

# Multisensuelle Gestaltung von Magazinen

## Ein Vergleich von Papiermagazin und iPad-App

Kerstin Blumenstein

Fachhochschule St. Pölten

LV Multisensuelle Mediengestaltung, WS 2010/11

St. Pölten, Österreich

**Abstract**—Die Verlagsbranche entdeckte im letzten Jahr das iPad von Apple für sich. 435 Applikationen finden sich bereits in der Kategorie Nachrichten im App Store. Dieses Paper vergleicht die iPad-Applikationen von „DER SPIEGEL“ und „stern“ mit der dazugehörigen Printversion in Bezug auf deren multisensuelle Gestaltung.

**Keywords-component:** Tablet, iPad, Magazin, Gestaltung, Multisensuell, Design

### I. EINLEITUNG

Mit weltweit über 7 Millionen verkauften Geräten allein im 1. Quartal 2011 ist Apple's iPad einer der bestverkauften Tablet PCs dieser Zeit. [1]

Es besitzt ein 9,7 Zoll großes Multi-Touch Hochglanz-Widescreendisplay mit einer Auflösung von 1024x768 Pixel bei einer Pixeldichte von 132ppi. Es ist damit etwas größer als ein DIN A5 Blatt. Die integrierten Lautsprecher erlauben eine Audiowiedergabe im Frequenzbereich von 20 Hz bis 20 kHz. [2]



Abbildung 1: iPad [3]

Im März 2011 werden im deutschen App Store in der Kategorie Nachrichten 435 iPad-Applikationen (kurz: Apps) gelistet, Tendenz steigend.

Nach [4] gibt es drei Arten an eMagazinen auf dem Markt:

- Papier-Typ
- Hybrid-Typ
- iPad-optimierter Typ

Beim Papier-Typ wird das Print-Layout nahezu komplett übernommen vergleichbar mit einem PDF der Zeitung.

Aufbau und Design einer hybriden Magazin-App ähneln der Printausgabe, zeigen aber auch Ansätze einer Web-Version. [4]

Dem gegenüber stehen die Printausgaben der Zeitschriften. Deren Ursprünge gehen zurück bis zur Erfindung des Buchdrucks im 15. Jahrhundert.

In diesem Paper werden „DER SPIEGEL“ [5] und „stern“ [6] näher betrachtet. Die beiden eMagazine sind Vertreter des Hybrid-Typs. Diese Applikationen werden mit der jeweils dazugehörigen Ausgabe des Print-Produktes in Bezug auf ihr multisensuelles Design verglichen. Beide Print-Magazine sind in der Breite etwas größer und in der Höhe etwas kleiner als DIN A4 und insgesamt größer als das iPads.

### II. MULTISENSUELLES DESIGN

Nach der Wortherkunft bedeutet *multisensuell* mit mehreren Sinnen. Die Sinne, die Papierzeitschriften und iPad direkt ansprechen, sind das Sehen, Hören und Tasten.

*Design* liegt die fehlerfreie und effiziente Übertragung der ursprünglichen Nachricht zu Grunde. [7] Diesem Ziel folgen sowohl die Printausgaben als auch die eMagazine. Dieselben Artikel werden für die entsprechenden Zielkanäle aufbereitet und über diese verbreitet.

### III. DIE MAGAZINE

#### A. stern

Am 1. August 1948 erschien die erste Printausgabe des Magazins „stern“ [11]. Mit der Ausgabe 47/2010 ist seit November 2010 die iPad-App erhältlich.



Abbildung 2: stern eMag (links) vs. stern Printausgabe (rechts)

## B. Der SPIEGEL

Die erste Printausgabe von "DER SPIEGEL" erschien am 4. Januar 1947 [8]. Im Jahr 2009 wurden durchschnittlich 1.035.777 Exemplare pro Ausgabe verkauft [9]. Seit Mai 2010 mit Verkaufsstart des ersten iPads ist die Spiegel-App im App Store erhältlich [10].



Abbildung 3: DER SPIEGEL eMagazin (links) vs. DER SPIEGEL Printausgabe (rechts)

## IV. PRINT VERSUS EMAGAZIN

### A. stern (Nr. 2/2011 vom 05.01.2011)

Die Printausgabe wurde für 3,70 Euro im Zeitschriftenladen bezogen. Das eMagazin (224,7 MB) kostete 2,99 Euro und wurde direkt über die Applikation „stern eMag“ heruntergeladen.

Grundsätzlich gibt es keine Unterschiede in den Inhalten der beiden Varianten (Print und eMagazin). Es sind dieselben Artikel mit denselben Fotos integriert.

Zudem wird in der getesteten Ausgabe des eMagazins ein interaktives Sudoku, Kreuzworträtsel und Kinotrailer angeboten. Diese können nur mit einer Internetverbindung genutzt werden. Das restliche Magazin lässt sich wie die Printausgabe offline konsumieren.

Zusätzliche Informationen bietet das eMagazin für die Bestseller-Listen. Durch Tap beispielsweise auf das gewählte Buch werden Details zum Buch angezeigt.

Tabelle 1 zeigt eine Kurzübersicht über die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Printausgabe und des eMagazins „stern“.

	Printausgabe	eMagazin
Seitenzahl	128	53
Fotos	selbe Anzahl	
Videos	0	3 (Kinotrailer)
Artikel	selbe Anzahl	
Füllstands- anzeige	abgenutzte Blätter, Falten der Zeitschrift	nur in Flipview aktuelle Position im Heft nachvollziehbar
Gesten	Finger schnalzen: Umblättern	Tap: Blättern, Anwählen Wischen oben/unten: Blättern innerhalb eines Artikels

Tabelle 1: Vergleich "stern" Printausgabe vs. eMagazin

Als ausführliches Beispiel soll der Artikel „Sorge dich nicht, diene!“ dienen. In der gedruckten Ausgabe ist dieser Beitrag auf 15 Seiten verteilt. Im eMagazin nimmt er 17 im Landscape- bzw. 18 Seiten im Portrait-Modus ein. Das Layout des eMagazins passt sich je nach Drehung des iPads an. Auffällig sind die visuelle Gestaltung und das Interaktionsdesign im Vergleich (siehe Abbildungen 4 und 5).



Abbildung 4: stern eMag: "Sorge dich nicht, diene!" (oben: Übersicht, unten: Ansicht nach Tap auf Orchestermusiker)



Abbildung 5: stern Printausgabe: "Sorge dich nicht, diene!"

Während in der Printausgabe (Abbildung 5) auf einer Seite, Foto und Informationen zur Person zu finden sind, werden im eMagazin zwei Seiten benötigt (Abbildung 4). Für den User heißt das, er muss zusätzlich mit dem iPad interagieren. Erst nach Tap auf das Foto des Orchestermusikers bekommt er die Details angezeigt. Die Rückmeldung erfolgt ausschließlich visuell.

In beiden Varianten gibt es keine Anzeige der Gesamtseitenzahl für einen Artikel. Der Leser der Printausgabe kann diese aus dem Inhaltsverzeichnis erahnen. Der User der iPad-Version kann lediglich über die Scrollbar an der rechten Seite abschätzen, wie lang der Artikel ist.

B. DER SPIEGEL (Nr. 2/2011 vom 10.01.2011)

4,30 Euro kostete die Printausgabe im Zeitschriftenladen. Für 3,99 Euro wurde das eMagazin (176 MB) direkt über die Applikation „DER SPIEGEL“ heruntergeladen. Zusätzlich können optional die Videos (133 MB) geladen werden. So kann das vollständige eMagazin wie auch die Printausgabe offline betrachtet werden.

Die Inhalte und Fotos unterscheiden sich in beiden Varianten nicht.

Im eMagazin ist der Trend zum Einbau von audiovisuellen und interaktiven Elementen deutlich merkbar. elf Videos und fünf interaktive Grafiken wurden zusätzlich integriert.

Mehr zum Thema erfährt der User bei jedem Artikel durch Verlinkungen zu Themenseiten im Internet (siehe Abbildung 6).



Abbildung 6: Weiterführende Informationen im eMagazin

Tabelle 2 zeigt eine Kurzübersicht über die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Printausgabe und des eMagazins „DER SPIEGEL“.

	Print	eMagazin
Seitenzahl	140	59
Fotos	selbe Anzahl	
Videos	0	11
Artikel	selbe Anzahl	
Füllstands- anzeige	abgenutzte Blätter, Falten der Zeitschrift	Keine
Gesten	Finger schnalzen: Umblättern	Wischen links/rechts: Blättern Tap: Fotos Vollbild, Anwählen Zwei-Finger-Zoom: Bilder skalieren

Tabelle 2: Vergleich "DER SPIEGEL" Printausgabe vs. eMagazin

Genauer betrachtet wurde der Artikel „Im Netz der Späher“ (siehe Abbildung 7 & 8). In der Printversion kommt dieser auf 11 Seiten. Im Landscape-Modus des eMagazins benötigt er in der Standardschriftgröße 19 und im Portrait-Modus 18 Seiten. Auch bei diesem Beispiel muss der eMagazin-Leser häufiger „umblättern“ als in der Printvariante. Allerdings ist für ihn die Gesamtseitenanzahl ersichtlich. In der Printversion lässt sich diese nur aus dem Inhaltsverzeichnis erahnen.



Abbildung 7: "Im Netz der Späher" eMagazin



Abbildung 8: "Im Netz der Späher" Printausgabe

Der Text und die verwendeten Grafiken sind in beiden Versionen dieselben. Der User des eMagazins hat die Möglichkeit alle Bilder per Tap in Vollbildansicht anzusehen, mittels Zwei-Finger-Zoom zu skalieren und innerhalb der Bilder eines Artikels in einer Galerie zu wechseln (siehe Abbildung 9).



Abbildung 9: Bildgalerie des eMagazins

Beim gewählten Artikel wird im eMagazin zusätzlich ein Video angeboten. Dieses ist eine Veranschaulichung der im Artikel angesprochenen Problematik. Es fehlt dem Leser der Printausgabe nicht zum Verstehen des Artikels, bringt aber dem App-Nutzer einen audiovisuellen Mehrwert.

Das eMagazin gibt zusätzlich die Möglichkeit, die Schriftgröße und Helligkeit an die Bedürfnisse anzupassen.



## V. FAZIT

Grob zusammengefasst unterscheiden sich Printausgabe und eMagazin beider Zeitschriften im Hinblick auf die multisensuelle Gestaltung lediglich in Bezug auf das genutzte Medium (Print: Papier, eMagazin: iPad bzw. Software). Während bei den eMagazinen vollständig auf Audiofeedback verzichtet wird, bringt das verwendete Papier in der Printausgabe einen haptischen und hörbaren Effekt. Hierbei unterscheiden sich die Magazine „stern“ und „DER SPIEGEL“.

„DER SPIEGEL“ verwendet etwas stärkeres Umschlagpapier. Dadurch ergibt sich ein dumpferer Sound als beim „stern“. Beim Verwenden des „stern“ knickt das obere rechte Ohr schneller um, wenn die Zeitschrift nicht auf dem Tisch liegt.

Das Innenpapier scheint annähernd gleich. Beim Blättern jedoch sind die Unterschiede hörbar. Während das Papier bei „DER SPIEGEL“ beim Blättern selbst keine Geräusche macht, sondern nur das Fingerschnalzen auf dem Papier, sind die Blättergeräusche beim „stern“ deutlich hörbar. Solch eine „Audiomarkte“ fehlt den eMagazinen.

Bei beiden eMagazinen kann man vom Inhaltsverzeichnis per Tap direkt zum Artikel springen. Bei der Printausgabe muss der User, um denselben Effekt zu erzielen selbstständig die Seiten umblättern, bis er bei der entsprechenden Seite angekommen ist. Gerade bei eMagazinen eröffnet dieser Fakt ein weiteres Problem: der User hat keine Möglichkeit herauszufinden, wie viel er schon vom Magazin gelesen hat. Es fehlt die „Füllstandsanzeige“. Bei der Printausgabe wird das Papier der gelesenen Seiten abgenutzt. Man sieht an der Lage der Seiten, wie viel schon gelesen wurde. Bei „DER SPIEGEL“ (eMagazin) vermisst man solch eine Art gänzlich. „stern eMag“ bietet in der Flipview die Möglichkeit die Position innerhalb des Magazins zu bestimmen.

In Tabelle 3 sind die beanspruchten Sinne zusammengefasst. Die Sinne Sehen, Hören und Tasten werden primär bedient, wobei das Hören in den eMagazinen ausbaufähig ist besonders in Bezug auf Audiofeatures. Als zweite Ebene wird über die vermittelten Inhalte und Fotos die emotionale Ebene angesprochen.

	Print	eMagazin
Sehen	Text & Fotos	Text, Fotos & Videos
Hören	Papiergeräusche	Audiofeatures, Audio in Video
Tasten	Papierfeeling, Halten der Zeitschrift, Umblättern	Bedienung und Halten des iPads

Tabelle 3: Beanspruchte Sinne

Nach der Studie von [4] ist es gerade bei iPad Applikationen wichtig, die Range der zur Verfügung stehenden Interaktionsmöglichkeiten auszunutzen. So könnten zum Beispiel die gelesenen Artikel markiert werden. Eine Anzeige könnte das Verhältnis der bereits gelesenen Artikel zum gesamten Magazin darstellen.

Nach einer Studie von Forester Research werden im Jahr 2014 23% der verkauften PCs Tablet PCs sein. Dies entspricht einer Vervierfachung des Prozentsatzes seit 2010. [12], [13] Diese Vorhersage zeigt, dass der Erfolg des Tablet PC-Marktes erst am Anfang steht und damit auch die eMagazine an Bedeutung und multisensueller Qualität gewinnen werden.

## REFERENCES

- [1] "Apple gibt Ergebnisse für das erste Quartal bekannt", *Apple*, 2011. [Online]. Available: <http://www.apple.com/de/pr/library/2011/01/18results.html>. [Accessed: 20-März-2011].
- [2] "Apple - iPad - Technische Daten und Zubehör für das iPad", *Apple*, 2011. [Online]. Available: <http://www.apple.com/de/ipad/specs/>. [Accessed: 20-März-2011].
- [3] "Apple - iPad - Das beste Gerät, um das Internet, Mails und Fotos zu erleben.", *Apple*, 2010. [Online]. Available: <http://www.apple.com/at/ipad/features/>. [Accessed: 20-März-2011].
- [4] J. Kiefer, "iPad - die neue Form des Lesens: Goodbye Gutenberg." eye square GmbH, 12-Nov-2010.
- [5] "SPIEGEL-App: iPad-Leser wissen mehr - SPIEGEL ONLINE - Nachrichten - Netzwelt", *SPIEGEL-ONLINE*, 28-Mai-2010. [Online]. Available: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,695637,00.html>. [Accessed: 20-März-2011].
- [6] "eMagazine | stern iPad-App - Holen Sie sich hier den stern wöchentlich als eMagazine auf ihr iPad | STERN.DE", *stern.de*. [Online]. Available: <http://www.stern.de/emagazine/>. [Accessed: 20-März-2011].
- [7] H. Raffaseder, "Multisensuelle Mediengestaltung", 2010.
- [8] H. Detering und E. Brandt, "Jahreschronik - Kalendarium", *Literarisches Leben*, 2005. [Online]. Available: <http://www.literarischesleben.uni-goettingen.de/1948.html>. [Accessed: 20-März-2011].
- [9] "Geschichte", *SPIEGEL GRUPPE*. [Online]. Available: <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/0/00725D93EF0ABA5BC1256FD600330072?OpenDocument>. [Accessed: 20-März-2011].
- [10] "Der SPIEGEL in Zahlen", *SPIEGEL GRUPPE*. [Online]. Available: <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/C226C5F6118D70E0C12573F700562F49?OpenDocument>. [Accessed: 20-März-2011].
- [11] C. Meier, "Der Spiegel: Die Pad-Men kommen", *kressreport Nr. 11*, 31-Mai-2010.
- [12] S. Rotman Epps, "Steve Ballmer Is Right: The PC Market Is Getting Bigger | Forrester Blogs", *Forrester Blogs*, 17-Juni-2010. [Online]. Available: [http://blogs.forrester.com/sarah\\_rotman\\_epps/10-06-17-steve\\_ballmer\\_right\\_pc\\_market\\_getting\\_bigger](http://blogs.forrester.com/sarah_rotman_epps/10-06-17-steve_ballmer_right_pc_market_getting_bigger). [Accessed: 25-März-2011].
- [13] A. Ostrow, "Tablets Will Be Outselling Netbooks by 2012 [REPORT]", *Mashable*, 17-Juni-2010. [Online]. Available: <http://mashable.com/2010/06/17/tablets-netbooks-projections/>. [Accessed: 25-März-2011].