

Des Designers täglich Brot

Farbe

(Georg Obermayr)

Farbe ist wesentlicher Bestandteil unseres täglichen Lebens. So selbstverständlich, dass wir sie manchmal gar nicht mehr wahrnehmen. Für jeden, der in der grafischen Industrie tätig ist – sei es als Designer oder als Druckvorstufen-Techniker – gehört Farbe zum täglichen Brot: Da werden Diskussionen geführt und Ideen ausgebrütet über Nuancen für das Corporate Design eines Unternehmens. Stundenlang werden die besten Farbkontraste und -wirkungen erprobt. Und später an der Druckmaschine geht es bei der akkuraten Wiedergabe einer Farbe wieder um Feinheiten. Aber was ist eigentlich Farbe?

Wie wir Farbe sehen

Ohne Licht keine Farbe. Nur dort, wo Licht – etwa von der Sonne – auf einen Gegenstand trifft, wird für das menschliche Auge Farbe sichtbar und es entstehen Formen. Jeder kennt es: In der Dunkelheit sind keine Farben und somit auch keine Formen erkennbar. Die Orientierung fällt schwer. Sobald aber etwas Licht vorhanden ist, ergibt sich eine neue Situation.

Neuplatzierung

Launch einer Zeitschrift

Der Launch einer Zeitschrift auf dem Zeitschriftenmarkt als Selbständiger oder Unternehmer ist ein Wagnis. Sowohl in personeller als auch finanzieller Hinsicht. Es braucht viel Zeit, Engagement und Enthusiasmus. Und die richtigen Ideen. Und last but not least Mitarbeiter, die hoffentlich lange bei der Stange bleiben.

Verschiedene Verlage haben dies in den letzten Jahren versucht. Das bekannteste Beispiel ist das Nachrichtenmagazin „Focus“. Als der Burda Medien Verlag in München die Zeitschrift auf den Markt brachte, prophezeiten ihm die Kritiker ein schnelles Sterben. Schließlich gibt es seit ca. 50 Jahren die etablierteste Zeitschrift in Sachen investigativer Nachrichtenjournalismus: den „Spiegel“. Die Kritiker irrten sich. „Focus“ nahm seinen Platz als Konkurrent zum „Spiegel“ auf dem Markt ein. Die Ideen, die zum Teil dahintersteckten, waren: farbige Aufmachung im Gegensatz zum „Spiegel“, der damals noch in einfarbig schwarz daherkam, und der so genannte Fast-Food-Journalismus – kurze, prägnante, gut recherchierte Ar-