RICHARD STICKEL

Untersuchung über die Veränderungen in der Gestaltung von Magazinen durch den digitalen Wandel

Diplomarbeit – Theoretischer Teil

Vorwort

Kommunikationsdesigner sind abhängig von den Medien, in denen kommuniziert wird, denn mit ihnen verändert sich die Kommunikation selbst. Man kann wenigstens drei Wege einschlagen: Man kann neue Medienentwicklungen ignorieren, man kann die Kommunikationsangebote der Medientechnik unterwerfen, oder man kann die Technik auf ihre noch unbekannten Kommunikationsmöglichkeiten befragen, auf die Vorteile, aber auch die möglichen Verluste, die Kommunikation mit diesem neuen Medium haben kann. Vorteile und Verluste stehen dabei nicht fest, sind nicht mit der Existenz des neuen Mediums offensichtlich, sondern müssen entdeckt werden. Neugier ist also nötig und Forschungsarbeit, doppelte: Forschung über das neue Medium und Forschung im Medium selbst.

Richard Stickel ist sehr neugierig und mindestens von drei Dingen begeistert: von gleichzeitig substanzieller, erhellender und unterhaltsamer Kommunikation in Magazinen und Zeitschriften – er hat an der Hochschule Wismar, an der er studierte, zwei solcher Magazine, das Studentenmagazin „Grüne Wiese“ und das Fakultätsmagazin „norte“ in seiner ersten Nummer, als Chefredakteur betreut -, er ist begeistert von der am Leser ausgerichteten Gestaltung solcher Magazine und von den neuen Kommunikationstechniken. Deswegen hat er selbstredend den dritten Weg gewählt, deswegen konnte er diesen Weg wählen, und das ist auch der Grund, aus dem nun dieses Buch erscheinen kann, das auf seiner Diplomarbeit basiert.

Richard Stickel folgt dabei einem Grundsatz, der, wie seine Arbeit zeigt, alles andere als banal ist: „Die größte Chance für Magazine, seien sie gedruckt oder digital, liegt in ihrem Inhalt.“ Dieser Inhalt kann aber nur Wirkung entfalten, wenn er mit dem Medium korrespondiert, in dem er übermittelt werden soll, wenn er also gestaltet worden ist. Natürlich von einem Profi. Denn Gestaltung ist für Stickel nicht etwas, das als Ornament hinzukommt, wenn alles andere bereits fertig ist, sondern Gestaltung ist die Gestaltung eines Inhalts so, dass er als Inhalt überhaupt wahr- und aufgenommen werden kann. Gleichzeitig wird durch seine Arbeit deutlich, dass man eine Trennlinie zwischen gedruckten und digitalen Magazinen nicht in der Weise ziehen kann, dass der eine Gestalter sich um das Gedruckte, der andere um das Digitale kümmert. Das führt zu Quälereien des Lesers, die Stickel in seinem Buch vorführen kann. Vielmehr sollte sich der Gestalter digitaler Magazine am bisherigen Niveau der gedruckten orientieren, damit es nicht unterschritten wird, und der Gestalter gedruckter Magazine wird Gefahr laufen, die Leser zu verlieren, wenn er nicht weiß, was die neuen Kommunikationstechniken vermögen. Es gilt stattdessen nach neuen Chancen für gedruckte Magazine zu suchen – nicht als Vorgang der Nachahmung, sondern wiederum als Entdeckung. Das Digitale wird das Gedruckte nicht vernichten, aber verändern schon – und dies ist für Leute wie Stickel kein bedauerlicher, sondern ein spannender Vorgang. Das Digitale wiederum hat sich zu messen an dem, was gedruckte

Magazine oder Zeitschriften geleistet haben und noch leisten werden. Auch das wird hier als Herausforderung begriffen, damit Leser mehr von dem bekommen können, wonach sie suchen: nicht alleine Informationen oder Wissen oder Amüsement, sondern Anlässe für die Bildung der eigenen Meinung.

Was in diesem Buch zu lesen ist, dürfte für beide Seiten interessant sein: für die Leser von Magazinen, damit sie wissen, was alles möglich ist, und für Gestalter aus demselben Grund. Was Stickel bietet, ist für Gestalter so etwas wie ein Kompendium: Zuerst werden die technischen Veränderungen beschrieben, vom Desktop-Publishing über Redaktionssysteme, Database-Publishing und Personalisierung bis hin zur digitalen Erweiterung gedruckter Magazine. Anschließend folgen die Abschnitte, in denen die Gestaltungsmöglichkeiten untersucht werden, von den Formaten über die Typographie, das Layout, die Farben bis hin zum Interfacedesign. Man erfährt hier wohl so gut wie alles, was von Bedeutung ist hinsichtlich der technischen und der gestalterischen Seite digitaler Magazine. Die Texte sind mit erläuternden Abbildungen versehen, und im Anhang folgen noch fünf ausführliche und aufschlussreiche Interviews mit Leuten, die sich entweder gestalterisch oder wissenschaftlich oder als Herausgeber mit Magazinen beschäftigen. Auch ein Glossar fehlt nicht.

Der Ausgangspunkt bei alldem ist die Betonung der Verantwortung des Gestalters für die Qualität von Magazinen. Denn die technischen Möglichkeiten geben zwar einen Rahmen für die Gestaltungsarbeit vor, aber sie determinieren sie nicht; der gestalterische Spielraum bleibt groß, so groß wie der Unterschied zwischen guten und schlechten Magazinen. Deswegen ist das Buch von Richard Stickel ein Plädoyer für gestalterische Arbeit angesichts der Tendenz, sie durch automatisierte Prozesse ersetzen zu wollen. Sie ist nicht ersetzbar, und das wird nicht nur behauptet, sondern ist das Ergebnis empirischer Analyse. Allerdings erhöhen sich die Anforderungen an den Gestalter: „Die Schnelllebigkeit der digitalen Formate und Verbreitungsformen macht eine permanente Weiterbildung und Spezialisierung des Gestalters notwendig, wie sie bisher aus dem Print nicht bekannt war." Das gilt nicht nur in technischer, sondern auch in ästhetischer Hinsicht.

Zu lesen ist ein Buch, das man als gedrucktes oder digitales Exemplar erwerben kann, das als e-book erscheinen soll und als pdf-Datei verfügbar sein wird – natürlich je anders gestaltet. Möge das erste Buch von Richard Stickel viele Leser finden und bei ihnen Wirkung zeigen. Der Kommunikationskultur in unserem Lande käme es sehr zugute.

Achim Trebeß

Dr. Achim Trebeß ist als Professor für Kulturwissenschaft an der Fakultät Gestaltung der Hochschule Wismar tätig.

Gliederung

Vorbemerkung 11

Motivation 13

Methodik 15

Begriffsbestimmung 17

Veränderungen technischer Grundlagen der Magazingestaltung vor dem digitalen Wandel 19

Der digitale Wandel und seine Auswirkungen auf die Magazingestaltung 25

- Digitale Revolution und Digitaler Wandel 25
- Desktop-Publishing 26
- Redaktionssysteme 28
- Database Publishing 29
- Personalisierung 30
- Digitaldruck 37
- Digitale Erweiterungen gedruckter Magazine 39
- Gegenbewegung 48

Gestaltung digitaler Magazine 51

- Formate 51
- Der Pixel – ein einheitliches Maß? 57
- Typografie 59
- Layout 65
- Farbigkeit 79
- Interfacedesign 81

Ergebnisse der Untersuchung 89

Glossar 91
Literaturverzeichnis 101
Anhang: Interviews 105
Dipl.-Des. Gabriele Günder 105
Bashar Farhat 109
Prof. Arwed Voss 113
Angelika Petruschat 121
Johannes Kückens 125
Impressum 132

Vorbemerkung

Digitale Magazine sind heute keine außergewöhnlichen Publikationen mehr. Sie haben sich in einer Vielzahl an Erscheinungsformen in der Medienlandschaft verbreitet, die allesamt auch eine spezifische Gestaltung verlangen. Hier können Gestalter ihre Kompetenz beweisen, die Möglichkeiten der digitalen Magazine auszuschöpfen und diese eigenständige Magazinform auch als solche zu behandeln. Das glückt jedoch nicht immer. Da die digitalen Magazine in immer neue Bereiche vordringen, zeigen sich deutliche Unsicherheiten besonders bei Verlagen, wie mit den neuen Formen umgegangen werden soll, was sie tatsächlich leisten, wofür sie sich eignen könnten und letztendlich wie sie gestaltet werden sollen. In welcher Beziehung stehen sie zum oft schon vorhandenen Printmagazin? Sind sie eine Chance oder sogar eine Gefahr? Es zeigt sich immer noch ein Bild des Ausprobierens und Experimentierens mit diesem „neuen Medium". Es ist eine spannende Zeit gerade für Gestalter, die mit kreativen Ansätzen auf diesem Feld wirken können.

Wie stark sich der digitale Wandel der Printprodukte bereits vollzogen hat, und dass er auch viele neue Fragen aufwirft, möchte ich nur kurz anhand zweier Beispiele verdeutlichen. Nachdem die US-Luftfahrtbehörde FAA den Einsatz von iPads im Cockpit erlaubte, war die US-Fluglinie American Airlines im Dezember 2011 die erste, die die üblichen gedruckten Handbücher und Flugkarten durch digitale Versionen fürs iPad ersetzte[1]. Die Piloten müssen dadurch keine schweren Flughandbücher mehr tragen, die alle 14 Tage aktualisiert werden müssen. Durch die Umstellung steigert sich aber auch die Abhängigkeit von zuverlässig arbeitenden technischen Geräten um ein weiteres. Hier geht es nicht mehr nur um die Frage, ob etwas in digitaler Form wirtschaftlicher ist, sondern um die Sicherheit von Menschen, die bei solchen Entscheidungen an erster Stelle stehen sollte. Auch bei Magazinen führt der digitale Wandel teilweise zu fragwürdigen Entwicklungen. Das Magazin „Inspire"[2] der Terrororganisation Al Kaida verbreitet sich als PDF-Datei dezentral in alle Welt. Es beinhaltet unter anderem Tipps für erfolgreiche Anschläge und für den Bombenbau[3] und ruft zum „Heiligen Krieg gegen die Ungläubigen" auf. Hier zeigt sich sehr deutlich, dass durch die Freiheit der virtuellen Publikation auch ganz reale Gefahren entstehen können. Das digitale Magazin wird zur Waffe instrumentalisiert. Die Beispiele sollen

---

1 golem.de: American Airlines ersetzt Flughandbücher durch iPad. URL: http://www.golem.de/1112/88416.html (abgerufen am 13.01.2012, 10:42 MEZ)

2 Inspire Ausgabe Sommer 2010, URL: http://www.homelandsecurityus.com/PDF/Inspire Summer 2010R.pdf (abgerufen am 12.01.2012, 11:14 MEZ)

3 Hackensberger, Alfred: Al-Qaida-Magazin gibt Anleitung zum Attentat. 14.10.2010, URL: http://www.welt.de/politik/ausland/article10288293/Al-Qaida-Magazin-gibt-Anleitung-zum-Attentat.html (abgerufen am 12.01.2012, 11:31 MEZ)

ansatzweise verdeutlichen, dass die Folgen des digitalen Wandels viel weitreichender sind, als es meine Arbeit mit dem Fokus auf die Magazingestaltung darlegen kann. Es ist meines Erachtens besonders für Gestalter digitaler Medien wichtig, um diese Entwicklungen zu wissen, denn zu viel Euphorie für die neuen gestalterischen Möglichkeiten könnte den eigenen kritischen Blick schwächen.
Ich habe dieser Arbeit Interviews mit Personen angehängt, die sich beruflich mit der Gestaltung von Magazinen beschäftigen oder in einem bestimmten Verhältnis dazu stehen. Die Interviews sollen einen Einblick in eine Branche geben, die im Wandel begriffen ist und sie sollen zum Verständnis der Thematik beitragen, die doch an vielen Stellen über das Thema der Gestaltung hinaus reicht.