

»Jeden Buchstaben einzeln, persönlich.« ■ Rolf Stehle pflegt Typografie und wird nicht müde, sie bewusst zu machen. Vor allem aber ist er kritisch. »Ich verspreche, solange ich noch in meinem Unternehmen tätig bin, werde ich jede Drucksache genau betrachten und prüfen, ob sie guter Typografie entspricht. Wenn es sein muss, jeden Buchstaben einzeln.«

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Und wenn der Kunde das gar nicht will, oder noch nicht einmal merken würde, wenn man einmal etwas durchgehen ließe? »Dann versuchen wir ihn zu überzeugen und zu erklären, was gute Typografie ausmacht und liefern sie ihm kostenlos als Dienstleistung.«

Qualität öffentlich machen

Rolf Stehle ist kein Spinner, kein Phantast. Er ist einer der wenigen Druckerei-Prinzipalen – und unter ihnen vielleicht der effizienteste – der weiß, dass Satz bester Qualität auch zugleich eine riesige Zukunftschance für Druckereien ist. Rolf Stehle: »Aber wir müssen es öffentlich machen!«

Was er mit Bravour tut – seit Jahren schon. Die Typotron AG, vor bald 30 Jahren von Rolf Stehle gegründet, war nie ein Unternehmen, das nur dazu da war, Geld zu verdienen. Er hat es stets vorgezogen, Geld mit einem Hort profunder Setzer- und Druckertugenden zu verdienen (auch wenn die anderen noch so sehr der bloßen Technik frönten oder sich verzweifelt in Modernität stürzten).

Geradezu provokant unaufgeregt geht es in dieser Druckerei zu, unhektisch bis zur Kultgrenze. Dies ist keine Druckerei, die druckt. Dies ist eine Druckerei, in der Drucksachen entstehen. Der Unterschied ist gewaltig.

Weil Rolf Stehle es durch Einbinden hervorragender Fachleute in einen Kreis von Experten und ein Team von Außergewöhnlichkeit verstanden hat, die Kompetenz einer Druckerei auf dem Gebiet der grundsoliden Satzqualität zu erhalten. Satzqualität, für die Printdesign bei weitem nicht die richtige englische Vokabel ist. Es ist auch kein Druckvorstufenbetrieb – denn gedruckt wird mit der gleichen Sorgfalt bis ins letzte Detail. Und in der Ausrüsterei gilt dasselbe.

»Weil ich Lehrmeister und im Laufe meines Berufslebens auch Freunde hatte, die diese Tugenden meisterlich verkörperten und in mir ein Feuer weckten, das ich einfach weitergeben musste, weil ich diese Leidenschaft weitergeben wollte«, schaut er zurück. Und nennt Namen wie Max Cafilisch, Paul Heuer, Jost Hochuli und andere. Sie haben Rolf Stehle gelehrt, wie wichtig vor allem Mikrotypografie ist.



Gratulation, Rolf Stehle! Mit der Typotron-Schriftenreihe ist etwas gelungen, was man durchaus (und ohne übertreiben zu wollen) in geschichtlicher Dimension ein »Jahrhundertwerk« nennen darf, wenn man es in die Historie der Druck-

industrie einreihet. Für die Jury des Druckmarkt-Award war die Arbeit insgesamt Platz 1 wert.



Und Rolf Stehle war ausdauernd genug (vor allem gegenüber sich selbst). Denn Qualität wird nicht immer, schon gar nicht in Jahren, als der Ruf noch nicht »durchs Land hallte« adäquat honoriert. Erfolgreich die Regeln der Typografie in den täglichen Arbeiten, dem Satz für die Kunden zu praktizieren (manche würden wohl eher sagen: zu zelebrieren) stoßen auch heute nicht überall auf Verständnis.

Schriftenreihe Typotron

In einem Gespräch mit Jost Hochuli wurde vor Weihnachten 1982 die Idee geboren, eine programmatisch ungebundene Schriftenreihe zu starten, die das Ziel hatte, über ein interessantes Thema in Wort und Bild zu berichten. Bedingung: gute Typografie. Aus einer Idee wurden inzwischen 24 Typotron-Hefte, die schon bald nach dem Start von Jahr zu Jahr mehr zu ihrer eigenen Legende wurden. Wenn Rolf Stehle heute ein solches Heft präsentiert, dann kommen hunderte von Besuchern zur Buchpräsentation. Am 27. September 2006 war es wieder einmal so weit. Das Typotron-Heft 24 mit dem Titel »Akris, 12 Minuten« wurde vorgestellt. 670 Personen kamen in die Lokremise in St.Gallen und erlebten nach übereinstimmender Meinung einen einmaligen Abend. Ein Happening erster Güte mit Besuchern aus der Stadt St.Gallen, der Region, der übrigen Schweiz und sogar aus Deutschland. Die Medien sind präsent und berichten wie über eine außergewöhnliche Theateraufführung.

Die Einladung zur Vorstellung der neuen Typotron-Publikation ist dem St. Galler Modelabel Akris gewidmet, das seine Couture Designer Kollektion auf den Laufstegen von Paris zeigt.

Was fasziniert die Menschen an den Themen, die ein Typografie-Promotor zu bieten hat? Darf man spekulieren? Vielleicht ist es eben jene Genauigkeit, die man symbolhaft nur noch mit der Schweizer Uhrenindustrie vergleichen kann, bei der Gangabweichungen von einer Sekunde pro Jahr schon eine Katastrophe darstellen. So auch bei der Typografie, wie sie beispielsweise Jost Hochuli in den Typotron-Heften oder vielen anderen Drucksachen anwandte und damit dem Begriff der Makrotypografie eine neue Dimension verlieh: die der scheinbaren Unsichtbarkeit. Das geht bis an die Grenze von »Atom-Typografie« (átomos, das Unteilbare) – noch feiner

konnte man nicht spationieren, Zeilenabstände bestimmen, Kommata am Zeilenende aus dem Kolumnenrand »hauchen«. Und wenn es sein muss, wegen einer schlechten Trennung bei einer Letzte-Minute-Korrektur die Druckmaschine so lange anzuhalten, bis eine neue Platte belichtet war.

Macht das Sinn?

»Ja«, sagt Rolf Stehle, obwohl ihn solches zuweilen rein betriebswirtschaftlich mehr als schmerzen musste. Ja, denn die Wahrnehmung guter Typografie geschieht auf gleicher Ebene wie die Wirkung guter Musik, im Unbewussten. Und es ist ja nicht so, dass Rolf Stehle, seine Mitstreiter, seine Crew wie

In der Filmbranche wäre dies jetzt wohl ein »Oscar für das Lebenswerk«. Denn was der Verleger Rolf Stehle, der zugleich engagierter und renommierter Druckereibesitzer in St. Gallen ist, hier über Jahrzehnte initiiert und durchgehalten hat, gibt es wohl vergleichbar nirgendwo. Jedes Jahr ein Heft zu einem ausgewählten Thema, das in irgendeiner Beziehung zur näheren oder weiteren Heimat steht – geografisch wie beruflich. Gestaltet von Fachleuten, die auch an anderer Stelle »einen Preis nach dem anderen« erringen konnten. Vornehmlich der exzentrisch-geniale Jost Hochuli, der wie kein zweiter zu seinen Lebzeiten dem Detail in der Typografie verfallen war und es bis zum Absoluten zu vervollkommen suchte (was, wie ihm andere Fachleute bescheinigen, durchaus gelang). Und so – in den letzten Jahren auch durch andere namhafte Designer geprägt – entstand eine Reihe von Broschüren, bei denen (diesmal keineswegs sprichwörtlich) die eine schöner als das andere ist.

die eifernden Missionare durch die Gegend liefen und keiner wollte ihre Botschaften hören. Nein, dieses klare Bekenntnis war zugleich wirtschaftlich auf die Dauer von beachtlichem Erfolg gekrönt, denn das Profil des Unternehmens sprach durchaus viele Drucksachen-Auftraggeber aufs angenehmste an.

Typotron – für die gedruckte Kommunikation

Die Typotron AG, 1977 als reiner Satzbetrieb gegründet, hat 1983 die Stehle Druck AG übernommen. 1997 wurde dann die Stehle Druck AG aus rein rationalen Gründen in die Typotron AG integriert. Typotron für die gedruckte Kommunikation wurde zu einem Marktmythos, der sich keineswegs den »Normalakzidenzen« und der ganzen Vielfalt der Werbe- und Informations-Drucksachenpalette verschloss.



Best ● Print

in

2006

Eben, das ist das Verdienst, der Rolf Stehle im besonderen Maße zuzuschreiben ist: Er hat die Königs-klasse der Typografie nicht der puren Kunst reserviert, sondern sie im ganz normalen Alltagsgeschäft einer ganz normalen Druckerei bei ganz normalen Aufträgen angewandt. Weil das seine Botschaft war und ist.

Typografie ist zu wertvoll, um sie ein paar Insidern zu überlassen. Sie muss allen, die es wollen, Nutzen stiften, indem sie Gesetztes, Gedrucktes so attraktiv macht oder erhält, dass Papier als Medium seine unersetzlichen Vorteile auch weiter voll ausspielen kann. Zum Wohle derer, die Drucksachen nutzen, um ihrerseits Erfolge erzielen zu wollen. Dass solcherlei auch Schönheit bis Kunst sein kann oder darf, widerspricht sich nicht, sondern ist die Quelle, aus der man Freude schöpft.

Man könnte sich auch alle Worte sparen und es genau auf diesen Satz reduzieren: Rolf Stehle setzt sich vehement für Typografie ein, die Freude macht, weil sie harmonisch und in diesem Sinne »schön« ist. Weil sie, wie er sagt, »ein Teil unserer Kultur ist«. Ein Kulturerbe zu bewahren, da macht man in anderen Künsten große Events und großes Geschrei draus; und nicht selten gibt der Staat Millionen dazu. Die Kollegen um und mit Rolf Stehle tun dies im Stillen, aber nicht minder vehement.

Auch das zu würdigen steckt neben der gestalterisch-konzeptionellen Struktur hinter den Motiven der Jury, die Typotron-Schriftenreihe auf Platz eins des Druckmarkt-Awards »Best in Print 2005« zu nominieren. Sie steht stellvertretend für das Lebenswerk von Rolf Stehle, das hiermit gewürdigt und auch mit diesem Text ins rechte Licht gerückt werden soll.

➤ www.typpotron.ch