

Professionelle Gestaltung von Pfarrblättern und -websites

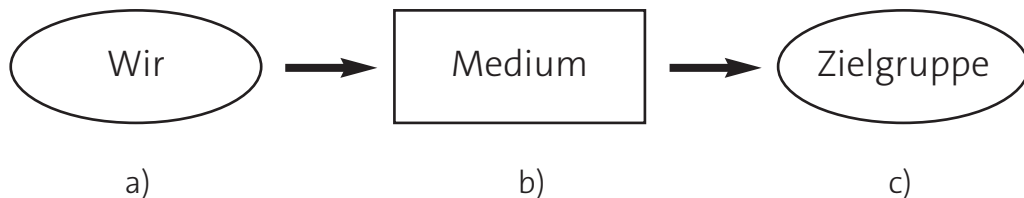
Inhalt

Einleitung	1
Marketingmodell, Konkreter Fall Pfarrblatt	1
Schrift	2
Unterschiede	2
Geschichte der Schrift	3
Schrift-Klassifikation, Anwendung	4
Stilvergleich	5
Typographie	6
Einige Beispiele, häufige Fehler	6
Seitengestaltung	8
Gestaltungsraster, Überschriften, Vorspann, Fließtext	8
Farbe, Graphische Elemente, Weißraum	9
Leseverhalten	10
Wort, Zeile	10
Spalten	11
Leserführung	12
Pfarrzeitung	13
Elemente	13
Tipps	14
Nützliches	15

Einleitung

Das Pfarrblatt/die Pfarrwebsite als Medium im Rahmen eines Marketingmodells

Marketingmodell



- a) **Wir:** wer sind wir (Identität), was wollen wir (Ziele), wie werden wir gesehen, wie wollen wir gesehen werden (Positionierung, Image)?
- c) **Zielgruppe:** wer ist unsere Zielgruppe (Alter, Einkommen, Familienstand, Bildungsniveau, Wohnort, ...) welche Bedürfnisse hat sie, welche Lesegewohnheiten, welche Erwartungen an uns?
- b) **Medium:** Wie muss daher mein Medium beschaffen sein, wie muss es aussehen, damit ich meine Zielgruppe erreiche?

Konkreter Fall Pfarrblatt

- a) Will ich konservativ/progressiv, modern/zeitlos, jugendlich/gesetzt, kühl/persönlich wirken?
- c) Was erwarten sich die LeserInnen? Welche Informationen, welches Erscheinungsbild, welche Anmutung wollen die Leser?
- b) Wie muss daher das Pfarrblatt gestaltet sein, damit es auch gelesen wird?

Inhalt: muss interessant, relevant, adäquat sein.

Form: zielgruppengerecht, imagekonform, zum Inhalt passend.
(Designgrundsatz: „form follows function“)

Unterschiede

1 2 3 4 5
u u u u u
6 7 8 9 10
u u u u u

Sa na

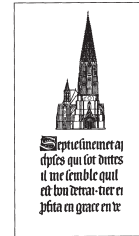
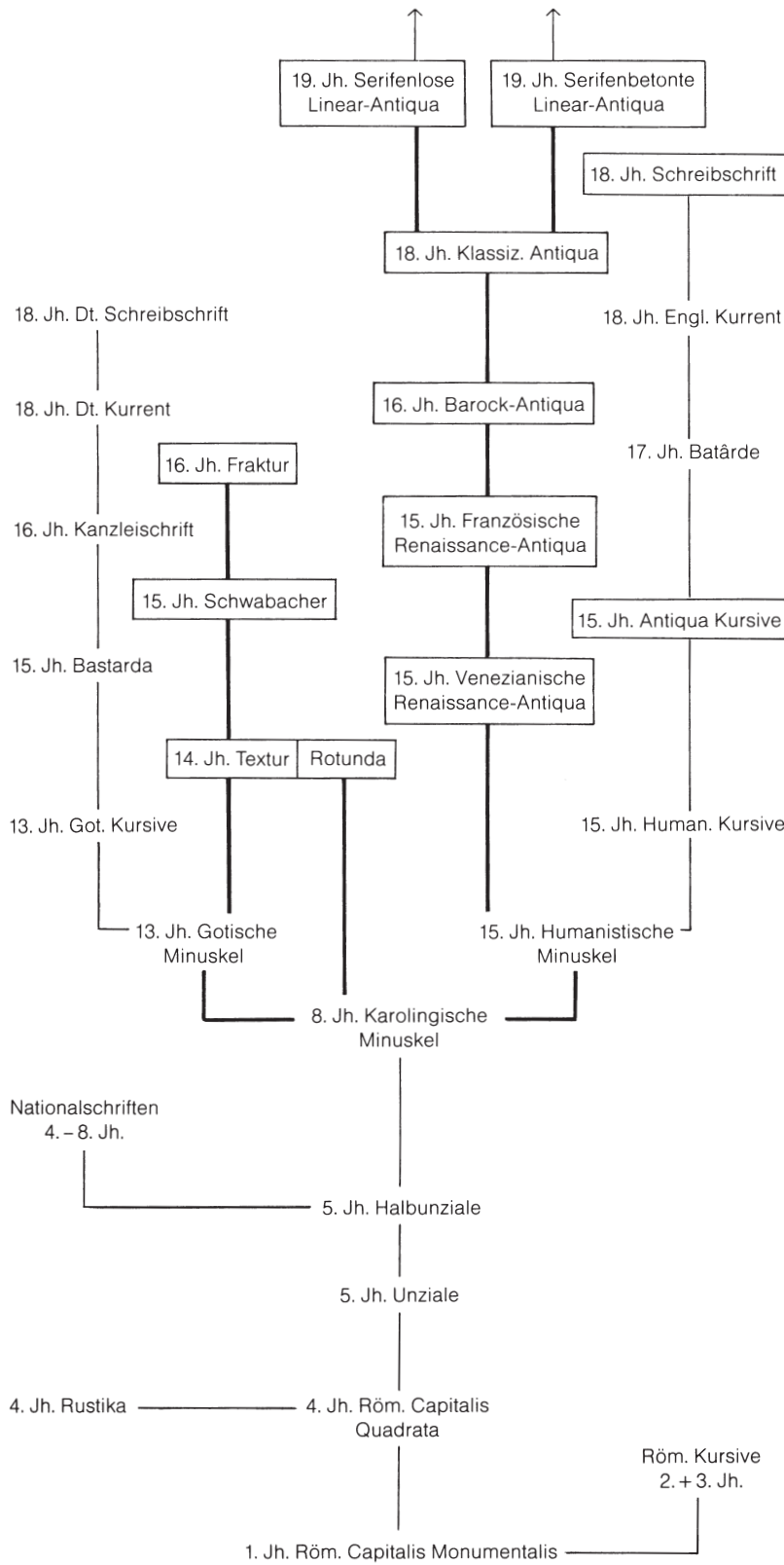
Vis m

K nst

Dat m

Hind

Geschichte der Schrift



Schrift-Klassifikation

1. Renaissance-Antiqua

Haar- u. Grundstriche kontrastarm, dreieckige obere Serifen, Rundungsachse links geneigt, ruhiges Gesamtbild. Beispiel: Palatino

2. Barock-Antiqua

Haar- u. Grundstriche kontrastreich, Rundungsachse senkrecht, wenig ausgerundete Serifen, obere Serifen schräg. Beispiel: Times

3. Klassizistische Antiqua

sehr kontrastreich, obere Serifen waagrecht, dünne Serifen in Stärke der Haarstriche, Serifen kaum ausgerundet. Beispiel: Bodoni

4. Serifenbetonte Antiqua

Haar- u. Grundstriche unterscheiden sich kaum, starke, selten ausgerundete Serifen, große x-Höhe. Beispiel: Glypha

5. Serifenlose Antiqua

Wenig Strichkontrast, senkrechte Ausrichtung. Beispiel: Helvetica

6. Antiqua-Varianten

Oft als Displayschriften bezeichnet. Weichen in ihrer Strichführung von den vorigen Gruppen ab. Beispiel: Arnold Böcklin

7. Schreibschriften

Die zur Drucktype gewordenen „lateinischen“ Schul- und Kanzleischriften. Beispiel: Künstler-Script

8. Gebrochene Schriften

Mittelalterliche Texturschriften, von Mönchen geschrieben, von Holzschneidern geschnitten, von Gutenberg als bewegliche Lettern gegossen. Beispiel: Fette Fraktur

Typographie

Typographie

Typographie

Typographie

Typographie

Typographie

Typographie

Typographie

Anwendung

Traditionell: Grotesk, Display → Headline, Serif → Copy

Heute: alles ist erlaubt. Was will ich erreichen?

Stil! Richtige Schriftwahl wichtig für den Charakter eines Mediums.

Stilvergleich

			PIETÄT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT
			PIETAT

„Typographie ist die Lehre des Gestaltens einer Drucksache, um eine optimale Lesbarkeit zu erzielen. Die Kunst dabei ist der Umgang mit den typographischen Gestaltungsmitteln Bild, Schrift, Fläche, Linie und Farbe und deren harmonische Anordnung und Kombination auf einem ausgewählten Format“ (M. Siemoneit)

Einige Beispiele, häufige Fehler

- ▶ Anführungszeichen richtig im Deutschen:

„Text“, »Text«

- ▶ Bindestrich (das Divis, das Trennzeichen)

Tren-nung

- ▶ Gedankenstrich

13.00–16.00 Uhr, € 50,—

- ▶ Weiche Trennungen: teilen an gewünschter Stelle bei Bedarf ab, wenn kein Bedarf mehr verschwinden sie wieder. Mac: Cmd+ -, Windows: Ctrl+ -
- ▶ Trennungen richtig einstellen (Aufreißen des Textes vermeiden)

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten „normalen“ Texten nicht gelingt.

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten „normalen“ Texten nicht gelingt.

- ▶ Doppelblanks raus („wer zwei mal hintereinander die Leertaste drückt, macht etwas falsch“)
- ▶ Unterschneiden: Kerning, Zeichenausgleich:

Teer Vater T V W r v
 Wunder, Te Va Wu r, v.
 alternativ.

- ▶ Spacing (Laufweite)

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten „normalen“ Texten nicht gelingt.

Space -2

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten „normalen“ Texten nicht gelingt.

Space 2

- ▶ Ligaturen

fi ▶ fi, fl ▶ fl, st ▶ st

- ▶ Ellipse (Drei Punkte)

Drei Punkte (Abstand zu gering) ... typographische Ellipse ...

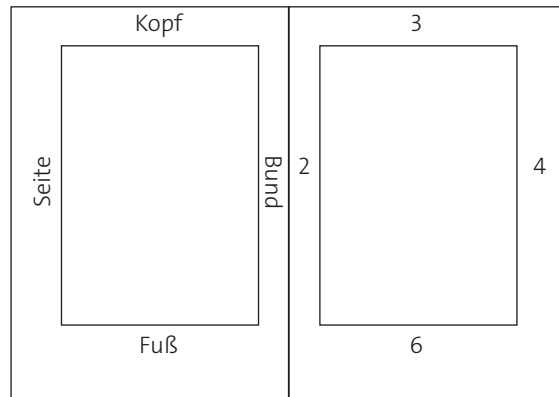
- ▶ Akzent Akut versus Apostroph

regnet's? „ja!“ rief er“

Liberté Crème fraîche

Gestaltungsraster

Satzspiegel mit Spalten
Ränder im richtigen Verhältnis
Standardseitenelemente:
Kopf- und Fußzeilen,
Paginierung, Logos, Symbole
Beispiel rechts: klassischer
Satzspiegel eines Buches
(Roman)



Überschriften

(Headlines): Hierarchische Ordnung? Definition von Schriftart, -größe, Zeilenabstand, Space, Plazierung, Abstand, Ausrichtung, Farbe ...

Vorspann

(Einlaufertext)

Fließtext

(Laufertext, Copy), wie oben. Grauwert!

Artikel sollten nicht auf der nächsten Seite weiterlaufen (schon gar nicht etliche Seiten weiter hinten)

- ▶ Lange Artikel in mehrere kurze mit jeweils eigener Überschrift aufsplitten.

Lange Artikel durch Zwischentitel gliedern. (Zwischentitel sollten eindeutig als dem folgenden Absatz zugehörig erkennbar sein.)

Lange Artikel durch Zitate oder markante Sätze auflockern.

- ▶ Einzüge, Tabulatoren, Silbentrennung einstellen
- ▶ Auszeichnungen (Hervorhebungen): sollten betonen, aber nicht zu sehr aus dem Fließtext herausstechen (wirken sonst zu unruhig/störend).
 - + : Kursiv, Kapitälchen, Fett (bzw. Halbfett/Semibold)
 - : Versale, Gesperrt, Unterstreichen

Ich bin *Blindtext*. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein **BLINDER TEXT** zu sein: Man macht keinen Sinn.

Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein **schlechter Text**? Ich weiß, dass ich nie

die **CHANCE** haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten „normalen“ Texten nicht gelingt.

Farbe

1C (z. B.: s/w), 2C (z. B.: Schwarz plus Schmuckfarbe), 4C (CMYK)
Kostenfaktor. Wirkung.

Graphische Elemente

Bilder, Graphiken, Zeichnungen, Karikaturen, Fotos, Tabellen, Kästen, Linien ...

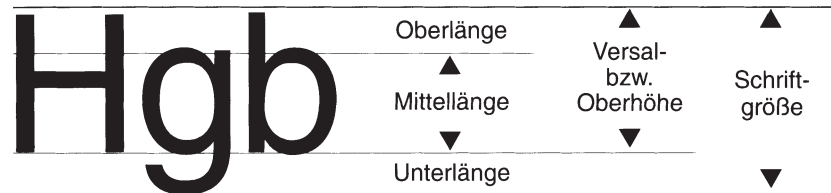
- ▶ Jede Seite hat ein oder mehrere Bildelemente.
- ▶ Jedes Bild hat einen Bildtext (Bildunterschrift, Legende).
- ▶ Bilder müssen dem jeweiligen Artikel klar zugeordnet sein.
- ▶ Bilder nicht in einer Ecke zusammenballen, sondern gut verteilen.
- ▶ Personen dürfen nicht aus einer Seite heraus schauen.
- ▶ Qualität der Bilder beachten. Je nach Produktionsweise sind verschiedene Vorlagen als Bildelemente geeignet (besonders bei Photos wichtig).
- ▶ Fotos: Bildausschnitt richtig wählen.

Weißraum

Wichtiges Gestaltungsmittel! Eine Seite braucht auch „Luft zum Atmen“.
Ausgewogenes Verhältnis der einzelnen Elemente.
„Rand zum Angreifen“

Wort

Unterteilung der Schriftzeichen



Beim Lesen wird nicht buchstabiert, sondern das Wort an seiner Kontur, an seinem „Wortbild erkannt“ (Versalhöhe, Mittel-, Ober-, Unterlänge)

Hamburgetonts

HAMBURGETONTS

Zeile

Lesen besteht aus Sakkaden und Fixationen. Daher soll die Zeilenlänge nicht zu lang sein (abhängig von der Schriftgröße) → 35–60 Zeichen/Zeile

Serifen bilden Zeilen und erleichtern das Zurückspringen (angeblich)

Zeilenabstand nicht zu klein (auch nicht zu groß) → ZAB = mind. 120 % der Versalhöhe, besser etwas mehr

Registerhaltigkeit

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weni-

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiß, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weni-

Spalten

Zeilenlänge bestimmt Spaltenbreite. (nicht zu schmal)
Wieviele Spalten pro Seite? Rasterystem!

Ausrichtung: linksbündig (Flattersatz – Rauhsatz),
rechtsbündig, zentriert, Blocksatz

Blocksatz kontra Flattersatz

Text kann auf fünf verschiedene Weisen ausgerichtet werden: linksbündig, rechts flatternd; rechtsbündig, links flatternd; im Block; zentriert; asymmetrisch.

Linksbündiger, rechts flatternder Text produziert gleichmäßigen Buchstaben- und Wortabstand. Da Zeilen an verschiedenen Stellen enden, kann der Leser leicht jede neue Zeile identifizieren. Dies ist wahrscheinlich die am leichtesten lesbare Ausrichtung der Schrift.

Rechtsbündiger, links flatternder Satz arbeitet gegen den Leser, denn es macht ihm schwer, die neue Zeile zu finden. Diese Methode ist für kleine Textmengen brauchbar, für größere jedoch nicht zu empfehlen.

Blocksatz (Text rechts und links bündig) kann sehr gut lesbar sein, wenn der Designer darauf achtet, daß die Spationierung zwischen den Buchstaben und den Wörtern konsistent ist und daß abscheuliche Lücken nicht den Textfluß behindern. Mit guter Desktop Publishing Software kann der Designer die Spationierung optimal einstellen.

Eine zentrierte Ausrichtung gibt dem Text ein formelles Aussehen und ist gut geeignet, wenn sparsam eingesetzt. Große Textmengen so zu setzen sollte jedoch vermieden werden.

Asymmetrische Anordnungen werden benutzt, wenn der Designer wünscht,

den Text in logische aufzuteilen

„Denkeinheiten“

oder der Seite

eine expressivere Erscheinung zu verleihen.

Offensichtlich ist,

daß es den Leser ermüdet,

wenn größere Textmengen

auf diese Weise gesetzt sind.

Leserführung

Titelseite als Schaufenster (Image, Vorschau auf den Inhalt)

Inhaltsverzeichnis

Klare Aufteilung

Seitenzahlen (Paginierung)

Blickfang als Einstieg in die Seite : Bild, Bildunterschrift (BU), Headline (HL)

Regeln:

Grundsätzliches

Lesen heißt arbeiten. Durch die Gestaltung der Zeitung muß dem Leser die Arbeit erleichtert werden.

Die Seite sollte nicht zu vollgestopft werden, weil sie dann unübersichtlich wird.

Der Leser soll jeden Tag ein klar gegliedertes, übersichtliches Produkt erhalten.

Der Leser orientiert sich zunächst an Bildern und Überschriften. Hier klare Zuordnungen oder Abtrennungen zu schaffen, ist besonders wichtig.

Jede Seite sollte einen eindeutigen Schwerpunkt haben. Das kann ein Bild sein oder eine Überschrift.

Durch die klare Setzung eines Schwerpunktes wird dem Leser ein Einstieg in die Seite vorgegeben.

Bilder

Eine Seite ohne Bilder ist abzulehnen, weil sie dem Leser keinen Einstiegspunkt anbietet.

Bilder sollten nie als Füllmaterial dienen, weil der Leser sich sehr stark an Bildern orientiert und sie meist zuerst anschaut.

Schmuckbilder, die nicht zu einem Beitrag gehören, sollten in einen Rahmen gestellt werden, damit sie nicht falsch zugeordnet werden können.

Bilder, die zu einem Artikel gehören, sollten mit dem Text einen Block bilden: Blockumbruch.

Bilder sollten nicht in einer Ecke geballt sein. Man sollte sie lieber über die Seite verteilen.

Bilder dürfen im Bruch stehen, sofern es keine Druckprobleme gibt.

Kurze Artikel

Kurze Artikel oder Meldungen werden von den Lesern sehr intensiv genutzt. Sie müssen in Spalten oder Kästen zusammengefaßt werden.

Kurze Artikel dürfen nie an einen langen Beitrag angehängt werden, weil falsche inhaltliche Zuordnungen möglich sind.

Überschriften

Die Überschrift sollte klar und eindeutig formuliert sein. Der Leser soll wissen, welches Thema in dem Beitrag behandelt werden soll.

Lieber eine relativ lange Überschrift als eine kurze nichtssagende.

Der Überschriften-Apparat sollte nicht zu weit ausgedehnt werden. Es ist nicht sinnvoll, Dach- und Unterzeile zu verwenden.

Grundtext

Der Vorspann sollte nicht zu lang sein. Er sollte inhaltlich das Thema weiter anreißen, ohne zusammenfassend sein zu müssen.

Je länger ein Beitrag ist, desto unwahrscheinlicher ist es, das er zuende gelesen wird.

Es ist für den Leser normal, einen Beitrag mitten im Text abzubrechen.

Die wichtigsten Themen eines Artikels sollten am Anfang stehen. Die Lesewahrscheinlichkeit sinkt mit der Länge des Beitrags.

Lange Artikel

Lange Artikel müssen durch Zwischenüberschriften gegliedert werden.

Lange Artikel sollten durch ein großflächiges Bild eingeleitet werden, damit das Interesse des Lesers geweckt wird.

Lange Artikel werden gelesen, wenn bestimmte Faktoren zusammenkommen:

- Bild als Aufmacher,
- gut getextete Überschrift,
- Grundtext durch Zwischenüberschriften gegliedert,
- interessantes Thema.

Lange Artikel werden nicht gelesen, wenn folgende Faktoren zusammenkommen:

- kein Bild,
- unklar formulierte Überschrift,
- Grundtext ohne Zwischenüberschrift,
- uninteressantes Thema.

Lange Artikel können in verschiedene kurze aufgesplittet werden, die jeweils eine Überschrift erhalten.

Plazierung

Die Plazierung eines Artikels auf der Seite ist nicht entscheidend. Der Leser findet selbst die Themen, die ihn interessieren.

Leser, die die Zeitung von vorne nach hinten lesen, schauen meist zuerst auf die linke Seite.

Leser, die die Zeitung von hinten nach vorne lesen, schauen meist zuerst auf die rechte Seite.

Beiträge ohne Bild am Kopf der Seite werden unter Umständen trotz der guten Plazierung nicht gelesen.

Beiträge mit Bild am Fuß der Seite können hohe Lese-Frequenzen erreichen.

Elemente

Ein Pfarrblatt hat üblicherweise einige ganz typische Bestandteile, die der Tradition und Lesegewohnheit folgend bzw. der Funktionalität entsprechend an bestimmten Stellen im Blatt erscheinen. Darüber hinaus kann es eine Fülle von Elementen geben, die sich in inhaltlicher und formaler Hinsicht sehr unterscheiden können.

Formal lässt sich unterscheiden zwischen „normalen“ redaktionellen Beiträgen, die den Hauptteil des Blattes ausmachen sollten und kleineren zusätzlichen Elementen. Erstere erscheinen meist mehrspaltig, haben eine Headline (Überschrift), einen Vorspann (Einlaufertext) und idealerweise auch ein(e) Bild/Photo/Illustration/Graphik. Letztere sind kürzer, bieten zusätzliche Informationen oder haben eigenständigen Charakter und stehen als Randspalten oder Kästen neben oder zwischen den Artikeln. Nachfolgend eine Menge verschiedenster möglicher Elemente und der Versuch, ihnen einen Platz bzw. eine Form zuzuordnen.

Redaktioneller Teil

- ▶ Editorial/Leitartikel/aus der Redaktion
- ▶ Neuigkeiten, Berichte und Anliegen von verschiedensten Gruppierungen und Hierarchiestufen der Kirche: Pfarre (Gruppen, PGR, versch. Teams, Caritas), Dekanat, Vikariat, Diözese, Österreich, Weltkirche.
- ▶ Grundsätzliche Artikel zum Glauben
Feste im Kirchenjahr, thematischer Artikel, Glaubensfragen, Diskussionsanstöße, Meditation/Gebete, Buchbesprechungen

Infoteil

- ▶ Chronik (Taufen, Ehen, Sterbefälle, Wiedereintritte, Festtage, Gedenktage)
- ▶ Veranstaltungen (Gottesdienste, Konzerte, Reisen, Feste)
- ▶ Sonstige Informationen (Impressum, Telefon, Fax, E-Mail, Adressen, Redaktionsschlüsse, Öffnungszeiten, Autoren, Redaktionsteam)
- ▶ Schmuck- und Füllelemente (Schmuck- und Solobilder, Inserate, Kleinanzeigen, Witze, Cartoons, Tests)
- ▶ Sonstiges: Leserbriefe, Bestellkarten

Cover

Titel (Schriftzug, Logo), Untertitel, Photo, Bildunterschrift, Headline, Inhalt, Nummer der Ausgabe, Datum, Leitartikel (Wort des Pfarrers)

Letzte Seite

Gottesdienste (entweder hier oder sonstwo weiter hinten), Impressum, ev. Platz für Adresskleber, wichtige Hinweise, ev. Meditationstext

Tipps

Die Einhaltung bestimmter Spielregeln bei der Produktion der Pfarrzeitung erleichtert erfahrungsgemäß allen Beteiligten die Arbeit und wirkt sich auch positiv auf das Endergebnis aus.

Redaktions-Team

Idealerweise wird ein Pfarrblatt-Team gebildet: inhaltliche Planung, Timing, Kontakt mit Autoren, Redaktion, Korrektur, Layoutierung, Druckauftrag etc. Arbeitsteilung!

Planung/Einteilung

Seitenspiegel erstellen: Was kommt wohin, wie lang wird welcher Artikel? Welche graphischen Elemente kommen wohin? Berechnen wie viele Zeichen ca. für einen bestimmten Artikel benötigt werden.

Texterfassung

Autoren sollten auf Länge schreiben. Jedes Textverarbeitungsprogramm kann die Anzahl der Zeichen (Anschläge) leicht berechnen. Bei Kürzungen den Autor fragen.

Beim Tippen des Manuskriptes nicht versuchen, schon zu formatieren, sondern am besten den Artikel „in einer Wurst herunterschreiben“.

Lediglich die einzelnen Überschriften bzw. Absätze durch einen „Return“ (↵) trennen. Keine Einzüge, keine Leerzeilen.

Überschrift

Die Headline soll sein: originell, witzig (Wortspiele, ungewöhnliche Kombinationen), auf jeden Fall aber kurz und so, dass der/die Leser/in Lust auf den Artikel bekommt. Auf keinen Fall eine kurzgefasste Inhaltsangabe, die kommt nämlich im

Vorspann

Dieser ist gleichsam eine Miniantwort auf die Frage, die sich in der Überschrift stellt. Auch im Vorspann enthalten sind Name und eventuell noch die nähere Bezeichnung des Autors.

Dateiformat

Eine Fehlerquelle ist das Importieren/Konvertieren von Texten: oft werden dabei Umlaute, ß und Sonderzeichen nicht korrekt übernommen. Jedenfalls mit dem Layouter klären, welches Format er übernehmen kann. Selbiges wählt man aus einer Liste, die unter „Speichern unter“ oder „Exportieren“ zu finden ist.

Dateinamen

Aussagekräftige Dateinamen sind nützlich (Negativbeispiel: „Pfarrblatt.doc“).

Literaturtipps

Manfred Siemoneit: Typographisches Gestalten (Polygraph, Frankfurt)
Gert Wiescher: Blitzkurs Typographie (Systema)
Gert Wiescher: Blitzkurs Zeitschriftengestaltung (Systema)
Hans Peter Willberg, Monika Thomas: Schriften erkennen (H. Schmidt, Mainz)
Hans Peter Willberg : Erste Hilfe in Typografie (H. Schmidt, Mainz)
Forssmann/Willberg: Lesetypographie
Forssmann/de Jong: Detailtypographie
Gulbins/Kahrman: Mut zur Typographie
Jan Tschichold: Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie (Maro, Augsburg), aber auch alle anderen Bücher dieses Autors
Erik Spiekermann: Ursache und Wirkung

Zeitschriften

Page (MACup Verlag) als Fachzeitschrift für digitales Gestalten und Medienproduktion
alle Zeitschriften, die gut gemacht sind: für Anregungen und Inspiration („Besser gut abgekupfert als schlecht selbst gemacht“)

Internet

Typographie-Links

www.typografie.info
typefacts.com
projekt1.fh-bielefeld.de/fb1/tipptipps/tipptipps_index.htm
www.typolexikon.de
www.uta.fi/~trjusc/glossar.html
practicaltypography.com
www.typogui.de/de/
www.designlinks.de

Schriften-Links

www.fontshop.at
www.myfonts.com
www.fontsquirrel.com (Qualitätsschriften gratis und legal)

Apps

FontBook, Zeichen setzen!

Buchhandlungen

Lia Wolf, Bäckerstraße 2, 1010 Wien

Fonts

von großen Schriftenhäusern wie Adobe, Linotype, URW und ITC aber auch von kleineren und „unabhängigen“ erhält man entweder direkt beim Hersteller oder bei FontShop: professionelle Fonts, die auch ihren Preis wert sind.

Alternative: free fonts. Problem: meist mindere technische oder optische Qualität. Hier eine Sammlung guter gratis Schriften:
www.fontsquirrel.com

Software

Texterfassung

Microsoft Word, prinzipiell jeder Texteditor

Bildbearbeitung

Adobe Photoshop, Gimp

Graphik

Adobe Illustrator, CorelDraw

Layout

Quark XPress, Adobe InDesign, Microsoft Publisher

Bilder

Billig

Schnippelbücher, „Image“, selber zeichnen/fotografieren
Mediendatenbank der EDW
Internet: fotolia.de, photocase.de, www.pixelio.de

Kostspielig

Bildagenturen, Fotograf beauftragen

Beispiel für Offertanfrage

Titel: Folder „100 Jahrfeier“
Format: geschlossen: 100 × 210 mm, offen 492 × 210
abfallend
Druck: 2c (Schwarz, Pantone 329U)
Papier: Bilderdruck matt 115 g
Auflage: 3.000 Stück
Beigestellt: belichtungsfertige Daten (PDF-X3)
Endfertigung: Falzen lt. Skizze / Faltmuster
Lieferung: in handlichen Paketen frei Haus