

# Lesen in Zeiten des Internets

**TYPO BERLIN 2010** ■ »Passion« – im Berufsalltag kreativer Menschen spielt die Leidenschaft eine Schlüsselrolle. 60 Referentinnen und Referenten boten einen Einblick in ihre Arbeitsweise. Dabei ging es während der ausverkauften dreitägigen Konferenz von Fontshop unter anderem um generative Gestaltung und Webfonts, um leidenschaftliche Erfindungen und um die Macht sozialer Netzwerke.

■ Wahrhaft königlichen Glanz verbreitete auf der großen Bühne der Typo-Hall am letzten Konferenz-Abend Togbui Ngoryifia Céphas Kosi Bansah. Er regiert seit seiner Krönung im April 1992



Céphas Bansah

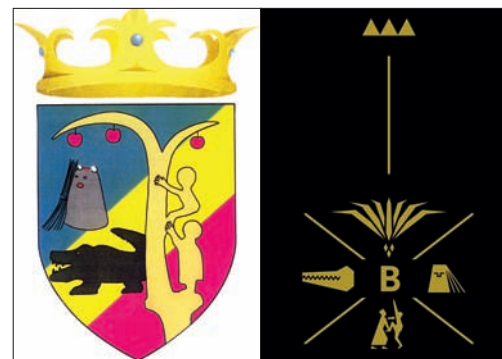
das im Osten Ghanas ansässige Volk der Ewe, circa 300 000 Menschen sind das. Darüber hinaus ist er Kfz- und Landmaschinen-Meister mit eigener Werkstatt, sympathischer Entertainer und Deutschlands erster Weinkönig. Wie die Ewe im Bezirk Gbi in der Region des Volta-sees leben, wie segensreich König Bansah von Ludwigs-hafen aus für seine Untertanen wirkt und wie er zu

einem neuen Corporate Design kam, dies erfuhren die Konferenzteilnehmer vom König selbst und seinem Gestalter Julian Zimmermann. Der junge Mann, Student an der Hochschule Mannheim im Fachbereich Kommunikationsdesign, hatte genau dies als Aufgabe für seine Bachelorarbeit gewählt.

Leidenschaftlich setzt sich König Bansah für sein Volk ein. Die Einnahmen aus den Aktivitäten als Sänger und Entertainer fließen in Hilfsprojek-

te und Baumaßnahmen für sein Heimatland. Mit ebenfalls viel Einsatz ging Julian Zimmermann an die Arbeit. Beispielsweise begleitete er zusammen mit seinem Dozenten Bernhard Pompey und der Fotografin Mirka Laura Severa im Februar 2010 den König zehn Tage lang durch Ghana. Tief beeindruckt kehrte er heim, mit einer klaren Idee: Bei aller lebens- und farbenfrohen Exotik sollte das neue Corporate Design doch hoheitlich-würdevolle Zurückhaltung ausstrahlen. Das neue Wappen beispielsweise entfernt sich von der europäisch geprägten, ursprünglichen Heraldik, zeigt nun zeichnerhaft reduzierte Bildelemente ohne Rahmung. Krokodilkopf, Voodoostein und der König, der einem Untertan auf den Früchte tragenden Baum hinaufhilft – dieses so dezente wie ausdrucksstarke Logo zielt alle Geschäftspapiere und ist auch im Internet zentral platziert ([www.koenig-bansah.de](http://www.koenig-bansah.de)).

Der Auftritt dieses Paares bildete den krönenden Abschluss der Konferenz, auch wenn nach einer Pause, in der viel königliches Akosombo-Bier verkauft wurde und Céphas Bansah unermüdlich Autogrammkarten mit seiner grafisch bemerkenswerten Unterschrift versah, noch das technisch aufwendige Experiment von Studio Dumbar folgte. Der König und sein Gestalter schlugen mit ihrer Geschichte alle in den Bann. Dafür spendete das Publikum stehend Ovationen.



Zum neuen Corporate Design von König Bansah gehört das reduzierte Logo. Links das alte Signet in europäisch geprägter Wappenform.

**GENERATIVE GESTALTUNG.** Den Computer Daten sammeln und gestalten zu lassen, diese Idee ist nicht neu, wie Beispiele von Informatikern, Ingenieuren und Wissenschaftlern belegen. Zunehmend wagen sich nun Gestalter auf dieses Feld. In welcher Weise sich der Entwurfsprozess bei der »generativen Gestaltung« wandelt und welchen Nutzen Wissenschaft, Grafikdesign und Kunst davon haben, erläuterten Julia Laub und Hartmut Bohnacker, die an der HfG Schwäbisch Gmünd beide Kommunikationsdesign studiert haben. Beim klassischen Weg findet eine Idee über die manuelle Umsetzung mittels Stift oder Tastatur beziehungsweise Maus zum visuellen Output. Anders bei der generativen Gestaltung: Hier wird die Idee analysiert, abstrahiert und in eine Regel übersetzt (Algorithmus), dann mittels einer Programmiersprache wie Processing in einen Quellcode transferiert, der ein Bild erstellt, gleichsam aus dem Nichts, »ohne dass die Hand je einen Strich gezeichnet hat«. An den Stellschrauben Algorithmus und Quellcode dreht der kontrollierende und bewertende Gestalter so lange, bis für ihn das Resultat stimmt.

Von den Anwendungsbeispielen seien nur zwei aus dem Bereich Grafikdesign erwähnt. Für das Literaturfestival »Poetry on the Road« entwickelten Boris Müller und Florian Pfeffer schon 2002 ein Corporate Design mit computergenerierten Motiven, erst mit Hilfe der Scriptsprache Python, seit 2006 mit Processing, was die Verwendung zur Print-Produktion wie fürs Web ermöglicht. Aus den Texten der Poeten werden hier Bilder. Von Cedric Kiefer stammen die Bildmotive für die Titelseiten von Project M, einem von Projekttriangle konzipierten Magazin der Allianz Global Investors. Die immer aus anderen Grundmustern und Farben wachsenden Organismen geben bei aller Unterschiedlichkeit dem Magazin etwas wiederer-



Generative Gestaltung: Der Gestalter legt die Regeln fest, das Computerprogramm generiert daraus Bilder. Von Cedric Kiefer stammen die Bildmotive für die Titelseiten von Project M, einem von Projekttriangle konzipierten Magazin der Allianz Global Investors. Hier zwei Coverversionen der ersten Ausgabe.

kennbar Charakteristisches. Neben Datenvisualisierung und Kunst wird der Bereich Corporate Design wichtig. Julia Laub im Gespräch mit DD: »Der Trend geht eindeutig hin zum dynamischen, wandelbaren Corporate Design, denn die Anforderungen sind durch die Medienvielfalt heute ganz andere als früher.«

Zu alledem haben die beiden Referenten gemeinsam mit Benedict Groß und Claudius Lazzaroni sogar schon ein Buch geschrieben. »Generative Gestaltung. Entwerfen. Programmieren. Visualisieren« ist ein Lehrwerk von Designern für Designer; im Mai wurde es mit einem silbernen ADC-Nagel ausgezeichnet.

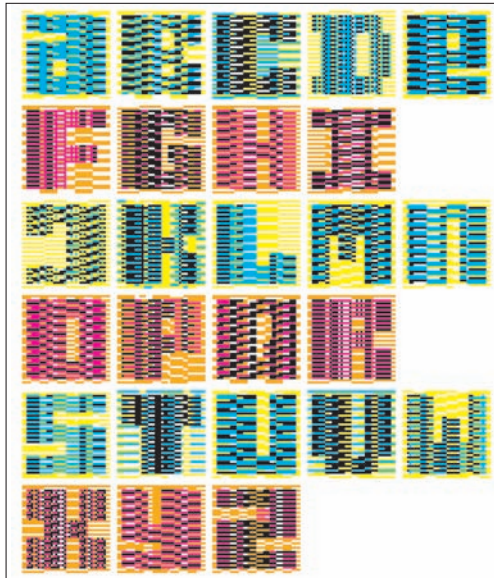
**STANDARD-SCREENDESIGN.** Einiges aus der generativen Gestaltung führt vom Virtuellen ins Haptisch-Materielle, wird Skulptur oder Printprodukt. Das, was der Schweizer Oliver Reichenstein in seinem international renommierten kleinen Unternehmen »Information Architects« mit Sitz in Zürich und Tokyo entwickelt, ist ausschließlich für den Bildschirm gedacht, ob groß (Computer) oder klein (zum Beispiel iPhone, iPad). Ausgehend von der Gewissheit, dass Schreiben und Lesen grundverschiedene Tätigkeiten sind, arbeitet er an entsprechend standardisiertem Screendesign, das nicht etwa Buchhaftes imitiert, sondern die eigenen Gesetzmäßigkeiten nutzt. Reduzierung und Vereinfachung im Schreibprozess, Lesekomfort für die Lektüre – dies sind die Ziele. Bedeutet: Im Schreibmodus verlangsamt die Inconsolata von Raph Levien als monospaced-Schrift den Arbeitsprozess, dazu gibt es Flattersatz, jeweils drei Zeilen stehen im Fokus, während der Text davor abgedunkelt erscheint, um Ablenkung zu vermeiden. Für den Lesemodus ist derzeit die Minion favorisiert sowie Blocksatz inklusive Silbentrennung, um Lücken im Satz zu vermeiden. Als Strukturierung schlägt Oliver Reichenstein Lesezeit- statt Seitenzählung vor und Kapitel statt Buchseiten.



Julia Laub

Sein Ansatz ist bedenkenswert, im Detail aber auch kritisierbar. Warum etwa erfolgt im Lesemodus die Rückkehr zum Buch-typischen Blocksatz, wo doch der Flattersatz viel natürlicher Lücken vermeiden hilft? Wichtig erscheint vielmehr, dass die Bildschirmschriften nicht zu eng laufen und dass die Zeilen großzügig durchschossen sind. Wie wir demnächst neue Literatur auf dem iPad lesen, ist noch nicht entschieden. Die Arbeit ist noch im Fluss. Das erkennbare Streben nach Klarheit ist jedenfalls lobenswert.

**WEBFONTS.** Neue kreative Freiheit im Internet ermöglichen Webfonts. Fontshop sieht sich hier als Vorreiter und schickte seinen Spezialisten Ivo Gabrowitsch zur Präsentation auf die Bühne. Bislang waren die Möglichkeiten, den Internetauftritt mit einer eigenen Hausschrift zu gestalten, begrenzt. Seit März hat nun eine Entwicklung, die Mitte der neunziger Jahre begann, ihr vorläufiges Ende gefunden. Webfonts im Web Open Font For-



Digitale Handarbeit – die Buchstaben der Type Jockey von Andrea Tinnes visualisieren Klänge.

mat (WOFF) oder im Embedded-OpenType-Format (EOT) bringen gestalterische Freiheit ins Netz. Diese Formate werden unterstützt von Firefox und dem Internet Explorer; für andere Browser wie Safari, Google Chrome und Opera werden die FF-Webfonts derzeit mit Hilfe von Typekit bereitgestellt. Neben hohem technischen Aufwand (Hinting zur Bildschirmoptimierung) beschrieb Gabrowitsch die Lizenzierungsprobleme. Bei Fontshop gibt es jetzt drei Lizenzstufen, die sich nach den Pageviews pro Monat richten (500000; 5 Millionen;

50 Millionen). Ebenfalls Webfont-Services bieten beispielsweise Monotype, Typotheque, Google und Typefront, dies teilweise kostenfrei.

**HINGABE ZUM DETAIL.** Leidenschaft, Spielfreude und Experimentierlust sind die Voraussetzungen für gute Arbeit; auch der Mut, zu scheitern, gehört dazu. Als besondere Spezies erscheinen die Schriftgestalter, die mit so viel Hingabe am Buchstabendetail feilen. Die Schrift- und Grafikdesignerin Andrea Tinnes hat mit ihrer Begeisterung bereits viele Studenten infiziert. Sie entwarf so ausgeklügelte Textschriften wie die Skopex-Familie und arbeitet gerade an einer neuen namens Roletta. Die aus dem Playground-Projekt resultierende Type Jockey ist anders, sie erinnert an elektronische Musik. Ein Gitterraster dient als Basis, Farben kommen hinzu und lassen wandelbare Buchstaben wie akustische Signale aus der Lineatur heraustreten. Die Strukturen wurden manuell erstellt – digitale Handarbeit. Einige Aktionen widmeten sich der mittels Marker, Pinsel oder Breitfeder geschriebenen Schrift. Der Kalligrafie-Workshop von Andreas Frohloff war wie jedes Jahr sehr gut besucht und Thomas Hoyer zog die Blicke auf sich, als er die Glastüren am Eingang der Schwangeren Auster mit Texten beschrieb – seitenverkehrt, zum Mitlesen für den auf der anderen Seite stehenden Betrachter. Niels Shoe Meulman, niederländische Graffiti-Legende, faszinierte mit einer noch größer angelegten Aktion: Im Foyer »pinselte« er eine Samurai-Weisheit aus dem Hagakure auf eine 1 x 8 m große Leinwand und veranschaulichte live, was er unter dem von ihm geprägten Begriff Calligrafitti versteht.

Silvia Werfel

## Leben und gestalten im Web – Chance oder Risiko?

■ Mit 400 Millionen Nutzern ist Facebook die drittgrößte „Nation“ der Welt. In den sozialen Netzwerken von Twitter, Facebook & Co. tauscht man dabei längst nicht mehr nur Informationen aus. Die stetig wachsende Gemeinde ist zu einer mächtigen Kontrollinstanz geworden; sie lässt Wirtschaftskonzerne und Politiker straucheln, macht aus unbekanntem Menschen Stars – blitzschnell, expansiv und ohne Unterstützung der alten Medien.

In einer fulminanten Präsentation schilderte Frank Schomburg von Nextpractise, Bremen, den „Machtwechsel vom Anbieter zum Nachfrager“, die „Strategien der Bewältigung von Komplexität“ sowie die beiden „Grundhaltungen im Umgang mit dem Netz“, wie sie die „digital visitors“ und die „digital residents“ verkörpern. Sein Fazit: „Außergewöhnliche Wirkungen entstehen in sozialen Netzen in erster Linie über emotionale Resonanz: Empathie wird zur Schlüsselkompetenz.“

Volkssport Design? „Wie können Profis trotz Crowdsourcing und den Billiganbietern des Internet überleben?“, fragte Moderator Florian A. Schmidt. Bei der den Thementag beschließenden Gesprächsrunde ging es richtig zur Sache.

Mit Bastian Unterberg und Michael Kubens waren die Gründer der bereits recht erfolgreichen Plattformen jovoto.com und designen-lassen.de beteiligt sowie mit Prof. Dr. Jörg Petruschat (u.a. Leiter des Instituts für Innovation und



Frank Schomburg

Design, Dresden) und Prof. Torsten Stapelkamp (u.a. Hochschule Hof) zwei Spezialisten für Design-Theorie und -Praxis.

Petruschat: Kreative sollen sich den komplexen, per Crowdsourcing nicht lösbaren Designproblemen widmen. Das Gewicht liege hier in der entsprechend zu honorierenden Phase der Ideenfindung. Stapelkamp: Freiberufliche Gestalter sind Unternehmer. Gute Argumentation sei wichtig und Kontakte zu knüpfen, besser auf Fachveranstaltungen face-to-face als online im Web.

Fazit: Die Internet-Konkurrenz existiert. Die einzige Chance liegt in der eigenen Professionalisierung.

Fazit: Die Internet-Konkurrenz existiert. Die einzige Chance liegt in der eigenen Professionalisierung.