

## ***nomad***

### Ein Magazin über die Gestaltung einer wertvollen Zukunft

---

Frank Wagner

Die Bedeutung von Magazinen in unserer Gesellschaft, lässt sich eindrücklich an der folgenden Anekdote festmachen: Bei einer Diskussion über die amerikanische Zeitschriftenlegende *LIFE* – ein Magazin mit dem Schwerpunkt Fotojournalismus, das sich zum Ziel gesetzt hatte, die wichtigsten Ereignisse der Welt in Bildern einzufangen – erzählte eine Amerikanerin, die seit nunmehr vierzig Jahren in Deutschland lebt: »I remember seeing an issue of *LIFE* on my grandma's coffee table showing the Jonestown mass suicide cover. I was very young and I still remember the image to this day«.

Das schnelllebige Medium hat eine ungemein langlebige Wirkung. Der Strahlkraft von Magazinen habe auch ich mich als Designer, Gründer und Geschäftsführer der Agentur hw.design nicht entziehen können. Seit 2015 bin ich Herausgeber des *nomad* Magazins. Ein Magazin, das Fragen der Lebensqualität, der Nachhaltigkeit und der Gesellschaft fördert, indem es die Ideen einer wachsenden globalen kreativen Gemeinschaft kuratiert. Inspiriert von den zukunftsweisenden Ansätzen kreativer Visionär:innen, Öko-Pionier:innen, Künstler:innen, Autor:innen, Architekt:innen, Unternehmer:innen und Designer:innen weltweit, sucht das *nomad* Magazin nach neuen Perspektiven, um unser lokales und globales Leben in Richtung einer wertvollen Zukunft zu gestalten. Besprochen werden Themenfelder aus Gesellschaft, Wirtschaft, Ökologie, Lifestyle und Kultur, allesamt betrachtet aus der Perspektive von Design. Nicht in ästhetischer Hinsicht, sondern Design als Prozess der Zukunftsgestaltung, als Katalysator für gesellschaftliche Entwicklungen und individuelle Lebensstile.

Abbildung 1: Cover: *nomad*, Issue No. 10, 2021.



© Frank Wagner

Dass Design (siehe Voelker im Band) mehr sein kann, als weitläufig darunter verstanden wird, war zunächst eine oberflächliche Ahnung, die an Tiefe gewann, als ich mich in den Jahren 2012 bis 2014 intensiv mit dem Thema befasste und die Ergebnisse in meinem Buch *The Value of Design: Wirkung und Wert von Design im 21. Jahrhundert* veröffentlichte. Im selben Zeitraum begab ich mich mit Veronika Kinczli, Creative Director des *nomad* Magazins, regelmäßig auf Reisen, auf denen wir uns die internationale Welt der Independent Magazine (siehe Leslie im Band) erschlossen. Als wir eines Tages in Tokio in einer abseits gelegenen, kleinen Buchhandlung ein deutsches Magazin in den Händen hielten, war unsere Liebe für das Medium mit einer solchen Reichweite entfacht. Zurück in München begannen wir ein Magazin zu schaffen, das als Plattform für all jene dienen sollte, die den übergreifenden Wert von Design in ihrer jeweiligen Disziplin erkennen und umsetzen. Ein Magazin als Sprachrohr für eine globale kreative Gemeinschaft, die sich jeden Tag aufmacht, um bestehende Aspekte unseres Lebens kontinuierlich infrage zu stellen und letztlich zu verbessern. Folglich war der Titel unseres Magazins gesetzt: *nomad*. Das Sinnbild des Aufbruchs in eine gute Zukunft.

Bis heute finden sich in den bislang zehn erschienenen Ausgaben eine Vielzahl ganz unterschiedlicher und alle für sich bemerkenswerter Persönlichkeiten, die den Status Quo mit ihren Ideen aufbrechen, um Verbesserung zu schaffen. Da wäre Natsai Audrey Chieza, Design-Entrepreneurin und ›Change-Maker‹, welche am Beispiel der Modeindustrie aufzeigt, wie wir diese nachhaltiger gestalten können, wenn wir unsere Prozesse wieder an der Natur orientieren. Sie und ihr Team färben Textilien mit Hilfe von Bakterien, die sie aus Pflanzen gewinnen. Ich denke an Dom Bridges, Gründer des Unternehmens Haeckels, der an einem vernachlässigten Ort an der Küste Englands angefangen hat, Seife aus Seegras zu fertigen. Heute vertreibt er eine Vielzahl nachhaltiger Produkte und engagiert sich dabei nicht nur für das Ökosystem Meer, sondern vor allem für die Gemeinschaft vor Ort, indem er Arbeitsplätze schafft und das Sozialleben mit Veranstaltungen bereichert. Sein Credo: Erst wenn es den Menschen gut geht, kann auch die Natur heilen.

Der Designer und Ingenieur Dan Chen aus Kalifornien schaut in eine andere Richtung. Seiner zentralen Frage »What is intimacy without humanity?« folgend, entwickelt er Maschinen, die menschliche Empfindungen hervorrufen und damit menschliche Bedürfnisse befriedigen können. Dabei untersucht er, ob Menschen Nähe und Vertrautheit durch die Interaktion mit einer Maschine als genauso qualitätsvoll empfinden, wie das zwischenmenschliche Miteinander. Es sind ihre Perspektiven, Ideen und Arbeiten, die mithilfe von *nomad* in einem anspruchsvollen Layout, mit herausragendem Design und einem internationalen Team aus Journalist:innen an Reichweite gewinnen und in 25 Ländern einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden.

Wer auf den Markt der Independent Magazine schaut, findet viele erste Ausgaben. Nummern im zweistelligen Bereich sind weitaus seltener. Wer langfristig erfolgreich sein will, braucht Durchhaltevermögen. Und überzeugende Inhalte. Da ich in meinem Alltag die Rolle des Herausgebers eines Magazins und die des Geschäftsführers einer Agentur vereine, ist *nomad* symbiotisch in die Prozesse meiner Agentur mit eingeflossen. Die Ziele der Agentur und des Magazins sind die gleichen: Neue Entwürfe für unsere Zukunft liefern, Transformation antreiben. Das *nomad* Magazin haben wir deshalb von Beginn an über das Printmedium hinausgedacht und letztlich eine erfolgreiche Medi-

enmarke geschaffen, die eine dynamische Mischung aus Print- und Onlinemedien darstellt. Auf [www.the-nomad-magazine.com](http://www.the-nomad-magazine.com) ist es möglich, alle Beiträge der Printausgabe auch digital zu lesen. Damit werden die Botschaften einem noch größeren Publikum zugänglich gemacht.<sup>1</sup>

*nomad* Magazin dient im Kosmos der Agentur als Paradebeispiel dafür, wie sich Unternehmen angesichts der Herausforderungen unserer Zeit im Zeichen der Nachhaltigkeit transformieren müssen. *nomad* zeigt auf, wie diese Transformation erfolgreich gelingen kann: Mit einem Medium, das eine weitreichende Strahlkraft hat, um alle Beteiligte auf diesem Weg mitzunehmen.

Kann ein Magazin nun tatsächlich eine wertvolle Zukunft gestalten? Meine Antwort: Unsere Welt lebt von der Weiterentwicklung. Stillstand ist keine Option. Auch ein Nomade kann nicht weiter existieren, wenn er sich nicht ständig auf die Suche begibt. Machen wir uns also lieber auf – und im besten Fall werden wir diese gute Zukunft erreichen.

Sollte jemand auf diesem Weg nach Tokio gelangen, findet er/sie in einer abseits gelegenen, kleinen Buchhandlung sicher die neueste Ausgabe von *nomad*.

---

<sup>1</sup> Eine Printausgabe hat aufgrund ihrer physischen Präsenz allerdings eine wesentlich längere Haltbarkeit und erzeugt als ein haptisch erfahrbare Produkt ein nachhaltigeres Erlebnis.