

„Illustration – ein anderer Anspruch an die Wirklichkeit“

CP MONITOR sprach mit Stefan Kiefer, Ressortleiter Titelbild DER SPIEGEL, Hamburg, über die Kunst der Titelbildgestaltung

CP MONITOR: Welche Funktion hat ein Titelbild?
Stefan Kiefer: Das Titelbild soll in knapper Form und prägnanter grafischer Umsetzung das Titelthema klar und verständlich darstellen, möglichst originell

und bitte auch intelligent sein – und den Käufer anspringen und vielleicht auch etwas herausfordern. Speziell beim SPIEGEL ist das Titelbild auch ein politisches oder gesellschaftliches Statement der Redaktion.

CP MONITOR: Gibt es feste Regeln für die Titelbildgestaltung, die nicht nur

für den SPIEGEL gelten?

Kiefer: Es gibt sicher einige Regeln für gute Gestaltung und gute Fotografie oder Illustration. Darüberhinaus sollte ein Titelbild nicht ehrverletzend oder amoralisch sein oder Effekthascherei mit dem Schicksal von Menschen betreiben.

Eine andere feste Regel ist, dass Porträts von öffentlichen Personen oder Personen der Zeitgeschichte niemals gespiegelt werden dürfen. Warum? Kein Mensch sieht gleich aus und jeder hat z.B. unterschiedliche Gesichtshälften. Es ist ein Eingriff in das Persönlichkeitsrecht, wenn man ein solches Porträt-Foto kontert. Beim SPIEGEL ist das eine feste Regel, die niemals gebrochen werden darf.

Aber vor allem sollte ein Cover immer attraktiv sein, ansprechend und nicht abstoßend, egal, welche Käuferschicht es erobern will.

CP MONITOR: Was muss bei der Titelbildgestaltung beachtet werden?

Kiefer: Das Titelbild muss vom Betrachter in Sekunden oder Bruchteilen von Sekunden dechiffriert werden. DER SPIEGEL allerdings kann an seine Leser auch besondere Ansprüche stellen, schon allein aus seiner langjährigen Tradition anspruchsvoller Titelbildgestaltung





heraus, und kann auch mal kompliziertere Motive auswählen wie zum Beispiel sogenannte „Wimmelbilder“, in denen man sich erst einmal orientieren muss, um sie dann mit einem „Aha!“ zu begreifen – Bilder für den sogenannten „Zweiten Blick“.

CP MONITOR: Der SPIEGEL setzt als eine der wenigen Publikationen häufig Illustrationen in der Titelbildgestaltung ein. Ist das ein generell unterschätztes Stilmittel?

Kiefer: DER SPIEGEL nutzt Illustrationen bereits seit 50 Jahren. Im Gegensatz zum Foto hat die Illustration einen anderen Anspruch an die Wirklichkeit. Es gibt Geschehnisse in der Welt, die auf einem Nachrichtenmagazin wie dem SPIEGEL nur durch ein Foto gecouvert werden können, wie Katastrophen, Kriege oder Naturereignisse, die authentisch belegt werden müssen. Da verbietet sich eine Illustration. Aber es gibt viele Titelgeschichten, die so komplex sind, dass sie nur illustriert werden können. Dazu gehört nicht nur ein guter Zeichner, sondern vor allen Dingen eine gute Idee aus der Redaktion, die ist das Wichtigste in unserem Geschäft. Die gute Idee muss als erstes da sein und dann möglichst auch eine gute Zeichnung oder Grafik.

Deshalb sieht man beim SPIEGEL sehr häufig Illustrationen. Zwar denken die meisten Menschen, dass ein Foto viel einfacher zu verstehen ist, aber da sind wir anderer Ansicht.

CP MONITOR: Ist auch die Titelbildgestaltung Trends unterworfen?

Kiefer: Beim SPIEGEL eher nicht, obwohl auch wir uns über die Jahre optisch entwickelt haben. Wir setzen zum Beispiel immer wieder mal neue Zeichner ein und auch bei der Bildsprache probieren wir uns aus. Bei der Fotografie ist es ähnlich, aber wir hecheln keinen Trends hinterher.

CP MONITOR: Wie sieht es bei anderen Titeln aus?

Kiefer: Bei Lifestyltiteln ist es etwas anderes, genauso wie bei Jugendmagazinen, Supplements oder bei Corporate Publishing Magazinen. Es gibt für mich wenige Magazine auf dem Markt, die intelligente und anspruchsvolle Titelbilder machen. Positive Beispiele sind das SZ-MAGAZIN und das ZEITMAGAZIN, die oft interessante Titel machen, aber als Beilagen auch nicht

unter dem Druck stehen, zu verkaufen. Diese Magazine können ungewöhnliche und kreative Cover machen und sich dabei große gestalterische Freiheiten herausnehmen – die sie allerdings auch nutzen und um die wir sie manchmal beneiden. Bei uns funktioniert das etwas anders, wir liegen sehr prominent am Kiosk und müssen unsere Botschaft unmittelbar und klar rüberbringen.



Stefan Kiefer

Stefan Kiefer, 51, studierte Illustration am Design Department an der Hamburger Fachhochschule für Gestaltung, heute Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Er arbeitete als freier Illustrator für STERN, SPIEGEL, BUNTE, für viele große Agenturen wie Lintas, Heye & Partner, McCann-Erickson, Scholz & Friends u.v.m. und illustrierte Buchtitel z.B. für Rowohlt und S. Fischer. Als AD arbeitete Kiefer in Holland für ein internationales Themenpark-Projekt und dann als Verpackungsdesigner u.a. bei Identity in Hamburg. 1996 wechselte er zum SPIEGEL in die Titelbildredaktion und übernahm im Jahr 2000 die Leitung.

www.spiegel.de

CP MONITOR: Welche Qualitäten muss ein guter Titelgestalter mitbringen?

Kiefer: Beim SPIEGEL, aber nicht nur hier, sollte der Titelgestalter über eine gute Allgemeinbildung verfügen, eine gute grafische oder illustrative Ausbildung haben und vor allen Dingen ein politisches und gesellschaftliches Interesse und Neugierde mitbringen. Das Wichtigste aber sind Ideen! Ideen! Ideen! Jede Woche muss uns etwas Originelles einfallen, auf das noch keiner vorher gekommen ist. Wenn alle geschilderten Komponenten auf jemanden zutreffen, sei er nun Grafiker oder Illustrator, wäre er für uns ideal.

CP MONITOR: Welchen Ausbildungsweg würden Sie einem Titelbildgestalter empfehlen?

Kiefer: Eine richtige Ausbildung zum Titelbildgestalter gibt es nicht. Es gibt Studiengänge zum Kommunikationsdesigner, Grafikdesigner, Mediengestalter, Webdesigner oder Illustrator. Jeder Grafiker, der sich heute behaupten will, muss überdurchschnittlich gut ausgebildet sein und über Talent verfügen. Sie können sich nur behaupten, wenn sie herausragende Fähigkeiten haben, Interesse am Weltgeschehen, Neugierde und Herzblut für die Sache – nur dann kann's klappen.

*Das Gespräch führte
Beatrice Monington West*