

Was ist ein Blindtext

Schön, dass Sie neugierig reinschauen, obwohl hier ja eigentlich noch gar kein richtiger Text steht, sondern nur der sogenannte Blindtext. Der aber soll Ihnen diesmal mehr Spaß machen als das „Eiriseididum“ oder das „Kisuaheli omryx nomryx“ oder dieses „Iam quanto minoris constat haec felicitas accessio!“ oder „In general, bodytypes are measured in the typographical point size“.

Dieser Blindtext will Ihnen nämlich dreierlei sagen: Erstens will er den Texter entschuldigen - tut uns leid, aber es war einfach unmöglich, das Ding gestern nacht noch exakt auf Länge runterzuschreiben. Das Briefing, Sie wissen schon. Schwieriges Thema. Und die Freundin ist krank, und der Freund wollte unbedingt in diesen neuen Film. Also sorry. Ja, und zweitens haben wir Sie bis hierhin zum Lesen gebracht und wollen damit belegen, dass nicht alle Marktforscher und Kaffeesatzleser recht haben, die sagen, dass unser armer Freund Otto Normalverbraucher und seine hässliche Schwester Lieschen Müller maximal Null Komma gar kein Interesse haben für Texte. Drittens sollten wir für ein paar Zeilen abschweifen und uns dem Gegenstand unserer Bemühungen zuwenden.

Was heisst überhaupt Blindtext? Macht er blind, und wenn ja, wen? Die Grafiker und Typografen, die solange blind in die Tasten hauen, bis ein Schreiber die Zeilen mit Sinn füllt? Ich denke, das Wörtchen will uns ja auch nur warnend darauf hinweisen, dass viel zu oft nach dem Motto „Augen zu und durch“ verfahren wird bei der verantwortungsvollen Aufgabe, Grauwert zu verteilen. Ja sapperlot, sagen Sie jetzt vielleicht (wenn der Layouter den Text bis hierhin aus formalen Gründen

noch nicht abgeschnitten hat), man soll doch in einem Layout nur sehen können, wie das Schriftbild überhaupt aussieht: Welche Schrift haben wir denn, in welcher Grösse, wie sind die Buchstabenabstände und so weiter (Form follows function?). Trotzdem: Vielleicht ist ja die aktuelle, zeitgeistige und allgemeine Missachtung interessanter, unterhaltsamer und ausschweifender Betrachtungen genau darin zu suchen, dass sie präsentiert wird erst mal in Form von Blindtext, also Blödsinnstext. (Siehe oben.)

Und wie sollen Sie, der geneigte Kunde, denn ahnen, wie spannend das später sein könnte. Stellen Sie sich mal vor, hier würde nix stehen. Nichts über Ihr Produkt, nichts über Ihre Leistungen, nichts über Ihren Service, nichts über Ihre tollen Leute. Nichts über Ihr Angebot, nichts über Ihren Stolz, nichts über Ihr Engagement, nichts über Ihren Optimismus. Wäre doch schade, oder? Für den Fall, dass Sie jetzt der Meinung sind, es gäbe über Ihre Sache ja gar nicht so viel zu sagen, gibt es diese alte Werberegeln als Trost und Ansporn: Wenn Sie wirklich nichts zu sagen haben, dann sagen Sie das wenigstens lustig. So, genug jetzt: Die durchschnittliche klassische Käfer-Anzeige hatte 632 Anschläge, und wir sind schon weit drüber. Warten Sie mal ab, wie schön der Text ist, der später hier gedruckt wird. Viel Spass beim Lesen!