

Juli Gudehus'

LEXIKON

der visuellen Kommunikation



Ganz ehrlich: eigentlich sollte an dieser Stelle ein Beitrag über einen Professor und Typografen erscheinen. Das hat sich leider nicht ergeben. Stattdessen mussten wir schnell Ersatz finden. Und sind glücklich, dass wir ein mehr als adäquates Thema gefunden haben. Warum auch soll man immer »verdiente Helden« würdigen, wenn es auch andere gibt? Helden der Neuzeit!

Von Klaus-Peter Nicolay

Für mich ist seit Anfang September Juli Gudehus ein Held – politisch korrekt muss es natürlich heißen: eine Heldin. Sie hat etwas vollbracht, was mich mindestens so nachhaltig beeindruckt, wie eine neue technische Entwicklung. Sie hat nämlich eine neue Buch-Form erfunden, eine völlig neue Kategorie Buch.

Und was für eins! Neun Jahre hat Juli Gudehus 9.704 Begriffe aus Lebenslagen der visuellen Kommunikation zusammen getragen. 627 Freunde und Gestalter hat sie um Texte zu verschiedenen Worten gebeten – und sie bekam viel zurück: wissenswertes und ironisches, fundiertes und anekdotisches, Einsichten und Ansichten.

Ein Spiegel der aktuellen oder auch individuellen Bedeutungen in 508 Kapiteln auf 3.000 Seiten.

So lässt sich beispielsweise die Bleiwüste durchqueren, endlich kann der Gutenberg bestiegen werden oder es lässt sich in Fehlerquellen baden. Eine Reise zum Garamond gefällig? Oder wollen Sie mehr über den Mord im QuarkXPRESS wissen? Dieses Buch verändert einfach das Verhältnis zu den Begriffen. Weil es anders ist! Und weil



es jedem, der auch nur einen Funken von Fantasie hat, Tür und Tor zu neuen Welten öffnet.

Apropos Helden: Wer neun Jahre, also fast ein Jahrzehnt, an solch einem Mammutwerk arbeitet, muss entweder verrückt sein, besessen oder von einer derartigen Motivation beseelt sein, dass man nur noch den berühmten Hut ziehen kann. Chapeau!

Doch Freunde helfen, so Juli Gudehus. So dankt sie in ihrem Vorwort (Gott sei Dank

nicht wie bei den Oscars) ihren Eltern, obwohl sie in ihrer Kindheit viel fürs Leben mitbekommen hat (»Schau doch mal ins Lexikon!«), sondern denjenigen, die das »Lesikon« mit ermöglichen. Dem eigenen Mann, dessen Ratschläge als Informatiker sie in den Wind schlug, das Werk via Datenbank zu realisieren. »Helden sind für mich auch Karin und Bertram Schmidt-Friderichs, die dieses unerhörte Werk so beherzt verlegen. Ihre leidenschaftliche Begeisterung für schöne, sorgfältig produzierte Bücher und ihre Aufgeschlossenheit für Außergewöhnliches sind für mein Lesikon ein großes Glück«, schreibt Juli Gudehus im



Ein ganzes Regal voller Lesezeichen – übrigens die einzigen bildhaften Elemente des Buches, das völlig auf Illustrationen verzichtet. Statt dessen schmücken fünf Fundstücke aus der Alltags Typografie das Werk.

Vorwort. Zu ihren »fantastischen Vier« gehören außerdem Andreas Trogisch und Timm Boeken (blotto design). Deren analytisches Vorgehen habe nicht nur ermöglicht, sämtliche Seitenverweise zu automatisieren, »sondern haben dieses Buch auch layout-technisch und typografisch auf ein Niveau gebracht, das mir allein nicht gelungen wäre«. Und nicht zuletzt dankt sie allen 627 Autoren, die an dem Werk mitgearbeitet haben.

Es fing ganz harmlos an

Doch wie kommt man auf eine solche Idee? »Eine nicht ganz gefüllte A4-Seite für einen Typo-

grafie-Workshop mit Begriffen wie Hurenkind, Brotschrift und Laufweite. So war es«, erzählt Juli Gudehus. War es so? Mit dem zeitlichen Abstand von neun Jahren beginnt vermutlich die eigene Geschichtsklitterung, glaubt sie. »Ich meine mich jedoch zu erinnern, dass dieses Blatt die Keimzelle für mein Lesikon war, weil mir dabei auffiel, wie bildreich viele der Fachbegriffe in der visuellen Kommunikation sind und wie sie anfangen eine Geschichte zu erzählen, wenn man sie in eine entsprechende Reihenfolge bringt. Ich fand faszinie-



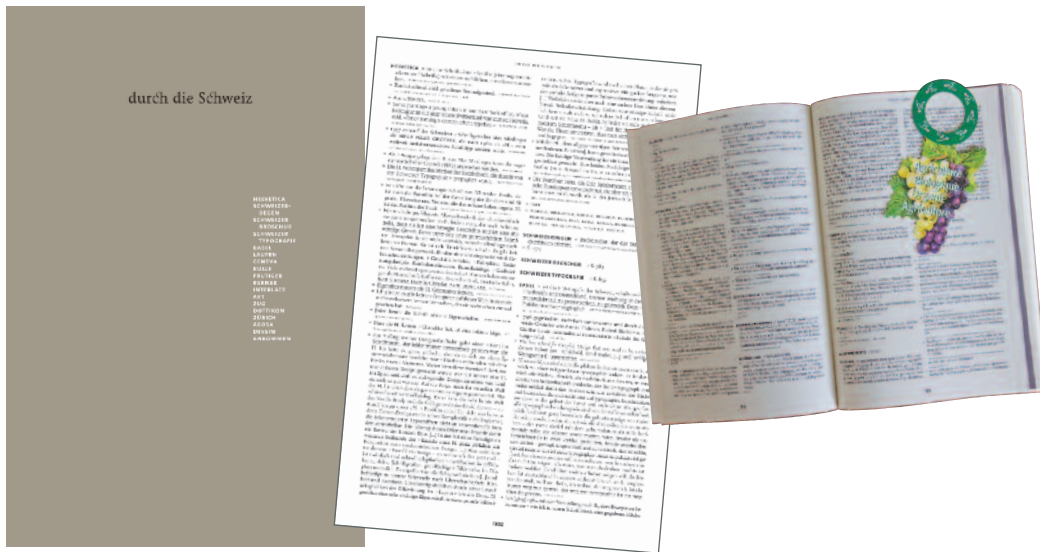
rend, wie alles miteinander und das alles mit visueller Kommunikation zusammenhängt.«

Und sie erinnert sich an ein Gespräch mit einer Freundin, einer Grafikdesignerin. Sie erzählte ihr von der Idee zu diesem Buch und sie war spontan begeistert. »Das verlieh mir den Schwung, dieses Lesikon wirklich zu machen. Dass es allerdings solche Ausmaße annehmen würde und es mich so lange in seinen Bann schlagen würde – das konnte ich beim besten Willen nicht ahnen. Und hätte ich es geahnt, dann hätte ich es viel-

leicht nicht gewagt. Neun Jahre Arbeit, im Schnitt halbtags, sechs Tage die Woche, bei ständiger und absoluter Ungewissheit, ob, wann und wie dieses Werk einmal das Licht der Welt erblicken wird – das hat mich enorm angestrengt. Es hat mir aber auch riesengroßen Spaß gemacht, und zwar von Anfang bis Ende.«

Visuelle Kommunikation?

Was ist das? Natürlich haben wir alle schon davon gehört. »Sie ist fast so omnipräsent wie die Luft zum Atmen. Ein jeder kommt damit täglich tausendfach in Berührung, von der morgendlichen Zeitung und Müslipackung über



508 Kapitel beinhaltet das »Lesikon der visuellen Kommunikation«. Darunter auch das Kapitel »durch die Schweiz«. Und jedem Buch liegen fünf Lesezeichen bei: Zeugen der täglichen visuellen Kommunikation.

Verkehrsschilder und Formulare bis hin zur Eintrittskarte und zum Logo auf der Handtasche«, schildert Juli Gudehus. Und doch sei sich kaum jemand der Existenz dieses ausgedehnten Gebietes bewusst – »das zu erkunden großen Spaß bringt«. Der von Otl Aicher geprägte Begriff »visuelle Kommunikation« existiert bereits seit dreißig Jahren. Dennoch und immer noch ist die »visuelle Kommunikation« für Laien hochgradig erklärungsbedürftig. »Der Begriff sorgt sogar bei denen, die in diesem Bereich tätig sind, für Diskussionen, welche Bereiche in welchem Maß dazuzuzählen sind. Das Lesikon behandelt sie alle – und noch viel mehr,« erläutert Juli Gudehus. Fotografie, Farbe, Form, Fehler, Lehre, Maße, Materialien, Mut, Originalität, Konkurrenz, Kreation, Illustration, Emotion, Animation, Akquise, Begabung, TV, Bildbearbeitung, Verpackung, Werbung, Weiterbildung, Webdesign, Typografie, Theorie, Praxis, Programme, Preise, Präsentation, Psychologie, Effekte, Erfolg etc. All dies behandelt das »Lesikon«. Und selbst eine Fahrt mit dem Zug oder ein Kapitel »durch die Schweiz« fehlen nicht. Da tauchen dann Begriffe wie Helvetica, Schweizer Broschur oder

Schweizerdegen genau so auf wie Frutiger und Typografie.

Eine Collage

»Viele schöne Begriffe sind mir in dieser Zeit zugeweht«, gesteht Juli Gudehus. »Mittendrin hatte ich schon die Befürchtung, die Fülle der Begriffe könne unendlich sein, und die Rasanz, mit der mein Buch wuchs, machte mich schwindelig. Irgendwann kamen neue Begriffe nur noch spärlich, was mich wieder beruhigte. Der letzte Begriff war »Häuptling tanzender Fuß«. So nannte mein Verleger Bertram Schmidt-Friderichs (im Bild mit den Korrekturbögen), was ich im Zuge des Druckfeinmachens des Dokuments durchgängig verhindert habe. Dieser schöne Begriff hat es jetzt nur noch ins Vorwort geschafft.«

Das sei aber nicht schlimm. Es fehlten aus verschiedenen Gründen auch viele andere Stichworte. Vollständigkeit sei ohnehin nicht Ziel des Buchs, »in das ich zum Spaß auch einige Begriffe geschmuggelt habe, die aus dem Fachgebiet visuelle Kommunikation sein könnten, es aber nicht sind« schmunzelt die Autorin.

Wie bei zwei ihrer früheren Arbeiten, der »Genesis« und dem mit Gold prämierten »Mindesthaltbarkeitskalender«, handelt es sich bei dem »Lesikon der visuellen Kommunikation« um eine Collage aus gefundenen Versatzstücken, die Juli Gudehus in einen neuen Zusammenhang bringt. So stammen die Versatzstücke des Lesikons zum erheblichen Teil aus (Fach-)Büchern und -Zeitschriften, aus Zeitungen, der Bibel, aus Werbung, Lexika, Wikipedia und Internet. Teilweise wurden sie auf Einladung hin für dieses Buch verfasst.

Eine Inhaltsoffensive

Das Buch ist reine »Ansichtssache« – ohne eine einzige Abbildung. Auch das macht das »Lesikon« als Designbuch einzigartig. »Eine Inhaltsoffensive

gegen die Flut inhaltschwacher Bilderbücher in der visuellen Kommunikation. In einem Zusammenhang, in dem es vor allen Dingen um das Anschauen geht, gibt es nichts zum Anschauen. Stattdessen entstehen die Bilder und Ansichten im Kopf des Lesers«, erläutert Juli Gudehus. Die dem Buch beigelegten Lese-

zeichen-Fundstücke sind nach ihren Worten nur der Hauch einer Ahnung der unendlichen Fülle des Schaffens im Bereich der visuellen Kommunikation. Puristen werden die Lesezeichen vielleicht lieber entfernen, Detailverliebte dürfen ihre Ausgabe gern weiter ausschmücken.

Eine Liebeserklärung

»Ich habe die Kühnheit meines Unternehmens nicht eher wahrgenommen, als bis das Schwerste schon überstanden war«, schreibt Johann Wolfgang von Goethe 1796 in einem Brief.

»So ging es auch mir. Nun ist sie also fertig: eine Liebeserklärung der besonderen Art an eine besondere Disziplin mit ungewöhnlich vielen besonderen Menschen«, schreibt Juli Gudehus im Vorwort. »Nicht ausgeschlossen, dass Sie den einen oder die andere kennen, die hier zu Wort kommen, sei es aus dem Studium, aus dem Studio, aus der Druckerei, von einer Messe oder Konferenz. Dann wünsche ich gute Unterhaltung! Dieses Lesikon ist nämlich genau dazu gedacht: die Unterhaltung zu beleben, mit Kollegen oder Kommilitonen, mit Auftraggebern oder -nehmern. Was in meinen





Bei Redaktionsschluss stand noch nicht endgültig fest, ob das Buch mit einem Schuber ausgeliefert wird, wenn es im Oktober auf den Markt kommt. Am unglaublichen Umfang von 3.000 Seiten wird sich indes nichts mehr ändern. Jetzt aber sind kistenweise typografische Fundstücke aus zehn Jahren unterwegs zum Rollendrucker. Und am Ende der Buchbindestraße werden fleißige Helfer stehen und mit fünf dieser Fundstücke aus jedem Lesikon ein Unikat machen.



Augen eine Unterhaltung zu einer guten Unterhaltung macht, ist eine Erweiterung des eigenen Horizons und eine (wenn auch möglicherweise nur leichte) Veränderung der Perspektive.«

Ein Prachtstück

Es wäre nun vermessen, wenn ich als Autor dieses Beitrags behaupten würde, ich hätte das Buch gelesen. Ich habe es nur angelesen. Einige Kapitel als PDF. Ich habe auch keine Ahnung, wie lange man brauchen wird, sich durch das gesamte 3.000-Seiten-Werk zu lesen. Aber man wird es auch nicht an einem Stück lesen wollen.

Denn Juli Gudehus versammelt in diesem außergewöhnlichen Werk unendlich viele Anekdoten, Ammenmärchen, Ansichten und Einsichten. Sie lockt uns in den Irrgarten unserer Sprache, in das erstaunliche Panoptikum der Haltungen und in das faszinierende Spiegelkabinett der Bedeutungen. Dabei ist das »Lesikon« vielstimmig und wirft mindestens so viele Fragen auf, wie es beantwortet. Dieses Prachtstück von einem Buch ist nicht streng logisch aufgebaut, sondern kreativ assoziativ. Hier können Widersprüche zum Denkanstoß werden. Und das ist es, was dieses Buch so neu erscheinen lässt.

Zahlen zum »Lesikon«

- 9 Jahre hat Juli Gudehus an dem »Lesikon« gearbeitet, halbtags, 6 Tage die Woche.
- Die im Lesikon erzählte Designgeschichte erstreckt sich über 508 Kapitel.
- 627 Menschen haben Texte beige-steuert.
- Ungefähr 3.000 Seiten umfasst das »Lesikon«: 3.000 hauchdünne Seiten auf Bibeldruckpapier gedruckt mit 5 individuellen Fundstücken der Alltags-typografie als Lesezeichen.
- 3.513 Personen kommen darin insgesamt zu Wort, und zwar zu insgesamt 9.704 Begriffen.
- Ungefähr 27.000 Lesezeichen-Fundstücke hat sie gesammelt, und ungefähr 42.029 Einträge versammelt.

Juli Gudehus

Das Lesikon der visuellen Kommunikation – Eine Collage
Format 23,7 x 16,0 cm, klebegebundene Broschur im Schuber.
Euro 100,-, Subskriptionspreis bis 31.12.2010: Euro 80,-
ISBN 978-3-87439-799-5

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing

Das erste Heft mit 39 Seiten!
Und das erste PDF-Magazin der Branche im Internet.
Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundartikeln und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

macht Entscheider entscheidungssicher