

PAGE

PAGE

07.2008 Ideen und Know-how für Design, Werbung, Medien www.page-online.de

AUFTRAGS- AKQUISE

Top-Tipps für Agenturen
und Freelancer



Referenzen, Kunden,
Wir konzipieren und gestalten
Kommunikation. Digital Art
die Webdesign, Printmedia
Application, Mobile
Videos, Br

DEUTSCHLAND 7,95 €



Flash meets PDF

Acrobat 9 im Test: Die neuen Gestaltungsmöglichkeiten mit SWF & Co

Quark XPress 8

Erster Blick: Neues Interface, neue Vektortools, neue Typofeatures

Visual Music

Interview: Prof. Heike Sperling über das Potenzial von Bild und Ton im Dialog

Designers

Where the hell is my chiffon?

Make it Work!

"Just work like there's no tomorrow."

Carry on!

"Because for one of you there won't be."

WHERE'S ANDRAE?

I'm like a squid without an ocean... an eagle without a sky.

Giorgio Maßgeschneidert

Christin Schwartz gestaltete die Giorgio für das „T-Magazine“, den Design- und Lifestyleableger der „New York Times“. Sie sollte zum Thema Mode passen, sich durch eine schmale Silhouette und einen gewissen Minimalismus auszeichnen und die dreißiger Jahre anklingen lassen. Beim Entwurf ließ sich Schwartz von Imre Reiners Schrift Corvinus von 1934 inspirieren, aber der hohe Kontrast, die klare Geometrie und einige ungewöhnliche Details sorgen bei der Giorgio für Eigenständigkeit. Weil der Kontrast zwischen dick und dünn so extrem ist, legte der New Yorker Typodesigner die Familie in vier Versionen für verschiedene Größen an. Die vielen Alternativbuchstaben machen sie auch für Logoentwicklungen interessant, am elegantesten sieht die Giorgio aber schon in Magazinen aus – es muss ja nicht unbedingt Mode sein.

→ GIORGIO, Christian Schwartz, USA, rund 100 Dollar, www.vllg.com

Sarcastic Irreführend

Warum nur gibt Jonathan Barnbrook seinen Schriften immer so irreführende Namen? Denn besonders sarkastisch wirkt dieser Font nicht, eher freundlich mit Fünfziger-Jahre-Charme. Tatsächlich ließ sich der Brite von den rhythmischen Formen und Verbindungen der Neonbeschriftungen jener Zeit inspirieren und transportierte sie in die Gegenwart. Die Sarcastic gibt es in Light und Bold, Verwendung wird sie wohl im Displaybereich finden, auch wenn Barnbrook sagt, er wolle sie lediglich im Textbereich einsetzen. Könnte hinter dieser Aussage ein kleines bisschen Sarkasmus stecken?

→ SARCASTIC, Jonathan Barnbrook, England, knapp 90 Dollar, www.virusfonts.com

Sarcastic

Curicó Briançon
 Nufenenpass Farellones
 Finestre Anglirú Luz
 Montjuic Zoncolan Ardiden
 La Línea Gramond Aubisque
 Quebrantahuesos Kopenberg Duitama
 Caracoles Tourmalet Peyresourde
 Paipa Montjuic Madeleine Izoard
 Lagos de Ritzbukeler Horn
 Covadonga Manizales Galibier
 Glandon Alpe d'Huez Rettenbachjerner
 Minas Luchon La Grita Chile
 Queniquea La Vécquée Huy Cauberg Las Cuevas
 Mortirolo Grimsepass
 Pordoi Calar Alto Navacerrada
 Letras San Pellegrino
 Stelvio Valle Nevado

gr@ch

Comalle Energiegeladen

Schriften, die sich mit der Comalle den Platz teilen müssen, werden es schwer haben, sich gegen sie zu behaupten. Das mag daran liegen, dass ihre Striche dicker sind als ihre Innenformen und Schwarz daher den verbliebenen Weißraum dominiert. Das Ungleichgewicht zwischen den schwarzen und weißen Anteilen zu handeln,

war eine der größten Herausforderungen für Juan Pablo de Gregorio. Dabei wirkt seine Comalle keineswegs unfreundlich, sondern schwungvoll und organisch, was wohl ihren handschriftlichen Elementen zu verdanken ist.
 → COMALLE, Juan Pablo de Gregorio, Chile, Preis noch nicht bekannt, www.veer.com

