



EDITORIAL

ÜBER DIE NACHHALTIGKEIT DES EINFACHEN

Einfach bedeutet nicht simpel, banal oder nichts sagend. Einfache Gestaltung meint immer, dass Aussage und Ausdruck möglichst mit einfachen Gestaltungsmitteln gemacht werden. Und so gerät einfache Gestaltung bisweilen in Gegensatz zu komplexer Gestaltung oder Gestaltung, die sich komplex gibt. Zum Beispiel das funktionslose typografische Bild à la Carson oder auch viele sich sehr wichtig und bedeutend gebende Beispiele aus Zeitschriften, Buch und Screen. Vielleicht gibt es ja Gelegenheiten, wo Form und Bild der Oberfläche genügen. Um aber Information oder Mitteilung klar hervorzubringen, bedarf es der Klarheit der angewandten Typografie. Der Gestalter mit seinem Wissensvorsprung hat hier auch eine Verantwortung zu übernehmen.

Das erscheint manchen vielleicht moralisch, in gewissem Sinn ist es das auch. Funktionierend, verantwortlich, aber auch attraktiv sollte eine gestaltete Realisierung sein. Genau das sind Teilbereiche einer Typografie im Alltag. Typografie und Alltag ist das Jahresthema für die Vorträge 2001/02 der tgm.

Ästhetik der Nachhaltigkeit nannte sich eine Tagung der Evangelischen Akademie in Tutzing. Aber – Ästhetik und Nachhaltigkeit ließen sich nicht so richtig vereinbaren. Müsste sie folgenreich, erträglich und noch dazu unschädlich sein? So sieht Walter Prigge (Bauhausakademie Dessau) keine Hoffnung für eine Ideologie der Nachhaltigkeit, da Ästhetik und Kunst zu selbstbezüglich seien. Im Gegensatz zu dieser ästhetischen Definition meint der Philosoph Bernd Guggenberger (FU Berlin), dass die Gesellschaft längst nicht mehr auf Regeneration setzt, sondern eher auf evolutionäre Selbstveränderung. Und Hermann Pfütze (Deutsche Gesellschaft für Ästhetik, Berlin) sprach den Gegensatz zwischen dem Schönen, Unbekümmerten und der Sorge um die Nachhaltigkeit an.

Gibt es nun Konzepte für Gestaltung, Design und Typografie die nachhaltig sind? Oder ist das nicht schon mit den Begriffen verantwortlich, funktionierend, für den Bedarf dauerhaft ausreichend bezeichnet?

Seit Jahren erleben wir Denktendenzen, die sich manchmal auch als Denk-Moden erweisen. So sind die Propheten der Postmoderne verbeamtet und ruhiger geworden und nicht verständliche Botschaften sinken ab. Ästhetik als ein von den Künsten gepachteter Begriff (wie es einige Künstler-Teilnehmerinnen sahen) kann kaum mit dem Begriff des Nachhaltigen zurecht kommen. Die Freiheit der Kunst steht da im Gegensatz zur angewandten Gestaltung. Für Produktdesign wäre der Begriff Nachhaltigkeit ja noch eher zu verwenden, wie er eben aus den Öko-Bewegungen bekannt wurde. Wie viele neue Begriffe wurde er zunächst mit einer wissenden Heiligkeit belegt. Auch das sehr interessante Heft 69 der Zeitschrift »politische Ökologie« gibt trotz vielfacher Untersuchungsbeiträge nicht die Antwort auf die Frage nach einer Ästhetik der Nachhaltigkeit. Bedarf es hierzu einer besonders komplexen Gestaltung oder fängt alles nicht schon bei der einfachen (und funktionierenden) Gestaltung an, bei der Typografie im Alltag?

RUDOLF PAULUS GORBACH

DANK

An dieser Stelle bedanken wir uns sehr herzlich bei allen, die in der zu Ende gehenden Saison uns durch ihre Arbeit und ihr Engagement unterstützt haben. Für unser Jahresprogramm haben wir viel Lob bekommen. Dieses Lob geben wir an die weiter, die unseren »Auftritt« 2000/2001 geprägt und gestaltet haben.

peradruck, Gräfelfing,
Druck des Jahresprogramms
Glas-Klebebindung, Markt Schwaben,
Bindung des Jahresprogramms

Druckerei Ludwig Auer, Donauwörth,
Druck der Einladungen
Rieß-Druck- und Verlagsgesellschaft,
Benediktbeuern, Druck der »vier Seiten«
und einiger Einladungen
Schleipen Papier, Bad Dürkheim,
Papier
Gerard Unger, Bussum, NL, Swift 2.0
phg-Litho, München, Umschlagbild
Ron Etter, München,
Fotografie Einladungen
**Kulturreferat der Landeshauptstadt
München**, Übernahme der Raummieten
Netzartisten, München,
Bereitstellung und Bearbeitung
der Internetseiten

Für die Unterstützung unserer Arbeit durch eine Firmenmitgliedschaft bedanken wir uns bei
**Verband der Bayerischen
Druckindustrie**,
Graf. Betrieb Walter Biering GmbH,
Typo-Bierl Satz und Druck GmbH,
Druckerei Gotteswinter,
2H-Papier,
Farben Michael Huber,
Offsetdruckerei Joh. Jüngling KG,
Münchner Zeitungsverlag,
**Medientechnik
Oesterreicher & Wagner**,
**Druck-Produktionen
Reithmayer GmbH**,
Rainer Roeßle
Agentur für Werbung und Druck,
Druckerei Saupe & Co.,
SV-Drucktechnik GmbH
Süddeutscher Verlag,
**Verlag Hermann Schmidt
Mainz GmbH**
und
Weber-Offset GmbH.



JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG

MATTHIAS HAUER
NEUER VIZE

Die tgm hat einen neuen Zweiten Vorsitzenden, Matthias Hauer. Der Hersteller im Prestel-Verlag ist den Mitgliedern bereits durch die Produktion der tgm-Drucksachen bekannt. Er hat sich zum Vorsatz genommen, den Gestaltern die Technik näher zu bringen und bei den Technikern mehr Verständnis für die Gestalter zu wecken. Ein Schritt dahin soll bereits mit dem nächsten Jahresprogramm getan werden: Bei den Vorträgen sind wieder mehr Technik-Themen.

Yvonne Schwemer-Scheddin begründete ihren Rücktritt vom Amt der Zweiten Vorsitzenden mit der schwierigen Kommunikation innerhalb der Vorstandschaft. Rudolf Paulus Gorbach, Julia Hoffmann und Peer Koop wurden in ihren Ämtern bestätigt.

Beschlossen hat die Jahreshauptversammlung auch eine Erhöhung der Beiträge ab 1. Januar 2002 auf 36 Euro. Das sind umgerechnet 70,41 DM gegenüber bislang 66 DM. Die vom Schatzmeister beantragte Erhöhung des Mitgliedsbeitrags auf 42 Euro wurde abgelehnt. Ebenfalls abgelehnt wurde ein Antrag auf Ermäßigung des Mitgliedsbeitrags für Studenten und Auszubildende. Durch die verschobene Reise und einige Kurse und Seminare, die nicht stattfinden konnten, musste die tgm im vergangenen Jahr einen Verlust von 12 000 DM verbuchen. Durch eine bessere Auslastung der Kurse und Seminare soll ein solcher Verlust in Zukunft vermieden werden.

Ein bedauerlicher Trend hat sich fortgesetzt: 120 Austritten stehen nur 39 Eintritte gegenüber. Die tgm verliert Mitglieder vor allem dadurch, dass die Jüngeren nicht als neue Mitglieder zu gewinnen sind. Unter diesem Trend leiden fast alle Vereine, aber das tröstet nicht. Deshalb sind alle Mitglieder aufgerufen, im Kollegenkreis für die tgm zu werben.

Nicht nur die Mitglieder werden weniger, auch die Zahl derer, die Zeit und Energie für die aktive Mitarbeit investieren wollen, ist leider sehr klein. Zur Zeit sind die Referate Pressearbeit und Studienreisen vakant, in allen anderen Bereichen gibt es mehr Arbeit als Arbeiterinnen und Arbeiter. Vielleicht spielt ja die eine oder der andere mit dem Gedanken ... Nicht länger zögern!

Das Thema für das neue Jahresprogramm lautet »Typografie und Alltag«, eine erste Vorschau auf die Veranstaltungen finden Sie weiter hinten. Die Gestaltung hat Matthias Hauer übernommen. ts

LESUNG ZUM 70. GEBURTSTAG

LYRIK PUR – OHNE WEIN



Ein sehr sympathisches Geburtstagsfest, auf dem die Lyrik im Vordergrund stand. Philipp Luidl las seine Gedichte, Veröffentlichtes und Unveröffentlichtes. Ganz erstaunlich, wie genau er den Alltag beobachtet und mit einer überraschenden Perspektive den Hörer (und Leser) zum Nachdenken bringt. Wem von uns wäre schon einmal aufgefallen, dass wir die Buchstaben immer nur von der Seite, nie aber von vorn gesehen haben? Alle, die nicht da waren, haben etwas verpasst. Ihnen lege ich Luidls Gedichtband im Maro Verlag ans Herz.

Die tgm hatte einen anschließenden kleinen Empfang geplant. Der fiel jedoch leider planerischen Missverständnissen mit dem Literaturhaus zum Opfer. Dem Geburtstagskind schien das nicht so tragisch zu sein und die Zuhörer nutzten die Zeit, sich den Gedichtband signieren zu lassen. ts, Fotos rpg

1;-)

VORTRÄGE

SCHWEIGEN, FLÜSTERN,
SCHREIEN –
PLAKATE ALS BOTSCHAFTER

Anna Berkenbusch
16. Januar 2001

Liebe Anna Berkenbusch, wir wissen, dass Sie es auch besser können, aber Ihr Auftritt im Literaturhaus – das war nicht so doll. Und hat der tgm ein paar sehr verärgerte Reaktionen eingebracht von Leuten, die 10 DM bezahlt haben für den Vortrag, der so richtig keiner war. Nun, vielleicht klappt es ja ein anderes Mal, denn das Thema bleibt interessant; auch Ihre dezidierte Meinung hören wir gerne. Wir wünschen uns nur einen etwas systematischeren Aufbau, eine eingehendere Betrachtung der einzelnen Beispiele, aus der deutlicher wird, was ein Plakat gelungen, aufregend oder zumindest interessant macht ... und einen wohlsortierten Diakasten. Ist nicht so, dass das alles gänzlich fehlte. Aber es mangelte einfach an einer erkennbaren Linie und an ausführlicheren Analysen. Deswegen aber waren die meisten wohl gekommen. Nichts für ungut. jh

(;-//

INHALT: WAS IST DAS? –
ZUR MAGAZIN-GESTALTUNG

Nick Bell
8. Mai 2001

Eins der interessantesten Grafik-Design-Magazine kommt aus England, no doubt. Nick Bell ist, neben seiner Beschäftigung bei der niederländisch-britischen Agentur UNA, Creative Director des viermal jährlich erscheinenden Design-Magazins »Eye«. Ein vergleichbares Magazin gibt es zur Zeit in Deutschland nicht. »Eye« ist eine Augenweide, anspruchsvoll, mit Beiträgen zur Design- und Kunstgeschichte, Design-Kritik, Berichten über aktuelle Trends und die Arbeiten einzelner Gestalter, Rezensionen und natürlich vielen, vielen Bildern. Die Gestaltung ist weder carsonistisch verspielt noch unbeholfen oder langweilig, sondern abwechslungsreich und doch in den Grundlinien klar. Keine hochglänzenden Effekthaschereien, die einen Mangel an Inhalt verdecken. Ein kleiner Nachteil:

»Eye« erscheint nur in englischer Sprache.

Das Magazin war jedoch nur ein Beispiellieferant (unter anderen) für das eigentliche Thema des Abends: Wie verhält es sich mit Inhalt und Gestaltung im Grafik-Design? Im Grafik-Design treffen sich Kommunikation und Kunst und Spannende aus. Bell sieht sich mit seiner Meinung zur Zeit eher als Vertreter einer Minderheit, denn er versteht die Arbeit des Grafik-Designers als die eines Vermittlers von Bedeutung und als Dienstleistung, er sieht seine Aufgabe darin, im Auftrag eines Kunden eine Botschaft möglichst erfolgreich an Frau und Mann zu bringen, nicht etwa darin, Kunstwerke zu schaffen. Und für ihn ist Grafik-Design verankert in der gesellschaftlichen Wirklichkeit. Grafik-Design in England habe seit Antritt der Blair-Regierung 1997 einen Aufschwung genommen, da es die glänzende Oberfläche für die Regierungspolitik liefere. Es verstärkte sich aber seither der Eindruck, dass Grafik-Design sich nicht mehr damit befasse, worauf es in der Gesellschaft ankomme. Die Zunft stehe an einem Scheideweg, dem eben zwischen Kommunikation und Kultur und, aus einem anderen Winkel betrachtet, dem zwischen einnehmender Oberfläche und der Auseinandersetzung mit den Verhältnissen. Für viele sei die Gestaltung gleichbedeutend mit Inhalt und Botschaft und viele böten sehr subjektive Gestaltungslösungen.

In der Mitte des Vortrags gab es einen etwas zu lang geratenen Exkurs mit einer Lesung und einem kurzen Ausschnitt aus einem Film von Patrick Keiller, der ein Porträt Englands versucht (Robinson in Space) und dafür Bilder sammelt, die wenig von einer glänzenden Oberfläche zeigen. Das führte mitten hinein in die britischen Verhältnisse und Diskussionen, die den meisten von uns doch ziemlich fern liegen dürften, dem Zusammenwachsen der Welt zum Trotz.

Die unterschiedlichen Ansichten oder gar Missverständnisse darüber, was denn nun Inhalt sei, versuchte Bell noch in einem kleinen Dialog zwischen Grafiker und Auftraggeber zu verdeutlichen, eine Einlage mit Publikumsbeteiligung. Insgesamt ein anregender Vortrag und das zahlreich erschienene Publikum ließ sich nicht dadurch abschrecken, dass der Vortrag auf Englisch ohne Übersetzung geboten wurde. *jh*

WERKSTATTGESPRÄCHE

Gespräche in (oder besser aus) der Werkstatt sind eine nicht regelmäßige Veranstaltungsreihe der tgm. In diesem Jahr waren es zwei; Matthias Hauer provozierte mit »Nur ein toter Grafiker ist ein guter Grafiker« und meinte damit den Konflikt zwischen Grafik und Produktion. Die Provokation war wohl nicht stark genug, denn wenige Grafiker (Kommunikationsdesigner) kamen und die Druckereien und Vorstufenbetriebe müssen wohl noch weiterleiden. Dabei hätte es so viel Information ganz grundsätzlicher Art, aber auch viele Tipps gegeben. Dagegen kamen viele Wohlinformierte und glichen ihr Wissen ab. Dabei verstand es Matthias Hauer, auch komplexere Zusammenhänge verständlich zu erläutern.

(Matthias Hauer bietet zusammen mit Peer Koop ein neues Seminar über Herstellung und Produktion an. Näheres in der Vorschau.)

Beim zweiten Werkstattgespräch am 28. April brachten die Teilnehmer eigene Arbeiten mit, die gezeigt und diskutiert wurden. Prof. Hans-Richard Heitmann von der FH Augsburg moderierte. Immer wieder ging es in der Diskussion um Belange der Mikrotypografie. Das Gespräch zog sich voller Spannung über drei Stunden hin, wobei es auch um sehr persönliche und mitunter seltsame Ansichten, was Mikrotypografie sei, ging. Nicht gemeint kann mit so einem Werkstattgespräch allerdings sein, dass die Gelegenheit vor allem zu einer Eigenpräsentation benutzt wird. Sehr unterschiedliche Arbeiten wurden diskutiert. Die »überziselerte« Eigenwerbung eines Gestaltungsbüros ebenso wie die Fachzeitschrift aus dem Holzgewerbe, die in einer Druckerei entstand. Und dazwischen liegen ein umfangreicher, »anständig« gesetzter Privatdruck, das sorgfältig gestaltete Kunstbuch, aber auch der Präsentationsversuch für einen Wettbewerb sowie der Entwurf eines Internetauftritts. Es gab viel Kritik konstruktiver Art und selbst an Vorschlägen (und Rezepten) zur Verbesserung fehlte es nicht. Der Moderator Hans-Richard Heitmann zeigte motivierende Strenge, besonders wenn es um mikrotypografische Mängel ging. Die Teilnehmer des Abends konnten sich nur schwer trennen und es war klar, dass solche Abende viel öfters stattfinden sollten. Die tgm wird solche Gelegenheiten zum direkten fachlichen Austausch in Zukunft öfter anbieten. *rpg*

BÜCHERBÖRSE

Auf der Jahreshauptversammlung wurde angeregt, dass die tgm ein Forum für den Tausch, das Verschenken oder Verkaufen von gebrauchten Fachbüchern anbieten soll. Wir starten hier also eine neue Rubrik: Angebote und Suchanfragen schicken Sie bitte an Thomas Stark, E-Mail th.stark@t-online.de, Fax (0 80 76) 88 63 35. Wir werden sie dann an dieser Stelle veröffentlichen.

BUCHBESPRECHUNG

Die Schrift erfinden

Hans Brüggelmann, Erika Brinkmann: Die Schrift erfinden. Beobachtungshilfen und methodische Ideen für einen offenen Anfangsunterricht im Lesen und Schreiben. 196 Seiten mit zahlreichen Abbildungen, Libelle Verlag, Lengwil 1998, 28,- DM, ISBN 3-909081-85-1

Dieses Buch wendet sich eigentlich an Lehrer, ist aber auch für Gestalter, die sich für das Lesen und Erkennen interessieren, eine Fundgrube, da es anhand kindlicher Handlungen häufig Rückschlüsse für unsere eigene Gestaltungspraxis gibt. Bereits die Vorläuferbände, die 1983 und 1984 erschienen, hatten mich fasziniert: »Kinder auf dem Weg zur Schrift« und »Die Schrift entdecken«. Natürlich geht es hier kaum um Typografie, wie wir als Typografen sie benützen. Aber es sind die Grundlagen des Lesens und auch des Umgehens mit Schrift, der inhaltliche Hintergrund also. Es geht aber auch um eine kritische Einstellung zur gängigen pädagogischen Praxis. Wie Kinder die Schrift erfinden – kritische Einsichten in den Aufbau des alphabetischen Schriftsystems gehen einer »didaktischen Landkarte« voraus, die wesentliche Aspekte der Schriftsprache beschreibt. Dazu gehören: Aufbau der Schrift, Buchstabenkenntnis, Funktionen der Schriftverwendung, Gliederung der Bausteine, Lautanalyse, Sicht-Wortschatz, Verfassen und Verstehen von Texten, Zeichenverständnis. Alles oder fast alles auch Themen der typografischen Gestaltung, die viele vielleicht vergaßen oder auch nie erfuhren. *rpg*

VORSCHAU

TGM-PROGRAMM 2001/2002

VORTRÄGE

Hans Richard Heitmann, Scheinbar einfach – Qualitätsverbesserung der Standardtypografie.

16. Oktober 2001, 19 Uhr, Literaturhaus
Friedrich Forssman, 800 % – Typografische Details.

6. November 2001, 19 Uhr, Literaturhaus
Gisela Stottele, Das künstlerische Bilderbuch im Umfeld der Medien – Entwicklung und Perspektiven.

4. Dezember 2001, 19 Uhr, Literaturhaus
N.N., Die DICOWeb – Druckmaschine der Zukunft?

15. Januar 2002, 19 Uhr, Gasteig
Gerard Unger, Bild und/oder Text – Wirkung von Text und Bild im Vergleich.

5. Februar 2002, 19 Uhr, Literaturhaus
Friedrich Pfäfflin, Das Marbacher Magazin – Ein gedrucktes Museum.

5. März 2002, 19 Uhr, Literaturhaus
Thomas Müller, Acrobat.

9. April 2002, 19 Uhr, Gasteig
Eberhard Wolf,

Modernes Tageszeitungsdesign.

7. Mai 2002, 19 Uhr, Literaturhaus
Vera F. Birkenbiehl, Gehirngerechtes Arbeiten und Kommunikation.

4. Juni 2002, 19 Uhr, Gasteig
Markus Appl und Robert Martin, Von Computer to Pleite zu Computer to Plate.

2. Juli 2002, 19 Uhr, Literaturhaus

SEMINARE

Seminar 1:
Erfolgsfaktor Marketing. Angela Semmler, 24./25.11.2001, 200/225 Euro, Anmeldung bis 22.10.2001

Seminar 2:
Das kleine 1 x 1 der Typografie. Rudolf Paulus Gorbach, 1./2.12.2001, 200/225 Euro, Anmeldung bis 26.11.2001

Seminar 3:
Herstellung heute. Matthias Hauer / Peer Koop, 12./13.1.2002, 200/225 Euro, Anmeldung bis 7.12.2001

Seminar 4:
Einfach und doch wirkungsvoll – Alltägliche Typografie gar nicht so »alltäglich«. Rudolf Paulus Gorbach, 26./27.1.2002, 200/225 Euro, Anmeldung bis 7.12.2001

Seminar 5:
Schreiben und Redigieren für Gestalter – Auch der Inhalt muss stimmen. Dagmar Boedicker, 16./17.2.2001, 200/225 Euro, Anmeldung bis 15.1.2002

Seminar 6:
Erfolgreich im Internet: Systematische Konzeption wirksamer Websites. Karin Büchner, 9./10.3.2002, 260/285 Euro, Anmeldung bis 8.2.2002

Seminar 7:
»perhaps you can make sense out of this« Ulrike Stoltz und Uta Schneider, 12.4.2002, 130/150 Euro, Anmeldung bis 15.3.2002

Seminar 8:
Schrift: Idee, Entwurf, Reinzeichnung, Digitalisierung, Zurichtung. Oliver Linke, 25./26.5.2002, 200/225 Euro, Anmeldung bis 26.4.2002

KURSE

Kurs 1:
EBV für Fotografen. Klaus Hoinke, ab 9.10.2001, 110/130 Euro, Anmeldung bis 1.10.2001

Kurs 2:
Web Graphics. Alexandra Herfurtner, ab 6.11.2001, 150/175 Euro, Anmeldung bis 16.10.2001

Kurs 3:
Acrobat Einstieg. Britta Michel, ab 6.12.2001, 125/150 Euro, Anmeldung bis 13.11.2001

Kurs 4:
Erfolgsfaktor Gestaltung. Karin Büchner, ab 7.1.2002, 120/150 Euro, Anmeldung bis 10.12.2001

Kurs 5:
Papier/Farbe. Gerolf Nießner und Rudolf Weber, ab 7.1.2002, 100/120 Euro, Anmeldung bis 12.12.2001

Kurs 6:
HTML und Web. media workhouse, ab 8.1.2002, 200/225 Euro, Anmeldung bis 18.12.2001

Kurs 7:
EBV für Fotografen 2. Klaus Hoinke, ab 15.1.2002, 120/130 Euro, Anmeldung bis 12.12.2001

Kurs 8:
Photoshop Spezial. media workhouse, ab 10.1.2002, 150/175 Euro, Anmeldung bis 20.12.2001

Kurs 9:
Colormanagement. Klaus Lechner, ab 23.1.2002, 350/380 Euro, Anmeldung bis 10.1.2002

Kurs 10:
Flash. media workhouse, ab 21.2.2002, 180/200 Euro, Anmeldung bis 31.1.2002

Kurs 11:
Acrobat Vertiefung. media workhouse, ab 21.2.2002, 115/130 Euro, Anmeldung bis 31.1.2002

Kurs 12:
Scanner. Klaus Lechner, ab 6.3.2002, 150/175 Euro, Anmeldung bis 13.2.2002

Kurs 13:
Dreamweaver. media workhouse, ab 14.3.2002, 195/225 Euro, Anmeldung bis 21.2.2002

Kurs 14:
Flash Vertiefung. media workhouse, ab 19.3.2002, 350/380 Euro, Anmeldung bis 26.2.2001

WERKSTATTGESPRÄCHE

Geplant sind Werkstattgespräche über Typografie kleiner Verlage mit verschiedenen Verlegern, Fotografie und Gestaltung mit Harald Frey. tgm-Mitglieder erhalten hierzu eine separate Einladung.

TYPOGRAFIE UND LITERATUR

In Kooperation mit Literatur Moths (Büchergilde Gutenberg) sind einzelne Abende mit Gestaltern, deren Projekten und der Literatur geplant. Mit Die Gestalten, Berlin, Klaus Detjen, Kiel u.a.

Kommunikation im Netz bedient sich auch eigenwilliger Zeichen. Wir zeigen in dieser Ausgabe einige davon. Aus: Karin Niedermeier, **emoticons.** *Kultkommunikation ohne Worte.* 336 Seiten, Broschur, 29,80 DM. Verlag Hermann Schmidt, Mainz 2001.

t g m

Sekretariat
Banatstraße 11, 81377 München
Telefon (0 89) 714 73 33
Telefax (0 89) 71 53 01
<http://www.tgm-online.de>

Impressum
© 2001

Typographische Gesellschaft
München e.V.

Redaktion: Thomas Stark

Autoren: Julia Hoffmann, Rudolf Paulus Gorbach, Thomas Stark

Gestaltung: Stefan Engelhardt

Gestaltungskonzept: Christiane Gerstung, Alfred Küng, Holger Schubert

Schriften: Swift 2.0 von Gerard Unger

Papier: fly, 100 g/qm holzfrei bläulich weiß spezialgeglättet mit 1,2-fachem Volumen der Papierfabrik Schleipen,

Bad Dürkheim

Produktion: Stephan Dörfler

Belichtung und Druck: Rieß-Druck- und Verlags-GmbH, Benediktbeuern