



KULTUR

Unter den 25 schönsten Büchern 2017:  
 Nicole Klauß – „Die neue Trinkkultur.  
 Speisen perfekt begleiten ohne Alkohol“  
 Westend Verlag. Satz, Illustration,  
 Gestaltung und Typografie: Andreas  
 Töpfer, Christina Kuschwitz, Robert  
 Schumann. [www.buchgut.com](http://www.buchgut.com)

# INVESTITION IN DIE HAPTİK

„Die neue Trinkkultur“ ist eines der 25 schönsten deutschen Bücher 2017 – ein Gespräch mit Gestalter Robert Schumann

**PRINT IT:** Ihre Agentur Buchgut wurde für „Die neue Trinkkultur“ von Nicole Klauß gerade von der Stiftung Buchkunst ausgezeichnet – Gratulation! Was bedeutet dieser Preis für den Titel?

**Robert Schumann (RS):** Er ist eine besondere Ehrung, und wir freuen uns sehr! Das ist auch für den Verlag toll. Zu Recht kann man fragen, ob preisgekrönte Titel sich besser verkaufen. Gute Buchgestaltung ist ja durchaus marktorientiert. Sie ist dann gut, wenn sie den Inhalt überzeugend in Optik und Haptik umsetzt und dadurch den Band für den Leser auf verschiedenen Ebenen begerlich macht.

**PRINT IT:** Torpediert das E-Book die Fortentwicklung in der Buchgestaltung und damit auch die Gründe, ein Buch zu kaufen?

**RS:** Der Hype um das E-Books hat das Kulturgut Buch für ein paar Jahre spürbar etwas entwertet. Es gibt jedoch einen Umschwung: Die Rückkopplung zwischen Gestaltung und besonderer Ausstattung eines Buchs ist ein Marketingaspekt, der die Wertigkeit des Produkts hebt. Die Entscheidung, ein Buch zu kaufen, ist

auch mit dem Bucherlebnis verknüpft. Aufgabe der Gestaltung ist es also, Erwartungen beim Leser zu wecken, die der Text hoffentlich auch erfüllt. Dabei hilft beispielsweise Materialität.

**PRINT IT:** Ein besonders schön anzufassendes Buch verkauft sich also besser?

**RS:** Das Besondere grenzt ab. Im Idealfall lässt einen das Cover zum Buch greifen, die Haptik und das Lesen der Klappe lösen den Kaufreiz aus. Die Investition in eine besondere Haptik zahlt sich aus. Das gilt übrigens nicht nur für Buchprodukte. Unseren Auftraggebern, die nicht aus der Verlagsbranche kommen, empfehlen wir das ebenfalls. Das Erscheinungsbild eines Unternehmens muss im Wortsinne spürbar sein.

**PRINT IT:** Was war Ihnen bei der Gestaltung des jetzt ausgezeichneten Titels wichtig?

**RS:** „Die Neue Trinkkultur“ sollte ein Buch werden, das man gerne über Jahre zur Hand nehmen möchte. Wir haben mit scheinbar klassischen Gestaltungsmitteln gearbeitet, um die Haltung der Autorin zu

unterstreichen, dass alkoholfreie Getränke genauso zum guten Essen passen wie Wein. Ihre unterhaltsamen Erklärungen begleiten die wunderbaren Zeichnungen, die Andreas Töpfer geschaffen hat – für ein kulinarisches Buch ist das ungewöhnlich. Ebenso die Entscheidung, neben Schwarz Violett als zweite Druckfarbe zu verwenden. Diese Kombination ist für uns die gekonnte Abweichung von der zu erwartenden Konventionalität. Für den Einband haben wir ein offenes durchgefärbtes Material mit Einschlüssen gewählt, weil es eine angenehme Griffigkeit hat und ideal für den weißen Siebdruck war. Für den Innenteil haben wir uns für Munken Print Cream entschieden, das trotz offener Struktur und Volumen die zweifarbigen Illustrationen in feiner Schärfe wiedergibt.

**PRINT IT:** Wer Bücher liebt, liest. Welchen Titel halten Sie gerade gerne in Händen?

**RS:** Gerade aus den Händen gelegt habe ich „Das Leben und Sterben der Flugzeuge“ von Heinrich Steinfest, den ich sehr liebe und der neuerdings seine Romane sogar selbst hinreißend illustriert. *ih*