



# Äußerst übersichtlich

Wie viel Design verträgt oder braucht ein Katalog? PAGE beleuchtet das Potenzial, das in guten Gestaltungslösungen für Print- und Onlinepublikationen steckt



Foto: Tobias Madörin

Ungewöhnliche Produktübersicht: Für dieses Foto wurden die vitra-Möbel wirklich herausgeschleppt

■ **Als absoluter Anachronismus** mag manch einem das Medium Printkatalog erscheinen. Denn im Vergleich zum seinem Online-Pendant ist der eigentlich total unpraktisch. Der digitale Katalog erspart einem das nervige Hin- und Hergeblättere vom Inhaltsverzeichnis zu den Produktdarstellungen - Welche Seite war das noch mal? In welcher Kategorie stand das überhaupt? - und führt stattdessen über Suchfunktionen oder Menüs mit Auswahlkriterien schneller zum gewünschten Ziel. Zudem bietet er oft Links zu anderen Produkten, die dem User ebenfalls gefallen könnten, oder - gerade bei technischen Gegenständen - Produktvideos, Planungstools oder Konfiguratoren. Und trotzdem: Manch einer blättert eben doch lieber genüsslich auf dem Sofa, ein anderer braucht den Katalog unterwegs oder im Gespräch mit Kunden. Abgesehen davon teilt

Linke Seite: Auf den igus-Katalog-Covern ([www.igus.de](http://www.igus.de)) dienen jährlich wechselnde Satzzeichen als Eyecatcher. Der Webauftritt (untere Bildreihe) besticht durch eine große Klarheit in der Struktur und im Layout. Die Produktfotos haben eine ganz eigene Ästhetik

sich dem Nutzer bei der Interaktion mit dem Printobjekt über Design und Haptik indirekt einiges über die Marke mit. Der gedruckte Katalog ist für Unternehmen unbestritten ein entscheidendes Imagetool - und in dieser Hinsicht bietet er oft mehr als das Online-Pendant. Denn die digitalen Kataloge sehen oftmals noch ziemlich öde aus. Die Art der Produktpräsentation ist arg standardisiert und vermittelt kaum etwas von den individuellen Markenwerten - hier gibt es also reichlich Nachholbedarf.

**Ob online oder offline**, wenn sich die Gestaltung allzu stark in den Vordergrund drängt, kann dies schnell der Funktionalität entgegenwirken - gerade wenn es um nüchterne Faktenvermittlung geht. Nüchternheit muss aber nicht langweilig sein - das hat sich selbst im Bereich Fashion und Accessoires herumgesprochen. So zeigen die Marken Bree (Kataloggestaltung: büro uebele) und logstoff (Broschürendesign: ID4 industriedesign/Krænk Visuell) beide nackte Tatsachen - Taschen ohne Models, frontal fotografiert.

Bei logstoff sind darüber hinaus sämtliche Gurte betont flach abgeknickt. „Das visuelle Konzept zeichnet sich durch eine sehr grafische Auffassung der Produkte aus“, erklärt Kurt Friedrich, Partner von ID4 industrie design in Mühlthal. Die Taschen und Rucksäcke verbinden sich zum Teil mit der plakativen Typo im Hintergrund - den Modellbezeichnungen. Dabei griffen die Kreativen Farben des jeweiligen Artikels auf. Die Produkte, die für sich betrachtet durch die frontale Fotografie flach wirken, entfalten vor der 2-D-Typo-Tapete eine merkwürdige Plastizität. Ein äußerst gelungenes Spiel mit Zwei- und Dreidimensionalität, das ausgezeichnet zu den Taschen und Rucksäcken passt, die sich flach machen lassen, aber Volumen bieten. Das Thema Falten und Knicken setzt sich auch im Katalog selbst fort. Die Broschüre lässt sich auseinanderklappen, bis der Nutzer ein Plakat in den Händen hält.



**Der Präsentation nackter Produkte** erteilt vitra eine schöne Absage mit ihrem Home-Katalog-2005, den Cornel Windlin entwickelte. Er gliedert sich in die beiden miteinander verbundenen Teile „select“ und „arrange“: vorne eine sachliche Produktübersicht, hinten mögliche Anwendungen, abgelichtet von verschiedenen Fotografen. Anders als vitras Branchennitstreiter, die gerne in sich geschlossene Markenwelten präsentieren - alles auf dem Bild

muss bei der jeweiligen Firma auch kaufbar sein -, zeigt vitra Fotos von scheinbar privaten, aus dem Leben gegriffenen Wohnwelten, in denen sich die vitra-Möbel so selbstverständlich einfügen, dass man sie manchmal richtig suchen muss. Da revidiert sich von selbst das Vorurteil, solche Stücke seien allein etwas für Designfetischisten mit perfekt durchgestylten Räumen. Zusätzlich gibt es eine Reihe von Einbindern in schmalere Format. →

**Nüchtern, aber kein bisschen langweilig:** der logstoff-Katalog von ID4 industrie design/Krænk Visuell. Die Produktnummern - sonst häufig im Kleingedruckten versteckt - finden hier als plakative Typoelemente Verwendung