



Digitales Lehrbuch

Editorial Labor

VORWORT		3
BENUTZUNG UND STRUKTUR DES LEHRBUCHS		5
A	VORHABEN UND IDEE	
A1	INHALT	8
A2	BUCHKÖRPER	10
A3	GESTALTUNGSKONZEPT	11
A4	ENTWURF	12
A5	ORGANISATION	13
B	PLANUNG	
B1	INHALT	15
B2	BUCHKÖRPER	17
B3	GESTALTUNGSKONZEPT	21
B4	ENTWURF	23
B5	ORGANISATION	24
C	UMSETZUNG	
C1	INHALT	28
C2	BUCHKÖRPER	30
C3	GESTALTUNGSKONZEPT	31
C4	ENTWURF	32
C5	ORGANISATION	33
D	PRODUKTION	
D1	INHALT	35
D2	BUCHKÖRPER	36
D3	GESTALTUNGSKONZEPT	37
D4	ENTWURF	38
D5	ORGANISATION	38
E	KOMMUNIKATION	
E1	INHALT	40
E2	BUCHKÖRPER	42
E3	GESTALTUNGSKONZEPT	43
E4	ENTWURF	44
E5	ORGANISATION	45
	ESSAYS UND GESPRÄCHE	
	Neil Holt – Die Seite; Die Doppelseite; Der Falz	47
	Alexander Staudt über Buchkörper	57
	Lea Szramek über Autor*innenschaft in der Buchgestaltung	64
	Neil Holt – Die Ordnung der Seite	71
	Julia Kahl über Verlagsarbeit, Crowdfundings und Online-Vermarktung	81
ANHANG		
TECHNIK		89
BIBLIOGRAPHIE / LINKLISTE		93
IMPRESSUM		97

VORWORT Im April 2020 wurde im Fachbereich Design der Fachhochschule Dortmund das erste digitale Online-Semester gestartet. Die damals dramatische Entwicklung der Corona-Pandemie zwang die Hochschulen in Deutschland, Europa und zum Teil sogar weltweit in die Situation, die nahezu vollständige Lehrstruktur digital zu organisieren. Ebenso wurden zu diesem zeitlichen Peak der Pandemie auch die meisten Hochschulbibliotheken geschlossen.

Im (angewandten und praktischen) Gestaltungsbereich existieren so gut wie keine Fach- und Lehrbücher als Ebooks oder sind als Buchmedien und/oder redaktionell bearbeitete Medien verfügbar. Damit sind dezidiert Bücher und redaktionelle Inhalte aus dem Bereich der Gestaltungspraxis und der Gestaltungsbeispiele gemeint. Es liegen einige Theoriebände zu Gestaltungsthemen beispielsweise aus dem Bereich der Medientheorie als Ebooks vor (z. B. Susanne Wehde, »Typographische Kultur« und Ursula Rautenberg und Dirk Wetzel, »Buch«.), um der Vollständigkeit halber hier zumindest einige ausgewählte und relevante digital verfügbare Medien für die Bereiche der Buchwissenschaft und der Typografie aufzuzeigen. Diese Ebooks und PDF-Dateien (und weitere sind tatsächlich sehr relevant für die Arbeit im Editorial Design und speziell in der Buchgestaltung, bilden hier aber, wie schon beschrieben, ausschließlich den theoretischen Teil ab.

Das Internet hingegen präsentiert massenhaft Informationsmaterial zum Editorial Design und auch speziell zur Buchgestaltung in allen erdenklichen Medien und Plattformen. Dieses Material ist aber nicht (oder kaum) in einer nachvollziehbaren Form redaktionell bearbeitet, was den sinnhaften und qualifizierten Zugang für Student*innen zu dem vorliegenden Material nur schwer bis gar nicht möglich macht.

Um sich in dieser ungeordneten und beliebig angeordneten Masse an Informationen und Bildmaterial zurecht zu finden, bedarf es in der Regel mindestens eines abgeschlossenen Studiums in einer Gestaltungsdisziplin sowie einer ausgeprägten fachlichen Medienkompetenz. Und auch dann verschlingt eine solche professionelle Onlinerecherche zu der spezifischen Thematik unfassbar viel Zeit.

Das heißt, exakt hier liegt unsere Idee und die Motivation für dieses digitale Lehrbuch zum Editorial Design und speziell der vorliegenden ersten Ausgabe zur Buchgestaltung. Das Lehrbuch will das komplexe Fachwissen für den Bereich Editorial Design (erste Ausgabe: Buchgestaltung) redaktionell aufbereitet und fundiert recherchiert als PDF-Datei für alle Student*innen und Interessierte für ein Studium verfügbar machen. Der Inhalt und die Struktur bilden hierbei eine konstruktive und umfassende Mischung aus Theorie, Praxisbeschreibungen und Technik ab.



Ein Klick auf dieses Symbol führt dich wieder zurück zum Inhaltsverzeichnis.

† Hier finden sich Verweise zu allen technischen Anmerkungen.

benutzung und struktur des lehrbuchs Die zeitgemäß durchgestaltete Funktionalität und eine konsequent logische Struktur des Lehrbuchs standen, neben der digitalen Verfügbarkeit, im Fokus des Konzeptes. Die Gestaltung sowie die Nutz- und Lesbarkeit von Büchern stellen gerade im Editorial Design und dessen Zukunft selbstredend einen immanenten Diskurs dar.

Das vorliegende Buch wurde maßgeblich aus drei Positionen heraus konzipiert, verfasst, gestaltet und produziert: *1. Die Position der Lehrenden*, *2. Die Position der Studierenden* und, praktisch als Klammer, *3. Die Position der Praxis*. Den Autor*innen war es sehr wichtig, diese drei Positionen und Perspektiven immer wieder abzugleichen, zu diskutieren und allen Ansprüchen gerecht zu werden. Dieser Grundgedanke und die Synthese der Positionen, verbunden mit der digitalen Verfügbarkeit des Buches, stellt die Einzigartigkeit des Projektes dar und machte es zu etwas Besonderem – auch und vor allem in der Überlegung, was Buchmedien heute sein sollten und wie sie sich verändern könnten und vielleicht sogar müssen.

Die Nutz- und Lesbarkeit des Lehrbuches ist linear/non-linear angelegt. Nach einem linear zu lesenden Vorwort folgt der vorliegende Text – nämlich die Anleitung zur Benutzung des Lehrbuchs – gefolgt vom Inhaltsverzeichnis. Ab dem Inhaltsverzeichnis kann das Buch dann einerseits weiter linear, aber wahlweise auch non-linear und praktisch personifiziert gelesen und individuell genutzt werden.

Die lineare Benutzung des gesamten Lehrbuches würde der Konzeption und der Struktur der Autor*innen folgen. Nämlich der Idee, von einer gedachten Leser*in bzw. Gestalter*in auszugehen, die sich möglicherweise zum ersten Mal mit der Disziplin der Buchgestaltung beschäftigt oder darin relativ ungeübt ist. Hier folgt die logische Narration von der Idee über die Planung, die Umsetzung, hin zur Produktion und schlussendlich zur Kommunikation. Da es im Editorial Design aber immer wieder neue und anspruchsvolle Herausforderungen und projektbezogene Problemstellungen gibt, fordern die Autor*innen explizit zu einer non-linearen und individuellen Nutzung auf. Vor allem im Praxisteil (**A bis E**) und Anhang (**TECHNIK, BIBLIOGRAPHIE, LINKLISTE**) ist die non-lineare Benutzung je nach Anspruch und Orientierung des Projektes eindrücklich sinnvoll. Unterbrochen werden die Praxisteile (**A bis E**) dann von theoretischen und essayistischen Texten zur Buchgestaltung. Diese wurden in einer vertikal linearen und in sich geschlossenen Nutzung konzipiert. In der beschriebenen Struktur spiegelt sich noch einmal spezifisch die Idee wieder, die Klammer zwischen Theorie, Praxis und Nachschlagewerk zu schließen. Die vielfältigen Möglichkeiten der Les- und Nutzbarkeiten inklusive thematischer und inhaltlicher Verlinkungen werden unterstützend in der grafischen Navigationsstruktur als eine Art Register und den typografischen Auszeichnungen gestalterisch visualisiert.

Der praktische Teil des Lehrbuchs wird eingeteilt in die folgenden aufeinander aufbauenden Kapitel: **A VORHABEN UND IDEE**, **B PLANUNG**, **C UMSETZUNG**, **D PRODUKTION** und **E KOMMUNIKATION**, jeweils in den Kategorien (1 bis 5) plus einer **NOTE** als mögliche Ergänzung. Er folgt der linearen Überlegung von der eher vagen intuitiven Idee eventuell ein Buch zu gestalten, bis zu dessen Fertigstellung inklusive der Kommunikation (Werbung) von ebendiesem.

Diese Kapitel der Praxis werden jeweils in kurzen und prägnanten Textabschnitten gegliedert und dargelegt. Eine (non-lineare) Sammlung von Memos, Stichpunkten, Fragestellungen und Vergewisserungen ergänzt die erdachte Arbeitsbeschreibung in jedem Kapitel (**A bis E**) und den dazugehörigen Kategorien (**1 bis 5**). Bestimmt werden nicht zu allen Buchprojekten alle aufgeführten Arbeitsschritte (Kapitel und Kategorien) benötigt, daher macht die eingeplante non-lineare Lesbarkeit im Medium eines interaktiven PDF-Dokuments hier durchaus Sinn. Denn die Erfahrung in den komplexen Ansprüchen des Editorial Design offenbart doch oftmals spezifische Fragestellungen in den unterschiedlichsten Projekten und gerade hier greift das Angebot einer non-linearen Nutzbarkeit. Der Praxisteil enthält unterschiedliche Text-, Bild- und Bewegtbild-Medien, um den vielfältigen Ansprüchen der Inhalte gerecht zu werden.

Die Note* verweist in jedem Kapitel auf besondere Fragen, Randnotizen, Fußnoten und Anmerkungen, welche in keine der o.g. Kategorien passen und trotzdem relevant und bemerkenswert sind.

Neben der Praxis sind für die Autor*innen zusätzlich grundlegende essayistische, philosophische und medien-reflektierende Überlegungen und Gespräche zu den verschiedenen Buchmedien überaus sinnstiftend und notwendig. Hierzu wurden relevante Fragestellungen und Überlegungen zur Buchgestaltung ausgewählt und bilden den zweiten Strang im vorliegenden Buch. Ausgewählte Autor*innen (Buchgestalter*innen, Student*innen, Lehrende und Theoretiker*innen) haben zu den Themen: Buchkörper und Materialität, Buch(doppel)seite, Ordnungssysteme und Raster, Bild-Text-Bezug, Dramaturgie und Narration und Gedanken zur Zukunft von Buchmedien relevante und kapitelübergreifende Essays und Reflektionen beigesteuert.

Das Lehrbuch schließt klassisch mit einem Anhang / **TECHNIK, BIBLIOGRAPHIE, LINKLISTE UND IMPRESSUM** / ab.

Neben der ortsunabhängigen Verfügbarkeit stand die individuelle Nutzbarkeit des Lehrbuchs bei der Konzeption im Vordergrund. Die Medienwahl der interaktiven PDF-Datei erschließt sich daraus, dass hier alle notwendigen Funktionen (Einbindung von Interaktivität, Verlinkung, Einbindung von Bild- und Textmaterial, Film und Websites etc.) für das Lehrbuch verfügbar sind. Auf der anderen Seite ist das PDF-Format extrem weit verbreitet und stellt keine technische Hürde dar. Die Nutzung kann analog (Ausdruck) oder digital und interaktiv (Screen, Tablet, Reader oder Smartphone) nach Vorliebe der Leser*innen entschieden werden.

Das *digitale Lehrbuch Editorial Labor* versteht sich als demokratisches Buchmedium. Sowohl im Bezug auf seine inhaltliche und gestalterische Konzeption, als auch auf seine auf allen Ebenen offene Verfügbarkeit.



A

Vorhaben und Idee

A VORHABEN UND IDEE

Das erste Kapitel **A VORHABEN UND IDEE** setzt ganz am Anfang eines Buchprojektes an, nämlich der ersten Idee oder dem Vorhaben aus einem bestimmten oder zum Teil noch geplanten und gedachten Inhalt möglicherweise ein Buchmedium zu entwickeln.

Neben einem spielerischen und experimentellen Zugang zum Medium, soll überprüft werden, ob ein Buchprojekt hier überhaupt das geeignete und adäquate Medium für den geplanten und vorliegenden Inhalt ist oder sein könnte. Es zeigt sich doch manchmal in Lehr- und Seminarsituationen und vor allem unter Druck, dass die Entscheidung für ein zu gestaltendes Medium nicht wirklich reflektiert und oftmals auch übereilt getroffen wird.

Unter dem Absatz **A VORHABEN UND IDEE** finden sich Abfragen, Kategorien und entscheidende Aspekte für eine mögliche Buchgestaltung.

Zuerst einmal mit den ersten (gerne auch vagen) Ideen und dem Abgleich zum Inhalt zu starten macht durchaus Sinn. Denn manchmal hat man zwei Teile eines Ganzen oder zwei Seiten einer Medaille, die zusammen so gar nicht das Projekt unserer Vorstellungen ergeben. Dann sind die einfachen Abfragen und Überprüfungen unbedingt sinnvoll und bewahren vor viel unnötiger Arbeit in eine möglicherweise falsche Richtung.

Die fünf Kategorien **INHALT, BUCHKÖRPER, GESTALTUNGSKONZEPT, ENTWURF** und **ORGANISATION** im Kapitel **A VORHABEN UND IDEE** sind als eine Art Sammlung oder Mindmap zu verstehen und selbstverständlich gehen alle Punkte fließend ineinander über und bedingen einander.

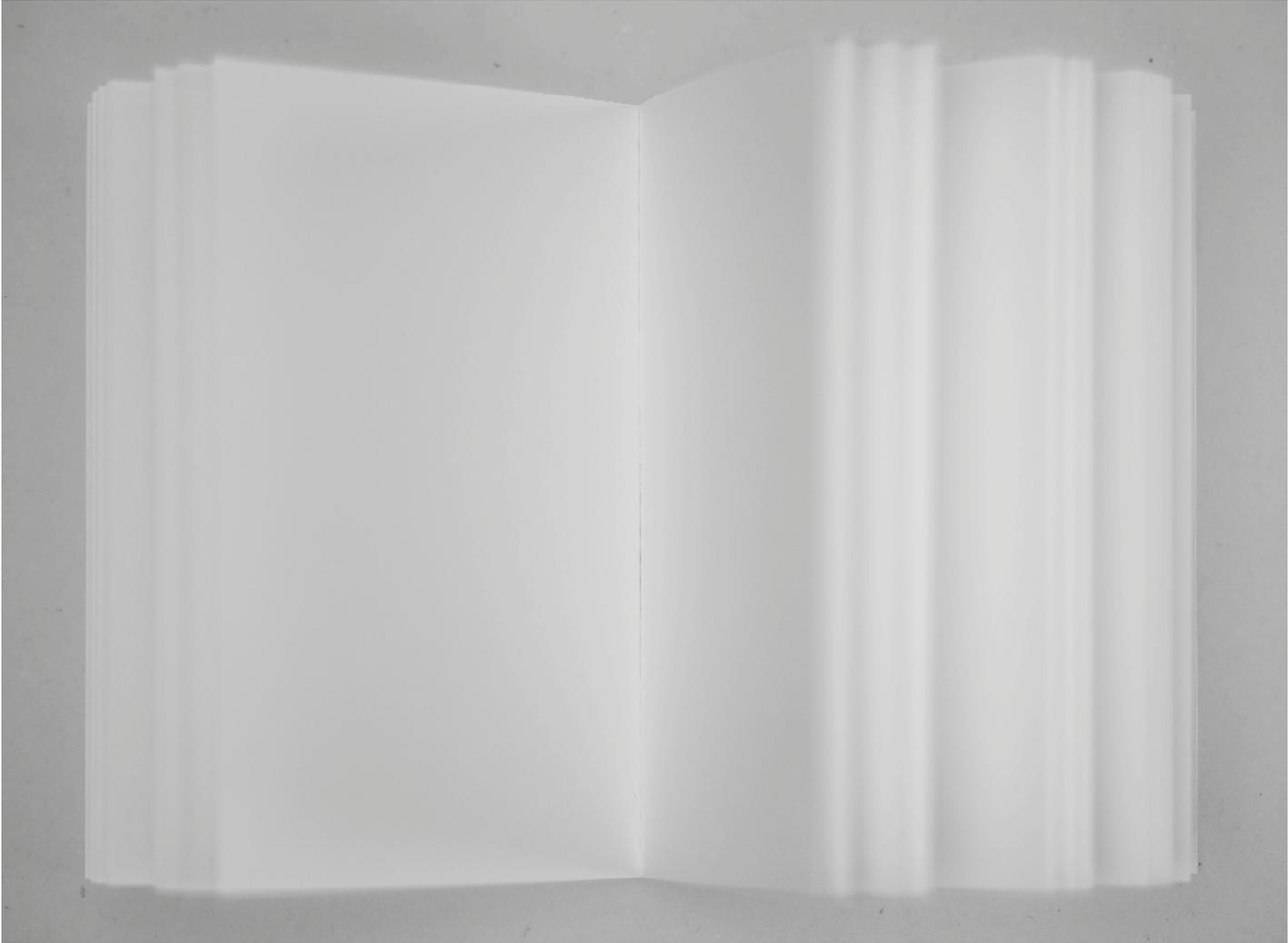
A1

INHALT

Wir starten hier ganz am Anfang unseres geplanten Buchprojektes – nämlich mit dem Inhalt. Hier soll die Überprüfung von einem möglichen Inhalt oder Thema (das kann auch erst einmal sehr vage angelegt sein, also eher einer allerersten Idee für den Inhalt oder ein Thema) in Bezug auf das zu gestaltende Buchmedium befragt und erörtert werden. Hierzu haben wir einige Fragestellungen und Stichwörter gesammelt, die euch hoffentlich in eurer Überprüfung und der Festigung eures Inhaltes und der Thematik weiterhelfen können.

WARUM MÖCHTE ICH DIESE INHALTE ZUM BUCH MACHEN?

WAS IST MEINE MOTIVATION?



EIGNET SICH DER INHALT FÜR DAS BUCHMEDIUM?

GIBT ES MÖGLICHERWEISE SCHON INHALTE?

ZUM BEISPIEL IM FALL EINES REDESIGNS?

LIEGEN MIR ALLE INHALTE BEREITS VOR?

A2

BUCHKÖRPER

Neben den inhaltlichen Komponenten für eine Idee oder ein Thema, spielt der Körper in der Buchgestaltung eine relevante Rolle. Und oftmals haben wir rein intuitiv schon ganz zu Anfang unseres Projektes zumindest ein Gefühl davon, wie ein Format oder die Materialität beschaffen sein könnte. Manchmal können wir das zu Beginn noch gar nicht begründen, trotzdem sind solche ersten Ideen durchaus wichtig und es wert befragt und definiert zu werden. Und selbstverständlich hängen auch hier alle einzelnen Teile irgendwie wieder zusammen.



HABE ICH SCHON ERSTE IDEEN ZUR MATERIALITÄT?

WIE SOLL DER BUCHKÖRPER ANMUTEN?

(GROß, KLEIN, DICK, DÜNN, STARR, FLEXIBEL, GLATT, RAU ETC.)

ABGLEICH VON INHALT UND FORM:

DECKT SICH MEINE VORSTELLUNG VOM BUCHKÖRPER MIT DEN INHALTLICHEN KOMPONENTEN (A1)?

PLANE ICH EIN EINZELSTÜCK

ODER EINE AUFLAGE?

A3

GESTALTUNGSKONZEPT

Wie kann ein erstes und sinnvolles Herantasten an ein geplantes Gestaltungskonzept für ein Buchprojekt aussehen? Wir haben versucht unseren ersten Fragestellungen, Erfahrungen und Inspirationen nachzuspüren. Die Idee für ein Gestaltungsprojekt hängt sicherlich ganz eng mit den inhaltlichen und thematischen Komponenten (**A1**) zusammen. Der Inhalt gibt hier oft die Parameter für die Gestaltungskonzeption vor.

HABE ICH SCHON IDEEN FÜR DIE GESTALTUNG?

WELCHE GESTALTUNGSEBENEN HABE ICH?

(TEXT, BILD, KOMBINATION)

HABE ICH GESTALTERISCHE VORBILDER?

WO LIEGEN DIE GRENZEN

VON INSPIRATION UND KOPIE?

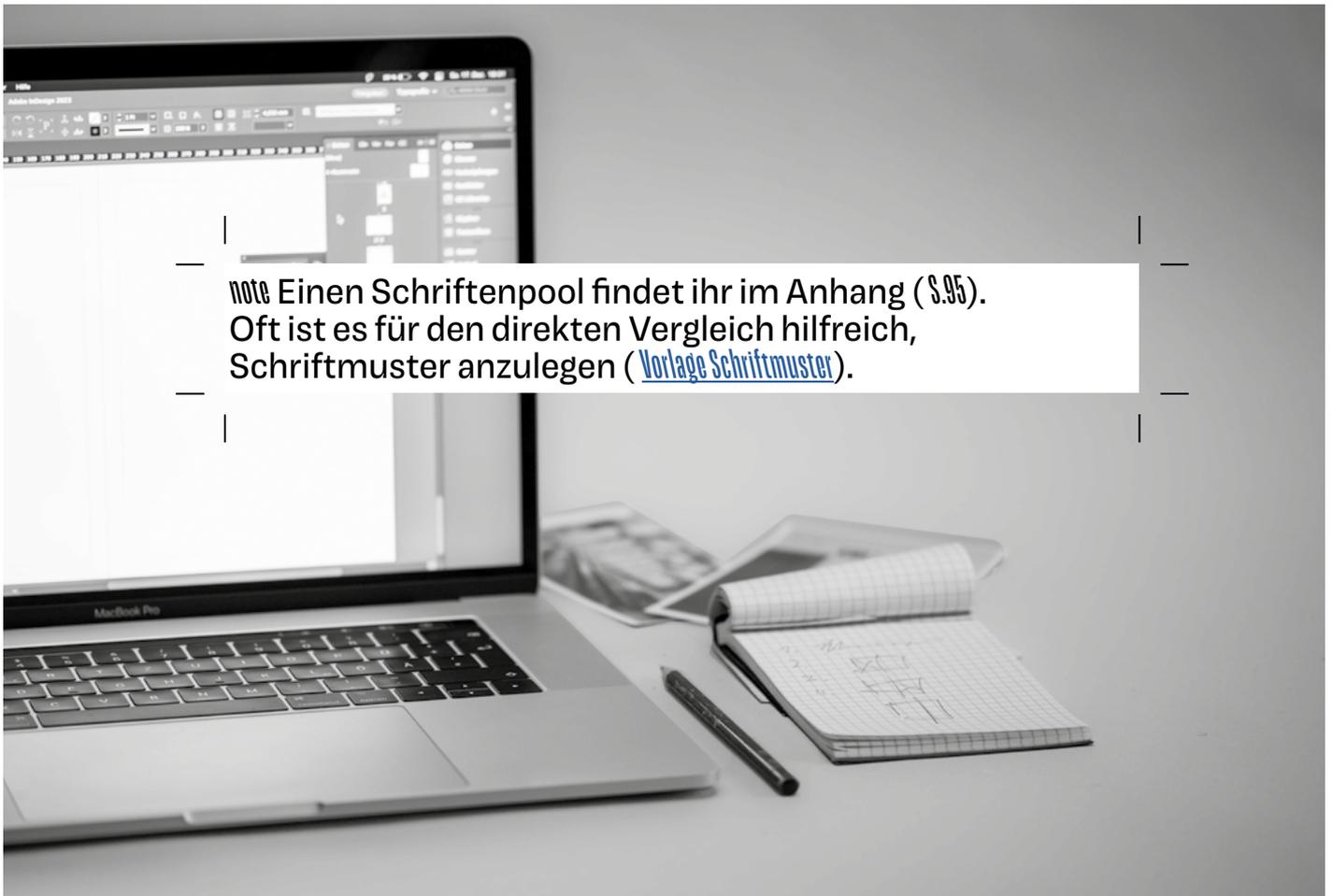
note Die Überprüfung von Inhalt, Inspiration und Vorstellung ist an dieser Stelle besonders wichtig, denn manchmal hat man ja etwas vor (visuell), was so gar nicht zum Inhalt (Thema) oder den Voraussetzungen passt (*kill your darlings!*).

ENTWURF

Nachdem wir die Idee und das Vorhaben für eine Buchgestaltung innerhalb der verschiedenen Parameter (Inhalt, Buchkörper und Gestaltungskonzept) eingekreist haben, führt uns das Unterkapitel **ENTWURF** nun ein wenig mehr ins Detail und die Gestaltungspraxis. Themen wie Layout, Typografie und Bildsprache bestimmen die Entwurfspraktiken und sind in der Buchgestaltung ungemein komplex. Damit ihr euch auch hier nicht schon zum Anfang in der Kleinteiligkeit und im Detail verliert, schlagen wir eine sinnvolle Sammlung von praxisorientierten Fragestellungen und Inspirationen vor.

AUS WELCHEN MEDIEN BESTEHT MEIN INHALT?

(TEXT, FOTOGRAFIE, ILLUSTRATION, BEWEGTBILD, ICON ...)



note Einen Schriftenpool findet ihr im Anhang (S.95). Oft ist es für den direkten Vergleich hilfreich, Schriftmuster anzulegen ([Vorlage Schriftmuster](#)).

WELCHE SCHRIFTEN GEFALLEN MIR

FÜR MEIN PROJEKT?

A5

ORGANISATION

Neben den bereits vorangegangenen Punkten im Kapitel **A VORHABEN UND IDEE**, die sich primär mit den verschiedenen Gestaltungsebenen von Büchern beschäftigt haben, soll sich hier im letzten Unterkapitel alles um die Organisation drehen. Das mag im ersten Moment ein wenig bürokratisch klingen, aber um bei der Wahrheit zu bleiben, hat Buchgestaltung und Editorial Design eine ganze Menge mit Organisation auf den unterschiedlichsten Ebenen zu tun. Wenn man aber die Organisation auf allen Ebenen (Kapiteln) einfach immer mitdenkt, können hier von Anfang an viele kleine und große Fehler und Ärgernisse vermieden werden. An dieser Stelle empfehlen wir euch, dieses Lehrbuch nicht ausschließlich linear und parallel zu eurem Gestaltungsprozess durchzuarbeiten, sondern gerne auch non-linear zu lesen und vorab schon einmal in den nächsten Kapiteln unter dem Punkt **ORGANISATION** zu schauen.

WIE VIEL ZEIT HABE ICH FÜR
MEIN PROJEKT?

KANN ICH ES IN DER VORGEGEBEN ZEIT WIRKLICH UMSETZEN
ODER BRAUCHE ICH MÖGLICHERWEISE UNTERSTÜTZUNG?

☞ An dieser Stelle sollte bereits ein erster Zeitplan aufgestellt werden.

KÖNNTE EINE GRUPPENARBEIT EINE LÖSUNG SEIN?

ODER KANN ICH DAS GEPLANTE PROJEKT
MÖGLICHERWEISE IN EINER »ABGESPECKTEN«
VARIANTE PLANEN?



B PLANUNG

Das zweite Kapitel **B PLANUNG** baut auf dem ersten Kapitel **(A)** auf und überführt die ersten Skizzen und intuitiven Entwürfe in die konkrete Überprüfung. Die Planung setzt nun bereits bestimmte Maßnahmen voraus. Das vorliegende Kapitel beschreibt die grundsätzlichen Voraussetzungen, um seriöse Entscheidungen eben für eine Idee und einen ersten Entwurf zu treffen.

In diesem Kapitel finden zum einen eine Art Realitäts- oder Machbarkeitsstudie für die formulierte Idee statt und zum anderen verbindet das Kapitel auch die Ideen, Konzepte und Skizzen der Autor*innen zur **UMSETZUNG (C)** und damit zur Realisierung. Editorial Design und Buchgestaltung sind grundsätzlich ungemein komplexe Gestaltungsdisziplinen. In den folgenden Kapiteln wird sich zeigen, wie divergent die Herausforderungen in der Buchgestaltung sind. Dazu gehören auch auffällig vielfältige Details und Wissensgebiete, die alle relevant und beachtenswert sind. Eine intensive Planung bereitet daher optimal auf die mannigfaltigen Spezifika (Typografie, Materialität, Redaktion/Editing, Verarbeitung, Bildbearbeitung, Text/Lektorat etc.) vor. Durch intensive Recherchen werden gerade Anfänger*innen und Studierende für Themen und Problematiken sensibilisiert. Darüber hinaus vermeidet eine fundierte Planung mögliche Fehler und ist ein essenzieller Schritt zum optimalen Buchprojekt.

Die fünf Kategorien **INHALT, BUCHKÖRPER, GESTALTUNGSKONZEPT, ENTWURF** und Organisation im Kapitel **B PLANUNG** sind als eine Art Sammlung oder Mindmap zu verstehen und selbstverständlich gehen alle Punkte fließend ineinander über und bedingen einander.

B1

INHALT

Wir haben uns für ein bestimmtes Buchprojekt entschieden und beschäftigen uns nun differenziert und eingehend mit dem Inhalt. Wir beginnen das Material zu sichten und zu sortieren. Dazu ist es sinnvoll, die Inhalte nach spezifischen Kategorien (Medien, Themen, Kapitel etc.) zu ordnen und zu sortieren. Möglicherweise kann daraus dann auch schon ein Katalog, eine Ordnung oder ein Konzept generiert werden. Der Vorteil einer solchen Sichtung und Einordnung ist einmal die frühzeitige Übersicht und die daraus entstehenden Frage- und Problemstellungen. Es folgen Gedanken, Fragen und Notizen, die wir für euch gesammelt haben.

**IN WELCHEM ZUSTAND IST
DAS VORLIEGENDE MATERIAL?**

1/
Voraussetzungen für die Druckqualität

note Um böse Überraschungen zu vermeiden empfiehlt es sich, bereits zu diesem Zeitpunkt zu prüfen, ob das Bildmaterial in Druckqualität vorliegt.



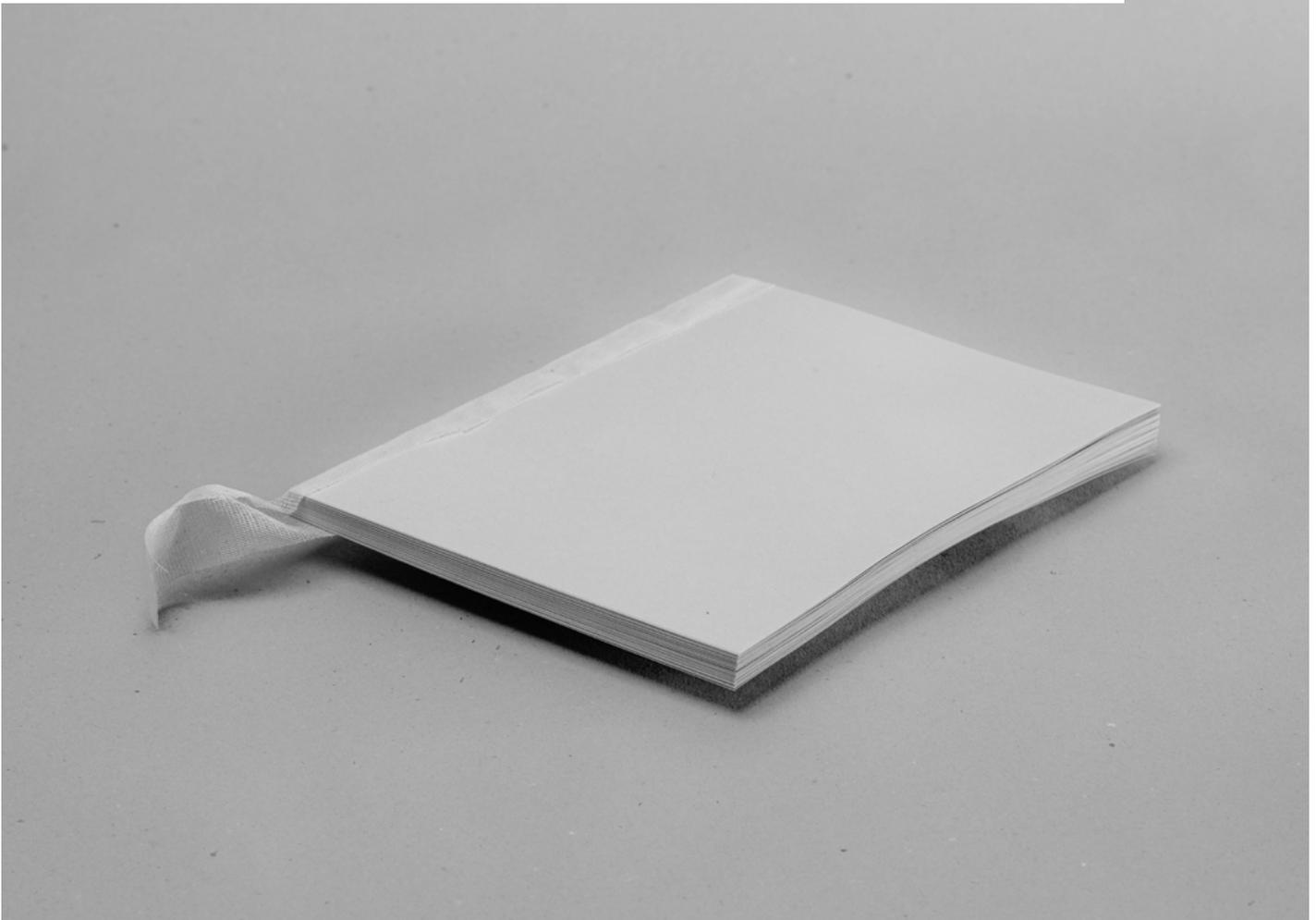
**DARF ICH DAS VORLIEGENDE MATERIAL
ÜBERHAUPT VERWENDEN ODER MÜSSEN
VIELLEICHT NOCH BILDRECHTE EINGEHOLT WERDEN?**

WELCHES MATERIAL FEHLT MIR NOCH?

WANN BEKOMME ICH DAS FEHLENDE MATERIAL?

BUCHKÖRPER

Ausgehend von den ersten flüchtigen und intuitiven Ideen und skizzenhaften Vorstellungen, wie ein Buchkörper für unseren Inhalt beschaffen sein könnte, ist es durchaus notwendig nun mit der konkreten Planung zu beginnen. In dieser beschriebenen Planungsphase können wir den groben Umfang unseres Buches schon bestimmen und uns damit einhergehend näher mit der Materialität, dem Format und der Verarbeitung beschäftigen. Es ist überaus sinnvoll einige Parameter schon vor der konkreten Umsetzung abzufragen, zu recherchieren und konkret zu planen. Denn manche Ideen und Vorstellungen in der Buchgestaltung sind in der Realisation dermaßen kostspielig und aufwendig, dass die Planungsphase hier ein Korrektiv darstellt. Ebenso eröffnen sich aber durch eine genaue und frühe Planung oftmals auch ungeahnte Möglichkeiten, die sich erst durch eine intensive Recherche ergeben. Eventuell lernen wir Details und Spezifika (Bindungsarten, Kapitalbändchen, Lesebändchen etc.) des Buchkörpers erst ganz neu kennen.



Formatstudien unter folgenden Kriterien:

IN WELCHEM FORMAT MÖCHTE ICH ARBEITEN?

WIE VERHALTEN SICH INHALT UND FORMAT?

GIBT ES INHALTLICHE KRITERIEN, DIE BESONDERE ANSPRÜCHE AN DAS FORMAT STELLEN?

(FUßNOTEN, FOTOGRAFIEEN ...)

Formatstudien (Einzel- und Doppelseite) sollten immer ein analoger Schritt sein und nicht bloß in den Grafikprogrammen durchgeführt werden.

PASSEN AUSSAGE UND ERSCHEINUNG ZUSAMMEN?

WIE VERHALTEN SICH EINZEL- UND DOPPELSEITE IN DER HANDHABUNG?

PROPORTIONEN:

WIE IST DAS VERHÄLTNISS VON HÖHE ZU BREITE, DER EINZEL- UND DOPPELSEITE?

GIBT ES FORMATWECHSEL IM BUCH?

WIE VERHÄLT SICH DAS FORMAT ZUM KÖRPER (UMFANG)?

Materialstudien unter folgenden Kriterien:

WIE SOLL DAS PAPIER IM INNENTEIL BESCHAFFEN SEIN?

(HAPTIK, DRUCK, ERSCHENUNG, ÄSTHETIK ...)

t2
Allgemeine
Papierspezifika

SPIELEN MATERIAL- BZW. PAPIERWECHSEL EINE ROLLE?



**AUS WELCHEM MATERIAL IST DER
EINBAND DES BUCHES?**

t3
Einband und
Einband-
materialien

**AN WELCHEN STELLEN BENÖTIGE
ICH WEITERE MATERIALIEN?**

(VORSATZ, KAPITALBAND ETC.)

Recherche zur Verarbeitung:

WELCHES DRUCKVERFAHREN IST FÜR MEIN PROJEKT GEEIGNET?

14
Überblick über verschiedene Druckverfahren

ARBEITE ICH MIT EINER DRUCKEREI ZUSAMMEN ODER DRUCKE ICH WOMÖGLICH SELBST?

PLANE ICH WEITERE VERARBEITUNGEN? (VEREDELUNGEN, LASERN, STANZEN ...)

LASSEN SICH DIESE OHNE KOMPROMISSE UMSETZEN?

15
Weiterverarbeitung von Druckmaterialien

PLANE ICH WEITERE BESONDERHEITEN, DIE EINEN EINFLUSS AUF DAS DRUCK- UND BINDEVERFAHREN HABEN?

Recherche zu Realisierung und Finanzierung:

note Auch in diesem Schritt lohnt es sich bei der Druckerei direkt einen Zeitplan anzufragen.

WELCHE KONKRETE VERARBEITUNGSBETRIEBE KOMMEN FÜR MICH IN FRAGE?

KANN ICH BEREITS ERSTE KOSTENANGEBOTE EINHOLEN?

GESTALTUNGSKONZEPT

Die Planung eines Gestaltungskonzeptes für ein Buch stellt die Klammer zwischen den ersten Ideen und Vorstellungen (**A3**) und der konkreten Umsetzung (**C3**) dar. Hier heißt es konkret abzuwägen und zu diskutieren, welche Anforderungen und Gestaltungsebenen notwendig sind und ob ich meine gestalterische und technische Kompetenz eventuell noch etwas intensivieren und verbessern sollte. Wie umfangreich und differenziert plane ich das Gestaltungskonzept für meine konkreten Inhalte? Was brauche ich exakt für mein Buchlayout und was möchte ich vielleicht einmal ausprobieren? Insbesondere um auch meine Kompetenzen in der Buchgestaltung verbessern zu können. Plane ich einen symmetrischen oder einen asymmetrischen Seitenaufbau? Wie detailreich und umfänglich plane ich mein Gestaltungsraster? In dieser Phase ist es zudem äußerst wichtig, die Vorstellungen und Wünsche mit den Kompetenzen abzugleichen. Denn zu diesem Zeitpunkt besteht ja durchaus die Möglichkeit sich noch zusätzliche Fähigkeiten anzueignen oder diese bis zur Umsetzung (**C3**) zu verbessern.

Erste Layoutideen unter folgenden Aspekten skizzieren:

WELCHE SEITENTYPEN BRAUCHT MEIN INHALT?

LASSEN SICH ERSTE EXEMPLARISCHE BEISPIELSEITEN SKIZZIEREN?

note Im ersten Schritt wirklich nur handschriftlich skizzieren und nicht direkt in Computerprogrammen. Das engt oftmals zu sehr ein.

*SOLL MEIN ENTWURF DYNAMISCH ODER STATISCH SEIN?
SYMMETRISCH ODER ASYMMETRISCH?*

Den groben Aufbau des Buches planen.

GIBT ES SCHON IDEEN, INSPIRATIONEN ODER VORBILDER FÜR DEN AUFBAU DES BUCHES?

(KAPITEL, THEMEN ETC.)

Gestaltungsebenen planen und skizzieren. Dazu zählen:

BEISPIELSEITEN FÜR ALLE VORAB FESTGELEGTE EBENEN GESTALTEN

WIE KANN EIN MÖGLICHER SATZ- UND BILDSPSIEGEL AUSSEHEN?

WELCHE FUNKTIONEN (EBENEN) MUSS MEIN RASTER HABEN?

(HIER GERNE INSPIRATIONEN UND BEISPIELE SAMMELN)

FÜR WELCHE GESTALTUNGSEBENEN KANN ICH EIGENE MUSTERSEITEN ANLEGEN?

tb
Anleitung zum Anlegen von Musterseiten in InDesign

B4**ENTWURF**

Die genaue Planung der Entwürfe gehört mit Sicherheit zu den beliebtesten Kompetenzen angehender Buchgestalter*innen. Hier starten wir damit, uns mit den Themen wie Schriftauswahl, Typografie (Mikro-/Makro-Typografie) und der grafischen Gestaltung zu beschäftigen. Von dem ersten komplexen Vorhaben (**A4**) gehen wir jetzt über in detaillierte und kleinteilige Überlegungen und Vorbereitungen. Selbstverständlich immer auch unter der Prämisse, was nötig ist (Inhalt und Konzept) und was man entwurfs- und gestaltungstechnisch auch einfach mal ausprobieren und verwirklichen möchte.

WELCHE TYPOGRAFISCHEN ANFORDERUNGEN BRINGT MEIN PROJEKT MIT SICH?

FÜR WELCHE SCHRIFTEN ENTSCHEIDE ICH MICH?

WO BEKOMME ICH DIE SCHRIFTEN HER?

WIE TEUER SIND DIE SCHRIFTEN?

note Manchmal lohnt es sich, die Schriftgestalter*innen direkt zu kontaktieren. Oft bieten sie Testversionen oder Rabatte für Studierende an.

WIE STEHT ES UM MEINE KOMPETENZEN IN DER MIKRO- UND MAKRO TYPOGRAFIE?

MUSS ICH MIR FÜR DAS PROJEKT MÖGLICHERWEISE NOCH ETWAS WISSEN ANEIGNEN?

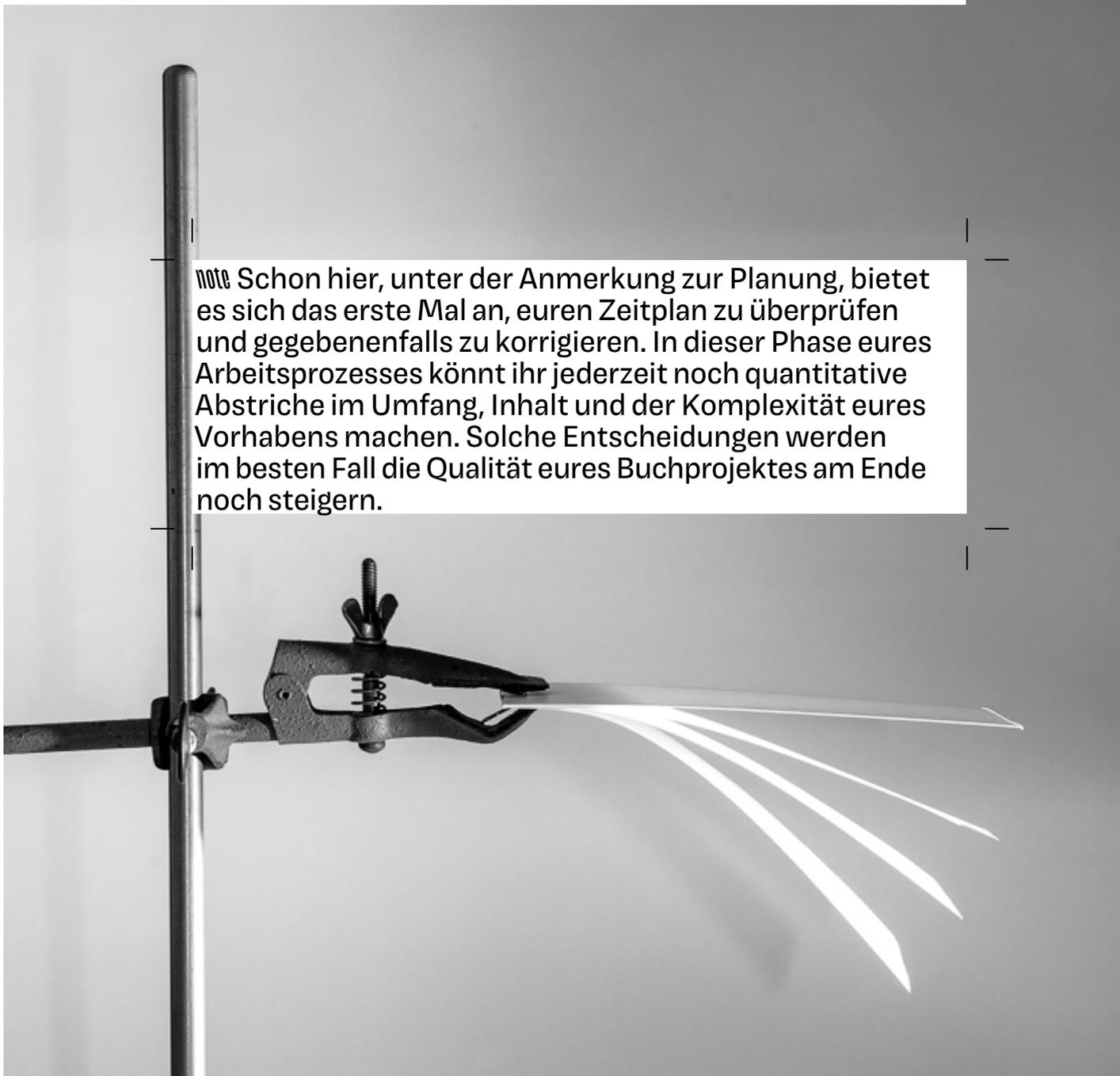
BRAUCHEN MEINE SEITEN NEBEN DER TYPOGRAFIE NOCH WEITERE GRAFISCHE ELEMENTE?

(SONDERZEICHEN, LINIEN, AUSGEZEICHNETE PAGINA, INITIALIEN ...)

ORGANISATION

Die Vorbereitung und Planung für die Organisation von Buchmedien umfasst folgende Themen: Ordnungssysteme, Methodik/Dramaturgie, Erzählstrukturen (Narration) und Editing/Redaktion. Es ist anspruchsvoll und gleichzeitig facettenreich die Buchgestaltung in ihrer gesamten Komplexität zu verstehen. Neben den gestalterischen Aspekten der Einzel- und Doppelseiten, dem Cover, dem Einband, dem Buchkörper und vielem mehr, zeichnet sich das Buch speziell durch Ordnungssysteme, Erzählungen und eine Dramaturgie aus. Hier sind alle Aspekte der Gestaltung oder Organisation gemeint, welche spezifisch das Editorial Design und die Buchgestaltung auszeichnet.

Note Schon hier, unter der Anmerkung zur Planung, bietet es sich das erste Mal an, euren Zeitplan zu überprüfen und gegebenenfalls zu korrigieren. In dieser Phase eures Arbeitsprozesses könnt ihr jederzeit noch quantitative Abstriche im Umfang, Inhalt und der Komplexität eures Vorhabens machen. Solche Entscheidungen werden im besten Fall die Qualität eures Buchprojektes am Ende noch steigern.



WIE KLAR KANN DIE METHODIK DES BUCHES
UND DIE DRAMATURGIE (DER ABLAUF) BEREITS
DEFINIERT WERDEN?

BRAUCHT DAS BUCH EIN
ORDNUNGSSYSTEM?

WELCHE ANSPRÜCHE BZW. VORAUSSETZUNGEN
SOLLTE DIESES ORDNUNGSSYSTEM ERFÜLLEN?

WELCHE ERZÄHLSTRUKTUREN GIBT ES UND
WOFÜR SIND DIESE SINNVOLL?

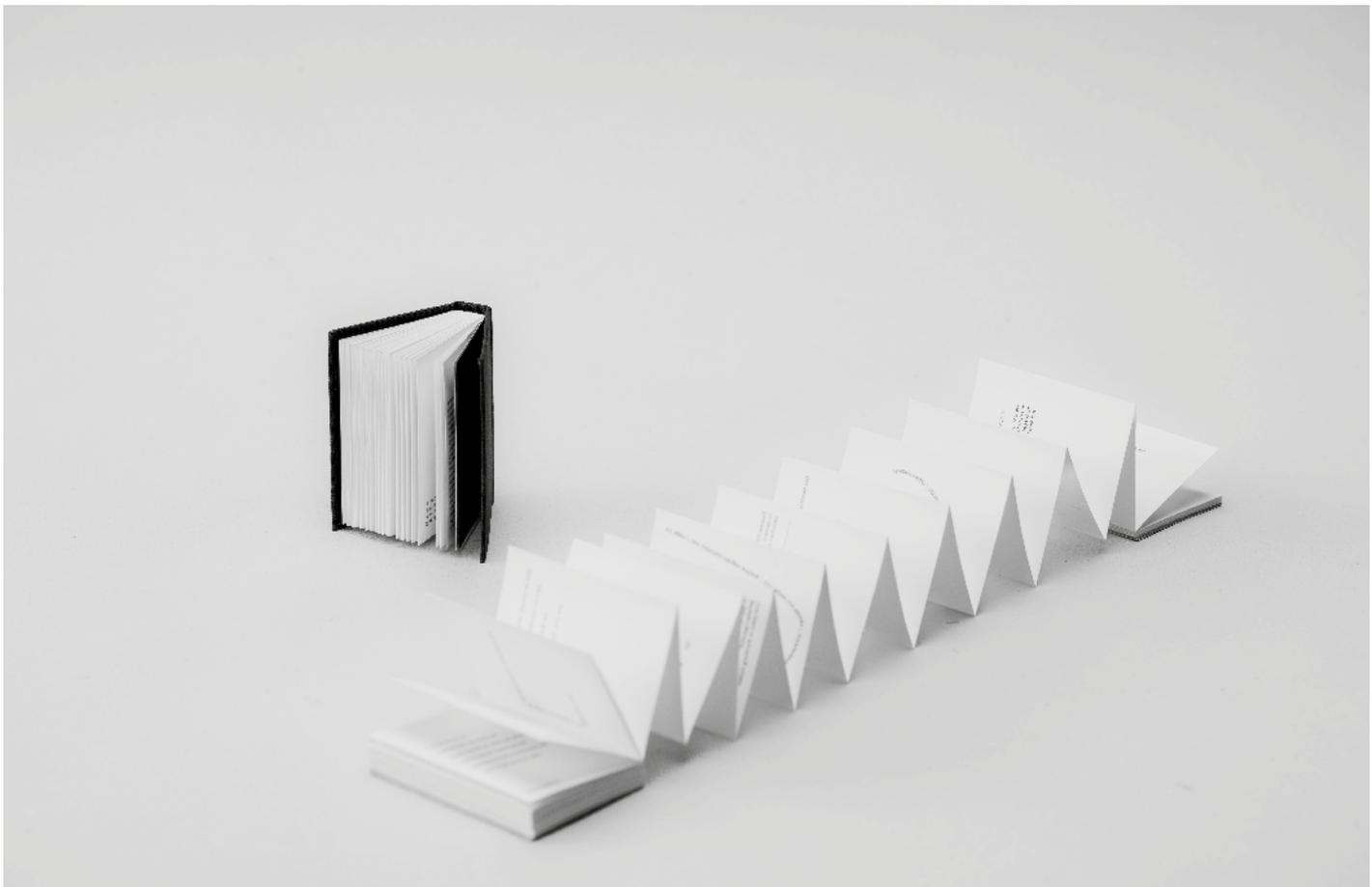
WIE MÖCHTE ICH ERZÄHLEN?

BRAUCHT ES EIN EDITING?
UND WER SOLL DAS ÜBERNEHMEN?
(EINZEL-, PARTNER- UND GRUPPENARBEITEN)

WER ÜBERNIMMT DIE REDAKTION?
KANN ICH DAS SELBST ODER WÄRE ES SINNVOLL JEMANDEN ANZUFAGEN?

IN WELCHER/WELCHEN SPRACHE/N PUBLIZIERE ICH?
HABEN DIESE GGF. VERSCHIEDENE SCHRIFTSYSTEME?

WER ÜBERNIMMT DAS LEKTORAT?





C UMSETZUNG

Das Kapitel **C UMSETZUNG** konkretisiert nun die Idee bzw. das Vorhaben. Nach der Planung, den Recherchen und einer ersten Überprüfung folgt der Übergang zur Praxis. Das vorliegende Kapitel beschäftigt sich faktisch mit genau den Arbeitsschritten, die klassischerweise mit dem Editorial Design und der Buchgestaltung assoziiert werden: Layout, Gestaltungsraster, Satzspiegel, Mikro- und Makrotypografie, Papierwahl, Umfang des Buchprojektes etc. Nachdem im Kapitel **B PLANUNG** die Kompetenzen und der Kenntnisstand realistisch überprüft wurden und das Vorhaben dahingehend gezielt angepasst wurde, widmet sich dieses Kapitel vor allem den gestalterischen Fähig- und Fertigkeiten.

Alle Leser*innen und Buchgestalter*innen werden in diesem Kapitel enorm von der differenzierten und zum Teil akribischen Vorarbeit der Kapitel **(A)** und **(B)** profitieren. Hier wird einmal die konkrete Arbeit im Grafikdesign und der Buchgestaltung beschrieben und definiert, aber es geht auch konkret um die Zusammenarbeit mit den Produktions- und Herstellerfirmen. Die Erfahrung in der Lehre und den Seminaren zeigt oftmals, dass viele Studierende in diesem Punkt oft große Unsicherheiten wahrnehmen und die Thematik zu wenig behandelt wird. Insofern fokussiert das vorliegende Lehrbuch die Thematik der praxisnahen Zusammenarbeit. Die Qualität der Kommunikation und der Kooperation mit den Produktionsfirmen (Druckerei, Verlag, Buchbinderei, Papierhersteller etc.) sind leider oftmals eine Art »Nadelöhr«, die letztendlich über das Gelingen der Buchgestaltung und des Buchprojektes entscheiden.

Die fünf Kategorien **INHALT, BUCHKÖRPER, GESTALTUNGSKONZEPT, ENTWURF** und **ORGANISATION** im Kapitel **C UMSETZUNG** sind als eine Art Sammlung oder Mindmap zu verstehen und selbstverständlich gehen alle Punkte fließend ineinander über und bedingen einander.

C1

INHALT

In diesem Kapitel wird es nun konkret. Text- und Bildmaterial liegen soweit vor. (In der Realität zeigt sich oftmals, dass hier und da noch etwas fehlen könnte oder noch nicht final ist. Das ist aber nicht weiter schlimm, sollte aber sicherheitshalber farbig gekennzeichnet werden). Nun geht es darum alle Inhalte (Text und Bild) auf Qualität und Quantität zu überprüfen und den Stand zu dokumentieren. Im vorliegenden Arbeitsschritt macht es zudem Sinn, gegebenenfalls Lektorat und Textredaktion zu organisieren und zu beauftragen.

**Quantität und Qualität des Inhaltes überprüfen
(Text- und Bildmaterial):**

t/
Farbmodus
und Auflösung

*IN WELCHEM (TECHNISCHEN) ZUSTAND
SIND TEXT- UND BILDMATERIAL?*

*IST DAS BILDMATERIAL FÜR DEN DRUCK
SCHON IM RICHTIGEN FARBMODUS UND IN
DER BENÖTIGTEN AUFLÖSUNG?*

*HABE ICH DIE RECHTE
AN ALLEN BILDERN?*

note Bitte hier unbedingt nochmals euren Zeitplan
überprüfen und gegebenenfalls korrigieren.

SIND DIE TEXTE VOLLSTÄNDIG KORRIGIERT?

*DIES IST VOR DER ENDGÜLTIGEN
GESTALTUNG NOTWENDIG.*

**Letzter Korrekturdurchgang der Texte und
das gesamte Bildmaterial druckfertig machen.**

BUCHKÖRPER

Der Buchkörper definiert sich aus vielen unterschiedlichen Einzelteilen: Inhalt, Format, Materialität und Verarbeitung. Diese verschiedenen Elemente formen den Körper des Buches bestenfalls zu einer synergetischen Einheit. In diesem Kapitel nimmt der Körper nun konkret Form an. Wir studieren und bestimmen das Format, definieren den Umfang anhand des Inhaltes und bestimmen die Materialität. Zur konkreten Umsetzung gehört neben der Recherche und der ersten Materialbestellung auch die Anfertigung eines ersten Dummies (Blindband) des geplanten Buchkörpers.

18
Papierspezifika
und Druck

note Hier werden viele Punkte des Kapitels (**B2**) verfeinert und vertieft. Alle Ideen bezüglich des Buchkörpers (**B2**) sollten final entschieden werden.

Ebenso ist es durchaus ratsam, in dieser Arbeitsphase den Kontakt zu Druckereien, Verlagen und Herstellern aufzunehmen. Möglicherweise ist der Inhalt und die Planung sogar schon so komplett, dass es sich lohnt Kostenvoranschläge einzuholen. Gerade durch den persönlichen Kontakt zu Mitarbeiter*innen der Verarbeitungs- und Herstellerfirmen können Gestalter*innen ihren Kenntnisstand und konkrete Erfahrungen ungemein verbessern und ausbauen. Der tatsächliche Bezug zur Praxis ist neben dem Studium ein explizit wichtiger Baustein auf dem Weg zur Professionalität.

Konkrete Auswahl und Kontaktaufnahme mit den Produktionsfirmen (bzw. Entscheidung, was selbst gemacht werden kann).

TRAUE ICH MIR DIE GEPLANTEN
HANDWERKLICHEN ARBEITEN ZU?

Konkrete Kostenkalkulation.

LIEGEN DIE ANFALLENDEN KOSTEN
IN MEINEM BUDGET?

GESTALTUNGSKONZEPT

Unter diesem Punkt geht es nun darum, unsere Recherchen, visuellen Skizzen und Inspirationen in ein funktionales Gestaltungskonzept umzusetzen. Zu diesem Zeitpunkt liegen uns alle Inhalte bereits soweit vor, dass wir konkret in die praktische Übertragung übergehen können. Wir definieren alle Gestaltungsebenen (Text/Bild), erstellen einen ersten Ablaufplan und setzen unsere Layoutskizzen in einem Ordnungssystem um. Dies beinhaltet einen Satz- und Bildspiegel und ein Rastersystem in InDesign für Musterseiten (inkl. Grundlinien-Raster, Units, Hilfs- und Kraftlinien etc.) sowie die Bild- und Textbearbeitung. Satz- und Stilvorgaben werden definiert und in der Bildbearbeitung wird auf das ausgewählte Druckverfahren vorbereitet.

Note Hier werden alle Planungen und Gestaltungsideen der Punkte (A4) bis (B4) konkret umgesetzt (inkl. Korrekturen) und finalisiert.

Alle Gestaltungsebenen umsetzen. Das bedeutet:

Umsetzung und Finalisierung des Satz- und Bildspiegels zur Produktion.

Raster- und Ordnungssystem zur Produktion.

Musterseiten in InDesign final gestalten.

Definition aller Formatvorgaben.

Bildbearbeitung und Druckvorbereitung abschließen.

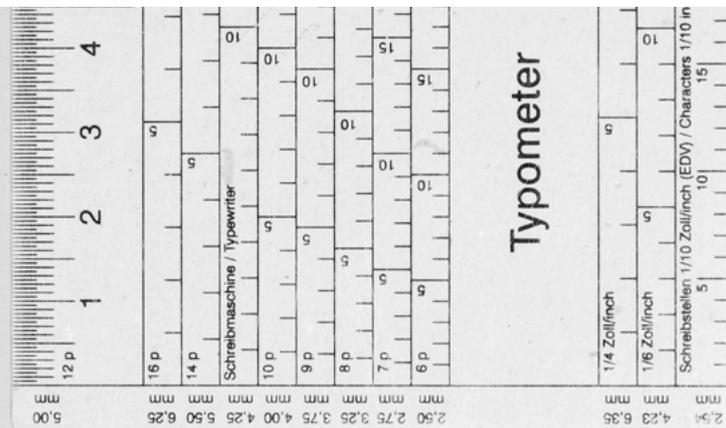
19

Anleitung: Druck-PDF aus InDesign erstellen

ENTWURF

Hier geht es darum, unsere detaillierte Recherche und unsere ersten Layoutversuche und -experimente schlussendlich umzusetzen. Nun wird sich konkret zeigen, wie wertvoll die Vorarbeiten (**C1–C3**) für einen sinnvollen und überzeugenden Entwurf sind. Vor allem geht es hier natürlich nach den Arbeitsschritten um die finalen Entscheidungen, die wir als Editorial-Gestalter*innen im professionellen Umgang immer sicher treffen müssen. Exakt bestimmen wir nun die Typografie (Schriftmuster) und alle weiteren Gestaltungselemente und setzen diese in unserem Layout/Entwurf mit den realen Inhalten um. Neben der Überprüfung der Schriftanwendungen (Schriftarten, -größen und -einsatz) realisieren wir alle mikro- und makrotypografischen Anwendungen, ebenso wie die Bestimmung und den Einsatz des konkreten Bildmaterials. Abschließend überprüfen und finalisieren wir die grafische Gesamtgestaltung unseres Buches.

Durch das Einpflegen der finalen Inhalte werden oftmals die zuvor festgelegten Systeme noch einmal auf die Probe gestellt und hinterfragt. Das heißt konkret, an dieser Stelle müssen die öfteren Gestaltungsentscheidungen noch einmal überprüft, gegebenenfalls korrigiert oder sogar neu entschieden werden. Es folgt möglicherweise ein Abwägen zwischen konsequentem System und individueller Gestaltungslösung.



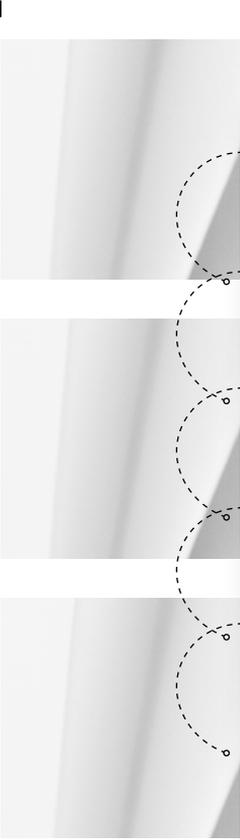
Note Hier werden alle Planungen und Gestaltungsideen der Punkte (**A4**) bis (**B4**) konkret umgesetzt (inkl. Korrekturen) und finalisiert.

C5

ORGANISATION

Die beiden Arbeitsschritte Entwurf (**C4**) und Organisation (**C5**) gehen fließend ineinander über und sind tatsächlich kaum zu trennen. Man kann den Entwurf vielleicht als das Gerüst für die Gestaltung bezeichnen, wobei sich die Organisation mehr mit dem gesamten Umfang der Seiten/Doppelseiten und deren Einbindung und Narration des Buches beschäftigt. Ein Buch wird über Details und Einzelteile zur Seite bzw. Doppelseite gestaltet und daraus resultierend wird das Editing (Bildauswahl und -folgen) und die Erzählstruktur (Erzählperspektive und -haltung) organisiert.

Nachdem das Buchmedium als Ganzes durchgestaltet ist, wird nun ein finaler Ablaufplan erstellt (Miniaturen in InDesign) und ein Mini-Dummy (aus den Miniaturen) produziert. Der zweite Dummy sollte allen geplanten Produktionsparametern (Format, Bindeverfahren, doppelseitiger Druck, Papierwechsel etc.) so nahe wie möglich kommen. So kann der Buchkörper auf bisherige Denkfehler in der (digitalen) Planung überprüft werden.



Ablaufpläne erstellen (Miniaturen in InDesign).

Dummies erstellen (aus Miniaturen).

Ablaufplan und Erzählstruktur überprüfen und definieren.

Auswahl und Editing final überprüfen und definieren.

Bilddaten kontrollieren.

Überprüfung aller Punkte in einem Co-Korrekturdurchgang.

 Bitte hier unbedingt nochmals euren Zeitplan überprüfen und gegebenenfalls korrigieren.



D PRODUKTION

Im vorletzten Kapitel **D PRODUKTION** werden vor allem die Themen Kommunikation, Netzwerk und Teamarbeit thematisiert und beschrieben. Im finalen Produktionsprozess eines Buches kommt es in der Zusammenarbeit mit den Herstellerfirmen (Verlag, Druckerei, Buchbinderei etc.) auf ein vertrauensvolles Miteinander und eine konstruktive Zusammenarbeit an. Es ist enorm wichtig mit Gleichgesinnten zusammenzuarbeiten und eine ähnliche Sprache zu sprechen. Das Thema Produktion kommt im Studium oftmals etwas kurz und die Studierenden und Absolvent*innen verspüren an diesem Punkt daher häufig große Unsicherheiten. Diese gilt es in dem vorliegenden Kapitel auszuräumen. Grundsätzlich ist es ratsam mit professionellen und gleichgesinnten Partner*innen zusammenzuarbeiten und mit Interesse an allen Produktionsschritten teilzuhaben. Erst eine gute und professionelle Produktion bringt uns am Ende zu unserem perfekten Buch.

D1

INHALT

Während der Produktionsphase wird der Inhalt des Buches (soweit nicht schon geschehen) für den Druck finalisiert. Nach der Reinzeichnung werden letzte Kontrollen der Text- und Bilddateien (nach den Vorgaben bzw. in Absprache mit den Produktions- und Herstellerfirmen) durchgeführt und die finale Datei druckfertig gemacht, inklusive den vorgegebenen Dateiformaten, Farbprofilen und sonstigen technischen Vorgaben (Druckvorstufe). Diese Vorgaben können je nach Herstellungsprozess (Eigenproduktion von Einzelstücken, Klein- oder Großauflagen im Digital- oder Offsetdruck etc.) erheblich variieren. Zu beachten ist hier die frühzeitige Festlegung auf einen definierten Produktionsweg und die zweckmäßige Kommunikation zu den jeweiligen weiterverarbeitenden Herstellerfirmen (On- oder Offline).

t10
Voraussetzungen
für verschiedene
Bindungsarten

t11
Rückenstärke
berechnen

t12
Preflight
einrichten

Reinzeichnung.

Dateien nach den Vorgaben druckfertig machen.

Absprachen mit den Produktionsfirmen schriftlich fixieren und an allen Beteiligten versenden.

Dateiformate, Farbprofile und sonstigen Vorgaben (Druckvorstufe) final checken.

BUCHKÖRPER

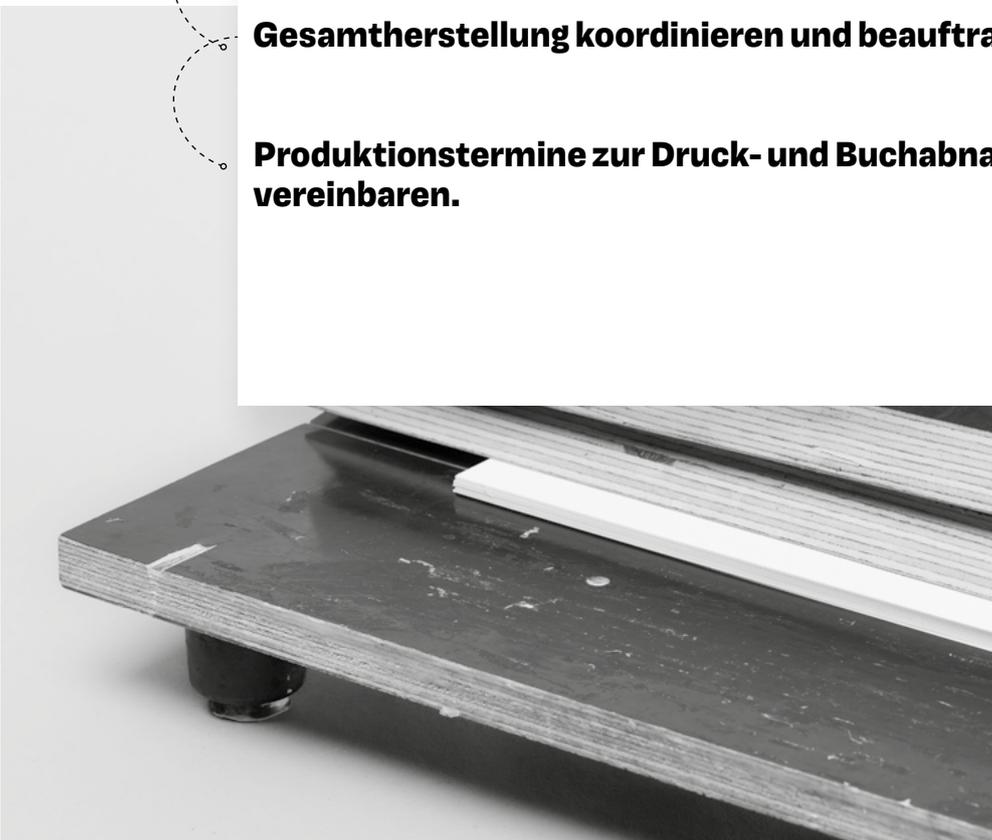
Die Arbeitsschritte für die Fertigung eines Buchkörpers hängen entscheidend davon ab, wie genau der Buchkörper produziert werden soll. Konkret stellt sich hier die Frage, ob ein Einzelstück, eine Kleinauflage oder eine industrielle Großauflage hergestellt und gebunden werden soll. Ergänzend könnte man noch zwischen einer Online- oder einer herkömmlichen Produktion unterscheiden. Allen beschriebenen Prozessen ist immanent diese frühzeitig zu definieren und die spezifischen Vorgaben genauestens zu besprechen und zu bestimmen. Ganz allgemein und umfassend kann man sagen, dass die Produktion des Buchkörpers folgende Punkte beinhaltet: Materialität, Druck, Bindung, Veredelungsverfahren und Gesamtherstellung. Eine verbindliche Absprache in allen relevanten Punkten mit den unterschiedlichen Produktionsstätten ist nicht nur wichtig, sondern trägt auch entscheidend zu einem gewünschten und überzeugenden Ergebnis bei.

Papier bestellen und Lieferung termingerecht beauftragen und koordinieren.

Gesamtherstellung koordinieren und beauftragen.

Produktionstermine zur Druck- und Buchabnahme vereinbaren.

t13
Informationen
zur Papier-
bestellung



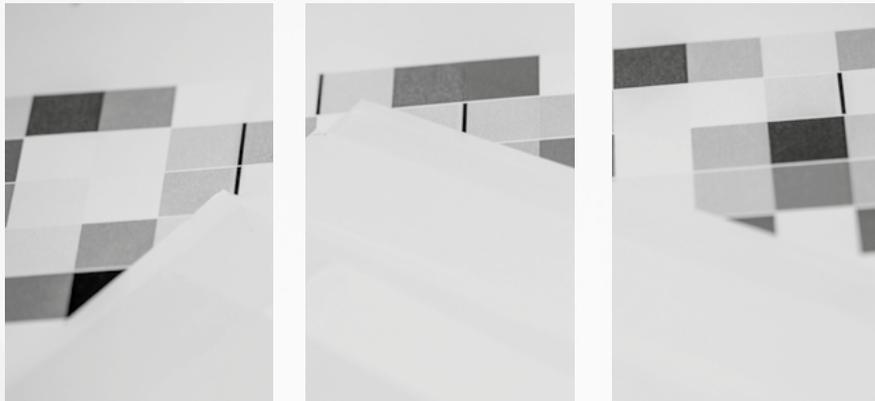
D3

GESTALTUNGSKONZEPT

Zum Zeitpunkt der Produktion sollte das Gestaltungskonzept, der Entwurf und die Organisation des zu produzierenden Buches natürlich schon finalisiert und abgeschlossen sein. Bedingt durch den optimalen Workflow der Kapitel **(A)** bis **(C)** können wir uns beruhigt auf die letzten zwei Arbeitsschritte konzentrieren: Einmal die Abnahme von Proofs und/oder den Andruckbögen an der Druckmaschine. Zum zweiten ist eine Anfertigung und die Abnahme eines Blätterdummies unbedingt zu empfehlen.

Blätterdummy.

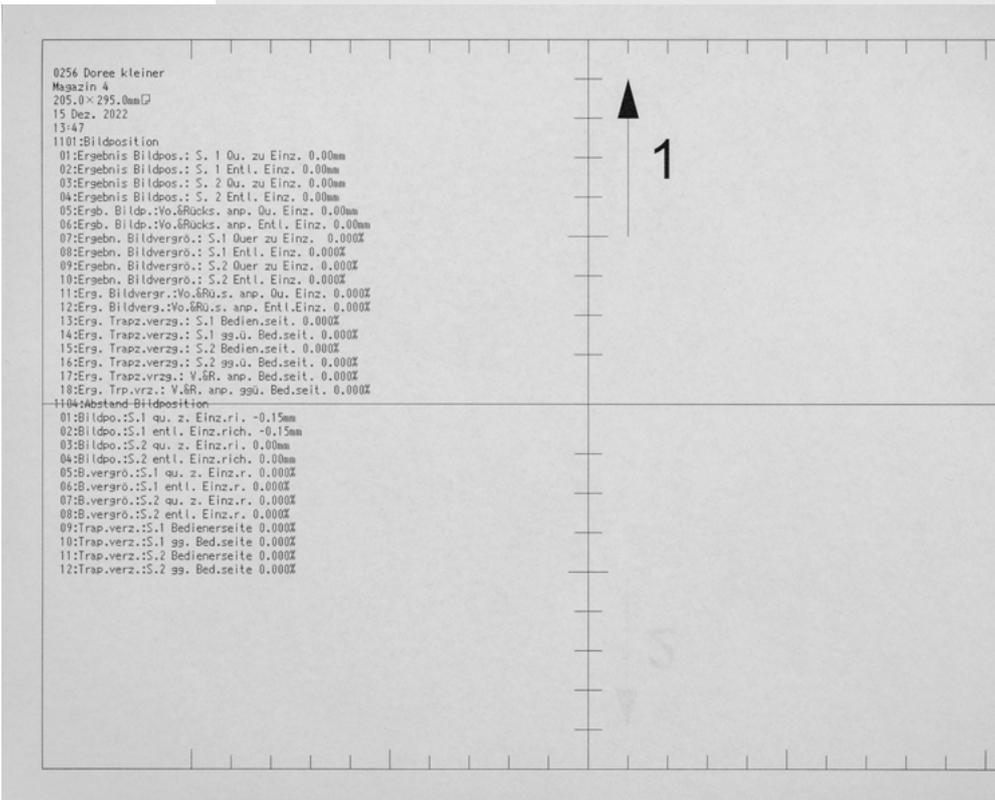
Abnahme von Andrucken bzw. Proofs.



note Bitte hier unbedingt nochmals euren Zeitplan überprüfen und gegebenenfalls korrigieren.

D4 **ENTWURF**
Siehe (D3) Gestaltungskonzept.

D5 **ORGANISATION**
Siehe (D3) Gestaltungskonzept und (D4) Entwurf.





E KOMMUNIKATION

Vor allem verlegerische und technische Entwicklungen (Digitaldruck, Self-Publishing, Digitalität etc.) haben die grundsätzlichen Veränderungen in der Kommunikation und dem Handel im Buchgewerbe bewirkt. Erst seit den 1980er Jahren hat sich der Digitaldruck nach und nach entwickelt und etabliert, sodass Drucksachen und auch Bücher in kleinen Auflagen kostengünstig produziert werden können. Diese technische Entwicklung führte vor allem in der Künstler*innen- und Gestalter*innenszene zu der Option auch ohne einen Verlag Bücher in kleinen Auflagen zu produzieren, zu veröffentlichen und in Eigenregie zu verlegen (Self-Publishing). Von eben dieser Perspektive profitieren natürlich auch Studierende, die ihre Seminar- und Abschlussarbeiten oft in Einzelstücken und Kleinstauflagen produzieren. Zusätzlich zur beschriebenen Eigenvermarktung eures Buchprojektes gibt es neben der eher seltenen klassischen Zusammenarbeit mit einem Verlag (vor allem im studentischen Zusammenhang) noch die attraktive Möglichkeit, eine Kooperation mit Verlagen über Crowdfunding-Kampagnen* (Schwarm- oder Gruppenfinanzierung) zu initiieren und dadurch die Zusammenarbeit finanziell zu unterstützen.

*<https://de.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>

In dem vorliegenden Kapitel **E KOMMUNIKATION** soll es vor allem um die Möglichkeiten der Veröffentlichungen und den Handel der Buchprojekte gehen, sei es mit Hilfe von Verlagen oder durch die Autor*innen und Gestalter*innen selbst.

E1

INHALT

Unter diesem Punkt geht es um die grundlegenden Fragestellungen für eine erfolgreiche Kommunikation und Vermarktung unseres Buchprojektes. Gerade im Hinblick auf die inhaltliche Ausrichtung gilt es hier erst einmal zu klären, welche Kommunikationsstrategien uns für den vorliegenden Inhalt sinnvoll und erfolgreich erscheinen. Es ist sinnvoll zu hinterfragen, welche Medien (Text, Bild, Film, Ton etc.) die vorliegenden Themen adäquat und zweckmäßig transportieren und kommunizieren. Ebenso relevant für eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie stellt sich die Auswahl der zu präsentierenden Seiten, Texte und Bildanteile unseres Buches dar. Und zuletzt spielt natürlich die Entscheidung, in welchen externen Kommunikationsmedien (Web, Social Media, Vorträge, Messen, Buchhandlungen etc.) ihr euer Buchprojekt angemessen dargestellt sehen möchtet.

Probefotos bzw. Proberepros anfertigen.

WAS IST FÜR DAS SPEZIFISCHE
PROJEKT WICHTIG ZU ZEIGEN?

WELCHE SEITEN MÖCHTE ICH ZEIGEN ? WIE WERDEN DIESE DARGESTELLT?

MIT WELCHEN MEDIEN WILL ICH
DAS BUCH KOMMUNIZIEREN?

BEISPIELBILDER, BILDAUSSCHNITTE, PROBEFILM

PLANE ICH NEBEN DEN FOTOGRAFIE
AUCH EINE TEXTEBENE?

WAS WILL ICH MIT DER KOMMUNIKATION
DES BUCHMEDIUMS ERREICHEN?

E2

BUCHKÖRPER

Speziell die Kommunikation eines Buchkörpers in seiner gesamten Dimension stellt eine ganz besondere Herausforderung dar. Gerade für die umfassenden Parameter eines Buchkörpers wie die Materialität, die Größe (im Bezug zum Raum) und das Gewicht muss eine besondere Darstellung und Kommunikation im analogen und digitalen Raum entwickelt werden. Zusätzlich sollte in dieser Kategorie auch die Interaktivität von Buchkörpern (aufschlagen, ausklappen, ausfalten etc.) kommuniziert und visuell herausgearbeitet werden.

**Darstellung des Buchkörpers:
Materialität, Gewicht, Haptik.**

**Darstellung der Funktionen des Buches:
Blättern, Ausklappen, Schutzumschlag
benutzen etc.**



E3

GESTALTUNGSKONZEPT

Die beiden Punkte (E3) und (E4) **KOMMUNIKATION** des Gestaltungskonzeptes und des Entwurfs gehen fließend und fast deckungsgleich ineinander über. Eine klare Trennung und Kategorisierung scheint fast unmöglich und auch nicht sinnvoll. Der Fokus der vorliegenden Kategorie liegt in der Visualität des gesamten Gestaltungsprojektes wie der Bildsprache, der Textgestaltung und der Tonalität. Speziell sollte hier auch über die Visualisierung von Präsentationen des Gestaltungskonzeptes (analog und digital) nachgedacht werden, denn gerade die Präsentation von Buchseiten in Vorträgen stellt eine große Herausforderung dar.

Definition der visuellen Sprache mit Fokus auf Inhalt, Projekt und Visualisierung, Textgestaltung, Textsprache, Tonalität, Präsentation und Bildsprache.

WIE KANN DAS GESTALTUNGSKONZEPT
ANGEMESSEN VISUALISERT WERDEN?

WAS KANN UND WILL
ICH WIE ERZÄHLEN?

WELCHE GESTALTUNGSELEMENTE
ZEIGE ICH BEWUSST NOCH NICHT?

(DRAMATURGIE DER KOMMUNIKATION).

E4**ENTWURF**

Die beiden Punkte **(E3)** und **(E4) KOMMUNIKATION** des Entwurfs und des Gestaltungskonzeptes gehen fließend und fast deckungsgleich ineinander über. Eine klare Trennung und Kategorisierung scheint fast unmöglich und auch nicht sinnvoll. Der Fokus der vorliegenden Kategorie »Kommunikation des Entwurfs« liegt in der Visualität der Typografie (Mikro- und Makrotypografie), der grafischen und bildnerischen Details, der Farbigkeit und besonders der Darstellbarkeit von Materialität und Oberflächenbeschaffenheit.

**Visualisierung von Typografie:
Mikro- und Makrotypografie.**

*WIE KANN ICH Z.T. SEHR KLEINE DETAILS
ANSCHAULICH DARSTELLEN?*

**Visualisierung von grafischen und bildnerischen
Details und Besonderheiten.**

*WIE KANN ICH BILDNERISCHE DETAILS
UND BILDSPACHEN ANSCHAULICH DARSTELLEN?*

**Visualisierung von Farbigkeit und Besonderheiten
von Material und Oberflächen.**

*WIE KANN ICH ANALOGE MATERIALITÄT, VERARBEITUNG
UND HAPTİK ANGEMESSEN UND ADÄQUAT DARSTELLEN?*

*WIE KANN ICH DAS DREIDIMENSIONALE
BUCHMEDIUM IM BILD (BEWEGTBILD)
ANGEMESSEN DARSTELLEN?*

E5

ORGANISATION

In dieser Kategorie beschäftigen wir uns konkret mit den beiden Themen Auswahl und Timing. Das erscheint im ersten Moment vielleicht ein wenig überraschend, aber vor allem die Organisation einer Kommunikationsstrategie ist überaus wichtig für deren Erfolg. Gerade die Fragestellungen nach der Auswahl des Bildmaterials und dem Timing der Veröffentlichungen und Präsentationen (analog/digital) haben einen nicht unerheblichen Einfluss auf die erfolgreiche Kommunikation und Vermarktung von Buchmedien.

WAS WILL ICH ERZÄHLEN UND WELCHES MEDIUM WÄHLE ICH DAFÜR?

WIE ZEIGE ICH EIN BUCHMEDIUM IN VORTRÄGEN UND PRÄSENTATIONEN?

WELCHE MEDIEN WÄHLE ICH AUS? TIMING UND ABSICHT.

WAS WILL ICH MIT DER KOMMUNIKATION UND DEN VERÖFFENTLICHUNGEN ERREICHEN?

(AUSSTELLUNGEN, MESSEN ETC.?)



Die Seite

Die Doppelseite

Der Falz



neil holt Der Typograf, Buchentwerfer und Dozent Neil Holt studierte Design an der FH Köln (Kölner Modell) sowie Typografie/Buchkunst bei Prof. Walter Nikkels an der Kunstakademie Düsseldorf. In der Klasse des renommierten Typografen war er mehrere Jahre als Assistent tätig.

Nach seinem Studium gründete Neil Holt in Köln ein Studio mit dem Schwerpunkt Buchentwurf für den kulturellen Bereich. Seither hat er zahlreiche Ausstellungskataloge, Kunst- und Textbände für namhafte Institutionen, Verlage, Künstler*innen und Autor*innen im In- und Ausland entworfen.

Solange er praktisch tätig ist, beschäftigt Neil Holt sich mit großem Interesse mit der Theorie, Geschichte und Entwicklung der Typografie und Buchgestaltung. Er unterrichtet – zuletzt an der Ruhrakademie Schwerte – forscht und schreibt. Immer an der Schnittstelle zu anderen künstlerischen Disziplinen, insbesondere der Bildenden Kunst, Architektur und Fotografie und in Korrelation mit der entwerferischen Praxis.

Als Herausgeber und Autor wirkte er, unter anderem, an einem umfangreichen Fachbuch mit: **Papier. Material, Medium und Faszination.** Prestel

DIE SEITE ALS ENTWURF

Der/die Entwerfer*in geht zunächst von einer planen Fläche aus: der Dokumentseite am Bildschirm, einem Probeausdruck – oder früher – dem manuell am Zeichentisch ausgeführten Entwurf. Im Falle eines Einzelblatts oder Plakats ist das, am Ende des Prozesses, vorliegende gedruckte Produkt – ebenso – plan.

Bei der Buchgestaltung verhält es sich anders: Die als plane Fläche gestaltete Seite (Doppelseite) wird, im gedruckten Buch, nie völlig plan sein. Die aufgeschlagene Doppelseite wird, mehr oder weniger, zum Bund hin gewölbt sein. Dies ist eine Tatsache, die auf die besondere, jahrhundertealte Anatomie des Buchs zurückzuführen und in den Entwurfsprozess einzubeziehen ist und nicht negiert werden kann.

Der Entwurf von Buchseiten ist zunächst, vielleicht vergleichbar mit dem Gebäudeplan einer Architekt*in, die Arbeitsgrundlage oder der Ausgangspunkt für das fertige *Produkt* Buch. Wie entscheidend und grundlegend der eigentliche Entwurf ist, so bleibt er immer auch ein theoretisches Ideal mit modellhaftem Charakter und muss sich, in der Umsetzung als frisch gedrucktes Buch, der »Praxis« unterziehen.

Ein Seitenpaar, das plan auf dem Tisch oder auf dem Bildschirm abgebildet noch so harmonisch aussah, kann in der Praxis versagen. Die schönsten Satzspiegelkonstruktionen funktionieren nicht, wenn ein Buch sich nicht gut aufschlagen läßt. [...]

Hans Peter Willberg, Friedrich Forssmann, Lesetypographie, Verlag Hermann Schmidt, 1997

VON DER FLÄCHE ZUM KÖRPER

Ausgangspunkt jeder Buchherstellung ist der Bogen. Auf einem *Druckbogen* werden beidseitig mehrere Buchseiten gedruckt. Der bedruckte Bogen wird entsprechend gefaltet (gefalzt), sodass eine Lage entsteht. Mehrere Lagen werden durch eine Bindung zusammengefügt und ergeben den Buchblock. Damit die Seiten in der gewünschten Reihenfolge im Buch erscheinen, werden sie entsprechend auf dem Bogen angeordnet (ausgeschossen). Wurden früher die einzelnen (Nutzen) manuell montiert, findet dies heute automatisiert in der Druckvorstufe statt.

Aus der *Fläche*, dem Druckbogen, entsteht also durch mehrfaches Falzen in Längs- und Querrichtung ein dreidimensionales *Objekt*, das Buch, dessen physische Gestalt sich durch das Zusammenspiel von Seitenformat-/Proportion, seinem Umfang (Anzahl der Seiten), Papierstärke- und Volumen gebildet wird.

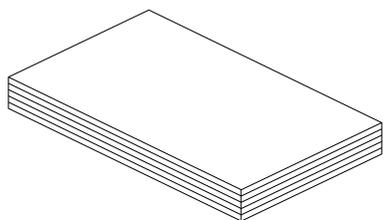
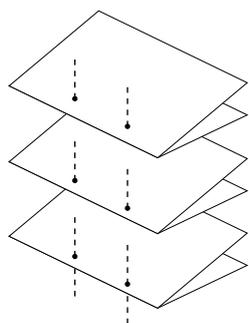
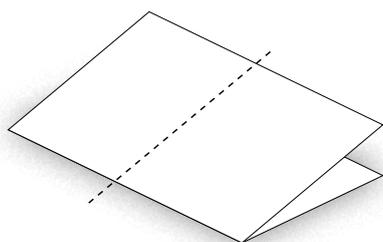
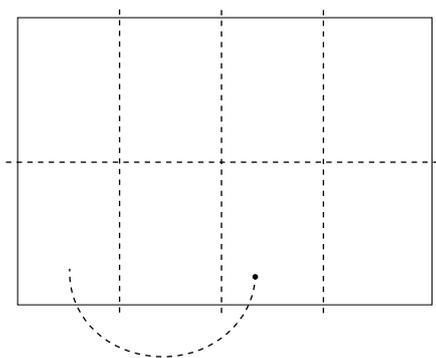
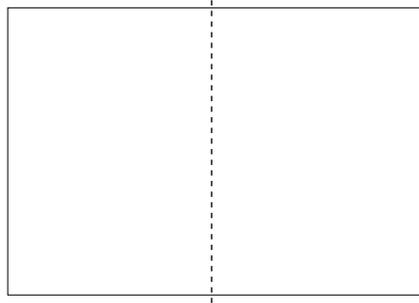
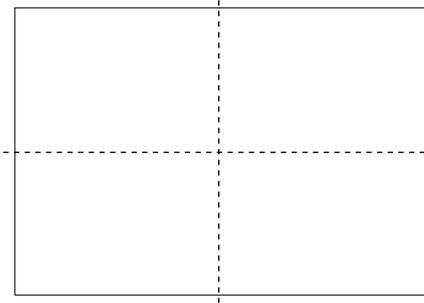


abb. 1
Vom Bogen
zum Buchblock.

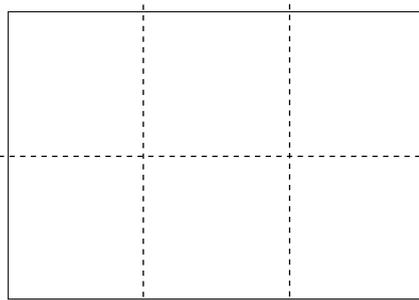
Je kleiner das Buchformat, desto mehr Seiten finden auf einem Bogen Platz. Historische Buchformate wurden nach dem Anzahl der Nutzen pro Druckbogen bezeichnet und stellen diesen Zusammenhang anschaulich dar.



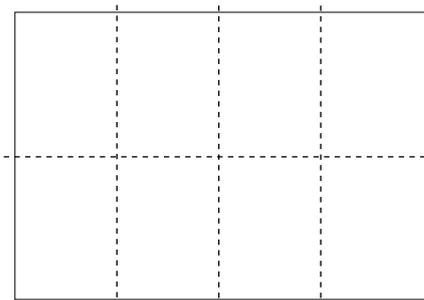
Folio (4 Seiten)



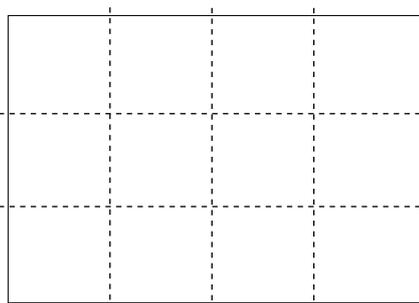
Quart (8 Seiten)



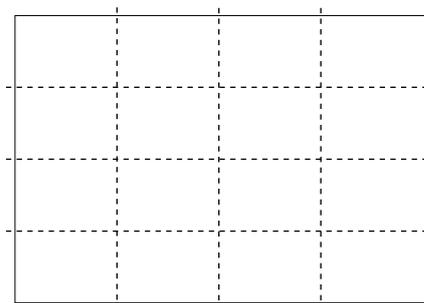
Halbes Duodez (12 Seiten)



Oktav (16 Seiten)



Duodez (24 Seiten)



Sedez (32 Seiten)

abb. 2
Klassische
Bogenformate.

SYMMETRIE/AXIALITÄT

Die Tatsache, dass das aufgeschlagene Buch symmetrisch ist, bedeutet nicht, dass die Gestaltung der Doppelseite auch der Symmetrie folgen muss. Bei klassischen Büchern, dessen Grundform wir heute noch bei Büchern vorfinden, die für das lineare Lesen konzipiert sind, (Beispiel Roman) ist häufig ein symmetrischer Seitenaufbau erkennbar: Die Stege an der äußeren Seite bilden einen Rahmen in Form eines schützenden Weißbraums. Die symmetrische Anordnung bietet außerdem den Vorteil, dass die bedruckten Textfelder/Satzspiegel immer deckungsgleich aufeinanderliegen und ein Durchscheinen der Rückseite nicht störend zum Tragen kommt.

*Geöffnet, ist das Buch von spiegelsymmetrischer Gestalt.
Seine Achse ist der Bund, um den die Seiten gewendet werden.
Jede, auch asymmetrisch angelegte Typografie, hat deshalb
stets auf die dem Gebrauchsgegenstand Buch innenwohnende
Symmetrie Rücksicht zu nehmen. Die Symmetrieachse
des Bundes ist immer da; man kann sie zwar überspielen,
aber nie negieren.*

Jost Hochuli, Bücher machen,
Agfa Compugraphic, 1989

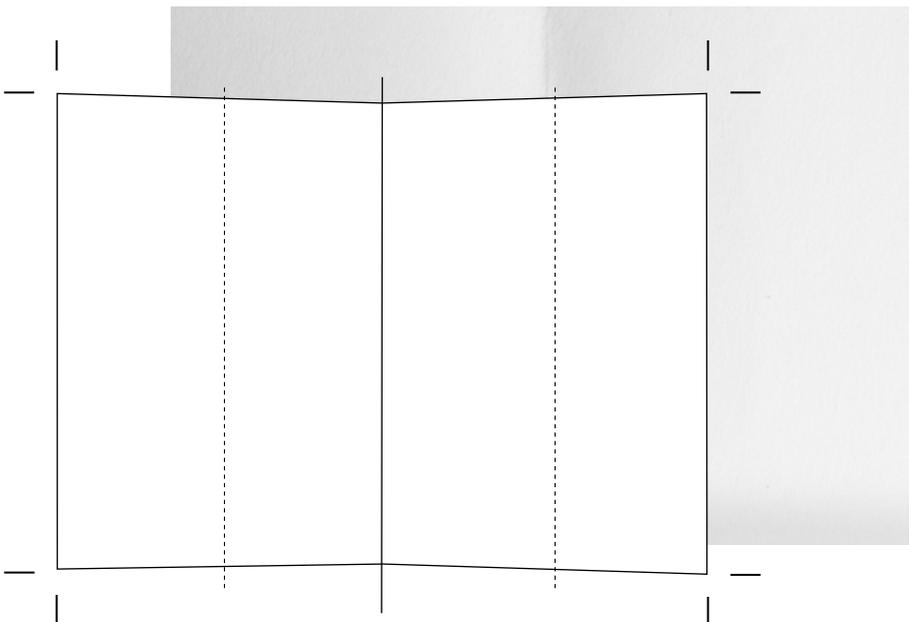


abb. 3
Symmetrieachse
Doppelseite
und Einzeelseite

SEITE / DOPPELSEITE

Beim Aufschlagen eines Buches finden wir eine Doppelseite vor, ein verbindlich miteinander verbundenes Seitenpaar. Das mag bekannt sein oder selbstverständlich klingen, ist jedoch eine elementare Grundbedingung für die praktische Buchtypografie, die man beim Entwerfen einbeziehen muss und nicht ignorieren darf.

Zwischen Einzelseite und Doppelseite besteht ein subtiles Zusammenspiel zwischen Einheit und Eigenständigkeit: Das Spielfeld der Typografie – die gestaltete Fläche – ist immer die gesamte Doppelseite, wobei die Einzelseite eine eigenständige gestalterische Einheit darstellt. Der Falz hat dabei eine verbindende ebenso wie eine trennende Eigenschaft: Er hält die Doppelseite als Einheit zusammen und trennt gleichzeitig die beiden Einzelseiten voneinander.

Aus inhaltlicher Sicht steht die Einzelseite zunächst für sich, erst als Seitenpaar stößt sie einen Dialog an und ermöglicht den Beginn einer Erzählung.

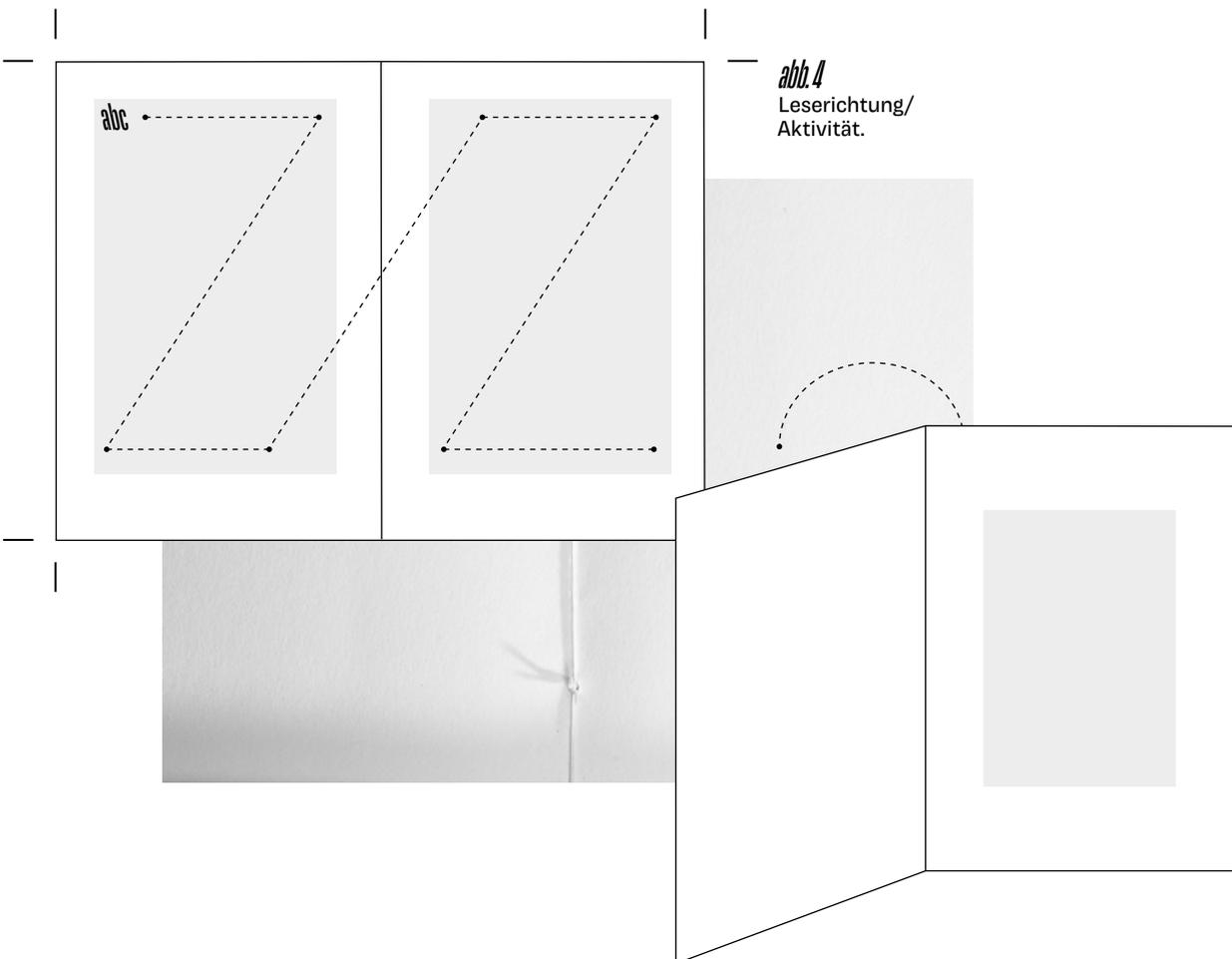
Die Seiten eines Buches dürfen niemals als Einzelblätter betrachtet werden. Das Seitenpaar eines aufgeschlagenen Buches bildet eine Einheit und darf ästhetisch nur als Paar ins Auge gefaßt werden.

Jan Tschichold, die Maßverhältnisse der Buchseite, des Schriftfeldes und der Ränder, Schriften 1925–1974, Brinkmann & Bose, Berlin 1991

Der Falz markiert die exakte Mitte des aufgeschlagenen Buchs. Er bildet die Achse und – da das Buch durch das Blättern zu einem kinetischen Objekt wird – auch die Bewegungsachse. Die Symmetrie, vorgegeben durch die Symmetrieachse, die spiegelbildliche Einheit zweier Seiten.

LINKE SEITE / RECHTE SEITE

Ausgehend von der Leserichtung (von Text sowie von Bildern) stellt die linke Seite den Ausgangspunkt des Lesevorgangs dar, auf ihr jeweils links oben. Zumindest in Büchern für lineares Lesen, beispielsweise einem Roman. Die *aktivere* Seite ist jedoch die rechte Buchseite. Sie zeigt sich beim Blättern zuerst. Bei Bildbänden sind daher Reproduktionen meist auf der rechten Seite positioniert, die linke Seite bleibt unbedruckt (vakant) oder enthält einen Titel/Bildunterschrift. Unbedruckte Seiten, sogenannte Vakatsseiten, sind bei Büchern aufgrund von nicht immer kalkulierbaren Textumfängen und Bildanzahl in manchen Fällen kaum vermeidbar, da sie den Seitenablauf unterbrechen. Linke Vakatsseiten werden in solchen Fällen als weit weniger störend empfunden als rechte Vakatsseiten. Eine Hierarchie zwischen linker und rechter Buchseite ist nicht eindeutig auszumachen: Befindet sich der Anfangspunkt des Lesens* auf der linken Seite, so ist die rechte Seite die aktivere.



*In der Theorie der Typografie bezieht sich der Begriff Lesen auf die Rezeption von Text ebenso wie von Bildern.

DIE ANATOMIE DES AUFGESCHLAGENEN BUCHS

Die Doppelseite, die beim Aufschlagen eines Buchs erscheint, schwankt hinsichtlich seiner Physikalität immer zwischen Fläche und dreidimensionalem Körper; liegt zwischen Zwei- und Dreidimensionalität und erschließt aus der Fläche den Raum. Von der Seite betrachtet, ließe sich das geöffnete Buch vielleicht am ehesten als *reliefartig* bezeichnen.

*Die erste Frage eines Buch-Typographen ist: wie wird gebunden?
Weiter muß gefragt werden: wie dick ist das Buch? Und: welches
Papier wird verwendet?*

Hans Peter Willberg, Friedrich Forssmann,
Lesetypographie, Verlag Hermann Schmidt,
1997

Jedes zu entwerfende Buch ist, hinsichtlich seines Körpers, einzigartig und durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Faktoren geprägt: Format/Proportion der Buchseite und Volumen/Grammatur des Papiers definieren den Körper des Buchblocks. Grundsätzlich nimmt die Wölbung mit zunehmendem Seitenumfang zu. Ebenso hat die Art sowie die qualitative Ausführung der Bindung einen großen Einfluss: Beispielsweise ermöglicht eine Fadenheftung ohne Buchrücken eine fast plane Doppelseite. Eine gut ausgeführte Fadenheftung erlaubt ein geschmeidiges Aufschlagen und Blättern, eine nicht gut ausgeführte Bindung führt zu einem sperrigen Aufschlagverhalten.

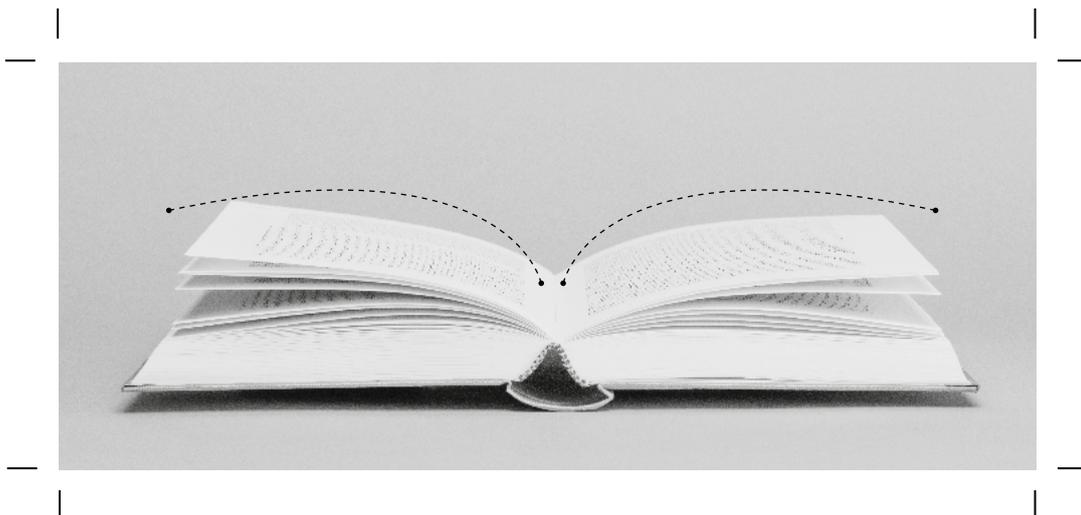
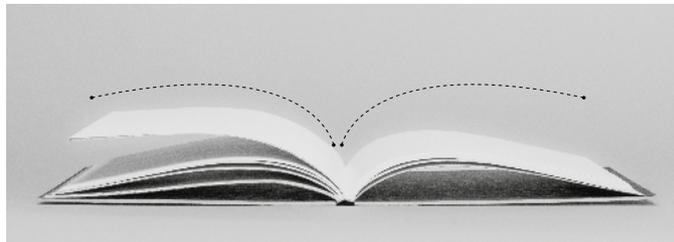
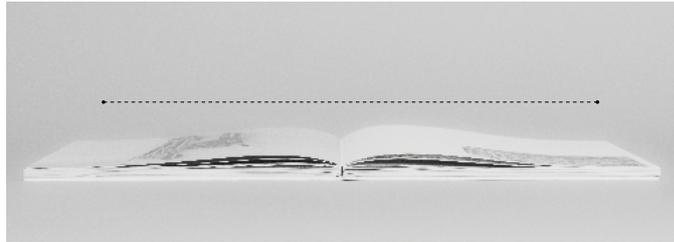
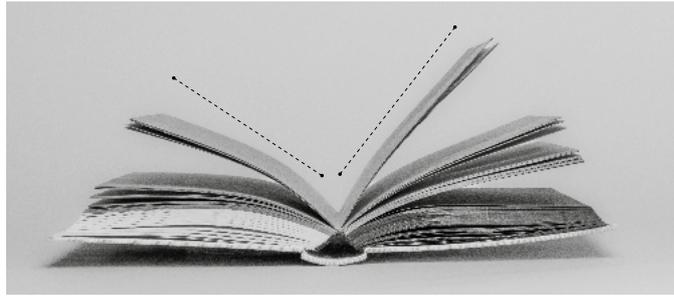


abb. 5

Das aufgeschlagene
Buch im Schnitt,
reliefartig, zwischen
Fläche und Körper.

*abb. 6*

Die Wölbung des aufgeschlagenen Buches kann sehr unterschiedlich ausfallen.

ÜBER DEN FALZ / MIT DEM FALZ

Aufgrund der Anatomie des Buches ist, wie beschrieben, die aufgeschlagene Doppelseite eines Buches zum Falz hin gewölbt, wobei die Ausprägung der Wölbung von unterschiedlichen Faktoren abhängt und daher bei jedem Buch unterschiedlich ausgeprägt ist.

Sind diese »anatomischen« Voraussetzungen auf der einen Seite ein zentrales Merkmal des Objektes Buch, so stellt es auf der anderen Seite für den/die Entwerfer*in in der Praxis ein »Gestaltungsproblem« dar, dass er/sie in allen Phasen des Entwurfsprozess mit einbeziehen muss.

Die Wölbung des aufgeschlagenen Buchs hat zur Folge, dass nah des Falzes gedruckte Elemente verzerrt erscheinen oder sogar im Bund verschwinden (Bund-Schwund). Je näher Elemente am Falz liegen, desto stärker nimmt die Verzerrung zu. Die Verzerrung kann stark oder weniger stark auftreten und hängt vom Relief des Buchs ab. Je nach Lage der Doppelseite innerhalb des Buchs fällt die Wölbung unterschiedlich stark oder symmetrisch aus.

Die Lesbarkeit von Text, besonders in kleineren Schriftgraden wird negativ beeinflusst, wenn dieser zu nah am Falz positioniert ist. Schon eine geringe Verzerrung kann Buchstabenformen stark verfremden. Daher ist darauf zu achten, dass der Innen-/Bundsteg ausreichend breit gewählt wird, um die Wölbung des Falzes auszugleichen. Hilfreich für die Bestimmung des richtigen Wertes hierfür ist – neben im »Bücher machen« gesammelten Erfahrungswerten – immer ein Blindband, der mit dem verbindlichen Seitenumfang und aus dem Auflagenpapier gefertigt wird. Zu bedenken ist jedoch, das sich aufgrund der handwerklichen Fertigung, die sich von der industriellen Bindung bei der späteren Auflagenproduktion unterscheiden kann, dennoch eine gewisse Abweichung zur späteren Auflage ergeben kann.

Bilder über den Falz zu positionieren stellt hingegen ein geringeres Problem dar. Dem halbwegs erfahrenen Leser und Buchbenutzer ist die gewölbte, nicht völlig plane, Oberfläche einer Doppelseite vertraut: Die Doppelseite wird als Ganzes gelesen, daher fällt die Verzerrung des Bildes nicht allzu störend auf und wird teilweise vom Auge kompensiert. Voraussetzung ist, dass wichtige Elemente des Bildes nicht, oder nicht zu dicht am Falz sitzen. Das menschliche Auge reagiert, unterbewusst, sensibel auf Gesichter oder anatomische Darstellungen, geringe Verzerrungen werden schnell als irritierend aufgenommen. Eine geschickte Positionierung des Bildes auf der Doppelseite oder, wenn möglich, die Veränderung des Bildausschnitts, kann dies verhindern. Gut gesehen und gewählt, kann eine Platzierung über den Falz mitunter die Aussage sogar verstärken.

Besondere Sensibilität ist geboten, wenn es sich um Reproduktionen eigenständiger Kunstwerke handelt, deren Bedeutung und Aussage durch die Platzierung über den Falz gestört werden könnte. Daher wird in solchen Fällen häufig die Positionierung auf einer Doppelseite bevorzugt. Um die plane Wiedergabe einer Reproduktion zu ermöglichen, werden in seltenen Fällen (weil kosten- und arbeitsintensiv) Altarseiten angelegt.

»Das immer wieder neu Denken des Buchkörpers ist bei der Buchgestaltung super interessant!«

Alexander Staudt spricht mit uns über sein Masterprojekt »Buchkörper« und über das (bewusste) Abgeben von Gestaltungsentscheidungen.



alexander staudt ist Editorial Designer (www.alexstaudt.de und www.instagram.com/alexander_staudt). Nach dem Bachelor-Studium an der Fachhochschule Augsburg, Fakultät Gestaltung, studierte Alex im Masterstudiengang Editorial Design an der Fachhochschule Dortmund. Alexander Staudt arbeitet heute als Editorial Designer für Studios wie Melville Brand Design und Herburg Weiland, München. Neue Buchprojekte plant er zudem mit seinem Kollegen Aleksandar Živković. Schon während des Studiums haben sie gemeinsam Magazin- und Buchprojekte entwickelt. In seiner Abschlussarbeit 2021 beschäftigte sich Alex intensiv mit dem Buchkörper. Zusätzlich zu seiner Konzeption und Gestaltung initiierte er ein experimentelles Print-On-Demand-Projekt (www.instagram.com/buchkoerper). Schon während des Masterstudiums spielte das Thema Buchkörper in all seinen Gestaltungsprojekten eine überaus relevante Rolle. Grund und Motivation für uns mit ihm ein Gespräch über seine Arbeit als Buchgestalter an sich und seine Gedanken zum Buchkörper zu führen. Wir haben uns digital mit Alex getroffen und das Gespräch dann schriftlich zusammengefasst.

abb.
<https://www.instagram.com/buchkoerper/>

Du hast Dich in Deiner Masterarbeit konzeptionell, inhaltlich und gestalterisch sehr intensiv mit dem Buchkörper auseinandergesetzt. Was hat dich dazu motiviert?

Bücher waren schon immer ein Objekt der Begierde für mich und im speziellen für den Buchkörper habe ich eine sehr persönliche Begeisterung. Schon vor meiner Arbeit als Gestalter dachte ich oft: »Das ist gut gemacht!«, wenn ich ein besonderes Buch in der Hand hatte. In diesen Momenten war es meist die Materialität, die mich beeindruckt hat.

Im Studium habe ich später die Erfahrung gemacht, dass viele junge Gestalter*innen an erster Stelle unverwechselbare Layouts mit beeindruckenden Veredelungen machen wollen. Dabei orientiert man sich allerdings meist an aktuellen Internet-Trends und viele Dinge werden daher einfach nur kopiert. Ob der Buchkörper dabei auch konzeptionell zum Inhalt passt, wird dabei manchmal kaum hinterfragt. Diese Beobachtung finde ich sehr schade, denn gerade das »immer wieder neu Denken« des Buchkörpers ist bei der Buchgestaltung super interessant!

Dazu gehören auch Dinge wie die Aktivität des Blätterns und das Fühlen. Denn ein Inhalt kann ja nicht nur über das Layout, sondern auch über die Haptik und die Handhabung eines Buches transportiert werden. Das ist für mich immer schon wahnsinnig wichtig gewesen und ich finde es interessant, wie andere Gestalter*innen diese Herausforderung lösen.

Hat sich dein Blick und die Auffassung zum Buchkörper durch die intensive Beschäftigung mit der Thematik verändert? Oder anders herum gefragt: Schaust Du heute anders auf Bücher und deren Körper?

Ich glaube nicht, dass ich nun komplett anders auf den Buchkörper schaue. Aber ich weiß einige Dinge jetzt mehr zu schätzen, die mir vorher vielleicht nicht wirklich bewusst waren.

Würdest du sagen, dass über den Buchkörper schon die erste Entscheidung fällt, ob man sich zu einem Buch hingezogen fühlt oder nicht? Oder, ob man es in der Buchhandlung aufschlägt?

Ich kaufe meine Bücher leider nie in Buchläden. Dort bin ich von der Masse einfach total überfordert und weiß dadurch nicht, was ich als erstes aus dem Regal ziehen soll.

Aber ich hatte ein ähnliches Erlebnis, als ich heute auf der Homepage von Haller Brun gestöbert habe. Die haben kürzlich einen Ausstellungskatalog über Lucio Fontana gestaltet, er heißt »The Conquest of Space«. In der Kurzbeschreibung stand, dass es im Buch Seiten gibt, die oben nicht aufgeschnitten wurden, sodass man irgendwo etwas auftrennen und klappen kann. Das hat mich sofort angefixt! Ich dachte direkt: »Ich möchte dieses Buch haben, ich möchte es kaufen!«

Vor einiger Zeit habe ich so zum Beispiel auch dieses Buch von Hallerbrun gekauft (zeigt das Buch »Rewriting Architecture – 10+1 Actions« in die Kamera), welches mich sehr inspiriert hat. Es hat Kapiteltrenner aus festem Karton, an denen man beim Durchblättern wie an einem Register hängen bleibt. Als Schutzumschlag wurde ein Markulaturbogen verwendet.

Das sind zwei recht einfache Lösungen, die ich aber im Kontext des Themas »Architektur« unglaublich passend finde. So hat auch dies mich direkt zum Kauf bewegt.

Auch im Rahmen deiner Masterarbeit sind sehr besondere Buchkörper entstanden. Deine Arbeit hat einen ausdrücklich experimentellen Charakter und ist ein Print-on-Demand Projekt. Das ist eher ungewöhnlich für ein Gestaltungsprojekt im Editorial Design, gerade weil man als Gestalter*in nicht alles selbst bis zum Ende ausgestalten kann, sondern einen relevanten Teil (Materialität, Bindung und Körper) in die Hände des »Users« oder »Druckers« gibt. Hat sich diese Form im Arbeitsprozess entwickelt oder war das von Anfang an deine Idee?

Das war definitiv eine Entwicklung. Besonders haben mir die Diskurse mit meinen Interviewpartner*innen auf diesem Weg geholfen. In den Gesprächen wurde ich oft nach meiner Zielgruppe gefragt. Es hieß immer wieder: »Überleg dir, für wen du das Buch machen willst.«

Mir war relativ schnell klar, dass sich mein Buch vor allem an Studierende im Editorialbereich richten wird. Für sie hat es den größten Nutzen, gerade weil ihnen durch die digitale Lehre während der Lockdowns in den Hochschulen sehr viel Bibliothekszeit genommen wurde. Somit durfte das Endprodukt natürlich nicht zu teuer sein und sollte am Ende unbedingt demokratisch bleiben. Und mein Studium hat mir gezeigt, dass man eh am meisten lernt, wenn man es selber macht. Aus diesen Überlegungen hat sich ergeben, dass sich das Buch mit jedem normalen Drucker zuhause drucken lassen sollte. Auch die Bindung sollte mit einem Locher, Nadel und Faden für jede*n einfach durchführbar sein.

So habe ich natürlich nicht selber in der Hand, wie der Buchkörper am Ende beschaffen ist. Doch die Entscheidung, diesen Schritt anderen zu überlassen, ist mir in dem Fall überhaupt nicht schwer gefallen. Im Gegenteil: Ich finde es interessant, was dabei heraus kommt, wenn unterschiedliche Leute das Buch auf eigene Faust binden. Ich frage mich, ob die Erfahrung das Buch selber zu drucken, zu falten und zu binden bei einigen möglicherweise auch die Wertschätzung für den Buchkörper erhöht.

Aus allen entstandenen Buchkörpern würde ich sehr gerne eine Sammlung aufbauen.

Mir wurde auch klar, dass es ein nie endendes Projekt sein würde. Falls es sich ergibt, möchte ich meine Interviews weiterführen. Die DIY-Bindung macht es mir möglich, das Buch zu erweitern. Auch zusätzliche Notizen könnten mit eingebunden werden. Bücher die schon »fertig« gebunden sind haben da einen ganz anderen Charakter.

In deinem Buch finden sich eine Menge Gespräche und Interviews zur Thematik mit wirklich sehr unterschiedlichen Menschen. Wie hast du deine Gesprächspartner*innen ausgewählt? War es schwierig, deine Wunsch-Kandidat*innen für das Projekt zu gewinnen?

Ich wollte mir im ersten Schritt einen möglichst breit gefächerten Zugang zum Thema offen halten. So habe ich zunächst verschiedene Leute kontaktiert, die etwas (wenn auch im weiteren Sinne) mit Buchkörpern zu tun haben. Darunter waren ausgewählte Gestalter*innen, Professor*innen und auch Empfehlungen von Bekannten.

Bei einigen blieb es leider nur bei einem schriftlichen Austausch, mit kurzen und recht oberflächlichen Antworten. So habe ich mich vor allem auf die persönlichen Gespräche konzentriert, welche thematisch meist deutlich intensiver waren und tiefer gingen. Besonders interessant waren Gespräche mit Leuten, die eine eher gegensätzliche Sicht auf das Thema haben und nicht wie ich aus der Gestaltung kommen. Zum Beispiel Perspektiven der Verlagsseite, bei denen der Produktionspreis und die Verkaufszahlen an erster Stelle stehen aber auch Aspekte wie ein gutes Aufschlagverhalten super wichtig sind.

Und wenn Du noch einen Wunsch frei hättest?

Wenn ich noch einen Wunsch frei hätte, würde ich definitiv gerne mit Irma Boom sprechen. Sie ist einfach eine wahnsinnig interessante und innovative Buchgestalterin, in deren Gestaltungskonzeptionen der Buchkörper immer eine überaus relevante Rolle einnimmt.

Neben den Gesprächen und Interviews und deren typografischer Umsetzung beinhaltet dein Buch eine eher abstrakte fotografische Bildebene zum Buchkörper. Wie hast du diese Bildkonzeption entwickelt? Hast Du die Bilder selbst gemacht oder beauftragt?

Ich habe die Bilder selber gemacht und das war auch eine ziemliche Arbeit. Ich habe durch mein Praktikum bei »Slanted« schon ein paar Reprografie-Erfahrungen machen können und weiß daher: Um eine bestmögliche Vergleichbarkeit zu erzielen, sollte der Aufbau zwingend immer exakt gleich sein. Licht, Kamerawinkel, Abstand ... Allein weil ich nie alle Bücher gleichzeitig zuhause hatte, konnte ich eine solche Bildsprache einfach nicht garantieren.

Auch das Gefühl für Format und Größenverhältnisse lässt sich mit klassischen Repros nicht gut rüberbringen. Dabei war die Vergleichbarkeit der Buchkörper untereinander und das Gefühl für die Objekte das, was für mein Projekt besonders wichtig war.

Durch Experimente und Recherche habe ich dann die Idee entwickelt, dass ich durch einen einfachen Scan diese Probleme mehr oder weniger eliminieren kann. Gerade Bücher, die sehr beweglich sind, ließen sich so im Querschnitt gut darstellen und auch der Grad der Abstraktion war für die Vergleichbarkeit der Buchkörper hilfreich.

Auch die Farbigkeit war schnell klar, denn das Buch sollte ja einfach und günstig zu produzieren sein. Da nicht jede*r einen Farbdrucker zu Hause hat, sollte es also schwarz-weiß sein. Nach dem ersten Testdruck der Bilder mit schwarzem Grund war dann direkt mein Toner leer. Ich habe dann einfach ganz pragmatisch entschieden, die Bilder zu invertieren. Dadurch hat sich der glückliche Zufall ergeben, dass die Bilder aussehen wie Röntgenaufnahmen (die ja auch benutzt werden, um Körper zu durchleuchten).

Kannst Du konkrete Ergebnisse oder eine Art Resümee aus deinem Masterprojekt ziehen? Vor allem in Bezug auf deine praktische Arbeit als Editorial Designer?

Einmal, dass es für seriöse Buchgestaltung einfach wahnsinnig viel Zeit, Herzblut und den gewissen Einfall braucht, da es einfach selten die offensichtlichen Lösungen sind.

Und, dass dieses blöde Wort »Zielgruppe« unglaublich wichtig ist. Schon von Beginn an die Zielgruppe »Student*innen« auszuwählen, war der entscheidende Impuls. Wenn man sich über die Zielgruppe keine Gedanken macht, spielt die beste Gestaltung am Ende keine Rolle und wird schnell austauschbar.

Wenn Du mit der Gestaltung für ein neues Buchprojekt startest, hast Du dann den Buchkörper schon vor Augen oder zumindest eine konkrete Idee davon?

Da muss ich definitiv zwischen meinen freien Projekten und Aufträgen unterscheiden.

Während des Studiums gab es einmal den Fall, dass ich den Buchkörper direkt gedanklich vor mir hatte und zwar bei »ohfstohsemfmcmpdttfd2020cacwp« (https://www.instagram.com/alexander_staudt/). Ich hatte ein Papier vor mir liegen, habe es gefaltet und ich war mir sicher: Es wird ein Buch mit Klappseiten. Ansonsten entsteht der Buchkörper meist während des Gestaltungsprozesses, wie es bei »Dear Future Historians« (<https://www.buchlabor.net/details/semesterarbeit/dear-future-historians>) der Fall war.

Im Arbeitsalltag hatte ich bisher noch nie die Situation, dass ich beim Thema Buchkörper überhaupt mitreden konnte. Wenn es da schon am Anfang klare Vorgaben gibt, ist das für mich oft eine Bremse für die Gestaltung. Manchmal hilft es natürlich, wenn man sich über bestimmte Sachen einfach keine Sorgen oder Gedanken machen muss. Aber so funktioniere ich persönlich als Gestalter überhaupt nicht. Das kenne ich dann eher bei ganz alltäglichen Dingen.

Was würdest du sagen: Welchen Stellenwert hat der Buchkörper in deinem eigenen Gestaltungsprozess?

Mitunter den wichtigsten. Genauso wie Typografie spricht der Buchkörper bestenfalls schon zu den Lesenden, bevor sie es überhaupt bemerken. Ich erfreue mich an schönen Büchern, auch wenn sie noch geschlossen sind und ich den Inhalt noch gar nicht kenne. Das macht mich neugierig. Vielleicht ist das ja mal ein Argument für die Verkaufsmenschen ...

Produzierst du regelmäßig Dummies für deine eigenen Buchprojekte? Und wobei können Dummies für den Buchkörper im Entwurf helfen?

Ja, absolut. Zum Beispiel bei dem vorhin genannten Beispiel mit den Klappseiten. Da musste ich mir den Dummy einfach bauen, um zu verstehen wie ich das Layout digital anlegen muss. Zudem sind Dummies ein haptisches Produkt. Oft habe ich am Ende sechs Dummies im Mini-Format, um mir erst mal den Inhalt zu strukturieren. Das funktioniert digital einfach nicht. Seitenpläne in InDesign finde ich einfach schrecklich.

Gerade in der Diskussion um die Zukunft von analogen Büchern spielt die Materialität und der Körper eine überaus relevante Rolle. Was ist deine Meinung dazu: Welche Rolle spielt der Buchkörper in der Entwicklung von analogen Büchern und damit der Zukunft für die Buchgestaltung an sich?

Vor einem Jahr hätte ich gesagt, dass die Entwicklung gerade gegenläufig ist: Es gibt unglaublich teure, besondere Bücher auf der einen Seite, und es gibt billige schnell produzierte Bücher.

Doch gerade durch meine Arbeitserfahrungen bekomme ich immer wieder mit, wie rasant schnell der Papierpreis steigt und die Produktionskosten zunehmend teurer werden. Das ist leider nicht gerade hilfreich für die Buchgestaltung. Aufwendig geplante Buchkörper können oft nicht mehr realisiert werden oder sind nur noch für sehr wenige Menschen bezahlbar.

Die zunehmende Gestaltung von digitalen Büchern könnte da für eine Demokratisierung des Buches sorgen. Ich lerne aber leider wenig bis gar nichts beim digitalen Lesen, weil ich das Unterstreichen und Notizen machen einfach brauche. Sobald ich einen

analogen Buchkörper in der Hand habe, bin ich auch deutlich ruhiger beim Lesen. Ich habe ein Objekt, auf das ich mich konzentrieren kann. Beim digitalen Lesen bin ich hingegen schnell reizüberflutet. Es kommen parallel Nachrichten rein, da ist die Aufmerksamkeit schnell woanders und das stört den Lesefluss. Diese Ruhe kann man dem Buch nicht nehmen, da plopt nichts irgendwo auf. Leider...das wäre eigentlich ganz interessant (lacht). Auch digitale PDF-Dateien drucke ich mir daher zum Lesen immer aus und hefte sie zusammen. Wenn ich dann am Ende den durchgearbeiteten Papierstapel vor mir habe, erzählt er mir etwas. Zum Beispiel werden Stellen, die oft aufgeschlagen wurden, über die Eigenschaften des Materials sichtbar. So weiß ich direkt: Da muss wohl etwas interessantes stehen. So etwas funktioniert in einem digitalen Buch nicht.

Vielleicht müsste man sich bei der Gestaltung von digitalen Büchern diese analogen, interaktiven Eigenschaften mehr und mehr anschauen. Viele behandeln das digitale Buch gestalterisch wie ein analoges Buch. Es ist aber ein ganz anderes Medium. Da kommen wir wieder zu dem Neudenken des Buchkörpers. Wenn man diesen Schritt nicht mitmacht und sich nicht fragt: »Wie hilft man den Leser*innen? Wie lässt sich das Buch handhaben?« kommt man da nicht weiter.

Was denkst du: Hat jedes Buch einen Körper? Wie verhält sich die Frage nach der Körperlichkeit bei digitalen Büchern?

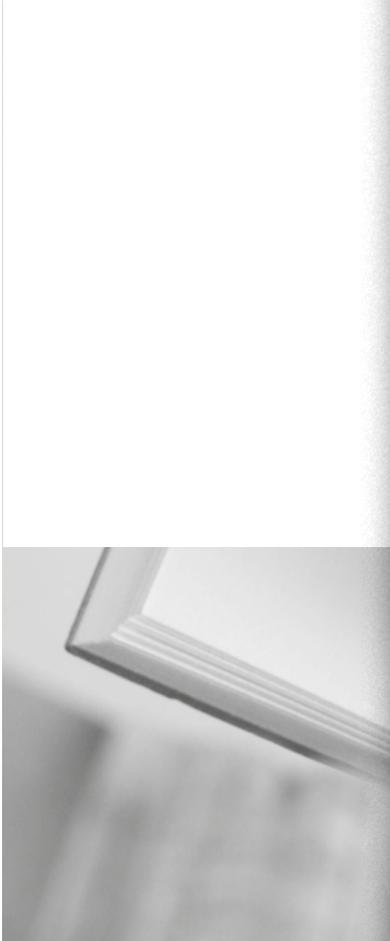
Philosophisch gesehen: Jedes analoge Buch nimmt einen Raum ein, daraus ergibt sich, dass es einen Körper haben muss. In dieser Hinsicht fehlt digitalen Büchern die Körperlichkeit.

Ein spannender Gedanke, darüber müssen wir jetzt erst mal nachdenken. Danke dir für das Gespräch!



Was macht Gestalter*innen zu Autor*innen?

Über die Autor*innenschaft
in der Buchgestaltung



Lea Szramek (sie/ihr) ist Grafikdesignerin und lebt in Bochum. In ihrem Studium an der Fachhochschule Dortmund (BA Kommunikationsdesign, 2019 / MA Editorial Design, 2024) legte sie ihren Schwerpunkt insbesondere auf das Buchmedium. Sie arbeitete als wissenschaftliche Hilfskraft im »buchlabor – forschungsnetzwerk buchmedien« und war in diesem Rahmen an verschiedenen Projekten beteiligt – so auch an diesem *Digitalen Lehrbuch Editorial Labor*.

Seit 2020 ist Lea freiberuflich als Gestalterin tätig. Ihre Buchgestaltung wurde von der Stiftung Buchkunst (Shortlist des Förderpreises für junge Buchgestaltung) sowie vom Deutschen Fotobuchpreis (Silbermedaille) ausgezeichnet. Besonders gerne entwickelt sie freie Projekte in kollaborativer Zusammenarbeit mit anderen Kulturschaffenden, Fotograf*innen oder Gestalter*innen.

2023 übernahm Lea die Rolle der Projektmanagerin im Verlag Kettler. Dort betreut sie Publikationen von der ersten Idee bis hin zum fertigen Buch und berät Künstler*innen an der Schnittstelle von Konzeption und Produktion.

Seit 2024 lehrt Lea Typografie an der Fachhochschule Dortmund. Darüber hinaus teilt sie ihre Perspektive in Workshops (z.B. Folkwang Universität der Künste) und in der Kunstvermittlung (Kunstmuseum Bochum) mit Kindern, Jugendlichen und Studierenden.

GESTALTER*INNEN ALS AUTOR*INNEN

Kein Begriff wurde im Laufe meines Masterstudiums so umfassend diskutiert wie der der Autor*innenschaft in der Gestaltung, insbesondere der Buchgestaltung. Der Thematik wurde sogar eine eigene Publikation* gewidmet, welche den gemeinsamen Diskurs dokumentiert und visualisiert. Dabei kreiste sich alles um die Frage: »Was macht Gestalter*innen zu Autor*innen?«

Selbstverständlich waren wir, der zweite Jahrgang des Masters Editorial Design, nicht die ersten, die sich mit dieser Fragestellung befasst haben.

Die Bedeutung der Autor*innenschaft in der Buchgestaltung ist in den letzten Jahren vielfach diskutiert worden. Sowohl in der gestalterischen Praxis als auch in der Designforschung wird der Begriff mit einem immer größeren Selbstverständnis rezipiert. Dies geht auch mit der veränderten Rolle von Gestaltern*innen einher, deren Berufsbild sich zunehmend verändert.

Dennoch hätte sich ein Großteil der Studierenden zu Beginn des Masters sicher nicht ganz selbstverständlich als »Autor*in« bezeichnet. Daher will auch ich nochmal einen Schritt zurück gehen. Was bedeutet »Autor*innenschaft« überhaupt?

AUTOR*INNEN SCHREIBEN BÜCHER, STATT SIE ZU GESTALTEN

Der Begriff der Autor*innenschaft wird im allgemeinen Sprachgebrauch meist mit dem Verfassen eines literarischen Werkes gleichgesetzt. In diesem Kontext ist seine Bedeutung auch für Laien klar und greifbar zu definieren: Wer einen Text schreibt, darf sich dessen Autor*in nennen.

Vor der intensiven Beschäftigung mit der Thematik hätte ich diese Aussage mit Sicherheit direkt unterschrieben. Auch die gängigen Enzyklopädien legen den Fokus der Definition ganz klar auf das geschriebene Wort. Für einige Gestaltungsprojekte trifft dies als Kriterium sicherlich zu. Gerade im Studium sind viele Buch-Inhalte eigenständig formuliert und auch einige freischaffende Editorial Designer*innen gestalten ihre eigenen Texte. Würde sich die Autor*innenschaft im Editorial Design allerdings lediglich auf schreibende Gestalter*innen beziehen, wäre die Diskussion genau hier am Ende.

* »maed – Über den Diskurs von Freiheit und Verantwortung in der Gestaltung und die Frage, wie Autor*innenschaft mit der Visualisierung von abstrakten Zusammenhängen verwoben ist.«
2020, Verlag Kettler.

In einem unscheinbaren Nebensatz weist mich meine Stichwortsuche allerdings auf folgendes hin: Der Begriff der Autor*in ließe sich neben dem Verfassen von Schriftstücken auch auf die Urheberschaft anderer Werke übertragen, wie beispielsweise den Autor*innenfilm.

»Von der Idee über die Regie bis hin zum Schnitt – beim Autorenkino trifft eine einzige Person die wichtigen künstlerischen Entscheidungen. Autorenfilmerinnen und -filmer besitzen ihre ganz eigene Handschrift.«

Online-Archiv Deutschlandfunk »Was machen Autoren im Autorenkino?«
<https://www.deutschlandfunk.de/endlich-mal-erklaert-was-machen-autoren-im-autorenkino-100.html>, zuletzt besucht am 12.10.2022.

Zwar ist auch hier noch nicht die Rede von Buchgestaltung, dennoch finde ich diesen Vergleich wahnsinnig passend, um zu verbildlichen, was *eine Form* der Autor*innenschaft im Editorial Design sein könnte. Im Kontext der Hochschule lässt er sich nahezu deckungsgleich auf einen Großteil der Buchprojekte übertragen:

Hier sind die meisten Projekte selbst initiiert. Dies macht uns sozusagen zu unseren eigenen Auftraggeber*innen. In Eigenregie können wir über sämtliche Aspekte der Produktion mitbestimmen.

Je nach Projekt springen wir dabei in den verschiedenen Rollen hin und her. Wir forschen, wir erschaffen und kuratieren Text- und Bildinhalte. Wir sind verantwortlich für alle Gestaltungsentscheidungen und übernehmen oftmals sogar die gesamte handwerkliche Produktion oder den Vertrieb. Somit begreifen wir uns schließlich als Autor*in des entstandenen Buches.

Das konzeptionelle Denken des Mediums steht dabei im Mittelpunkt unserer Arbeit. Analog zur Regie, zum Schnitt und zur Montage eines Filmes entwickeln wir ein eigenständiges Narrativ – nur eben in der Sprache des Buches.

Im Buch »Liner Notes – Gespräche über das Büchermachen Leipzig z. B.« (Spector Books, 2009) diskutieren die Filmwissenschaftlerin Rita Kupitz und Buchgestalterin Anna Maria über die medialen Parallelen von Büchern und dem Autorinnen*film. Sie fragen sich, ob durch eine solche Arbeitsweise andere Bücher entstehen und man deshalb vom »Autor*innenbuch« sprechen könnte.

»Wim Wenders hat im Rückblick auf die 1960er Jahre einmal davon gesprochen, was für ein Zauber damals für die Filmemacher darin lag, die Möglichkeit zu haben, alles in die eigenen Hände nehmen zu können: selbst zu schreiben, selbst Regie zu führen, selbst zu schneiden und in vielen Fällen auch zu selbst zu produzieren. In dieser Personalunion lag eine gewisse Kraft.«

Liner Notes – Gespräche übers Büchermachen,
Leipzig z. B., Spector Books, 2009.

Bei den eigenen Projekten all diese Prozesse ohne Kompromisse zu durchlaufen und nach eigenen Vorstellungen zu experimentieren, ist für mich durchaus ein wichtiger Teil des Gestaltungsstudiums. »Wer einmal alles selbst gemacht hat, gewinnt als Produzierender ein anderes Selbstvertrauen.« (Spector Books, 2009) Nicht umsonst umfasst die Kapitelstruktur dieser Publikation all die oben genannten Schritte des Büchermachens (A Vorhaben und Idee, B Planung, C Umsetzung, D Produktion und E Kommunikation).

Allerdings beobachte ich gerade im Studium zunehmend, wie damit auch ein gewisser Anspruch an die eigene Rolle als Gestalter*in einher geht. Es entsteht der (Irr)glaube, das unsere Autor*innenschaft daran geknüpft ist, eben alle diese Rollen als »Personalunion« zu bedienen. Meine Suche nach der Bedeutung der Autor*innenschaft führt mich also auch immer wieder zur der Frage:
»Wer bin ich als Gestalter*in?«

Selbstinitiierte Projekte, die unter diesen oder ähnlichen Bedingungen entstehen, stellen sicherlich eine der zugänglichsten Formen der Autor*innenschaft im Editorial Design dar. Aber: Sie machen gleichzeitig nur einen winzigen Teil der Gestaltungspraxis aus. Die Arbeitssituation im Studium ist gewissermaßen eine konstruierte und begegnet uns so explizit vermutlich vor allem bei Seminar- oder Abschlussarbeiten.

Es stellt sich mir also zunehmend die Frage: Wie definiere ich meine persönliche Autor*innenschaft in Buchprojekten, zu denen meine Arbeit nur einen Teil des Ganzen beiträgt oder gewisse Inhalte bereits vorgegeben sind. Sind beispielsweise Fotograf*in und Gestalter*in eines Fotobuches gleichermaßen als Autor*innen zu nennen?

Eine Frage, die in den Debatten um den Autorenfilm mit großer Regelmäßigkeit auftaucht, war: »Ist es nicht absolut naiv Arbeitsteilung so gering zu schätzen? Muss man wirklich alles selber machen?«

Liner Notes – Gespräche übers Büchermachen,
Leipzig z. B., Spector Books, 2009.

GETEILE AUTOR*INSCHAFTEN

In der Realität entstehen die meisten Editorial Projekte im Kollektiv – und dies ist eine ganz bewusste Entscheidung. So ist auch die vorliegende Publikation das Ergebnis einer kollektiven Konstellation, einer polyfonen Autor*innenschaft. Zwar waren die Zuständigkeiten für Recherche, Redaktion, Gestaltung und Bildinhalte zu Beginn des Projektes grob aufgeteilt, im Prozess zeigte sich jedoch immer wieder, dass diese Felder untrennbar miteinander verwoben sind und sich gegenseitig bedingen – was durchaus erwünscht ist und die meisten Projekte erst zu denen macht, die sie sind.

Der Diskurs um die Autor*innenschaft im Editorial Design geht also weit über die Frage hinaus, inwieweit Gestaltende ein Werk ihr Eigen nennen wollen und können. Vielmehr dreht es sich darum, wie lebendige und kollektive Prozesse des Produzierens und Publizierens heute aussehen sollten.

Eine Besonderheit beim Büchermachen kann darin bestehen, die Teamarbeit als hierarchiefreien Prozess zu begreifen. Denn dieser hat sich im Laufe der Zeit gewandelt: Die einzelnen Arbeitsschritte folgen längst keiner Chronologie mehr und die Tätigkeitsfelder sind nicht starr getrennt. Alle Beteiligten des Prozesses stehen in einem engen und diskursiven Austausch miteinander. Im Rahmen eines gemeinsamen Konzeptes organisieren sie ihre spezifischen Fähigkeiten und werden so *gemeinsam* zum*zur Autor*in des Buches.

Die Rolle des*der Gestalter*in ist dabei weder die eine*r stillen Dienstleister*in noch die eines Universalgenies. Der*die Gestalter*in ist bestenfalls ein gleichberechtigtes Teammitglied in der Kooperation aller Beteiligten. Ich denke vor allem diese Form der Zusammenarbeit kann Buchmedien zu interaktiven und diversen Diskursräumen machen. Denn wer ausschließlich alleine arbeitet wechselt nur selten die Perspektive.

Besonders interessant ist in diesem Kontext aber auch die Frage, wie Gestaltung nicht nur auf Inhalte reagieren, sondern selbst eine inhaltsgenerierende Funktion einnehmen kann. Welchen Einfluss können beispielsweise bestehende Konzepte seitens der Gestaltung auf Text- oder Bildinhalte haben?

»Ein Autor als lebendiges, konfliktreiches Wechselspiel von Subjekten, die gemeinsam produzieren? Und von denen der Gestalter dann eines dieser Subjekte ist: weder ein unsichtbarer Diener, noch ein Souverän, der alles autonom entscheidet: sondern Kommentator, Echo, Widerpart, als jemand, der auf andere angewiesen ist, der auf andere reagiert.«

Markus Dreßen, *L'autore siamo noi!* In: *Dialog der Schrift: Autorschaft in der Gestaltung, Raum für Publikation*, 2012.

Die Idee einer solchen Arbeitsweise ist nicht gerade neu. (Spector Books, 2009). Schon 1970 ermutigte Hans Peter Willberg auf dem Symposium »Von den Möglichkeiten und Notwendigkeiten künftiger Buchgestaltung« zu einem ähnlichen Ansatz.

»Wenn wir Bücher machen wollen, die lebendiger, flüssiger, intensiver und informativer dem Benutzer entgegenkommen, muß von Anfang an ein anderer Weg beschritten werden: das Buch muß gewissermaßen in Form eines Drehbuchs konzipiert werden, das dann von Textautoren und Bildautoren – sei es der Typograph, Layouter, der Photograph, der Illustrator oder alle zusammen als gleichberechtigten Partnern bis ins Detail hinein in der engsten Zusammenarbeit realisiert wird. Nicht mehr der Schöpferische Einzelne, nur das Team kann den Forderungen, die erhoben werden gewachsen sein.«

Hans Peter Willberg, Publikation zum Symposium
»Von den Möglichkeiten und Notwendigkeiten künftiger
Buchgestaltung«, Christians Verlag, Hamburg, 1970.

Ich denke das Fortbestehen dieses Diskurses, zeigt uns vor allem, wie lange das Verändern von gewohnten Prozessen dauern kann. Und im Umkehrschluss, dass wir als Teil des Teams mitverantwortlich dafür sind, den Prozess des Büchermachens und damit auch unser Selbstverständnis als Gestalter*innen wieder und wieder neu zu Denken.

Denn es sind nicht allein die sichtbaren Endergebnisse, die uns zu besonderen Gestalter*innen machen. Das »schöne Buch« erzählt zwischen den Zeilen immer auch von seiner Entstehungsgeschichte.

Die Ordnung der Seite

neil holt Der Typograf, Buchentwerfer und Dozent Neil Holt studierte Design an der FH Köln (Kölner Modell) sowie Typografie/Buchkunst bei Prof. Walter Nikkels an der Kunstakademie Düsseldorf. In der Klasse des renommierten Typografen war er mehrere Jahre als Assistent tätig.

Nach seinem Studium gründete Neil Holt in Köln ein Studio mit dem Schwerpunkt Buchentwurf für den kulturellen Bereich. Seither hat er zahlreiche Ausstellungskataloge, Kunst- und Textbände für namhafte Institutionen, Verlage, Künstler*innen und Autor*innen im In- und Ausland entworfen.

Solange er praktisch tätig ist, beschäftigt Neil Holt sich mit großem Interesse mit der Theorie, Geschichte und Entwicklung der Typografie und Buchgestaltung. Er unterrichtet – zuletzt an der Ruhrakademie Schwerte – forscht und schreibt. Immer an der Schnittstelle zu anderen künstlerischen Disziplinen, insbesondere der Bildenden Kunst, Architektur und Fotografie und in Korrelation mit der entwerferischen Praxis.

Als Herausgeber und Autor wirkte er, unter anderem, an einem umfangreichen Fachbuch mit: **Papier. Material, Medium und Faszination.** Prestel

Bücher zu entwerfen bedeutet immer, Inhalte zu transformieren oder zu übersetzen: So werden, zum Beispiel, zunächst komplex und ungeordnet erscheinende Inhalte – später in Buchform – zugänglich, verständlich, gut und gerne lesbar. Ein Ordnungssystem spielt in diesem Prozess eine entscheidende Rolle und bildet dabei das Rückgrat: Es gliedert und ordnet, klärt Zuordnungen, Verhältnisse und Hierarchien von Elementen und Ebenen.

Mithilfe eines Ordnungssystems erschließt der/die Entwerfer*in methodisch die Buchseite durch Festlegung einer Maßführung oder eine Unterteilung in Einheiten. Ziel ist es, alle grafischen Elemente – Texte und Bilder – auf eine dem Inhalt und seinen Rezipient*innen sowie dem Entwurfskonzept dienenden Weise anzuordnen.

Für die Seiten eines Buchs sind Maßführung und Festlegung in Form einer systematischen Konstruktion – aus formalen und technischen Gründen – unverzichtbar. Nur eine solche ermöglicht es, dass die einzelnen Seiten als eine formale Einheit innerhalb des Buchs funktionieren. Auf allen Seiten wiederkehrende Achsen und deckungsgleich positionierte Elemente sorgen dafür, dass beim Blättern ein ruhiger horizontaler Ablauf sicht- und spürbar ist. Umgekehrt würde der Verzicht auf Konstruktion und Maßführung zu einem »Verspringen« der Elemente führen; die Ordnung ginge verloren und Seiten würden formal nur als einzelnes (loses) Blatt, jedoch nicht als Teil des Buchs funktionieren.

Die Buchtypografie ist, wie die Architektur – auf dessen Theorie sie sich in Teilen bezieht – gekennzeichnet durch Maßführung, Maßsysteme, Proportionen und Rationalität. So ist eine dem Entwurf von Fassaden und Gebäudegrundrissen zugrunde liegende Maßführung, in formaler Hinsicht, durchaus vergleichbar mit jener einer Buchseite.

In der Phase der Konzeption ist ein Ordnungssystem etwas Gedachtes und Unsichtbares. Erst wenn es mit Inhalten bespielt wird, erfüllt es – als Träger von Inhalten, Erzählung und Bedeutung – einen konkreten Zweck. Dargestellt wird ein Ordnungssystem durch Hilfslinien. Diese sind nur für die Gestalter*in (als Hilfe auf dem Bildschirm, ein- und ausblendbar) sichtbar. Im gedruckten Buch sind Hilfslinien nicht sichtbar, bleiben jedoch immer spürbar. An den Linien werden Elemente ausgerichtet, der Raster definiert und strukturiert die Fläche, die bespielt wird.

Ich musste immer darauf achten, Spannung innerhalb des Rasters zu erzeugen. Manchmal vergleiche ich es mit den Linien auf einem Fußballfeld [...]. Innerhalb dieser Linien muss man großartig Fußball spielen und improvisieren können ...

Dutch Profiles: Interview mit Wim Crouwel, übersetzt ins Deutsche

Jedes Buchprojekt stellt neue Anforderungen an den Entwurf und seine Entwerfer*innen: Der Inhalt – konkret: das Material – Absicht, und Kontext. Ein Ordnungssystem wird aus dem Inhalt heraus entwickelt und führt, wenn gut konzipiert – zu einer Einheit von Inhalt und Form.

Wenn der Raster als Raster sich vordrängt, wenn das in Raster gezwängte Bildmaterial nicht mehr in erster Linie ein Ordnungsprinzip! – nicht in seiner dienenden Funktion, sondern zur Hauptsache als Bild, sondern als Teil eines Rasters spricht, wenn die Schriftblöcke und Bildflächen vor allem Blöcke und Flächen und nicht Schrift und Bild sind, weil ein Ordnungsprinzip! – nicht in seiner dienenden Funktion belassen, sondern zur Hauptsache erhoben wurde, dann geschieht den Bildern Unrecht.

Jost Hochuli, Bücher machen, Agfa Corporation, 1989

SATZSPIEGEL/TYPOGRAFISCHER RASTER

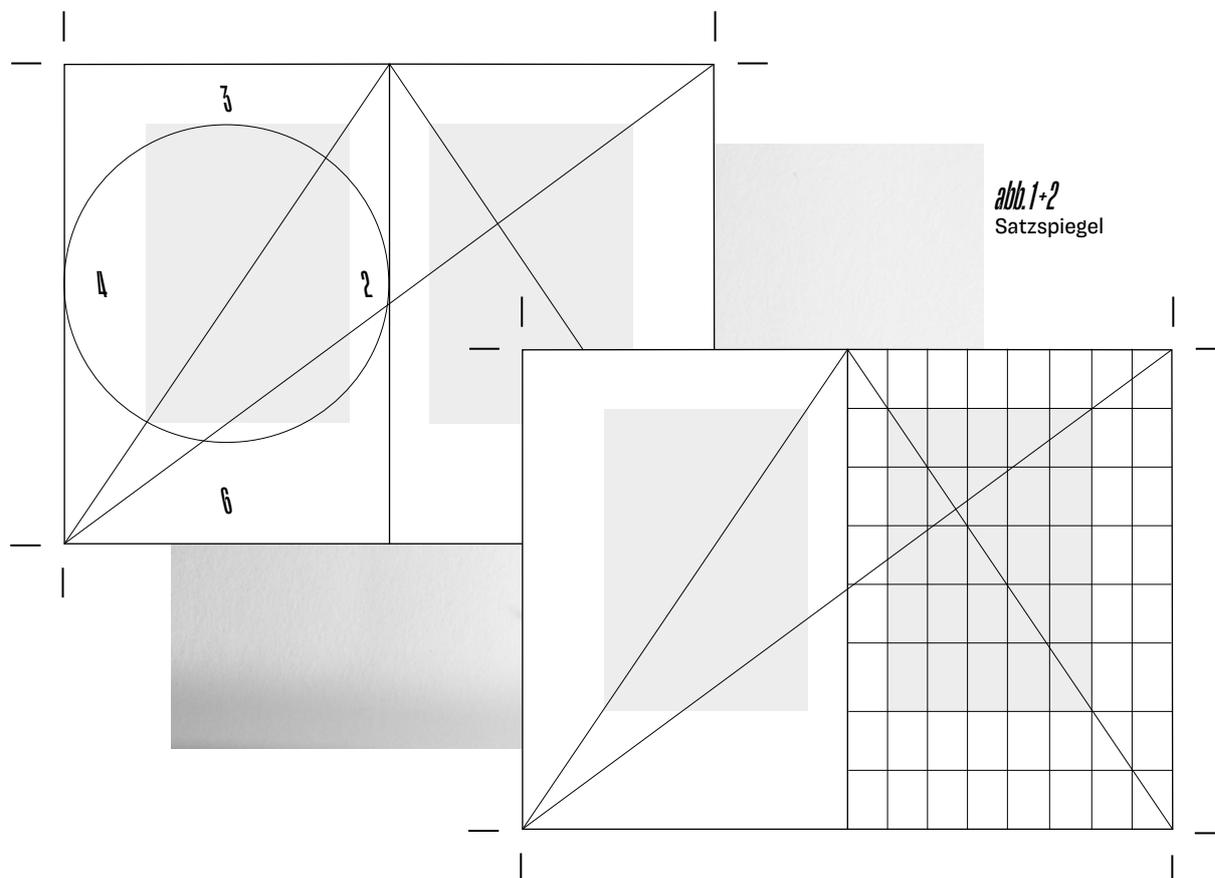
Bei dem Modell der *Satzspiegelkonstruktion* wird die bedruckte Fläche, der Satzspiegel, ringsum von Papierweiss eingerahmt. Entwickelt der/die Entwerfer*in eine Satzspiegelkonstruktion, so beschäftigt er/sie sich mit der Frage, wie breit die Ränder (Stege) gewählt werden und in welchem Verhältnis sie sich zueinander verhalten (Ränderprogression), beziehungsweise welche Stellung, Größe und Proportion der bedruckte Bereich haben soll. Die Breite des Satzspiegels ist abhängig von einer für das Lesen Zeilenlänge.

Interessanterweise wurden Maßführungen oder Anleitungen – wohl als Werkstattgeheimnis gut gehütet – nie überliefert. Erst im letzten Jahrhundert wurden sie, maßgeblich von Jan Tschichold und Raúl Rosavario (Raúl Rosarivo, *Divina proporción tipográfica*, La Plata, Argentina [1953]), anhand von alten Drucken nachgewiesen und in Veröffentlichungen dokumentiert. Alle historische Modelle gehen in der Regel von rationalen Proportionen aus: solche, die sich in natürlichen Zahlen ausdrücken lassen, aus. Konstruiert werden sie mithilfe von Linien, Kreiskonstruktionen, geometrischen Formen oder mittels einer Einteilung in gleichgroße Felder.

In der heutigen Entwurfspraxis dienen die historischen Modelle sicher als guter Ausgangspunkt zu Beginn eines Entwurfsprozesses oder – in der Theorie der Typografie – als wichtige Denkmodelle, führen jedoch nicht unmittelbar zu anwendbaren Lösungen.

Es ist zwar nicht erklärlich, aber erwiesen, daß der Mensch Flächen von geometrisch eindeutiger, absichtlicher Proportion angenehm und schöner findet als solche von zufälliger Proportion.

Jan Tschichold, Willkürfreie Maßverhältnisse
der Buchseite und des Satzspiegels in
Jan Tschichold, *Leben und Werk des Typografen*,
VEB Verlag der Kunst, Dresden 1988



Seit etwa den 1950er Jahren finden zunehmend *typografische Raster* Verbreitung. Sie gliedern systematisch die Buchseite, wie ein Gitternetz, in horizontaler und vertikaler Richtung. Diese Systeme haben ihren Ursprung in der Architektur der Moderne und boten den Entwerfer*innen der Zeit ein geeignetes Werkzeug, auf die zunehmend komplexer werdenden Inhalte und neue Kommunikationsmittel zu reagieren. Von großer Bedeutung hierbei war die Entwicklung der Fotografie und Ihre zunehmende Bedeutung in der visuellen Kommunikation. Nicht zuletzt spielen ökonomische Gesichtspunkte eine Rolle. Schließlich nimmt ein typografischer Raster Entscheidungen ab und erleichtert arbeitsteilige Prozesse. In der Praxis kann ein Raster sehr unterschiedlich ausgestaltet sein: *Einfach* – die Seite wird in wenige, gleichgroße Einheiten eingeteilt – oder *komplex*: modular, in viele unterschiedlich große Einheiten unterteilt.

Ein typografischer Raster besteht definitionsgemäß aus mindestens vier Rasterfeldern, die auf einer x- und einer rechtwinklig zu dieser verlaufenden y-Achse angeordnet – die Fläche ebensymmetrisch gliedern.

Hans Rudolf Bosshard,
der Typografische Raster,
Verlag Niggli, 2000

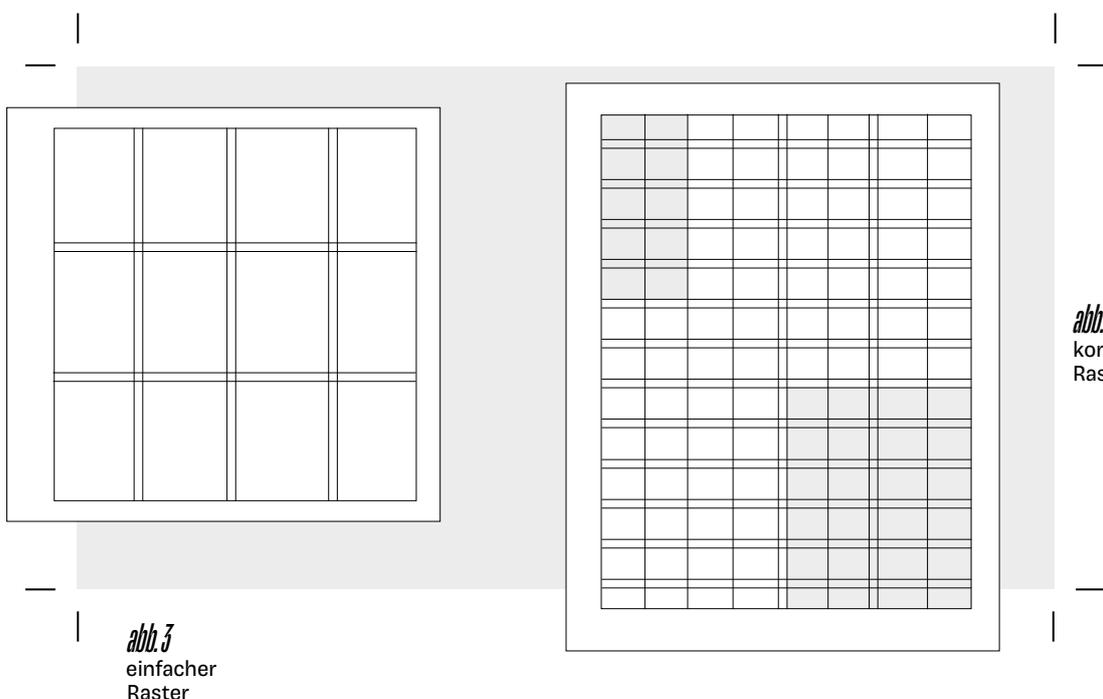


abb. 3
einfacher
Raster

abb. 4
komplexer
Raster



In der Praxis des Buchentwurfs werden die beiden Modelle häufig – und heute *ideologiefrei* – in Form eines hybriden Systems – kombiniert. Liegen die Stärken einer Satzspiegelkonstruktion in der Möglichkeit, lange lineare Texte gut lesbar zu organisieren, so bietet der typografische Raster einen größeren Variantenreichtum und höhere Flexibilität: Mehrere Textebenen lassen sich auf unterschiedlichen Spaltenbreiten anordnen, unterschiedlich große Bilder dynamisch anordnen. *Ideologiefrei*, weil jedes Modell lange Zeit auch für jeweils eine eigene Haltung in der Typografie stand: Klassische gegenüber Moderner Typografie, das vermeintlich Reaktionäre gegenüber dem vermeintlich Progressiven.

Der Gebrauch des Rasters als Ordnungssystem ist Ausdruck einer bestimmten geistigen Haltung, indem der Designer seine Arbeit in konstruktiver und zukunftsorientierter Weise auffasst.

Josef Müller-Brockmann,
Rastersysteme für die visuelle Gestaltung,
Verlag Niggli, 1996

VOM RAHMEN ZUM RASTER

Der Weißraum umrahmt schützend den Inhalt vor der Umgebung. Diese Art von Satzspiegelkonstruktionen konnten schon bei handgeschriebenen Büchern nachgewiesen werden und stellen bis heute ein Ideal für Lineares Lesen von großen Textmengen, beispielsweise bei Romanen, dar und zeigen, dass Tradition und Übereinkunft einen wesentlichen Faktor in der Typografie spielen.

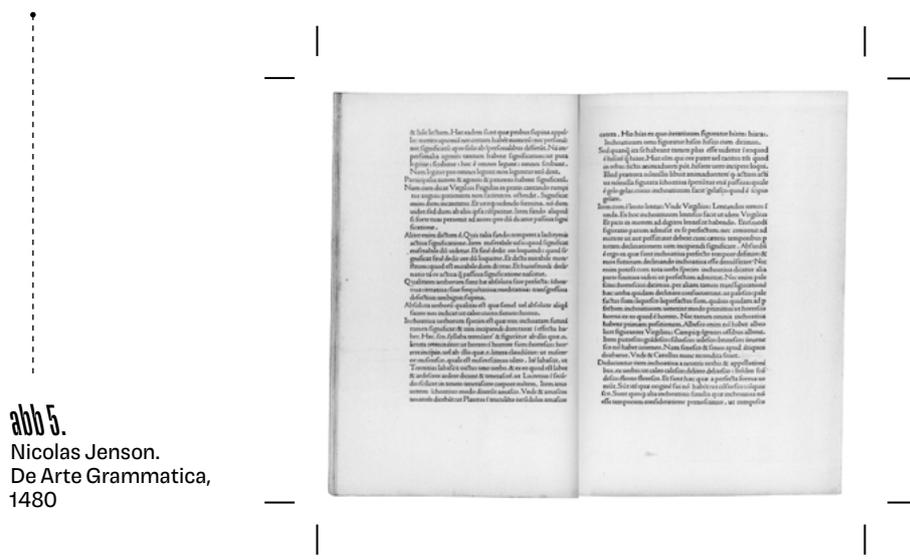


abb 5.
Nicolas Jenson.
De Arte Grammatica,
1480



Abb 6.
The Illustrated
London News,
1861

Folgten frühe Zeitungen noch stark dem Gestaltungsprinzip von Buchseiten, so entwickelten sie im Laufe der Zeit eine eigene Form. In einer komplexer werdenden Welt gab es immer mehr und in kürzeren Abständen zu berichten: In Form von kurzen oder längeren Texten, die an Straßen und Blocks auf einem Stadtplan erinnern. Aus ökonomischen Gründen dicht bedruckt, Weißraum ist fast abwesend.

Auch in der Typografie stellt eine Avantgarde grundlegende Traditionen und Konventionen in Frage. Diese sehr absolute und strenge Anweisung markiert vielleicht den Anfang vom Ende der traditionellen Typografie als die alleinherrschende Auffassung. Zum Glück gibt es heute keine ideologischen Auseinandersetzungen mehr zwischen Traditionalist*innen und Modernist*innen, aber bei fast jeder Aufgabe bleibt die Frage: Setze ich ein Element mittig oder linksbündig, statisch oder dynamisch?

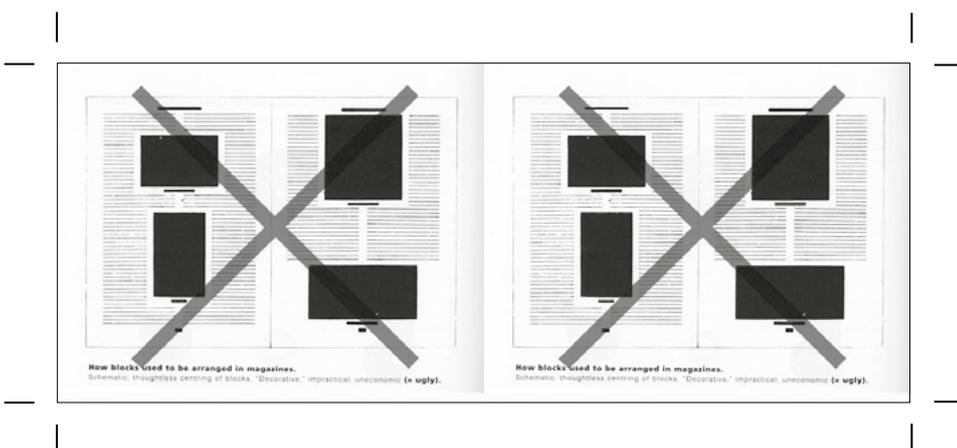


abb 6.
Jan Tschichold,
aus: die neue
Typografie, 1928

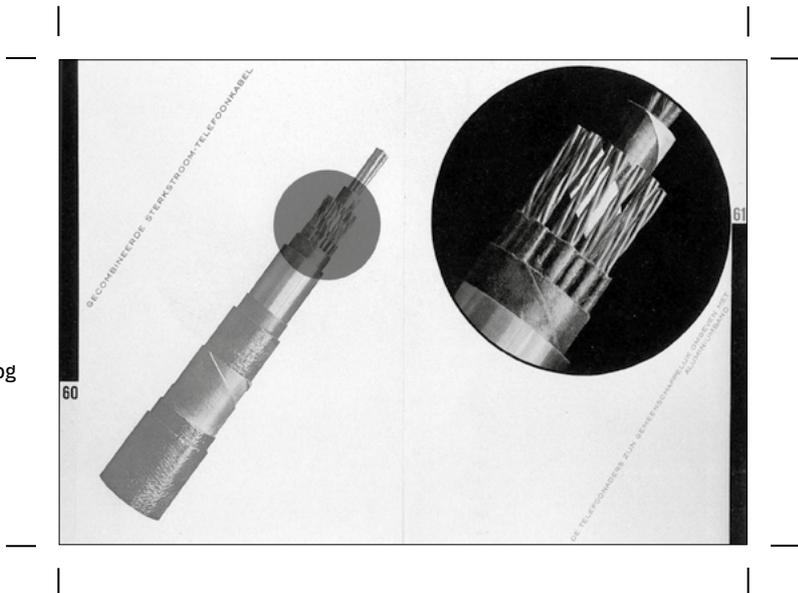


abb 7.
Piet Zwart, Produktatlog
für NKL, Nederlandsche
Kabelfabriek Delft, 1927

Bedruckte Flächen sind gleich wichtig für die Komposition wie unbedruckte Flächen. Dies ist, in Bezug auf die Komposition, als Gegenmodell zu traditioneller, mittelaxialer Typografie zu sehen. Bei Ihr wird die bedruckte Fläche (Satzspiegel) als Vordergrund und die unbedruckte Fläche als Hintergrund wahrgenommen. Technische Entwicklungen in den Bereichen Reproduktion und Lithografie erlaubten zudem die diagonale Anordnung von Schrift und grafischen Elementen und animierten Entwerfer zum Experimentieren mit Fotografie.



abb 8.
Le Corbusier,
Unité d'habita-
tion, 1956

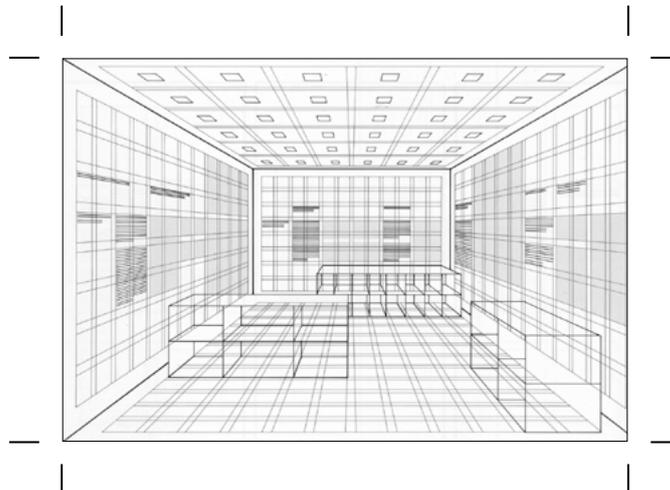
Standardisierte Elemente führen prinzipbedingt zu einer seriellen Wiederholung. Von diesem architektonischen Konzept angeregt, entwickelten sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts typografische Gestaltungsraster. Seiten, auf denen ein solcher Raster verwendet wird, erinnern formal an Fassadenausschnitte. Der Bereich ist nicht eingerahmt und zeigt einen Ausschnitt, dessen Begrenzung nicht ersichtlich ist, vergleichbar mit dem Blick durch den Sucher einer Kamera.

Geprägt von der Idee einer zeitgemäßen, rationalen und ökonomischen Gestaltung einerseits und andererseits der landesspezifischen Herausforderung, mindestens drei Sprachen gleichberechtigt unterzubringen, entwickelte sich in der Schweiz eine neue, später international beachtete und viel interpretierte visuelle Sprache: Eine in Rasterfelder eingeteilte Fläche als Träger für Texte und Bilder. Gestaltung wird universell und rational aufgefasst, eine Interpretation des Inhalts ist nicht erwünscht. So werden Schriften bevorzugt, die nicht so viel Bedeutung in sich tragen, wie zum Beispiel die Akzidenz-Grotesk und ihre berühmte Neuinterpretation Helvetica aus dem Jahr 1956.

abb 9.
Carlo Vivarelli,
Grafik, Ausgabe 1,
1958



abb 10.
Abbildung aus:
Josef-Müller
Brockmann,
Rastersysteme
für die visuelle
Gestaltung,
1982 (Seite 148)



Diese Abbildung aus dem vielleicht bis heute noch elementarstem Werk zum Thema Gestaltungsraster soll in erster Linie zeigen, wie ein Raster in einem dreidimensionalen Raum funktioniert. Im Fall eines Messestands führt diese Methode sicher zu einer erheblichen Vereinfachung des Gestaltungsprozesses. Im übertragenen Sinn könnte es aber auch den Wunsch und die Begeisterung einer Generation von Gestalter*innen ausdrücken, die ganze Welt als oder im Raster zu sehen.

»Unsere Leser*innen wollen den Blick durch unsere Brille des redaktionellen Arbeitens und des Kuratierens.«

Julia Kahl spricht mit uns über den Quereinstieg in die Verlagsarbeit, erfolgreiche Crowdfundings und die Online-Vermarktung von Büchern.

julia kahl ist bereits seit 2007 Teil des internationalen Slanted-Projekts (Slanted Magazine und Slanted-Blog). Sie studierte Kommunikationsdesign an der Hochschule Darmstadt und leitet heute zusammen mit Lars Harmsen den 2014 gegründeten Verlag Slanted Publishers in Karlsruhe (www.slanted.de).

Das Verlagsprogramm ist spezialisiert auf Themen aus den Bereichen von Design und Kultur. Neben der Veröffentlichung des eigenen Slanted Magazins fördert der Verlag mit seiner Arbeit vor allem junge und innovative Designer*innen und Autor*innen und deren Themen im internationalen Kontext. Slanted Publishers finanziert einen Teil seiner Veröffentlichungen durch Crowdfunding und arbeitet eng mit dem Unternehmen Kickstarter (www.kickstarter.com) zusammen. 2020 initiierten sie zusammen ein Mentoring & Publishing-Programm (www.slanted.de/slanted-x-kickstarter-mentoring-publishing-program).

Es gäbe mit Sicherheit unendlich viele interessante Themen mit Julia Kahl zu besprechen, für das vorliegende Lehrbuch wollen wir uns gerne auf die Verlagsidee und -philosophie von Slanted Publishers konzentrieren und gezielt die Idee der Finanzierungskonzeption durch Crowdfunding und die Zusammenarbeit mit Kickstarter vertiefen.

Ursprünglich hast du ja ein Studium als Kommunikationsdesignerin abgeschlossen. Gab es während deines Studiums schon die Idee oder das Interesse einmal selbst Verlegerin oder Redakteurin zu werden? Oder war deine berufliche Entwicklung mehr oder weniger Zufall?

Die Entwicklung war tatsächlich eher ein Zufall. Schon während meines Studiums habe ich ein Praktikum bei Magma Brand Design in Karlsruhe absolviert. Dies ist die Agentur, in der der »Slanted« Blog und das »Slanted« Magazin ursprünglich gegründet wurde.

Im Rahmen meines Praktikums wollte ich eigentlich am Magazin mitarbeiten, ausgerechnet in diesem Zeitraum gab es aber keine Printausgabe. Stattdessen habe ich für den »Slanted« Blog meine ersten Texte geschrieben. Dabei habe ich schnell festgestellt, dass mir das redaktionelle Arbeiten wahnsinnig viel Freude bereitet! Und auch für meine eigene Gestaltungspraxis hat es mir viel gegeben, über Gestaltung nachzudenken, Input von außen zu bekommen und nicht nur im Hochschulkosmos zu bleiben.

Nach meinem Diplom habe ich dann direkt als freie Mitarbeiterin an der sechsten Ausgabe vom »Slanted« Magazin mitarbeiten dürfen. Ich habe die Kommunikation übernommen, sehr viel Projektmanagement gemacht, erste Interviews geführt, editiert und gestaltet. Ich habe also aus vielen verschiedenen Bereichen heraus angefangen zu arbeiten. Es war somit schon zu diesem Zeitpunkt nicht mehr »nur« Grafikdesign. Grafikdesign als singuläre und isolierte Tätigkeit gibt es eigentlich auch so gut wie gar nicht. Es ist fast unabdingbar, dass man sich auch mit anderen Bereichen beschäftigt.

Das »Slanted« Magazin und der Blog sind ja schon über viele, viele Jahre sehr aktiv und erfolgreich. Wie kam es 2014 zu der Idee nun auch noch einen Verlag zu gründen? Was genau war eure Motivation?

Tatsächlich haben sich auf dem Weg zur Verlagsgründung viele Dinge durch unsere Arbeit einfach ergeben. Unsere ersten Buchideen haben wir zunächst noch bei anderen Verlagen veröffentlicht. Uns fehlte damals einfach das Netzwerk und der interne Aufbau, um die Verlagsarbeit selber stemmen zu können.

Einige Buchprojekte entstanden dabei direkt aus dem Magazin heraus. Beispielsweise haben wir zusammen mit dem Birkhäuser Verlag ein Buch namens »TypoLyrics« gemacht, welches auf einer Sektion im Magazin basierte. Ein anderes Beispiel ist das »Typodarium«, ein Schriften-Abreißkalender, der über den Verlag Hermann Schmidt veröffentlicht wurde. Sogar das »Yearbook of Type«, das wir mittlerweile schon in der sechsten Edition veröffentlichen, erschien in den ersten beiden Ausgaben noch bei Niggli. Erst ab Ausgabe drei haben wir es dann übernommen und uns getraut, das Buch selbst über unseren Onlineshop und vereinzelt über den spezialisierten Buchhandel zu verkaufen.

Parallel dazu hat sich die Arbeit am »Slanted« Magazin mehr und mehr professionalisiert. Über die Jahre konnten wir regelmäßige Erscheinungstermine einhalten, wodurch auch ein professioneller Vertrieb her musste – so ein Magazin muss man nicht nur machen, man muss es auch hinaus in die Welt bringen! Damit habe ich mir bei Magma damals quasi eine eigene Stelle geschaffen.

2014 hatte »Slanted« schließlich eine solche Größe erreicht, dass wir es aus der Agentur gelöst haben und sagten: »Jetzt wird es ein eigenständiges Unternehmen!«. In diesem Zuge habe ich zusammen mit Lars Harmsen »Slanted Publishers« offiziell gegründet. Bei der Gründung haben wir uns entschieden, dass das Unternehmen nicht bloß »Slanted« sondern »Slanted Publishers« heißen soll. Dies war der erste bewusste Schritt, uns fokussiert in die Richtung eines Verlages zu bewegen. Seitdem hat sich hier unglaublich viel verändert. Wir haben das Unternehmen einmal komplett auf links gedreht.

Verfolgt ihr bei eurer Arbeit eine Art Verlags-Philosophie?

Ich glaube eine gewisse Philosophie hat »Slanted« schon von Anbeginn: Unsere Weltoffenheit und die Leidenschaft, die wir für Gestaltung haben, insbesondere Grafikdesign und Typografie. Da kommen wir alle her. Lars und ich sind totale Quereinsteiger*innen und kommen nicht aus dem klassischen Verlagswesen – das unterscheidet uns auch von anderen Verlagen. Wir veröffentlichen das, was uns selbst gefällt und worauf wir selbst Lust haben. Und unsere Leser*innen wollen genau diesen Blick durch unsere Brille des redaktionellen Arbeitens und des Kuratierens.

Auch der enge Kontakt zur Community und unser riesiges internationales Netzwerk zeichnen uns sicherlich aus und sind maßgeblich verantwortlich für unseren Erfolg.

Wenn wir es richtig beobachtet haben, wurden viele Verlagsprojekte von »Slanted Publishers« durch Crowdfunding-Kampagnen finanziert. Dazu gibt es eine enge Zusammenarbeit und ein Mentoring & Publishing-Programm mit dem Unternehmen Kickstarter. Zufall oder habt ihr gezielt nach dieser Art der Finanzierung gesucht und diese gefördert?

Gerade in unseren Anfängen stand oft die Frage im Raum: Wie finanziert man die Produktion eines Buches? Eine Crowdfunding-Kampagne war da oft eine passende Option. Es gibt einfach viele gute Gründe dafür.

Über unsere eigenen Crowdfunding-Projekte bin ich 2019 in den direkten Kontakt mit dem amerikanischen Unternehmen »Kickstarter« gekommen und habe ihnen vorgeschlagen, eine Kooperation zu starten. »Kickers« Wunsch war es zu dem Zeitpunkt, etwas mehr Präsenz in Europa zu bekommen – da

waren wir natürlich ein super Partner mit unserem Netzwerk. Daraufhin haben wir gemeinsam das »Slanted x Kickstarter Mentoring & Publishing Program« initiiert. In diesem Rahmen wurde ein großer Open Call for Submissions gestartet, bei dem jede*r sein/ihr Buch- oder Magazinprojekt einreichen konnte. Aus diesen Einreichungen haben wir zehn Projekte ausgewählt, die über mehrere Wochen sowohl von »Kickstarter« also auch von Lars Harmsen und mir betreut wurden. Wir haben den Autor*innen Tipps gegeben, was man alles beachten sollte, um von einer Idee zu einer fertigen Publikation zu kommen. Von »Kickstarters« Seite aus ging es parallel darum, wie man eine erfolgreiche Kampagne aufsetzt. Von den zehn Projekten sind neun live gegangen und davon wurden wiederum acht erfolgreich finanziert.

Dieses Programm ging wahnsinnig viral, es war vom Zeitpunkt her kurz vor dem ersten Lockdown. Wir wussten ja nicht, dass Corona kommt ... Wir hatten das alles schon viel länger geplant, aber tatsächlich kam die Pandemie uns an diesem Punkt mal ausnahmsweise zugute. Viele Leute hatten plötzlich eine Menge Zeit sich um ihre eigenen Projekte zu kümmern, die bisher vielleicht liegen geblieben waren.

Auch »Slanted Publishers« bekam durch das Projekt eine neue Sichtbarkeit: »Die machen nicht nur das Magazin, sondern auch Bücher – das ist ja ein Verlag!« Auf einmal haben uns sehr viele Leute angefragt, ob wir ihre Bücher veröffentlichen wollen. Damit fing das Verlagsgeschäft hier so richtig an.

Die Idee, Projekte durch Crowdfunding zu finanzieren, unterstützt ja auch und explizit junge und unbekannte Designer*innen und Autor*innen ihre Verlagsprojekte zu realisieren. Wie würdest du das mit deiner Erfahrung als Verlegerin beurteilen? Gibt es da nur Vorteile für den Verlag und die Autor*innen?

Gerade für die Produktion der ersten eigenen Projekte kann ein Crowdfunding unglaublich hilfreich sein. Es kann mit einer gewissen Anzahl an Verkäufen schon vorab kalkuliert werden. Und im Verlauf der Kampagne lässt sich das Interesse der Community auswerten, um ggf. die Auflage noch mal anzupassen.

Ein weiterer Vorteil ist außerdem die besondere mediale Aufmerksamkeit. Schon während der Kampagne kann verstärkt auf das Projekt hingewiesen werden. Und es können sogar gleich zwei Releasetermine beworben werden: Der Start der Kampagne und die Veröffentlichung der fertigen Publikation. Das ist ein wertvoller Vorlauf, um das Projekt bekannter zu machen.

Ich glaube aber auch, dass es nicht für alle Projekte passend ist eine Crowdfunding-Kampagne zu starten. Es gibt meines Erachtens natürlich auch Nachteile. Das Aufsetzen und das Betreuen einer Kampagne ist einfach sehr viel Arbeit. Man muss stetig die

Community bei Laune halten, ständig Updates bringen. Das unterschätzen einfach viele! Zudem enthält das Kampagnenziel neben den Produktionskosten auch den Versand und die Verpackung für das Projekt. Man muss sich darüber bewusst sein, dass diese Posten den Gesamtpreis unglaublich aufblasen können, auch wenn man sich das nicht sofort vorstellen kann.

Wie hoch ist aus deiner Erfahrung die Erfolgsquote bei einer Crowdfunding-Kampagne? Und welche Projekte eignen sich besonders gut bzw. eher weniger dafür?

Wenn wir uns bewusst für ein Crowdfunding entschieden haben, war die Erfolgsquote in der Regel gut.

Eine Kampagne mussten wir aber tatsächlich auch mal abbrechen. Es ging um das Buch »Oktoberfest 1984–2019« von Volker Derlath. Wahrscheinlich war es in diesem Fall aber einfach der falsche Zeitpunkt. Die Kampagne lief im Frühjahr, denn das Buch sollte pünktlich zum Oktoberfest erscheinen. Im Frühjahr 2021 hatten die Leute jedoch einfach andere Dinge im Kopf, als das größte Volksfest der Welt (welches im Oktober aufgrund von Corona tatsächlich nicht stattgefunden hat). Wir haben das Buch zum Glück über andere Wege finanziert, einfach weil wir an das Projekt geglaubt haben. Mittlerweile ist es fast ausverkauft. Und wir haben es mit diesem Buch, wie mit keinem anderen in Rezensionen, Feuilletons und Magazine geschafft ... da waren wir schon ein bisschen überrascht, dass die Kampagne vorab so gar nicht funktioniert hatte.

Ganz grundsätzlich gilt auch: Der Erfolg einer Kampagne ist oft auf eine große Zielgruppe zurückzuführen. Je gesellschaftsrelevanter ein Projekt ist und je weniger »nischig«, desto besser kann man es über eine solche Plattform finanzieren. Auch die Sprache, in der publiziert wird, kann entscheidend sein. Der Markt in Deutschland ist zum Beispiel einfach ein anderer als der amerikanische. Die Menschen dort sind es gewohnt, Projekte per Crowdfunding zu finanzieren und es lassen sich meist deutlich höhere Summen erreichen.

Hast du eventuell Tipps für junge Gestalter*innen, die ihre Publikationen über diesen Weg finanzieren möchten? Es haben ja nicht alle eine so große Reichweite wie »Slanted Publishers« aufgebaut ...

Ich glaube man muss in erster Linie erst mal sein ganz persönliches Netzwerk ansprechen. Auch die Hochschule kann hier eine Rolle einnehmen und die Kampagne über ihre Netzwerke teilen. Je nach Thematik des Buches können zusätzlich gezielt die Redakteur*innen von verschiedenen Plattformen kontaktiert und auf das Projekt hingewiesen werden. Vielleicht gibt es auch Anknüpfungspunkte mit anderen Industriezweigen.

Über den gesamten Zeitraum der Kampagne sollte man immer wieder fleißig versuchen, möglichst viele Leute darauf aufmerksam zu machen. Aber: Nicht alles, was man an Material hat, sollte direkt an Tag 1 kommuniziert werden. Das ist einer der häufigsten Fehler, denn oft hat eine Kampagne gerade am Anfang sowieso die größte Aufmerksamkeit. Das Problem besteht darin, dass diese Kurve irgendwann abflacht und ein Plateau entsteht. Wenn das passiert, ist eine Kampagne tot. Man muss also zusehen, dass die Kurve weiterhin nach oben geht. Dies kann man zum Beispiel erreichen, indem man die Kampagnen-Goodies (wie beispielsweise Prints oder Sticker) erst nach und nach veröffentlicht.

Generell spielt ein kluges Timing eine wahnsinnig wichtige Rolle. Das bedeutet einmal, wie lange die Kampagne läuft, aber auch, wann sie beginnt und wann sie endet. Es macht beispielsweise wenig Sinn, eine Kampagne an einem Wochenende zu starten, an dem keiner darüber berichten wird oder alle im Freibad liegen. Auch Ferienzeiten oder weltweite Feiertage sollte man beachten. Manchmal sind auch die ganz banalen Dinge relevant ...

Würdest du sagen, dass es auch zwischen der Buchgestaltung (z. B. der Covergestaltung) und der erfolgreichen Online-Vermarktung einen Zusammenhang gibt oder geben kann?

Natürlich kann man sich darüber streiten: »Was ist ein gutes Cover?« Aber ich glaube nicht, dass es davon abhängt, über welchen Weg es später vertrieben wird. Ein Cover kann über die Materialität neugierig machen und/oder weil es besonders plakativ ist. Ich glaube es muss auf den allerersten Blick ein Gefühl vermitteln und darüber erweckt man das Interesse der Leser*innen.

Obwohl wir vor allem früher hauptsächlich online verkauft haben, hat für uns auch die Materialität immer eine besondere Rolle gespielt. Wir setzen bei all unseren Projekten auf eine besondere Verarbeitung. Denn am Ende kommt das Buch haptisch zu den Käufer*innen, und die haben es dann in der Hand. Dabei ist es egal, ob es über den Online- oder lokalen Vertrieb erworben wurde.

Ein wichtiger Teil deiner Arbeit bei »Slanted Publishers« ist ja die redaktionelle Betreuung des Online-Bereichs. Wie wichtig ist es heute für junge und angehende Buchgestalter*innen und -autor*innen die Online-Vermarktung mitzudenken und professionell zu gestalten? Gibt es einen wohlmeinenden Rat oder Hinweis den du unseren Leser*innen, jungen Buchgestalter*innen und Studierenden, die für ihre Projekte zukünftig einen Verlag suchen, geben möchtest?

Man sollte sich schon in der Planung fragen: »Was möchte ich mit meiner Publikation erreichen?«, »Ist eine gedruckte Publikation überhaupt die richtige Form für meine Projekt?« Ich finde der Inhalt ist für eine erfolgreiche Vermarktung einfach extrem wichtig und er wird sogar zunehmend wichtiger.

Außerdem sollte man den Markt kennen. Das heißt beispielsweise zu recherchieren, was es zu dem geplanten Thema schon gibt. Wenn Projekte in ähnlicher Form schon veröffentlicht wurden, kann das den Verkauf später extrem schmälern.

Es schadet auch nicht, schon frühzeitig den Kontakt zu einem möglichen Verlag aufzunehmen. So kann man an der ein oder anderen Stelle vielleicht schon vorab gute Tipps bekommen. Zum Beispiel, wie Format und Umfang im Bezug auf eine kostengünstige und nachhaltige Produktion mitgedacht werden können. Auch Bildrechte sollten bestenfalls schon im Prozess eingeholt werden. Wir machen oft die Erfahrung, dass diese im Rahmen der Veröffentlichung mühsam nachträglich erfragt werden müssen. Und natürlich sollte man sich auch schon rechtzeitig Gedanken zur Finanzierung machen. Neben einem Crowdfunding könnten da auch Förderungen und Kooperationen eine Möglichkeit sein.

Unterm Strich: Nicht nur an die Gestaltung denken, sondern rechtzeitig im Blick haben, was Publizieren auch über die Gestaltung hinaus bedeutet.

Das ist ein gutes Schlusswort und bestimmt eine schöne Ermutigung, sich auch im Studium schon etwas mehr raus in die Welt zu trauen. Denn wie du schon zu Beginn gesagt hast: »Nur Gestalten«, das gibt es wahrscheinlich im wörtlichen Sinne gar nicht... Vielen Dank für das interessante Gespräch!





t1 *voraussetzungen für die druckqualität*

Für ein optimales Druckergebnis muss das Bild in der verwendeten Größe mindestens 220 dpi haben. Das heißt, wenn das Bild in eurem Buch eine Größe von 5 × 5 cm haben soll, darf die dpi-Zahl nicht unter 220 liegen. Höhere dpi-Zahlen sind in Ordnung. Überprüft die Bildqualität auf diese Zahl hin. Man kann zwar die Bildgröße mittlerweile künstlich durch Photoshops erhöhen lassen, aber man sollte dabei nicht vergessen, dass da, wo keine Pixel sind, auch keine mehr hinzukommen. Photoshop erzeugt ähnlich farbige Pixel, was dann am Ende ein unscharfes oder kantiges Bild zum Ergebnis hat.

t2 *allgemeine papierspezifika*

Papier ist das Material aus dem die meisten physischen Werbemittel und Bücher bestehen. Daher ist es wichtig, sich mit dem Thema auch in Hinsicht auf seine Weiterverarbeitungsmöglichkeiten zu beschäftigen. Das heute allgemein gebräuchliche Papier wird industriell gefertigt. Es gibt verschiedene Hersteller, die Papier in unterschiedlichen Beschaffenheiten und Stärken anbieten.

GESTRICHENES UND UNGESTRICHENES PAPIER

Bei *gestrichenem* Papier unterscheidet man zwischen matt, halbmatt und glänzend gestrichenem Papier. Der »Strich« bezeichnet den Auftrag von Bindemitteln während der Papierherstellung. Das Bindemittel besteht aus Kreide, Kaolin, Kasein und Kunststoffdispersion. Es gibt auch Papiere, bei denen diese Dispersion mehrfach aufgetragen wird. Je nachdem wie die Oberflächenstruktur des Papiers werden soll (glänzend, spiegelglänzend o. ä.), wird das Papier durch unterschiedlich beschaffene Walzen und Zylinder gezogen. Möglich ist auch ein einseitiger oder ein beidseitiger Strich. Gestrichenes Papier eignet sich äußerst gut zum Druck von Bildern, da es durch seine Oberflächenstruktur eine perfekte Aufnahme von Bedruckmaterial gewährleistet und eine sehr gute Farbwiedergabe hat. Durch die sehr glatte Oberfläche kommt es kaum zum Druckausfall.

Zu den *ungestrichenen* Papieren zählen alle (holzhaltigen oder -freien) Papiersorten, deren Herstellung ohne Strich, also ohne synthetische Beigabe hergestellt wird. Dazu gehören Offsetpapiere, Recyclingpapiere und Naturpapiere. Ungestrichenes Papier hat oft ein höheres Volumen und eine raue Oberfläche. Daher lässt es sich nicht so leicht bedrucken wie gestrichenes Papier. Der Punktzuwachs ist hier deutlich höher als bei gestrichenem Papier.

Die Wahl der Papiersorte sollte unbedingt anhand der Motive stattfinden. Homogene Flächen können auf Naturpapier schnell wolzig aussehen. Für viel Fläche eignet sich satiniertes Papier deutlich besser. Auch Veredelungen sind auf Naturpapier oft schwieriger auszuführen.

GRAMMATUREN

Durch die Grammatatur wird das Flächengewicht des Papiers ausgedrückt. Dabei benutzt man die Maßeinheit Gramm pro Quadratmeter. Als Papier bezeichnet

man alle Bedruckstoffe mit einem Flächengewicht um 150 g/qm, bis 600 g/qm spricht man von Karton, danach gilt der Bedruckstoff als Pappe. Papier mit 100 g/qm hat ca. eine Dicke von 0,1 mm pro Blatt. Anhand dieser Faustregel ist es möglich Buchrücken im Vorfeld zu berechnen.

VOLUMEN

Das Volumen des Papiers zeigt das Verhältnis von seiner Dicke zu seinem Gewicht in g/qm. Je höher das Volumen ist, desto griffiger ist das Papier. Bei normalen Papier spricht man von einfachem Volumen. Das Volumen wird in der Fertigung bestimmt. Wenn das Papier stark verdichtet wird, ist die Oberfläche hart und kaum saugfähig (z. B. Pergamin). Hier ist das Volumen > 1. Bei voluminösem Papier ist der Faserverbund lockerer und besitzt viele Hohlräume. Volumenverstärktes Papier ist daher viel saugfähiger und griffiger. Volumenverstärktes Papier wird auch »Bulk-Papier« genannt.

t3 *einband und einbandmaterialien*

Grob unterscheidet man die verschiedenen Einbandformen in *Steif-* und *Weichbroschur*. Die Steifbroschur ist die klassische Einbandform für umfangreiche Bücher, die Weichbroschur kommt bei so genannten Taschenbüchern zum Einsatz. Die Weichbroschur besteht aus einem durchgehenden Material, die Steifbroschur hingegen besteht aus mehreren Teilen, die durch ein Einbandmaterial verbunden werden. Bei der Buchgestaltung und der Planung sollte man den Einband passend zum Inhalt wählen. Es gibt aber natürlich auch Varianten, die sich nicht klar zum einen oder zum anderen zuordnen lassen.

STEIFBROSCHUR / HARDCOVER

Die *Steifbroschur* besteht aus drei Teilen: Den beiden Deckeln und dem Rücken. Der Einband ist in der Regel ein bisschen größer als der Buchblock, so dass dieser geschützt ist. Hier arbeitet man mit 1-2mm zu allen Seiten. Der Rücken sollte immer die Höhe des Buchblocks haben. Zwischen den Einzelteilen muss mit einem Gelenk (4–6 mm) gearbeitet werden, damit sich der Einband später bewegen lässt. Es empfiehlt sich vorab eine Verbindung zwischen den drei Teilen herzustellen, beispielsweise mit einem dünnen Papier. Bei dickeren Büchern sollte man über einen gerundeten Rücken nachdenken. Dieser entlastet den Buchrücken und kann eine angenehme Anmutung haben. Der Buchblock wird am Ende mithilfe von Vor- und Nachsatzpapier mit dem Einband verbunden. Dieses ist unabhängig vom Buchblock anzulegen bzw. auszuwählen. Achtung: Alle Elemente sollten die gleiche Laufrichtung haben.

WEICHBROSCHUR / SOFTCOVER

Die *Weichbroschur* besteht aus nur einem Teil. Dafür kann Karton in 150–300 g/qm benutzt werden. Dieser muss sowohl an den Kanten des Rückens als auch an den Bewegungskanten gerillt werden, so dass das Material nicht bricht und eine saubere Anbindung besteht. Der Karton kann auf verschiedene Weisen mit dem Buchblock verklebt werden.

EINBANDMATERIAL

Der Einband kann mit unterschiedlichen Materialien bezogen werden:

Leder ist ein organisches Material, welches vor allem, wenn es sehr dünn ist, einen sehr robusten und unempfindlichen Bezug für das Hardcover darstellt. Hier eignet sich am besten dünnes Ziegenleder, welches es in verschiedenen Farben zu kaufen gibt.

Buchleinen beschreibt einen feinen Stoff, der von hinten mit einem Papier beschichtet ist, so dass man ihn gut verkleben kann, ohne dass sich der Leim durch die Fasern drückt. Leinen ist in sehr vielen Farben und Feinheiten erhältlich. Es gibt auch beschichtete Leinen und Effektfarben wie Gold, Silber oder Neonfarben.

Als *Halbleinen* wird sehr grobes ungefärbtes Leinen bezeichnet. Es ist nur in Naturtönen erhältlich. Dieses Leinen ist sehr grob strukturiert und bietet eine besonders natürliche Optik.

Papier kann auch als Bezugsmaterial verwendet werden. Das bietet sich vor allem an, wenn Motive auf das Cover gebracht werden sollen. Um einen Abrieb der Farbe zu vermeiden, sollte man allerdings zusätzlich folienkaschieren oder das Papier speziell behandeln. Das Papier sollte recht dünn sein, ein festes starkes Papier eignet sich nicht, um das Cover zum umschlagen. Es muss flexibel an den Gelenken funktionieren.

Kunststoff ist ebenfalls als Bezugsmaterial möglich. Dieser sollte ebenfalls sehr dünn sein, so dass man die Pappe damit beziehen kann. Als Material ist es leicht abwaschbar und sehr robust. Es wird vor allem bei Sachbüchern angewendet.

t4 *verschiedene drucktechniken*

Im kommerziellen Buchdruck werden heute meist entweder Digital- oder Offsetdruck angewendet.

Beim *Offsetdruck* ist eine hohe Auflage Voraussetzung, da die Einrichtungs- bzw. Rüstkosten bei den großen Maschinen sehr hoch sind und sich das Entsprechend nur lohnt, wenn eine Auflage von mindestens 1000 Exemplaren produziert werden soll. Beim Offsetdruck wird mit ölhaltigen Farben gedruckt, die auf fast allen Materialien funktionieren, da sie tief in das Material einziehen können und so eine besonders feine und gute Bildqualität versprechen.

Für kleinere bzw. Kleinstauflagen kommt der *Digitaldruck* zum Einsatz. Hier wird unterschieden zwischen dem Trockentoner- und dem Indigo-Verfahren. Beim Trockentoner- bzw. Laser-Verfahren wird der Toner in Pulverform (sehr vereinfacht beschrieben) auf das Material aufgebracht und dann durch Hitze mit dem Material »verschmolzen«. Dadurch kann es bei sehr grob strukturierten Papieren zu Problemen kommen, da der Toner die Tiefen der Papierstruktur nur schwer erreichen kann und daher das Druckbild uneben sein kann. Durch die Erhitzung des Toners ist immer eine leicht glänzende Oberfläche zu erwarten.

Beim Indigoverfahren kommen (sehr vereinfacht beschrieben) gelartige Toner zum Einsatz, die auf das Papier aufgebracht werden. So kann der Toner (fast wie bei Tinte) sich auf strukturiertem Papier gut verteilen und schafft ein ebenes, mattes Bild. Das Indigoverfahren ist meist etwas teurer als das Trockentoner-Verfahren, da auch hier Einrichtungskosten entstehen. Achtung: Nicht jedes Papier ist für jedes Druckverfahren geeignet.

t5 weiterverarbeitung

Es gibt viele unterschiedliche Formen Papier zu veredeln, es sollte allerdings immer vorab geprüft werden, inwiefern die Veredelung zum Projekt passt und wie hoch die Kosten sind. Eine Veredelung ist in der Regel immer ein zusätzlicher Arbeitsschritt und verursacht dementsprechend zusätzliche Kosten. Die wenigsten Geräte können »inline« veredeln.

Drucklackierung

Hier wird eine transparente Lackschicht auf den schon bedruckten Bogen aufgetragen. Diese kann vollflächig sein (Schutzlackierung), aber auch nur ausgewählte Bereiche abdecken (Spotlackierung). Matte Lacke werden benutzt, um die Scheuerfestigkeit zu erhöhen. Gestalterisch kann die Lackschicht zum Beispiel sehr effektiv eingesetzt werden, wenn es Motiv ausschließlich durch den Lack dargestellt wird.

Dispersionslack

Dispersionslack weist vor allem einen großen Schutzeffekt auf. Der Lack wird sehr dicht aufgetragen und ist wasserbasiert. Es gibt ihn in verschiedenen Ausführungen. Je mehr Lack aufgetragen wird, desto größer ist die Wirkung. Besonderheiten: Er vergilbt nicht und ist geruchsneutral.

UV-Lack

Bei der UV-Lackierung wird der Lack nach Auftrag mit UV-Licht bestrahlt. Dadurch erhält er eine abriebsichere, sehr feste, matte oder glänzende Oberfläche. Der Glanzeffekt ist so stark, dass er sich kaum von einer Folienkaschierung unterscheidet.

Effektlackierung

Bei dieser Form der Lackierung werden dem Lack spezielle Farbpigmente zugesetzt. Das sind vor allem Metallpigmente, die einen silber-/gold- oder Bronzeeffekt erzeugen. Auch der Perlmutteffekt ist sehr beliebt.

Folienkaschierung/Cellophanierung

Bei der Folienkaschierung wird der Druckbogen ganzflächig mit einer Glanz- oder Mattfolie überzogen. Das Papier wird dadurch extrem geschützt. Es ist witterungsbeständig, wasser- und schmutzabweisend. Die Folie kann auch eine bestimmte Struktur aufweisen (z.B. Leinen- oder Lederstruktur)

Blindprägung

Bei der Blindprägung wird farblos eine bestimmte Form ins Papier geprägt. Man unterscheidet zwischen Hoch- und Tiefprägung. Dabei ist allerdings zu beachten, dass sich die Rückseite des

Papiers ebenfalls in ihrer Form verändert. Dickes Naturpapier eignet sich besser als dünnes Papier.

Heißfolienprägung

Mithilfe eines Messing- oder Magnesiumklischees wird bei dieser Technik Heißfolien auf ein Papier geprägt. Dabei wird das Klischee stark erhitzt und auf die Folie und das Papier gepresst. An den Stellen, wo das Klischee auftrifft, verbindet sich die Folie mit dem Papier. Es gibt eine bestimmte Auswahl an Farben und Effekten bei den Folien. Die Klischees müssen extra angefertigt werden. Es gibt aber auch Buchstabensätze, mit denen die Prägung funktioniert.

t6 musterseiten und seitenzahlen

<https://www.youtube.com/watch?v=r-EuCGExVgI>

t7 farbmodus und auflösung

Gerade wenn man mit vielen Bildern oder Fotos arbeitet ist es sehr wichtig im Blick zu haben, dass unterschiedliche Bilddaten in unterschiedlichen Farbprofilen vorhanden sein können. Grob zusammengefasst gibt es zwei Farbmodi: Die **Bildschirmfarben** (RGB) und die **Druckfarben** (CMYK). Der RGB-Farbraum ist deutlich größer als der CMYK-Farbraum, da hier mit Lichtfarben gearbeitet wird (Bildschirme, Handys, Tablets etc). Diese Farben können aber nicht in Gänge im Druck dargestellt werden. Der CMYK-Farbraum ist sehr viel kleiner. Um trotzdem das bestmögliche Farbergebnis hinzubekommen, kann hier durch gutes **Colour Management** gegen gearbeitet werden. Beachtet, dass ihr in einem gleichbleibenden Arbeitsfarbraum (RGB) eure Bilder bearbeitet und dieser auch in den Bildern eingebettet ist (außer bei SW-Bildern). Ihr solltet eure Bilder im RGB-Farbraum belassen, da sonst wichtige Farbinformationen für spätere Bearbeitungen verloren gehen. Die Umwandlung in den CMYK-Farbraum könnt ihr entweder bei der Reinzeichnung selbst vornehmen (bitte hier unbedingt immer das gleiche Ausgabeprofil zuweisen) oder durch InDesign automatisieren lassen. Beim PDF-Export könnt ihr alles in ein Ausgabeprofil umschreiben lassen. Die Umwandlung könnt ihr schon vorm Export im Preflight simulieren lassen, wenn ihr euch unsicher seid.

t8 papierspezifika und druck

Wenn ihr euch tiefergehend mit der Papierauswahl beschäftigt, ist es ratsam sich Musterbücher von den verschiedenen Herstellern bzw. Lieferanten anzusehen. In der Regel bieten diese ein großes Portfolio an Papieren zu unterschiedlichen Zwecken an. Dabei kann es aber auch sein, dass Papiere nicht für das Druckverfahren geeignet sind oder teilweise auch nicht in der Größe oder Laufrichtung verfügbar sind, die ihr für eurer Buch benötigt. Es gibt in der Regel zu jedem Papier ein Datenblatt, auf dem diese Informationen vermerkt sind. Achtung: Manche Papiersorten sind nur für gewerbliche Kunden in großen Mengen (Ries) zu erwerben und müssen direkt über die Druckerei bestellt werden.

t9 druck-pdf aus indesign erstellen

<https://www.youtube.com/watch?v=GV1I6DhYsx8>

t10 verschiedene bindungen

Je nach Bindung muss darauf geachtet werden, wie die Seitenzahl ausfällt. Das ist insofern wichtig, als das das Buch in der Druckvorstufe ausgeschossen wird und die Einzelseiten passend auf den Druckbögen angeordnet werden. Je nach Druckverfahren und Größe des Druckbogens ist es daher sehr wichtig zu beachten, dass die Seitenzahl passend angelegt ist. Achtung: Zur besagten Seitenzahl gehören weder Vorsatzpapier noch Cover. Im Dokument solltet ihr das Buch also in Doppelseiten anlegen. Es ist auch richtig, dass das Layout dann mit einer Einzelseite beginnt und aufhört, da man beim Aufschlagen des Buchs ja auch mit einer Einzelseite beginnt. Im Detail sollte die Seitenzahl folgendermaßen ausfallen:

Schulheftbindung/Klammerheftung

Seitenzahl muss durch 4 teilbar sein. Cover/Innencover muss entsprechend auch durch vier teilbar sein, da alle Bögen inkl. Cover ineinander gesteckt und dann gebunden werden. Hier wird kein Vorsatzpapier benutzt.

Klebebindung

Bei dieser Bindung muss die Seitenzahl durch 2 teilbar sein, da nur einzelne Seiten, die vorder- und rückseitig bedruckt werden, verklebt werden. Beim Softcover sollte hier bedacht werden, dass dieses eine Vorder- und Rückseite hat, also sollte es als Druckbogen bestehend aus 4 Seiten inkl. Rückenstärke angelegt sein. Hier brauchen wir kein Vorsatzpapier.

Japanische Bindung

Hier werden die Einzelseiten übereinander gelegt, gelocht und miteinander vernäht. Dementsprechend muss die Seitenzahl durch zwei teilbar sein. Wenn die Bögen gefalzt und an der offenen Seite aneinander genäht werden sollten, sollte man hier Druckbögen mit Außen- und Innenseite anlegen.

Fadenheftung

Bei der klassischen Fadenheftung muss die Seitenzahl durch vier teilbar sein. Es werden jeweils vier Einzelseiten auf die Vorder- und Rückseite eines Bogens gedruckt, dieser wird in der Mitte gefalzt und mit weiteren Bögen zu Lagen zusammengelegt. Die Anzahl der Lagen ist abhängig von der Seitenzahl und sollte je nach Dicke des Papiers zwischen 2er-, 3er- und 4er-Lagen variieren. Die Anordnung auf dem Druckbogen und die Anordnung der Lagen wird in der Druckvorstufe gemacht, sodass bei Layouten lediglich darauf geachtet werden sollte, dass die finale Seitenzahl durch vier teilbar ist.

t11 rückenstärke berechnen

Um die Stärke des Rückens vorab zu errechnen, sollte folgende Formel benutzt werden: $(\text{Seitenzahl}/2) \times (\text{Papierstärke}/1000)$. Die Papierstärke wird in g/m^2 angegeben, das Ergebnis wird dann in mm angegeben. Beispiel: Dein Buch hat 80 Seiten und eine Papierstärke von $120\text{g}/\text{m}^2$, also wird die Rechnung folgendermaßen angewandt: $(80/2) \times (120/1000) = 4,8\text{ mm}$.

Die Rückenstärke deines Buchblocks beträgt dann 4,8 mm ohne Umschlag. Der Umschlag hat je nach Art und Beschaffenheit des Materials natürlich auch eine Stärke, die dann noch dazu addiert werden müsste.

t12 pdf in acrobat prüfen

Der PDF-Preflight in Acrobat ist ein sehr wichtiges Tool, um die PDF zu prüfen, bevor ihr diese in den Druck gebt. Dafür sollte aber vorab ein Preflight-Profil eingerichtet werden, sodass die richtigen Aspekte geprüft werden (<https://www.youtube.com/watch?v=inFZe8BYo-YE&t=4s>). Zusätzlich könnt ihr über die Ausgabevorschau prüfen, wie die Farben sich zusammensetzen, ob ggf. Sonderfarben aus Versehen angelegt wurden oder auch, ob diese ausgegeben wurden, wenn sie mit Absicht angelegt wurden. Außerdem könnt ihr auch hier noch einmal überprüfen, ob der Beschnitt und die Schnittmarken ausgegeben wurden, ob alle Bilder angezeigt werden oder diese ggf. auf Überdrucken stehen. Nehmt euch die Zeit eure PDFs in Ruhe anzuschauen, damit ihr sicher sein könnt, dass das Buch am Ende so wird, wie ihr euch das vorgestellt habt. Eine Anleitung zum Einrichten des Preflight-Profiles findet ihr hier: fh-dortmund.sciebo.de/s/qMICJjlgZPpQZk0?path=%2Ftechnik#pdfviewer

t13 informationen zur papierbestellung

Wenn ihr euer Papier selbst bestellt, achtet bitte darauf, dass dieses größer ist, als das Endformat vom Buch. Die Schnittmarken und der Beschnitt müssen noch auf das Papier passen und der normale Druckrand einer Druckmaschine liegt bei 5 mm rundherum.

Zudem ist es wichtig, dass das Papier die richtige **Laufriechung** hat. Diese sollte parallel zum Rücken verlaufen. Die Laufriechung wird in SB (Schmalbahn) oder BB (Breitbahn) angelegt. Beachtet, dass wenn das Papier sehr viel größer ist, sich die Laufriechung je nach Schnitt immer wieder ändert. Im Zweifelsfall in der Druckerei oder beim Hersteller nachfragen.

Es ist nicht falsch ein bisschen Puffer zum Andrucken, Einrichten und Ausrichten einzuplanen. Dabei sollten je nach Druckverfahren mindestens 15 Bögen eingeplant werden.

QUELLENANGABEN

ESSAY: SEITE / DOPPELSEITE / FALZ

Bosshard, Hans-Rudolf Bosshard: Technische Grundlagen zur Satzherstellung. Vlg. des Bildungsverbandes Schweizerischer Typographen BST. Zürich. 1980.

Hochuli, Jost: Bücher machen. Eine Einführung in die Buchgestaltung, im besonderen in die Buchtypografie. Deutscher Kunstverlag. München, Berlin. 1990.

Holt, Neil / Jacobs, Stephanie / von Velsen, Nicola (Hrsg.): Papier. Material, Medium und Faszination. Prestel Verlag. München. 2018.

Tschichold, Jan: Schriften 1925–1974. Schriften 1947–1974 (2 Bände). Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1992.

Willberg, Hans Peter / Forssmann, Friedrich: Lesetypografie. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1997.

ESSAY: ORDNUNGSSYSTEME

Bosshard, Hans-Rudolf: Technische Grundlagen zur Satzherstellung. Vlg. des Bildungsverbandes Schweizerischer Typographen BST. Zürich. 1980.

Bringhurst, Robert: The Elements of Typographic Style. Hartley & Marks Publishers. Vancouver. 2004.

Lupton, Ellen: Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. Princeton Architectural Press. 2010. (2. Edition).

Müller-Brockmann, Josef: Rastersysteme für die visuelle Gestaltung. Ein Handbuch für Grafiker, Typografen und Ausstellungsgestalter. Niggli Verlag. Zürich. 1981.

Nikkels, Walter: Der Raum des Buches: Essays über Buch. Katalog, Architektur, Zeitung und Plakat. Tropen Verlag. Köln. 1998.

Tschichold, Jan: Schriften 1925–1974. Schriften 1947–1974 (2 Bände). Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1992.

Willberg, Hans P. / Forssmann, Friedrich: Lesetypografie. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1997.

LITERATURLISTE

FOKUS: BUCHGESTALTUNG

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Suhrkamp Verlag. Berlin. 1996. (22. Ausgabe)

Böhringer, Joachim / Bühler, Peter / Schlaich, Patrick: Kompendium der Mediengestaltung: Konzeption und Gestaltung für Digital- und Printmedien. Springer Verlag. Berlin. 2011.

Carriere, Jean-Claude / Eco, Umberto: Die große Zukunft des Buches; Carl Hanser Verlag. München. 2010.

Deleuze, Gilles / Guattari, Félix: Rhizom. Merve Verlag. Berlin. 1977.

Dreesen, Markus / Grumm, Lina / König, Anne / Wenzel, Jan: Liner Notes. Gespräche über das Büchermachen, Leipzig z.B.. Spector Books. Leipzig. 2009.

Eco, Umberto: Die Kunst der Bücherliebens. Carl Hanser Verlag. München. 2009.

Emmel, Sebastian: Monolog, Entscheidungsfindungen zur Buchgestaltung, Niggli Verlag. Zürich. 2010.

Fawcett Tang, Roger / Roberts, Caroline: Buchdesign heute. Stiebner. München. 2004.

Flusser, Vilém: Die Schrift. Hat Schreiben Zukunft? European Photography. Göttingen. 1987.

Forssman, Friedrich: Wie ich Bücher gestalte. Reihe: Ästhetik des Buches, Bd. 6. Wallstein Verlag. Göttingen. 2015.

Hilz, Helmut: Geschichte des Buches. Von der alten Welt bis zur Gegenwart. Verlag C.H.Beck. München. 2022.

Hochuli, Jost: Bücher machen. Eine Einführung in die Buchgestaltung, im besonderen in die Buchtypografie. Deutscher Kunstverlag. München, Berlin. 1990.

Hochuli, Jost / Kinross, Robin: Bücher machen: Praxis und Theorie. Verlagsgenossenschaft St. Gallen. 1996.

Hubner, Matthias / Klanten, Robert (Hrsg.): Fully Booked: Cover Art and Design for Books. Die Gestalten Verlag. Berlin. 2008.

Hubner, Matthias / Klanten, Robert (Hrsg.): Fully Booked: Ink on Paper. Design and Concepts for New Publications. Die Gestalten Verlag. Berlin. 2013.

Jaeggi, Martin / Stahel, Urs / Wieseler, Miriam: Walter Keller, Beruf: Verleger. Edition Patrick Frey. Zürich. 2019.

Jochum, Uwe: Kleine Bibliotheksgeschichte. Reclam Universal-Bibliothek. Stuttgart. 2007.

Jochum, Uwe: Medienkörper, Wandmedien, Handmedien, Digitalia. Reihe: Ästhetik des Buches, Bd. 5. Wallstein Verlag. Göttingen. 2014.

Kühnast, Greta (Hrsg.): Hans-Peter Feldmann. Bücher, Publikationen, Hefte. 1960er Jahre – 2021. Verlag der Buchhandlung Walther König. Köln. 2022.

Küng, Moritz / König, Walther (Hrsg.): Blank. Raw. Illegible... Artists' Books as Statements (1960–2022). Verlag der Buchhandlung Walther König. Köln. 2023.

McLuhan, Marshall: Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters. Econ-Verlag. Düsseldorf. 1968.

Müller-Brockmann, Josef: Rastersysteme für die visuelle Gestaltung. Ein Handbuch für Grafiker, Typografen und Ausstellungsgestalter. Niggli Verlag. Zürich. 1981.

Nikkels, Walter: Der Raum des Buches: Essays über Buch, Katalog, Architektur, Zeitung und Plakat. Tropen Verlag. Köln. 1998.

Nikkels, Walter / Bierma, Wigger / Davidts, Wouter: Walter Nikkels: Depicted / Afgebeeld / Abgebildet: depicted, abgebildet. afgebeeld. Tropen Verlag. Köln. 2013.

Noordzij, Gerrit: The Stroke. Theory of Writing. Buitenkant. Amsterdam. 2019.

Pamminger, Walter: Konzeptionelles Buchgestalten; Reihe: Ästhetik des Buches, Bd. 10. Wallstein Verlag. Göttingen. 2018.

Pamminger, Walter: Exzess des Buches. Aus der Reihe: allaphbed, Ausgabe 12. Institut für Buchkunst. Leipzig. 2007.

Rautenberg, Ursula / Wetzels, Dirk: Buch. Max Niemeyer Verlag. Tübingen. 2001.

Rautenberg, Ursula / Titel, Volker: Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft. Universität Erlangen-Nürnberg. 2004.

Roth, Andrew: Artists Who Make Books. Phaidon Press. London. 2017.

Schmidt, Helmut: Gestaltung ist Haltung / Design Is Attitude. Hrsg. Victor Malsy, Philipp Teufel, Fjodor Gejko. Birkhäuser Verlag Basel. 2006.

Schmitz Emans, Monika: Buchgestaltung als Poiesis. Brill Verlag. Boston. 2021.

Schmitz Emans, Monika: Literatur, Buchgestaltung und Buchkunst. De Gruyter. Berlin. 2019.

Schneider, U. J. (Hrsg.): Textkünste: Buchrevolution um 1500. Philipp von Zabern. Darmstadt. 2016.

Spoerhase, Carlos: Linie, Fläche, Linie, Fläche, Raum: Die drei Dimensionen des Buches in der Diskussion der Gegenwart und der Moderne (Valéry, Benjamin, Moholy-Nagy). Reihe: Ästhetik des Buches, Bd. 8. Wallstein Verlag. Göttingen. 2016.

Stoltz, Ulrike: Kreuz & quer – hin & her: zappen bzw. nicht-lineares Lesen im Buch. Eigenverlag. Offenbach am Main. 2011.

Tholen, Maret / Nicolas, Omar / Verleger: Dialog der Schrift: Autorschaft in der Gestaltung. Muthesius Kunsthochschule. Raum der Publikation. Kiel. 2012.

Tschichold, Jan: Ausgewählte Aufsätze über Fragen der Gestalt des Buches und der Typografie. Birkhäuser Verlag. Basel. 1993. (2. Auflage)

Tschichold, Jan: Schriften 1925–1974. Schriften 1947–1974 (2 Bände). Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1992.

Victionary: A Book on Books. Celebrating the art of book design today. Thames & Hudson. London. 2021.

Voelker, Ulysses: Ordnung in der Gestaltung, Grafische Raster in Theorie und Praxis. Niggli Verlag, Zürich. 2018.

Werfel, Silvia: Buchgestaltung in Deutschland. Reihe: Ästhetik des Buches, Bd. 14. Wallstein Verlag, Göttingen. 2021.

FOKUS: BUCHBINDUNG

Dias, Rúben / Oliveira, Rui / Martins, Fábio / Dantas, Ricardo: The Book Block: Industrial Bookbinding Techniques. Itemzero Lda. Espinho. 2019.

Dias, Rúben / Oliveira, Rui / Martins, Fábio / Dantas, Ricardo: The Book Cover: Industrial Bookbinding Techniques. temzero Lda. Espinho. 2021.

Morlok, Franziska / Waszelewski, Miriam: Vom Blatt zum Blättern: falzen, heften, binden für Gestalter. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2017.

Smith, Esther K.: How to make Books: Fold, Cut & Stitch Your Way to a One-of-a-Kind Book. Potter Craft. New York. 2007.

Weston, Heather: Buchbinden – vom Handwerk zur Kunst. Haupt Verlag. Bern. 2010.

Wiese, Fritz: Der Bucheinband. Schlütersche Verlagsanstalt und Druckerei GmbH & Co. Hannover 1983.

Withers, Laurence K.: How to Fold (Packaging and Folding). Pepin Press. Amsterdam. 2002.

Zeier, Franz: Schachtel Mappe Bucheinband: Die Grundlagen des Buchbindens für alle, die dieses Handwerk schätzen: für Werklehrer, Fachleute und Liebhaber. Haupt Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2010. (6. Auflage)

FOKUS: TYPOGRAFIE

Aicher, Otl: Typografie. Ernst & Sohn. Berlin. 1988.

Aicher, Otl: Typographie. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2005 (Reprint der Originalausgabe)

Ambrose, Gavin / Harris, Paul: Grundlagen der Typografie. Stiebner. München. 2007.

Bergerhausen, Johannes / Poarangan, Siri: decodeunicode: Die Schriftzeichen der Welt. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2011.

Borinski, Ulrike / Gorbach, Rudolf (Hrsg.): Lesbar: Typografie in der Wissensvermittlung. Triest Verlag. Zürich. 2019.

Bosshard, Hans-Rudolf: Typografie, Schrift, Lesbarkeit. Niggli Verlag. Zürich. 1996.

Bosshard, Hans-Rudolf: Der typografische Raster – The Typographic Grid. Niggli Verlag. Zürich. 2000.

de Jong, Stephanie / de Jong, Ralf: Schriftwechsel. Schrift sehen, verstehen, wählen und vermitteln. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2008.

Dilba, Eberhard: Typografie-Lexikon und Lesebuch für alle. BoD – Books on Demand GmbH. Norderstedt. 2008. (2. Auflage).

Elam, Kimberly: Typografische Systeme. Princeton Architectural Press. New York. 2009.

Filek, Jan: Read/ability. Typografie und Lesbarkeit. Niggli Verlag. Zürich. 2013.

Forssman, Friedrich / de Jong, Ralf: Detailtypografie: Nachschlagewerk für alle Fragen zu Schrift und Satz. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2004 (4. Auflage).

Gautier, Damien / Gautier, Claire: Gestaltung. Typografie etc. Ein Handbuch. Niggli Verlag. Zürich. 2010.

Haarmann, Harald: Geschichte der Schrift. Verlag C.H.Beck. München. 2002.

Hartwich, Tabea / Kemmer, Jana: Overlap digitale Typografie. Niggli Verlag. Zürich. 2016.

Hochuli, Jost: Das Detail in der Typografie. Niggli Verlag. Zürich. 2011.

Kaplan, Stephanie: Die Aktivität des Lesens. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2007.

Krauß, Manuela: Typografie für Grafikdesigner. wvb. Wissenschaftlicher Verlag. Berlin. 2014.

Lupton, Ellen: Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. Princeton Architectural Press. 2010. (2. Edition).

Öttl, Sabrina: Der erste Eindruck zählt! Das Handwerk der Typografie verstehen und anwenden. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2020.

Ruder, Emil: Typographie. Niggli Verlag. Zürich. 2009. (8. Auflage).

Sauthoff, Daniel / Wendt, Gilmar / Willberg, Hans Peter: Schriften erkennen. Eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1981.

Schön, Erich / Wende, Waltraud: Lineares und nicht-lineares Lesen. Über den Umgang mit der Schrift. De Gruyter. Berlin. 2005.

Tschichold, Jan: Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie: Eine Fibel für jedermann. Otto Maier Verlag. Ravensburg. 1960.

Unger, Gerard: Wie man's liest. Niggli Verlag. Zürich. 2009.

Voelker, Ulysses: read + play. Einführung in die Typografie. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2015.

Willberg, Hans Peter / Forssmann, Friedrich: Lesetypografie. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1997.

Willberg, Hans Peter / Forssmann, Friedrich: Erste Hilfe in Typografie. Ratgeber für Gestaltung mit Schrift. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 1999.

Willberg, Hans Peter: Wegweiser Schrift. Erste Hilfe für den Umgang mit Schriften. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2001.

Witte, Hannah: Typohacks – Handbuch für gendersensible Sprache und Typografie. Verlag Form. Frankfurt am Main. 2021.

Wörgötter, Michael: TypeSelect. Verlag Hermann Schmidt. Mainz. 2010. (2. Auflage).

MAGAZINE

form design magazine
<https://form.de/>

grafik magazin
<https://grafikmagazin.de/>

slanted
<https://www.slanted.de/>

PODCAST

Form Design Podcast
<https://form.de/blogs/podcast?srsId=AfmBOopJK-h9IbY9E9gZUVz4UWxa-ECsjNdOMtkJ8GbuYiEWaA3yRHEHl>

Stiftung Buchkunst: Leipzigs Neue Seiten
<https://www.stiftung-buchkunst.de/news-events/?category=3>

Sebastian Moock:
Das typografische Manifest
<https://typomanifest.de/typomanifest-podcast/>

Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle: Hurra Hurra – ein Designpodcast der BURG
<https://www.burg-halle.de/hochschule/hochschulkultur/podcast/>

Deutscher Design Club
<https://www.ddc.de/de/magazin/ddcast.php>

ONLINE

Hagen Verleger im Gespräch mit Jan Wenzel. Was ein Buch ist.
<https://www.schloss-wiepersdorf.de/de/audiovisualreader/was-ein-buch-ist-2.html> (aufgerufen am 23.10.2024)

Jan Wenzel. Jedes Buch ein Sourcebook. Über den Umgang mit dem Medium Buch in der zeitgenössischen Kunst; Erschienen in: Das Magazin der Bibliotheken in Sachsen; 2010
<https://slub.qucosa.de/api/qucosa%3A891/attachment/ATT-0/> (aufgerufen am 23.10.2024)

SCHRIFTENPOOL**TYPE FOUNDRIES (FREE TRIALS)**

205.tf
 abcdinamo.com
 alfatypefonts.com
 authentic.website
 bb-bureau.fr
 biancaledies.de
 blazetype.eu
 boulevardlab.com
 bureaubrut.com
 camelot-typefaces.com
 celine-hurka.com
 charlotterohde.de/typefaces/
 displaay.net
 ecal-typefaces.ch
 extraset.ch
 fonts.studiofeixen.ch
 forgotten-shapes.com
 futurefonts.xyz
 goodtypefoundry.com
 grillitype.com
 gruppo-due.com
 heavyweight-type.com
 indiantypefoundry.com
 ingaploennigs.com
 j-ltf.com
 laboldevita.com
 luzi-type.ch/typefaces
 margotleveque.com
 off-type.com
 ohnotype.com
 ourpolitesocietytype.net
 pangrampangram.com
 productiontype.com
 renebieder.com
 rieslingtype.com
 samiraschneuwly.ch
 sharptype.com
 sourcetype.com
 swisstypefaces.com
 tightype.com
 type-department.com
 typefaces.pizza
 typefoundries.de
 typelab.fr
 typotheque.com
 uncut.wtf
 virgileflores.com/typefoundry
 wisetype.nl

TYPE FOUNDRIES (FREE FONTS)

collettivo.it
 design-research.be/by-womxn
 dstype.com
 eliashanzer.com/phase
 fonts.adobe.com
 fonts.google.com
 fontstruct.com
 pampatype.com
 pangrampangram.com
 typotheque.genderfluid.space
 typotheque.luuse.fun
 usemodify.com
 velvetyne.fr

KURATIERTE SCHRIFTSAMMLUNGEN

flintype.com
 fontreviewjournal.com
 fontsinuse.com
 instagram.com/365typefaces

TIPPS UND TOOLS

fontdrop.info
 fontself.com
 letterspacer.huertatipografica.com
 typewolf.com/type-sample
 typografie.info
 typographynerd.de

DIGITALES LEHRBUCH
EDITORIAL DESIGN
Buchgestaltung

HERAUSGEGEBEN VON
Sabine an Huef
buchlabor – forschungsnetzwerk buchmedien
Fachhochschule Dortmund,
Fachbereich Design

KONZEPT
Sabine an Huef,
Bianca Reimann,
Lea Szramek

TEXTE
(wenn nicht anders ausgezeichnet)
Sabine an Huef

GESTALTUNG
Lea Szramek

FOTOGRAFIEN
Yakov Braz

© 2024,
Fachhochschule Dortmund
und die Autor*innen

Das Digitale Lehrbuch Editorial Design:
Buchgestaltung wurde im Rahmen
der Hilf-Förderlinie (Hochschulinterne
Lehrförderung) »Innovative Lehrformate«
der Fachhochschule Dortmund gefördert.

Fachhochschule
Dortmund

University of Applied Sciences and Arts