



Januar 2020

26. Jg./Nr. 1 ISSN 2624-6023 (Print), ISSN 2624-6031 (Online) Einzelpreis CHF 12.– (Abo im Mitgliederbeitrag enthalten)

Die Zeitschrift der Macintosh Users Switzerland

We share knowledge.



- **Geheimes aus dem Kalten Krieg**
- **Editathon für mehr Frauen in Wikipedia**
- **Business Innovation Week Switzerland**

Mehr Fokus, weniger Ab-
lenkung beim Lesen

▶▶▶ Seite 3

Affinity Publisher
versus Adobe InDesign

▶▶▶ Seite 10

Mit Farben mehr Emotion
und Wirkung erzielen

▶▶▶ Seite 18

Alle Schaltjahre einmal ...

Liebe MUS-Mitglieder

Die Redensart in der Überschrift dient meist nur dazu, die Seltenheit von Ereignissen zu veranschaulichen; höchstens den 29. Februar gibt es tatsächlich nur ungefähr alle 1461 Tage. Ungefähr, weil die astronomische Jahreslänge eben nicht genau aufgeht. Es sind etwas weniger als 365,25 Tage. In jedem durch 100 teilbaren Jahr fällt der Schalttag aus, und in jedem durch 400 teilbaren Jahr gilt dann doch wieder die Regel, dass jedes durch vier teilbare Jahr einen Schalttag hat (so auch anno 2000). Die nächste Ausnahme im Jahr 2100 dürften wohl die wenigsten von uns noch miterleben.

* * *

Einige Wochen nach Erscheinen dieses Hefts gibt es also wieder den 29. Februar.

Die Menschheit «gewinnt» einen zusätzlichen Tag, um Heldentaten zu vollbringen, Quatsch zu twittern oder – falls man Präsident einer Weltmacht oder Despot eines Schurkenstaats ist – am ominösen roten Knopf herumzufummeln, der eine ganz andere Art Lawine auslösen kann als die unten abgebildete.

* * *

Noch eine Kleinigkeit in eigener Sache: Die Erscheinungsweise des MUSfalter hat sich im Lauf der Zeit verändert, und die verbliebenen zwei Ausgaben pro Jahr sollen euch nun planmässig jeweils im Januar und im Juni erreichen. Daher passen wir den Jahrgang des MUSfalter, dessen Erstausgabe im Monat März erschienen ist, ans Kalenderjahr an. Infolgedessen wird die Nr. 2 des 25. Jahrgangs (Dezember/Januar) übersprungen, und

das vorliegende Januarheft ist nun stattdessen die Nr. 1 des 26. Jahrgangs.

Herzlich
Euer MUSfalter-Redaktor
Eric A. Soder

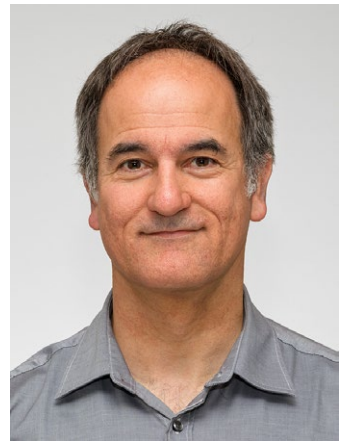


Foto: Eric A. Soder

Bionic Reading – besser lesen

Bionic Reading anwenden.

Der neu geladene Text wird in deinem Browser erstmalig im Plain-Modus angezeigt. Du hast nun die Möglichkeit deinen optimalen Bionic Reading-Lesemodus zu wählen. Hierbei stellst Du die Funktionen «Schriftart», «Fixation» und «Sakkade» nach deinen Bedürfnissen ein. Mit den Zusatzfunktionen «Spaltenbreite», «Zeilenabstand», «Laufweite» und «Schriftgrad» verfeinerst Du deinen Lesemodus soweit bis Du ein auf Dich abgestimmtes Schriftbild erhältst.



Lesemodus

Menu für den Lesemodus von Bionic Reading.



Schriftart

Auswahl der Schriftarten «Sans serif» und «Serif».

Der neu geladene Text wird in deinem Browser erstmalig im Plain-Modus angezeigt. Du hast nun die Möglichkeit deinen optimalen Bionic Reading-Lesemodus zu wählen. Hierbei stellst Du die Funktionen «Schriftart», «Fixation» und «Sakkade» nach deinen Bedürfnissen ein. Mit den Zusatzfunktionen «Spaltenbreite», «Zeilenabstand», «Laufweite» und «Schriftgrad» verfeinerst Du deinen Lesemodus soweit bis Du ein auf Dich abgestimmtes Schriftbild erhältst.

Lesemodus

Menu für den Lesemodus von Bionic Reading.

Schriftart

Auswahl der Schriftarten «Sans serif» und «Serif».

Fixation

Definiert die Stärke der Fixation. Der Wert «1» steht für eine starke Ausprägung. Der Wert «5» steht für eine schwache Ausprägung.

Links die normale Darstellung der Webseite ...

... rechts ein entsprechender Ausschnitt im Bionic-Lesemodus.

«Eine höhere Dimension des Lesens» hat sich Renato Casutt als Mission auf die Fahnen geschrieben. Er ist Typograf mit Weiterbildung zum Typografischen Gestalter und will mit seiner Idee das Lese-Erlebnis vor allem in den elektronischen Medien revolutionieren.

■ Eric A. Soder

Renato Casutt stammt aus einer Familie, welche bereits in der dritten Generation eine Druckerei führt. Kein Wunder, faszinierte ihn die «schwarze Zunft» schon als Kind: Typografie, Design und unterschiedliche Schriften mit einer klaren Formensprache. Bei einem Projekt in der Schule kam ihm der Gedanke, wie man das Lesen mit typografischen Hervorhebungen unterstützen könnte. Die Technik war jedoch noch nicht so weit, deshalb blieb das Vorhaben jahrelang in der Schublade liegen, bis Casutt es im Frühling 2016 aufgriff und das Konzept mit dem Unternehmensentwickler Dr. Stefan Hagen als Partner in die Tat umzusetzen begann. Nach zweiein-

halb Jahren Entwicklung gründeten sie zusammen die Bionic Reading GmbH, seither kümmern sie sich aktiv um die Verbreitung des Produkts. Es ist bislang als Add-on (beta) zu den Webbrowsern Mozilla Firefox und Google Chrome zu haben sowie in einigen E-Book-Lesegeräten und neuerdings auch in einer Newsreader-App für iOS und macOS.

Mehr Fokus, mehr Leselust

Das Prinzip von Bionic Reading beruht auf der Art, wie wir geschriebene Texte wahrnehmen. Das geübte Auge scannt nicht mehr jeden Buchstaben einzeln, sondern fixiert jeweils kurz den Wortanfang, um das gesamte Wortbild zu erfassen, und springt dann in so genannten «Sakkaden» weiter zu den nächsten Wortbildern. Darum können wir sogar solche Sätze halbwegs flüssig lesen, bei denen innerhalb der einzelnen Worte die Buchstaben durcheinander gewürfelt sind. Solange der erste und der letzte Buchstabe stimmen, wird das Wortbild meist richtig erkannt. Beim Bionic Reading geht es jedoch darum, das Auge gezielt zu führen. Durch die fet-

te Auszeichnung der Fixationspunkte im Abstand einer möglichst optimalen Sakkadenlänge wird man beim Lesen effizient geführt, sodass geradezu ein Sog entsteht, der das Lesen bequemer macht und beschleunigt. Weitere typografische Feinheiten wie Schriftart (ohne oder mit Serifen), Spaltenbreite, Zeilenabstand, Laufweite (Zeichenabstand) und Schriftgrad (Höhe der Schriftzeichen) lassen sich im Browser-Add-on individuell anpassen.

Führende Anbieter sind angepeilt

Renato Casutt und Stefan Hagen sind mit diversen Herstellern im Gespräch. Sie wollen auch Microsoft, Adobe und Co. für Bionic Reading gewinnen, um es auf allen Plattformen zu verbreiten. ●

Weitere Infos

Bionic Reading GmbH, Chur

■ bionic-reading.com

(Add-ons für Firefox + Chrome)

■ reederapp.com

(s. a. «Reeder 4» im App Store)

Widerstandsvorbereitungen für den Besatzungsfall – Die Schweiz im Kalten Krieg

Während des Kalten Krieges traf die Schweiz Widerstandsvorbereitungen für den Fall einer Besetzung durch den kommunistischen Ostblock. Sie waren streng geheim und nur einem kleinen Personenkreis bekannt.

■ Buchrezension von Roland Kallmann

Gewöhnliche Männer und Frauen aus der Zivilbevölkerung – Hausfrauen, Akademiker, Handwerker – waren bereit, im Besatzungsfall Widerstand zu leisten. Sie verstanden sich nicht als *militärisches*, sondern als *politisches* Rückgrat der Landesregierung. Davon war jedoch nicht die Rede, als diese Vorbereitungen anno 1990 publik wurden. Vielmehr dominierte in den Medien leider das Bild einer 400 Mann starken bewaffneten Geheimtruppe, die eine Gefahr für den Staat darstellte. Fortan stand das Projekt 26 (P-26) für einen der grössten innenpolitischen Skandale der neueren Zeit. Auf Basis von Hunderten von schriftlichen und mündlichen Quellen ist es Titus J. Meier voll gelungen, die Puzzleteilchen dieser Aktion zu einem Ganzen zusammenzuführen.

Vorbereitungen ab 1940 und überstürzte Liquidation 1990

Die ersten Vorbereitungen, um einen politischen Widerstand im Falle der Besetzung durch ein ausländisches Heer zu organisieren, gehen auf den Zweiten Weltkrieg (1939–1945) zurück. Sie gingen während des Kalten Krieges (1950–1990) weiter, und sie wurden, ab 1979, mit dem Basiskonzept des Projektes 26 intensiviert. Das P-26 war eine streng geheime Kaderorganisation (sie war jedoch wenigen Bundespolitikern und hohen Dienern der Eidgenossenschaft bekannt). In Friedenszeiten sollten 800 Frauen und Männer rekrutiert und ausgebildet werden, um nach der

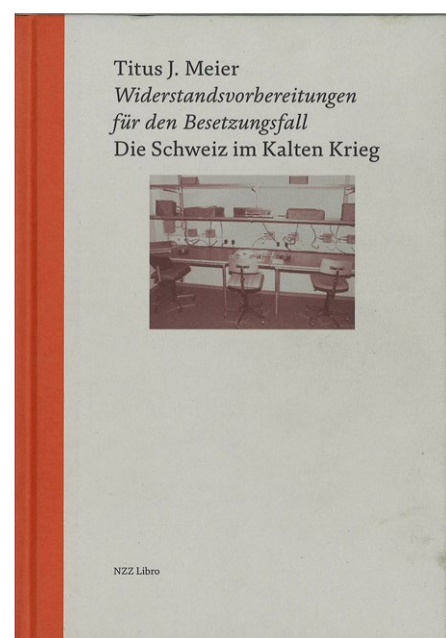
Aktivierung durch den Bundesrat auf einer breiten Basis weitere Mitglieder – so genannte Basismitglieder – zu rekrutieren. Erst dadurch wäre ein operationelles Gebilde auf Stufe Schweiz entstanden. Bevor die Kaderorganisation 1990 liquidiert wurde, waren 1989 erst 317 Mitglieder ausgebildet (38% des Sollbestandes), davon 37 Funker.

Die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates bestätigte 1981 öffentlich, dass die Widerstandsvorbereitungen im Rahmen des Projekts 26 (der Name war damals nicht bekannt) den Anforderungen eines Rechtsstaates und der Demokratie entsprechen. Umso interessanter ist es, im letzten Teil zu erfahren, wie es 1990 dazu kommen konnte, dass das Projekt 26 liquidiert und skandalisiert wurde. Nachdem die PUK EMD 1990 ihren Bericht vorgestellt hatte, gelang es einem Journalisten den Projektleiter Efrem Cattelan (1931–2014, Deckname Rico, im Amt 1979–1990) zu enttarnen. Es entstand der «falsche Skandal» über die P-26 (hier weiblich geschrieben, weil man mehrheitlich von einer geheimen Armee sprach). Nach der Affäre Kopp und der Fichen-Affäre gipfelte die Kaskade von Skandalen, welche die Schweiz tief erschütterten, in der Enttarnung des Projekts 26.

Basismaterial für eine Dissertation: Akten und Zeugen

Der 1981 in Brugg (AG) geborene Autor konnte zum ersten Mal die im Bundesarchiv aufbewahrten Akten einsehen, und er konnte viele beteiligte Zeugen mündlich befragen. Es folgt eine hervorragende Gesamtansicht aus ersten Quellen. Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Frühjahrssemester 2017 als Dissertation angenommen. Sie leistet einen wichtigen Beitrag zur Schweizer Geschichte im Bereich der

Widerstandsvorbereitungen zwischen 1950 und 1990. Trotz der Grösse des Werkes – 592 Seiten und 1903 Fussnoten (zu den Quellen und den Kommentaren) – bleibt jeder Person, welche sich intensiv mit der Schweizer Geschichte befassen



Titus J. Meier: Widerstandsvorbereitungen für den Besatzungsfall Die Schweiz im Kalten Krieg

2. Auflage, Verlag NZZ Libro, Schwaabe AG, Basel 2018, 592 Seiten, 16 Abbildungen, 15 x 22 cm, gebunden, Masse 1,05 kg.

ISBN 878-3-03810-332-5, Preis 54 CHF. Eine Pflichtlektüre für alle, die sich mit den Themen Schweizer Geschichte 1940–1990 und Übermittlung befassen! 1903 Fussnoten (!). Folgende Themen interessieren uns, MUS-Mitglieder und IKT-Leute: Übermittlung (Organisation und Material), Funk (Ausbildung), Chiffrierung (Material), usw.



Rundfunkempfänger des Systems Phönix, Model Barlow Wadley XCR 30 Mark 2. Herstellung in Süd-Afrika von Ende 1971 bis 1982 durch die Barlow Television Company. Frequenzbereich: 0,5 bis 30 MHz. Dieses Empfängermodell war damals eines der besten der Welt. Gerät: Sammlung ZSHAM; Foto: Roland Kallmann



Damit die erste Widerstandsorganisation Aktion nationaler Widerstand ein Mittel in die Hand bekam, um aus dem von Hitlerdeutschland besetzten Mittelland den Bundesrat im Réduit oder im Exil in London mit Nachrichten versorgen zu können, wurde das geheime G-Netz aufgebaut. Die Mittel für die Kurzwellensender stammten aus der Schatulle des Generals, aus der er Operationen der Nachrichtensektion finanzierte.

Hier das damals von Funkerkorporal Fritz Frey gebaute Funkgerät Tg 105. Es steht am Anfang einer langen Reihe von Geräten, die den jeweiligen Stand der Technik in den fünfzig Jahren der Widerstandsvorbereitungen spiegeln. Allein der Name ist eine Tarnung, denn Tg ist die militärische Abkürzung für Telegramm und 105 ist eine willkürliche Zahl.

Gerät: Sammlung HAMFU; Foto: Stiftung Pro Castellis



Der in Japan von 1980 bis 1983 gebaute Weltempfänger Sony ICF-2001D. Es war damals der erste mikroprozessorkontrollierte Kurzwellenempfänger. Nach der Enttarnung durften die Funkerinnen und Funker dieses Gerät zu Hause behalten, denn ein plötzlich fehlendes Radiogerät wäre aufgefallen!

Es konnte Rundspruch auf Lang- und Mittelwellen (LW und MW), dazu Ultrakurzwellen (UKW 87 bis 108 MHz) empfangen werden. Zusätzlich Kurzwellen (KW zwischen 2,250 bis 30 MHz). Dieses Gerät spielte eine wichtige Rolle in der internationale Spionage! Gerät: Sammlung MAZ; Foto: Roland Kallmann



Rechts: Das Chiffriergeräte Kobra der Firma Krypto AG aus Zug wurde nach zweijähriger Entwicklungsphase 1988 eingeführt. Die Funkerinnen und Funker bewahrten es zu Hause auf. Mit dem Gerät kann man Meldungen von jeweils 250 Zeichen Länge verschlüsseln. Links: Das Modem-Telefon 303 ACC für die Übermittlung bis zur Funkstation.

Das Ganze ist in einem Aktenkoffer (dem so genannten Kobra-Koffer) verpackt.

Geräte: Sammlung SZHAM, Foto: Roland Kallmann

will, das Lesen auf einfache Art möglich – nur braucht es eine grössere Portion Geduld! Der Rezensent hat sie aufgebracht, und er hat das Buch vollständig innerhalb 5 Monaten durchgelesen, als er im Zug regelmässig in der Schweiz unterwegs war. Der Bereich Übermittlung (Uem) wurde systematisch ausgewertet und füllt nun mehrere A6-Seiten mit dicht geschriebenen Notizen.

Im Vorwort schreibt Dr. Arthur Lienner (Generalstabschef 1993–1997): «*Sein Buch [RK: Das Buch von Titus J. Meier] ist Pflichtlektüre für alle, die sich mit dem Thema Widerstand im feindbesetzten Raum ernsthaft befassen und mitreden wollen.*»

Was bringt uns, MUS-Mitgliedern und IKT-Fachleuten, diese gewaltige Dissertation?

Bereits während des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) gab es in der Schweiz Vorbereitungen, um im Falle einer Besetzung Widerstand zu leisten und mittels chiffriertem Kurzwellenfunk der Landesregierung und Armeeführung Nachrichten aus den besetzten Gebieten zu übermitteln. General Guisan erteilte 1941 den Auftrag, ein geheimes Funknetz (G-Netz) ausserhalb der Armee aufzubauen. Dem sind die Seiten 147 bis 151 gewidmet.

In den vielen Abkürzungen um das Projekt P-26 taucht das Kürzel 3M häufig auf; es steht nicht für MMM Migros Supermarkt, sondern für Transport von Menschen, Material und Meldungen, eine der Kernaufgaben im P-26.

Im Funkwesen erscheinen die Systeme Hermes und Phönix-CH, das Projekt 5000 Harpoon (welches allein 16 MCHF kostete!), das Chiffriergerät Kobora, das Chiffriersystem SP, ein gewöhnlicher Kurzwellen-Empfänger Sony, sogar der SE 403 für den Funkverkehr zwischen Armee und Funkern des Projektes 26!

Warum wurden keine Amateurfunken für das P-26 aufgenommen? Der Autor erläutert die Gründe. Die Ausbildung der Funker und Funkerinnen war recht lang; es dauerte drei bis fünf Jahre, bis sie voll einsatzfähig waren. Dazu waren monatliche Ausbildungslektionen am Domizil durch Bundesinstructoren notwendig. Wie konnte dies alles für die Nachbarschaft geheim gehalten werden? Wo war der Sender-Empfänger



Teilansicht der Urkunde für Susi Noger, Alias Tina, Funkerin der Widerstandsregion 71 St. Gallen, 1987-1990.

Foto: Roland Kallmann

sowie die Antenne versorgt? Die Antenne durfte von aussen nicht sichtbar sein!

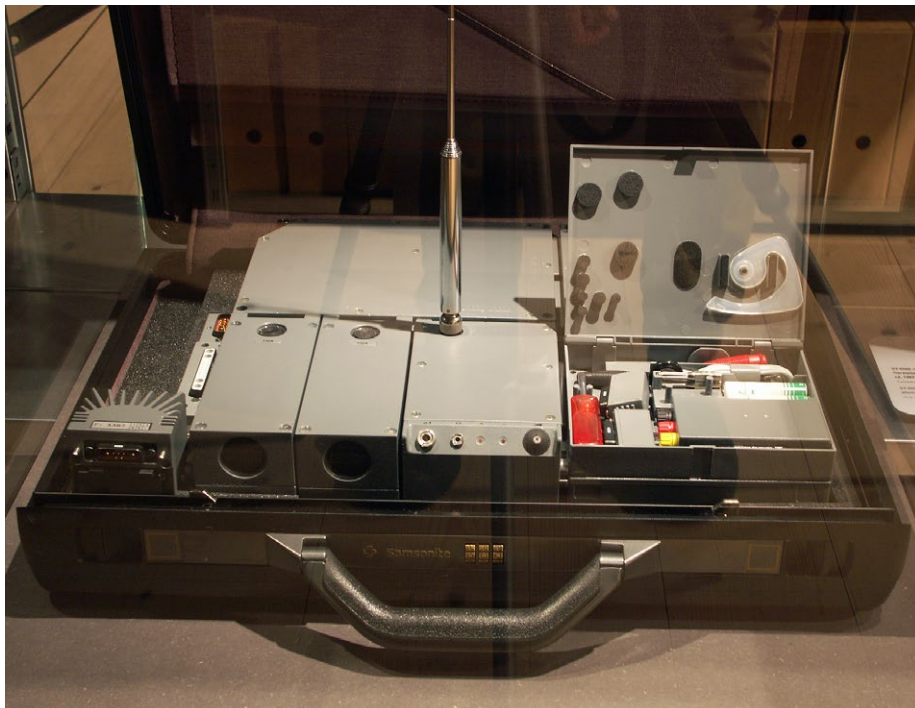
Es gilt nun für die Mitglieder der Interessengemeinschaft Übermittlung (IG Uem) und für die Stiftung Historisches Armeematerial Führungsunterstützung (HAMFU) eine historische systematische technische Dokumentation (auch im Sinne des damaligen taktischen Einsatzes und der Lagerung) über das verwendete Uem-Material und dessen Verbleib anzulegen!

Schlussfolgerung

In fine war das Projekt 26 eine helvetische Organisation mit grosser Perfektion, die zwischen 1979 und 1990 insgesamt 54,3 MCHF gekostet hat (siehe S. 353), dies alles aus Krediten OKK, GRD, GSC, BAGF und GGST (siehe Kasten mit den Abkürzungen).

Titus J. Meier schreibt am Ende seines Buches: «Die Bezeichnung ‹Geheimarmee› schliesslich ist für die Kaderorganisation Projekt 26 und ihre Vorgänger eine aus Unwissenheit, Argwohn gegenüber den Verantwortlichen und Skandalisierungslust geborene journalistische Erfindung, für die es, wie die vorliegende Untersuchung zeigt, keine Evidenz gibt.

Es bleibt zukünftigen Forschungen überlassen, die Arbeitsweise parlamentarischer Kommissionen wie die Arbeitsgruppe der Geschäftsprüfungskommission von 1980/81 zum Fall Bachmann/Schilling und die Parlamentarische Untersuchungskommission über Vorkommnisse von besonderer Tragweite im Eidgenössischen Militärdepartement (PUK EMD) von 1990 zu untersuchen, Von be-



Feldstation SY 5000 Harpoon des deutschen Herstellers AEG-Telefunken, ca. 1987-1990, in einem Aktenkoffer verpackt. Durch die Auflösung der Organisation P-26 kam dieses System nicht mehr in Betrieb.

Gerät: Sammlung SZHAM; Foto: Roland Kallmann

sonderem Interesse wird dabei sein, über welche Kenntnisse die beiden Kommissionen in Bezug auf die Widerstandsvorbereitungen verfügten, und wie die interne Meinungsbildung ablief. Bei der PUK EMD interessiert zudem, welche Aussagen die befragten und einvernommenen Personen gemacht haben, und nach welchen Kriterien sich widersprechende Aussagen Eingang in den Schlussbericht gefunden haben oder nicht.

Wenn eines Tages sämtliche Archive zugänglich sind, so könnte eine kollektivbiographische Untersuchung der Mitglieder der Widerstandsvorbereitungen die vorliegende Abhandlungen ergänzen.»

Ausstellungen

Die Publikation der gewaltigen Dissertation von Titus J. Meier hat das öffentlichen Interesse an dem P-26 wieder stark erhöht. Im Jahre 2019 sind nicht weniger als drei neue Ausstellungen über dieses Thema eröffnet worden.

Die Ausstellung in der grossen Festung Sasso San Gottardo ist im Sommer 2019 eingeweiht worden, und sie hat bereits wieder geschlossen. Sie wurde durch die Stiftung Pro Castellis initiiert.

Folgende zwei Sonder-Ausstellungen sind offen:

- Museum Altes Zeughaus in Solothurn: Ausstellung P-26 bis am 13. April 2020:
Offen: Di-Sa 13 bis 17 Uhr,
So 10 bis 17 Uhr,
museum-alteszeughaus.ch
- Museum im Zeughaus zu Schaffhausen: Sonderanstellung Widerstand – Résistance.
Offen: Bis Mitte Dezember 2019 und ab März 2020, jeden 1. Samstag im Monat und jeden Dienstag von 10 bis 16 Uhr,
www.museumimzeughaus.ch

Das Museum Résistance suisse 1940–1990 (unterirdisch in Benken SG) wurde durch die Stiftung Pro Castellis im Jahre 2009 im ehemaligen Zentrallager Burg (des Projektes 26) eröffnet. Es besteht aus der Galerie des Widerstandes mit bedeutenden Schweizer Persönlichkeiten, einem Filmraum mit 24 Thementafeln und einigen Exponaten. Offen nach Absprache, www.pro-castellis.ch. ●



Foto: Roland Kallmann

Zum Autor

Titus J. Meier (* 1981) wuchs in Brugg (AG) auf. 2001 Matura (Typus B) an der Kantonsschule Baden, er studierte an der Universität Zürich Allgemeine Geschichte, Politikwissenschaft und Allgemeines Staatsrecht. 2011 Lehrdiplom für Maturitätsschulen. 2011 Förderpreis der Schweizerischen Vereinigung für Militärgeschichte und Militärwissenschaft für die Lizentiatsarbeit (abgeschlossen 2010). Er arbeitet seit 2011 als Lehrer und als freischaffender Historiker. 2011 bis 2017 bearbeitete er zeitweilig sein Dissertationsprojekt: *Zu den Schweizerischen Widerstandsvorbereitungen für den Besatzungsfall 1940–1990: vom geheimen Funknetz zum Projekt 26*. Er ist Einwohnerrat in Brugg seit 2006 und Grossrat des Kantons Aargau seit 2009. Er ist eingeteilt als Major im Generalstab (Miliz) im Stab der FU Br 41. Seine Funktion seit 2016 lautet C Na Besch. Mehr über die vielen Tätigkeiten von Titus J. Meier: www.titus-meier.ch Dieser strukturierte Internetauftritt spricht den Leser sofort an. Aus einer Buchwidmung von Titus J. Meier an den Rezensenten am 15. Juli 2019 lesen wir: «Auch für die Zukunft braucht es Menschen, die sich für die Sicherheit der Schweiz einsetzen.»

Abkürzungen

3M	Kurierdienst = Transport von Menschen Material und Meldungen
BAGF	Bundesamt für Genie und Festungen
C Na Besch	Chef für Nachrichten-Beschaffung
Chi	Chiffreur, Chiffrierwesen
EMD	Eidgenössisches Militärdepartement (heute VBS)
Fk	Funk, Funker
FU Br 41	Führungsunterstützung Brigade 41
G-Netz	Geheimes Funknetz (während des 2. Weltkriegs)
GGST	Gruppe für Generalstabsdienste
GRD	Gruppe für Rüstungsdienste (heute arma suisse)
GSC	Generalstabschef
HAMFU	Stiftung Historisches Armeematerial Führungsunterstützung
IG Uem	Interessengemeinschaft Übermittlung
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
Mat	Material
MAZ	Museum Altes Zeughaus (in Solothurn)
MCHF	Millionen Schweizer Franken
OKK	Oberkriegskommissariat
Org	Organisation
Pos	Position
PUK	Parlamentarische Untersuchungskommission
SE	Sender-Empfänger
SVMM	Schweizerische Vereinigung für Militärgeschichte und Militärwissenschaft
Uem	Übermittlung
ZSHAM	Zentralstelle Historisches Armeematerial

Frauen für Wikipedia



An der Pinnwand die Namen von Frauen, die sich in verschiedenen Bereichen verdient gemacht haben.

Fotos: Stefan Bohrer



Patrizia Laeri spricht zu den Teilnehmenden des Edit-a-thons am 7. November 2019 bei SRF.

Frauen sind im freien Universallexikon des Internets statistisch deutlich untervertreten. Um das zu ändern, rufen Schweizer Medienunternehmen zu Treffen auf, bei denen fleissig Frauen-Biografien ergänzt werden.

■ Eric A. Soder

Wikipedia enthält unter den Personen-Einträgen in deutscher Sprache 627 046 in der Kategorie «Mann» und lediglich 119 027 in der Kategorie «Frau» (abgerufen am 29. Dez. 2019). Im Vergleich zum in etwa ausgeglichenen Geschlechterverhältnis der Weltbevölkerung mutet einen das schon ein wenig seltsam an, dass es so wenige erwähnenswerte Damen geben soll. Wie kommt das?

Über die Gründe kann man nur spekulieren; eine Theorie geht davon aus, dass Männer nach Feierabend mehr Muße haben, um Beiträge für Wikipedia zu



verfassen, und dann vornehmlich über ihresgleichen schreiben. Demgegenüber hätten Frauen weniger Freizeit, da sie sich in höherem Mass als Männer um Kinder, den Haushalt und allerlei andere Dinge kümmern. Vermutlich gibt es da grosse Unterschiede zwischen Singles, einfach- und doppelverdienenden Paaren sowie Menschen, die für sich allein oder in einer Gemeinschaft ganz individuelle Formen der Arbeit und des sozialen Lebens gefunden haben.

Abend-Events zum Schreiben

Jedenfalls waren es Frauen, denen das Ungleichgewicht zwischen den Biografien von Frauen und Männern in Wikipedia aufgefallen ist und die beschlossen haben, etwas dagegen zu tun und sich tatkräftig für eine ausgeglichene Berichterstattung einzusetzen, statt sich nur zu beklagen. Frauen wie die umtriebige Wirtschaftsjournalistin und Moderatorin Patrizia Laeri, die neben

Beruf und Familie trotzdem noch Zeit gefunden hat, die Initiative zu ergreifen und etliche Kolleginnen sowie einzelne Kollegen aus ihrem Medioumfeld für einen Schreibmarathon zu mobilisieren. Der Edit-a-thon «Frauen für Wikipedia», eine Kooperation von Wikimedia Schweiz, SRF und Ringier, hat am 7. November 2019 bereits zum dritten Mal stattgefunden. Dies erstmals nicht nur in Zürich, sondern international in mehreren Städten gleichzeitig: Bei der dritten Ausgabe des Editathons ist (durch AuslandskorrespondentInnen von SRF) auch in Berlin, London, Barcelona, Johannesburg, Buenos Aires, Ontario und Washington fleissig für Wikipedia geschrieben worden. Und zwar über die zuvor nominierten Damen, die den Relevanzkriterien von Wikipedia für eine Person der Zeitgeschichte entsprechen. Zum Beispiel frisch gewählte Nationalrätinnen, herausragende Kulturschaffende oder auch Unternehmerinnen und Wissenschaftlerinnen, die Bedeutendes geleistet haben.

Beachtung ist Geld wert

Ein Wikipedia-Eintrag – oder ganz allgemein eine hohe Präsenz in den Medien – dient nicht bloss dem Ego der jeweiligen Person, sondern kann durchaus auch eine hohe wirtschaftliche Bedeutung haben. Im Sport hängen davon Sponsorenbeiträge ab, bei Unternehmen die Kapitalbeschaffung bzw. der Börsenwert und in der Wissenschaft sind es Fördergelder, die häufig nicht



allein aufgrund des Forschungsthemas vergeben werden. Ein historisches Beispiel ist eine Frau mit einem *extrem* beeindruckenden Eintrag in Wikipedia: die Physikerin Marie Curie (1867–1934), zweifache (!) Nobelpreisträgerin mit unzähligen Ehrendokortiteln. Presseberichte über ihre USA-Reise trugen dazu bei, dass bei der Sammelaktion zur Weiterführung ihrer Forschung die benötigte Riesensumme für den Kauf eines Gramms Radium zusammenkam.

EqualVoice bei Ringier-Medien

Neben Wikipedia sind Frauen auch in vielen anderen Bereichen untervertreten. Laut einer Ringier-Pressemitteilung handeln 75% der Medienberichte von Männern. Um diesem so genannten *Gender Content Gap* entgegen zu wirken, hat Dr. Annabella Bassler, Ringiers Finanzchefin, die Initiative «EqualVoice» gestartet. Ein eigens entwickeltes Data-Tool misst den Anteil von Frauen und Männern in der Berichterstattung zur Orientierung der Redaktionen. ●



Vertieft in die Arbeit

Weiterführende Links:

- www.editathon.ch
- de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikimedia_CH/Frauen_f%C3%BCr_Wikipedia
- www.horizont.net/schweiz/nachrichten/dr-annabella-bassler-die-initiantin-von-equal-voice-im-interview-179730

Affinity Publisher vs. InDesign

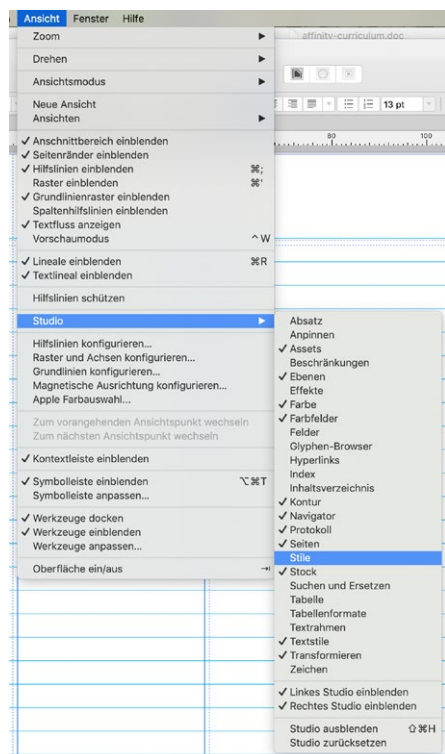
In diesem Wettbewerb auf dem Feld des Layouts spielen der Riese Goliath Adobe aus Amerika (21 000 Angestellte, 9 Milliarden Dollar Umsatz) gegen Minigolfspieler Serif aus dem englischen Nottingham (190 Mitarbeitende).

■ Fritz Franz Vogel

Seit 1982 gibt es Adobe, seit 1987 Serif, wobei sich das englische Unternehmen 2010 neu ausgerichtet hat. Adobe hat Mitte der 1990er Jahre mit dem Triumvirat Photoshop, InDesign und Illustrator die Konkurrenz aus dem Feld gejagt, so Quark Xpress, später auch Macromedia-Programme. Nun will Serif dem Global Player die Stirn bieten; kein leichtes Unterfangen. Die Adobe-Suite ist sozusagen das Standardwerkzeug für alle Grafiker, Verlage und Büchermacher. Sie ist der Referenzpunkt der Kreativindustrie.

Version 1.7.3 gegen Version 15.0

Die Firma Serif – die früher vor allem für den PC programmiert hat – hat im Juni 2019 die eigene Suite für eine tech-

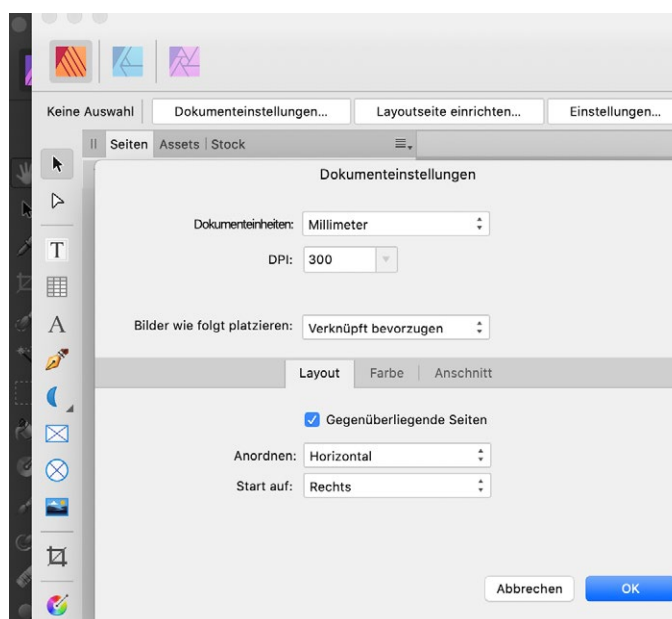


Im Menü Ansicht > Studio wählt man die zum Arbeiten benötigten Paletten aus.



nik- und ästhetikaffine Klientel komplettiert. Mit Affinity Publisher – nebst Affinity Photo (2015) und Affinity Designer (2014) – liegt eine arbeitsfähige, in mehreren Sprachen und für Mac- und PC-Betriebssysteme verfügbare Programmsammlung vor. Im Moment kann die Serif-Suite der Adobe-Übermacht noch nicht ganz das Wasser rei-

chen. Aber das konnte das Programm InDesign gegenüber dem legendären QuarkXPress anfangs auch nicht. Deshalb: auf dem Boden der Tatsachen bleiben. Und es stellen sich die Fragen: Was kann das eine, wo ist das andere besser, lohnt



Bilder lassen sich beim Platzieren wahlweise als separate Dateien verknüpfen oder in die Dokumentdatei einbetten.

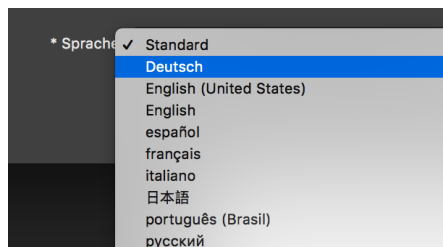
Werkzeuge, ähnlich wie in InDesign



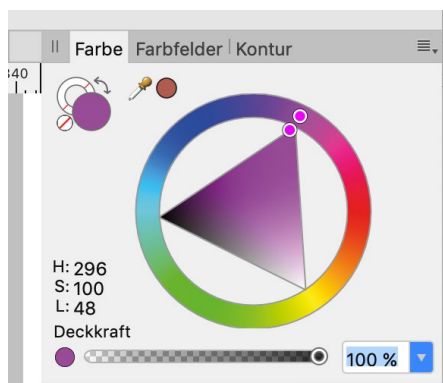
sich ein Umstieg von den Adobe-Programmen auf jene von Serif?

Bei der englischen Software-Schmiede Serif hat man sich drei Jahre Zeit gelassen und das Programm schliesslich in einer mehrmonatigen Betaphase von der interessierten Öffentlichkeit prüfen lassen. Grundsätzlich: Toll, was die Entwickler von Serif geleistet haben; sie verstehen die heutige Arbeitsweise und Ästhetik der AnwenderInnen, die mit implementierten, aus Word, InDesign oder Photoshop bekannten Kürzeln und Abläufen vertraut sind und darüber hinaus mit leicht zu handhabenden Reglern oder Gesten (im Hinblick auf die Arbeit direkt auf den Bildschirmen) arbeiten wollen. In der Version 1.7.3. erfüllt Affinity Publisher bereits sehr hohe Ansprüche. InDesign ist aktuell bei Version 15.0, somit gilt für Serif also eine hoffnungsvolle Erwartungshaltung.

Die Serif-Reihe kostet einmalig pro Arbeitsplatz und Programm 48 Franken. Damit hat man ein alltagstaugliches Werkzeug auf Jahre hinaus. Die Aktualisierungen sind gratis, kein Abo wie bei Adobe, das pro Monat um 58 CHF (für alle Apps en bloc) kostet. Falls die Trump-Regierung einen Wirtschaftsboykott verhängt, wie zur Zeit über Venezuela, dann geht kein Programm mehr, weil die Adobe-Konti suspendiert werden!



Die Sprachauswahl in den Voreinstellungen; «Deutsch» verwendet die Rechtschreibung für Deutschland, also mit Eszett («ß»).



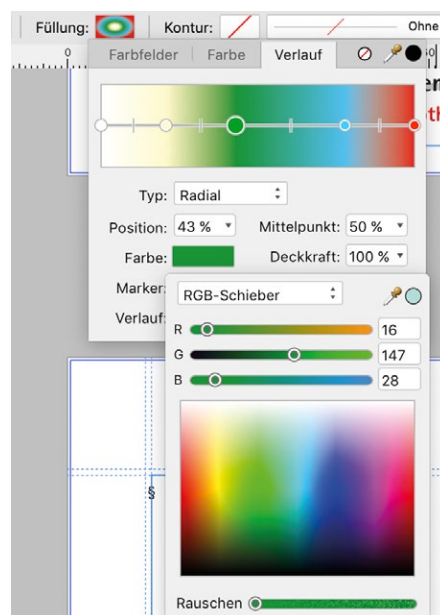
Farbwähler für Fläche und Kontur im Modell HSL, mit Deckkraft (Transparenz)

Das ist eine politisch-technische Arroganz höchst problematischer Art. Eine gekaufte Lizenz bietet da klare Vorteile; eine Haltung, die auch das immer noch sehr gute QuarkXPress einnimmt.

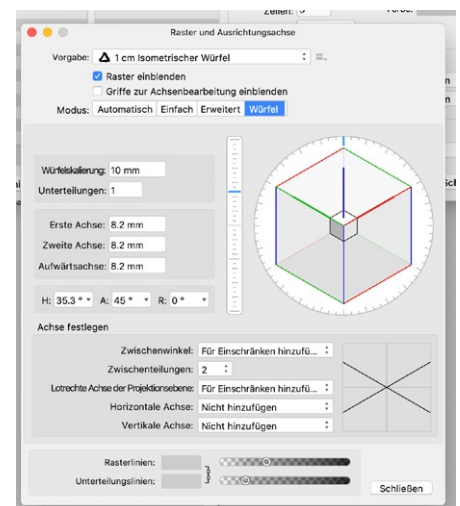
Das Einmaleins des Layouts

Mit dem Einmaleins des Layouts hat Affinity Publisher keine Probleme: ein- und mehrseitige Dokumente, Master- und Dokumentseiten, Text- und Bildplatzierungen, Zeichen- und Absatzstile, Text auf Pfaden, Textspalten, Farben und Farbverläufe, Kontureigenschaften und Textumfluss, Glyphen, Tabellen, Listen und Sortierfunktion für Absätze (bei InDesign sucht man da erst mal in den Skripten), Paginierung, Rechtschreibprüfung und Autokorrektur, Kapitel-, Abschnitts- und Nummerierungsfunktionen, verankerte Objekte, Hyperlinks und Textanker, Ebenen, ein Zeichnungswerkzeug für Bézier-Kurven, Inhaltsverzeichnisse, Index, diverse Exportmöglichkeiten (png, jpg, tiff, pdf, svg, eps u. a. m.), Effekte und Transparenzen, Schriftenverwaltung, Druckfarbprofile, Hilfsmittel wie rechsensitive Eingabefelder, Lineal, magnetische Hilfslinien oder Gestaltungs- und Grundlinienraster ...

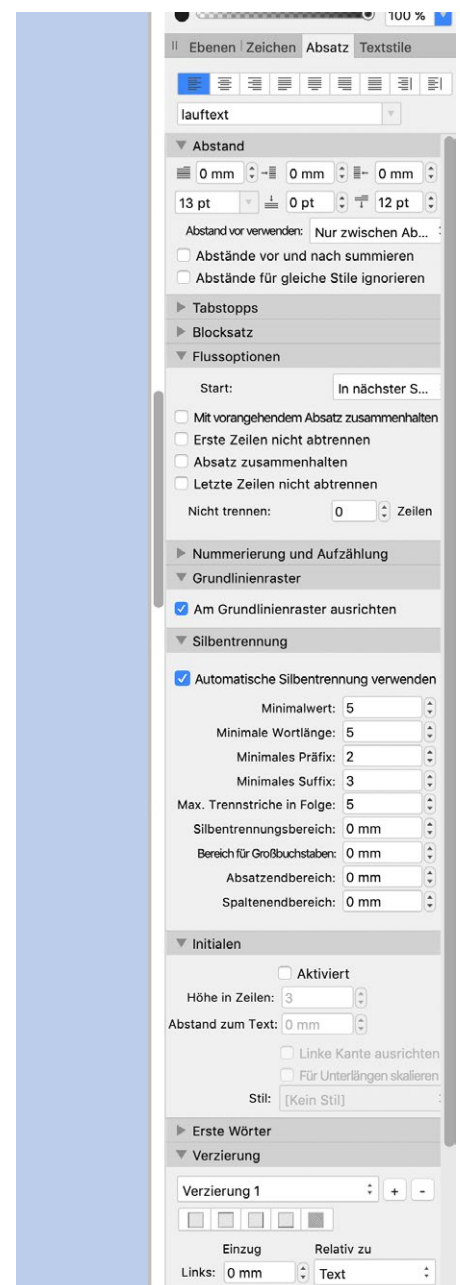
Für das allgemeine Layouten von Drucksachen, Flyern, Inseraten, Schulungsunterlagen, Plakaten (Publisher kann bis 21,6 m lange/breite Dokumente erzeugen!), Broschüren, Jahresberichte, Hauszeitungen – den gesamten Akzidenz-Druck also – reicht der Affini-



Einstellung für mehrstufigen Farbverlauf, hier in RGB, mit optionalem Rauschen



Isometrischer Würfel zum Ausrichten von Objekten in 3D-Darstellungen



Absatzpalette mit aufklappbaren Optionen

ty Publisher problemlos, ja ist geradezu verführerisch reichhaltig und InDesign überlegen. Als Supplements gibt es freien Zugang zu Stockbildern und eine Palette, die alle Arbeitsschritte protokolliert (fehlt in InDesign seit 15 Jahren). Zudem ist die Auswahl an veränderbaren Grafikformen sehr umfangreich, die man in InDesign über das Linienzeichner- oder Polygonwerkzeug erst basteln muss. AP bietet auch ganz neuartige Dokumentraster, an denen man Texte liegend oder Objekte perspektivisch ausrichten kann, womit das Layout eine Dreidimensionalität erhält. Besitzt man Adobe Bridge – das Programm war/ist bei gewissen Adobe-Produkten ohne Abo als Zubehör enthalten – dann kann man auch mehrere, nach spezifischen Kriterien ausgefilterte Bilder von dort in den Publisher hineinziehen statt über die hauseigene, nicht ganz optimale Bilderleiste, wenn auch nicht ganz so elegant wie nach InDesign.

Wer im Moment auf dynamische Fuss- und Endnoten, Querverweise, bedingten Text, lebende Kolumnentitel, Textvariablen, verschachtelte Formate,

Spaltenspanne, Spaltenlinien, eigene Arbeitsbereiche, eine übergeordnete Objektbibliothek, Objektformate oder die Platzierungsmöglichkeit von mehrfachen Hilfslinien und mehrteiligen Bildern verzichten kann (und das sind aufgrund meiner Erfahrung als InDesign-Kursleiter vermutlich etwa drei Viertel der gestaltenden Zunft), der ist mit Affinity Publisher wunderbar bedient. Ebenfalls Einschränkungen gibt es hinsichtlich Verknüpfungen zu Excel- oder Word-Dateien; nur in InDesign können bei entsprechender Voreinstellung im nativen Programm gemachte Veränderungen automatisch im Layout übernommen werden.

Austausch zwischen Layoutprogrammen

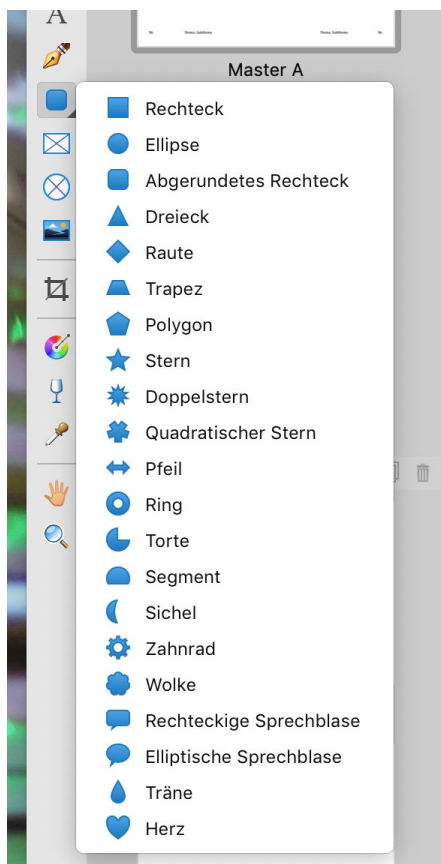
Das Problem aller Layoutprogramme ist ihre interne Kodierung. Es sind keine universalen Standards wie tif, jpg, mp3, eps oder pdf. Deshalb ist der Import von Layout-Dateien, die ja ihrerseits unterschiedliche Text- und Bildformate importieren können müssen, eingeschränkt. Affinity propagiert das in der Druckbranche quasi zum Standard erklärte PDF-Format als Austauschformat. (Auch sehr umfangreiche) Dokumente in diesem an sich halb geschlossenen Format, können über den Öffnen-Dialog aufgemacht werden. Man erhält ein AP-Format, an dem man unmittelbar weiterarbeiten kann. Allerdings ist dieses Dokument rein statisch: kein rah-

menabhängiger, automatischer Umbruch, keine verketteten Textdateien, keine dynamische Pagina, kein erneut automatisierbares Inhaltsverzeichnis, keine dynamischen Bildlegenden etc. Auch eine Tabelle wird in deren Einzelteile zerlegt, sodass jede Zelle einen Textrahmen erhält. Die Bilder werden aus der gespeicherten PDF-Auflösung (z.B. 150 dpi) in die angewählte Auflösung (z.B. 300 dpi) und den geschätzten Farbraum (z.B. CMYK) konvertiert. Man kann zwar an solchen Dokumenten Korrekturen vornehmen, aber in bestimmten Fällen würde man doch einfacher das Dokument neu aufbauen.

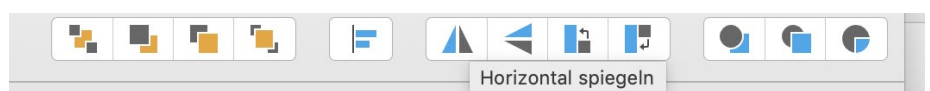
Aber wie gesagt, der AP hat noch Entwicklungspotential, zumal eine breit angelegte Community das Programm verbessern möchte. Nebst dem im Vergleich zu InDesign wünschbaren, oben erwähnten Bedarf gäbe es noch ein weiteres Desiderat: einen Importfilter für alte und neue XPress- und InDesign-Dateien (InDesign hat damals XPress auch deshalb gebodigt, weil von InDesign eine Zeitlang XPress-Dateien gelesen werden konnten). Und was schon lange fehlt, auch bei InDesign: ein Formeleditor, um naturwissenschaftliche Gleichungen und Formeln korrekt und ohne viel Bastelei wiedergeben zu können (siehe Word oder LibreOffice).

Die Wirkmacht von Affinity Publisher

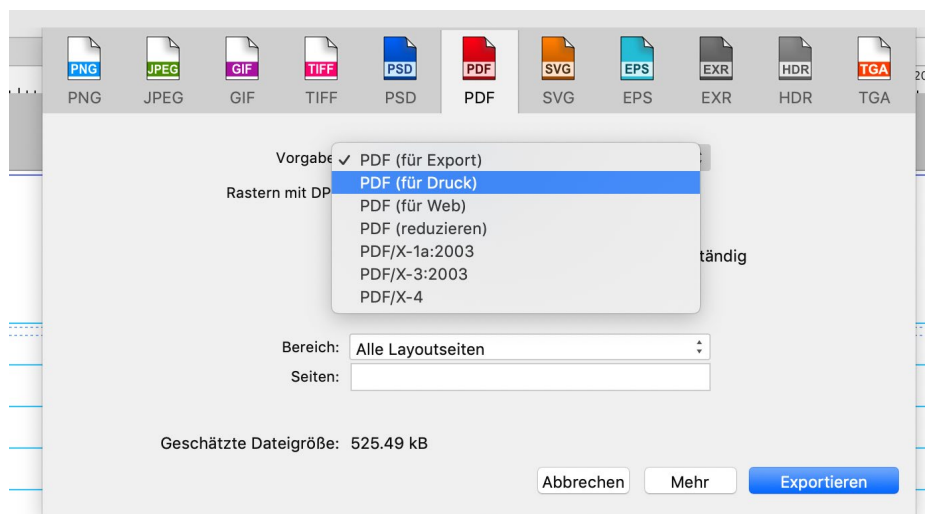
Wo InDesign mit klaren, gut positionierten und modularen Bedienungsele-



Für Grafikobjekte bietet Affinity Publisher eine grosse Auswahl an vorgefertigten Grundformen, während sich InDesign auf Rechteck, Ellipse und Polygon beschränkt.



Objekte-Hauptleiste mit den gängigen Funktionen zum Anordnen und Transformieren



Für den Export stehen diverse Ausgabeformate zur Verfügung, darunter auch PDF-Varianten

Ein PDF mit den wichtigsten Erläuterungen zu Affinity Publisher kann gratis

Nulla gravida, arcu eget dictum eleifend, velit ligula suscipit nibh, sagittis imperdiet metus nunc non pede. Aenean congue pede in nisi tristique interdum. Sed commodo, ipsum ac dignissim ullamcorper, odio nulla venenatis nisi, in porta dolor neque venenatis lacus. Pellentesque fermentum. Mauris sit amet ligula ut tellus gravida mattis. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae.

13

«Business Innovation Week Switzerland»



Regel Austausch zwischen den Vorträgen.

Fotos: © W. A. Widmer

Vom 30. September bis 3. Oktober 2019 fand in Zürich Oerlikon die erste Schweizer Business Innovation Week statt. Im Fokus standen Innovationen für Unternehmen in Form einer Wissens- und Erlebnisplattform für neue Technologien, Trends und neue Geschäftsmodelle – als Treffpunkt für Unternehmer, Gründer und Zukunftsgestalter.

■ Werner Widmer

Im Oktober-MUSletter berichteten wir über die Eröffnungsveranstaltung vom 30. September unter dem Titel «Forum Zukunft Schw-AI-z». Hier folgt nun ein kleiner Einblick in die Hauptveranstaltungen der Woche.

Was auswählen, wenn 300 Keynotes und Vorträge, 100 Veranstaltungen

und Networking mit 200 Experten und Ausstellern auf dem Programm stehen? Dazu noch die grösste Humanoid Robotershow Europas mit vier exklusiven Neuheiten? Beim Studieren des Programms konnte einem ganz schön schwindlig werden. Rosinenpicken war angesagt. Dasselbe gilt nun für die Berichterstattung. Aus den vier Tagen die relevanten Veranstaltungen für diesen Falter herauszupicken, ist keine leichte Aufgabe. Ich habe mich schliesslich für einen einzigen Vortrag entschieden, die Keynote des norwegischen Wirtschaftsphilosophen Anders Inset: «What comes after «Digital»? The Q-Economy». Sie fasst die Themen dieser Woche treffend zusammen und bringt Vieles auf den Punkt. In seinem spannenden, witzigen und emotionalen Vortrag schlägt Anders einen Bogen von den alten Phi-

losophen zu unseren Zukünften, die wir aktiv gestalten können und sollen. Im Folgenden sind einige seiner Kernaussagen, teils zitiert, teils zusammengefasst.

Gemeinsam einsam

«Eine Milliarde Menschen nutzen täglich WhatsApp, sie verschicken 70 Milliarden Nachrichten. Und doch sagen 50% der Nutzer, dass wir heute einsamer sind denn je.» Gemeinsam einsam, das kann ja nicht das Ziel sein. Wir geben Geld aus, das wir noch nicht verdient haben, kaufen damit Sachen, die wir nicht gebrauchen können, nur um Menschen zu beeindrucken, die wir nicht einmal mögen. Wir haben mehr Wissen denn je, aber weniger Verstand. Wir haben mehr Experten, aber weniger Antworten auf die zunehmende Kom-

plexität der Gesellschaft, die uns ständig mehr verunsichert.

Quantenwirtschaft

Die Welt in der wir leben, ist eine Quantenrealität. Die reale Wirtschaft ist viel näher an der Quantenphysik als die linearen und starren Wirtschaftsmodelle, die wir geschaffen haben. Diese sind alle auf ein einziges Ergebnis ausgerichtet: dass einer am Ende alles hat [Anmerkung des Autors: Monopoly lässt grüssen]. Und das müssen wir überdenken. Die Wirtschaft ist nicht so.

Mit einem Augenzwinkern erklärt Anders Indset US-Präsident D. Trumps Wirtschaftsmodell «Trumponomics»: Du stehst bei minus fünf Grad draussen in der Kälte und frierst. Was tun? Kurzfristige Lösung: Du pinkelst dir in die Hose und hast kurz warm. Aber danach wird's verdammt kalt.

Bisherige Wirtschaftsmodelle sind linear und endlich gedacht. Aber unsere Wirtschaft ist nicht endlich. Anders nennt Steve Jobs als Musterbeispiel für einen Wirtschaftsführer, der *nicht* endlich dachte. Jobs war ein unendlicher Visionär. In der Wirtschaft geht es nicht ums Siegen oder Verlieren. Es geht darum, möglichst lange mitzuspielen.

Beschleunigte Urbanisierung

Ende 2006 wohnten mehr als 50% der Weltbevölkerung in Städten. Am Ende dieses Jahrhunderts werden es 80 bis

85% sein, 90% der weltweiten Wirtschaftstransaktionen werden in 600 bis 700 Metropolregionen stattfinden. Auf Österreich bezogen hiesse das: Alles ausserhalb der Region Wien wird «*economical junk space*» sein, ökonomisches Brachland. Wichtig ist dabei die lokale Identität, die Verbundenheit mit der Region. Die Bürgermeister dieser Regionen werden in Zukunft an Einfluss gewinnen. Sie werden mit eigenen Initiativen je nach Bedarf Verbindungen zwischen den Regionen herstellen und themenbasiert zusammenarbeiten. Nationalstaaten und Zentralregierungen verlieren an Macht, denn zentrale politische Struktur steht für Management, das heisst bewahren und verwalten. Regionen wollen gestalten, verändern. Nationalismus macht keinen Sinn mehr.

Leadership wird weiblich

Die neue Zukunft: Frauen übernehmen die Welt. (Bei diesem Statement lacht ein Teilnehmer in den hinteren Reihen lauthals. Anders darauf: «Du kannst schon lachen, aber wenn du dich nicht darauf einstellst, weinst du schon bald ...») Anders weiter: «Frauen können alles besser als Männer: Frauen sind besser in Führung, im Verhandeln, im Vertrieb. Kurz: Sie sind besser in allen relevanten Skills (Fähigkeiten) des 21. Jahrhunderts. Und: 80% der Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen!»

Das klassische, männliche *top-down* Management mit «*command and control*» ist tot, es geht nur gemeinsam. Frauen kommunizieren persönlicher: «*Men talk to people, women talk with people*» – das ist ein anderes Kommunikations-Modell.

Technologie ist die Antwort. Aber was war die Frage?

Ist Technologie die Antwort auf alle Probleme? Alles spricht von der digitalen Transformation, in der wir angeblich drin stecken. Doch die eigentliche Revolution beginnt erst. Wir leben in der digitalen Informationsgesellschaft – oder Desinformationsgesellschaft. Fake News überall. Wir wachen jeden Tag ein bisschen dümmer auf. Denn die Kluft zwischen dem, was wir wissen könnten und dem, was wir wirklich wissen, wird jeden Tag grösser. Neuste Studien aus Norwegen belegen gar, dass der IQ leicht nach unten geht.

Quantencomputer

Die Durchbrüche der Quantencomputer werden viel radikaler sein als das, was wir derzeit mit Blockchain und KI (Künstliche Intelligenz) erleben. Wieso wollen Menschen Roboter bauen, die wie Menschen aussehen? Was machen wir da? Das ist die letzte narzisstische Kränkung. Wir versuchen mit unserem IQ 100 Affenhirn ein Ding mit IQ 1500 zu verstehen, haben aber keine Ahnung, was wir da machen. Was wir brauchen, ist eine Gesellschaft des Verstandes. Wieso glauben wir z. B. an Papiergeld, jedoch nicht an die Kryptowährung? Eine 100-er Note ist doch nur ein Papier mit Tinte und Zahlen drauf, der eigentliche Wert bloss ein paar Rappen, mehr nicht. Trotzdem vertrauen wir darauf.

Homo obsoletus

Wir müssen die Gestaltung des Wandels an die Hand nehmen. Wenn wir alle un-



Technologie ist die Antwort. Aber was war die Frage?



Menschen kaufen keine Produkte ...

sere Vorgänge und Geschichten in Technologie und Algorithmen verlagern, werden wir bald zum Homo obsoletus, zum überflüssigen Menschen. Ein guter zweiter Platz im System ist uns da zwar garantiert, aber wir sind zu nichts zu gebrauchen. Wir müssen jetzt entscheiden, welche Zukunft wir haben wollen, welche Zukünfte für uns erstrebenswert sind. Wir müssen sie gestalten.

Wir brauchen neue Fragen

Menschen kaufen keine Produkte oder Dienstleistungen, sie kaufen Beziehungen, Geschichten und Magie. Es geht nicht um Work-Life Balance, sondern um Life-Life Balance. «Die Kunst, Fragen zu stellen wird euer Leben verändern, für immer. Stellt Fragen! Die andern verstehen es auch nicht, wenn der Chef PowerPoint-Präsentationen vorliest – also fragt ruhig! Nur wenn wir alles verstanden haben können wir uns gemeinsam in die richtige Richtung bewegen.»

Bye bye Blabla Land

Es ist zu viel Bullshit im Business. 50% aller Meetings sind Blabla, Bullshit. In Zukunft wird belohnt, wer aufsteht und sagt, «Das ist Blabla, das macht keinen Sinn, lasst uns endlich was tun.» Das leere Gerede muss raus aus den Unterneh-



Lass die Schuhe Schlange stehen.

men. *Experience-based Learning*, Lernen durch Erfahrung, das ist der Erfolgsfaktor von Unternehmen wie Amazon. Und das ist die einzige Form, wie wir lernen können, nicht durch PowerPoint Präsentationen. In Zukunft heisst es nicht mehr «Meeting», sondern «Ko-Kreativonstreffen». Der Umgang mit Wandel ist der Schlüssel zum Erfolg in dieser schnelllebig und konfusen Zeit.

Seid interessiert!

Wenn ihr interessiert seid und mit beiden Ohren zuhört und erst antwortet, nachdem ihr überlegt habt – und nicht einfach um zu antworten –, dann werdet ihr auf einmal interessant. Und wir mögen interessante Menschen, wir kommunizieren gern mit interessanten Menschen. Schreibt das auf einen Zettel und hängt es an den Kühlschrank: Mehrmals täglich interessiert zuhören!

Führung und Verletzbarkeit

Echte Führung braucht Verletzbarkeit. Man muss auch mal sagen können, «Ich weiss es nicht, ich muss erst darüber nachdenken.» Diese Verletzbarkeit ist der Geburtsort für Kreation und Innovation, von Beziehungen und Vertrauen. Das ist es, was wir heute brauchen: Menschen, die sich trauen zu sagen: «Ich weiss es nicht.» Führung heisst auch, das Selbstbewusstsein zu haben, das Unbekannte zu betreten.

Veränderung der Wahrnehmung

Es braucht einen «*change in perception*», eine Veränderung der Wahrnehmung. Wie sehe ich die Welt? Darüber sollten wir nachdenken. Wir tun alles für den Körper, aber nichts für die Rübe. Des-



Ich weiss es nicht.

halb sollten wir eine Denkstunde auf die Agenda setzen: Jede Woche eine Stunde fürs Denken reservieren. Das ist «Bankdrücken für die Rübe». Wir schauen oft nicht richtig hin, wir denken nicht nach. Es braucht eine andere Sichtweise. Es gibt so viele offensichtliche Dinge, die wir einfach nicht sehen. Wieso denn Schlange stehen? Es geht auch anders: Lass die Schuhe Schlange stehen!

Wenn du keine Angst hättest

Frage dich: Was würdest du morgen machen, wenn du keine Angst hättest? Und was würdest du morgen in deinem Unternehmen verändern, wenn du keine Angst hättest? Wovor haben wir eigentlich Angst? Was ist ein Mensch? Was will ich? Das führt uns zu den klassischen philosophischen Fragen. René Descartes sagte: «Cogito, ergo sum», ich denke, also bin ich. Ein genialer Denker, aber er lag daneben. Es ist genau umgekehrt: «Ich bin, also denke ich.» Es gibt so viele einfache Dinge im Leben, die wir ändern können, es gibt so viele Sachen, die wir gestalten können. Wir müssen uns bloss trauen.

Es sind die kleinen bewussten Dinge, die wir täglich tun, die letztlich die grossen Veränderungen machen! ●

Infos

- Liste der Speaker und Experten:
www.businessinnovation.ch/de/programm-speaker
- Gesamtprogramm BIW 2019:
www.wwe.ch/pdf/biw-2019-gesamtprogramm-web.pdf
- Bilder des Anlasses:
www.wwe.ch/Fotos/biw_2019/index.html
- Hier steht ein 54-minütiger Mitschnitt von Anders Indsets Vortrag zum Download bereit:
www.wwe.ch/pdf/audio_biw_indset.m4a
Die Audioqualität ist nicht berauschend; die Aufnahme wurde mit dem iPhone gemacht, das gleichzeitig als Kamera für die Fotos genutzt wurde.



Foto: Eric A. Soder

Wie heisst denn dieser Berg?

Bei klarem Wetter sieht man von praktisch jedem Ort in der Schweiz aus Berge am Horizont, manchmal auch ganz in der Nähe. Wer kennt sie alle auswendig? Die Schweiz hat über 2000 Zweitausender, über 1000 Dreitausender und 48 Viertausender. PeakFinder hilft beim Identifizieren.

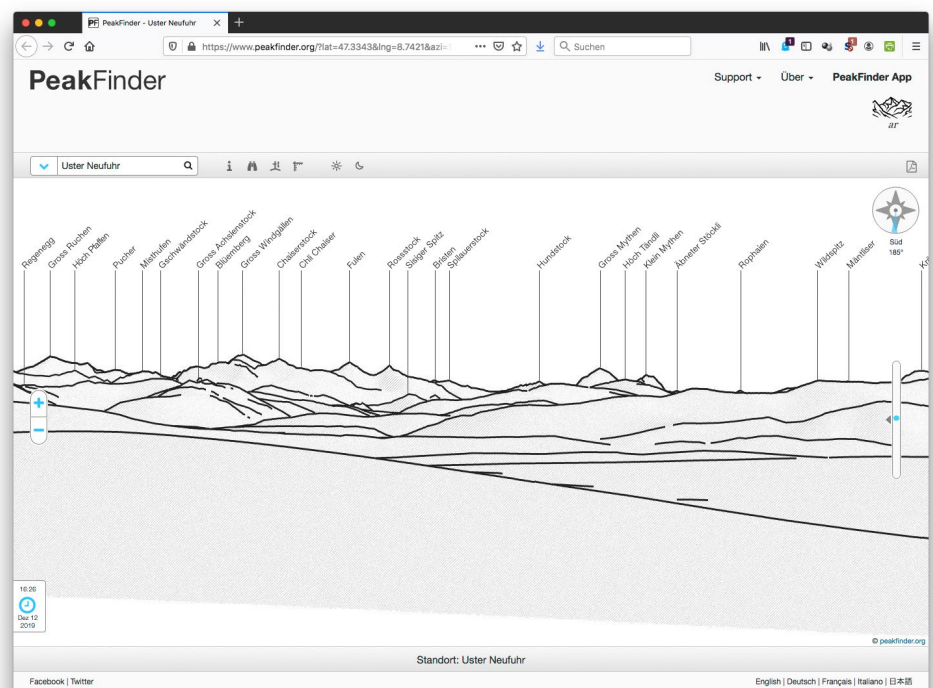
■ Eric A. Soder

Wer hat's erfunden? Ein Schweizer. Bei einer Wanderung brachte eine Diskussion um einen Bergnamen Fabio Soldati aus Zürich auf die Idee, eine App zu programmieren. Er orientierte sich bei der Darstellung an den klassischen Alpenpanoramen, die an zahlreichen Aussichtspunkten anzutreffen sind. Die schwarzweisse Liniengrafik lässt die Umrisse der Berge klar erkennen und liefert auch draussen im Sonnenlicht einen guten Kontrast auf dem Handydisplay. Die App nutzt ein digitales Höhenmodell, um das Panorama eines beliebigen Standortes zu berechnen, und ergänzt die Bergnamen aus GIS-Daten – hauptsächlich von OpenStreetMap.

Die erste Version von PeakFinder deckte den Alpenraum ab, mittlerweile umfasst die Datenbank mehr als 650 000

Berge weltweit, und auf der PeakFinder-Karte hat es nur noch wenige weisse Flecken in Afrika, Asien und Brasilien, wobei es sich wohl ohnehin um flache Gebiete handelt. Praktischerweise werden die Geodaten mit der App installiert, sodass Abfragen offline funktionieren – im Hochgebirge befindet man sich ja nicht selten in einem Funkloch.

Mit PeakFinder AR (für *Augmented Reality*) lässt sich auch ein Foto mit den Bergnamen versehen, und es gibt eine Webversion unter www.peakfinder.org für Recherchen zuhause.



Mit Farben gestalten

Farbe ist ein besonderes Phänomen, das in der menschlichen Wahrnehmung eine wichtige Rolle spielt. Bei näherer Betrachtung sind Farben und ihre Wirkung von einer ganzen Reihe Faktoren abhängig, die zum Teil schwer zu durchschauen sind.

■ Eric A. Soder

Licht ist die wichtigste Voraussetzung dafür, dass wir Farben sehen können. Das menschliche Auge, genauer gesagt: die Netzhaut, hat zwei verschiedene Arten von lichtempfindlichen Sinneszellen, die so genannten «Stäbchen» und die «Zapfen». Bei sehr schwachem Licht werden nur die Stäbchen angeregt; das Nachtsehen ergibt einen reinen Helligkeitseindruck ohne Farben. Erst mithilfe der Zapfen, von denen je ein Teil auf grünes, rotes beziehungsweise blaues Licht empfindlich ist, können wir Farben wahrnehmen. Im Dämmerungssehen vermischt sich das «Graustufenbild» der Stäbchen mit einem schwachen «Farbbild» der Zapfen. Beim Tagsehen in ausreichend heller Umgebung vermögen wir eine Vielzahl von Farben gut zu unterscheiden, bis schliesslich bei extre-

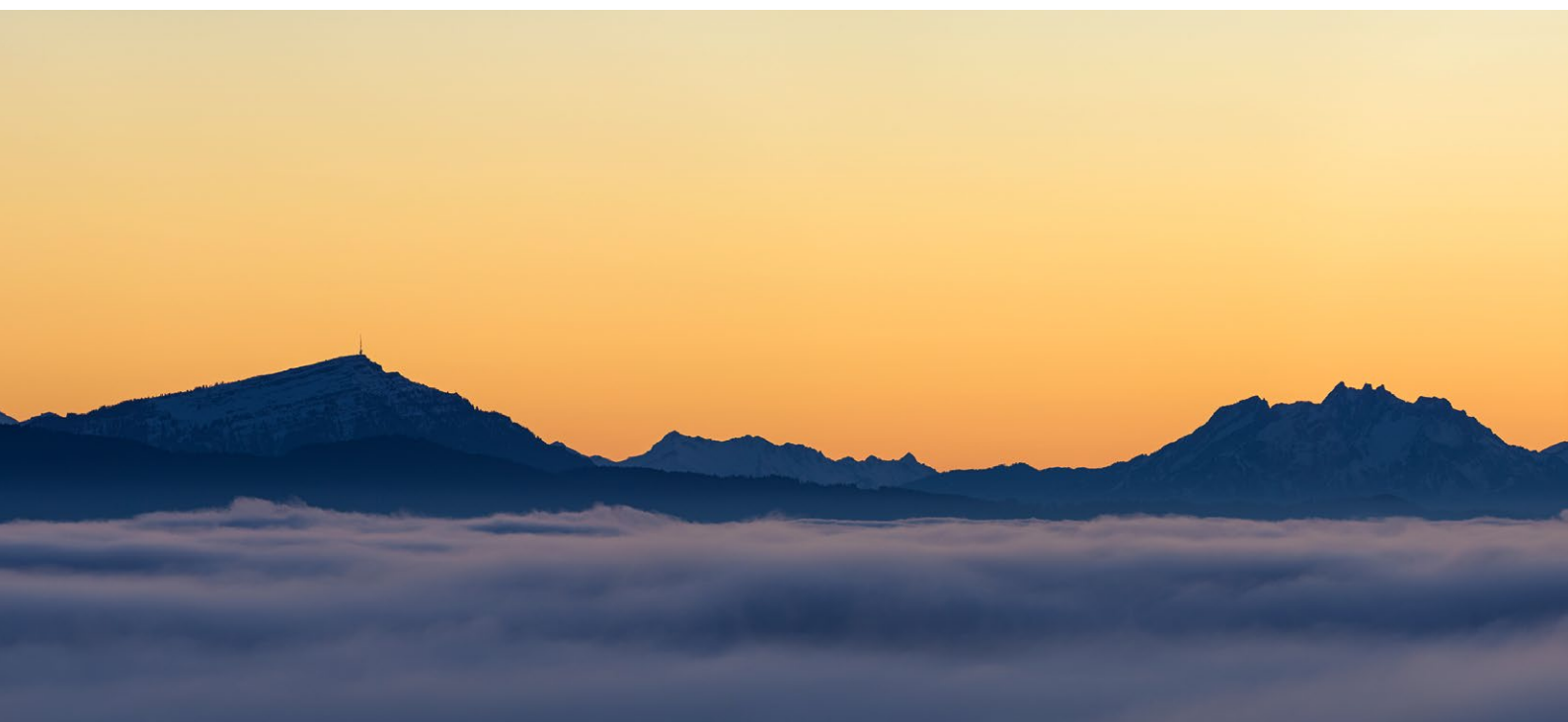
mer Helligkeit ein Blendeffekt eintritt, der das Sehen wieder verschlechtert oder sogar die Netzhaut schädigt (z. B. bei der Schneeblindheit). Es verhält sich also ähnlich wie mit dem Gehörsinn und der Lautstärke, etwa beim Musikhören, wo eine gewisse Mindestlautstärke erforderlich ist, damit man die leisen Töne überhaupt hören kann, während die Musik jedoch auch nicht zu laut sein darf, was den Genuss zur Qual werden liesse oder sogar einen Hörschaden bewirken kann.

Als Gestalterin oder Gestalter hat man in der Regel keinen Einfluss darauf, bei welchem Licht eine Drucksache vom «Endverbraucher» betrachtet wird oder wie hell der Monitor eingestellt ist, auf dem eine elektronische Publikation wiedergegeben wird. Bei der Darstellung am Monitor hat zudem auch das Umgebungslicht einen Einfluss auf unsere Wahrnehmung – insbesondere, wenn die Verteilung der Farbanteile (die so genannte Spektralkurve) zwischen dem hellsten Monitorweiss und dem Umgebungslicht stark voneinander abweicht. Aus der Spektralkurve der Lichtquelle ergibt sich als vereinfachte Kenngrösse die Farbtemperatur; diese

bezieht sich auf die Temperatur (angegeben in Kelvin), bei der ein schwarzer Strahler Licht einer entsprechenden Farbe abgibt. Sonnenlicht am Mittag hat eine Farbtemperatur in der Grössenordnung von 5500 bis 5800 K. Eine tiefere Farbtemperatur ergibt gelblich-warmes Licht, eine höhere bläulich-kaltes Licht. Da sich unsere Wahrnehmung an das jeweils vorherrschende Licht anpasst, ist der Eindruck von warmem oder kaltem Licht eine sehr subjektive Angelegenheit. Die obige Aussage ist demzufolge als relativer Anhaltspunkt zu verstehen und keinesfalls so, dass Mittagslicht das absolut neutralste Weiss darstellt. In der Farbmeterik werden verschiedene Arten von Normlicht unterschieden, die jeweils als Vorgabe für neutrales Weiss dienen. In der grafischen Branche wird der Standard D50 (entspricht 5000 K) mit einem dem Tageslicht ähnlichen Spektrum verwendet, in vielen Industriebereichen D65 (entspricht 6500 K), daneben gibt es noch diverse Spezialgebiete mit anderen Standards.

Farben aus Sicht der Physik

Im Gegensatz zur «idealen Mischung» von weissem Licht lassen sich die reins-

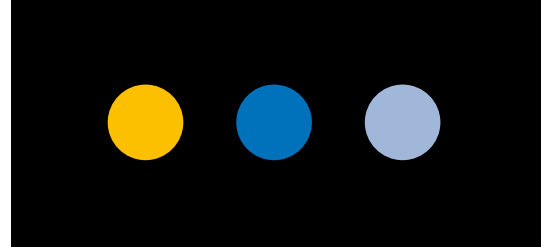


Hier verstärken sich der Helligkeits- und der Farbkontrast gegenseitig und ergeben eine starke grafische Wirkung.

Foto: Eric A. Soder

ten einzelnen Farben exakt fassen. Licht ist elektromagnetische Strahlung im Wellenlängenbereich zwischen Röntgen- und Mikrowellenstrahlung. Das sichtbare Spektrum liegt zwischen kurzwelligem Ultraviolett und langwelligem Infrarot. Jeder Wellenlänge von rund 380 bis 750 Nanometer lässt sich eine eindeutige Farbe zuordnen, die so genannte Spektralfarbe. In einem Regenbogen oder bei der Aufspaltung von weissem Licht durch ein Prisma werden diese Spektralfarben sichtbar. In dieser Reinheit lassen sie sich jedoch nicht mittels Druckverfahren darstellen; durch die spektralen Eigenschaften der benutzten Farbpigmente wird der technisch reproduzierbare Farbraum stets mehr oder weniger stark eingeschränkt. Gute Monitore können als Selbstleuchter einen etwas grösseren Farbraum abdecken, erreichen aber auch nicht alle möglichen Farben. In der Praxis tut man also gut daran zu beachten, dass eine für ein Design gewählte Farbe im gewünschten Ausgabeverfahren beziehungsweise in allen geplanten Anwendungsbereichen auch wirklich realisiert werden kann. Besonders wich-

tig ist dies bei den «Hausfarben» für eine Corporate Identity oder bei Markenfarben; für eine optimale Wiedererkennung sollten solche Farben ja in allen Medien und Anwendungen stets möglichst genau übereinstimmen. Das klappt natürlich nicht, wenn man am Monitor zum Beispiel ein giftiges Neongrün oder ein hoch gesättigtes Ultramarinblau auswählt, das im Offsetdruck mit der üblichen Vierfarbskala nie und nimmer erreicht werden kann. Auch viele andere Farbtöne, die am Monitor toll aussehen, kommen im Druck deutlich weniger gesättigt heraus und wirken dann stumpf und verschmutzt. In einigen Fällen erreicht man mit gezielt angemischten Sonderfarben oder im Sechs- beziehungsweise Siebenfarbendruck ein besseres Resultat, allerdings erhöhen sich dadurch die Produktionskosten mitunter erheblich. Besser, man klärt das schon im Vorfeld ab und wählt gegebenenfalls eine weniger gesättigte Farbe, die dafür im Vierfarbdruck, im Internet und bei Bedarf auch als Klebefolie, Leuchtreklame oder dergleichen problemlos und mit engen Farbtoleranzen umgesetzt werden kann.



Eine Farbe wirkt je nach Umfeld anders; auf Schwarz leuchtender, auf Weiss dunkler.



Dieses Foto enthält bis auf die leicht bläulichen Schatten praktisch nur neutrale Grautöne. Es wirkt dadurch nüchtern.

Foto: Eric A. Soder

Energie

Liebe
aufregend
stark

Zuversicht

Erfolg
tapfer
gesellig

Vertrauen

Frieden
loyal
kompetent

Mitgefühl

Weiblichkeit
kultiviert
süss

Sicherheit

Erfahrung
förmlich
dramatisch

Farbpsychologie

Menschen verbinden Farben – teils unbewusst – mit bestimmten Eigenschaften. Ob dies entwicklungsgeschichtliche Gründe hat oder kulturell erlernt ist, lässt sich nicht immer klar unterscheiden. In einigen Fällen lösen Farben bei Menschen und/oder bei Tieren eine messbare physiologische Reaktion aus. Zum Beispiel aktiviert die Farbe Rot den Körper und erhöht den Blutdruck. Feuer oder Blut bedeuten Gefahr, daher zieht Rot den Blick an und versetzt den Körper in Alarmbereitschaft, um auf die allfällige Bedrohung sofort reagieren zu können. Umgekehrt wirkt Blau beruhigend und senkt den Blutdruck; etwas weniger stark trifft das auch auf Grün zu. Operationskittel und Abdecktücher im OP sind meistens grün, weil sich einerseits Blut und Metallbesteck gut davon abheben und diese Farbe andererseits auch bei längeren Eingriffen ein entspanntes Arbeiten fördert.

Die Farbwahl ist in der Werbung auf alle Fälle ein gern benutztes Mittel, um die Grundstimmung einer Marke zu steuern oder gar unterschwellig das Kaufverhalten der Zielkundschaft zu beeinflussen. Aktionsschilder oder Ra-

battaufkleber in den Signalfarben Rot, Orange oder Gelb zum Beispiel sollen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen und ein Gefühl der Dringlichkeit erzeugen, das die Kundschaft zu einem Spontankauf ermuntert.

In den Beispielen auf dieser Doppelseite sind einige Farben mit vorwiegend positiv besetzten Begriffen versehen, jeweils einer davon ist in einer Schriftart mit dazu passender Anmutung gesetzt. Natürlich wecken manche Farben auch negative Assoziationen: Für die meisten Menschen ist Braun die unbeliebteste Farbe; sie erinnert an Dreck, Fäulnis und

Exkrement – aber auch an Schokolade, Nüsse oder eine schöne Bräune von den Ferien am Meer. Schwarz und Grau werden oft als finster, bedrohlich und trostlos empfunden. Die Farbe der Trauer (in unserem Kulturkreis) kann aber auch Merkmal hochwertiger, exklusiver Technik oder von Individualisten sein; ebenfalls schwarz ist eine besonders festliche Garderobe im Fall des Fracks oder des kleinen Schwarzen.

Bei uns ist Blau die beliebteste Farbe. Rund die Hälfte der Bevölkerung nennt sie als Lieblingsfarbe. Blau ist massentauglich, sympathisch und unaufdring-

Kreativität

Optimismus
fröhlich
warm

Natur

Qualität
frisch
heilend

Luxus

Ehrgeiz
spirituell
königlich

Stabilität

Verlässlichkeit
seriös
schlicht

Aster

Eleganz
nüchtern
zurückhaltend

Unschuld

Einfachheit
sauber
ehrlich

lich – kein Wunder, dass gleich mehrere soziale Netzwerke bei ihrem Logo auf einen blauen Farbton setzen.

Technische Spezialfälle

Für aussergewöhnliche Effekte und grössere Budgets stehen kreativen Designern fluoreszierende Farben (auch als Leucht- oder Neonfarben bekannt), irisierende und Metallic-Farben zur Verfügung; durch Lackieren oder Laminierten lassen sich Druckprodukte mit Glanz- und Matt-Effekten versehen; mittels Folienprägung können flächige Elemente in Gold, Silber, Kupfer usw. de-

ckend aufgedruckt werden, und mittels Beflockung lässt sich sogar ein deutlich erhabener, samtartiger Flor in einer wählbaren Farbe auf Papiere höherer Grammaturen und Kartons aufbringen. Im Sieb- und teils im Digitaldruck lassen sich auch deckende Farben und deutlich höhere Schichtdicken als im Offset verarbeiten. So kann man ein fühlbares Relief im Druckbild oder der Lackierung erzielen. Eine weitere interessante Möglichkeit besteht darin, farbige – auch sehr dunkle oder schwarze – Druckmedien aller Art zuerst mit Deckweiss und darüber farbig zu bedrucken. ●

Infos

- www.freiefarbe.de (HLC Colour Atlas)
- www.com2publish.ch (Lernvideos, unter anderem zu Farbmanagement und Farbworkflows)
- www.polygrafix.ch/colormangement/monitor-farbwiedergabe.html (siehe auch Links und Literaturtipps ganz unten auf der Seite)

Der Fett-Booster-OpenType-Typotrick

Was tun, wenn einem der fettste verfügbare Schnitt einer Schrift noch nicht fett genug ist? Bei gut ausgebauten OpenType-Schriften kann man beim Satz in Grossbuchstaben noch eins obendrauf setzen.

■ Eric A. Soder

Manche OpenType-Schriften enthalten echte Kapitälchen; das sind Grossbuchstaben, die auf die x-Höhe von Kleinbuchstaben (oder minim darüber) verkleinert sind, jedoch die gleiche Strichstärke aufweisen wie die regulären Versalien (Grossbuchstaben). Der Trick, mit dem zum Beispiel der Schrift-designer Paulo Goode gerne arbeitet, besteht darin, die Kapitälchen wieder auf die normale Versalhöhe zu vergrößern und sie anstelle der gewöhnlichen Grossbuchstaben einzusetzen. So erhöht sich auch die Strichstärke, und der Text im Versalsatz erscheint dadurch noch einen Tick fetter.

Es lohnt sich zudem noch aus weiteren Gründen, die OpenType-Funktionen einer Schrift genauer zu studieren. Dieses Format macht verschiedene Schmankerl möglich, dazu zählen etwa kontextbedingte Ligaturen, alternative Zeichen und/oder Stilsets, mit denen bestimmte Zeichen der Schrift generell durch eine andere Form ersetzt werden. Zum Beispiel ein «zweistöckiges», oben offenes «a» durch ein «einstöckiges», geschlossenes; entsprechend beim «g» die unten offene oder geschlossene Form; eventuell auch nur eine andere Variante des «&»-Zeichens usw. ●

Skandalnudel

Polyphonic Black 33,75 Punkt normal mit Kleinbuchstaben

SKANDALNUDEL

Polyphonic Black 33,75 Punkt mit echten Kapitälchen

SKANDALNUDEL

Polyphonic Black 33,75 Punkt Versalsatz (Grossbuchstaben)

SKANDALNUDEL

Polyphonic Black 39 Punkt Kapitälchen

AAaABBCc HH iii

Polyphonic Black 33,75 Punkt mit Kleinbuchstaben/Kapitälchen;
Polyphonic Black 39 Punkt Kapitälchen

Die hier abgebildete Schrift «Polyphonic» wurde 2018 von Paulo Goode herausgebracht. Mehr Infos dazu unter polyphonic.info und paulogoode.com. Die Fonts kann man, auch mit deutscher Benutzerführung, z. B. bei fonts.com oder linotype.com erwerben.



Impressum **MUS**falter

ISSN 2624-6023 (Print)
ISSN 2624-6031 (Online)

Herausgeber

Macintosh Users Switzerland (MUS),
8703 Erlenbach

Auflage, Erscheinungsweise

750 Exemplare, 2× jährlich (jeweils im Januar und Juni)

Preis

Einzelexemplar CHF 12.–; das Abo ist im MUS-Mitgliederbeitrag enthalten

Titelbild

Gämse im winterlichen Lebensraum
Foto: Eric A. Soder/pixsource.com

Redaktion

polygrafix.ch Eric A. Soder,
Postfach 126, 8613 Uster
Telefon 044 994 43 77
E-Mail redaktion@mus.ch

MitarbeiterInnen:

Marcel Büchi, Ellen Kuchinka, Graziano Orsi, Werner Widmer

Online-Redaktion www.mus.ch:

Graziano Orsi, graziano.orsi@mus.ch

Nächster Redaktionsschluss

29. Mai 2020

Produktion

Layout und Vorstufe:
polygrafix.ch Eric A. Soder, 8613 Uster
Druck: Ediprim AG, 2501 Biel



01-20-145890
myclimate.org

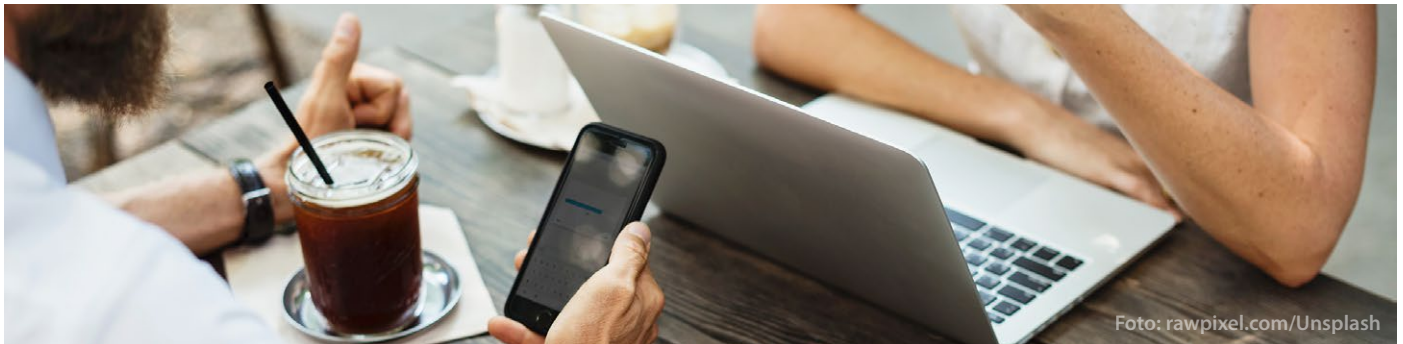


Sekretariat

Macintosh Users Switzerland (MUS),
8703 Erlenbach
Telefon 044 915 77 66
E-Mail sekretariat@mus.ch

Geschäftszeiten: Montag bis Freitag
von 9 bis 12 Uhr und von 14 bis 17 Uhr

Wissenswertes zum Angebot der Macintosh Users Switzerland



Die Mitgliedschaft bei den Macintosh Users Switzerland (MUS) bietet dank der vielfältigen Dienstleistungen für nur 110 Franken viele Vorteile. Dazu gehören:

■ Zeitschrift und Newsletter

Der MUSfalter ist die Zeitschrift der Macintosh Users Switzerland. Sie erscheint zwei Mal jährlich und wird kostenlos an deine Adresse geschickt. Zwölf Mal im Jahr erscheint der MUSletter online als PDF-Dokument, immer pünktlich zum Ersten des Monats.

■ LocalTalks zur Kontaktpflege

Regelmässig finden lokale Treffen statt, die «LocalTalks». Neben Diskussionen und Referaten über aktuelle Themen oder Produkte besteht bei diesen kostenlosen Veranstaltungen jeweils auch die Möglichkeit, persönliche Erfahrungen oder allfällige Probleme mit anderen Mitgliedern direkt zu besprechen. Oder man unterhält sich im Kreis von Gleichgesinnten einfach über Gott und die (Apple-)Welt.

■ Kostenlose E-Mail Adresse

Jedes Mitglied erhält bei den Macintosh Users Switzerland kostenlos eine E-Mail-Adresse: xy@mus.ch (xy frei wählbar, soweit verfügbar).

■ Kostenlose Infoline

In dieser Mailingliste kannst du alle deine Fragen zum Mac, iPad, iPhone, Software usw. stellen. Jederzeit, 24 Stunden

am Tag, 365 Tage pro Jahr. Die Antworten kommen schriftlich und lassen selten lange auf sich warten.

■ Kostenlose Helpline

Dringende Probleme mit dem Mac? Auch das soll es gelegentlich geben. Alle MUS-Mitglieder können während der Öffnungszeiten des Sekretariats über die Telefonnummer 044 915 77 66 Fragen rund um Apple Produkte stellen!

■ Special Interest Groups (SIGs)

Unter den MUS-Mitgliedern haben sich Gruppen gebildet, die sich für spezielle Wissensgebiete interessieren: zum Bei-

spiel FileMaker oder Web-Publishing. Sie tauschen sich über Mailinglisten aus und organisieren von Zeit zu Zeit überregionale Treffen.

Von den Vorteilen profitieren

Die Mitgliedschaft bei den Macintosh Users Switzerland ist die einzige Voraussetzung, um von allen Dienstleistungen zu profitieren! Fülle den unten stehenden Anmeldetalon aus und sende ihn ans Sekretariat (siehe Impressum). Dort gibt es auch Informationen zu Familien- oder Firmenmitgliedschaften. Alternativ kann man sich auch auf der Homepage www.mus.ch anmelden. ●

Das MUS-Dienstleistungsangebot überzeugt mich, ich will Mitglied werden.

Jahresbeitrag CHF 110.– (bis 18 Jahre CHF 20.– / StudentInnen mit Ausweis CHF 40.–)

Vorname: _____ Name: _____

Strasse, PLZ/Ort: _____

E-Mail: _____

Ich wurde geworben von: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

*MUS-Vorstand und Redaktion
wünschen euch eine coole Zeit und
heitere Aussichten.*

→ *Der nächste «MUSfalter» erscheint im Juni.*

*Die Gipfel der Bellavista mit einem «Wattehut».
Foto: Eric A. Soder*



Sekretariat
Macintosh Users Switzerland (MUS)
Berglistrasse 6
8703 Erlenbach
Telefon 044 915 77 66
sekretariat@mus.ch
www.mus.ch