

Mario García

Some of Mario García's colleagues will tell you he has superpowers. What else could account for the achievements of this Cuban-American and his still-boundless energy at the age of 70? Few designers are as prolific or famous. Over a span of four decades García has averaged 20 projects per year, beginning with his first redesign project in 1979 for the regional *St. Cloud Times*, Minnesota (USA), and closing with project number 714 at the end of 2017. His redesigns, consulting gigs, and conferences have taken him to 121 countries. He is a noted speaker, an author of 13 books, and a tireless blogger. And, like a good marathoner, he still runs every day.

One of his superpowers is his ability to adapt. At 14, in the wake of the Cuban Revolution, García was sent to live in Miami with his aunt and uncle, one of 14,000 "Peter Pans," as children who fled Cuba without their parents were called. "We Cuban Peter Pans had to grow up in a hurry. A new Mario was born on February 28, 1962, my second birthday," he says about his arrival in the U.S.

As a child in Cuba, García was an actor on Cuban soap operas, even landing a notable part in the film *El joven rebelde* (The Young Rebel, 1961). But he was forced to change his plans after arriving in the U.S. without speaking English. As a young adult, newspapers entered the picture as a powerful medium to tell stories. "[Being a] refugee is in my narrative. One reason that being a refugee shapes your career is that others don't let you forget it," he states. In his early home with his father, a saxophonist, and mother, a seamstress, there were always newspapers. And when he was 12, he recalls, he edited a small periodical that covered local celebrities. In the U.S., García studied journalism and literature, interning at the *Miami News* in 1967. Inspired by his supervisor, Howard Kleinberg, he became captivated by design as a form of storytelling.

In 1977, without having formally studied design, he was named director of Syracuse University's School of Graphic Arts, taking the reins from the legendary Edmund Arnold. In 1981, García wrote the book *Contemporary Newspaper Design: A Structural Approach*, considered by many to be the bible of modern journalistic design. And in 1987 he created the design program at the prestigious Poynter Institute for Media Studies. He taught there for 10 years, educating scores of journalism designers who continue to revere him today.

Mario García has remained at the forefront of his profession; never content with previous approaches, he continues to demonstrate



extraordinary curiosity. He has anticipated changes in the industry and has dared to make bold predictions, encouraging students, colleagues, and clients to embrace new technologies. He was discussing the use of color in newspapers before anyone else, and wrote the book *Newspaper Colour Design* for the IFRA in 1988.

He was an early crusader for an integrated form of journalism where writing, editing, and design play equally important roles, which he calls the WED philosophy: "WED is about a marriage of journalism and design, and, today, this includes technology. It is a way of making sure that content always takes precedence over design and aesthetics in the presentation. With mobile visual storytelling, its relevance has never been greater. The designer today returns to his journalistic roots, concentrates on the story, and guarantees that the design will be appropriate and provide the best user experience."

He was also a pioneer in the study of legibility, using eye tracking technology. In 1991, with Peggie Stark, García wrote the groundbreaking book *Eye on the News*, which set forth an important concept in journalistic design: "the center of visual impact." It is the key to efficient organization of information on the page.

In 1999, speaking at a seminar titled 2020: Visions of the Newspaper of the Future, García declared: "The survival of print media depends heavily on their ability to embrace the

new media. The future belongs to users who live in a multimedia environment." He became an early adopter of smartphones, tablets, and the iWatch, convinced that the future of journalism lies in these devices. The problem, he states, is that newspapers "have always thought too conservatively."

At the close of every year, Harvard's Nieman Journalism Lab invites García to share his predictions for the coming year. In 2017, he foresaw developments in virtual reality and branded content. For 2018, he predicts that the language of storytelling will be increasingly shaped by mobile platforms. He also questions why print newspapers still tend to separate text from images. "Think back to when you were a child, doing your first storytelling, writing stories in a lined notebook. Chances are that you started your story with words, then drew a picture, and then continued on with the words and the visuals as parts of a sequential development. We are beginning to see what might →

1. *Die Zeit* has won more Society for News Design awards than any other newspaper: nine in all since the paper's 1994 redesign. The front page of *Die Zeit* combines large blocks of text, creating a strong visual image that frequently has a high degree of symbolism. "It is a long way from 1994 for

Die Zeit. While awards are important as the tangible reward they offer creative people in our business, what is truly significant here is that *Die Zeit* has become a weekly sampling of what can be done when creativity meets storytelling. It is visual journalism at its very best," states García.



Pass auf, Deutschland!

Rechtsradikale im Bundestag, die SPD vor einem historischen Tiefpunkt? Diese Wahl könnte dramatische Folgen haben – oder endlich einen Neuanfang einleiten

VON GIOVANNI DI LORENZO



Hatten sich vor ein paar Wochen nicht viele politische Beobachter noch mokiert, diese Bundestagswahl sei langweilig: Wenn das nur stimmt! Wahr ist nämlich das Gegenteil: Diese Wahl könnte eine Zäsur werden, im besten Fall ein Neuanfang, im schlechtesten eine Bedrohung für die Demokratie. Schon jetzt wird deutlich, wie atemberaubend schnell sich die Parteien in den vergangenen vier Jahren verändert, wie sehr sich die Ansprüche und Bindungen der Bürgerinnen und Bürger gewandelt haben, wie tief die Spaltung in Deutschland unter einer vermeintlich kalibrierten Oberfläche geworden ist. Und: wie sehr es jetzt auf jede Stimme ankommt.

Ja, wir reden hier nicht nur über auch über den wahrscheinlichen Einzug der AfD in den Bundestag – mit einem möglicherweise zweistelligen Ergebnis. Von der einst in Teilen durchaus gemäßigten Bewegung, die eine Reaktion war auf eine CDU, welche sich um den konservativen Flügel nicht mehr kümmern wollte, ist in diesem Wahlkampf so gut wie nichts mehr übrig geblieben. Ihre Spitzenpolitiker überbieten einander mit radikalen, revisionistischen und rassistischen Provokationen. Die AfD hätte, wenn sie die größte Oppositionspartei werden sollte, traditionell das Anrecht auf den Vorsitz des Haushaltsausschusses und durch ihren Einzug in den Bundestag eine ganz andere Resonanz, von der finanziellen Ausstattung ganz zu schweigen.

Wer AfD wählt, ist nach wie vor nicht zwangsläufig ein Rechtsradikaler, aber er tut es in Kenntnis oder mit Sympathie für diese Radikalisierung und für Kandidaten, deren persönliche und politische Biografien bei keiner anderen Partei oder bürgerlichen Organisation akzeptabel wären (siehe Seite 4).

Für diesen drohenden Erfolg machen Stimmen aus anderen Parteien, insbesondere von links, auch die Medien verantwortlich – und vor allem das TV-Duell zwischen Angela Merkel und Martin Schulz. In dieser Sendung sei über einen längeren Zeitraum die Flüchtlingspolitik der Bundesregierung kritisch hinterfragt worden, das habe das Thema erst wieder groß werden und die AfD in den Umfragen noch zulegen lassen. Hinter vorgehaltener Hand sagen Politikberater sogar, es sei ein Fehler gewesen, dass Merkel an Orte geriet, wo sie laut Prozesse zu erwarten waren. Das habe ihren Gegnern die Bühne bereitet.

Eine so bizarre Verdrehung von Ursache und Wirkung hat man selten gehört. Man kann dem Format des Duells wirklich viel anlasten und für die ausrichtenden Fernsehkanäle nur hoffen, dass sie beim nächsten Mal genug Mumm besitzen, sich die Bedingungen der wichtigsten politischen Auseinandersetzung vor der Wahl nicht mehr diktieren zu lassen. Aber die Fragen zur Flüchtlingspolitik für das Problem zu halten und nicht die offenbar für viele Zuschauer zu dürftigen Antworten, ist ein Beleg dafür, dass es viele Politiker immer noch nicht verstanden haben: dass nämlich der Zuzug der Flüchtlinge, die beschwichtigenden Parolen der Bundesregierung, die Schwierigkeiten und die Kosten der Integration sowie die Angst vor mehr Kriminalität und Terror Millionen von Menschen beschäfigen.

Diese Politiker hatten sich bis wenige Wochen vor der Wahl der falschen Hoffnung hingegeben, dass man die Rechten klein halten kann, wenn man nur nicht über dieses Thema redet.

Nun bleibt es richtig: Die Mehrheit der Deutschen hat immer noch »Maß und Mitte« – um eine Formel der Kanzlerin zu gebrauchen, die wirklich nicht nur für die Union gilt. Sie finden die Brüller auf den Marktplätzen und die Herzparolen der AfD abschulisch. Sie fühlen sich in diesem Land aus gutem Grund wohl. Aber nichts wäre verkehrter, als wenn man sich nach der Wahl wieder auf die Schulter klopfte und sich damit beruhigte, dass mehr als 80 Prozent eben nicht AfD gewählt hätten. Das hieße nämlich, sich mit einer andersdenkenden Spaltung der Gesellschaft abzufinden. Es geht nicht nur um die AfD. Es geht um Millionen Wähler, die sich bis zuletzt mit der Entscheidung quälen, trotz des in diesem Jahr so vielfältigen Angebots. Völlig verdrängt wird auch, dass wahrscheinlich erneut etwa 30 Prozent der Wahlberechtigten gar kein Kreuz machen werden. Diese Nichtwähler kann man nicht automatisch den Rechten zuschlagen, aber es wäre Selbstbetrug, anzunehmen, sie blieben aus Begeisterung für die Arbeit der etablierten Parteien zu Hause. Vor diesem Hintergrund würde selbst ein Wahlergebnis von fast 40 Prozent für die Union keinen überwältigenden Vertrauensbeweis einer großen Mehrheit der Deutschen darstellen. Das alles geschieht in Zeiten erheblicher wirtschaftlicher Erfolge und sprudelnder Steuereinnahmen. Wie groß wäre das Potenzial für eine rechtsradikale Partei oder ein Nichtwählern eigentlich, wenn wir in Deutschland wie um die Jahrtausendwende wieder mit fast fünf Millionen Arbeitslosen zu kämpfen hätten?

Die Bilanz der großen Koalition ist zwar viel besser als ihr Ruf, doch der kulturelle und politische Flurschaden ist zu groß, und wer das nicht glaubt, sollte sich die verheerenden Nebenwirkungen großer Koalitionen in Österreich anschauen.

Angela Merkel hat ja auch andere Optionen. Das Abschneiden der sogenannten kleinen Parteien ist so spannend wie selten zuvor. Sollte der FDP tatsächlich ein hohes einstelliges Ergebnis gelingen, wäre das nach dem Desaster der letzten Bundestagswahl ein Aufstieg sondergleichen. Honoriert wird damit vielleicht, dass die FDP damals nicht der Versuchung erlegen ist, die Partei auf populistisch zu drehen, was sie durchaus hätte tun können. Deshalb ist der jetzt hin und wieder laut werdende Vorwurf, die FDP stehe mit Christian Lindner rechts von der Mitte, nur ein Fouil im Wahlkampf. Es gibt in Deutschland eben doch ein ziemlich großes Potenzial an Wählern, die gegen Steuererhöhungen sind und einem hohen Maß an staatlicher Regulierung grundsätzlich misstrauen. Das größte Handicap der FDP aber ist: Sie ist so neu, dass man außer Christian Lindner (und mit weitem Abstand: Wolfgang Kubicki) keinen ihrer Politiker mehr kennt und sich fragen muss, ob sie genügend regierungstaugliches Personal hätte.

Es ist ohnehin ein offenes Geheimnis, dass die Kanzlerin lieber mit den Grünen wollte. Gemessen an der aktuellen Bedeutung ihrer großen Themen, müssten die Grünen in den Wahlumfragen eigentlich viel besser dastehen. Sollten sie am Sonntag tatsächlich bei etwa acht Prozent bleiben, liegt das nicht nur an der Populardarstellung der Kanzlerin im grünen Wählermilieu. Vielleicht ist der Teil der Bevölkerung, der den ökologischen Umbau besonders schnell vorantreiben möchte und ohnehin eine anhaltend großzügige Flüchtlingspolitik wünscht, eben nicht größer. Womöglich ahnen die Wähler aber auch, dass vom großen Gestus des »Nur mit uns gibt es eine bessere Welt« nicht so viel übrig bleiben wird.

Fortsetzung auf S. 2



Schon fürs Alter geplant?
Wie man für sich und seine Familie vorsorgt – und dabei gängige Fehler vermeidet
24 Seiten ZEIT GELD



In guten wie in schlechten Zeiten
Ein Buch beschreibt, wie Carsten Maschmeyer von der Konkurrenz bekämpft wurde. Nun spricht Veronica Ferres
Seite 26/27

Mobbing im Lehrzimmer
Von den Schülern geliebt, von den Kollegen gehasst – eine preisgekrönte Pädagogin erzählt
Seite 77

PROMINENT IGNORIERT
In einer Bankfiliale in Grief sowie in drei Restaurants der Nachbarschaft waren die Toiletten verstopft, weil jemand verstopfte, 500-Euro-Scheine im Wert von 100.000 Euro hinabzusputzen. Die Polizei will jetzt herausfinden, ob es sich um eine bizarre Form der Geldwäsche handelt. Jedenfalls scheint es gar nicht so leicht, Geld zu vernichten. Der einfachste Weg ist immer noch der, es auf die Sparkasse zu tragen.
GRN

Geldvernichtung
In einer Bankfiliale in Grief sowie in drei Restaurants der Nachbarschaft waren die Toiletten verstopft, weil jemand verstopfte, 500-Euro-Scheine im Wert von 100.000 Euro hinabzusputzen. Die Polizei will jetzt herausfinden, ob es sich um eine bizarre Form der Geldwäsche handelt. Jedenfalls scheint es gar nicht so leicht, Geld zu vernichten. Der einfachste Weg ist immer noch der, es auf die Sparkasse zu tragen.
GRN

Wasser Foto: G. 3. Jan Philip Wollinger; G. Olschewski/istockphoto.com; M. Pflaume/istockphoto.com

Zentrale: Gest. Bucerius GmbH & Co. KG, 20079 Hamburg
Telefon 040 / 32 80 - 0, E-Mail: DieZeit@de.leser@bucerius.de
ZEIT ONLINE GmbH: www.zeit.de
ZEIT Stellenmarkt: www.jobzeit.de

ABONNEMENTSERVICE:
Tel. 040 / 42 23 70 70
Fax 040 / 42 23 70 90,
E-Mail: abo@zeit.de

PREISE IM AUSLAND:
DKK 51,200/EUR 7,70/€ 6,30/
CAN 6,50/US 5,50
A 5,20/CH 7,50/€ 6,50/GR 6,50/
R 5,50/€ 6,50/US 5,50/€ 6,50

N°39
72. JAHRGANG C 7451 C

