



**FHWien-
Management & Kommunikation
FH Wissensmanagement**

3. Semester

_Mediendidaktik u. Lernpsychologie
Mag. (FH) Gernot-Klaus Winter

Gruppenarbeit: Mitarbeiterzeitung »in:site«

Stefan Duscher

Thomas L. Müller

Birgit Piniel

14. Dezember 2007

Inhaltsverzeichnis:

Inhaltsverzeichnis:	2
1 Aufgabenstellung:	3
2 Die Analyse, Allgemeines.....	3
2.1.1 Typografie – Was ist das?.....	3
2.1.2 Zur Typografie	3
2.1.3 Zu den Grafiken.....	4
2.1.4 Zu den Gestaltungsgesetzen.....	4
2.2 Titelblatt:.....	5
2.2.1 Typografische Betrachtung:	5
2.2.2 Grafische Betrachtung:	6
2.2.3 Verwendete Gestaltungsgesetze.....	6
2.3 Das Inhaltsverzeichnis, Seite 2	6
2.3.1 Typografische Betrachtung	6
2.3.2 Grafische Betrachtung	7
2.3.3 Verwendete Gestaltungsgesetze.....	7
2.4 Seite 3	8
2.4.1 Typografische Betrachtung	8
2.4.2 Grafische Betrachtung	8
2.4.3 Verwendete Gestaltungsgesetze.....	9
2.5 Seiten 4 & 5.....	9
2.5.1 Typografische Betrachtung	9
2.5.2 Grafik und Gestaltungsgesetze, Seite 4.....	10
2.5.3 Grafik und Gestaltungsgesetze, Seite 5.....	11
2.6 Seiten 6 – 11	12
2.6.1 Typografische Betrachtung	12
2.6.2 Grafische Betrachtung	12
2.6.3 Verwendete Gestaltungsgesetze.....	14

1 Aufgabenstellung:

Analyse der Mitarbeiterzeitung der Generali »**in:site** (das magazin für mitarbeiterInnen mit einblick)« vom Titelblatt bis einschließlich der Seite 11.

Folgende Kriterien sollen analysiert werden:

- Nach welcher Leseart wird es gelesen?
- Für welche Leseart wurde es gestaltet?
- Fehler und Positives:
 - Text, Grafik, Typografie, Gestaltungsgesetze

2 Die Analyse, Allgemeines

2.1.1 Typografie – Was ist das?

Die Lehre von der funktionalen und ästhetischen Gestaltung von Buchstaben, Schriften und ihrer Anwendung.

2.1.2 Zur Typografie

Das Magazin ist für »**informierendes Lesen**« gestaltet. Es werden aktive und integrierte Auszeichnungen verwendet. Die Gliederung erfolgt in leicht überschaubare Einheiten, Überschriften sind wichtig und auch dementsprechend ausgezeichnet. Es wird vorwiegend mit linksbündigem Blocksatz gearbeitet.

Weiters ist die Verwendung von unterschiedlichen Höhen der Satzspiegel anzuführen. So sind die Seiten 3, 4 und 5 bis an das Seitenende bedruckt, die Seiten 2, 6, 7, 8 und 9 weisen jeweils 1,5 cm „Leerraum“ von Textende bis zum Seitenende auf.

Die Seiten 10 und 11 sind wiederum bis unten bedruckt usw. Diese Vorgangsweise hat anfangs irritiert, wirkt aber nach mehrmaligem durchblättern durchaus anschaulich.

Verbesserungswürdig ist die Darstellung der Seitenzahlen (links unten bei geraden, und rechts unten bei ungeraden Seiten). Diese sollten sich durch Auszeichnung (ev. bold) vom Titel (in:site & Erscheinungsdatum) abheben.

Nachfolgend wird die Typografie im Detail analysiert.

2.1.3 Zu den Grafiken

Generell ist zu sagen, dass für Bildbeschriftungen keine Pfeile vorgesehen sind um anzuzeigen zu welchem Bild der beschreibende Text gehört. Die Bilder gehen meist bis zum Seitenrand und hören nicht mit dem Text auf zu dem sie gehören.

2.1.4 Zu den Gestaltungsgesetzen

Es wird sehr stark mit den Gesetz der Regionen und Geschlossenheit und dem Gesetz der Nähe und Verbundenheit gearbeitet. Diese klare Linie scheint im vorliegenden Magazin durchgängig zu sein. Texte zu Bildern verlaufen teilweise in diese und sind dem Bild somit nahe und auch verbunden. Die Bildtexte sind auch alle durchgängig bold gedruckt, dadurch erkennt man diese (**Gesetz der Zusammengehörigkeit**) als Bildtexte. Sehr gerne wird bei weiteren Artikeln auf einer Seite mit andersfarbigen Hintergrund (**Gesetz der gemeinsamen Region**) zur besseren Gliederung gearbeitet.

Überschriften 2. Grades der Artikel sind jeweils mit einem senkrechten Balken in der Farbe der Überschrift gekennzeichnet. Dadurch wird die 2. Überschrift ebenfalls eindeutig zu dem jeweiligen Artikel zugeordnet (**Gesetz der Ähnlichkeit**). Dieses Konzept ist ebenfalls durchgängig. Die Überschriften 2. Grades erkennt man durch den Fettdruck (**Gesetz der Ähnlichkeit**).

Statements innerhalb der Artikel sind mit dem gleich senkrechten farbigen Balken gekennzeichnet. Ergänzend wurden diese mit einem Farbverlauf in der Überschriftsfarbe anders dargestellt. Durch die Farbe kann man diese Statements ebenfalls leicht dem Artikel zuordnen (**Gesetz der Ähnlichkeit & Region**) und aber auch als Statement (**Gesetz der Ähnlichkeit**) identifizieren. Ich finde es wird in dem Magazin sehr intensiv mit den Gestaltungsgesetzen gearbeitet was die Lesbarkeit des doch sehr unruhigen Textes deutlich erhöht und das informative Lesen fördert.

2.2 Titelblatt:

2.2.1 Typografische Betrachtung:

Sehr übersichtlich und minimalistisch gestaltet. Wirkt nicht überladen und ist daher äußerst ansprechend. Titel und Zusatztext »in:site das magazin für mitarbeiterInnen mit einblick« zeichnen sich durch die ausschließliche Verwendung von Kleinbuchstaben aus.

Verbesserungswürdig ist allerdings der Block der Top-Stories:



- 10 Felix Baumgartner: Beim Geld riskier ich nix → übersichtlich, okay

Die nachfolgenden Aufzählungen sollten die gleiche Formatierung aufweisen und nicht zwangsweise als „Blocksatz“ dargestellt werden.

- 26 Mijou Kovacs: Das Theater ist mein Zentrum
- 42 Peter Thirring: Der stille Allrounder

2.2.2 Grafische Betrachtung:

Das Titelblatt ist fast zur Gänze mit einem Bild bedeckt. Die Schrift ist passend gewählt und trotz des Grafikhintergrundes gut zu lesen.

Für die am unteren Ende angebrachten Logos wurde passenderweise weißer Hintergrund gewählt da sie ziemlich klein sind und sonst nicht oder nur teilweise erkennbar wären.

2.2.3 Verwendete Gestaltungsgesetze

- Das Gesetz der **gemeinsamen Region**, für den Namen des Magazins durch die rote Farbe erzielt. Weiters sind die beteiligten Unternehmen durch eine weiße Box auf der Unterseite des Titelblattes ausgezeichnet.
- Die Aufzählung der Top-Stories sind mittels dem **Gesetz der Nähe** als zusammengehörig wahrgenommen.
- Die Seitenzahl zu den Headlines wird stets in der Farbe rot gekennzeichnet und somit durch das **Gesetz der Ähnlichkeit** als zusammengehörig wahrgenommen.

2.3 Das Inhaltsverzeichnis, Seite 2

2.3.1 Typografische Betrachtung

Die Gliederung in vier Themenblöcke, jeder Block ist zusätzlich noch mit einer anderen Farbe hinterlegt, wirkt sehr übersichtlich.

Sowohl die Überschriften als auch die Top-Stories sind aktiv ausgezeichnet:



Die Überschriften des jeweiligen Themenbereiches zeichnen sich durch die ausschließliche Verwendung von Kleinbuchstaben und die Schriftstärke „thin“, die Ankündigungen der Top-Stories durch die Schriftstärke „bold“ aus.

Weniger ansprechend ist die offensichtliche Verwendung von Bildern als Platzfüller dh. steht viel Text zur Verfügung wird ein kleines Bild verwendet (links unten -Mijou Kovacs), ist weniger Text im jeweiligen Block vorhanden wird die freie Fläche durch ein großes Bild (rechts unten – Peter Thirring) ausgefüllt.

2.3.2 Grafische Betrachtung

Die auf dieser Seite befindlichen Bilder sind alle übersichtlich angeordnet. Es ist erkennbar wohin sie gehören. Alle schließen jedoch nicht mit dem Text ab sondern gehen entweder bis zum Seitenrand oder zum Ende der Textbox.

2.3.3 Verwendete Gestaltungsgesetze

Deutlich mittels Farbboxen zu erkennen ist das **Gesetz der Region und der Ähnlichkeit**. Jeder Themenblock (Top-Stories, News, Magazin, Menschen & Meinungen) wurde so sehr clever gegliedert. Die Texte zu den Bildern wurden ganz nahe an die Bilder gestellt und sind dadurch als zusammengehörig erkennbar – **Gesetz der Nähe**.

Das Impressum wurde elegant (**Gesetz der Ähnlichkeit**) durch die kleinere Schrift als zusammengehörig ausgewiesen.

2.4 Seite 3

2.4.1 Typografische Betrachtung

Die Überschriften sind ausgezeichnet (unterschiedliche Schriftgrößen und -farben) und der Text ist als linksbündiger Blocksatz gestaltet. Einzüge lockern die einzelnen Absätze auf. Abstände innerhalb der Absätze werden nicht verwendet. Jeder Zwischenüberschrift (fett) geht ein Abstand voraus, es gut erkennbar, dass es sich um eine Überschrift handelt und zu welchem Text diese gehört.



Der Artikel des Vorstandsvorsitzenden im rechten Teil der Seite ist farblich unterlegt und weist eine größere Schrift als der Text des linken Artikels auf. Er ist auch als linksbündiger Blocksatz mit Einzügen zwischen den Absätzen gestaltet. Weniger ansprechend sind die Platzierung und die Größe des Fotos gewählt. Es ist sehr klein und wirkt dadurch, dass es bis an die Seitenkante reicht und nicht mit dem Text endet, nicht anschaulich.

2.4.2 Grafische Betrachtung

Das Bild des Vorstandes (rechts oben) ist passend zum Text angeordnet. Es klebt aber am Seitenrand. Es wäre besser wenn es auch auf der linken Seite mit dem Text abschließen würde. So bringt es etwas Unruhe hinein. Das untere Bild der Aktie passt, bis auf den bereits oben erwähnten fehlenden Pfeil, der hier aber nicht so wichtig ist, da eindeutig.

2.4.3 Verwendete Gestaltungsgesetze

Die beiden Artikel wurden durch die Hintergrundfarbe in unterschiedliche Regionen getrennt (**Gesetz der Zusammengehörigkeit**).

Die wesentlichen Punkte wurden mittels orangefarbenen senkrechten Balken und Fettschrift (**Gesetz der Ähnlichkeit**) miteinander verknüpft. Bild und Text in gewohnter Weise das **Gesetz der Nähe** und wie alle Bildbeschriftungen in bold **gehalten (Gesetz der Ähnlichkeit)** wodurch diese als Bildtext identifiziert werden können.

2.5 Seiten 4 & 5

2.5.1 Typografische Betrachtung

Diese sind für informierendes Lesen aufbereitet. Die Gliederung in leicht überschaubare Einheiten ist gegeben, aktive und integrierte Auszeichnungen werden je nach Zweck (Überschriften, Bildbegleittexte udgl.) verwendet. Linksbündige Blocksätze in unterschiedlichen Breiten (je nach Einheit), Einzüge innerhalb der Absätze und anschauliche Bilder runden die Gestaltung dieser Seiten ab.

Verbesserungswürdig sind allerdings die Überschriften der rechten Artikel auf der Seite 4. Diese enden nicht mit dem Blocksatz – das „s“ bei „wertvollste Versicherung Europas“ und die Zahl „7“ bei „Barcolana 2007“ ragen über den Blocksatz hinaus und stören das Gesamtbild zumal dieses Phänomen bei den restlichen Überschriften nicht auftritt.

2.5.2 Grafik und Gestaltungsgesetze, Seite 4

2.5.2.1 Grafische Betrachtung

Im Bild oben reichen Textkassen ins Bild hinein. Dies sollte vermieden werden und wäre hier durchaus möglich. Bei den Bildtexten fehlen wieder die richtungsweisenden Pfeile. Diese würden hier helfen um gleich zu erkennen, dass der Text für die Studie auch wirklich zum Bild gehört. Man erkennt dies nicht gleich nur durch den Fettdruck.

Das linke untere Bild schließt wieder nicht mit dem Text darüber ab. Es erweckt daher den Eindruck irgendwie mit dem Bild daneben etwas zu tun zu haben. Das rechte Bild schließt aber ausnahmsweise mit dem darüber liegenden Text ab. Auch die Pfeile für die Beschreibung fehlen hier wieder. Vor allem beim linken Bild störend.

Das Bild oben ist quer geschnitten und der Text verläuft daher auch quer entlang des Bildes. Sehr schlecht zu lesen, die Zeilen – wenn auch minimal – länger werden.

2.5.2.2 Verwendete Gestaltungsgesetze, Seite 4

Der Bildtext, bei den drei Herren ist wieder bold und in das Bild eingearbeitet – (**Gesetz der Nähe und Ähnlichkeit**).

Beim Text rechts ist das Gesetz der Region wieder mittels Hintergrundfarbe realisiert. Bei den restlichen Bildern dieser Seite die Beschriftung konsequent nahe an den Bildern und in fett gehalten.



2.5.3 Grafik und Gestaltungsgesetze, Seite 5

2.5.3.1 Grafische Betrachtung, Seite 5

Das Bild unten schwimmt in den darüberstehenden Text. Man muss daher beim Lesen Hintergrundveränderungen hinnehmen. Zusätzlich fehlt wieder der Pfeil für den Beschreibungstext.

Da nicht viel Abstand zwischen eigentlichem Text und Beschreibungstext des Bildes ist, könnte man verleitet sein weiterzulesen.



Das erste Bild im Bereich „ticker“ schließt wieder nicht mit dem Text ab sondern geht bis zum Rand. Hier ist es besonders schwierig zu erkennen das der Text darunter zum Bild gehört. Wenn man oben liest und nach dem Bild weiterliest, bringt der Fettdruck nichts.

2.5.3.2 Verwendete Gestaltungsgesetze, Seite 5

Auf dieser Seite wurden drei Artikel geschickt unter Berücksichtigung des **Gesetzes der gemeinsamen Region** mittels unterschiedlichen farbigen Hintergrund realisiert. (-) Auf dieser Seite wurden Bilder über dem Artikel »Geschenke, Geschenke« sehr schlecht realisiert. Das **Gesetz der Nähe** gilt hier auch für den darüber liegenden Artikel. Dadurch muss der Leser erst den Titel und den Text lesen um die Bilder eindeutig einem der beiden Artikel zuordnen zu können.

2.6 Seiten 6 – 11

2.6.1 Typografische Betrachtung

Diese vier Seiten behandeln zwei Artikel und sind in linksbündigen Blocksätzen gesetzt. Die Gestaltung der Überschriften und der einzelnen Blöcke gleicht typografisch den Vorseiten.

Unanschaulich sind die großen weißen Flächen an allen Seitenanfängen sowie der Bereich zwischen Bildtext und Artikel auf Seite 9. Eventuell gewollt, aber nicht sehr ansprechend. Da die restlichen Bereiche der Seiten im Großen und Ganzen vollgedruckt sind, wirkt es als wäre der Text nach unten gerutscht.

Als den Lesefluss störend werden die rosa hinterlegten in roter Fettschrift gedruckten (bzw. blauen) Auszeichnungen empfunden.

Der Inhalt dieser Auszeichnungen wird innerhalb des Artikels als gleicher Wortlaut wiedergegen. Vorteilhaft wäre hier mit indirekten Auszeichnungen (ev. Sperrung oder kursiv) zu arbeiten.



2.6.2 Grafische Betrachtung

2.6.2.1 Seite 6 und 7

Die hier verwendete Grafik macht zwar einen guten Eindruck, es ist aber unmöglich im Halbkreis um die Kugel herum zu lesen. Vor allem werden die Zeilen links immer länger. Man muss jede Zeilen an einer neuen Position beginnen.

2.6.2.2 Seite 8

Der Bildbeschreibungstext geht hier unter, da zu klein und im verschwommenen.

2.6.2.3 Seite 9

Die Pfeile bei den Texten fehlen wieder. Weiters geht das rechte Bild wieder bis zum Seitenrand.

2.6.2.4 Seite 10 und 11

Der Text fließt um den Kopf herum. Auch hier wieder schwer zu lesen, weil die Zeilen kürzer werden. Der beschreibende Text verschwindet auf rotem Hintergrund. Hier wäre es besser gewesen den Text auf dem weißen Feld neben dem Arm zu platzieren. Seite 11: Das linke obere Bild geht bis zur Blattmitte und beginnt nicht mit dem Text darunter.

2.6.3 Verwendete Gestaltungsgesetze

2.6.3.1 Seite 6 + 7

Die Beschriftung des Bildes mit Schriftzug auf dem Bild ist eine bisher noch nicht angewendete Methode und betrifft das **Gesetz der Geschlossenheit**. Alle anderen Gestaltungsgesetze sind wiederholend und wurden schon auf den bisherigen Seiten beschrieben.

2.6.3.2 Seite 8

Sehr schön, **mittels Gesetz der Ähnlichkeit** alle Zeichen wie das »Blättern« Zeichen „>“ in der Farbe der Überschrift gehalten – **Gesetz der Zusammengehörigkeit**. Alle Zusatzelemente sind in der »Artikelfarbe«.

Ein schönes Beispiel für die Anwendung des **Gesetzes der Nähe** in der Beschriftung des Bildes.

2.6.3.3 Seite 9 – 11

Neu auf diesen Seiten ist das **Gesetz der Erfahrung**. Felix Baumgartner steht vor dem Generali-Logo welches aber problemlos zu erkennen ist. Die Beschriftung zu dem Bild wurde wieder mit dem **Gesetz der Nähe** realisiert. Wieder durchgängig die Verwendung eine Farbe, als Zeichen der Zusammengehörigkeit. (-) Schlecht realisiert wurde



das Abbild von Felix Baumgartner auf der Seite 11. Hier ist nicht auf Anheiß bzw. nicht leicht zu erkennen wo er wirklich hingehört? Gehört das Bild zur weiteren Region »Noch Fragen?« oder noch zum Hauptartikel? Er steht beiden bereichen »nahe«. Wieder gut die Kennzeichnung mittels Hintergrundfarbe der eigenen **Region** des »Noch Fragen?« Bereiches.