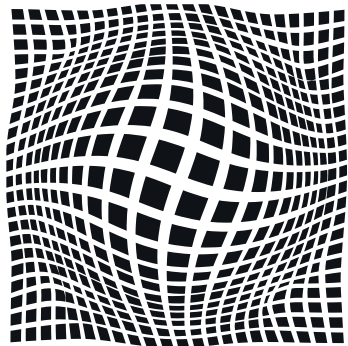
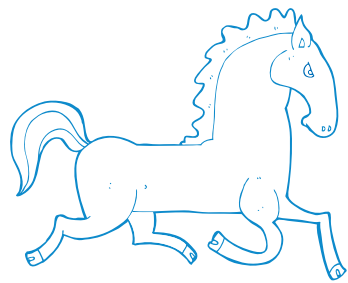
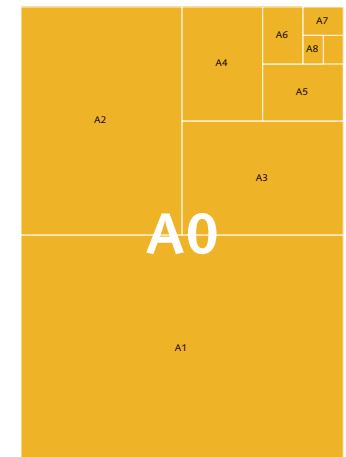
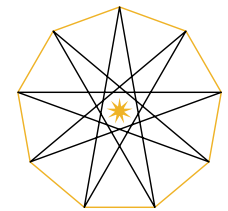
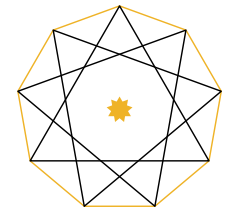
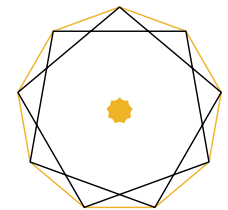


Inhalt



1 Grafikdesign	19
1.1 Kunst und Design sind zwei Paar Stiefel	19
1.2 Alles ist gestaltet, aber nicht alles designt	20
1.3 Designdisziplinen	21
1.3.1 Grafikdesign und Typografie	22
1.3.2 Illustration und Fotografie	22
1.4 Visuelle Kommunikation	24
1.5 Form follows function	25
1.5.1 Funktion und Ästhetik	28
1.6 Weniger ist mehr	30
1.7 Design-Prinzipien	32
1.7.1 Ordnung ist das wichtigste Design-Prinzip	32
1.7.2 Die richtige Antwort auf alle Fragen	34
1.7.3 Wozu Regeln gut sind	35
1.7.4 Yin und Yang der Gestaltung	38
1.7.5 Die wichtigste Gestaltungsregel lautet: Schauen!	49
1.7.6 Das wichtigste Werkzeug ist der Kopf	50
1.8 Design – reine Geschmackssache?	54
1.9 Gestalten lernen	58
2 Wahrnehmung	61
2.1 Gestaltungsgesetze der Wahrnehmung	62
2.1.1 Gesetz der Einfachheit	63
2.1.2 Gesetz der durchgehenden Linie	66
2.1.3 Gesetz der Kontinuität	66
2.1.4 Gesetz der Parallelität	68
2.1.5 Gesetz der Nähe	68
2.1.6 Gesetz der Geschlossenheit	70
2.1.7 Gesetz der Gleichheit	71

2.1.8 Gesetz der Prägnanz	71
2.1.9 Gesetz der Symmetrie	73
2.1.10 Gesetz der Erfahrung	75
2.2 Blickverlauf und Anordnung	76
2.3 Figur-Grund-Beziehung	80
2.4 Horizontal-Vertikal-Täuschung	84
2.5 Optische Mitte	86
2.6 Optische Täuschungen	90
2.7 Interferenzeffekte	92
2.8 Hicks Gesetz: Weniger ist mehr	93
2.9 Perspektive und räumliche Wirkung	93
2.9.1 Parallelperspektive	94
2.9.2 Zentralperspektive und Fluchtpunkt	96
2.9.3 Räumlichkeit und Tiefe simulieren	96
3 Form	103
3.1 Das Format	103
3.1.1 Anwendung und Wirkung	103
3.1.2 Archivierung	105
3.1.3 Druckbogen effizient nutzen	106
3.1.4 Hoch oder quer?	106
3.2 Punkt, Linie und Fläche	109
3.2.1 Der Punkt	109
3.2.2 Die Linie	115
3.2.3 Die Fläche	121
3.2.4 Textflächen	122
3.2.5 Formen	122
3.3 Proportion und Seitenverhältnis	145
3.3.1 Goldener Schnitt	146
3.3.2 Fibonacci-Reihe	151





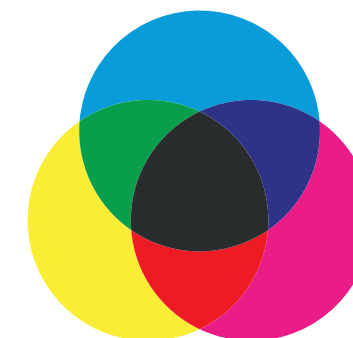
3.3.3	x:y-Proportionen	151
3.3.4	DIN-Formate	158
3.4	Anordnung und Gewichtung	159
3.4.1	Gewichtung und visuelles Gleichgewicht	160
3.4.2	Platzierung und optische Wirkung	164
3.4.3	Gewichtung im Logo	165
3.4.4	Gewichtung von Logos	173
3.4.5	Gestaltgesetze und Gewichtung	173
3.4.6	Dynamik der Anordnung	174

4 Farbe

4.1	Grundlagen	177
4.1.1	Farben sehen	178
4.1.2	Ur- und Grundfarben	179
4.1.3	Bunte und unbunte Farben	179
4.1.4	Psychologische Grundfarben	181
4.1.5	Absolutes Schwarz und reines Weiß	182
4.1.6	Eigenschaften von Farbe	183
4.1.7	Farbempfinden	186
4.2	Farbräume	189
4.2.1	Lichtfarben und additive Farbmischung	190
4.2.2	Pigmentfarben und subtraktive Farbmischung	193
4.2.3	Farbumfang	198
4.2.4	Volltonfarben	201
4.2.5	CMYK-Farbraum	207
4.2.6	RGB-Farbraum	215
4.2.7	RGB- und CMYK-Tonwerte	216
4.2.8	HSB	217
4.2.9	L*a*b*	220
4.3	Farbmanagement	222
4.3.1	Standard ist <i>kein</i> Standard	222
4.3.2	Farbprofile	223
4.3.3	Farbmanagement-Workflow	228
4.4	Farbsysteme	229
4.4.1	Farbkreise	230



4.5	Farbgestaltung	239
4.5.1	Farbharmonien	240
4.5.2	Farbkontraste	249
4.5.3	Farben und Tonwerte	260
4.5.4	Gewichtung	263
4.6	Farben und Wirkung	266
4.6.1	Lieblingsfarben	267
4.6.2	Die wichtigsten Farben und ihre Bedeutung ...	269



5 Bild

5.1	Aufgaben von Bildern	301
5.1.1	Bilder können beeinflussen	306
5.2	Bilder als Eyecatcher	310
5.2.1	Typografie als Eyecatcher	310
5.2.2	Produkt und Produkteigenschaften	315
5.2.3	Sex sells	316
5.2.4	Ohne Worte	319
5.2.5	Übertragungen und Metaphern	319
5.2.6	Visuelle Analogien	321
5.2.7	Querverbindungen	321
5.2.8	Surrealismus	322
5.2.9	Übertreibung	322
5.2.10	Bildwitz	322
5.2.11	Geschichten erzählen	325
5.3	Der Mensch als Motiv	327
5.3.1	Blicke ziehen Blicke an	327
5.3.2	Blickkontakt und Blickrichtung	329
5.3.3	Schönheit und Attraktivität	332
5.3.4	Authentizität und Identifikation	335
5.3.5	Kriterien bei der Auswahl von Imagebildern ...	336
5.3.6	Maßgeschneiderte Lösungen vom Auftragsfotografen	342
5.4	Bilder in der Unternehmenskommunikation	342
5.5	Bildgestaltung	344
5.5.1	Fotos und Illustrationen	344
5.5.2	Pixel und Vektoren	347





5.5.3	Bildgestaltung ist Design	349
5.5.4	Anschnitt	350
5.5.5	Bildkomposition	354
5.5.6	Freiraum im Bild	355
5.5.7	Dynamik und Linienführung	358
5.5.8	Bilder anordnen und Interaktion	361
5.5.9	Helligkeit und Farben	366
5.5.10	Farbtemperatur	366

6 Schrift 369

6.1	Vielfalt statt Einfach	369
6.2	Entwicklung der lateinischen Schriftform	370
6.2.1	Antike	370
6.2.2	Die Erfindung des Buchdrucks	384
6.2.3	Buchdruck in Italien	387
6.2.4	Antiqua	388
6.2.5	Ziffern	390
6.2.6	Kursive	392
6.2.7	Humanistische Antiqua	395
6.2.8	Klassizistische Antiqua	402
6.2.9	Übergangs-Antiqua	406
6.2.10	Egyptienne	408
6.2.11	Grotesk	411
6.2.12	Konstruierte Egyptienne	415
6.2.13	Die 1950er Jahre	416
6.2.14	Die 1960er Jahre	417
6.2.15	Die 1970er	418
6.2.16	Die 1980er Jahre	419
6.2.17	Die 1990er Jahre	422
6.2.18	Das 21. Jahrhundert	423
6.3	Schriften und die feinen Unterschiede	424
6.4	Schriftgruppen nach DIN 16518	426
6.4.1	Gruppe I: Venezianische Renaissance-Antiqua	428
6.4.2	Gruppe II: Französische Renaissance-Antiqua	429
6.4.3	Gruppe III: Barock-Antiqua	430
6.4.4	Gruppe IV: Klassizistische Antiqua	432

Condensed
Bold Condensed
 Thin
 Light
 Roman
Italic
 Medium
Bold
Bold Italic
Heavy
Black
 Light Extended
 Extended
Bold Ext.
Black Ext.



6.4.5	Gruppe V: Serifenbetonte Linear-Antiqua	433
6.4.6	Gruppe VI: Serifenlose Linear-Antiqua	440
6.4.7	Gruppe VII: Antiqua-Varianten	444
6.4.8	Gruppe VIII: Schreibschriften	445
6.4.9	Gruppe IX: Handschriftliche Antiqua	446
6.4.10	Gruppe X: Gebrochene Schriften	446
6.4.11	Gruppe XI: Fremde Sprachen	446
6.5	Schriften mischen	446
6.5.1	Wozu Schriften mischen?	448
6.5.2	Harmonie und Kontrast	449
6.5.3	Schriftgruppenmatrix	450
6.5.4	Beispiele	453
6.6	Schriftgestaltung	458
6.7	Schriftverwaltung	460
6.8	Schriftquellen	461

7 Lesetypografie 465

7.1	Medien der Gestaltung	466
7.1.1	Roman	467
7.1.2	Fachbuch	469
7.1.3	Zeitung	471
7.1.4	Magazin	474
7.1.5	Website	476
7.1.6	Katalog	479
7.1.7	Broschüre	480
7.1.8	Inserat	483
7.1.9	Plakat	483
7.1.10	Weitere Medien	485
7.2	Papier und Hintergrund	486
7.3	Schriftart	489
7.3.1	Lesbarkeit	489
7.3.2	Platzeffizienz	494
7.3.3	Zurichtung	496
7.3.4	Auszeichnung und Ausstattung	500
7.3.5	Schriftmix	510
7.4	Schriftgrad	511

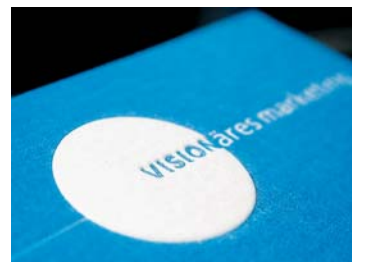
it ck gi fj
 cp sp cb
 sb fb fh fk
 ffb ffk ffj

Breitkopf Fraktur
 ROHlÄbdegirmut

Brush Script Std
 ROHlÄbdegirmu

ITC Buckeroo
 ROHlÄbD

Bulmer
 ROHlÄbdegirmut

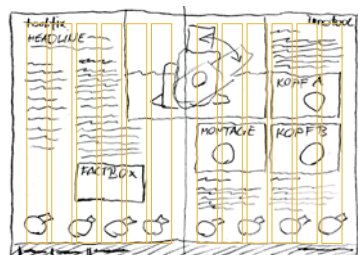


1 LAVALAMPE
 2 LAVALAMPE
 3 LAVALAMPE
 4 LAVALAMPE
 5 LAVALAMPE
 6 LAVALAMPE

7.5 Satzart und Satzbreite 518
 7.6 Zeilenabstand 520
 7.7 Laufweite 521
 7.8 Wortabstand 526
 7.9 Umbruch 528
 7.10 Gliederung 532
 7.10.1 Absatz 533
 7.10.2 Einleitung 535
 7.10.3 Bildtext 535
 7.10.4 Titel und Überschriften 536
 7.11 Optischer Randausgleich 544
 7.12 Satzzeichen 547
 7.12.1 Striche 547
 7.12.2 Anführungen 548
 7.12.3 Satzzeichen 549
 7.12.4 Apostroph 549

8 Gestaltungsraster 551

8.1 Satzspiegel 551
 8.1.1 Einfacher Romansatzspiegel 555
 8.1.2 Paginierung 560
 8.1.3 Mehrspaltige Satzspiegel 560
 8.2 Entwicklung eines Gestaltungsrasters 565
 8.2.1 Schriftgrad bestimmen 565
 8.2.2 Zeilenabstand (ZAB) 567
 8.2.3 Spaltenabstand 567
 8.2.4 Spaltenbreite 568
 8.2.5 Stege 569
 8.2.6 Grundlinienraster einrichten in InDesign 571
 8.2.7 Elemente ausrichten 572
 8.2.8 Raster mit breiten Abständen 577
 8.2.9 Begleitende Textelemente 579
 8.3 Komplexe Gestaltungsraster 582
 8.4 Gestaltungsraster am Beispiel 591
 8.4.1 Ein Raster für alle Fälle 593



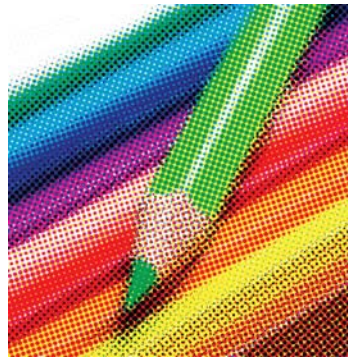
9 Corporate Design 597

9.1 Definition von Corporate Design 598
 9.1.1 Was ist Corporate Design? 601
 9.2 Was ist Corporate Identity? 602
 9.2.1 Image 603
 9.2.2 Leitbild 604
 9.2.3 Leitsatz, Claim und Slogan 604
 9.2.4 Der Corporate-Identity-Kreis 606
 9.3 Was bringen CD und CI? 608
 9.3.1 Was bringt Corporate Design? 608
 9.3.2 Mit und ohne Corporate Design 609
 9.3.3 Ein Logo allein genügt nicht 611
 9.4 Die drei Basisbausteine 612
 9.4.1 Das Logo 612
 9.4.2 Farbe und Farbraum 620
 9.4.3 Schrift und Typografie 624
 9.4.4 Wie im Großen, so im Kleinen 627
 9.5 Weitere Bausteine 627
 9.5.1 Sekundäre Stilelemente 628
 9.5.2 Gestaltungsraster 630
 9.6 Das Corporate-Design-Manual 630
 9.6.1 Das Logo und seine Anwendung 631
 9.6.2 Der Farbraum 633
 9.6.3 Schrift und Typografie 634
 9.6.4 Weniger (Regel) ist oft mehr 634

10 Druck und Druckvorstufe 637

10.1 Reproduktionsverfahren 637
 10.1.1 Hochdruck 637
 10.1.2 Tiefdruck 638
 10.1.3 Offsetdruck 639
 10.1.4 Digitaldruck 641
 10.1.5 Siebdruck 643
 10.1.6 Plotter 644





10.2 Separation und Auflösung	644
10.2.1 Bildschirmpixel und Druckraster	644
10.2.2 Auflösung	648
10.3 Farb- beziehungsweise Bit-Tiefe	660
10.4 Vektorgrafik	663
10.4.1 Ankerpunkte und Pfade	664
10.4.2 Vektorobjekte und Eigenschaften	665
10.4.3 Vorteile und Grenzen von Vektorgrafiken	666
10.4.4 Einsatzbereiche von Vektorgrafiken	667
10.5 Dateiformate	667
10.5.1 Vektorformate	668
10.5.2 Pixelformate	669
10.6 Aussparen, Überdrucken und Überfüllen	673
10.6.1 Aussparen	673
10.6.2 Überdrucken	674
10.6.3 Blitzer	674
10.6.4 Über- und Unterfüllen	675
10.6.5 Aussparen und Überfüllen von Text	676
10.6.6 Aussparen und Überdrucken bei Schwarz	678
10.6.7 Tiefschwarz	681
10.6.8 Überdrucken und Weiß	683
10.6.9 Überdrucken mit Volltonfarben	684
10.7 Bindung, Ausschießen und Beschnittzugabe	685
10.7.1 Druckbogen	686
10.7.2 Nutzen	686
10.7.3 Bindung	687
10.7.4 Ausschießen	691
10.7.5 Beschnittzugabe	693
10.8 Weiterverarbeitung und Veredelung	694
10.8.1 Papiersorte und Grammaturn	695
10.8.2 Weiterverarbeitung	696
10.8.3 Veredelung	697
10.9 Volltonfarben	698
10.9.1 Farbe ohne Druckraster	699

10.10 Farbmanagement für die Druckvorstufe	701
10.10.1 Probleme der Farbwiedergabe	701
10.10.2 Monitor-Kalibrierung	701
10.10.3 Farbwiedergabe im Druck	703
10.11 Arbeitsfarbräume	706
10.11.1 Proof	708
10.11.2 Farbmanagement in InDesign und Illustrator	709
10.12 Datenübergabe und PDF-Erzeugung	710
10.12.1 PDF-Erzeugung	711
10.13 Das letzte Wort: Leitsätze zur Gestaltung	714
 Literaturverzeichnis	716
Index	717

