwischen computergestützten und papiergestützten Arbeitszufriedenheitsbefragungen.

**Anmeldung bis zum Mo.05.11.2007**

[anka@iad.tu-darmstadt.de](mailto:anka@iad.tu-darmstadt.de) L1/01 Raum 522

[diaz@iad.tu-darmstadt.de](mailto:diaz@iad.tu-darmstadt.de) L1/01 Raum 503

Weitere Information

<http://www.arbeitswissenschaft.de/>

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräffick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräffick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräffick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt



Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerzt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäützets Inschtitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.

Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence. Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen. Um einen solchen Art Director kann man Sie beneiden. Er nutzt den ihm gewährten gestalterischen Freiraum nicht, um sich selbst darzustellen, sondern Sie. Er weiß, daß es Wichtiges über Ihr Unternehmen oder Produkt zu sagen gibt. Und

dem räumt er großzügig Platz ein. Dieser Mensch hat zweifelsohne nicht am Mäschäßutzets Inschitut of Gräfick Ahts studiert. Er besitzt keine Bücher von Neville Brody oder April Greiman, und wenn doch, ordnet er sie im Regal unter Kunst ein. Statt dessen pflegt er eine liebevoll innige Beziehung zu Büchern von Tschichold und Otl Aicher. Und: Er liest sie. Sie sollten an dieser Stelle ruhig mal zu ihm rüberlächeln. Loben Sie ihn. Laden Sie ihn zum Essen ein. Denn Sie werden sicher noch viel Freude an seiner Arbeit haben.



Lindy`s Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus. Den 1.Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodorierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig aus geschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt. Tatsächlich besteht ein Hamburger zunächst einmal aus einem Image. Das ist unterschiedlich, indem für die einen ein Hamburger die modernste, schnellste und billigste Möglichkeit darstellt, den Hunger zu stillen, während er für andere eine weitere, aus Amerika stammende Bedrohung europäischer Kultur ist. In einem Punkt sind sich aber alle einig: Ein Hamburger ist eßbar. Ich bin da nicht so sicher. Der eindrucksvollste Bestandteil eines Hamburgers sind die Zwiebeln. Je nachdem, ob zwischen den Teigscheiben viele oder wenige Zwiebeln gequetscht sind, ist die Duftwolke, die ein Hamburger ausstößt, umweltgefährdend oder nicht. Der Geruch von Zwiebeln hängt in den Kleidern wie Zigarrenrauch in den Gardinen, verglichen damit ist eine Brüsseler Frittenbude eine olfaktorische Harmlosigkeit. Wer mit dem Hamburger eine fingerdicke Lage Zwiebeln herunterschluckt, der muß einen Magen haben wie eine Kuh und eine Haftpflicht, weil er mit seinem Zwiebelatem sogar einen Schaffner des Balkan-Express bewußtlos pusten könnte. Die wenigsten Zwiebeln verwendet McDonalds; in den Produkten dieser Firma sind sie so fein gehackt, daß es fast appetitlich wirkt, wenn ich dieses Wort auch im Zusammenhang mit Hamburgern nur zögernd gebrauche. Der zweite Aromaträger ist die jeweilige Sauce, nein: Soße. Ihre kulinarische Bedeutung hat in der nicht gerade ruhmreichen Tradition der deutschen Küche nichts Vergleichbares. Sogar die weiße Mehlpampe, die von bösen Müttern über matschig gekochten Blumenkohl gelöffelt wird, ist dagegen eine Delikatesse. Ihr Hauptbestandteil scheint Tomatenketchup zu sein; ich schließe das aus der meistens roten Farbe. Sie kann aber auch eine mayonnaiseähnliche Schmiere sein, ätzend süßsauer und/oder scharf, von einer einmalig grellen Künstlichkeit. Die Menge, die man davon aufs "Brot" geschüttet kriegt, sagt darüber aus, ob die Soßenschütter zu den Sadisten gehören oder nicht. Das Wort Brot steht hier mangels einer passenden Bezeichnung für die beiden Hälften des runden Backwerks, dessen ausgeklügelte Geschmacklosigkeit fast schon bewunderungswürdig ist. Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze "Big-Mäc" oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Gro ßmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwassersystem gerät. Das Hauptmerkmal eines Hamburgers ist das Fleisch; 100 Prozent reines Rindfleisch, so die Versicherungen der Hersteller, und es gibt keinen Grund, ihnen nicht zu glauben. Den Glauben an das Fleisch braucht der Esser allerdings; denn das Fleisch sieht nicht nur aus wie ein Bremsbelag, es schmeckt auch nicht nach Fleisch. Es schmeckt nach nichts. Ich bin davon überzeugt, daß die Erfinder dieser Volksspeise sehr viel Mühe und Zeit darauf verwendet haben, zu diesem frappierenden Resultat zu kommen. Manchmal wird das



Lindy's Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus. Den 1. Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodorierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig aus geschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt. Tatsächlich besteht ein Hamburger zunächst einmal aus einem Image. Das ist unterschiedlich, indem für die einen ein Hamburger die modernste, schnellste und billigste Möglichkeit darstellt, den Hunger zu stillen, während er für andere eine weitere, aus Amerika stammende Bedrohung europäischer Kultur ist. In einem Punkt sind sich aber alle einig: Ein Hamburger ist eßbar. Ich bin da nicht so sicher. Der eindrucksvollste Bestandteil eines Hamburgers sind die Zwiebeln. Je nachdem, ob zwischen den Teigscheiben viele oder wenige Zwiebeln gequetscht sind, ist die Duftwolke, die ein Hamburger ausstößt, umweltgefährdend oder nicht. Der Geruch von Zwiebeln hängt in den Kleidern wie Zigarrenrauch in den Gardinen, verglichen damit ist eine Brüsseler Frittenbude eine olfaktorische Harmlosigkeit. Wer mit dem Hamburger eine fingerdicke Lage Zwiebeln herunterschluckt, der muß einen Magen haben wie eine Kuh und eine Haftpflicht, weil er mit seinem Zwiebelatem sogar einen Schaffner des Balkan-Express bewußtlos pusten könnte. Die wenigsten Zwiebeln verwendet McDonalds; in den Produkten dieser Firma sind sie so fein gehackt, daß es fast appetitlich wirkt, wenn ich dieses Wort auch im Zusammenhang mit Hamburgern nur zögernd gebrauche. Der zweite Aromaträger ist die jeweilige Sauce, nein: Soße. Ihre kulinarische Bedeutung hat in der nicht gerade ruhmreichen Tradition der deutschen Küche

nichts Vergleichbares. Sogar die weiße Mehlpampe, die von bösen Müttern über matschig gekochten Blumenkohl gelöffelt wird, ist dagegen eine Delikatesse. Ihr Hauptbestandteil scheint Tomatenketchup zu sein; ich schließe das aus der meistens roten Farbe. Sie kann aber auch eine mayonnaiseähnliche Schmiere sein, ätzend süßsauer und/oder scharf, von einer einmalig grellen Künstlichkeit. Die Menge, die man davon aufs „Brot“ geschüttet kriegt, sagt darüber aus, ob die Soßenschütter zu den Sadisten gehören oder nicht. Das Wort Brot steht hier mangels einer passenden Bezeichnung für die beiden Hälften des runden Backwerks, dessen ausgeklügelte Geschmacklosigkeit fast schon bewunderungswürdig ist. Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze „Big-Mäc“ oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Großmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwassersystem gerät. Das Hauptmerkmal eines Hamburgers ist das Fleisch; 100 Prozent reines Rindfleisch, so die Versicherungen der Hersteller, und es gibt keinen Grund, ihnen nicht zu glauben. Den Glauben an das Fleisch braucht der Esser allerdings; denn das Fleisch sieht nicht nur aus wie ein Bremsbelag, es schmeckt auch nicht nach Fleisch. Es schmeckt nach nichts. Ich bin davon überzeugt, daß die Erfinder dieser Volksspeise sehr viel Mühe und Zeit darauf verwendet haben, zu diesem frappierenden Resultat zu kommen. Manchmal wird das Fleisch mit einer gelblichen Weichgummischeibe belegt, die Käse genannt wird, süßlich schmeckt und in die gegebenen-

Lindy's Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus.

Den 1.Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig aus geschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt.

Tatsächlich besteht ein Hamburger zunächst einmal aus einem Image. Das ist unterschiedlich, indem für die einen ein Hamburger die modernste, schnellste und billigste Möglichkeit darstellt, den Hunger zu stillen, während er für andere eine weitere, aus Amerika stammende Bedrohung europäischer Kultur ist. In einem Punkt sind sich aber alle einig: Ein Hamburger ist eßbar. Ich bin da nicht so sicher.

Der eindrucksvollste Bestandteil eines Hamburgers sind die Zwiebeln. Je nachdem, ob zwischen den Teigscheiben viele oder wenige Zwiebeln gequetscht sind, ist die Duftwolke, die ein Hamburger ausstößt, umweltgefährdend oder nicht. Der Geruch von Zwiebeln hängt in den Kleidern wie Zigarrenrauch in den Gardinen, verglichen damit ist eine Brüsseler Frittenbude eine olfaktorische Harmlosigkeit. Wer mit dem Hamburger eine fingerdicke Lage Zwiebeln herunterschluckt, der muß einen Magen haben wie eine Kuh und eine Haftpflicht, weil er mit seinem Zwiebelatem sogar einen Schaffner des Balkan-Express bewußtlos pusten könnte. Die wenigsten Zwiebeln verwendet McDonalds; in den Produkten dieser Firma sind sie so fein gehackt, daß es fast appetitlich wirkt, wenn ich dieses Wort auch im Zusammenhang mit Hamburgern nur zögernd

## Hurenkind

gebrauche.

Der zweite Aromaträger ist die jeweilige Sauce, nein: Soße. Ihre kulinarische Bedeutung hat in der nicht gerade ruhmreichen Tradition der deutschen Küche nichts Vergleichbares. Sogar die weiße Mehlpampe, die von bösen Müttern über matschig gekochten Blumenkohl gelöffelt wird, ist dagegen eine Delikatesse. Ihr Hauptbestandteil scheint Tomatenketchup zu sein; ich schließe das aus der meistens roten Farbe. Sie kann aber auch eine mayonnaiseähnliche Schmiere sein, ätzend süßsauer und/oder scharf, von einer einmalig grellen Künstlichkeit. Die Menge, die man davon aufs „Brot“ geschüttet kriegt, sagt darüber aus, ob die Soßenschütter zu den Sadisten gehören oder nicht.

Das Wort Brot steht hier mangels einer passenden Bezeichnung für die beiden Hälften des runden Backwerks, dessen ausgeklügelte Geschmacklosigkeit fast schon bewunderungswürdig ist. Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze „Big-Mäc“ oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Großmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwassersystem gerät.

Das Hauptmerkmal eines Hamburgers ist das Fleisch; 100 Prozent reines Rindfleisch, so die Versicherungen der Hersteller, und es gibt keinen Grund, ihnen nicht zu glauben. Den Glauben an das Fleisch braucht der Esser allerdings; denn das Fleisch sieht nicht nur aus wie ein Bremsbelag, es schmeckt auch nicht nach Fleisch.



Lindy's Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus.

Den 1.Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig aus geschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt.

Tatsächlich besteht ein Hamburger zunächst einmal aus einem Image. Das ist unterschiedlich, indem für die einen ein Hamburger die modernste, schnellste und billigste Möglichkeit darstellt, den Hunger zu stillen, während er für andere eine weitere, aus Amerika stammende Bedrohung europäischer Kultur ist. In einem Punkt sind sich aber alle einig: Ein Hamburger ist eßbar. Ich bin da nicht so sicher.

Der eindrucksvollste Bestandteil eines Hamburgers sind die Zwiebeln. Je nachdem, ob zwischen den Teigscheiben viele oder wenige Zwiebeln gequetscht sind, ist die Duftwolke, die ein Hamburger ausstößt, umweltgefährdend oder nicht. Der Geruch von Zwiebeln hängt in den Kleidern wie Zigarrenrauch in den Gardinen, verglichen damit ist eine Brüsseler Frittenbude eine olfaktorische Harmlosigkeit. Wer mit dem Hamburger eine fingerdicke Lage Zwiebeln herunterschluckt, der muß einen Magen haben wie eine Kuh und eine Haftpflicht, weil er mit seinem Zwiebelatem sogar einen Schaffner des Balkan-Express bewußtlos pusten könnte. Die wenigsten Zwiebeln verwendet McDonalds; in den Produkten dieser Firma sind sie so fein gehackt, daß es fast appetitlich wirkt, wenn ich dieses Wort auch im Zusammenhang mit Hamburgern nur zögernd gebrauche.

Der zweite Aromaträger ist die jeweilige Sauce, nein: Soße. Ihre kulinarische Bedeutung hat in der nicht gerade ruhmreichen Tradition der deutschen Küche nichts Vergleichbares. Sogar die weiße Mehlpampe, die von bösen Müttern über matschig gekochten Blumenkohl gelöffelt wird, ist dagegen eine Delikatesse. Ihr Hauptbestandteil scheint Tomatenketchup zu sein; ich schließe das aus der meistens roten Farbe. Sie kann aber auch eine mayonnaiseähnliche Schmiere sein, ätzend süßsauer und/oder scharf, von einer einmalig grellen Künstlichkeit. Die Menge, die man davon aufs „Brot“ geschüttet kriegt, sagt darüber aus, ob die Soßenschütter zu den Sadisten gehören oder nicht.

Das Wort Brot steht hier mangels einer passenden Bezeichnung für die beiden Hälften des runden Backwerks, dessen ausgeklügelte Geschmacklosigkeit fast schon bewunderungswürdig ist. Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze „Big-Mäc“ oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Großmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwassersystem gerät.

Das Hauptmerkmal eines Hamburgers ist das Fleisch; 100 Prozent reines Rindfleisch, so die Versicherungen der Hersteller, und es gibt keinen Grund, ihnen nicht zu glauben. Den Glauben an das Fleisch braucht der Esser allerdings; denn das Fleisch sieht nicht nur aus wie ein Bremsbelag, es schmeckt auch nicht nach Fleisch. Es schmeckt nach nichts. Ich bin davon überzeugt, daß die Erfinder dieser Volksspeise sehr viel Mühe und Zeit darauf verwendet



Lindy's Cheese Cake halten die Amerikaner irrtümlich für einen Ureinwohner ihres schönen Landes; er stammt aus dem Schwäbischen. Dagegen hätten sie mit Coca-Cola beinahe den Goldpokal gewonnen, wäre da nicht auch die Süßreserve des deutschen Weinbaus.

Den 1. Preis, unvergänglichen Ruhm und das Bewußtsein, endlich der Welt gezeigt zu haben, daß sie kreativer sind als der nichtdeodorisierte Teil der Menschheit, errangen sie schließlich mit der Erfindung des Hamburgers. So wie er aussieht, scheint es völlig aus geschlossen, daß der Brotteil aus Mehl gebacken wurde und der Fleischteil von einem Tier stammt.

Tatsächlich besteht ein Hamburger zunächst einmal aus einem Image. Das ist unterschiedlich, indem für die einen ein Hamburger die modernste, schnellste und billigste Möglichkeit darstellt, den Hunger zu stillen, während er für andere eine weitere, aus Amerika stammende Bedrohung europäischer Kultur ist. In einem Punkt sind sich aber alle einig: Ein Hamburger ist eßbar. Ich bin da nicht so sicher.

Der eindrucksvollste Bestandteil eines Hamburgers sind die Zwiebeln. Je nachdem, ob zwischen den Teigscheiben viele oder wenige Zwiebeln gequetscht sind, ist die Duftwolke, die ein Hamburger ausstößt, umweltgefährdend oder nicht. Der Geruch von Zwiebeln hängt in den Kleidern wie Zigarrenrauch in den Gardinen, verglichen damit ist eine Brüsseler Frittenbude eine olfaktorische Harmlosigkeit. Wer mit dem Hamburger eine fingerdicke Lage Zwiebeln herunterschluckt, der muß einen Magen haben wie eine Kuh und eine Haftpflicht, weil er mit seinem Zwiebelatem sogar einen Schaffner des Balkan-Express bewußtlos pusten könnte. Die wenigsten Zwiebeln verwendet McDonalds; in den Produkten dieser Firma sind sie so fein gehackt, daß es fast appetitlich wirkt, wenn ich dieses Wort auch im Zusammenhang mit Hamburgern nur zögernd gebrauche.

Der zweite Aromaträger ist die jeweilige Sauce, nein: Soße. Ihre

kulinarische Bedeutung hat in der nicht gerade ruhmreichen Tradition der deutschen Küche nichts Vergleichbares. Sogar die weiße Mehlpampe, die von bösen Müttern über matschig gekochten Blumenkohl gelöffelt wird, ist dagegen eine Delikatesse. Ihr Hauptbestandteil scheint Tomatenketchup zu sein; ich schließe das aus der meistens roten Farbe. Sie kann aber auch eine mayonnaiseähnliche Schmiere sein, ätzend süßsauer und/oder scharf, von einer einmalig grellen Künstlichkeit. Die Menge, die man davon aufs „Brot“ geschüttet kriegt, sagt darüber aus, ob die Soßenschütter zu den Sadisten gehören oder nicht.

Das Wort Brot steht hier mangels einer passenden Bezeichnung für die beiden Hälften des runden Backwerks, dessen ausgeklügelte Geschmacklosigkeit fast schon bewunderungswürdig ist. Oft gibt es außer Ober- und Unterseite noch eine Zwischenlage des Mehlprodukts, dann heißt das ganze „Big-Mäc“ oder so ähnlich. Diese Konstruktion ermöglicht es, die Zwiebel-Soße-Fleisch-Einlage gleich zweimal unterzubringen. Dadurch erreicht der Hamburger eine Höhe von mindestens zehn Zentimetern, was auch für das größte Großmaul zu hoch sein dürfte. Dem kommt jetzt die hervorstechendste Eigenschaft des Backwerkes zugute, nämlich seine wattige Konsistenz: mühelos läßt sich das Ding zur passenden Größe zusammendrücken. Daß dabei der Inhalt an den Seiten herausquillt und auf den Boden platscht, ist ungefährlich, solange davon nichts ins Abwassersystem gerät.

Das Hauptmerkmal eines Hamburgers ist das Fleisch; 100 Prozent reines Rindfleisch, so die Versicherungen der Hersteller, und es gibt keinen Grund, ihnen nicht zu glauben. Den Glauben an das Fleisch braucht der Esser allerdings; denn das Fleisch sieht nicht nur aus wie ein Bremsbelag, es schmeckt auch nicht nach Fleisch. Es schmeckt nach nichts. Ich bin davon überzeugt, daß die Erfinder dieser Volksspeise sehr viel Mühe und Zeit darauf verwendet haben, zu diesem frappierenden Resultat zu kommen. Manchmal wird das Fleisch mit einer gelblichen Weichgummischeibe belegt,

Schusterjunge

# Textsatz KnowHow

Ziel bei Mengentexten ist die Wirkung als möglichst **gleichmäßige Graufäche**

Buchstabenabstand < Wortabstand < Zeilenabstand  
< Spaltenabstand

Spationierung sollte bei sehr **großen** und sehr **kleinen** Schriftgraden **angepasst** werden: kleine Schriften (<9pt) benötigen eine größere Spationierung, große Schriften > 16pt eine kleinere Spationierung.



# Textsatz KnowHow

Der **Zeilenabstand** sollte zwischen **120%** und **130%** des Schriftgrades betragen. Kleine Schriften (<9pt) oder breite Spalten benötigen einen größeren Zeilenabstand, große Schriften (>16pt) oder schmale Spalten benötigen einen kleineren Zeilenabstand.

Die Spaltenbreite sollte so gewählt sein, dass **Zeilenlängen** zwischen **9** und **13 Worten** oder 60 und 80 Zeichen entstehen.

Der **Spaltenabstand** sollte etwa so groß wie der **Schriftgrad** sein.

# Textsatz KnowHow

Längere Texte sollten in **kurze Absätze** gegliedert werden.

Falls Sie Silbentrennung verwenden, vermeiden Sie Endzeilen, die **ausschließlich** aus **einem Wortteil** bestehen.

Falls Mehrspaltsatz verwenden, vermeiden Sie **Hurenkinder** und **Schusterjungen**.

Verwenden Sie **rechtsbündigen** Flatter- oder Rauhsatz, **symmetrischen** oder **Formsatz** nur in Ausnahmefällen oder für **kurze Texte**.



# Textsatz KnowHow

Achten Sie beim Blocksatz auf gleichmäßige Wortabstände. Diese ergeben sich nur, wenn die Zeilen lang genug sind, Silbentrennung möglich ist und das Satzprogramm (oder Sie!) den Randausgleich über Wortabstand UND Buchstabenabstand realisiert.

Verwenden Sie keine Silbentrennung in Überschriften.