

»Typografie professionell«

Pünktlich zur Buchmesse erschien das Buch »Typografie professionell« von RUDOLF PAULUS GORBACH. Zeitdruck hatte die Möglichkeit mit dem Autor, der zugleich Vorsitzender der Typographischen Gesellschaft München ist und ein Gestaltungsbüro leitet, ein Gespräch zu führen.

Wie kam der Kontakt mit dem Verlag zustande? Handelt es sich dabei um eine Auftragsarbeit?

RUTH WASSERSCHIED, die Lektorin der edition PAGE bei Galileo Press suchte für ein Typografie-Projekt einen Autor und hat mich danach gefragt. Mir fiel die Zusage leicht, da ich ein ähnliches Projekt schon einmal begonnen und wieder zurückgezogen hatte. Es gibt einen ganz normalen Verlagsvertrag, weswegen der Begriff der Auftragsarbeit so nicht stimmt. Auftragsarbeit meint meistens eine fest umrissene Arbeit mit einem bestimmten (oft höheren) Honorar.

Über welche Zeitspanne entstand dieses Werk und welchen Arbeitsaufwand kann man sich vorstellen?

Wie viele Bücher hat auch dieses eine biografische Vorgeschichte. Seit fast 20 Jahren arbeite ich intensiv an Seminaren und Vorlesungen, die ich unter anderem bei der Typographischen Gesellschaft München, an den Fachhochschulen München und Stuttgart, in Firmen und vor allem bei dem von mir gegründeten »Jahreskurs Typografie« gehalten habe. Durch einen stringenter Seminarstil entsteht auch viel Material wie beispielsweise Skripte und Notizen von Seminaren, ungeheuer viele Dias, Folien, Charts. Aber das ist alles nicht für Leser geschrieben, also fängt man wieder ganz neu an. Dem Konzept, das die endgültige Inhaltsstruktur schon beinhaltete, folgten drei Schreib-Klausurwochen. Dazwischen wurden die Texte auf Verständlichkeit und Stil geprüft und erheblich bearbeitet. Die letzte Phase von drei Monaten wurde für Be-

bildung, Ergänzungen, Bildlegenden, Gestaltung und Registererstellung sowie für die Korrektur in mehreren Phasen benötigt. Der Satz lief separat bei WALTRAUD HOFBAUER und mein Assistent hat auch noch einen Monat ergänzende Scans und ältere Daten aufbereitet sowie Bilder bearbeitet, obwohl der Hauptteil der Repros bei Longo schon gemacht wurde. Es sind ja über 1000 visuell separate Einheiten im Buch abgebildet.

In welche Kategorie lässt sich das Buch einordnen? Ist es eher ein Lehrbuch oder ein Buch für Experten? Wer ist die Zielgruppe?

Da ich sehr auf Verständlichkeit geachtet habe, ist die Zielgruppe ziemlich breit. Den Zielen des Verlags entsprechend, ist es ein Lehr-, Informations- und Nachschlagewerk für Menschen, die durch die Arbeit am Computer mit gestalterischen, typografischen Problemen konfrontiert werden. Darüber hinaus enthält es Grundlagen und Ratschläge für Studenten, Hersteller, Typografen und Kommunikationsdesigner und selbstverständlich für die heute so häufig anzutreffenden Quereinsteiger. Nicht vergessen darf man hier noch die Entscheider, die sich bequem über Gestaltung und Typografie informieren können.

Was wird in diesem Buch vermittelt?

Beschreiben Sie bitte die Inhalte.
Das Buch hat zwei Hauptteile: Die Grundlagen der Typografie und deren praktische Anwendung. In den Grundlagen geht es darum, was Typografie heute ist und kann. Sie beinhalten unter vielen anderen auch ein Kapitel über Leseprozess und Lesbarkeit von Schrift und Typografie.

Im Praxisteil werden Anwendungsbereiche der Typografie behandelt wie Drucksachen, Prospekte, Formulare,

Corporate Design und noch vieles mehr – also fast alle Bereiche.

In einem Kapitel »Danach« findet man viele praktische Angaben wie Checklisten zur Gestaltung und Produktion, Literaturhinweise (die gibt es für spezielle Bücher auch schon in den einzelnen Kapiteln), Links und ein sorgfältig gemachtes Register.

Gibt es schon weitere Pläne für Buchprojekte? Wenn ja, welche?

Dafür ist es noch etwas zu früh. Es gibt Pläne, die aber mit dem Verlag noch nicht besprochen sind. Zunächst erwarte ich erst einmal eine enorme Beflügelung für den Jahreskurs Typografie, der 2002 mit der nächsten Folge beginnt. Ich kann mir auch vorstellen, dass meine Veranstaltung an der HdM einen noch stärkeren »drive« bekommt, wenn die Studenten diesen Stoff schon kennen (was sehr wünschenswert wäre).

Herzlichen Dank für das Gespräch!



RUDOLF PAULUS GORBACH in der Zeitdruck-Redaktion



© Fachhochschule Stuttgart – Hochschule der Medien
Studiengang Mediapublishing und Verlagswirtschaft
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart
Telefon: 0711/685-2849
Telefax: 0711/685-6694
Chefredaktion (V.i.S.d.P.) Christine Endres und Claudia Pfänder
Redaktion Katja Buß, Angelika Elstner, Alexander Krauth, Christian Schlag, Dominik Staudacher, Karin Steinkamp
Fotos Eva Schmidt, Astrid Warkus, Heike Wulfschneider mit Digitalkameras der Firmen Fuji, Kodak und Olympus
Bildbearbeitung Lydia Krumet, Nadine Richter unter Adobe Photoshop 6.0
Technischer Support und Online-Redaktion Alexander Krauth, Orhan Tancgil
Layout Prof. Hans-Heinrich Ruta mit Studierenden der Fachhochschule Stuttgart – Hochschule der Medien, Studiengang Mediapublishing und Verlagswirtschaft
Satz Apple Macintosh G4, QuarkXPress 4.1 unter Verwendung der Schriften FF Seria und FF Seria Sans von Martin Majoor, in 10/12 pt
Umbruch Christian Schlag, Dominik Staudacher, Karin Steinkamp
Projekt-Betreuung Prof. Hans-Heinrich Ruta

Der Druck dieser Ausgabe erfolgte digital mit freundlicher Unterstützung von



auf einer IBM Infoprint 2000