



t g m

Mitteilungen der
Typographischen Gesellschaft
München e.V.
Jahresprogramm 2003/2004
Ausgabe 23, März 2004



Vorträge

Kopist oder Komponist – Musik verpacken

Helmut Schmidinger
2. Dezember 2003

Wie war das mit dem »Tellerand«? Die tgm-Programmplaner wollten mit dem Vortrag über das »Verpacken« von Musik anregen, über selbigen zu blicken. Leider aber hatten nur wenige Mitglieder den Weg in das Carl-Orff-Auditorium der Musikhochschule gewagt, so dass Helmut Schmidinger, Komponist und Notengrafiker aus Linz, nur einen kleinen Kreis Zuhörer begeistern durfte.

Ein Dreiecksmodell stellte Schmidinger dem Abend voran: 1. Die ursprünglichste, unmittelbarste und persönlichste »Verpackung« einer Komposition ist die Handschrift des Komponisten, unter der Voraussetzung, das Werk ist ausnotiert und ausreichend bezeichnet. Auch Elemente aus anderen Musikkulturen und Elektronik müssen erkennbar bezeichnet sein.

2. Der Interpret, z. B. ein Orchester, benötigt eine gut les- und verwendbare grafische Umsetzung der Komposition: die Bindung sollte flach auf dem Notenpult aufzuschlagen, leise blätterbar und haltbar sein. Das Papier ist idealerweise nicht strahlendweiß und ungestrichen, die Blattwendestellen sollten an geeigneten Stellen angelegt sein (z. B. bei Pausen). Den Musikern sollte das Material außerdem rechtzeitig vor den Proben zum Üben vorliegen.

3. Den Transport zwischen Komponist und Interpret erledigt der Verlag (Ausnahme: unverlegte Musik). Der Verlag bestimmt die Qualität der Umsetzung der Veröffentlichung.

Anschließend beschrieb Helmut Schmidinger die Entwicklung des Notensatzes, beginnend beim Copisten, über den Notensteher bis hin zum Notengrafiker: 1478 Erfindung des einfachen Typendruckes (Ulrich Hau), 1586 Kupferstich (Simone Verovio), 1753 Einstempeln der Noten auf Pewterplatten (John

Walsh), 1755 erste Normung des Notensatzes mit über 400 Einzeltypen (Immanuel Breitkopf), Verbindung von Text- und Notensatz, 1753 Versuch der Vervielfältigung einer Klavierschule (Christoph Philipp Emmanuel Bach), 1796 Erfindung des Flachdruckes (Alois Senefelder), seitdem waren unbegrenzte Auflagen möglich, 1948 erstes Handbuch für »Notensteher« (Karl Heder), 1987 das Berufsbild wandelt sich zum »Notengrafiker«, 1989 erste Notensatzsoftware »Finale« für den Macintosh, ab 1991 Software »Scor« für den normierten Satz am PC und »Amadeus« für Atari und Unixrechner.

Nach diesem mit Notenbeispielen gut illustrierten Überblick erläuterte der Referent sehr anschaulich die typo- und orthografischen Regeln des Notensatzes, schilderte die Entwicklung der Notenbehalzung und »Achtelfähnchen«, des #-Zeichens zur Erhöhung der gesetzten Note um einen Halbton, der Taktstriche, Ganztaktnoten und -pausen. Interessant war auch die Schilderung von Umbruchproblemen aus dem Alltag des Notengrafikers.

Alles in allem stellte dieser Abend einen schönen Ausflug über den »Tellerand« dar, der viele Parallelen der Arbeit eines Komponisten/Notengrafikers zu der eines Typografen/Grafikers zeigte.
hau

Handschrift und Charakter – Das neue Siemens Corporate Design

Hans Jürg Hunziker und Jürgen Barthel
13. Januar 2004

Das Zauberwort des Abends war »Fibonacci«. Dem einen oder anderen mag der Name vorher schon begegnet sein und wer im letzten Jahr den tgm-Vortrag über Proportionen in der Architektur gehört und gesehen hatte, wusste mit ihm sicher etwas anzufangen. Nach dem im 13. Jahrhundert lebenden italienischen Gelehrten Leonardo von Pisa, genannt Fibonacci, ist eine Zahlenreihe benannt, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 und so weiter, die durch die Addition der jeweils zwei vorangegangenen Zahlen entsteht. Aus den Fibonacci-Zahlen lassen sich die Zahlenverhältnisse des Goldenen Schnitts ableiten. Sie ergeben ein dynamisches Proportionsystem, das universell einsetzbar ist. Die von Siemens mit der Entwicklung des weltweiten Konzernauftritts beauftragten Grafiker mit Jürgen Barthel an der Spitze sehen in ihm das ideale Grundprinzip, das Gestaltungsfreiheit und -spielräume erlaubt, statt eine Menge bis ins Detail reichende, starre Regeln vorzugeben. Denn so versteht sich der Konzern: als weltoffen, flexibel auf Herausforderungen reagierend, dem Dialog verbunden, kreatives Potenzial fördernd, statt es einzuschränken. So sind auch die bislang entstandenen Grundzüge des Corporate Design vor allem eine Anleitung zum Ausgestalten und Weiterentwickeln durch die zahlreichen, über die Welt verstreuten Anwender in Werbeagenturen und Gestaltungsbüros, bei der relativ wenige Elemente fest vorgegeben sind. Der dynamische Fibonacci-Rhythmus zieht sich dabei durch alle Bereiche: Layoutraster, Schrift, Farbgestaltung und sogar klangliche Äußerungen, Jürgen Barthel führte Beispiele von Videosequenzen vor. Sein Vortrag war überhaupt ein rasant geschnittener Durchgang durch die Welt der Siemens-Kommunikation

beziehungsweise die »sechs Brand-Elemente«, der einen mit optischen Eindrücken überschüttete. Wer dem noch einmal in Ruhe nachgehen möchte, kann dies im Internet tun: <http://brandville.siemens.com>. Ein paar Glückliche im vollen Saal des Literaturhauses ergatterten auch Exemplare elegant gestalteter Drucksachen, die Siemens zum Thema Schriften und Corporate Design produziert hat, übrigens neben einem so genannten Fibometer, einem an Typometer angelehnten Layout-Messwerkzeug für das Fibonacci-System.

Fibonacci ist aber nicht das einzige herausragende Merkmal des Siemens CD. Ebenso wichtig ist die Schrift. So bestritt denn auch den ersten Teil des Abends Hans Jürg Hunziker, der Gestalter der Siemens-Hausschrift. Sie besteht aus den drei Schriftstilen Serif, Sans und Slab in insgesamt 18 Schnitten. Hunziker beschrieb die Anstöße für seinen Entwurf und die Vision, die er damit verbindet. Im Detail erläuterte er Gestaltungsbesonderheiten sowie die Beziehungen der Schnitte untereinander und zu anderen Schriften. Ein bisschen vermisst habe ich einzig ein Wort darüber, wie in diesem Zusammenhang die Kommunikation und Abstimmung mit dem Auftraggeber verlief. Welche Wünsche oder Vorgaben gab es, wenn überhaupt? Wer die Möglichkeit hat, an das Brand Notebook 1 von Siemens zu kommen, der erfährt in diesem schön gemachten Band noch etwas mehr über die Siemens-Schrift und ihren Gestalter. *jh*

Das Wesen der Dinge zum Ausdruck bringen!

Henning Schädla
2. März 2004

Henning Schädla korrigierte seinen bei Kant entliehenen allgemeinen Vortrags-titel rasch und war damit auch schon beim Kern seiner Ausführungen zu Markenartikeln angekommen: »Produkten ein Wesen, etwas Wesentliches, eine Bedeutung zu geben« – das ist heute die zentrale Aufgabe des Verpackungsgestalters. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage: »Warum soll ich dieses und nicht das andere Produkt nehmen?« Schädla, Berater der Düsseldorfer Agentur Design for Business, hatte in seinem Vortrag zur Erläuterung eine Reihe einleuchtender Beispiele und punktgenauer Argumente parat.

Die Fähigkeit einer Marke, Leidenschaft und Begehren zu wecken, fachsprachlich: einen Verfassungsvertrag beim Verbrau-

cher zu erreichen, ist heute vor allem deshalb so wichtig, weil der Verbraucher sich verändert hat. Für ihn ist ein Produkt mehr als nur die Summe seiner bedürfnisbefriedigenden Eigenschaften. Produkte sind heute beim Verbraucher mit inneren Bildern und Werten verbunden. Es kommt im Gestaltungsprozess darauf an, die relevanten Werte einer Marke herauszuarbeiten und in ein stimmiges grafisches und textliches Konzept umzusetzen.

Hier liegt das Geheimnis für den Gestalter: Er muss in der Lage sein, den Transfer vom individuellen Bild zum Bild für alle zu leisten und die Gefühls- und Bildwelt der Verbraucher erreichen. In der Kreation sind Stereotype und visuelle Langeweile zu vermeiden, Erfolg versprechen dagegen Empathie und der gelegentliche Regelverstoß. Austauschbarkeit und Konformität stehen Unterscheidbarkeit und Eigenständigkeit gegenüber.

Als erfolgreicher Markenartikler muss man bei klarer Strategie und konsequenter Umsetzung damit rechnen, dass es mit der Zeit Imitatoren gibt. Dann ist weitere Evolution zwingend nötig – denn in der Alternative Preiskampf kann die Marke nur verlieren. Die Evolution kann sogar so weit gehen, dass man die bisherigen Eigenschaftskategorien hinter sich lässt und neue schafft – bis hin zu einem neuen Produktsegment. Ein Markenprodukt muss im Schnitt alle drei bis fünf Jahre einem Facelift unterzogen werden.

Eindrucksvollster und überzeugendster Beleg für Schädla's Thesen waren seine Moodvideos. Kaum jemand im Saal, der sich ihrer suggestiven Kraft hätte entziehen können. Die Grenze der Kreation zog Schädla aber auch klar: Man kann nicht betrügen. Erfolgreich sein wird nur, was glaubwürdig ist. Ein kurzweiliger und – im besten aufklärerischen Sinne – erhellen-der Abend. *Bg*

Im Internet entdeckt

Schriftgeschichte

Kleine Einführung in die Schriftgeschichte (von Bernhard Schnelle). Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, Studiengang Kommunikationsdesign. Zum Downloaden ([zeittafel.pdf](http://www.hbkbs.de/home/bernhard_schnelle.htm)). http://www.hbkbs.de/home/bernhard_schnelle.htm

Typografie 1

Neuigkeiten rund um das Thema Schrift, Fonts, Fontanbieter, Bücher etc. Mit Typoglossar und Tutorials zum Thema Recht, häufigste Typofehler und Schriftkonvertierung. Ebenso integriert ist ein Forum mit Fragen und Antworten zu allgemeinen Typoproblemen, zu TYPEDesign und Schriftsuche.

<http://www.typografie.info/portal/>

Typografie 2

Das Typemuseum zeigt Fundstücke aus vielen Ländern – Fotos von Schriften, Logos, Zeichen, Pictogrammen, Buchstaben, Wappen und anderen typografischen Werken.

<http://www.typemuseum.at>

Textverarbeitung

TippTipp – Regeln für die Textverarbeitung. Studenten der Fachhochschule Bielefeld, Fachbereich Gestaltung haben die Regeln in einer Flash-Anwendung zusammengestellt. Zu finden unter <http://projekt1.fh-bielefeld.de/fb1/tiptipps/>

Wörterbuch 1

Sie benötigen schnell mal eine Übersetzung für ein Wort? Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, insgesamt 1,5 Mio. Stichwörter stehen zur Verfügung. <http://www.dicdata.de/>

Wörterbuch 2

Englisches Wörterbuch mit Begriffen aus der Druck- und Druckvorstufe <http://home.netvigator.com/~tchanhy/glossary/glossary.html>

Layout

Blindtexte nach Maß. Sie geben das Genre (Geschichte, Prosa, Roman, Wissenschaft) ein, wie viele Zeichen Sie benötigen und welche Sprache (Latein oder Deutsch).
<http://www.blindtexte.de/>

Bilder 1

Mit einem Suchvorgang bietet die Meta-suchmaschine des Bundesverbands der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. (BVPA) eine Bildersuche unter 33 Bildanbietern an.
<http://www.photosearch.de/>

Bilder 2

Alle PixelQuelle.de-Fotos dürfen ohne weitere Kosten für kommerzielle und nicht kommerzielle Projekte/Werke genutzt werden.
<http://www.pixelquelle.de/>

Druckvorstufe

Auf der European Color Initiative-Site finden Sie Offset-Profile nach ISO 12647-2 (FOGRA) als Basispaket für vier unterschiedliche Papiersorten (glänzend/matt gestrichenes, LWC, ungestrichenes und gelblich ungestrichenes Papier) auf der Grundlage aktualisierter Messdaten der FOGRA vom Herbst 2002.
http://www.eci.org/deu/pages/profiles_d.html

Internet

Websites aus der Sicht eines Mac-Browsers gesehen. Tippen Sie Ihre URL ein und von dieser Seite wird ein Screenshot gemacht. Zur Zeit nur mit dem Mac-Browser Safari 1.2.
<http://www.danvine.com/icapture/>

Buchbesprechungen

Sachlexikon des Buches

Ursula Rautenberg (Hrsg.): Reclams Sachlexikon des Buches, 2., verbesserte Auflage, 2003, ISBN 3-15-010542-0

»Ein Buch über das Buch«, so liest man auf der hinteren Umschlagseite. Mit 592 Seiten beim typischen kleinen Reclamformat macht das fest gebundene Lexikon einen kompetenten Eindruck und man hat was in der Hand. Über 1600 Einträge und 85 Abbildungen! Mal reinblättern: das gelbliche Werkdruckpapier ist sehr angenehm. Es geht mit »à condition« (Kommissionslieferung) los und endet mit dem »Zwitterdruck«, noch nie gehört. Mal testen: »Druckbeistellung« ist drin, »TrueType-Font« ebenso, auch »Tonwertzunahme« oder »TCP/IP«. Beide Bedeutungen von »Trapping« (engl. für Überfüllung bzw. Farbannahmeverhalten beim Mehrfarbendruck) fehlen. Aber dafür werden »Butzen« bzw. »Popel« und »Frauenliteratur« beschrieben. »Geistern« bzw. »Ghosting« finde ich nicht, schade. »Open Prepress Interface« oder das »Wasserzeichen, (2) elektronisches« hingegen gibt es ... Im Großen und Ganzen also ein ziemlich umfassendes Nachschlagewerk für alle Bereiche rund ums Buch, sehr zeitgemäß und auch technisch aktuell. Gekrönt wird das »Sachlexikon des Buches« von einer sehr umfangreichen, in dreizehn Fachgebiete aufgeteilten Bibliografie. *hau*

Künstlerbücher aus der Sammlung des Klingspor-Museums

50 Jahre 50 Bücher. Katalogbuch zur Ausstellung von 2003. 156 Seiten, Pappband, ganzseitige Abbildungen. 22 Euro. Klingspor-Museum Offenbach.

Wieder mal eine Ausstellung versäumt, dachte ich. Aber ein wenig kann noch geholfen werden. Der Katalog ist noch zu haben. 50 Künstlerbücher des 20. Jahrhunderts sind mit 50 Einzelseiten (s/w), Bibliografien und sehr informativen Kommentaren vertreten. Hinzu kommen noch 15 farbige Doppelseiten, also eine Fülle und ein repräsentativer Querschnitt durch das Schaffen von Künstlern, die das Medium Buch hierfür wählten. Hinzu kommt noch eine Einführung in das Werk des Stifters Karl Klingspor, dem Inhaber der

Schriftgießerei Klingspor. Kunst und künstlerischer Gebrauch hier vereint, es lohnt sich. Das Buch ist durchgängig gut gestaltet. Jedoch finde ich das hochweiße Papier zu grell für die abgebildeten Objekte. Die gut komponierten Textseiten folgen einem Ver-Eckungsprinzip; das heißt, dass es nie »normale« Spalten gibt, sondern sie sind unterschiedlich breit und auch auf der Spalte selbst wechseln sie gegenläufig die Breiten. Das macht beim Gestalten Spaß und ist erstaunlicherweise beim Lesen kaum störend. Produktvarianten würde vielleicht ein Industriedesigner sagen? *rpg*

Typoworkshopbuch

Martina Nohl, Workshop Typografie & Printmedien. Ein Lern- und Arbeitsbuch. 320 Seiten, Pappband mit CD-ROM, ISBN 3-89864-233-X, 49 Euro. d-punkt Verlag, Heidelberg.

Sicher stimmt hier alles und manchem mag das Buch auch sehr helfen. Nur, warum soll Typografie so plaudend und pseudolustig vermittelt werden? Eine Vorliebe für volle Seiten ist zu erkennen, sowohl bei den Beispielen als auch der eigenen Buchgestaltung. Eher Schulbuch als eine motivierende Kraft für Typografie. Aber manchen mag das ansprechen und da Stoffumfang und Einstellung zur Gestaltung sozusagen stimmen, ist das Buch durchaus eine Bereicherung der Szene. *rpg*

Bilderwelten, authentisch oder inszeniert?

Thomas Knieper, Marion G. Müller; Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. 216 Seiten, Broschur. ISBN 3-931606-49-X. 23 Euro. Herbert von Halem Verlagsgesellschaft, Köln.

Anfang des vergangenen Jahres hielt Elke Grittmann einen bemerkenswerten Vortrag vor der tgm: Die Wirklichkeit im Bild – Strategien der aktuellen Pressefotografie. Leider konnten die vier Seiten darüber nicht berichten. Aber der Vortrag findet sich in erweiterter Form in einem Aufsatzband zu diesem Thema. Generell geht es um die Glaubwürdigkeit von Bildern. Durch ihre für die Öffentlichkeit gefährliche Manipulierbarkeit hat die natürlich nachgelassen. Und darüber gibt es Untersuchungen einer an den Unbereich angeschlossenen Arbeitsgruppe »Visuelle Kommunikation«, die zu diesem Thema

in ihrem Münchner Institut eine sehr informative Tagung veranstaltete. Im Buch finden sich neugierig machende Themen: Die Inszenierung von Authentizität und Emotionen. Zur Selbstdarstellung von Politikern in der Mediendemokratie; Inszenierung von Authentizität in Aktenzeichen xy ... ungelöst; Rezepte von Bildmanipulationen; Ikonologische Analyse von Medienbildern und deren Beitrag zur Bildkompetenz, neben einigen ebenso beachtenswerten anderen Beiträgen. Im Verlag sind noch mehr interessante Abhandlungen zum Thema Bild und visuelle Kommunikation erschienen (www.halem-verlag.de). *rpg*

Mausetod

Till Schaffarczyk, Der Mauseetod. 75 Kurzbefehle für Quark und Word nie wieder vergessen. 128 Seiten, gepolsterter Pappband. ISBN 3-87439-634-7. 19,90 Euro. Verlag Hermann Schmidt, Mainz.

Im Waschzettel steht, dass man nach diesem Buch das Mousepad zum Stullen-schmieren benutzen könne. Wenn's dann noch schmeckt. Es handelt sich um ein Geschenkbuch. Aber wem könnte ich das antun? Die Späße sind leider ziemlich platt, manchmal entlockt es ein Schmunzeln, wenn man sich dabei ins Knie zwickt. Bitte nicht fortsetzen. *rpg*

Vorschau tgm-Programm 2003/2004

Vorträge

Die Firma als Marke: Vom Faltschachtelhersteller zum Dienstleister

Steffen Schnizer

30. 4. 2004, 19.30 Uhr, Papiertechnische Stiftung

Markenentwicklung und Gestaltwerden von Packungen (1900 bis heute)

Hans-Georg Böcher

4. 5. 2004, 19.30 Uhr, Gasteig

Tendenzen, Entwicklungen und Trends im Verpackungsdesign

Christoph Häberle

25. 5. 2004, 19.30 Uhr, Gasteig

Alles nur Fassade?

Architektur und Verpackung

Klaus Jan Philipp

6. 7. 2004, 19.30 Uhr, Literaturhaus

Werkstattgespräche

MacOS X vs. Windows XP:

Neue Plattformen für die Medienbranche

Referent: Stefan Tuda

Mittwoch 31. März 2004, 19 Uhr, U5, Einsteinstr. 42, U-Bahn Max-Weber-Platz. Kosten: Eintritt 10 Euro, Nichtmitglieder 13 Euro. Anmeldung erforderlich im tgm-Büro. Abendkasse soweit noch Platz: 15/18 Euro.

Quark XPress vs. InDesign

Referenten:

Anton und Simone Ochsenkühn

Mittwoch, 28. April 2004, 19 Uhr, U5, Einsteinstr. 42, U-Bahn Max-Weber-Platz. Kosten: Eintritt 10 Euro, Nichtmitglieder 13 Euro. Anmeldung erforderlich im tgm-Büro. Abendkasse soweit noch Platz: 15/18 Euro.

Jahreshauptversammlung

Die diesjährige Jahreshauptversammlung findet am 18. Mai 2004 statt. Alle Mitglieder erhalten eine Einladung. Vorschläge für die Tagesordnung ab sofort bitte an das tgm-Büro, Susanne Gaßner.

und außerdem

Ausstellung »Kulturgut: Schrift« in neuer Erdinger Stadtbücherei

In der neu erbauten Stadtbücherei Erding haben der Grafik-Designer (und tgm-Mitglied) Michael Lang und sein Kollege Ralph Drechsel einen Streifzug durch die Entwicklungsgeschichte der Schrift geschaffen.

Jede der 26 Tafeln befasst sich mit einem abgeschlossenen Thema von den Hieroglyphen bis zur Schrift im Computerzeitalter; die Tafeln sind hochwertig auf schwarze Metallplatten gedruckt und reich mit Beispielen versehen.

Der Ausflug in die Historie wendet sich an interessierte Laien und ist in das Leit- und Orientierungssystem integriert.

Klingspor Museum Offenbach

»Pentagram – a world of typography«

das schriftgestalterische Schaffen der Kreativen des Unternehmens aus New York, London, San Francisco und Berlin. 23. April bis 13. Juni 2004

Museum für Gestaltung, Zürich

Frische Schriften

21. April bis 4. Juli 2004

Neue Schriften entstehen seit der digitalen Revolution in großer Zahl. Schriftentwürfe für zurückhaltende Alphabete, die dem Lesen dienen, stehen spielerische Konzepte gegenüber, die aus Alltagsgegenständen Schriften »bauen« oder Buchstaben bis an die Grenze der Lesbarkeit verformen. Es sind Arbeiten zu sehen von André Baldinger, Büro Destruct, Elektrosmog, Hans-Jürg Hunziker, Stephan Müller, Norm, Optimo, François Rappo, The Remingtons, Cornel Windlin.

TYPO Berlin 2004: Schrift

13. bis 15. Mai 2004

Andere Sprachen beneiden uns um dieses Wort, das Handschrift, Druckschrift, Schönschrift, Abschrift, Umschrift, Lautschrift, Klageschrift, Vorschrift, Lastschrift und vieles mehr beinhaltet. Der griechische Philosoph Platon stand der Schrift kritisch gegenüber: Sie schade dem Gedächtnis und erhöhe die Vergesslichkeit derer, die schreiben. Der Medientheoretiker Vilém Flusser prophezeite 1989 das Ende der Schrift, weil sie im Rausch der Bilder untergehe. David Carson verkündete 1995 gar das Ende des gedruckten Wortes. Totgesagte leben länger. Ohne Schrift kein Internet, keine Emails und keine SMS. Noch nie wurde so viel geschrieben wie heute.

t g m

Sekretariat

Unterbrunner Straße 27, 82131 Gauting
Telefon (0 89) 714 73 33
Telefax (0 89) 71 53 01
www.tgm-online.de

Impressum

© 2004
Typographische Gesellschaft München e.V.
Redaktion: Thomas Stark
Autoren: Waltraud Hofbauer, Julia Hoffmann, Kai Bergmann, Rudolf Paulus Gorbach, Matthias Hauer
Gestaltungskonzept: Rudolf Paulus Gorbach und Waltraud Hofbauer
Layout: Stefan Engelhardt
Schriften: FF Thesis The Sans
Papier: fly, 90 g/qm, holzfrei bläulichweiß, spezialgeglättet mit 1,2-fachem Volumen der Papierfabrik Schleipen, Bad Dürkheim
Gesamtherstellung: Rieß-Druck, Benediktbeuern