TABU

KONZEPTION, GESTALTUNG UND REALISIERUNG EINES MAGAZINS ZUM THEMA TABU

BACHELORARBEIT

NICOLA NAWROTH

MATRIKELNUMMER: 15412092

Bachelorarbeit
Konzeption, Gestaltung und Realisierung
eines Magazins zum Thema Tabu

Erstellt von:
Nicola Nawroth
Matrikelnummer: 15412092
E-Mail: nicolanawroth@gmail.com
Technische Hochschule
Ostwestfalen-Lippe
Fachbereich 2: Medienproduktion
1. Prüferin: Prof.'In Dipl.-Des. Anke Stache
2. Prüfer: Prof. Dipl.-Des. Christoph Althaus

Abgabedatum: 15. Februar 2022

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung

1.1 Motivation 9

1.2 Ideenfindung 9

2. Theoretische Grundlage

2.2 Psychologie und Design 13

2.3. Wie Design wirkt 13

2.4 Farbwirkung 15

2.6 Was ist Editorial Design? 16

2.7 Digital und Analog 17

2.5 Was sind Tabus? 18

2.5.1 Tabu-Themen 18-19

3. Konzept des Magazins

3.1 Zielgruppe 22

3.2 Personas 22-23

3.3 Recherche der Themen 25

3.4 Aufbau der Themen 26

3.5 Strukturplan 27

4.Gestaltung des Magazins

4.1 Format 30

4.1.2 Satzspiegel 30-31

4.1.3 Raster und Spalten 33

4.1.4 Gestaltungsraster 33-34

4.2 Farbe 35

4.3.1 Typografie 37

4.3.2 Fließtext 37

4.3.2 Typografie als Gestaltungselement 38

4.4 Grafiken 39

4.4 Kapiteltrenner 41-42

4.6 Fotografien 43

4.7 Namensfindung 44

4.8 Titelbildgestaltung 44-45

5. Das Endprodukt

5.1 Material und Bindung 49

6. Fazit

6.1 Schlussbetrachtung 53

7. Anhang

7.1 Quellenverzeichnis 56-57

7.2 Abbildungsverzeichnis 58

7.3 Verwendete Schriftarten 59

7.4 Eidesstattliche Erklärung 61

1. EINLEITUNG

1.1 MOTIVATION

Seit Begin meiner Grafiker Karrier habe ich mich mit unkoventionellen Themen beschäftigt. Ich wollte immer mehr Aufklärung bereiten oder auf Themen aufmerksam machen die beudeutsam sind. Ich wusste das ich ein Thema wählen will, was wichtig angesprochen zu werden ist. Daher entschied ich habe mich für die Bearbeitung von Tabus, da ich es für interessant halte. Nach dem Wahlpflichtfach ,,Editorial Design", habe ich mein Interesse an der Gestaltung von Magazinen entdeckt und habe bemerkt, dass ich das definitiv auch als meine Bachelorarbeit machen möchte. Deswegen beschloss ich mich für den praktischen Teil, ein Magazin zugestalten. Ich beabsichtigte zu schauen wie Editorial Design heute ist und ob man an Grenzen der Gestaltung kommt. Außerdem wollte ich etwas gestalten, das außerhalb meiner Komfortzone war.

1.2 IDEENFINDUNG

Die Idee zu einem Magazin zum Thema Tabu und der Fragestellung: „Was ist Editorial Design heute?", kam durch die Besprechung mit Anke Stache zustande. Da ich wie schon in der Motivation erwähnt, Interesse an Themen habe, die in der Gesellschaft als eher unkonventionell erachtet werden, entschied ich mich deswegen schnell für Tabus. Weil die Aufklärung mir sehr wichtig ist, wusste ich, dass das Medium bedeutend ist. Aufgrund von bereits gesammelter Erfahrung in der Magazingestaltung durch das Wahlpflichtfach ,,Editorial Design", entschied ich, dass es das perfekte Medium für das Thema sei. Mit Magazinen erreicht man mehr Personen und kann gut Informationen austauschen oder überbringen. Bei der Gestaltung wollte ich über den Horizont schauen. Anschließend achtete ich besonders auf die Umsetzung meines Magazins ,,Tabu", wie ich es strukturierte, gestaltete und umsetzte. Ich konzentrierte mich speziell auf das heutige Editorial Design und wie weit man mit Gestaltung gehen kann.

2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN

2.1 PSYCHOLOGIE UND DESIGN

Psychologie und Design sind sehr unterschiedliche Dinge, die auch in deren Vorgehensweise sich unterscheiden. Die Psychologie hinterfragt das Verhalten als auch das Erlebte und beschäfigt sich mit der Frage ,,Warum?". Sie findet Erklärungen, und Begründungen wieso das fertige Design so wirkt. Wohingegen das Design sich mit der Gestaltung und nach der Frage des ,,Wie?" beschäftigt. Es werden im Design gestalterische Elemente wie Formen etc. entwickelt, die eingesetzt werden um so die meisten Menschen zu erreichen und eine gezielte Wirkung zu erzielen. Dabei nimmt das Design keine sachliche Stellung wie die Psychologie. Beides kann man zusammenbringen (Heimann M., Schütz M., 2017, 9-11).

2.2 WIE DESIGN WIRKT

Das erste was Menschen bemerken ist Design, bevor man den Inhalt näher betrachtet. Design löst beim Betrachter eine Entwicklung. Durch die verschiedenen gestalterischen Anordnungen von Schriften, Bildern oder Grafiken, entscheidet ob man etwas kauft oder nicht. Dabei spielt auch die Wirkung der verschiedenenn Farben eine Rolle. Verschiedene Formen lösen auch bestimmte Reaktionen aus. So erzeugen z.B. Rundungen einen positiven, weichen und auch weiblichen Eindruck, während Ecken eher hart wirken und Stärke ausdrücken. Designs, die vertikal angelegt sind, empfindet man eher als männlich, wohingegen horizontale Designs Ruhe ausstrahlen. Das bedeutet dass selbst verschiedene Formen in Menschen was auslösen. Durch design können verschiedene Assoziationen ausgelöst werden, worduch Verbindungen geschaffen werden. Durch diese können Verbindungen geschaffen werden. Diese kann durch verschiedene Faktoren wie Farbe, Kontrast, Form oder Bildsprache ausgelösst werden. Aufgrund dessen steigert man so die Aufmerksamkeit. Bei der Gestaltung ist es wichtig das Publikum zuerreichen und so gewissen Gefühle und Eindrücke aus zulösen.Design hat eine große Wirkung, besonders wenn die Assoziationen, die es auslöst, beim Betrachter persönlich sind. Dabei beziehen diese Lebenserfahrungen, Erinnerungen oder Sehnsüchte ein. Darüber hinaus kann es in sehr kurzer Zeit verschiedene Erlebnisprozesse auslösen. Dazu gehören Gedanken, Gefühle, Eindrücke und Bedürfnisse, die nicht unbedingt etwas mit der Gestaltung zu tun haben. Die Assoziationen hängen von Umfeld ab, diese kann das körperliche empfnden auch erweitern. Design kann Langeweile, Verwirrung, Freude, Traurigkeit oder andere Gefühle hervorrufen (Heimann M., Schütz M., 2017, 17-41).

Abb. 1: Farbkreis

2.3 FARBWIRKUNG

Farben entstehen in den Köpfen der Menschen. Bevor wir Formen erkennen, sehen wir als erstes Farben. Farben haben eine gewisse Wirkung auf Menschen und das unabhängig von unseren Erfahrungen.

Es gibt die Grundfarben, die laut den Menschen, Rot, Gelb und Blau sind. Die Grundfarben sind abhänging von der Grundlage. In der subtraktiven Farbmischung sind wie bei der Druckfarbe, Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz die grundlegenden Farben, aus diesen sich alle anderen Farben mischen lassen. Bei Spektral/ Lichtfarben der additiven Farbmischung gelten Rot, Grün und Blau als die Grundlage. Aus diesen verschiedenen Farbmischungen entstehen die Farben für Websiten, Bücher, Magazine etc.(Heimann M., Schütz M., 2017, 253-257).

Farben knüpfen an Empfindungen und Assoziationen oder kulturelle Erfahrungen an, die unbewusste Reaktionen auslösen können. Farbe gilt als Information. Wenn die Farbgestaltung gut ist, können Menschen sie verstehen. Wenn die Farbgestaltung fehlerhaft ist, kann dies zu Ablehnung bei der Zielgruppe führen. Menschen können Farbe als kühl oder warm empfinden unabhängig von der Farbe, das bedeutet man kan auch ein Rot als kühl empfinden und ein Blau als warm. Auch wirkt sie auf den Körper und die menschliche Psyche. Sie beeinflussen Menschen und regen Aufmerksamkeit. Jede Farbe hat eine Bedeutung, diese kann je nach Region unterschiedlich sein. Dies bedeutet, dass jeder Mensch ein subjektives empfinden bei verschiedenen Farben hat. (Vogl-Kis E., Schütz M., 2018, 117; Vogl-Kis E., Runk C., 2010, 135-137).

Neben der subjektiven Wahrnehmung gibt es theoretische Anhaltsunkte die bei einer bestimmten Auswahl der Farbekombinationen, eine gezielte Wirkung beim Betrachter auslösen. Abschließend können Farben nach neusten Untersuchungen physiologisch wirken, da sie bestimme Gehirngerionen stimulieren. (Heimann M., Schütz M., 2017, 266).

2.4 WAS IST EDITORIAL DESIGN?

Editorial Design ist der visuelle Journalismus. Es kann Menschen unterhalten, informieren oder mit ihnen kommunizieren, als auch eine Kombination aus allen dieser Bereiche. (Caldwell, C. & Zappaterra,Y., 2014, S. 8) Zum Editiorial Design gehören die Gestaltung von grafischen Printmedien. Dazu gehören Zeitschriften, Magazine, Zeitungen, Bücher und Broschüren.(Wikipedia,2018) Der Designer muss dabei nicht nur auf die Aufbereitung, sondern auch auf die Struktur der Inhalte immer achten. So kann man den Leser optisch und informativ überzeugen. Um ein gutes Editorial Design zu erstellen muss man gewisse Punkte beachten. Dazu gehört, dass man das Magazin nach der Zielgruppe richtet. Auch die Lesegewohnheiten der Zielgruppe sind zu beachten. Es muss so gestaltet werden, dass es diese anspricht. Danach richtet sich die Gestaltung, ob man viele Bilder oder Text benutzt und wie man diese anordnet. Bei wöchentlichen oder monatlichen Ausgaben ist es wichtig das ein serieller Wiederkennungswert da ist. (Erdmann,C., 2017). Kristin Weppner (2019) betont, dass die Dramturgie im Editorial Design wichtig ist, um Spannungsbogen aufzubauen und mitreißend zu sein. Im Editorial gibt es verschiedene Arten von Gestaltung. So kann man minimalistisch arbeiten als auch ein auffäliges Design erstelllen. Eine reine typografische Anordnug ist auch möglich. (Wegner, G., 2019).

2.5 DIGITAL UND ANALOG

Menschen nehmen digital als auch analog anders wahr. So findet man zwar viele Informationen im Internet, aber man kann diese auch schnell verlieren, anders als bei einem Buch, das im Regal steht. Aufgrund dieser Flutwelle von Informationen im Internet, die das Gehrin verarbeiten muss, kann es dazu führen, dass Menschen im Alltag unter Strom stehen. (Wissenschaft.de,2018) Neurowissenschaftler Wolf Singer machte deutlich, dass es bei digitalen Medien, durch die Bewegung zu einer Verringerung der Aufmerksamkeitspanne führt. Dies passiert, da das Medium den Menschen vorgibt wie man liest. Die folgen sind, dass Menschen Schwierigkeiten beim lesen eines Satzes haben, denn die Konzentrationdauer lässt nach. Knut Nicholas Krause M.Sc., CEO und Gründer von ,,knk", betonte auch, dass im digitalen Medium, Informationen aktueller und schneller zu finden sind. Die Vertiefung und die Hintergründe eines Themas in Printprodukten sind ein Spezialgebiet. Laut einer Statistik aus dem Jahr 2018, gaben Befragte an, dass Print auch in 10 Jahren weiterhin relevant sein wird. Printprodukte haben eine bestimte Menge von Informationen eingeschlossen in einem Produkt. (K. N. Krause, 2019). In aktuellen Befragungen aus dem Jahr 2021 von Staista geht hervor, dass Digital den Print von der Anzahl der Lerer:innen überholt hat. Auch in der Gestaltung gibt es Unterschiede in digital und analog. So gibt es beispielsweise zwei Farbräume. Der eine ist die subtraktive Farbmischung und der andere die additive Farbmischung. Die subtraktive Farbmischung wurde für Printprodukte wie Magzine gestaltet und die additive Farbmischung ist für digitale Produkte wie Internetseiten ausgelegt worden. (Heimann M., Schütz M., 2017, 255).

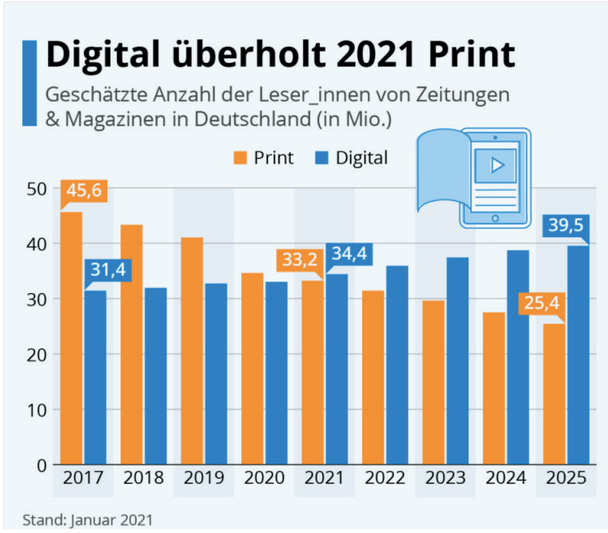

Abb. 2: Statistik Print und Digital

2.6 WAS SIND TABUS?

Tabus sind gesellschaftliche als auch kulturelle Normen und Sitten, die durch die Sozialisierung übernommen und weitergegeben wurden. Laut Sigmund Freud ist die psychosoziale Funktion des Tabus eine wirksame Begrenzung der Befriedigung, die ein geregeltes soziales Leben ermöglicht. (Sigmund Freud,1913). Tabus sind die Grenzen unseres Denkens, Handelns oder auch Redens. Diese sind meist von Religion, Gesellschaft, Familie und das allgemeine Umfeld, als auch von der Kultur abhängig. So sind in anderen Ländern andere Themen Tabu, wie z.B. gilt Aufklärung von Geschlechtsverkehr in Saudi Arabien als Tabu. In Deutschland findet die Aufklärung schon im jungem Alter statt. Tabus werden in religiöse, geschlechtsspezifische oder Höflichkeitstabus unterschieden. Mit dem Wandel kamen viele neue Tabu-Themen, aber auch viele verschwanden. Man kann Tabus auch von Handlungen, Kommunikation und bestimmten Begriffen, Objekten, Orten, Gedanken und sogar Emotionen unterscheiden. Oft empfinden Menschen Scham bei Tabu-Themen. Dies kommt daher, weil Menschen sehr sozoiale Wesen sind. Das Ansprechen eines Tabu-Themas, führt dazu, dass man herraussticht und da der Mensch dazugehören möchte, spricht er Tabu-Themen daher nicht an, aus Angst nicht mehr Teil der Gruppe zu sein. (Blick,2020)

2.6.1 TABU-THEMEN

Tabu-Themen sind Themen, die nicht oder nur sehr eingeschränkt in der Öffentlichkeit diskutiert werden. Dies sind oft Bereiche, die gewisse gesellschaftliche Schmerzpunkte berühren. Auch wenn heute in den westlichen Ländern oft von ,,einer Gesellschaft ohne Tabus“ gesprochen wird, gibt es hier, wie in jeder Gesellschaft, Tabu-Themen. Insbesondere für bestimmte körperliche Zustände, wie z. B. sexuelles Verlangen, Pubertät, Krankheiten, Stuhlgang und Körperreinigung, älter werden und sterben. Ein wichtiger Tabubereich in einigen westlichen Gesellschaften ist der persönliche oder finanzielle Status. In einigen Ländern, in denen Ehen zwischen Cousinen/Cousins üblich sind, ist es tabu über die Folgen solcher Ehen für Kinder zu sprechen. Die aktuellen Tabu-Themen in Deutschland erkennt man in der Abbildung. Unter den ersten drei findet man Sexualität, Finanzen und Beziehungsprobleme. Die politische Einstellung ist auf dem letzten Platz. (Statista,2021)

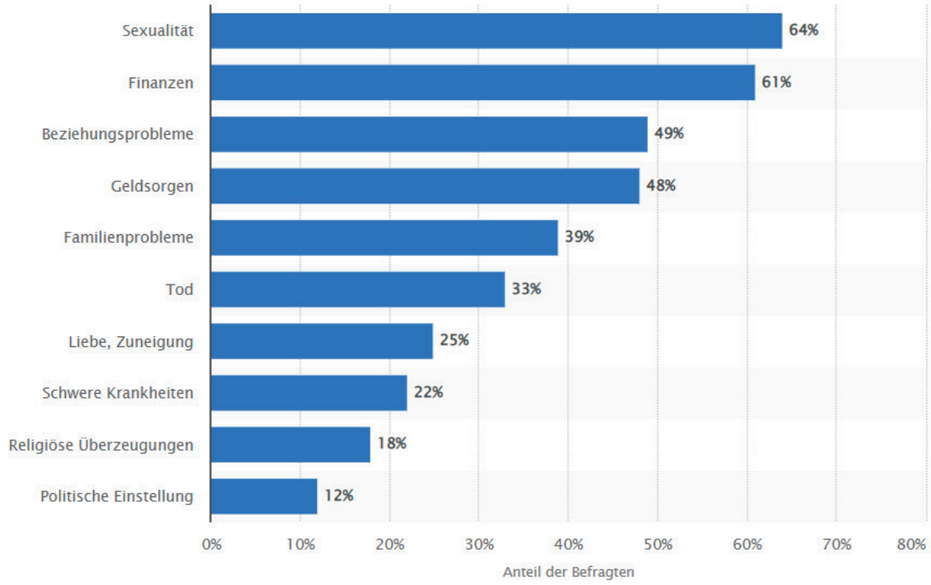

Abb. 3: Statistik

3. KONZEPT DES MAGAZINS

3.1 ZIELGRUPPE

Unter der Zielgruppe versteht man eine Gruppe von Menschen, die man mit einem Produkt oder einer Dienstleistung ansprechen möchte. Die Zielgruppe ist ausschlaggebend für die Gestaltung des Druckprodukts. (Bernecker, M., 2019)

Die Zielgruppe des Tabu-Magazins sind Männer und Frauen ab 18 Jahren. Die berufliche Stellung spielt dabei keine große Rolle. Es ist egal ob Student bzw. Arbeiter, jeder der sich für unkonventionelles Denken oder Design interessiert, ist ansprechbar.

Zur besseren Veranschaulichung der Zielgruppe haben wir drei Personas erstellt, die einen Prototyp für die Käufergruppe darstellen und Rückschlüsse auf das finale Design zulassen soll.

3.1.1 PERSONAS

Personas sind fiktive Benutzer der Zielgruppe eines Produkts, die wie echte Benutzer Bedürfnisse, Fähigkeiten und Ziele haben. Sie stellen nicht den Durchschnitt der Bevölkerung dar. Es sind konkrete Individuen, die Muster des Nutzerverhaltens aufzeigen.

3.1.1 PERSONAS

Personas Name: Frida Kramer
Alter: 22 Jahre alt
Wohnort: Berlin
Hobbys: Zeichnen, Yoga, spazieren gehen und Musik kompinieren
Intressen: setzt sich sehr stark für Gleichstellung der Geschlechter ein und für den Stop des Klimawandels
Musik: No Doubt- Just a Girl
Ausbildung: Hochschulreife, Ausbildung als Mediengestalterin Derzeitige Position: studiert an der Fachhochschule in Münster, arbeitet nebenbei im Cafe

Abb.4: Persona A

Personas Name: Ismail Güney
Alter: 17 Jahre alt
Wohnort: Münster
Hobbys: liebt es sich selber zu schminken, shoppen und fotografieren
Intressen: Er liebt Tier und nebenbei hilft im Tierheim aus
Musik: Queen - I want to break free
Ausbildung: Fachoberschulreife Derzeitige Position: fängt eine Ausbildung im Verkauf

Abb. 5: Persona B

Personas Name: Marius Folker
Alter: 26 Jahre alt
Wohnort: Hamburg
Hobbys: süazieren, neues Wissen sich aneignen, handwerken
Intressen: Er reist sehr gerne
Musik: Halsey- Save your tears
Ausbildung: abgeschlossenen Ausbildung im Marketing Bererich
Derzeitige Position: Leiter

Abb.6: Persona C

3.3 RECHERCHE DER THEMEN

Bei der Recherche der passenden Themen für das Magazin, mussten erstmals Assoziationen zum Tabu erstellt werden. Dabei wurde eine Mindmap gestaltet, wo die ersten Gedanken dazu aufgeführt wurden. Im Internet wurden dann zum Thema Tabu viele verschiedenen Artikel und Statistiken aufgezeigt. Auf der Internetseite ,,https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4464/umfrage/themen-ueber-die-kaum-gesprochen-wird/ “, die verschiedene Statistiken bereitstellt, wurde auch eine Statistk zum Thema Tabu erstellt. Dadurch konnte man dann eine Übersicht von möglichen Tabu Themen herstellen. Bei weiterer Recherche auf der Seite ,,https://www.imed-komm.eu/node/148#:~:text=Tabuthemen%20in%20Deutschland%20sind%20u.a.,sind%20Politik%2C%20Religion%2C%20Gesch%C3%A4ft“, wurden weitere Themen ins Repertoire aufgenommen. Bei der Entscheidung der Themen wurden mehrere Umfragen und Interviews mit verschiedenen Personen durchgeführt, um mögliche neue Themen aufzunehmen. Dabei kamen noch neue Themen auf und viele wurden entfernt. Nach tiefergehender Recherche war es möglich, folgende Themen von Tabus zusammenzufassen: Tod, Menstruation, Abtreibung, Finanzen, Mentale Gesundheit, Sucht, Körperbehaarung, Religion, Politik, Sex und Sexualität. Diese aufgezählten Themen sind die häufigsten, welche immer wieder von den Menschen als Tabu thematisiert werden. Folgend wurde nach den oben aufgezählten Inhalten nochmals einzeln im Internet recherchiert. Die Themen, zu denen interessante Fakten und genügend Informationen vorgeschlagen wurden, wurden dann ins Magazin aufgenommen. Ganz wichtig war, dass diese einen ganzen Artikel ergaben. Zudem wurde auch berücksichtigt, welche Themen man gut kombinieren kann. Die Idee war jeweils über ein Thema generell zu berichten und im Anschluss dazu ein Interview mit einer Person zu führen. Damit sollte erreicht werden, ein komplettes Thema mit ausreichenden und spannenden Fakten zu füllen.

Verwendete Themen:
Thema 1:Tabu
Thema 1.1: Tabu in anderen Ländern
Thema 1.2: Tabu und was andere denken
Thema 2: Periode
Thema 3: Behaarung
Thema 4: Sex und Sexualität
Thema 5: Geld
Thema 6: Tod
Thema 7: Mentale Gesundheit

3.4 AUFBAU DER THEMEN

Das ganze Thema Tabu ist sehr vielseitig und umfangreich. Deshalb ist eine ausführliche Recherche notwendig, um geeignete Inhalte zu finden und diese übersichtlich zu ordnen und in eine Zeitschrift zu integrieren.

Damit sich der Leser einen groben Überblick über dessen Inhalt verschaffen kann, gibt es zu Beginn eine Einführung in das Tabu-Thema. Insgesamt umfasst das Magazin acht Hauptthemen.

Erstes Thema:
Im ersten Thema werden die Definitionen geklärt und erklärt und was in anderen Ländern für Tabus gibt. Auch wurden Interviews von Personen zum Thema Tabu geführt, die im ersten Thema vorkommen.

Zweites Thema:
Das zweite Thema ist die Periode. Dabei wird erklärt warum es kein Tabu-Thema sein sollte und was für Probleme es mit sich bringt.

Drittes Thema:
In dem dritten Thema geht es über das Tabu Abtreibung. Es wird auf einige wichtige Informationen hingewiesen und die Gedanken anderer zu der Thematik werden aufgezeigt.

Viertes Thema:
Sex und Sexualität ist der Inhalt des fünften Themas. Dort wurden die wichtigsten Aspekte gezeigt, wie wichtig es ist dieses Tabu zu brechen und warum es ein Tabu ist. Auch wird thematisiert warum Outing am Arbeitplatz wichtig ist und es in Deutschland noch immer ein Tabu ist.

Fünftes Thema:
Das fünfte Thema des Magazins ist die Körperbehaarung. Es wird erklärt warum das immer noch tabu ist.

Sechstes Thema:
Auch das Thema Geld wird im Magazin als Inhalt aufgenommen. Dort wird gezeigt wie viele Personen darüber nicht sprechen und was mögliche Gründe wären.

Siebtes Thema:
Im vorletztem Thema Tod wird aufgezeigt wie wichtig es ist über den Tod zu reden und was für Vorteile aber auch Nachteile es gibt.

Achtes Thema:
Das achte und letzte Thema behandelt die mentale Gesundheit als Tabu und wie es auf das Umfeld wirkt.

3.4 STRUKTURPLAN

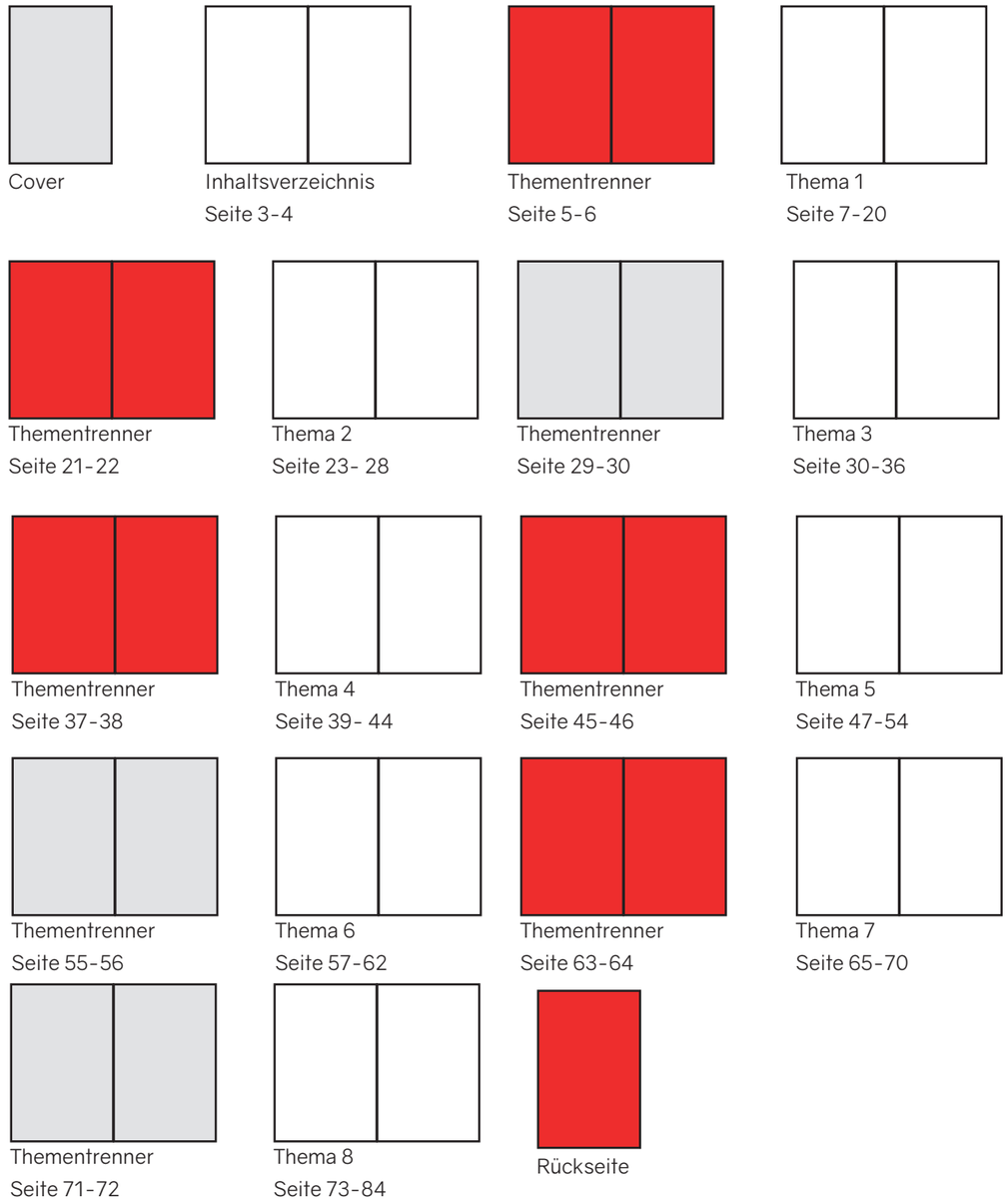

Abb.7: Strukturplan

4. GESTALTUNG DES BUCHES

4.1.1 FORMAT

Das geschlossene Hochformat des Magazins beträgt 210 x 260 mm. Dies entspricht einem offenen Format von 420 x 260 mm. Hochformat wirkt eleganter auf den Leser, Es liegt auch besser in der Hand. Das Hochformat ist die häufigste Art von Zeitschriften. Ein Querformat als auch ein Format das kleiner als DIN A4 ist, wäre im Regal schneller untergegangen. Außerdem gibt es so ausreichend Platz für Text. Das Seitenverhältnis ist dort auch sehr harmonisch. Desweiteren ist die schnelle Druckbarkeit wichtig bei Magazinen und dies wäre bei einem Din Format gewährleistet. Das Hochformat hat eine höhere Spannung. (Heimann N., Schütz, M., 2017, 450 ; Runk, C., 2010, 56-57)

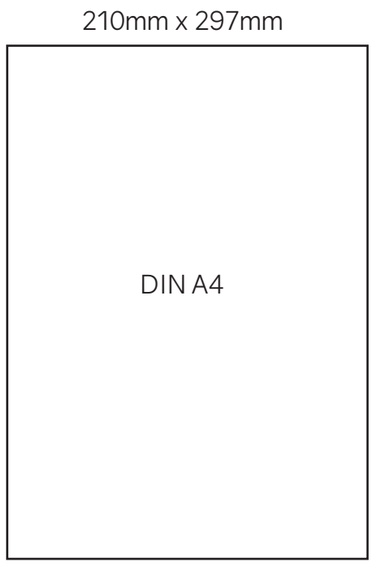

Abb. 8: Hochformat

4.1.2 SATZSPIEGEL

Der Satzspiegel oder auch Schriftspiegel genannt, ist die gestaltende Nutzfläche einer Seite von einem Druckprodukt. Sie definiert die Elemente auf der Seite. Der Kopf und Fußsteg bemisst sich auf 17 mm, der Bund- und Außensteg auf 15 mm. Ganz wichtig ist es bei Doppelseitigen Seiten darauf zu achten, dass der Bundsteg groß genug ist, damit der Fließtext nicht im Falz verschwindet. Außerhalb des Satzspiegels ist die Pagina. Es wurde ein freier Satzspiegel in Neunerteilung benutzt. (Runk, C., 2010, 65-72 ; Gaspar N., Sommer P., 2020, 134-136 ; Korthaus, C., 2020, 200).

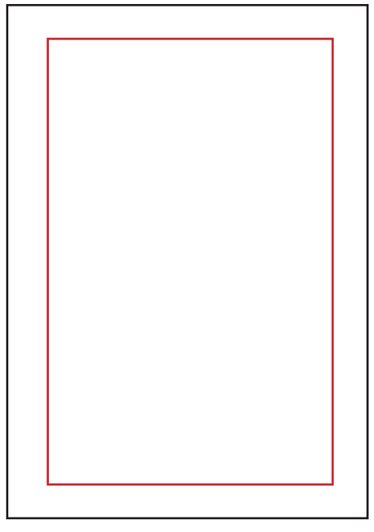

Abb.9: Satzspiegel

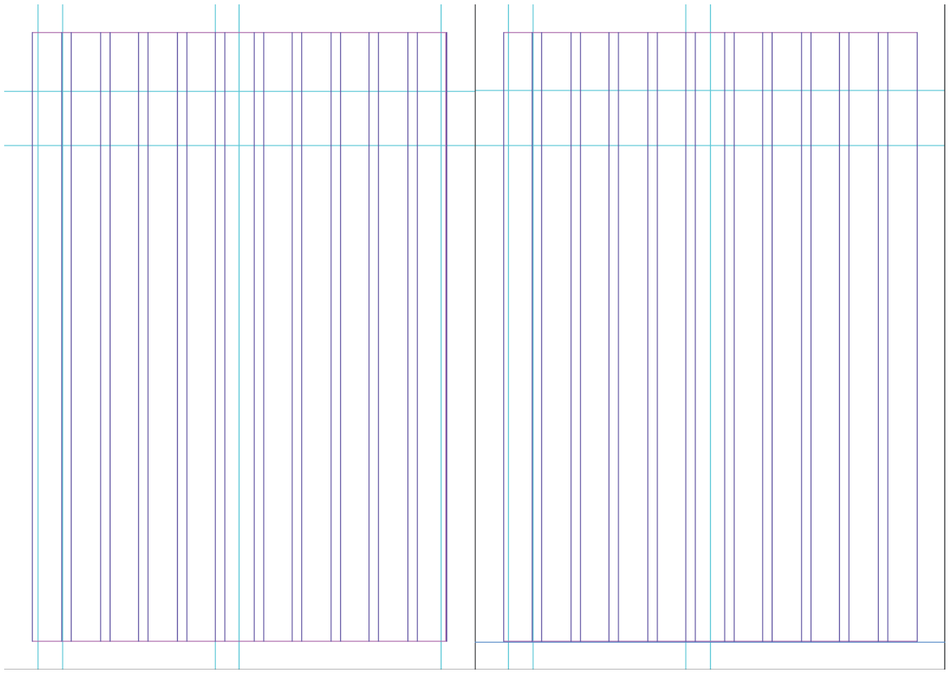

Abb. 10: Raster und Spalten

4.1.3 RASTER UND SPALTEN

Im Satzspiegel werden Rasterspalten verwendet, in denen meistens ein Text platziert wird. Das Magazin ,,Tabu“ beinhaltet elf Rasterspalten, welche einen Spaltenabstand von 4,233 mm besitzen. Dabei war es wichtig, dass die Zeilen eine optimale Länge haben und diese nicht zu kurz bestimmt wurden, um ein abgestimmtes Layout zu schaffen. Zu dem schafft es ein abwechslungsreiches Layout und bietet gute Möglichkeiten Ordnung im Design zu halten (Steinacker, U., 2015).

Bei Nutzung von mehreren Spalten ergibt sich ein gößerer Gestaltungsspielraum. Dies ist der erste Schritt für das Gestaltungsraster (Gaspar N., Sommer P., 2020, 134-143).

4.1.4 GESTALTUNGSRASTER

Das Gestaltungsraster wird bei Gestaltung von Magazinen, Zeitungen etc. verwendet, da sich hiermit Kontinuität und Transparenz der Gestaltung ergibt. Es bietet auch Vielfätigkeit in der Gestaltung. Mit wenigen Konstanten hat man die Möglichkeit ein kreatives Design zu entwickeln. Es hilft bei der Wiedererkennung. Die Abbildung auf der rechten Seite zeigt das Raster was angewendet wurde. Es wurde darauf geachtet, dass es genügend Abstand gibt. (Gaspar N., Sommer P., 2020, 144-145), (Korthaus, C., 2020, 221).

C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%
R: 0 G: 0 B: 0

C: 15% M:100% Y:100% K:0%
R: 205 G:23 B: 25

C: 0% M:0% Y: 0% K: 0%
R: 255 G: 255 B:255

C:0% M:0% Y:0% K:12%
R: 233 G:233 B:233

C:0% M:0% Y: 0% K: 50%
R: G: B:

Abb.11: Farben

4.2 FARBE

Farben lösen Empfindungen und Assoziationen aus und führen zu unbewussten Reaktionen. Jede Farbe hat eine Wirkung auf unseren Geist und Körper. Farbe kann verschiedene Assoziationen auslösen oder uns in einen Zustand der Behaglichkeit versetzen. Wir erleben Farbe als kühlend oder wärmend. Farben manipulieren sich gegenseitig und können sich somit schwächen, stärken oder auch ruhen. (Heimann M., Schütz M., 2017, 268).

Für das Magazin wurden vier verschiedenen Farben benutzt. Diese bestehen aus drei Nichtfarben und einer Hauptfarbe. Die Farben sind einmal Weiß, Schwarz, Grau und Rot.

Rot ist einer der ätesten Kulturfarben, als auch eine Signalfarbe. Sie ist plakativ, wirkt nach vorne drängend, sowie aufmerksamkeitserregend. Dies sind auch Gründe warum Rot im Magazin zum gestalten genutzt wird. Auch wird die Signalfarbe mit Mut und Wichtigkeit assozieriert, was für den Inhat bedeutsam ist. Sie wird für Schriften und grafische Elemente benutzt. (Heimann M., Schütz M., 2017, 259).

Die Nichtfarbe Schwarz ist ein guter Kontrast zu den anderen Farben, da er diese zum strahlen bringt und so den maximalen Kontrast schafft. Mit schwarz assoziiert man oft Tod oder Depressionen. Da diese Themen auch im Magazin vorkommen, passt die Farbe sehr gut. Oft verbindet man mit Schwarz Seriösität oder Glaubwürdigkeit. Sie wirkt sehr dominant und wird daher für Texte und einige Grafiken im Magazin angewendet. (Heimann M., Schütz M., 2017, 263).

Das Grau, das zur Gestaltung benutz wurde, wurde hauptsächlich für die Hintergründe oder für Grafiken benutzt. Grau wirkt neutral, kühl und verträgt sich mit jedem Buntton. Oft wird es mit Weisheit und Seriösität in Verbindung gebracht (Heimann M., Schütz M., 2017, 264).

Das Weiß wird oft als Hintergrund oder Schriftfarbe benutzt. Auch kommt es vereinzelt in den erstellten Grafiken vor. Es wirkt neutral und zurückhaltend. Außerdem unterstützt es andere Farben in der Wirkung, sodass das Rot dann strahlender wirkt. (Heimann M., Schütz M., 2017, 263; Korthaus C. 2015, 178).

4.3 TYPOGRAFIE

Im Tabu-Magazin ist die Typografie eines der elementarsten Gestaltungselemente und zusammen mit Farbe und Bildsprache eine der wichtigsten Rollen im Design spielt. Typografie kann beim Leser Assoziationen und Gefühle auslösen. Die Typografie wirkt auch durch deren Charakter, so kann sie leserfreundlich sein oder auch nicht. Jede Schriftart hat ihre eigenen Eigenschaften und Wirkungen. Wenn die passende Auswahl für die Typografie getroffen wird, kann dies auch auf den Leser interessanter wirken. (Gaspar N., Sommer P., 2020, 74).

4.3.1 FLIESSTEXT

Für den Fließtext war es wichtig, dass es gut lesbar ist. Daher wurde die Schriftart „Gravity“ benutzt. Diese wurde im Schriftschnitt Book und Bold benutzt. Es handelt sich dabei um eine groteske Schrift, also eine Sans Serif Schrift. In den meisten Magazinen werden serifenlose als auch serifenbetonte Schriften benutzt. Serifenlose Schriften haben einen neutralen sachlichen Charakter, der zur Vermittlung von Wissen benutzt wird. Auch sind sie leichter lesbar. Da der Großteil im Magazin durch Fließtext geprägt ist, ist dieser bei 10 Pt. Für einen guten Lesefluss wird meist die Schriftstärke zwischen 9 und 12 Pt. benutzt. (Gaspar N., Sommer P., 2020, 16; Rust C., 2010, S.225-239)

GRAVITY BOOK
GRAVITY BOLD

Abb.12: Fließtext

4.3.3 TYPOGRAFIE ALS GESTALTUNGS-ELEMENT

Für die gesamten Überschriften wie Inhaltsverzeichnis, Titel oder grafische Thementrenner, wurde die Schriftart ,,Heaters“ benutzt. Diese ist eine handschriftliche Antiqua. Da der Fließtext in einer zurückhaltenden Schriftart gehalten ist, erlaubt es sich dadurch für die Überschriften eine Schrift zu wählen, die mehr auffällt. Schriftkombinationen die sich nicht ähnlich sind, sind oft am optimalsten (Korthaus, C., 2019).

Diese Schrift wird in dem Layout oft unterschiedlich angeordnet. Manchmal geht es über zwei Seiten oder diagonal über zwei Seiten. Der Charakter der Schrift ist etwas wilder und spannender, da sie wie selbst geschrieben wirkt und dadurch nochmal etwas persönlicher wirkt. Durch die verschiedenen Anordnungen und der Größe von 73pt. wirkt sie bedrohlicher und künstlerischer. Dadurch, dass die Schrift groß ist, kann der Leser sie direkt erfassen und sich für den folgenden Artikel interessieren. Sie sind passend für Headlines, da sie auch als Gestaltungselement gelten können. Man nennt sie auch dekorative Schriften (W. Breinert,2018). Um Abwechslung zu bringen, wurde die Schrift in verschiedenen Farben dargestellt oder die Transparenz wurde heruntergesetzt und in den Hintergrund gelegt.

Eine weitere Schrift die genutzt wurde, war die serifenlose Schrift ,,Bebas neue“. Diese wurde ausschließlich für illustrative Zwecke benutzt. Wegen der neutralen Wirkung konnte man diese verzerren.

Aufgrund dessen, dass diese Schriften vielfältig und kreativ eingesetzt wurden, konnte man sie als Gestaltungsmittel benennen. Gestaltungen mit Typografie sind an keine festen Regeln gebunden. Allerdings muss darauf geachtet werden, dass die Details und das Gesamtbild zum beabsichtigten Zweck passen und zusammenpassen. Die Typografie kann frei gewählt oder mit Bildern und illustrativen Elementen kombiniert werden. Wie zum Beispiel die Trenner zum nächsten Artikel.

Abb. 13: Schrift

4.4 GRAFIKEN

Grafiken werden oft genutzt um Aufmerksamkeit zu erzeuegen. Sie lockern das Gesamtbild im Layout auf. Auch verleihen Illustrationen einen persönlichen Touch und wirken nicht steif, da sie den Text zum Leben erwecken. Die erzeugten Grafiken im Magazin wurden auf die Inhalte abgestimmt und sollten die Weißräume kleiner wirken lassen, aber auch ein passendes Gesamtbild erstellen. Je größer diese auf der Seite gezeigt wurden, desto intimer wirkten sie. Die Grafiken wurden in Schwarz, Rot und Grau erstellt.

Manche dieser grafischen Elemente waren Worte die in Illustartor verzerrt wurden. Durch die Verzerrung wurde es verfremdet und wirkte spannender. Andere erstellte Grafiken waren Konturen von Gegenständen oder Begriffen. Aus einigen dieser gestalteten Objekten wurden Muster erstellt.

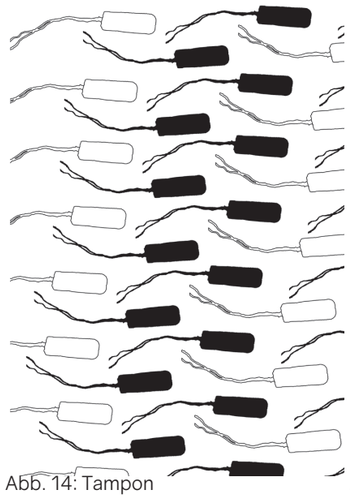

Abb. 14: Tampon

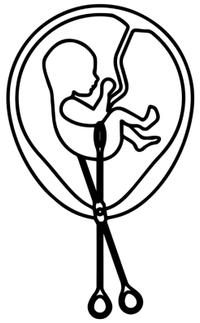

Abb. 15: Baby

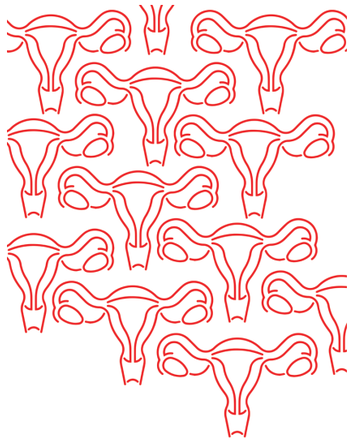

Abb. 16: Gebärmutter

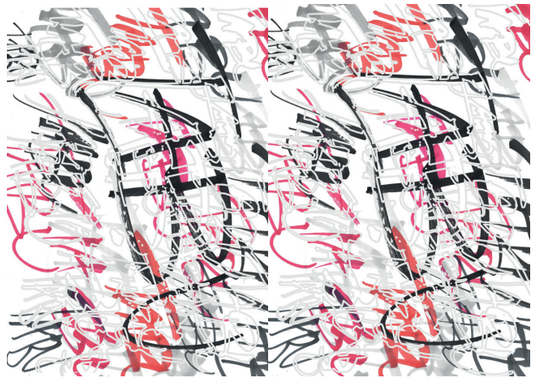

Abb. 17 Schrift

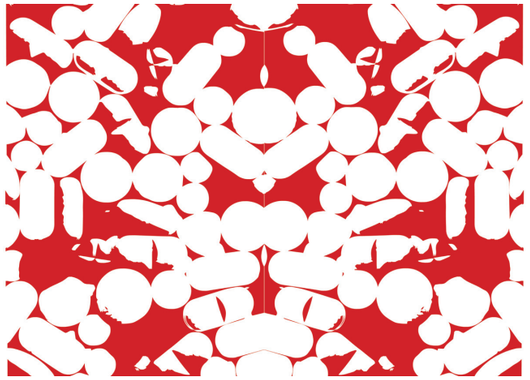

Abb.18: Illustration

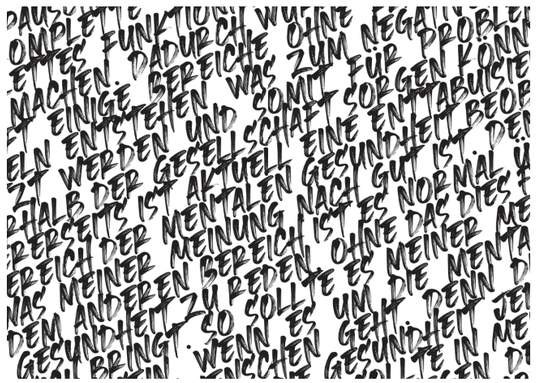

Abb.19: Text

4.5 KAPITELTRENNER

Kapiteltrenner werden verwendet, um verschiedene Themen zu trennen. Dies hilft den Lesern, Kapitel und Themen visuell zu unterscheiden, und bietet den eine gewisse Struktur. Es gibt den Lesern auch Zeit, sich mit einem letzten Thema zu beschäftigen bzw. abzuschließen und sich mit einem neuem zu beschäftigen. Im Magazin werden diese auf Doppelseiten platziert. Je nach Thema werden dann das dazugehörige Wortbild mit einer Illustration wo die Kontur des Wortes als Kapiteltrenner abgebildet. Bei dem wortbild handelt sich um eine selbstgeschriebene Wörter auf einem weißen Papier, welches dann eingescannt wurde. Ein Beispiel ist auf der Abbildung 17 zu sehen. Es bleibt eine Kontunität bei der Themem Trennung so das man erkennt wann welches Thema beginnt. Die trennungen innerhalb des Themas werden durch Illustrationen oder Texten wie Antworten aus dem Interview oder Aufzählung von zum Beispiel Krankheiten. aber auch eine Kombination von Illustration und Fotografie. Dies wirkt abwechselnd und bringt spannung innerhalb des Themas. Die Schrift die dabei verwendet wurde ist die Heaters.

Abb. 20: Trenner Foto

Abb.21: Kondome

Abb.22: Frau

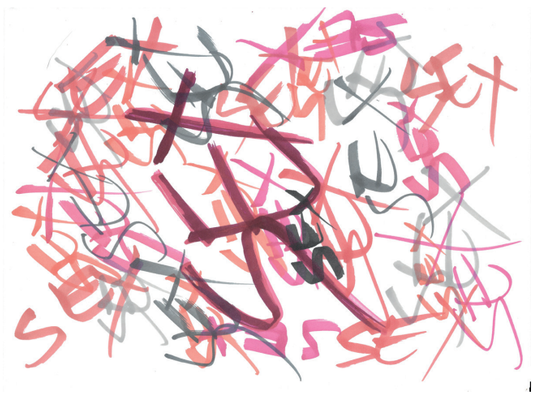
Abb. 23: Sex

4.6 FOTOGRAFIEN/ BILDER

Die Bilder im Editorial Design sind eine wichtige Entscheidung, da sie das Erste sind, das man sieht. Bilder haben im Magazin mehr gewicht, weil sie die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Dabei kommt es nicht darauf an, ob man mit vielen oder wenigen Bildern arbeitet, sondern wie aussagekräftig die Bildinhalte sind. Bilder sind von hoher Bedeutung, da der Leser visuelle Informationen 90% schneller verarbeitet als einen Text. Zudem lockern Bilder das gesamte Design und sie unterstreichen die Inhalte nochmal. Es muss darauf geachtet werden wo es platziert wird, zumal Bilder auch die Seite schnell schwer wirken lassen können und so den Lesefluss stören können. (Heimann M., Schütz M., 2017, 53-54) Auch können sie verschiedene Emotionen auslösen, wie Ekel. Meist bleiben sie länger im Gedächtnis. Ungewohnte Bildmotive verlangen mehr Aufmerksamkeit.
(Runk,C., 2010, 190-203)

Die verwendeten Bilder sind auf die entsprechenden thematischen Inhalte abgestimmt worden. Einige Bilder wurden als Einstieg für ein neues Thema verwendet und auf eine Doppelseite platziert. Damit wird der Leser visuell durch das Bild auf den Inhalt vorbereitet und kann erahnen, was auf ihn zukommt. Die ausgewählten Bilder sind hauptsächlich in Schwarz-Weiß. Es wurden bewusst kaum farbige Bilder gewählt, da es sonst zu bunt und erdrückend wirken würde. Die verwendeten Bilder zeigen verschiedene Dinge wie z.B. die Behaarung der Achseln. Es wurde auch mit Scans gearbeitet, die sind die einzigen die farbig sind. Es wurde darauf geachtet, dass sie so bearbeitet wurden, sodass sie ins Farbbild passen.

4.7 NAMENSFINDUNG

Wichtig bei der Entscheidung des Namens war, dass er einprägsam und leicht verständlich ist. Dabei wurde viel recherchiert und abgewägt. Da es zu diesem Thema kein Magazin in dieser Art und Weise gibt, gab es viel Auswahl. Es ergaben sich verschiedene Mischungen aus den Worten wie Psshh, Stop oder auch not talking. Begriffe die man mit Tabus assoziiert. Nach einer Auswahl von Namensvorschlägen wie Psshh, Tabu, Taboo oder auch silence, wurden einige Personen aus der Zielgruppe befragt welcher Name am passendsten wäre. Dabei ergab sich Tabu. Tabu ist einprägsam und der Leser kann sich vorstellen um was es gehen könnte.

4.8 TITELBILDGESTALTUNG

Das Erste was man bei einem Magazinkauf sieht, ist das Cover. Dies war die nächste Herausforderung, die Gestaltung des Titelbildes. Für den Titel ,,Tabu“ wurde die selbe Schriftart benutzt, wie für die Überschriften der Artikel. Das Cover ist eine freigestellte Fotografie auf einem grauen Hintergrund. Darüber wurde eine Illustration, die nach oben verschoben wurde platziert. Hinter dem Titel ,,Tabu“ sind die Themen in der Farbe Schwarz aufgelistet. Diese sind im Hintergrund und drängen sich nicht in den Vordergrund. Aufgrund des dunkleren Hintergrund sticht der weiße Titel heraus. Wichtig war dass, das Cover passend zum Inhalt war und einheitlich wirkte. Da es spannend wirken sollte, wurden die Artikelüberschriften bewusst nicht in das Cover eingebettet. So kann der Leser erahnen um was es gehen könnte, aber es nimmt einem gleichzeitig nicht die gesammte Spannung.

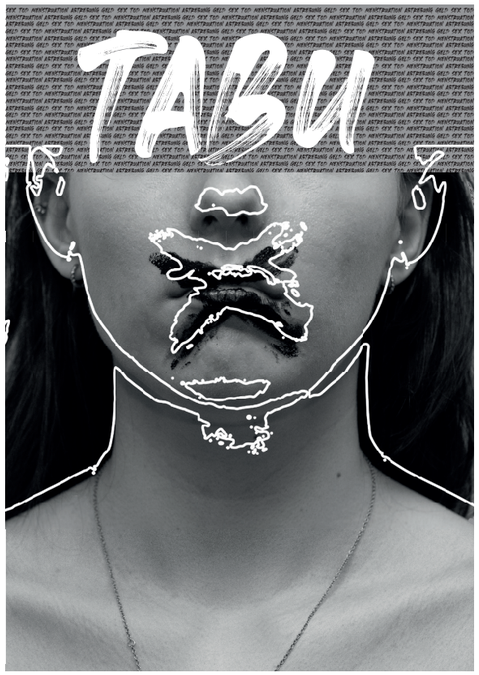

Abb.25: Cover

5. ENDPRODUKT

5.1 MATERIAL UND BINDUNG

Magazine werden oft in Großauflagen gedruckt, daher ist es wichtig Materialien zu nutzen die schnell auftreibbar sind. Das gewählte Papier hat für den Innenteil 135 mg. Diese Papierstärke ist stärker als das standardmäßige 80 mg Papier. Das Cover und die Rückseite wurden auf 170 mg gedruckt. Oft werden Magazine und Broschüren zwischen 130 bis 170 mg starkem Papier gedruckt. Beide Papiersorten sind matt und wirken so edler und es spiegelt sich nicht im Licht. Ein weiterer Vorteil des matten Papiers ist, dass es unempfindlicher bei Schmutz und Fingerabdrücken ist. Desweiteren verhindert diese Papierdicke, dass es durchscheint (Groeben, L., 2018).

Die Bindung des Magazins ,,Tabu“ ist eine Spirallbindung. Dadurch hat man ein langlebiges Design, welches sich hervorhebt. Die Blätter kann man besser umschlagen und man kann mehr von der Seite sehen. Auch hebt sich dies bei anderen Magazinen deutlich hervor.

6. FAZIT

6.1 SCHLUSSBETRACHTUNG

Abschließend kann man meinen, dass das Editorial Design, genauso wie die Tabus sehr umfangreich sind. Durch die theoretischen Grundlagen, konnte man sich mit dem Thema auseinandersetzen und wusste was man ganz besonders bei der Gestaltung beachten musste. Das Thema Tabu liegt nicht jeder Person, da eventuell Scham oder unwohlsein empfunden wird. Dennoch gibt es genug Menschen, die sich mit Themen wie Tabus befassen und gerne ihren Horizont erweitern wollen. Die typischen Assoziationen wie Angst oder dem Verbot der Aussprache der Tabus, sollte die Gestaltung des Magazins zum Ausdruck bringen.

Um ein Magazin mit dem Thema Tabu zu entwickeln, bedeutet es, nicht im Design komplett frei gestalten zu können. Sondern, dass man sich an gewisse Richtlinien wie ein Gestaltungsraster hält oder, dass man orientiert an der Zielgruppe gestaltet. Freier kann man bei den Farben, Typografie oder Bilder sein, aber dennoch muss die Wirkung auf den Betrachter im Hinterkop bleiben. Auch das Experemntieren mit verschiedenen Formen von Hilfsmittel, wie zum Beispiel eingescannte Texte, die dann eine digitale Kontur bekamen, tragen dazu bei ein eher aufsehenerregendes Design zu entwickeln. Das reizt es in eine extreme Richtung zu gestalten. Die Gestaltung in Tabu ist wilder, ungewohnter und hat Farben die in der Kombination etwas gefährlich wirken. Vor allem sollte die Farbe Rot mit Gefahr, oder je nach Thema mit Leidenschaft oder Ekel in Verbindung gebracht werden. Dies weckt beim Leser gute oder schlechte Gedankenverbindungen.

Ziel meiner Arbeit war es, dass mit Hilfe von gestalten eines Magazins zum Thema Tabu, aufgezeigt wird wie facettenreich und spannend Editorial Design ist und es keine Grenzen bei der Gestaltung gibt, aber auch, dass gewisse Tabus nicht mehr in der Gesellschaft bleiben sollten. Des Weiteren werden obwohl es Print ist, auch viele spannende Artikel kompakter zeigt, als auf Internetseiten.Dies wurde im Magazin erfolgreich umgesetzt. Der Leser hat ein Magazin zum Thema Tabu und kann dort so die verschiedenen Themen erforschen und somit neue Meinungen bilden oder alte verfestigen.

Da Tabu sehr viele Themen als auch Informationen bietet, über die berichtet werden könnte, würden genug Seiten vorhanden sein um eine neue Reihe zu erstellen. Das Design könnte weiter bearbeitet werden, welches zwar einen seriellen Charakter hat, aber dennoch ein Unikat ist. Auch würde man Änderungen an den Grafiken und Bildern vornehmen, sodass sie noch kreativer werden.

7.ANHANG

7.1 QUELLENVERZEICHNIS

Heimann M., Schütz M. (2017): Wie Design wirkt. Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung. 1. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH.

Gaspar N., Sommer P. (2020): Das ABC der Typografie. Grundlagen, Definitionen, Praxisanwendung. Typografie verständlich beschrieben. 1. Auflage. Bonn: Rheinwerk
Verlag

Korthaus, C. (2016): Grundkurs Typografie und Layout. Für Ausbildung und Praxis. 5. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH.

Korthaus, C. (2019): Typografie für alle. ÜberzeugenSie mit guter Schrift. 1. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH.

Caldwell C., Zappaterra Y.(014): Editoial Design and Print. 1. Auflage, Laurence King Publishing

Wäger, M. (2016): Das ABC der Farbe. 4. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH.

Rust, C. (2010): Grundkurs Typografie und Layout. Für Ausbildung und Praxis. Auflage. Bonn: Galileo Design.

Rust, C. (2010): Grundkurs Grafik und Gestaltung. mit konkreten Praxislösungen. Auflage. Bonn: Galileo Design.

Wegner, G. (2019): Stile &Looks. Design-Ideen für Print und Web. 1. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH.

Freud S.(01.Juli.1991): Totem und Tabu, 11. Auflage, Fischer Taschenbuch Verlag

Medien Haus (12. April 2021): Warum Printmedien wichtig sind, Abgerufen 20. Dezember 2021,https://www.medien-haus.com/2021/04/12/warum-printmedien-so-wichtig-sind/

Groeben L. (24.September 2018): Matt oder glänzend: Welche Oberfläche ist die beste für Fotos und Fotobücher? Abgerufen 10. Januar.2022, https://www.netzsieger.de/ratgeber/fotobuch-matt-oder-glaenzend#:~:text=Matte%20Bilder%20haben%20den%20Vorteil,und%20h%C3%A4ufig%20herumzeigen%2C%20von%20Vorteil.

Dohmann A.(01.Dezember 2014): Kreative Berufe: Editorial Design, Abgerufen 14. Dezember 2021, https://page-online.de/branche-karriere/jobprofile-editorial-designer/

Erdmann C.,(15. Juni 2017): Die Kunst des Editorial Design- Eine Begriffserklärung, Abgerufen 04. Januar 2022, https://www.viaprinto.de/blog/2017/06/begriffsklaerung-editorial-design/

Erdmann C.,(26. Oktober 2017): 10 Tipps für ein besseres Editorial Design, Abgerufen 04. Januar 2022, https://www.viaprinto.de/blog/2017/10/10-tipps-editorial-design/

Erdmann C.,(27. Juli 2017):Wichtige Faktoren für das Editorial Design, Abgerufen 04. Januar 2022, https://www.viaprinto.de/blog/2017/07/layoutfaktoren/

Krause K. N.(17. Juni 2019): Print ist tot! Es lebe Print! Warum Print immer überleben wird, Abgerufen 06. Januar 2022,https://knkverlagssoftware.com/print-ist-tot-es-lebe-print/

Wissenschaft.de (13. November 2015): Die Zukunft des Textes – Digital und analog, Abgerufen 19 Dezember 2021, https:// Wissenschaft.de (17. Januar 2018): Wahrnehmung in der digitalen Welt, Abgerufen 19 Dezember 2021, https://www.wissenschaft.de/technik-digitales/wahrnehmung-in-der-digitalen-welt/

Faz(17. August 2018): Kluger Kopf Neuronen: Dahinter steckt immer ein kluger Kopf: Wolf Singer, Abgerufen 18. Dezember 2021, https://www.youtube.com/watch?v=5f3cOcG1_3o

Steinacker U.,(13. Oktober 2015): Satzspiegel, Spalten und Stege: Gestaltungsraster anlegen für kreative Layouts, Abgerufen 13. Januar 2022,https://typeschool.de/spalten-stege-spiegel-gestaltungsraster-anlegen-fuer-kreative-layouts/

Wikipedia(20. Dezember 2021): Tabu, Abgerufen 03. Januar 2022, https://de.wikipedia.org/wiki/Tabu

Gähwiler M.(29.Dezember 2020): Tabuthemen und woher sie kommen, Abgerufen 15.Dezember 2021, https://www.blick.ch/life/gesundheit/psychologie/darueber-spricht-man-nicht-tabuthemen-und-woher-sie-kommen-id16255452.html

TEXTQUELLEN TABU MAGAZIN:

Mayr G.(06.Oktober 2020): Schwangerschaftsabbruch-Ein Tabu und seine Folgen, Abgerufen 10. November 2021, https://www.hoerspielundfeature.de/schwangerschaftsabbruch-ein-tabu-und-seine-folgen-102.html

fogorasiotilia, (26.August 2013): Was ist Tabu in deinem Land, Abgerufen 09. November 2021, https://sommer-unibayreuth.wordpress.com/2013/08/26/was-ist-tabu-in-deinem-land/

Schwarzer J.(24.Januar.2017): Über Geld spricht man nicht? Von wegen!, Abgerufen 25. November 2021, https://www.handelsblatt.com/finanzen/anlagestrategie/trends/mythos-oder-weisheit-ueber-geld-spricht-man-nicht-von-wegen/19293056.html?ticket=ST-12139353-lElUcPb4GQKedHjh2Arf-ap6

Ärzteblatt (01. Oktober 2019): Depression noch immer Tabuthema, Abgerufen 10. Dezmeber 2021, https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/106418/Depression-noch-immer-Tabuthema

Williams A. (26 Oktober 2020): Is Mental Health Still a Taboo Subject?,Abgerufen 18. Dezmeber 2021,https://www.psychreg.org/mental-health-taboo-subject/

Rupp L., (2. Oktober 2021): Menstruation: Schluss mit dem Tabu!,Abgerufen 18. November 2021,https://green-lifestyle-magazin.de/menstruation-schluss-mit-dem-tabu/

Wittman M.(26. Februar 2019):, The Taboo of Death -How culture overcomes death anxiety. Abgerufen 18. November 2021, https://www.psychologytoday.com/us/blog/sense-time/201902/the-taboo-death

Burgundy D.(27. Januar 2016): SEX ON THURSDAY | Why is Sex so Taboo?, Abgerufen 18. November 2021, https://cornellsun.com/2016/01/27/sex-on-thursday-why-is-sex-so-taboo/

Spiegel(02. September 2020): Jeder dritte Homosexuelle wird im Job diskriminiert,Abgerufen 20. November,https://www.spiegel.de/karriere/studie-jeder-dritte-homosexuelle-wird-im-job-diskriminiert-a-c8b9b563-8543-4885-8a31-ed4a5f8ecf50

Helmi J.,Bloch L. (15.Dezember 2020): «Ich rasiere mich nicht mehr» – warum es immer mehr Frauen spriessen lassen, Abgerufen 23. November 2021, https://www.watson.ch/schweiz/leben/873618321-koerperbehaarung-bei-frauen-warum-ist-es-immer-noch-ein-tabu

Dwd (Keine Angabe): Tabu, Abgerufen 12. November 2021,https://www.dwds.de/wb/tabu

Wikipedia(20. Dezember 2021): Tabu, Abgerufen 03. Januar 2022, https://de.wikipedia.org/wiki/Tabu

Wortdeutung.info(keine Angabe): Tabu, Abgerufen 05.November 2021,https://www.wortbedeutung.info/Tabu/

Collins(keine Angabe). Defintion von Tabu, Abgerufen 16. Januar 2021,https://www.collinsdictionary.com/de/worterbuch/englisch/tabu

Gähwiler M.(29.Dezember 2020): Tabuthemen und woher sie kommen, Abgerufen 15.Dezember 2021, https://www.blick.ch/life/gesundheit/psychologie/darueber-spricht-man-nicht-tabuthemen-und-woher-sie-kommen-id16255452.html

7.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Farbkreis	S. 14
Abb. 2:	Statistik Print und digital Quelle: https://de.statista.com/infografik/24141/leserinnen-von-zeitungen-und-magazinen-in-deutschland/	S. 17
Abb. 3:	Statistik Quelle: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4464/umfrage/themen-ueber-die-kaum-gesprochen-wird/	S. 19
Abb. 4:	Persona A Quelle: https://www.pexels.com/de-de/foto/frau-halt-einwegbecher-712513/	S. 23
Abb. 5:	Persona B Quelle: https://www.pexels.com/de-de/foto/lachender-mann-der-graues-t-shirt-mit-v-ausschnitt-tragt-936119/	S.23
Abb. 6:	Persona C Quelle: https://www.pexels.com/de-de/foto/mann-im-weissen-hemd-das-anzugjacke-halt-1043474/	S. 23
Abb. 7:	Strukturplan	S. 27
Abb. 8:	Hochformat	S.30
Abb. 9:	Satzspiegel	S.30
Abb. 10:	Raster und Spalten	S. 32
Abb. 11:	Farben	S. 34
Abb. 12:	Fließtext	S. 37
Abb. 13:	Schrift	S. 38
Abb. 14:	Tampon	S.39
Abb. 15:	Baby	S. 39
Abb. 16:	Gebärmutter	S. 39
Abb. 17:	Schrift	S.40
Abb. 18:	Illustration	S.40
Abb. 19:	Text	S.40
Abb. 20:	Trenner Foto	S. 41
Abb. 21:	Kondome	S. 42
Abb. 22:	Frau	S. 42
Abb. 23:	Sex	S. 42
Abb. 24:	Cover	45

7.3 VERWENDETE SCHRIFTEN

Verwendete Schrift:

Gravity Book & Bold
https://www.dafont.com/gravity.font

Heaters
https://www.dafont.com/heaters.font

Bebas Neue
https://www.dafont.com/de/bebas-neue.font

7.3 EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet sowie die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken als solche kenntlich gemacht habe.

Bielefeld, den 08. Februar 2022

Nicola Nawroth