

Design › Code › Business › Das Magazin der Kreativbranche

PAGE

# PAGE

Booklet  
im Heft!

**UX Design:**  
Jobprofil  
und Gehalt

**Packaging:**  
Smart, haptisch  
individualisiert

**Persona:**  
So erstellen Sie  
Nutzerprofile

**Generation Y:**  
Recruiting und  
Kollaboration

**PAGE Connect:**  
Initiative zur  
Förderung neuer  
Kompetenzen

# LE30

**PAGE 11.2016**

[www.page-online.de](http://www.page-online.de)

DEUTSCHLAND CH 19,40 CHF  
A 11,00 EUR  
9,95 EUR L 11,50 EUR



#page303030 #pagemag



# Publikationen

❶ **»Design Origin: Germany«.** Irgendwie komisch, wenn einem aus Hongkong ein Buch mit breiter Bauchbinde in Schwarz-Rot-Gelb ins Haus schneit. Ist aber bloß der zweite Band einer Reihe übers Design diverser Nationen, der erste über Frankreich hatte eine Banderole in Blau-Weiß-Rot (siehe PAGE 05.16, Seite 58 f.). Wie also sehen hippe Asiaten



**Design Origin:**  
Germany. Designs in  
Germany Today.  
Hongkong (viction:ary)  
2016, 256 Seiten.  
39,95 Dollar. ISBN 978-  
988-13204-5-2

deutsche Gestaltung? Über vierzig bekannte und weniger bekannte Studios stellt der Band vor, bis auf Ausnahmen fällt ein doch sehr minimalistischer Look auf. Tut sich hier also immer noch bloß neue deutsche Sachlichkeit? Klar, es wird schon zeitgeistig experimentiert, aber schön ordentlich und ernst – typisch deutsch eben. Wie stellen die Macher des Buchs doch so treffend fest? Aktuelles deutsches Design zeige eine beachtliche Balance von Form und Funktionalität, wobei es auf eine breitere Akzeptanz radikaler Ideen dränge. Stimmt wohl so.

❷ **»So You Want to Publish a Magazine?«.** Print ist definitiv nicht tot! Der Indie-Publishing-Markt boomt, und gerade Designer träumen davon, ihr eigenes Magazin zu machen. Hier finden sie Interviews mit spannenden Insidern, Einblicke in die Konzeption und Produktion anderer Zeitschriften sowie viele praktische Tipps und Checklisten. Um Gestaltung geht es weniger, eher darum, wie viel Geld man für den Start braucht, wie der Vertrieb läuft, wie man Anzeigenkunden gewinnt et cetera. Zuerst aber sollte man über eines nachdenken, rät Felix Burrichter: »Was ist so einzigartig an meiner Idee, dass ich Bäume dafür umbringe?« Der in New York lebende Deutsche macht zwei Mal im Jahr »PIN-UP«, ein »Magazine for Architectural Entertainment«. Die erste Auflage 2006 zählte 100 Exemplare, inzwischen sind es rund 30 000.



**Angharad Lewis: So You  
Want to Publish a Magazine?**  
London (Laurence King)  
2016, 168 Seiten. 19,95 Pfund.  
ISBN 978-1-78067-754-5

❸ **»Africa Rising«.** Zurzeit hört man von Afrika fast nur im Zusammenhang mit Ertrunkenen im Mittelmeer. Doch das ist nur die halbe Wahrheit – es gibt auch normales Leben auf dem Kontinent. Auch in puncto Gestaltung ist Afrika längst kein weißer Fleck auf der Landkarte mehr. Von afrikanischen Formen und Mustern inspiriertes Textil- und Interior Design, edle Resorts im landestypischen Stil, vor allem aber Mode und Musik sowie die dazugehörige Kommunikation bringen eine pulsierende Kreativszene hervor, die dieser Band vorstellt. Der in Ruanda lebende burundische Fotograf Chris Schwagga etwa greift das Thema Masken auf, der nigerianische Designer Yinka Ilori kreiert per Up-cycling farbenfrohe Thron-Fetische. Wir hoffen, dass sich bald überall in Afrika noch mehr dieser kreativen Power Bahn bricht.



**Gestalten und Design Indaba  
(Eds.): Africa Rising.**  
Berlin (Gestalten) 2016,  
336 Seiten. 45 Euro.  
ISBN 978-3-89955-641-4

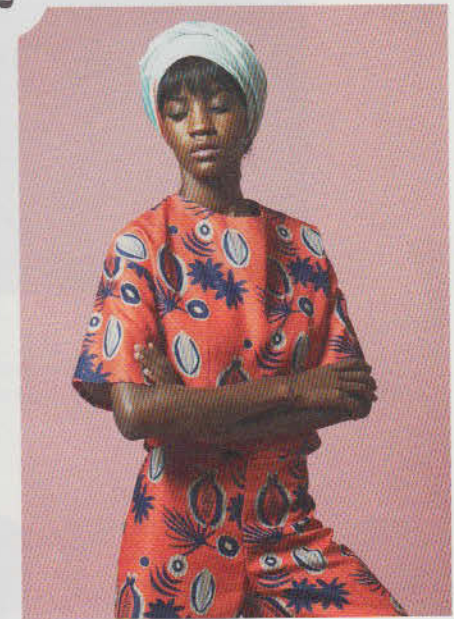


**Deutscher Humor!**

Das Monatsprogramm von Eps51 für den Münchner Palais Club feierte skurrile Welttage – links den Tag der Jogginghose am 21. Januar, rechts den Tag der Frisuren am 30. April



2



**Kreatives Afrika**

Arbeiten von Fotograf Chris Schwagga, Möbelgestalter Yinka Ilori und Textildesignerin Sindiso Khumalo





3 »Copy Paste«. Schon 45 Morddrohungen habe er bekommen, heißt es auf [www.joelapompe.net](http://www.joelapompe.net). Joe La Pompe lautet auch das Pseudonym eines (inzwischen ehemaligen) Werbers, der seit 1999 verdächtig ähnliche Werbekreationen aufspießt und bei Interviews oder in Award-Jurys nur mit Maske auftritt. In seinem neuen Buch wirft der Franzose anhand zahlloser Beispiele wieder Fragen auf, die die Kreativszene chronisch umtreiben: Wo hört die Inspiration auf und fängt das Plagiat an? Wälzen manche gezielt alte Wettbewerbsjahrbücher – nach dem Motto, wer merkt schon, dass ich eine brasilianische Kampagne von vor zehn Jahren »aufgreife«? Oder sind wirklich neue Ideen in einer globalisierten Welt fast unmöglich, zumal auch die Briefings sich ähneln wie ein Ei dem anderen? Ganz sicher scheint Joe La Pompe selbst nicht zu sein. Sein letztes Buch hieß »100 Visual Ideas, 1000 Great Ads« (siehe PAGE 01.13, Seite 108). Man kann aus einer Idee also mindestens zehn tolle Kampagnen machen ...

**Joe La Pompe: Copy Paste. How Advertising Recycles Ideas.** Berlin (Gestalten) 2016, 228 Seiten, 39,90 Euro. ISBN 978-3-89955-690-2



3



**Augen zu und auf**

Kempertrautmann 2011, Z Plus Brasilien 2013, Young & Rubicam Paris 2014 – und es gibt noch mehr Kampagnen mit der gleichen Idee ...

4



4 »Classic Penguin«. E-Books sind praktisch, aber so schön wie »echte« Bücher werden sie nie sein! Das wird spätestens angesichts dieser Cover für Penguins Klassikerausgaben aus den letzten zehn Jahren klar. Paul Buckley höchstpersönlich hat sie zusammengetragen. Er ist Kreativdirektor der Penguin Classics, die seit ihrem Start 1946 mit innovativem Design Trends setzen. Ob Kommunistisches Manifest oder US-Verfassung, Shakespeare oder James Joyce – die Designer setzen ohne falsche Pietät selbst die berühmtesten Texte so in Szene, dass sie heutige Leser anziehen. Fotografie spielt dabei nur selten eine Rolle, die Stars der Classics-Cover sind Illustration und Typo. Da malt Jessica Hische schnörkelige Lettern für die Reihe »Drop Caps«, und Alex Trochut entwirft futuristische Schriftzüge für Sci-Fi-Romane, Ross McDonald gestaltet einen Band über griechische Sagen im Look von »Superman«-Comics, oder Jillian Tamaki stickt Bild und Text für den Umschlag von Jane Austens »Emma«. Nicht nur Bilder all dieser wunderbaren Projekte sind zu sehen, Paul Buckley und die beteiligten Artists erzählen auch in vielen unterhaltsamen Texten von Höhen und Tiefen der Entstehung. Ein Muss für Bibliophile.



**Paul Buckley (Ed.): Classic Penguin: Cover to Cover.** New York (Penguin) 2016, 288 Seiten, 25 Dollar. ISBN 978-0143110132