

Lehrheftserie TypoTuning aus der Edition Publisher

Sich selber gestalterisch verbessern

Der Publisher startet mit einer Artikelserie namens TypoTuning. Es geht dabei um typografische Arbeiten, die von Lernenden oder Quereinsteigern optimiert werden können. Machen Sie mit!

■ **RALF TURTSCHI** Ein ganzes Paket steht allen Interessierten zur Verfügung, die sich autodidaktisch gestalterisch verbessern möchten. Die 4-teilige Buchserie TypoTuning rückt mittels 13 goldener Typografierregeln schlechten Gestaltungsarbeiten zu Leib. Im Band Basics werden 22 Beispiele mittels dieser Regeln optisch aufgepeppt. Band 2, Office-Kommunikation, zeigt, wie man in der Office-Umgebung mit Word gestalterisch operieren kann. In

Vorbereitung ist Band 3, PowerPoint, und Band 4 wendet sich der Bildgestaltung zu.

Ergänzend zu den ausführlichen Beschreibungen in den Büchern zeigt die dazugehörige Website www.tygotuning.ch einen Ausschnitt daraus. Die Texte, Logos und Bilder stehen zum Download zur Verfügung. Die Ausgangslage sowie die getunte Lösung sind als PDF frei erhältlich. Verbessern Sie Ihre Fähigkeiten, und sen-

den Sie Ihre typografische Lösung an turtschi@tygotuning.ch. Ich werde sie kommentieren und in der Galerie veröffentlichen. Die nachstehenden Aufgaben stehen ebenfalls auf der Website zum Download.

Aufgabe aus TypoTuning 2, Office-Kommunikation

Die erste Aufgabe richtet sich an Office-Anwender, welche mit Word arbeiten. Das Sportgeschäft Sport Helmi

AG in Adliswil gibt einen Flyer heraus, um Gäste zum Ski-Test-Weekend einzuladen. Der Flyer ist A4-gross und soll digital gedruckt werden. Mit einem Talon können sich die Teilnehmer anmelden. Das unten links gezeigte Beispiel existiert, es ist nicht fiktiv.

Bei der Beurteilung einer Gestaltungsarbeit versuchen wir als Erstes, zu erkennen, worum es sich dabei handelt. Die TypoTuning-Regel 2 wird gecheckt: klare Hierarchien. Man erkennt den Absender, das Thema, den Preis und dass man sich gleich anmelden kann. Man kann sich fragen, ob das Logo am grössten sein und zuoberst stehen soll. Es könnte ebensogut unten aufgeführt werden. Als Zweites beurteilen wir die Raumverteilung: Die Ränder sind unregelmässig verteilt, der linke Rand ist mit 15 mm zu knapp bemessen, die Gestaltung drängt dadurch stark nach links. Regel 4 sorgt sich um die Weissräume: Die Ausgangssituation zeigt dabei alles schön regelmässig von oben bis unten verteilt, es kommt keine optische Spannung auf. Regel 7 besagt, dass man keine Mittelachse, sondern lieber linksbündig gestalten sollte. Was ist vorhanden? Logo, Titel und Preis sind eingemittelt, der Text

vorher

sport helmi ag

SKI TEST WEEKEND Kaunertal Tirol 17.-19. November 2006

Das Kaunertal ist ein ideales Testgebiet im schönen Tirol. Es reicht in die Berg & Eiswelt des Weiß-Sees und des Gepatsch Gletschers bis auf 3000 Meter über Meer, und zeigt die ganze Schönheit des Hochgebirges.
Ein Top Skigebiet mit Schneegarantie und moderner Skitest-Station.

Unsere Leistungen: Skiweekend mit zwei Uebernachtungen (Abreise Freitagabend bis Sonntagabend)
Fahrt mit modernem Reiseocar hin und zurück
2 Uebernachtungen im Hotel Bödele in Feichten
Halbpension mit Frühstück & Abendessen
2 Tage Skipass Kaunertal
Die neusten Carving, Freeride und Cross Skis von 16 Skimariken

ALLES INKLUSIVE NUR: CHF 429.00

Anmeldetalon Kaunertal 2006

Name: _____ Vorname: _____
 Strasse: _____ Ort: _____
 Geb. Datum: _____ Tel. Nr. _____
 Datum: _____ Unterschrift: _____
 E-mail: _____

Anmeldeschluss ist der 1. November 2006
 Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Reservationen werden nach Eingang der Anmeldung und gegen eine Anzahlung von CHF 100.00 pro Person berücksichtigt. (Bar, EC/Postcard oder Postscheckkonto 80-230884-0)

nachher

sport helmi ag

Skitest-Weekend im Kaunertal, Tirol 17.-19. November

Das Kaunertal ist ein ideales Testgebiet im schönen Tirol. Es reicht in die Berg- und Eiswelt des Weiss-Sees und des Gepatsch-Gletschers bis auf 3000 Meter über Meer und zeigt die ganze Schönheit des Hochgebirges.
Ein Topskigebiet mit Schneegarantie und moderner Skitest-Station.

Unsere Leistungen

- Skiweekend mit zwei Übernachtungen (Abreise Freitagabend bis Sonntagabend)
- Fahrt mit modernem Reiseocar hin und zurück
- 2 Übernachtungen im Hotel Bödele in Feichten
- Halbpension mit Frühstück und Abendessen
- 2-Tage-Skipass Kaunertal
- Die neusten Carving-, Freeride- und Cross-Skis von 16 Skimariken

Totalpreis nur CHF 429.-

Anmeldetalon

Name _____	Vorname _____
Strasse _____	Ort _____
Geburtsdatum _____	Tel.-Nr. _____
Datum _____	Unterschrift _____
E-Mail _____	

Anmeldeschluss ist der 1. November 2006
 Bitte einsenden oder faxen an Sport Helmi AG, Albisstrasse 20, 8134 Adliswil, Telefon 044 710 20 70, Fax 044 710 28 86. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Reservationen werden nach Eingang der Anmeldung und gegen eine Anzahlung von CHF 100.- pro Person berücksichtigt (bar, EC/Postcard oder Postkonto 80-230884-0).

Diese Gestaltung vermag nicht zu begeistern. Weshalb dies so ist, spürt man oft nur unbewusst. Es gibt aber klare optische Gesetzmässigkeiten, die objektiv zu verstehen sind. Die Buchserie TypoTuning erklärt mit 13 Regeln anschaulich, wie man zu wirkungsvoller Gestaltung kommt.

Diese verbesserte Version lässt sich mit Word ohne Weiteres gestalten. Auf der Website www.tygotuning.ch stehen diese beiden Beispiele als PDF in Originalgrösse zur Verfügung, inklusive aller angezeichneten Fehler, die darin vorkommen.

ist in Blocksatz und linksbündig gestaltet. Dies erzeugt auf dem Papier Unruhe, weil damit keine optischen Achsen möglich sind, die dem Auge Halt bieten.

Als Schrift wurde Arial verwendet, die Allerweltsschrift, die langweilig, fantasielos und ausgereizt anmutet. Die Linien sind mit 1 Punkt zu dick und unterschiedlich breit. Wir finden sprachliche Mängel und falsche Zeichen. Das &-Zeichen zum Beispiel darf nur bei Firmennamen eingesetzt werden: Müller & Co. Ein weiteres Kriterium ist die Vollständigkeit. Es fehlen die Adresse und eine Faxnummer, damit der Talon eingesendet oder gefaxt werden kann – ein ziemlich übler Fehler, der erst bemerkt wird, wenn man sich anmelden will.

In der getunten Optimierung erkennt man sofort mehr Dynamik durch klare Weissräume und durch zwei Achsen. Das Logo steht verkleinert oben rechts, immer noch gross genug. Mit der Fago kommt eine Schrift mit modernem Charakter zum Einsatz. Der Talon umfasst nur noch 1/3 des Platzes und nicht mehr 2/5, was zu üppig bemessen war. Die Aufgabe ist nun die: Es muss mehr Freude, mehr Emotion zum Ausdruck

kommen. Gestalten Sie den Flyer farbig, eventuell mit einem Bild, welches zum Thema passt. Gehen Sie davon aus, dass der Flyer vierfarbig digital gedruckt werden soll, die Farbe darf also randabfallend gestaltet werden. Den Originaltext und das Logo finden Sie auf der Website www.tygotuning.ch, Reiter «2 Office-Kommunikation». Senden Sie ein PDF ein, und Ihre Gestaltung wird kommentiert.

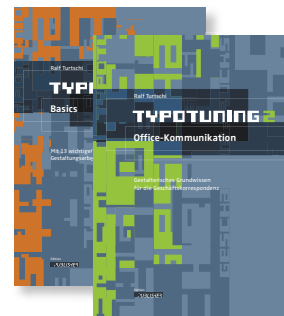
Aufgabe aus TypoTuning 1, Basics

Bei der zweiten Aufgabe geht es um einen farbigen Flyer im Format A5 für eine Kunstausstellung. Das Bild und der Text sind fiktiv. Beurteilen wir die Arbeit. Die Gestaltung ist durch das beinahe quadratische Bild dominiert. Die Harmonie der Mittelachse wird unten gestört durch zwei Satzgruppen. Der Zeilenfall des Zweizeilers unter dem Bild ist unschön, das Wort «Kunst» steht auf der zweiten Zeile verloren da. Im Titel wurde die Schrift «Dolores» verwendet, im übrigen Text die Futura, die aus dem Jahr 1927 stammt. Wir sehen die Futura in vier Grössen und in drei Stärken, was zu viel des Guten ist.

Regel 9 heisst: Weniger ist mehr. Der Flyer wirkt gewöhnlich, er erinnert an ein Auktionshaus.

Was gibt es zu verbessern? Die TypoTuning-Regel 13 besagt, dass Farbe flächig wirkt. Wir vergrössern das Bild also aufs ganze Format und beschneiden es stark. Darf man das? Ja, weil nicht ein einzelnes Bild angeboten wird, sondern weil es um die Ausstellung geht. Bei einem Kunst Katalog darf man die Bilder natürlich nicht beschneiden. Die neue Titelschrift heisst Linotype Belle, sie verkörpert das Thema Handschrift besser als die Dolores, die eher für Comics steht. Die Grundschrift heisst FF Profile. Sie ist kleiner als die Futura Light im Ausgangsbeispiel. Die Grösse beträgt 10 Punkt, was völlig ausreichend ist. Die Informationen werden mit zwei Einzügen gestaltet und unten links platziert. Das Bild wirkt jetzt viel mächtiger. Die Wirkung insgesamt ist farbiger, plakativer und dynamischer. Ist dies nun objektiv oder subjektiv? Ihre Aufgabe besteht darin, ein eigenes Beispiel zu gestalten. Das Hochformat beträgt A5. Der Text sowie das Bild liegen zum Herunterladen bereit: www.tygotuning.ch, Reiter «1 Basics».

Bestellen



Die Buchserie von Ralf Turtschi aus der Edition Publisher zum Thema:

TypoTuning 1, Basics, 64 S. A4, farbig, ISBN 3-905390-33-7, CHF 38.-/EUR 25,-

TypoTuning 2, Office-Kommunikation, 84 S. A4, farbig, ISBN 3-905390-34-5, CHF 38.-/EUR 25,-

Bestellungen und Downloads: www.tygotuning.ch

vorher

Internationale Kunstausstellung
Art is life
 Mit Künstlern aus den USA und Kanada

Die Ausstellung beinhaltet das Thema der Handschrift in der Kunst

26. Januar–11. Februar 2006
 täglich von 10–18 Uhr
 Montag geschlossen
 Katalog CHF 25.–

Museum für Gestaltung Zürich
 Ausstellungsstrasse 60
 8004 Zürich
 Telefon 044 891 75 61
www.museum-gestaltung.ch

nachher

Internationale Kunstausstellung
 Mit Künstlern aus den USA und Kanada

ART IS LIFE

26. Januar–11. Februar 2006
 täglich 10–18 Uhr
 Montag geschlossen
 Katalog CHF 25.–

Die Ausstellung beinhaltet das Thema der Handschrift in der Kunst

Museum für Gestaltung Zürich
 Ausstellungsstrasse 60
 8004 Zürich
 Telefon 044 891 75 61
www.museum-gestaltung.ch

A5-Flyer ohne Ausstrahlungskraft, lieblos und rasch zusammengestellt. Zu viele Schriften in zu vielen Grössen, Mittelachse und linksbündiger Satz. Eine Beurteilung durch die Brille der 13 Regeln in den TypoTuning-Büchern hilft, die eigenen und fremde Arbeiten besser analysieren zu können.

Schaffen Sie es, einen Flyer zu gestalten, der attraktiver aussieht als dieser hier? Das sollte kein Problem sein. Senden Sie ein PDF an turtschi@tygotuning.ch, Sie werden Ihre Lösung kommentiert in der Galerie der Website wiederfinden.