



**Boris Kochan** ■ Seit April 2007 ist Kochan 1. Vorsitzender der Typographischen Gesellschaft München. Kurz darauf wurde er in das Deutsche Komitee des Type Director Clubs of New York berufen. Der Initiator des Münchner Typotages ist Geschäftsführender Gesellschafter der 1981 gegründeten Design- und Kommunikationsagentur Kochan & Partner, die mit über 60 Mitarbeitern Unternehmen und Organisationen bei ihrer kommunikativen Ausrichtung, bei der Positionierung im Markt unterstützt

**Welche Gabe hätten Sie gern?**

Ich würde gerne um die Ecke gucken können .

**Ihre liebsten Printprodukte?**

Stets das nächste Projekt für unsere Kunden, außerdem gerade: »Wurst« von Wiglaf Droste und Vincent Klink

**Ihre Hobbys?**

Aus Leidenschaften wie Typografie und Wein ... natürlich ein Buch machen.

**Welchem Autor würden Sie gerne einmal begegnen?**

Ich liebe »Vom Klettern in Baumen« und »Die Geschichten von Herrn K « und hätte gern mit Bertolt Brecht über seine Stücke gestritten.

**Ihre Lieblingsfilme?**

Die Überblendungen bei »Spiel mir das Lied vom Tod«, die Poetik eines Nicolas Roegs, die Frauen bei Francois Truffaut und das intelligente Bauchgefühl von Peter Greenaway.

**Auf welchen Luxus könnten Sie verzichten?**

Auf die tausendste unleserliche Schrifttype.

sind Mädchen begabter oder doch bloß zickiger? fragt die aktuelle Ausgabe der Frauenzeitschrift Brigitte. Oder: Toben Jungs wirklich wilder, sind faul und vorlaut? Interessante Fragen über die Jugend von heute. Leider werden diese Fragen nicht in ein und derselben Ausgabe beantwortet.

Der verkaufstüchtige Verlag Gruner + Jahr hat vielmehr die Auflage gesplittet und bringt diese Ausgabe gleich in zwei Varianten heraus – einmal für Jungs, einmal für Mädchen. In jeweils 16-seitigen Dossiers werden Kinder und Jugendliche geschlechtsspezifisch analysiert. Eine »prägnante Themenankündigung« sowie eine deutliche Farbsprache in Rosa und Blau – wie sollte es anders sein? – auf dem Cover sollen auf die unterschiedlichen Dossierausgaben hinweisen.

Wer beide Dossiers lesen möchte, so schlägt der Verlag vor, kann sich natürlich gern beide Ausga-



**16 Seiten zum Thema Mädchen. Und jetzt noch mal in Hellblau ...**

ner + Jahr offenbar die Frauenzeitschrift Frau in Spiegel verkaufen. Dies gab die W&V – Werben und Verkaufen bekannt. Der Hamburger Verlag habe das Heft sowohl der Essener WAZ-Gruppe als auch dem Klambt-Verlag angeboten, bislang sei ein Deal aber an den hohen Preisvorstellungen von G + J gescheitert. Der Verlag selbst habe die Kaufabsichten nicht direkt bestätigt: Es gebe immer wieder Anfragen von Kaufinteressenten, erklärte Frauenzeitschriften-Verlagschef Volker Breid gegenüber der W&V.

Der Verlag hatte im vergangenen Jahr versucht, der Frau in Spiegel mit einer zweiten leicht veränderten Ausgabe unter dem Titel Look ein jüngeres Gesicht zu verleihen (DD berichtete). Der mehrwöchige Testlauf der Doppelstrategie brachte allerdings nicht den gewünschten Erfolg und wurde eingestellt.

**Niggli Verlag  
Farbkalender 2008:  
jeder Tag wird bunt**

Der 13. März 2008 ist leuchtend Pink, der 2. August mintgrün und Heilig Abend kräftig ziegelrot. So zumindest stellt sich das Jahr im Niggli Farbkalender



der 2008 von Moritz Zwimpfer dar. Jeder Tag hat eine andere Farbe, für die Reihenfolge gibt es keine Regeln, subtile und zarte Farben wechseln sich mit knalligen kräftigen Tönen ab. Jeder Tag enthält die Wochenzahl, das Datum sowie den Wochentag in zwei Sprachen. Im Anhang finden sich zudem eine Kalenderübersicht für 2008/9 sowie die Pantone-Codes der 366 Farben.

Moritz Zwimpfer, Niggli Farbkalender 2008, 366 Tage, 366 Seiten, 366 Farben, spiralgebunden, ISBN 978-3-7212-0616-6, Preis 19 Euro.

**Deutsche Websites nur Durchschnitt**

**Qualität im Internet** ■ Die Qualität deutscher Websites ist im internationalen Vergleich offenbar gerade mal durchschnittlich. Dies ergab eine weltweite Studie des Schweizer Unternehmens Seven49 net zur Erforschung des Qualitätsstandards von Webauftritten. Die Studie, die mit der Software Qualidator durchgeführt wurde, überprüfte über 100 000 Webseiten mit knapp 70 Tests auf die Bereiche Usability, Accessibility, Suchmaschinenfreundlichkeit und technische Qualität. Beim weltweiten Rating nach Domain-Endung führen die Sites aus Australien, Großbritannien gefolgt von Irland, Neuseeland, Tschechien und Kanada. Deutschland schneidet nur durchschnittlich ab. Auffallend: Unter den Top-100-Webseiten befinden sich viele höhere Bildungsinstitute. Unternehmen und Organisationen wie Mozilla, das World Wide Web Consortium, IBM, General Electric und der Lebensmittelkonzern Nestlé gehören ebenfalls zum Top-100-Ranking.

Ein ähnliches Bild ergibt die Auswertung für Deutschland. Neben höheren Bildungsinstituten wie der Ludwig-Maximilian-Universität München, der Fernuniversität Hagen, der Universität Erlangen und der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin finden sich Webseiten von Institutionen wie das Bundesamt für den Zivildienst und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit sowie die Städte Bonn, Düsseldorf und Münster. Die Studie analysierte aber auch die Schwachstellen vieler Sites: Die fehlende Druckfreundlichkeit von Webseiten liegt dabei ganz vorne. Dies, obwohl das Ausdrucken von Webinhalten für viele Benutzer ein zentrales Bedürfnis darstellt. Ebenfalls häufig bemängelt wird der Umstand, dass einmal besuchte Links nicht von noch nicht besuchten Links unterschieden werden können