

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 7 (1994)
Heft: 8

Artikel: Alles so schön bunt : Bernd Zocher vergleicht die neuen Layouts verschiedener Schweizer Zeitschriften mit ausländischen
Autor: Zocher, Bernd
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120002>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Alles so schön bunt hier

Der internationale Zeitschriftenmarkt ist seit drei Jahren in Bewegung: Lancierung neuer Zeitschriften und «Runderneuerung» bestehender bieten eine verwirrende Vielfalt von Impulsen, die das gedruckte Medium verändern – weniger in den handwerklichen Gestaltungsformen als vielmehr in den Rahmenbedingungen.

Gut, ich seh's ein; ich hätte nicht mit der März-Nummer der amerikanischen Zeitschrift «Harper's Bazaar» anfangen sollen. Man blättert sich glatte vierzig Seiten durch schöne, grossnasige Models, bis man auf Seite 42 endlich auf einen redaktionellen Artikel stösst, ziemlich originell mit der neusten amerikanischen Layout-Macke ausgestattet, dem Wechseln der Schriftgrösse von Letter zu Letter. Das dicke Mode-Magazin mit wenig Text bietet aber zumindest eine verblüffende Erkenntnis: Wenn es darum geht, die Leserschaft an Blatt und Anzeigenseiten zu halten, arbeiten alle – ob Frauenmagazin, Haushaltspostille, Klatschblatt oder Illustrierte – mit den gleichen traditionellen gestalterischen Mitteln. Auch im Jahre 10 des Desktop Publishing haben sich die Rahmenbedingungen der Zeitschriften nicht grundlegend geändert. Der Papierbogen ist viereckig, nach dem Falzen kann man ihn blättern, und dazu braucht man auch heute noch keine Hilfsgeräte.

Layout fürs Vergnügen

Aber geändert hat sich trotzdem einiges: das Layout und die Typographie sollen zusammen mit Bildern und Artikeln Vergnügen, Information und Unterhaltung bei der Beschäftigung mit einer Zeitschrift vermitteln. Das führt aber nicht zu einem grösseren Spielraum der Grafiker, sondern in noch stärkerem Masse zu Zielvorgaben aus dem Marketing, denen sich die Gestaltung zu unterwerfen hat.

Bunt bis zum Geht-nicht-mehr

Bereits vor einigen Jahren war diese Entwicklung absehbar: Tageszeitungen wie «USA today» bauten auf eine «Infotainment»-Strategie der kurzen Artikel und bunten Grafiken. Dem liegt die – sicher nicht falsche – Einschätzung zugrunde, dass weite Bevölkerungskreise ihre Meinung nicht mehr aus Büchern, Zeitungen oder Zeitschriften bilden, sondern Fernsehen, Pay-TV, Videos, Datennetze und Kinofilme einen Teil dieser Funktionen abnehmen. Die Möglichkeiten, sich mit Hilfe verschiedener Medien zu amüsieren und zu informieren, haben sich vermehrt. Zeitungsartikel sind kürzer, weil die Geduld des Publikums nachgelassen hat.

Fast-Food-Stil

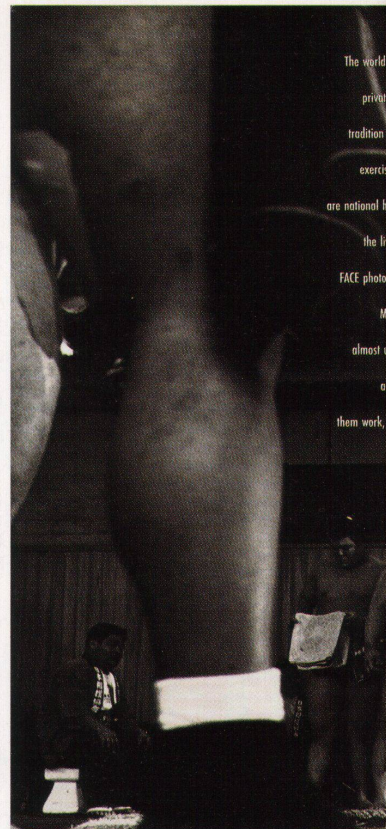
Nach den Zeitungen sind jetzt die Zeitschriften dran. In Deutschland hat «Focus» den Markt durcheinander gewirbelt. Das bunte Magazin aus München ist die Fast-Food-Variante des «Spiegel», so wie die «Woche» in schnellen, farbigen Häppchen die eilige liberale Leserschaft versorgt, die sich bisher durch die Bleiwüsten der «Zeit» baggern musste. Wird die «Weltwoche» im Herbst Frühlingseffekte bekommen ...?

Bei all diesen Blättern wird mit viel Buntem und der Strategie der Informationsportionen gearbeitet. Die Konzeptmacher greifen immer dann gern zum Farbeimer, wenn es darum geht, verschiedene Informationsebenen in ihren Magazinen schneller rezipierbar zu machen. Die Farbe wird zu einem Teil eines Leitsystems zum schnellen Finden von Informationen.

Kurz und hektisch

Auch die Schweizer Chefredaktionen (oder besser die Konzernleitungen) nehmen die kontinentalen Entwicklungen auf. Eine grobe Übersicht zeigt vermehrt streng strukturierte

*Klassisches Illustrierten-Layout
bei «The Face»*



Blätter, bei denen Artikelvorgaben und fixe Zeitschriftenraster den Spielraum von Redaktion und Gestaltung diktieren. «Bolero» hat es besonders bunt getrieben. Man hat dem Magazin kräftige Farben verpasst. Auch die Bilder haben einen starken Bonbon-Touch, und manchmal erinnert ihr Anschnitt an «Harper's Bazaar». Die Rubrikentitel – zumindest in der ersten «neuen» Nummer – sind blau, aber auch sonst mag man es bei den Überschriften farbig, wenn nicht gerade die schwarze Headline in die blaue Rubrik gedruckt ist. Ärgerlich ist der Schriftensalat: Soll der anregen zum Lesen, oder wirkt er als Umblätter-Animation?

Inhalt gegen Layout

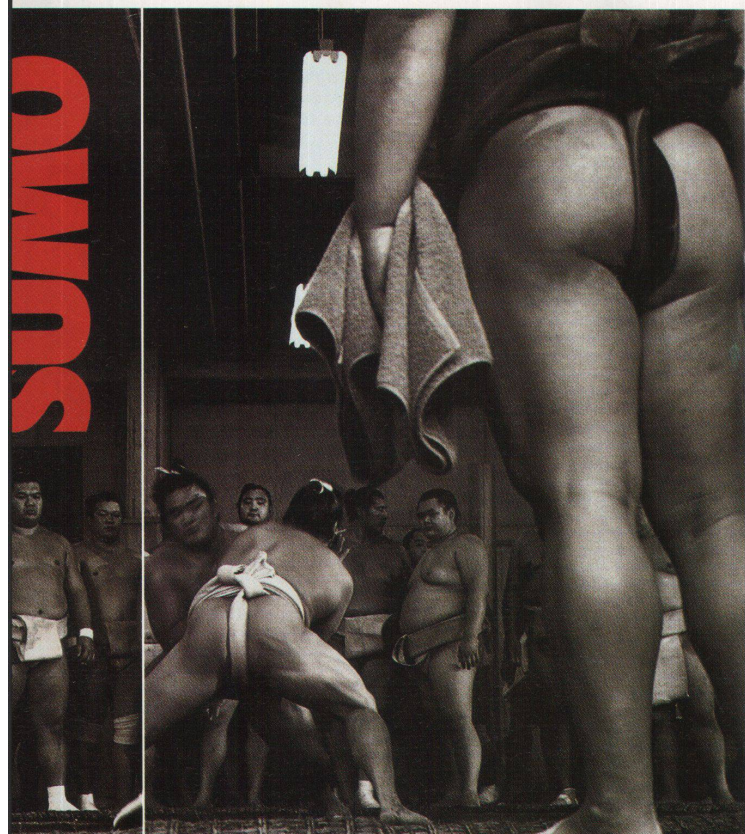
«Bilanz» hat es schon schwerer getroffen, denn hier kämpft der Inhalt mit dem Infotainment-Layout. Die Grafik wirkt «Bolero»-mässig, die Artikel scheinen kürzer, aber das ist nicht unbedingt ein Nachteil. Hervorhebungen von Namen, bei der NZZ noch dezent kursiv, werden hier mit einer fetten, verzerrten Franklin Gothic erzwungen. Da wir ja alle Name-dropper sind, fällt das sicher auf. Einen hübschen Einfall hat man sich bei den längeren Artikeln geleistet. Es gibt keine Zwischenüberschriften mehr, sondern Hervorhebungen nach

biblischer Art: Die ersten drei Worte werden ebenfalls mit einer fetten Grotesk hervorgehoben.

Von der Bibel des Kapitals zur Bibel der Schweizer Familie: die «Schweizer Familie». Die sieht aus wie eine Mischung aus «Bolero» und «Magazin»; woher kommt das? Man mag gern Bilder in grellen Farben, und es dürfen – ferner Abklang des Dekonstruktivismus – auch hier die einzelnen Wörter der Überschriften unterschiedlich gross sein. Auffällig sind aber Konstruktionselemente, die auch bei der «Schweizer Woche» und besonders beim «Beobachter» anzutreffen sind: eine starke Fragmentierung jeglicher Information, bestehend aus bunten Bildern, Kästchen, ganzen Artikeln, Verweisen auf Fernsehsendungen und Telefonnummern, bei denen man sich weitere Informationen holen kann. Dieses Info-Patchwork macht die Blätter noch stärker zu Dienstleistungszentren der Alltagsinformation. Typographisch gesehen lässt man sich nicht auf die Äste hinaus; aber bunt geht's auch hier zu und her: Zur Hervorhebung eines marginalen Artikels wird ein Textblock häufig mit Farben hinterlegt.

Grafisches Korsett

Doch was eine Domäne für die Gestaltung zu sein scheint, erweist sich



**Kolumnentitel mit letternweise
ändernder Schriftgrösse: «Har-
per's Bazaar»**



Präzise Ortung beim «Beobachter» 9/94: Die Titelgeschichte wird durch Kolummentitel und Ikone (hier ein Feldstecher) kenntlich gemacht. Gelber Kasten und Telefon ergänzen den Artikel

als grafisches Korsett: Zwar sind Grafikerin und DTP-Fachkraft jetzt in der Redaktion eingebunden, aber sie sind die, die das Zeitschriftenkonzept umzusetzen haben. Eine Ausnahme ist «Das Magazin». Zwar ist auch hier das Regelwerk strikt (Inhalt; Der Chefredaktor spricht; ein paar doppelseitige Bilder; Begrenzung der Artikel – mit je einer Ausnahme – auf maximal drei Seiten inkl. Bild), aber das gesamte Layout vermittelt eine gewisse Ruhe und Weitläufigkeit. Auch die Schriftenauswahl zeigt Einfallsreiches; wir sehen die Trade als Headline und die Berkeley und nicht die Times als Grundschrift. Die meisten Artikel sind mit Schwarzweiss-Bildern illustriert, ohne dass das Blatt dadurch langweilig wirkt. Die Kopftexte («Leads») werden leider gerne mit übermässig weitem Zeilenabstand gekennzeichnet, und ärgerlich ist auch dieses permanente, geradezu manische Unterscheiden der Überschriftenzeilen. Es ist unlesbar.

Glatte Layouts

Interessanterweise ist man in angelsächsischen Zeitschriften – trotz der Initialwirkung englischer und amerikanischer Zeitungen – häufig einen anderen Weg gegangen. Die grossen Magazine haben sich nicht dazu verleiten lassen, der Zeitungsentwick-

lung und den dekonstruktivistischen Tendenzen des Designs zu folgen. Sie orientieren sich eher an der klassischen Zeitschriftengestaltung. So zeigen «Rolling Stone» aus den USA und «The Face» aus England Konventionelles. «Rolling Stone» bietet ein unruhiges, buntes, drei- bis vierspaltiges Layout, das Extravaganzen scheut; und die Abenteuer bei «The Face» finden hauptsächlich in den Texten und den Photographien statt.

Was kommt?

Welche Entwicklungen werden für die nächsten Jahre erkennbar? Informationsweitergabe nach Massgabe des Marketing wird zunehmen. Interessanterweise ist der Einfluss der Gestaltung in diesem Zusammenhang marginal, auch wenn stärker mit farbigen Chiffren gearbeitet wird. Die Technik der neuen elektronischen Gestaltungswerkzeuge weist im Printbereich offensichtlich keine neuen ästhetischen Wege, sondern bindet Redaktion und Design nur stärker in die Wirtschaftlichkeits- und Marketingabwägungen des Unternehmens ein. Die Grafiker stehen auf schwachem Posten.

Bernd Zocher

Twist im Schriftensalat: «Bolero»



Heute ist die Fotografie die angemessene amtlich-künstlerische Dekoration (oben). Ein Blick von Hugues de Wurstemberger auf die unbekannt vertraute Schweiz. Einst war das Kursbuch amtlich-heraldisch: Cover von 1974 (unten)

Neuer Kurs

Die Macht des Computers im Fahrplanwesen führt dazu, dass das Kursbuch neu gestaltet werden konnte. «Zu schwarz», so lautet der Tenor der drei Designkritiker.

Dass die 87. Auflage des Kursbuches neu ist, heisst nicht, dass der allgemeine Designwille jetzt auch die Fahrplanmacher erreicht hat. Es ist Ausdruck technologischen Wandels. Bisher wurden die Kursbuchmanuskripte von Hand geschrieben und bearbeitet. Nun geschieht das über eine Fahrplan-Datenbank, aus der mit einem eigens entwickelten Kursbuch-EDV-System die Züge und Busse in die Kolonnen gefüllt werden. Mit diesem technologischen Sprung konnte auch das Erscheinungsbild überarbeitet werden. Der Typograf Markus Bosshard vom Atelier Weiersmüller, Bosshard, Grüniger führte die Feder. Mitbeteiligt am Redesign war Urs Fanger, bekannt auch als Leiter der Abteilung visuelle Kommunikation der Schule für Gestaltung, Zürich. Nehmen wir das Buch zur Hand, ist das Neue augenfällig: Es ist grösser. Nach den paar Versuchen mit Kunst auf dem Fahrplan gibt's nun auf dem Deckel schwarzweisse Fotografien. Jedes Jahr ein anderer Fotograf werde, so Markus Bosshard, das «andere Bild der Schweiz, eine ungewohnte Sehweise, jenseits der Postkartenidylle eröffnen». Begonnen hat der Berner Fotograf Hugues de Wurstemberger. Neu auch ein Griffregister auf der Seite. Der Fahrplan selber ist im Hochformat und nicht wie bisher im Querformat aufgelistet. Soweit das Beschreiben. Nötig bleibt die Kritik. Eine kleine Gruppe des Schweizerischen Verbandes Industrial Designers (SID) pflegt in Hochparterre das Thema «Designer kritisieren Design». Was sagen Karl Odermatt, Jürg Brühlmann und Karin Kammerlander zur Arbeit ihrer Berufskollegen?

Auf nach Stans

Karl Odermatt von teamform Hinwil:

«Mein Test heisst: Wie schnell und sicher finde ich eine Zugverbindung von Stäfa nach Stans, meinem Heimatort? Ein Vergleich mit dem alten Kursbuch zeigt klare Pluspunkte: 1. Alle Seiten sind im Hochformat lesbar wie ein Taschenbuch. 2. Die klare Typografie und die fettgedruckten Buchstaben und Ziffern erleichtern das Lesen. Das freut die Brillenträger und die, die schwache Augen haben. 3. Die Übersichtskarten sind einfach und verständlich. Und doch: Das Buch ist ein dicker grauer Schinken. 1107 Seiten für Bahnen, Seilbahnen und Schiffe, dazu ein aufdringliches schwarzes Daumenregister und zu guter letzt noch ein schwarzweisses Foto auf dem Buchdeckel – das ist zuviel Schwärze. Anstelle des schwarzen Daumenregisters wären verschiedenen farbige Papiere angenehm, und die Fotos möchte ich lieber zuhause aufhängen als auf dem Cover haben.»

Irritiertes Auge

Jürg Brühlmann, Designer mit einem Atelier in Lenzburg: «Ich untersuche die Gestaltung einer Doppelseite des neuen Kursbuchs mit der Brille des typografisch Interessierten und schlage auf: 650 Olten-Lenzburg/Brugg-Zürich. Die Doppelseite ist geviertelt, horizontal durch zwei 8 Punkt starke schwarze Linien und vertikal durch den Bruch. Links und rechts wird die Seite gesäumt vom schwarzen Feld des Griffregisters. Die ganze Seite wirkt kontrastreich, unruhig. Nicht nur das Griffregister, das sich im geöffneten Zustand zur Fläche vergrössert, erzeugt die kontrastreiche, schwarzdominante Wirkung; auch die vielen unterschiedlich langen 7 Punkt starken schwarzen Vertikalbalken der einzelnen Züge sowie die Umsteigepfeile und die Tolggen-Zeichen wie Bahnhof, Trinkglas, Speisewagen, Telefon. Das Auge wird irritiert, die Aufmerksamkeit erschwert und abge-

lenkt. Der 6 Punkt schmale hohe Schriftschnitt schliesst in der halbfetten Anwendung die Zwischenräume der Buchstaben A, B, a, e, g nahezu. Das gilt auch für die erwähnten Zeichen. Vor allem dann, wenn wie hier auf Dünndruckpapier gedruckt wird. Da würde ich offene Zeichen schätzen. Nebst der vorherrschenden Schwärze und dem Zusammenfallen der Buchstaben und Zeichen stört mich auch der Typoraster der rechten Seite. Dass die Ortsnamen praktisch im Bruch verschwinden, gibt Anlass, die Doppelseite falsch zu lesen: Horizontal von links nach rechts, anstatt von oben nach unten, wie in einem normalen Lesebuch. Linien sollten richtig leiten, wie im Strassenverkehr, aber das tun diese in diesem Fahrplan nicht. Liegt das etwa an der Eisenbahn, an ihrer Schienentreue?»

Symbolproblem

Karin Kammerlander, Designerin in Winterthur und Präsidentin des SID: «Ich versuche das Buch zu lesen, zu interpretieren. Orte und Fahrzeiten, Kreise, gerade und gewellte Linien, Kreuze, Pfeile, gefüllte Halbkreise usw. Ich blättere hin und her zur Zeichenerklärung. Mein Schluss: Die Informationen müssen eindeutiger sein. Ein leerer Kreis bedeutet Ankunftszeit, ein Kreuz heisst Halt auf Verlangen. Symbole ersetzen das Wort. Sie sind Sinnbilder, aber sie sollten selbsterklärend sein, soweit wenigstens, dass sie sich in einen breiten kulturellen Kontext einfügen und sich einfach lesen lassen. Was bedeutet schon wieder die Eins im Quadrat?»

