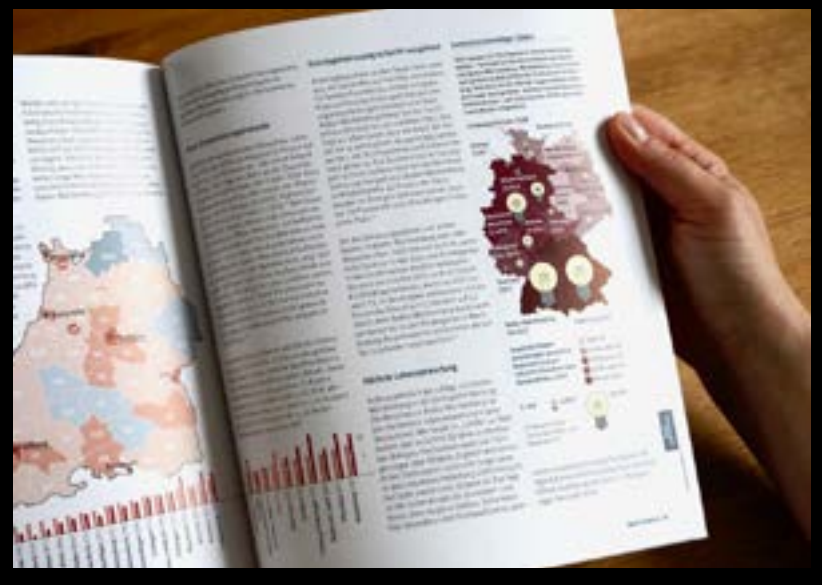


Geheimnis eines Erfolges

Die Studien für das Berlin-Institut am Beispiel von „Die demografische Lage der Nation“



Auftraggeber: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung
www.berlin-institut.org

Seit 2003 betreue ich als Grafik-Dienstleister das Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung. In jenem Jahr wurde Dr. Reiner Klingholz dort Direktor, der vorher unter anderem als Redakteur beim GEO-Magazin gearbeitet hatte. Über den Verein GEO schützt den Regenwald hatten wir uns kennengelernt, für den ich einige Anzeigen zur Spendenakquise entworfen hatte. Neben einigen kleineren lokalen Projekten war das Berlin-Institut der erste „richtige“ Kunde den ich für mein Büro Traktor akquirieren konnte.



Nicht nur menschlich passte es ganz gut: Reiner Klingholz konnte sich damit aus, wie man vermeintlich trockene Themen unter die Leute bringen konnte. Das war sehr hilfreich, denn es ging um alles andere als knackige Sachverhalte. Doch der Reihe nach. Zunächst sollte ich ein neues Logo entwerfen, da sich das Institut umbenannt hatte. Das abgeseignete Ergebnis war ein stilisiertes „bi“, gestaltet in Anlehnung an ein Balkendiagramm. Bei der Präsentation erklärte ich, dass die drei Säulen auch für eine Kleinfamilie stehen könnten (siehe Abb.). Die einzelnen „Klötzchen“ versah ich mit abgerundeten Ecken, ein Stilelement, das fortan immer wieder in den Layouts für das kurz BI genannte Institut auftauchte.

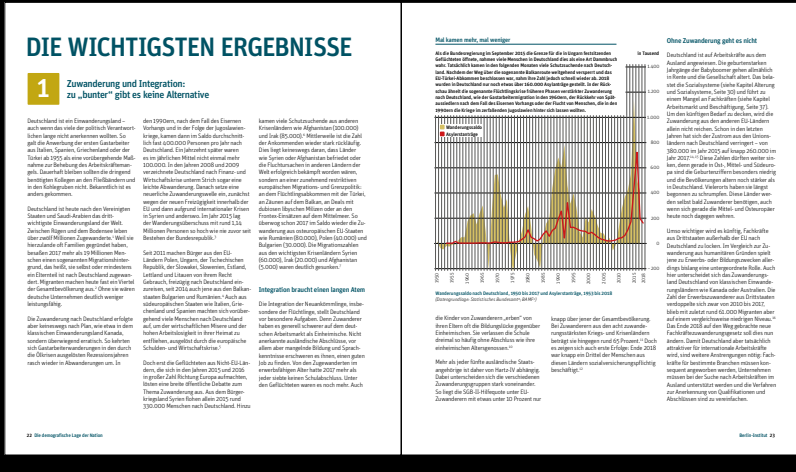
Ein anderer Entwurf fiel leider durch. Dort wollte ich ein „lebendes“ Logo durchsetzen. Der Schriftzug sollte von 5 Kreisen umgeben sein, jeder einzelne stellvertretend für einen Erdteil. Die Größe und die Position dieser Kreise sollte sich immer ändern, je nach dem aktuellen Stand der Bevölkerungszahlen in

den Erdteilen. In jeder Publikation sollte das Logo also anders aussehen und damit die Dynamik der Bevölkerungsentwicklung symbolisieren. Die Idee finde ich immer noch interessant, allerdings wäre das wohl eine recht komplizierte Handhabung geworden. Und wahrscheinlich sollte sich ein Logo auch nicht so in den Vordergrund drängen. Daher bin ich ganz zufrieden mit dem endgültigen Logo (das ich auch heute noch gerne anschau).

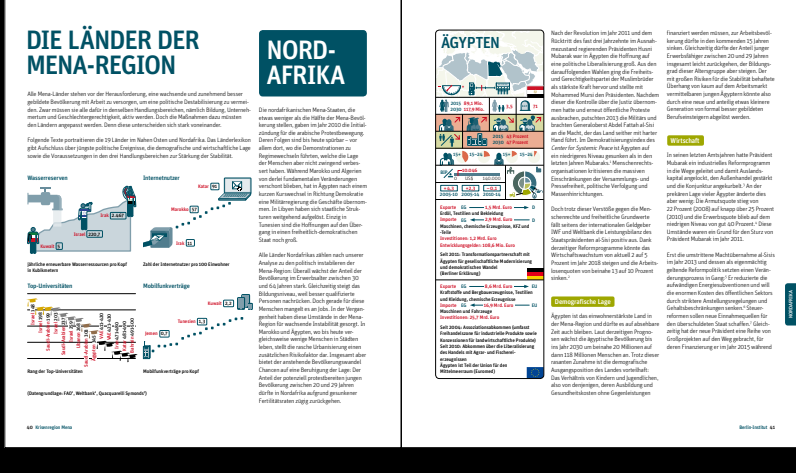
Anschließend sollte das Corporate Design der Publikationen modernisiert werden. Ich entwickelte ein Basislayout und einige Gestaltungselemente, überlegte mir, wie man den unscheinbaren Excel-Diagrammen neues Leben einhauchen kann, stellte fest, dass man Karten am besten selbst zeichnet und wendete das Erdachte und Erlernte dann auch gleich für die erste Studie, die Studie aller Studien an: Deutschland 2020. Ich kam ja aus der Werbung, war also Spezialist dafür, die Zielgruppe visuell um den Finger zu wickeln. Reiner Klingholz als Autor bei einem populärwissenschaftlichen Magazin wusste wie man knackige Texte schreibt. Das Thema war ein völlig neues: Die demografische Entwicklung nicht in Afrika oder Asien, sondern vor der Haustür in den deutschen Regionen. Die Studie schlug damals ein wie eine Bombe. Innerhalb von zwei Wochen veröffentlichten deutsche Zeitungen und Magazine über 2.000 Berichte darüber. Und die Erfolgsstory des Instituts begann ... Bis heute bin ich an der Seite des BI, auch wenn ich nicht mehr die Layouts von allen Publikationen selbst erstelle. Nach vielen anderen z.T. regionalen, z.T. globalen Themen, z.B. „Äthiopien – Vom Hungerland zum Hoffnungsträger“, „Amerika – Wohlstand, Aufstieg und verpasste Chancen“ oder „Neue Potenziale – Zur Lage der Integration in Deutschland“ erschien im April nun eine Neuauflage der Studie „Die demografische Lage der Nation“.

„Ihre Layouts für das Berlin-Institut entfalten mittlerweile eine ungeheure Wucht!“

Andreas Weber
Biologe und Autor

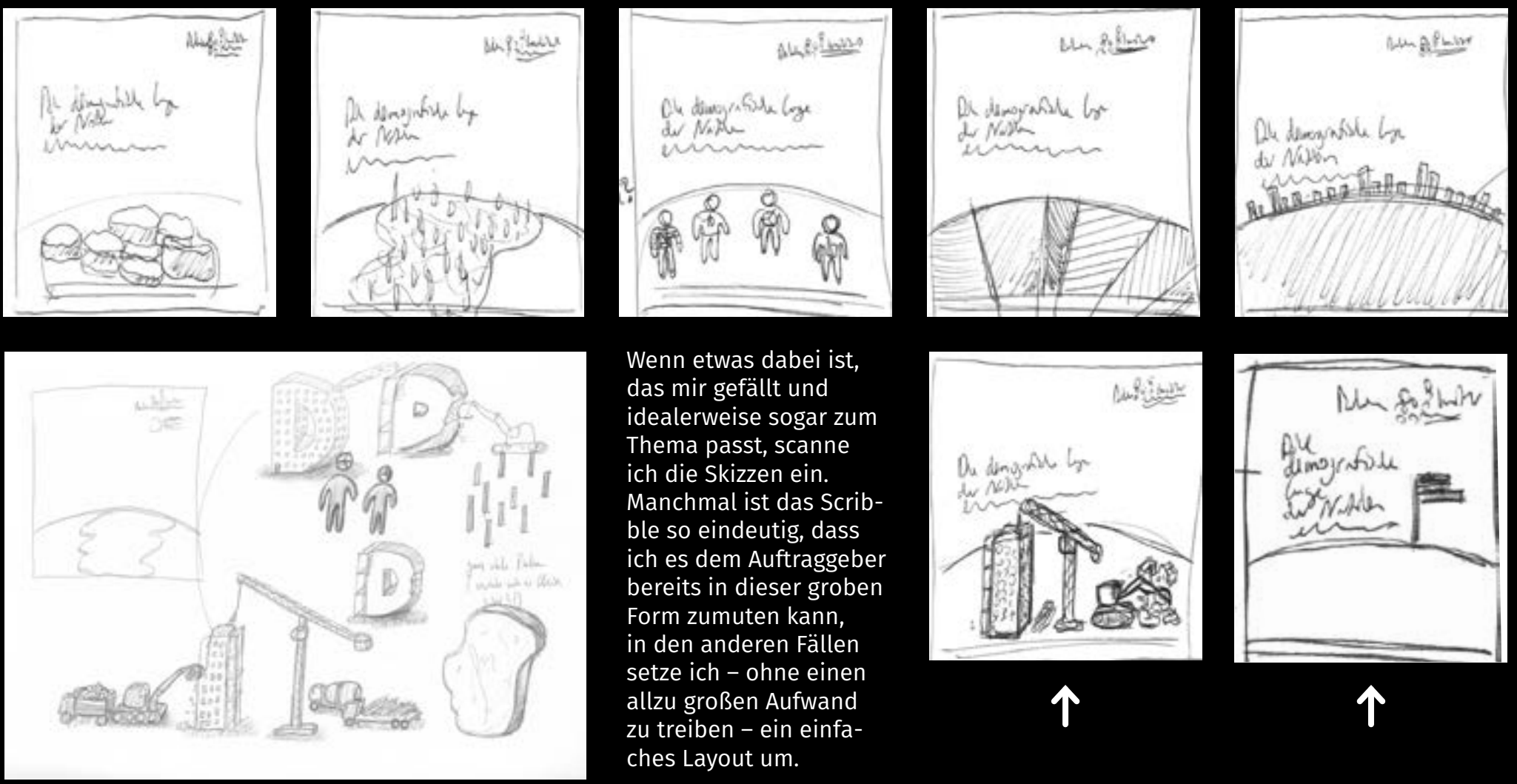


Das Layout des Innenteils folgt dem gewohnten und bewährten Modus. Die Karten, Balken-, Linien und Kreisdiagramme haben einheitliche Strichstärken, die Farben sind eher gering gesättigt und heischen keine Aufmerksamkeit. Das Textlayout ist zurückhaltend, gute Lesbarkeit steht auf der Prioritätenliste ganz oben. Es werden möglichst keine Gestaltungselemente eingesetzt, (die mit den Grafiken konkurrieren. (Beispiel). Die Headlines sind in einer relativ großen Versalhöhe gesetzt, ebenso manche Ziffern. So entsteht ein dynamisches Layout, ohne „fremde“ Elemente zu verwenden. Der Blick des Betrachters wird immer wieder auf die Grafiken gelenkt, die wesentliche Bestandteile der Studien des BI sind. „Keine Manierismen“, wie Herr Klingholz mal gesagt hat. Die meisten Grafiken sind eher einfach, was auch mit den Faktoren Zeit und Geld zusammenhängt, doch hin und wieder gibt es illustrative Elemente oder Infografiken (links eine Abbildung aus der „Mena“-Studie).



Für die Titelseiten haben wir in den Anfangsjahren relativ wenig Aufwand getrieben. Der „Halbkreis“, ein Gestaltungselement, das für Titelseiten und Kapitelanfänge verwendet wird, und die immer wieder wechselnde Hauptfarbe haben lange als Blickfang ausgereicht. Doch mit den Jahren stiegen die Ansprüche (im Gegensatz zu den Budgets ...), Gewünscht waren immer mehr auch illustrative Elemente. Ich habe mir für die Entwicklung von Ideen in letzter Zeit eine Technik zu eigen gemacht, die fast immer zu guten Ergebnissen führt. Erst sammle ich alle verfügbaren Informationen, Briefings und Hintergrundwissen und beschäftige mich damit recht intensiv. Am nächsten Tag setzte ich mich frühmorgens, noch vor dem Abrufen der E-Mails und

anderen Ablenkungen, mit einem Bleistift und einer (virtuellen) Stoppuhr vor ein leeres DIN-A4-großes Blatt Papier, setze mir ein zeitliches Limit (z.B. 1 Stunde), zeichne Rechtecke, die ungefähr der Größe des Endformates entsprechen und beginne, alles zu zeichnen, was mir zu dem Thema in den Sinn kommt. Die kleinen Zeichnungen (im Original ca. 5 x 6 cm groß) sehen dann ungefähr so aus:



Wenn etwas dabei ist, das mir gefällt und idealerweise sogar zum Thema passt, scanne ich die Skizzen ein. Manchmal ist das Scribble so eindeutig, dass ich es dem Auftraggeber bereits in dieser groben Form zumuten kann, in den anderen Fällen setze ich – ohne einen allzu großen Aufwand zu treiben – ein einfaches Layout um.



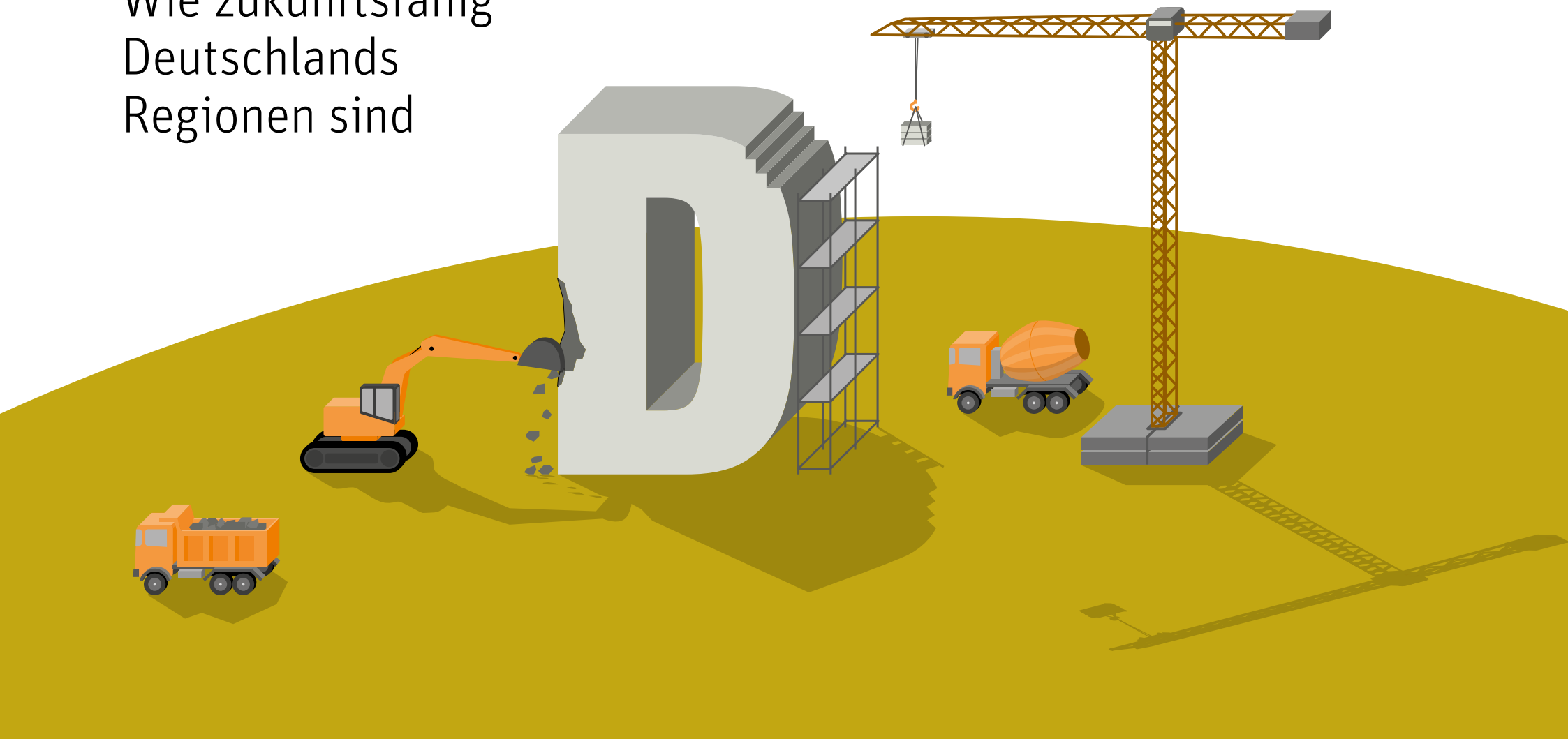
In dem beschriebenen Fall schickte ich dem BI Scribble Nr. 6 und eine einfache Umsetzung von Nr. 7 (Deutschlandflagge als Balkengrafik). Dem Berlin-Institut gefielen meine Vorschläge zwar, man wollte aber den Schwerpunkt mehr darauf setzen, dass sich die Aussichten der deutschen Regionen sehr stark unterscheiden, ohne aber einen platten Ost/West-Unterschied darzustellen. Das konnte ich nachvollziehen, aber ich war der Überzeugung, dass man diesen Aspekt bei der Idee mit der Baustelle herauskitzeln könnte. Ich kam auf die Idee, dass an dem Gebäude gleichzeitig gebaut und abgerissen wird. Das war dem Institut aber zu negativ ... Ich ließ immer noch nicht locker. Jetzt fiel mir die Lösung ein: ich abstrahierte das Gebäude und zeichnete das große Deutschland-„D“ als Bauwerk. (Abb.) Hier konnten nun die Bagger und Kräne arbeiten, ohne dass man jemandem zu Nahe treten musste. Gleich wird klar, dass Deutschland beide Aspekte in einem Land vereint, auf der einen Seite Wachstum, auf der anderen Schrumpfung oder auch das Vorhandensein von Reichtum und Armut unter einem Dach. Ich bekam das O.K., sollte aber im Osten bauen und im Westen abreißen. Dann wurde die Zeichnung mit Illustrator ausgearbeitet. Das ist der langwierigste Teil des Jobs, aber die Arbeit macht Spaß und ich freue mich um so mehr über das gelungene Ergebnis.

Hier der Link zur Onlineversion der Studie.



Die demografische Lage der Nation

Wie zukunftsfähig Deutschlands Regionen sind



n auf +++ anhaltender Zuzug in die Städte +++ Frauen bekommen wieder etwas mehr Kinder +++ süddeutsche Kreise weiterhin an der Spitze +++ neue ipherie verliert den expresse +++ Leipzig wächst am stärksten +++ Erfolg ländlicher Regionen hängt am Engag