

TYPO Berlin 2004: 20 knallharte Argumente

Wenn FontShop ruft, trifft sich die Branche: einmal im Jahr auf der TYPO Berlin, der einzigen interdisziplinären Design-Konferenz mit den Schwerpunkten Grafik und Typografie. Vieles spricht für einen TYPO-Besuch: hier sind 20 fundamentale Gründe – für Sie und Ihren Chef.

1. Größter europäischer Design-Treff

Seit 1995 veranstaltet FontShop die TYPO. Mit durchschnittlich 1300 Besuchern aus dem In- und Ausland ist sie der wichtigste Design-Treff Europas. Sie findet zum 9. Mal statt, vom 13. bis 15. Mai 2004.

2. Prominente Rednerinnen und Redner

Auf der TYPO Berlin ergreifen die Stars der Designszene sowie Experten angrenzender Disziplinen das Wort.

Zuletzt waren das: Baumann & Baumann, Ed Benguiat, Irma Boom, Bazon Brock, Neville Brody, David Carson, Mario Garcia, Günter G. Lange, Uwe Loesch, Javier Mariscal, Mike Meiré, Wally Olins, Roger Pfund, Roswitha Quadflieg, Jim Rakete, Stefan Sagmeister, Georgia Tornow, Sebastian Turner, Richard S. Wurman, Jörg Zintzmeyer und viele andere.

3. Vorträge in zwei Sälen

Auf der TYPO vergeht keine Minute ohne Spannung. In zwei Sälen finden thematisch divergierende Vorträge statt – garantiert ein Gewinn, für jede Interessenlage.

4. Workshops

Praxisorientierte Workshops sind ein neuer Anziehungspunkt auf der TYPO. Bis zu 50 Teilnehmer können sich hier zum Beispiel in die Geheimnisse der Piktogramm-Gestaltung, des Schriftentwerfens oder die Mikrotypografie einweihen lassen. Ohne weitere Kosten!

5. Wissen hautnah

Ideen und Konzepte, vorgestellt auf der TYPO, haben das Licht der Welt meist noch nicht erblickt. Kein Fachbuch ist aktueller, keine Schulung authentischer als ein TYPO-Vortrag. Hier holen sich die Profis ihre Ideen für die folgenden 12 Monate.

Schrift <f; -; en> ein System von Zeichen, die Begriffe oder Laute zum Zweck der Informationsvermittlung oder -aufbewahrung sichtbar machen.

6. Horizont erweitern

Die TYPO ist eine Veranstaltung für Generalisten: Abstand gewinnen von der täglichen Arbeit – das ist das Ziel. Ein TYPO-Besuch erweitert das Blickfeld, so dass man am Montag danach die Arbeit mit anderen Augen sieht.

7. Menschen treffen

Neben den Vorträgen sind die Begegnungen zwischendurch ein Gewinn für jeden TYPO-Gast. Das persönliche Gespräch unter Kolleginnen und Kollegen bringt mehr als Telefonate und E-Mails: private Gedanken über Projekte, Strategien, Personalien und Finanzen.

8. Zerstreung auf hohem Niveau

Freitags und samstags lädt FontShop traditionell zu Abendveranstaltungen, zum Beispiel einer typografischen Partitur oder der Abschlussparty.

9. Rundum glücklich

Jede TYPO-Besucherin und jeder -Besucher hat das Recht auf eine Stärkung am Mittag, auf Kaffee, Kekse und frisches Wasser. Niemand muss sich mit selbst gemachten Broten und Getränken abschleppen oder in der Pause zur Imbissbude pilgern.

10. Multimediale Technik

Weil die TYPO eine internationale Designkonferenz ist, werden Reden im Hauptsaal simultan übersetzt: deutschsprachige Vorträge ins Englische, englische Vorträge ins Deutsche.

Große Leinwände und eine ausgereifte Technik sorgen dafür, dass kein grafisches Detail verloren geht.

11. Ausstellung

Eine kleine Messe im Foyer des Veranstaltungsortes rundet die TYPO ab. Hier stellen sich Designagenturen vor, ein Bücherstand bietet aktuelle Fachliteratur, Papierhersteller zeigen ihre Produkte und Job-Vermittler packen die Portfolios ihrer Freelancer aus.

9. Internationale Designkonferenz

13. – 15. Mai, Haus der Kulturen der Welt

12. Thema Schrift

Totgesagte leben länger. **Platon** stand der Schrift kritisch gegenüber: sie schade dem Gedächtnis und erhöhe die Vergesslichkeit derer, die schreiben. Der Medientheoretiker **Vilém Flusser** prophezeite 1989 den Untergang der Schrift, weil sie im Rausch der Bilder versinke. **David Carson** verkündete 1995 auf der FontShop-Konferenz das Ende des Gedruckten.

Hat Schrift Zukunft? Die TYPO Berlin sagt: Ja!

Noch nie wurde so viel geschrieben wie heute: ohne Schrift kein Internet, keine Emails, keine SMS. Gedruckte Botschaften verfolgen uns auf Schritt und Tritt: jeder ist sein eigener Verleger, dank Computer-Publishing.

Die Schrift lebt, aber ihr droht die Verelendung.

13. Wettbewerb

Junge Besucher betrachten die TYPO als eine Art Benchmark-Test. Sie lernen, ihre eigenen Projekte mit denen anderer zu vergleichen. Das hilft, Defizite aufzudecken und eine Strategie für die Weiterbildung zu entwickeln. Und damit Sie an der TYPO teilnehmen können, subventioniert FontShop über 300 Plätze mit einem Studentenrabatt.

14. Historischer Ort

Die TYPO findet in einem der angenehmsten Konferenzgebäude der Welt statt: in Berlins Haus der Kulturen der Welt. Es liegt mitten im Regierungsviertel, einen Steinwurf entfernt von Reichstagsgebäude, Kanzleramt und Potsdamer Platz.

15. Berlin ist eine Reise wert

Über Berlin braucht man nicht viele Worte zu verlieren: Wer mit der Stadt auf Kriegsfuß steht, wird schwer zu einem Besuch zu bewegen sein. Berlin-Fans, und das ist die Mehrheit der Kreativen, brennen darauf, die turbulente Metropole einmal im Jahr zu besuchen.

16. Mitarbeiter belohnen

Große und kleine Unternehmen nutzen die TYPO als Incentive. Der Besuch dieser Veranstaltung ist eine attraktive Belohnung, die sich für alle bezahlt macht – Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

17. Steuern sparen

Die TYPO-Konferenz ist als Weiterbildungsmaßnahme voll steuerlich absetzbar – von der Reise über die Hotelkosten bis hin zum Eintrittspreis.

18. Freizeit wird Arbeitszeit

Die TYPO findet – arbeitgeberfreundlich – von Donnerstag bis Samstag statt. Nur unmotivierte Mitarbeiter reagieren verstimmt, wenn sie einen freien Tag auf einer Konferenz verbringen und den Sonntag für die Abreise einkalkulieren dürfen.

19. Mitarbeiter unterstützen ihr Büro

Es gibt Modelle, mit denen Agenturen und Designbüros auch die Abwesenheit mehrerer Kolleg(inn)en leicht verschmerzen. Zum Beispiel, wenn Mitarbeiter einen Urlaubstag mit in die Waagschale werfen.

20. Große Nachfrage

Viele TYPO-Besucher sind Stammgäste: Sie haben das Treffen als Pflichtveranstaltung fest in der Jahresplanung. Daher: früh anmelden, denn manche TYPO war in den letzten Jahren ausverkauft. Zudem gibt es unwiderstehliche Subskriptionspreise mit bis zu 30 Prozent Einsparung.

Anmeldung und Infos: www.typo-berlin.de