

Grafik und Gestaltung

Das umfassende Handbuch

DAS INHALTS- VERZEICHNIS

» Hier geht's
direkt
zum Buch

Inhalt

Vorwort	14
1 Grundlagen	16
1.1 Was ist Grafikdesign?	17
1.1.1 Grafik	17
1.1.2 Design	18
1.1.3 Grafikdesign	19
1.1.4 Ästhetik	20
1.1.5 Form	23
1.1.6 Funktion	23
1.1.7 Harmonie und Kontrast	25
1.1.8 Statisch und dynamisch	28
1.1.9 Symmetrie und Asymmetrie	32
1.2 Gutes Design	32
1.3 Die wichtigste Gestaltungsregel ist Schauen	36
2 Wahrnehmung	38
2.1 Visuelle Wahrnehmung	39
2.1.1 Das Auge	39
2.1.2 Konstruierte Wahrnehmung	43
2.1.3 Helligkeit und Kontrast	45
2.1.4 Farbempfinden	53
2.1.5 Farbenfehlsichtigkeit	55
2.1.6 Das Gehirn	57
2.1.7 Wahrnehmungsgerechte Gestaltung	59
2.1.8 Optische Täuschungen	62
2.1.9 Perspektive und räumliche Wirkung	82
2.2 Wahrnehmungsgesetze	89
2.2.1 Chunking	89
2.2.2 Gestaltgesetze der Wahrnehmung	91
2.2.3 Schreib-Lese-Richtung	103
2.2.4 Kontext	106

2.2.5	Eindeutigkeit	107
-------	---------------------	-----

3 Farbe 108

3.1	Physik der Farben	109
3.1.1	Spektralfarben	110
3.1.2	Licht- und Körperfarben	111
3.1.3	Additive und subtraktive Farbmischung	113
3.1.4	Bildschirmfarben	116
3.1.5	Druckfarben	118
3.1.6	Papier	121
3.1.7	Farbtemperatur	124
3.2	Farbkreise	128
3.2.1	Primärfarben	129
3.2.2	Sekundärfarben	129
3.2.3	Tertiärfarben	131
3.3	Eigenschaften der Farben	131
3.3.1	Bunnton	132
3.3.2	Helligkeit	134
3.3.3	Sättigung	136
3.3.4	Aktive und passive Farben	138
3.3.5	Warme und kalte Farben	138
3.3.6	Härte und Weichheit	139
3.4	Farbsysteme	140
3.4.1	Grundbegriffe	141
3.4.2	Grundfarben der Malerei: RYB	144
3.4.3	Komplementärfarben	145
3.4.4	CMYK	148
3.4.5	RGB	161
3.4.6	HSB, HSL und HSV	166
3.4.7	Lab	172
3.4.8	Weitere Farbmodelle	174
3.4.9	Volltonfarben	181
3.4.10	Farbraum, Farbumfang und Farbprofil	186





3.5	Harmonie und Kontrast	192
3.5.1	Das Farbsystem als Grundlage	194
3.5.2	Farbharmonien	200
3.5.3	Farbkontraste	206
3.5.4	Werkzeuge für die Farbgestaltung	212
3.6	Wirkung und Bedeutung	216
3.6.1	Rot	219
3.6.2	Blau	223
3.6.3	Grün	225
3.6.4	Gelb	228
3.6.5	Orange	231
3.6.6	Violett	234
3.6.7	Rosarot	236
3.6.8	Braun	238
3.6.9	Schwarz	241
3.6.10	Weiß	242
3.6.11	Grau	244
4	Form	246
4.1	Punkt	247
4.1.1	Punkte geben Halt	248
4.1.2	Punkte als Blickfang	248
4.2	Linie	251
4.2.1	Striche, Konturen und gepunktete Linien	251
4.2.2	Kanten als Linien	252
4.2.3	Imaginäre Linien	252
4.2.4	Text als Linie	254
4.2.5	Linien zur Blickführung	255
4.2.6	Statische und dynamische Linien	256
4.2.7	Kontext	257
4.3	Fläche	257
4.3.1	Freiraum	257
4.3.2	Grundfläche	258

4.3.3	Gestaltungsflächen	259
4.4	Gestaltcharakter	260
4.4.1	Figur	260
4.4.2	Gestalt	261
4.4.3	Anmutung	262
4.5	Grundformen	269
4.5.1	Das Rechteck	269
4.5.2	Der Kreis	272
4.5.3	Das Dreieck	273
4.5.4	Der Stern	275
4.6	Proportionen	277
4.6.1	Ganzzahlige Seitenverhältnisse	277
4.6.2	Goldener Schnitt	279
4.6.3	Fibonacci-Folge	282
4.6.4	Proportionales Gestalten in der Praxis	285
4.6.5	DIN-Formate	288

5 Schrift 290

5.1	Grundlagen	291
5.1.1	Musterwort	292
5.1.2	Schriftsysteme	294
5.1.3	Zeichen und Typen	295
5.1.4	Kalligrafie	297
5.1.5	Handlettering	297
5.1.6	Duktus	298
5.1.7	Gemeine (Minuskel)	300
5.1.8	Versalie (Majuskel)	300
5.1.9	Oberlänge und Unterlänge	300
5.1.10	Serifen	300
5.1.11	Antiqua	301
5.1.12	Schriftart	301
5.1.13	Schriftschnitt	302
5.1.14	Schriftfamilie	303



5.1.15	Laufweite	303
5.1.16	Zurichtung	304
5.1.17	Font-Format	305
5.2	Schriftentwicklung: Antike bis Mittelalter	306
5.2.1	Keilschrift der Sumerer	307
5.2.2	Hieroglyphen der Ägypter	307
5.2.3	Schrift der Phönizier	308
5.2.4	Das Alphabet der Griechen	309
5.2.5	Die Versalschrift der Römer	309
5.2.6	Schriften des Mittelalters	311
5.2.7	Die Erfindung des Buchdrucks	315
5.2.8	Gebrochene Schrift nach Gutenberg	318
5.3	Die Entwicklung der Antiqua	320
5.3.1	Kursive	322
5.3.2	Renaissance-Antiqua	323
5.3.3	Hand- und Kanzleischrift	327
5.3.4	Übergangsansiqua	328
5.3.5	Kurrentschrift und Ronde	330
5.3.6	Klassizistische Antiqua	331
5.3.7	Kupferstichschrift und englische Schreibschrift	334
5.4	Entwicklung im 19. Jahrhundert	336
5.4.1	Egyptienne	336
5.4.2	Slab Serif nach klassizistischem Vorbild	337
5.4.3	Italienne	338
5.4.4	Grotesk	338
5.4.5	Historismus und Jugendstil	339
5.5	Entwicklung im 20. Jahrhundert	343
5.5.1	1900 bis 1920	344
5.5.2	Sans Serif nach klassizistischem Vorbild	345
5.5.3	Amerikanische Grotesk	346
5.5.4	Die 1920er-Jahre: Bauhaus und Art déco	347
5.5.5	Geometrische Sans Serif	349
5.5.6	Sans Serif nach humanistischem Vorbild	351
5.5.7	Geometrische Slab Serif	353

5.5.8	Die 1930er-Jahre	354
5.5.9	Slab Serif nach humanistischem Vorbild	357
5.5.10	Die 1940er	358
5.5.11	Die 1950er	360
5.5.12	Die 60er	364
5.5.13	Die 70er	367
5.5.14	Die 80er	372
5.5.15	Schriftsippe	376
5.5.16	Die 90er	379
5.6	Schrift im 21. Jahrhundert	383
5.6.1	Die 2010er	386
5.6.2	Die 2020er	388
5.7	Klassifizierung der Schriftformen	393
5.7.1	Klassifizierung nach Vox-ATypI	393
5.7.2	Klassifizierung nach DIN 16518	396
5.7.3	Gruppen auf Font-Plattformen	402
5.8	Eigenschaften und Charakter	402
5.8.1	Lesbarkeit	403
5.8.2	Schriftmischung	414
5.8.3	Eigenschaften im Detail	423
5.9	Zeichen und Zeichensätze	432
5.9.1	Zeichensatz	433
5.9.2	Zeichen und Glyphen	439

6 Lesetygrafie 450

6.1	Lesarten	452
6.1.1	Typografie für lineares Lesen	453
6.1.2	Typografie für informierendes Lesen	455
6.1.3	Differenzierende Typografie	458
6.1.4	Aktivierende Typografie	459
6.1.5	Inszenierende Typografie	461
6.1.6	Leitsysteme	462
6.1.7	Signaletik	463

Un bicchi
al gusto d
amaro
con ghiac
come cer

6.1.8	Plakative Typografie	464
6.1.9	Screendesign	466
6.2	Makrotypografie	471
6.2.1	Textelemente	471
6.2.2	Papier	472
6.2.3	Schriftart	473
6.2.4	Schriftgrad	477
6.2.5	Satzbreite	484
6.2.6	Satzart	485
6.2.7	Zeilenabstand	488
6.2.8	Laufweite	490
6.2.9	Wortabstand	491
6.2.10	Silbentrennung	492
6.2.11	Umbruch	494
6.2.12	Headlines, Titel und Zwischenüberschriften	495
6.3	Mikrotypografie	502
6.3.1	Auszeichnung	503
6.3.2	Satz- und Sonderzeichen	505
6.3.3	Zurichtung und Kerning	507
7	Gestaltungsraster	510
7.1	Raster im Design von Grafiken, Logos und Symbolen	511
7.2	Rastersysteme zur Layoutgestaltung	514
7.2.1	Satzspiegel	514
7.2.2	Spalten	520
7.2.3	Grundlinienraster	526
7.2.4	Entwicklung eines Satzspiegels	527
7.2.5	Modulare Gestaltungsraster	532
7.3	Raster im UI/UX-Design	538
7.3.1	User Interface, User Experience und Usability	539
7.3.2	Grundlagen des Webdesigns	541
7.3.3	Raster für das Webdesign definieren	548

8 Layoutdesign 552

8.1	Layout	554
8.2	Usability	555
8.2.1	Jakobs Gesetz – die Macht der Gewohnheit ...	556
8.2.2	Hicksches Gesetz – weniger ist mehr	557
8.2.3	Millers Gesetz – die magische Sieben	557
8.2.4	Teslers Gesetz – die Grenzen der Reduzierbarkeit	558
8.2.5	Fitts' Gesetz – Größe und Nähe verbessern die Erreichbarkeit	559
8.2.6	Interferenzeffekt	560
8.2.7	Visuelles Rauschen	562
8.2.8	Aesthetic-Usability-Effekt – das Gesetz der Schönheit	563
8.3	Gestaltungsprinzipien	564
8.3.1	Blickverlauf	565
8.3.2	Wirkung	566
8.3.3	Hierarchie	573
8.3.4	Gliederung	575
8.3.5	Anordnung	576
8.3.6	Proportion	580
8.3.7	Kontrast	580
8.3.8	Balance	582
8.3.9	Ausrichtung	584
8.3.10	Wiederholung und Rhythmus	592
8.3.11	Weißraum	594
8.3.12	Gestaltungsraster	595
8.4	Bildkomposition	596
8.4.1	Statische und dynamische Bilder	596
8.4.2	Symmetrische oder asymmetrische Komposition	597
8.4.3	Anschnitt	602
8.4.4	Über den Tellerrand	606



9 Kommunikationsdesign 608

9.1	Idee und Konzeption	610
9.1.1	Analyse und Recherche	610
9.1.2	Idee	623
9.2	Visuelle Kommunikation	629
9.2.1	Die Funktion visueller Kommunikation	632
9.2.2	Visuelle Sprache	633
9.2.3	Visuelle Codes	636
9.2.4	Semiotik	636
9.2.5	Zeichen	645
9.2.6	Typografische Zeichen	646
9.2.7	Symbol	647
9.2.8	Piktogramm	649
9.2.9	Ideogramm	650
9.3	Logogramm	651
9.3.1	Ikonen	652
9.3.2	Kommunikation im Logodesign	655
9.4	Bilder	658
9.4.1	Mensch im Bild	658
9.5	Storytelling	665
9.5.1	Image und Markenmythos	666
9.5.2	Storytelling in der Gestaltung von Werbung	668

10 Corporate Design 682

10.1	Corporate Identity (CI)	683
10.1.1	Corporate Behaviour (CB)	684
10.1.2	Corporate Communication (CC)	684
10.1.3	Corporate Design (CD)	684
10.1.4	Image	685
10.1.5	CI-Modell	686
10.1.6	Leitbild	686
10.1.7	Claim	688

10.1.8	Slogan	690
10.2	Marke und Branding	691
10.2.1	Branding und Corporate Identity	692
10.2.2	Markenpositionierung	693
10.2.3	Brand Identity	693
10.2.4	Visual Identity	694
10.2.5	Der wirtschaftliche Wert von Marken	695
10.2.6	Marke als strategisches System	696
10.2.7	Was bringt Corporate Design?	696
10.3	Kernelemente des Corporate Designs	701
10.3.1	Das Logo	701
10.3.2	Die Farben	744
10.3.3	Schrift und Typografie	750
	Index	752

