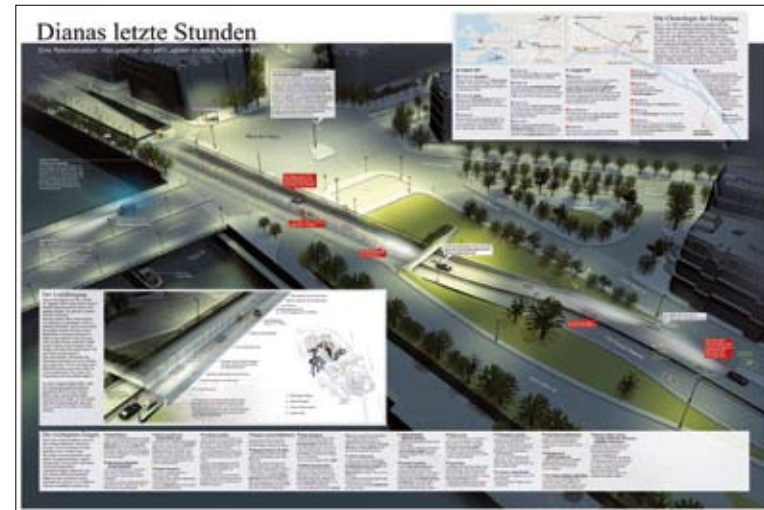


GOLDENER SCHNITT

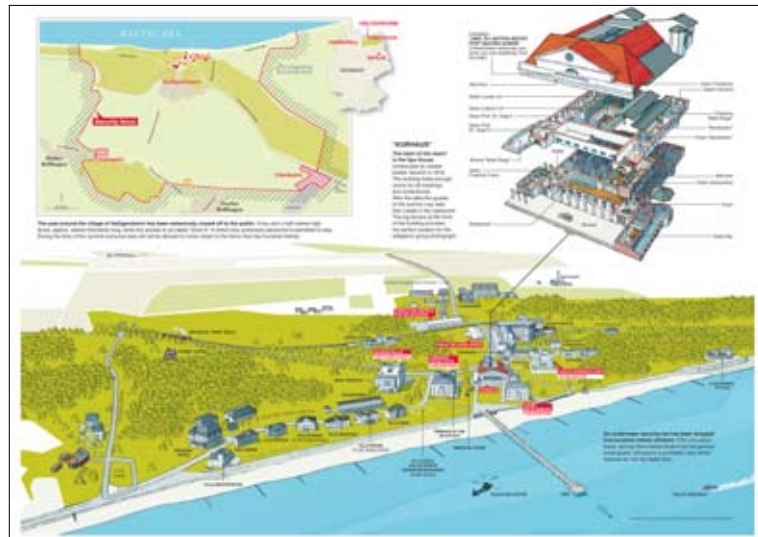
In Zeiten der Informationsflut werden Infografiken als Mittel zur Komplexitätsreduktion immer wichtiger. Seit Anfang 2007 widmet sich »Golden Section Graphics« in Berlin der medialen Disziplin mit professioneller Hingabe und großem Erfolg.



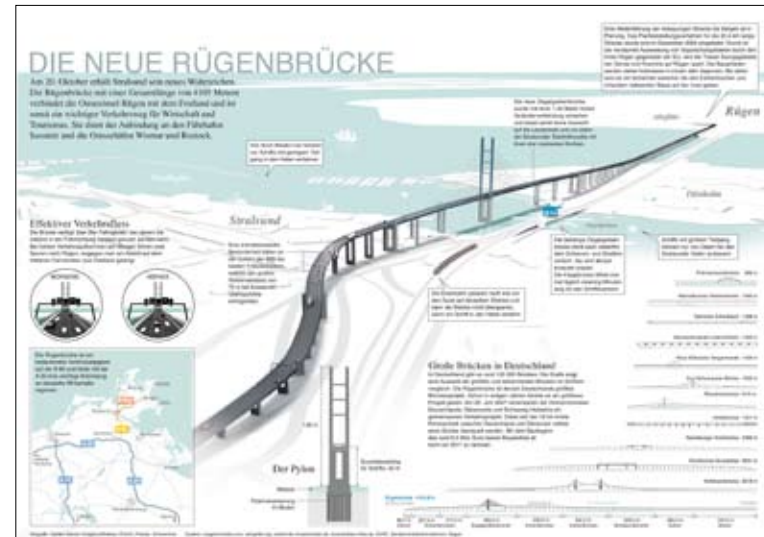
01



03



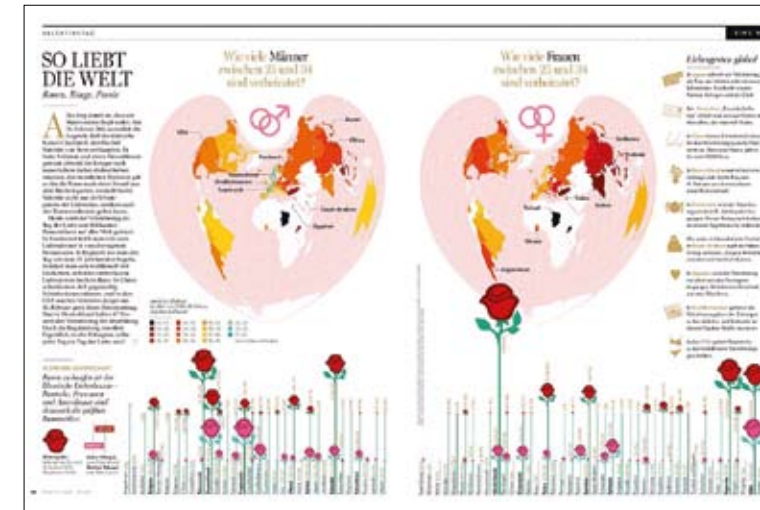
02



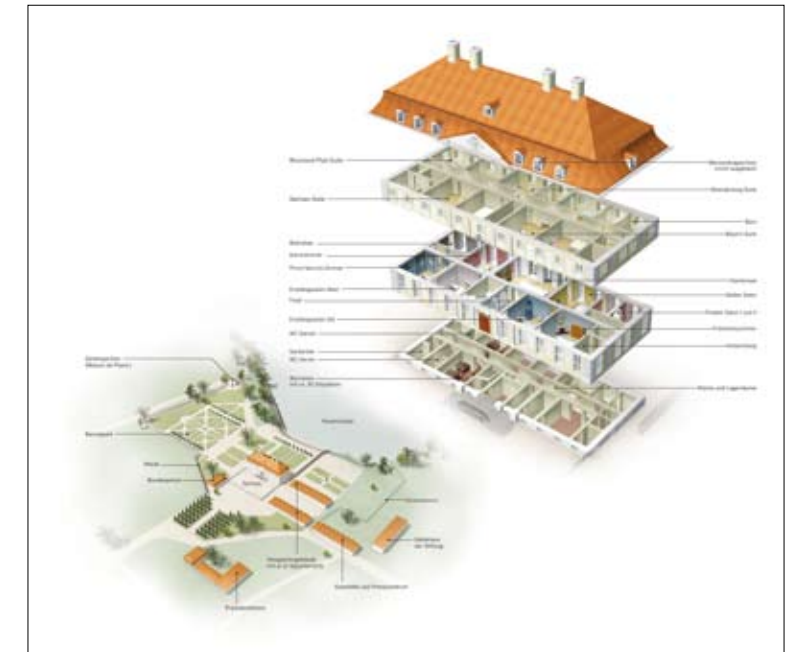
04

GOLDEN SECTION

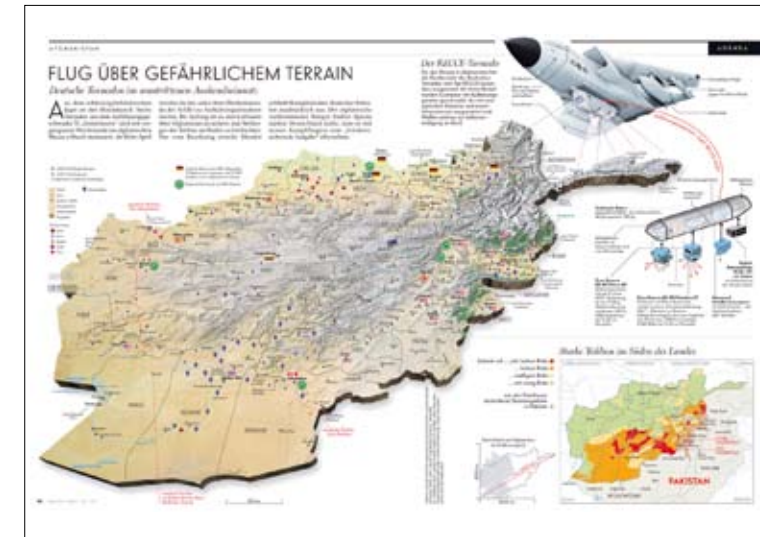
In a world in which we are all subjected to a bewildering flow of information, infographics are an ever more important means to reduce complexity. Since the beginning of 2007, »Golden Section Graphics« in Berlin has been working in this media discipline with great professional dedication and success.



05



07



06



08

- 01 Ausgewanderte Deutsche Wörter / German words used in other countries. Vanity Fair
- 02 G8-Gipfel in / G8 summit, Heiligendamm. El Mundo, Welt am Sonntag, Berliner Morgenpost ...
- 03 10. Todestag von Lady Diana / 10. anniversary of the death of Lady Diana. Vanity Fair
- 04 Einweihung der neuen Rügenbrücke / inauguration of Rügen bridge. stern VIEW, Die Welt, Nordkurier ...
- 05 Valentinstag. Valentine's day. Vanity Fair
- 06 Tornado-Einsatz in Afghanistan / Tornado mission in Afghanistan. Vanity Fair
- 07 Schloß / castle Meseberg. Welt am Sonntag
- 08 Titelillustration und Infografik / Cover illustration and info graphics. FACTS, CH

Die amerikanische Tageszeitung »USA Today« und der deutsche »Focus« haben Infografiken populär gemacht, obwohl es sie schon seit der illustrierten Gutenberg-Bibel gibt. Denn mit der Visualisierung komplizierter Sachverhalte sind bunte Torten, Balken und Diagramme in die Printmedien eingezogen. »Stern« und »Spiegel« nutzten die erklärenden Grafiken schon lange, bevor diese Ende der Siebziger ihren eigenen Namen erhielten. Jan Schwochow arbeitete zunächst als Ressortleiter für die Mischdisziplin aus Wort und Bild beim »Stern«. Danach schloß er sich der Berliner Designagentur Kircher-Burkhard an und baute dort als Unit-Leiter erfolgreich eine Infografik-Abteilung auf. Der Optimist im Januar 2007 dann einfach noch mal ganz von vorne an: Er machte mit zunächst nur einem Mitarbeiter und einer Praktikantin seinen eigenen Laden auf, die »Golden Section Graphics« (englisch für: »Goldener Schnitt«). Seitdem geht es steil bergauf: Medien wie das Hochglanzmagazin »Vanity Fair« zählen zu den Abnehmern der aufwendig gestalteten und teilweise auch selbst recherchierten Schaubilder von Golden Section Graphics. Gutes journalistisches Handwerk wie Quellen vergleichen und vor Orttermine gehört für Schwochow dazu. Leider werde branchenweit allzuoft mit opulenter Optik ein Mangel an Fakten übertüncht, kritisiert er.

AUFTRAGSJOB, EIGENE ANGEBOTE UND VIEL LEIDENSCHAFT

Auch komplett selbst entwickelte und realisierte Grafiken werden von GSG auf dem Markt angeboten: So wie im Sommer 2007 eine überaus detaillierte Infografik, die sämtliche Tatsachen des Unfallhergangs im Pariser Tunnel, bei dem vor zehn Jahren Prinzessin Diana tödlich verunglückte, in einer doppelseitigen, dreidimensionalen Zeichnung und Bildtexten minutiös darstellte. Normalerweise kommen die Informationen jedoch vom Kunden oder der Redaktion und bei GSG entstehen dann die – ab nächstem Jahr strategisch verstärkt – auch flash-animierten Grafiken anhand der gelieferten Vorgaben.

Zum Leistungs-Portfolio zählen neben Statistiken, Charts, Torten und Tabellen auch Organigramme, Karten, Baupläne sowie Orientierungssysteme für öffentliche Gebäude. Agenturen aus dem Corporate-Publishing-Bereich und Redaktionen nutzen die Dienste des Berliner Hot-Shops derzeit am intensivsten. Im Tagesgeschäft macht Schwochow am liebsten Breaking-News-Grafiken. Sein Traumjob allerdings: das Deutsche Historische Museum in Berlin vollständig durchzugestalten.

peter jaitner

The American daily newspaper USA Today and the German business magazine Focus have made infographics popular, although it's a field that has been around since the days of the first illustrated Gutenberg bible. The need to explain complex content visually has opened up the way for all kinds of colourful pie charts, bar charts and diagrams in the print media. Stern and Spiegel have been using these explanatory graphics for a long time, since before they were even given a name in the late 1970s.

Jan Schwochow first worked as a department head spanning the disciplines of word and image, at Stern. Then he moved to the Kircher-Burkhard design agency in Berlin, and built up a successful infographics section there. In January 2007 the optimist started again from the beginning – with just one employee and a trainee, he opened his own outfit, calling it »Golden Section Graphics«.

Since then things have gone from strength to strength; he can even count Vanity Fair, which appeared in German for the first time in 2007, among the customers for the elaborate infographics of Golden Section Graphics, some of which he researches himself. A thorough mastery of the craft of journalism, including things like proper research of sources, and lots of on-site meetings, are part of the job for Schwochow. He criticises the way

opulent visuals are used these days around the world to mask a general lack of facts.

COMMISSIONS, OWN CREATIONS AND LOTS OF PASSION

GSG even markets graphics they have developed and produced themselves – like in summer 2007 they produced a minutely detailed infographic (double-page, 3D drawing and captions) setting out all the facts concerning the accident in a tunnel in Paris, where Princess Diana was fatally injured. Normally, however, the information comes direct from the client, or the editorial office, and then GSG does the Flash-animated graphics in line with the requirements. GSG is now expanding this strategic area. Alongside statistics, charts, pie charts and tables, GSG's portfolio also includes organigrams, maps, construction plans and orientation systems for public buildings. Agencies from the corporate publishing area and editorial offices are the most frequent users of the services of the Berlin hot shop. Best of all Schwochow likes to do graphics for breaking news stories. But his dream commission would be to do a complete redesign of the Museum of German History in Berlin. *peter jaitner*

www.golden-section-graphics.com