

Erik Spiekermann: Vorwort Foreword

016

Jonathan Barnbrook: Interview Interview

022

Erik van Blokland/Just van Rossum: Designers as programmers Der Designer als Programmierer

028

Just van Rossum: Interview Interview

030

Neville Brody: Type Is Not Money Type Is Not Money

036

Malcolm Garrett: Interview Interview

042

Lutz Hackenberg: Was kostet Design? The Costs For Design

046

Uwe Loesch: Interview *interview*

049

Max Kisman: The Alphabet, Word, A sense of type, A flat face, Kind of Type, What I read = What I see

052

Gerald Christ/Axel Kolaschnik: VW - eine Weltmarke in Bewegung: Werbung und Corporate Design im Dialog

VW - An International Trademark in Motion: Corporate Design and Advertising in Dialogue

056

Günter Gerhard Lange: Man muß sich den Zugang zur Schrift erarbeiten *Understanding Type Requires Work*

062

Günter Gerhard Lange: Interview *interview*

066

**Horst Moser: Trends im internationalen Zeitschriftendesign Trends in International Editorial Design**

068

**Horst Moser: Interview Interview**

073

**Roger Pfund: Interview Interview**

078

**Thomas Rempen: Alles Abenteuer It's All an Adventure**

084

**Stefan Rögner: Vergleichene Werbung Compared Advertising**

090

Georg Salden: Die Wut auf den Buchstaben *Comic & Kunst*

098

Georg Salden: Interview *Interview*

102

Thomas Schneider: Interview *Interview*

104

Yvonne Schwemer-Scheddin: Money Is TypeBits *Comic & Kunst*

110

Yvonne Schwemer-Scheddin: Interview *Interview*

116

Hanjo Seißler: Interview *Interview*

118

Erik Spiekermann: Interview

120

Hansjörg Stulle: Sorgfältige typografische Ausführung braucht Wissen, macht Mühe, kostet Geld und lohnt sich trotzdem

122

Sebastian Turner: Werbung für Typografie – Das Beispiel *Frankfurter Allgemeine Zeitung*

128

Peter Wippermann: Der Markt der Gefühle *The Market of Emotions*

134

Peter Wippermann: Interview

139

Joan Spiekermann: Interview

142