

**TYPOGRAPHIC  
BRANDING?**

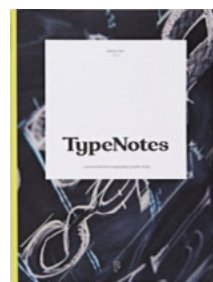
**LOGO!**

**PRÄGNANTE  
CORPORATE DESIGNS  
MIT SCHRIFT**



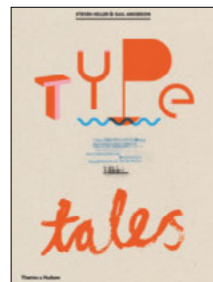
**Visual Interface für Audio-Web-App  
Webdesign: Feste Raster vs. freies Layout  
Jessica Walsh & die Generation F**

**Typo** ♦ **»TypeNotes«.** Die britische Foundry Fontsmith hat ein Printmagazin herausgebracht. In den Artikeln geht's mal um Icons, mal um Schriften im Luxussegment oder um Bildschirmtypografie – und natürlich gibt es jede Menge Fonts zu sehen.



Einige der Beiträge findet man auch auf der Fontsmith-Webseite, aber es ist schön, sie gut gestaltet in dem 10 Pfund teuren Magazin in der Hand zu halten. Jason Smith bezeichnet die »TypeNotes« als »his little world of craft«, und wir freuen uns schon auf die zweite Ausgabe! ↗ [www.fontsmith.com](http://www.fontsmith.com)

♦ **»Type Tells Tales«.** Die US-Designer Gail Anderson und Steven Heller haben ein Buch herausgebracht, das anhand typografischer Kompositionen zeigt, wie gut sich mit Buchstaben Geschichten erzählen lassen (224 Seiten, 24,95 Pfund, ISBN 978-0-500-420577). Ob poetisch, dramatisch oder monumental – »Type Tells Tales« hält ein wahres Feuerwerk an Inspiration bereit. Klar, einiges hat man bereits gesehen, die Zusammenstellung aber ist großartig



und beweist einmal mehr: Typofreaks können völlig wahn-sinnig sein. ↗ [www.thamesandhudson.com](http://www.thamesandhudson.com)

### 1 Spritzige Etiketten

Wer kennt das nicht: Man ist eingeladen, hat aber vergessen, ein Geschenk zu besorgen, und so schnappt man sich schnell eine Flasche Wein aus dem heimischen Regal. Nicht gerade das originellste Mitbringsel – doch mit den »Typewine«-Etiketten der Hamburger Kreativen Michael Kijac und Niko Baumgartl lässt es sich ruckzuck veredeln. Zurzeit stehen zwanzig unterhaltsame Sprüche zur Verfügung, typografisch schön in Szene gesetzt, die man einfach über das Etikett klebt und das Fläschchen Wein auf diese Weise in ein besonderes, ziemlich kultiges Geschenk verwandelt. Ein Aufkleber kostet circa 2,50 Euro, das Komplettsset mit allen zwanzig gibt es für rund 30 Euro. Ab einer Auflage von 50 Stück kann man ein individualisiertes Etikett gestalten lassen.

↗ [www.typewine.de](http://www.typewine.de)

Das **PAGE DTP-Typometer 2.0** mit allen typografischen Maßskalen gibt's exklusiv bei uns im PAGE Shop ↗ [www.page-online.de/typometer](http://www.page-online.de/typometer)

E  
&  
W  
M

Trotz einiger ungewöhnlicher Buchstaben ist TheW gut zu lesen

### 2 Ziemlich zackig

Ein eigenwilliger Name, den Swiss Typefaces ihrer neuen Schrift gegeben hat. TheW liegt in den Varianten TheW Clan RZA für Headlines und TheW NYC für Fließtext vor. Sie interpretiert alte Didot-Schriften neu. Die Type umfasst einige ungewohnte Elemente wie beispielsweise den geraden, fetten Mittelbalken des E, das &-Zeichen oder die Gemeinen g und w. Auch das M mit seiner hoch liegenden Mitte trägt zum ganz eigenen Charakter bei.

Die Textversion von TheW entstand ursprünglich für das Magazin »Sport&Style«, das einmal im Monat der französischen Sporttageszeitung »L'Équipe« beiliegt. Die Kreativen dort waren auf der Suche nach einer Didot-inspirierten Type, die zugleich sehr flexibel ist. Tatsächlich kann man TheW NYC trotz einiger exzentrischer Buchstaben gut lesen, und die Displayvariante ist ohnehin ein echter Hingucker. Letztere kostet etwa 50 Schweizer Franken, die Textversion in Regular und Italic rund 75 Franken. ant ↗ [www.swisstypefaces.com](http://www.swisstypefaces.com)



1

**Sag's mit Typewine**  
Sie kennen die Weindiät noch nicht? Unbedingt ausprobieren!



2

**Exzentrisch**  
Prädestiniert fürs Editorial Design: TheW von Swiss Typefaces. Übrigens sehen Sie sie auch auf unserem Cover!