

TypoTuning, Regel 1

Konzentration auf eine einzige Idee

Die Versuchung ist gross, gestalterisch zu zeigen, was man alles beherrscht. Dies führt jedoch zu einer selbstverliebten Nabelschau, die selten glückt.

■ **Ralf Turtschi** Seit den Ursprüngen von Desktop Publishing Mitte der Achtzigerjahre grassiert der unverblümete Narzissmus in der Unternehmensewelt. Keiner zu klein, Grafiker zu sein. Was veröffentlicht wird, ist es auch Wert, schön dargestellt zu werden: Flyer, Hausmitteilungen, Seminarankündigungen, Festivitäten – auf dem Anschlagbrett, übers Intranet, in der Powerpoint-Präsentation oder in der Mitarbeiterzeitschrift. Ob der CEO selbst, seine Assistentin oder der Selfmademan, alle verfügen über die gleiche oder ähnliche Software wie die

Profis in Agenturen oder Druckereien. Die Office-Kommunikation ver wächst stetig mit der ehemals externen Kommunikation, die damals über Fachleute abgewickelt wurde.

13 goldene Regeln des Grafikdesigns

Ein neues 64-seitiges Werk namens TypoTuning, erschienen im Publisher-Verlag, zeigt mit 13 Regeln auf, wie man Gestaltungsarbeiten verbessert (s. Kasten rechts). Eine dieser 13 Regeln heisst: Konzentration auf eine einzige Idee. Diese Regel möchte ich

hier darlegen. Es geht darum, nicht mit jedem visuellen Element zu zeigen, wie gut man die Software beherrscht, ganz gleich, ob sie nun Word, Powerpoint, XPress oder InDesign heisst.

Wer gestaltet, soll also nicht den Titel einmitten, den Text Blocksatz gestalten und den Adressblock linksbündig platzieren, das wird nicht gut gehen. Es sieht unansehnlich aus, wenn sich der Titel konturiert mit Schatten in einem Bogen über den Text spannt und jeder Buchstabe regenbogenartig in einer andern Farbe leuchtet. Man könnte den Titel nun auch noch spie-

geln oder nach unten verlaufend repetieren: Je mehr Ideen eingebracht werden, desto schlimmer wird die Gestaltung.

Eine einzige Idee auf dem Blatt

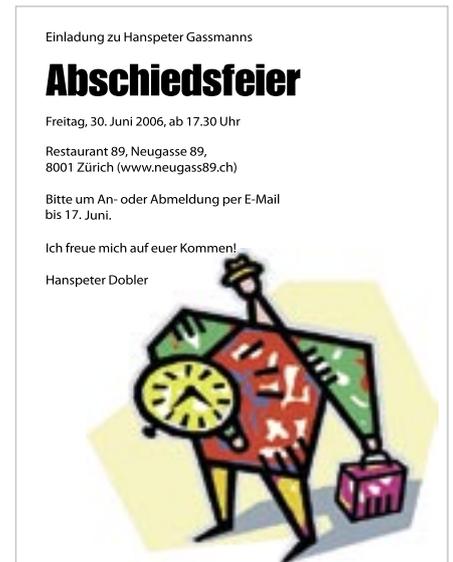
Die Selbstkasteiung führt also dahin, nicht mehrere Ideen gleichzeitig zu realisieren. Zu diesem Zweck soll man sich geistig vom Detail entfernen und die gesamte Seite oder das gesamte Werk betrachten. Die wirkungsorientierte Gestaltungsidee muss für das Gesamte gelten, nicht für einen Teil



1



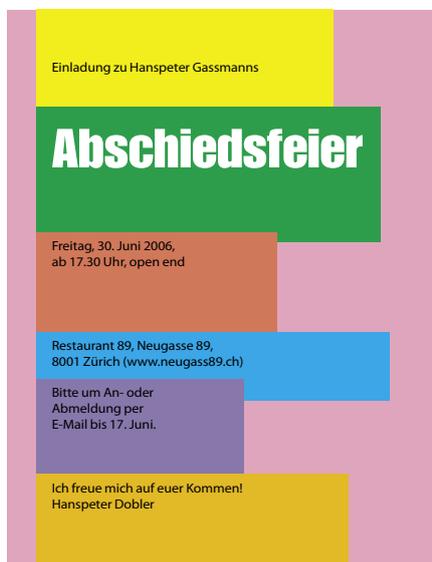
2



3



4



5

1 *Kraut und Rüben durcheinander. Zu viele Ideen: Rundsatz, Sprechblase, Kästchen, Schatten, Versalien, Schrift Times, Helvetica und Impact, ClipArts und farbiger Text. Das Blatt sieht chaotisch aus, eine Idee ist nicht mehr erkennbar.*

2 *Konzentration auf den Rundsatz bringt mehr Ruhe auf das Blatt. Die Grundschrift heisst Myriad Pro.*

3 *Hier steht die ClipArt-Illustration im Vordergrund, die Texte müssen sich unterordnen.*

4 *Bei dieser Aufmachung dominiert das Bild. Die Metapher «Nägel einschlagen» lässt einen zwischen den Zeilen lesen. Die Sprechblase ist eine zweite Idee, die eigentlich schon zu viel ist.*

5 *Auch mit Kästchen lässt sich etwas machen. Dann aber nur Kästchen und keine andern dominierenden Elemente.*

All diese Beispiele sind noch nicht perfektioniert. Sie sollen aufzeigen, dass es sich lohnt, die Regel «Konzentration auf eine einzige Idee» zu verfolgen. Greifen Sie eine einzige Idee auf und gestalten Sie diese, mutig und konsequent zu Ende gedacht.

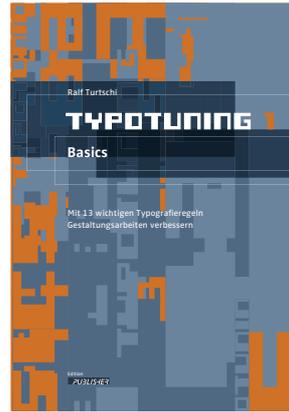
davon. Man darf also nicht den Titel separat, dann den ersten Textblock, dann das Bild jeweils mit neuen Gestaltungsmerkmalen ausstaffieren. Entweder hat man diese eine Idee zum Beispiel beim Bild oder beim Titel oder bei Schmuckelementen. Es sind keine weiteren Ideen kumulierbar zugelassen, wenn die Sache nicht aus dem Ruder laufen soll. Wie geht man dabei vor? Fragen Sie sich vor dem Gestalten, wie der Inhalt

beschaffen ist, wie der Titel heisst oder welchen Eindruck die Arbeit machen soll. Welche visuellen Elemente stehen zur Verfügung? Ist ein Bild vorhanden oder kann eines beschafft werden? Wenn nicht, dann bleibt nichts anderes übrig, als mit typografischen Mitteln etwas zu gestalten: mit der Schrift an sich, mit Linien, Flächen oder Schmuckelementen wie Sternchen, Pfeilen oder anderem. Das muss nicht automatisch falsch oder schlechter sein. ■



Verabschiedung der aufwändigeren Art. Aus dem Namen und einem Produkt entsteht die Symbiose. Diese Riesenverpackung wurde beim Fest als Überraschung überreicht, die Idee hätte auch für einen Flyer getaugt. Gestaltung: Regina König, Agenturtschi.

TypoTuning



Ralf Turttschi; *TypoTuning Basics*; 64 Seiten A4, farbig, Softcover, CHF 38.-/EUR 25,-, Edition Publisher; ISBN 3-905390-33-7. Bestellungen im Internet: www.publisher.ch/shop oder im Buchhandel.

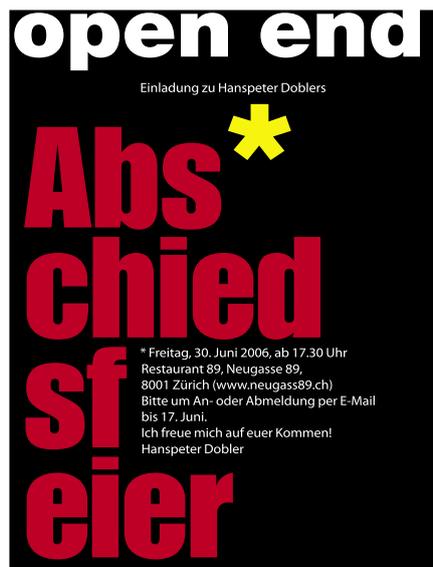
Die 13 goldenen Typografie-regeln

TypoTuning beschreibt mit 13 Gestaltungsregeln, wie man seine selber produzierten Druckerzeugnisse verbessern kann:

- 1 Konzentration auf eine einzige Idee
- 2 Klare inhaltliche Hierarchien schaffen
- 3 Konkurrenzierung vermeiden
- 4 Weissraum schaffen
- 5 Optische Achsen bilden
- 6 Gleiches gleich gestalten
- 7 Satz linksbündig, Mittelachse vermeiden
- 8 Zeilenbreiten gleich lang halten, kurze und lange Zeilen nicht mischen
- 9 Schrift: Weniger ist mehr
- 10 Schriftgrösse: Kleiner ist feiner
- 11 Schrift dient der Leserlichkeit
- 12 Keine Reizüberflutung
- 13 Farbe wirkt flüchtig



6



7



8

6 Es geht auch ohne Illustration oder Foto. Dann allerdings muss man die Schrift wirkungsvoller und mutiger inszenieren.

7 und 8 Je grösser die Headline gestaltet wird, desto ungewohnter und frecher sieht die Einladung aus.

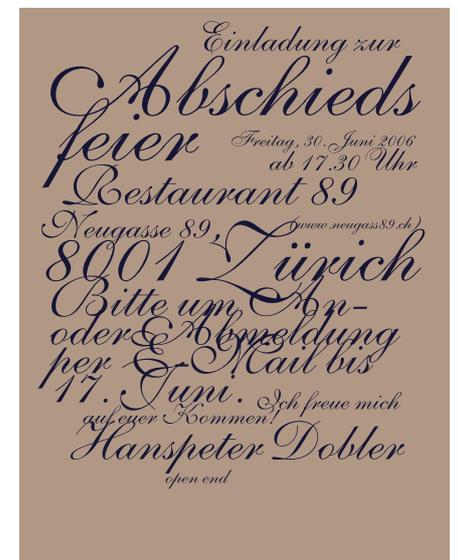
9 Mit der Schriftwahl wird natürlich sofort auch ein bestimmtes Bild vermittelt. Hier die Party-Szene, die Schrift heisst Blocktitel.

10 Auch eine Schreibschrift, wie hier mit der Shelley in einer ungewohnten Art und Weise gestaltet, löst eine Wirkung aus.

Bei den Beispielen 9 und 10 ist die schnelle Erkennbarkeit natürlich nicht mehr gegeben. Es stellt sich aber die Frage, ob Leserlichkeit für diesen privaten Anlass oberste Priorität geniessen soll. Der Flyer wird entweder übergeben oder per Post versandt, die Eingeladenen werden die Botschaft verstehen. Die Schmuckelemente können einfach hergestellt werden wie im Beispiel 9. Pfeile, Sternchen oder Punkte wie in den Beispielen 6 bis 8 machen sich ebenfalls gut.



9



10