

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 12 (1999)
Heft: 1-2

Artikel: Redesign ohne Ende : der Grafiker Theo Ballmer macht seit 31 Jahren das Design der französischen Zeitung "Ouest France"
Autor: Settele, Christoph
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121039>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

1

Die Titelseite (1964)

Die «Ouest France» 1964: Der knorrige Titel geht in der umrahmenden Werbung unter. Ein Sammelsurium von Schrifttypen, -graden und -stärken zeigt das fehlende Designkonzept

2

Titelseite (1975)

Die «Ouest France» erscheint mit dem neuen Schriftzug und dem Signet. Das Logo mit den Buchstaben F und O, die zu einer Bildmarke verschmelzen, dominiert trotz eingeschobener Werbefläche den Zeitungskopf

3

Die Titelseite (1998)

Die «Ouest France» druckt für die 40 verschiedenen Regionalausgaben eigene Titelseiten. Die rechten drei Spalten des Siebenspalters widmen sich Regionalem und Lokalem. Die mitgedruckten Druckkontrollstreifen zeigen, dass Produktionstechnik wichtiger als Design ist



Bilder: Betty Fleck

Redesign ohne Ende

Theo Ballmer, Grafiker SGV aus Basel, ist seit 31 Jahren für das Design der grössten französischen Zeitung «Ouest France» verantwortlich. Sie deckt rund 6000 Gemeinden von Caen bis Nantes ab. Sie druckt täglich 900 000 Exemplare mit insgesamt 500 Seiten auf 40 Regionalausgaben verteilt: eine ungewöhnliche Liaison.

Die Herausgeber der Zeitung «Ouest France» wollten 1967 nur den Entwurf eines Logos von Theo Ballmer. Es kam ganz anders. Ballmer betrieb in Paris ein Atelier für Grafik und Werbung und hatte sich mit der Gestaltung von Zeitschriften wie «Famille éducatrice» oder «L'express» und mit Erscheinungsbildern ins Gespräch gebracht. Er konnte den Verleger François Régis Hutin überzeugen, die Zeitung umfassend zu reorganisieren. Ballmer analysierte in den ersten Jahren fabrikationstechnische Abläufe, bereitete die Umstellung von Hochdruck auf Offset vor und entwickelte ein neues Layout und ein Logo. 1971 führte er die «Helvetica» als Grundschrift ein. Doch erst seit 1990, nach einer zweiten umfassenden Analyse des Leseverhaltens und der Umstellung auf Computersatz trägt das Design der Zeitung Ballmers Handschrift in der Tradition von Schweizer Grafik und Basler Schule.

Helvetica und Blockumbruch

Ballmer war einer der ersten Designer, der eine Zeitung im Blockumbruch und mit der «Helvetica» gestaltete und für den Zeitungskopf ein Logo entwarf. Er ist stolz, dass sich seine Ideen aus den

siebziger Jahren heute durchgesetzt haben: «Das Skelett hat gehalten, nur das Fleisch hat ein bisschen gewackelt.» Dreissig Jahre sanfter und heftiger Widerstand liegen dazwischen. Die altgedienten Setzer verziehen ihm nie, dass er die 25 bestehenden Schriften sukzessive zugunsten einer einzigen abbaute, und die fürs Layout Verantwortlichen verzweifeln in den siebziger Jahren fast am Blockumbruch. Denn die von Hand oder mit Schreibmaschine geschriebenen Texte waren nicht quantifizierbar und unter Zeitdruck nur mit redaktionellem Aufwand in geschlossene Seiten aus sauber gelayouteten Blöcken zu zwingen. Heute hat sich dieses Layoutprinzip durchgesetzt. Rückblickend meint Ballmer: «Ich war kein Visionär. Ohne Erfahrung im Zeitungsdesign hatte ich einfach die Intuition, dass eine Zeitung so gestaltet werden muss.»

Knifflige Rahmenbedingungen

Die «Ouest France» ist ein Kopfblatt der besonderen Art: 40-mal eine Regionalzeitung mit nur wenigen gemeinsamen Seiten für Internationales und Nationales aus Politik und Sport. Damit nicht genug: Auch die Lokalteile wechseln

