

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	Gestaltgesetze 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	177
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	301
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

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

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

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

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, Ausschließen und Beschnittzugabe	685
10.7.1	Druckbogen	686
10.7.2	Nutzen	686
10.7.3	Bindung	687
10.7.4	Ausschließen	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