

# Inhalt

Vorwort .....	17
---------------	----

## 1 Grundlagen der Gestaltung

1.1	<b>Das Druckerzeugnis gibt den Ton an .....</b>	20
	Variablen bei der Gestaltung .....	21
	Erste Frage: Um welche Art des Lesens handelt es sich? .....	21
	Zweite Frage: Wie sind die Leseumstände? .....	21
	Dritte Frage: Welche Zielgruppe und welcher Inhalt? ...	22
	Vierte Frage: Welche Absicht steht dahinter? .....	24
	Alle Antworten gefunden? .....	25
1.2	<b>Für jede Leseart die richtige Typografie .....</b>	25
	Das lineare Lesen .....	25
	Ästhetische und optische Auszeichnungen .....	25
	Das informierende Lesen .....	26
	Das konsultierende Lesen .....	26
	Das differenzierende Lesen .....	27
	Das inszenierende Lesen .....	28
1.3	<b>Reihenfolge der Gestaltung .....</b>	29
	Die Reihenfolge einhalten .....	29
	Konservativ oder ausgefallen? .....	32
	Kreativ sein, und dann? .....	32
	Die Idee und ihre Umsetzung .....	32
1.4	<b>Die erste Grundregel: Blickfang .....</b>	34
	Aufmerksamkeit gewinnen .....	34
	Professionell und entschlossen .....	35
	Geeignete Blickfang-Objekte .....	36
	Der ästhetische Blickfang .....	37
	Der optische Blickfang .....	37
	Nicht konkurrieren, sondern ergänzen .....	39
	Falsche Eitelkeit .....	40

<b>1.5</b>	<b>Die zweite Grundregel: Gruppen</b> .....	41
	Was zusammengehört, soll zusammenstehen .....	41
	Minimale Änderungen mit großer Wirkung .....	42
	Zwischenüberschriften zuordnen .....	43
<b>1.6</b>	<b>Die dritte Grundregel: Wiedererkennung</b> .....	45
	Wiederholung bedeutet Konsistenz .....	45
	Wiederholung von Stilelementen .....	46
	Wiedererkennung durch Logos .....	46
	Durch Sehgewohnheiten Sicherheit schaffen .....	49
	In der Werbung .....	49
	»Print wirkt« beweist Gewohnheiten .....	49
<b>1.7</b>	<b>Auf den Punkt: Gestaltungsgrundlagen</b> .....	52
	Variablen bei der Gestaltung.....	52
	Grundregeln der Gestaltung .....	53

## 2 Layout

<b>2.1</b>	<b>Wie wirkt eine Seite?</b> .....	56
	Freier Raum lässt Platz zum Atmen .....	56
	Am Anfang steht das Scribbeln .....	57
<b>2.2</b>	<b>Wie finde ich das optimale Format?</b> .....	57
	Entscheidung für die Grundfläche .....	57
	Verschiedene Formate, unterschiedliche Wirkungen ...	58
	DIN-Formate .....	59
	DIN-A-Reihe .....	59
	DIN und Norm bei Briefbögen .....	60
	Der Briefbogen nach DIN .....	60
	Flyer im DIN-Format .....	62
	DIN B, DIN C und DIN D .....	63
<b>2.3</b>	<b>Optimales Teilungsverhältnis: Goldener</b>	
	<b>Schnitt und Co.</b> .....	63
	Der Goldene Schnitt .....	63
	Die Suche nach dem Goldenen Schnitt .....	64
	Zahlenreihe nach Fibonacci .....	65
	Fibonacci oder Goldener Schnitt? .....	65

<b>2.4</b>	<b>Wie entsteht ein Satzspiegel?</b>	66
	Stegbreiten	66
	Viele Wege führen zum Satzspiegel	68
	Freier Satzspiegel mit Zahlenreihe (DIN)	68
	Freier Satzspiegel nach dem Goldenen Schnitt/Fibonacci	69
	Freier Satzspiegel mit Diagonalkonstruktion	70
	Fester Satzspiegel mit Diagonalkonstruktion	71
	Fester Satzspiegel mit Neunerteilung	71
	Welche Methode eignet sich am besten?	72
	Verschiedene Satzspiegel, unterschiedliche Wirkungen	73
	Für Fortgeschrittene: Tatsächliche Höhe eines Satzspiegels	73
	Satzspiegel mit Marginalienspalte	74
<b>2.5</b>	<b>Das Gestaltungsraster</b>	76
	Was nutzt uns ein Gestaltungsraster?	76
	Wie entsteht ein Gestaltungsraster?	76
	Grob oder fein	78
	Kreativität in Ketten?	79
	Lesefluss hat Vorrang	80
<b>2.6</b>	<b>Das Grundlinienraster – noch ein Raster?</b>	81
	Gute Gründe für das Grundlinienraster	81
	Der prüfende Blick	81
<b>2.7</b>	<b>In sechs Schritten zum Gestaltungsraster</b>	82
<b>2.8</b>	<b>Wozu Spalten – und wie viele?</b>	86
	Lesbarkeit	86
	Ein- und zweispaltige Layouts	88
	Das drei-, vier- und fünfspaltige Layout	88
<b>2.9</b>	<b>Tipps für ein professionelles Layout</b>	90
	Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile	90
	Das Zusammenspiel von Satzspiegel und Bildformat	92
	Überlagerte Raster	93
	Gruppen definieren, Abstände schaffen	94
<b>2.10</b>	<b>Seiten im Web</b>	96
	Nicht mit Unnützem ablenken	96

Größe und Format .....	97
Das Raster im Web .....	98
Zentriertes Layout .....	98
Responsive Design .....	100
Single Page Design .....	102
Bilder im Rahmen .....	102
<b>2.11 Auf den Punkt: Layout .....</b>	<b>104</b>

### 3 Formen

<b>3.1 Welche Wirkung haben Formen? .....</b>	<b>108</b>
Flächen und Grundformen .....	108
Die Wirkung des Quadrats .....	108
Die Wirkung des Dreiecks .....	109
Die Wirkung des Kreises .....	110
Die Wirkung von Linien .....	111
Wie nutze ich die Wirkung von Formen? .....	112
Formen im Logodesign .....	112
Entwicklung neuer Formen .....	112
<b>3.2 Die richtige Gewichtung .....</b>	<b>113</b>
Das visuelle Gewicht .....	113
Hierarchie durch Gewicht .....	114
Nicht zwingend interessant .....	114
Wie nutze ich den Effekt des visuellen Gewichts? .....	114
<b>3.3 Gestaltgesetze .....</b>	<b>116</b>
Das Gesetz der Nähe .....	116
Das Gesetz der Ähnlichkeit .....	118
Das Gesetz der Geschlossenheit .....	119
Das Gesetz der Kontinuität .....	120
Das Gesetz der Erfahrung .....	121
Das Figur-Grund-Gesetz (Rubin'sche Vase) .....	122
Vordergrund und Hintergrund .....	122
<b>3.4 Anordnung und Kombination .....</b>	<b>122</b>
Jedem sein Plätzchen .....	122
Die optische Mitte .....	123
Wie verteilen wir die Objekte? .....	124

	Das Bedürfnis nach Harmonie .....	126
	Harmonie durch Gleiches, Disharmonie durch Verschiedenes .....	126
	Achsen suchen und finden .....	126
	Symmetrie und Asymmetrie .....	128
	Bewegung und ihre Richtung .....	130
<b>3.5</b>	<b>Formen im Web</b> .....	131
	Bedeutung von Formen .....	131
	Es ist immer noch rund .....	132
	Rahmen auf Websites .....	133
	Die passenden Symbole .....	135
<b>3.6</b>	<b>Auf den Punkt: Formen</b> .....	135

## 4 Farben

<b>4.1</b>	<b>Wieso wirken Farben?</b> .....	140
	Farbe in der Werbung .....	140
	Psychologie und Symbolik .....	141
	Kultur und Tradition .....	142
	Schwingungen .....	142
	Was passt zu mir? .....	142
	Farbe als Medizin .....	143
<b>4.2</b>	<b>Farbräume</b> .....	143
	Moderne Farbenlehre .....	144
	Farbwert, Sättigung, Helligkeit (HSB) .....	144
	Additive Farbmischung (RGB) .....	145
	Monitor und Fernseher .....	145
	Subtraktive Farbmischung (CMYK und andere) .....	146
	Farbmusterbücher .....	147
	RGB oder CMYK? .....	147
	Sonderfarben .....	148
	Fünfte Farbe .....	148
	Sonderfarbe und Reproduzierbarkeit .....	149
	Rechenbeispiel .....	149
	Vier plus .....	149

<b>4.3</b>	<b>Der Farbkreis</b>	150
	Isaac Newton	150
	Johann Wolfgang von Goethe	150
	Johannes Itten	151
	Basis Farbkreis	151
	Verwandte und komplementäre Farben	151
<b>4.4</b>	<b>Farbkontrast</b>	152
	Farbkontraste nach Itten	152
	Kontraste in der Praxis	155
<b>4.5</b>	<b>Farbharmonie</b>	156
	Harmonischer Blickfang	156
	Komplementäre Farbharmonien	156
	Winkelharmonie	156
	Harmonischer Dreiklang	157
	Harmonie mit mehr Farben	158
	Monochrom	158
	Nicht immer nach Vorgabe wählen	158
	Wie viele hätten's denn gern?	158
	Objektabhängige Farbwahl	159
	Gestalterisch kritisch – der Verlauf	159
<b>4.6</b>	<b>Wie Farben wirken</b>	160
	Die fünf Punkte von Itten zur Wirkung	161
	Grundsätze zur Farbwirkung	161
	Die Farbe Gelb	162
	Die Farbe Rot	164
	Die Farbe Blau	166
	Die Farbe Grün	168
	Die Farbe Orange	170
	Die Farbe Violett	172
	Die Farbe Braun	174
	Die Unbunt-Farbe Schwarz	176
	Die Unbunt-Farbe Weiß	178
<b>4.7</b>	<b>Farbwahl am Beispiel</b>	180
	1. Beispiel: Sport und Gesundheit	180
	2. Beispiel: Naturholzmöbel	181
	Die richtige Farbe finden	182
	Die Farbe in unseren Grundregeln	183

<b>4.8</b>	<b>Farbe im Webdesign</b>	184
	Übersicht an erster Stelle	184
	Weniger ist mehr	185
	Die Farbwahl für das Web	185
	Der Transparenz-Trend	187
	Für genügend Kontrast sorgen	188
	Weniger Einfluss	189
	Websichere Farben	189
<b>4.9</b>	<b>Auf den Punkt: Farbe</b>	190

## 5 Bilder

<b>5.1</b>	<b>Ein Bild, was ist das eigentlich?</b>	194
	Infografiken	194
	Piktogramme und Symbole	195
	Die Fotografie	196
<b>5.2</b>	<b>Woher nehmen und nicht stehlen?</b>	196
	Bildagenturen für Groß und Klein	196
	Lizenzfrei und lizenzpflichtig	197
<b>5.3</b>	<b>Die Bildwirkung</b>	198
	Die Kunst, mit Bildern Stimmungen einzufangen	198
	Die Fotografie und ihre Wirkung	198
	Der Bildabgleich mit dem Gedächtnis	199
	Ein Bild weckt Emotionen	199
	Die gefährliche Macht der Bilder	200
	Das fotografische Auge	200
	Unterschiede zwischen Kamera und Auge	201
	Regeln für die Aufnahme	202
	Die Konzentration auf das Motiv	203
	Das Format finden	204
	Bildaufteilung mit Dreiteilung und Goldenem Schnitt	206
	Ausschnitt und Perspektive	208
	Licht und Schatten	210
	Tiefe, Kontrast, Schärfe	211

	Bildwirkung am Beispiel Porträt .....	212
	Blickrichtung .....	214
	Serienbilder .....	215
<b>5.4</b>	<b>Die Technik dahinter .....</b>	<b>216</b>
	Pixeldaten .....	216
	Auflösung für den Druck .....	217
	Raster im Druck .....	218
	Auflösung für das Internet .....	218
	Vektordaten .....	218
	Format für den Druck: TIFF .....	219
	Format für den Druck: EPS .....	220
	Unbehandelt: RAW und DNG .....	220
	Der Allrounder: PDF .....	221
<b>5.5</b>	<b>Bilder im Web .....</b>	<b>222</b>
	Header oder Schmuck .....	222
	Bildertechnik .....	223
	Das animierte GIF .....	223
	PNG mit Transparenzen .....	223
	JPEG, das Komprimierte .....	224
	SVG und SWF .....	225
<b>5.6</b>	<b>Auf den Punkt: Bilder .....</b>	<b>226</b>

## 6 Schrift

<b>6.1</b>	<b>Schriften wirken .....</b>	<b>230</b>
	Die Stimme der Schrift .....	230
	Weitere Faktoren zur Schriftwirkung .....	232
<b>6.2</b>	<b>Welche Schriften gibt es? .....</b>	<b>232</b>
	Die Schriftklassifikation .....	232
	1. Klasse: Venezianische Renaissance-Antiqua .....	233
	2. Klasse: Französische Renaissance-Antiqua (Mediäval) .....	234
	3. Klasse: Barock-Antiqua .....	235
	4. Klasse: Klassizistische Antiqua .....	236
	5. Klasse: Serifenbetonte Linear-Antiqua .....	237
	6. Klasse: Serifenlose Linear-Antiqua .....	238

7. Klasse: Antiqua-Varianten .....	239
8. Klasse: Schreibschriften .....	240
9. Klasse: Handschriftliche Antiqua .....	241
10. Klasse: Gebrochene Schriften .....	242
<b>6.3 Die richtige Schrift wählen .....</b>	<b>244</b>
Die Lesbarkeit .....	244
Nicht lesefreundlich .....	245
Die Größe der Schrift .....	246
Die Wirkung der Schrift .....	248
Die Einprägsamkeit .....	250
Das Angebot .....	251
Freeware und Shareware .....	252
Hochwertige Lizenzschriften .....	252
<b>6.4 Schriften kombinieren .....</b>	<b>253</b>
Die Grundlagen des Bleisatzes .....	253
1. Mischregel: Genügend Unterschiede .....	254
2. Mischregel: Ähnliche Strukturen .....	256
3. Mischregel: Schriften innerhalb einer Familie .....	258
4. Mischregel: Die Größe beachten .....	260
5. Mischregel: Maximal drei Schriften .....	262
<b>6.5 Texte gestalten .....</b>	<b>266</b>
Ansprechende Gestaltung von Text .....	266
Schriftwahl und -größe .....	266
Der Zeichenabstand .....	268
Der Wortabstand .....	270
Laufweite und Wortzwischenräume vergrößern .....	270
Die Zeilenlänge .....	272
Spalten und Spaltenabstand .....	274
Die richtige Größe des Zeilenabstands .....	276
Die verschiedenen Ausrichtungen .....	278
Freude über freie Räume .....	280
Farbe und Kontrast .....	281
Kurzer Überblick über die Faktoren zur Lesbarkeit .....	284
<b>6.6 Gliedern schafft Überblick .....</b>	<b>285</b>
Möglichkeiten zur Gliederung .....	285
Besonderheiten bei größeren Textmengen .....	286

<b>6.7</b>	<b>Effekte</b>	288
	Die Schrift verzerren	288
	Rund- und Formsatz	290
	Formen umfließen	291
	Farbverläufe im Text	292
	Die rote Liste in der Praxis	292
<b>6.8</b>	<b>Schrift im Web</b>	294
	Die Schriftproblematik	294
	Schrift als Grafik	295
	CSS3 und die @font-face-Regel	296
	Struktur und Textmenge	297
	Zeilenlänge, -abstand und Laufweite	297
	Ausrichtung	298
	Typo-Trends	299
	Fehler und Tipps	300
<b>6.9</b>	<b>Schrifttechnik</b>	303
	Die Programmiersprache PostScript	303
	TrueType	303
	OpenType	304
<b>6.10</b>	<b>Schriftpraxis am Beispiel</b>	306
	1. Beispiel: Redesign einer Anzeige	306
	2. Beispiel: Plakat gestalten	308
<b>6.11</b>	<b>Auf den Punkt: Schrift</b>	312

## 7 Ausgabe

<b>7.1</b>	<b>Farbwiedergabe im Druck</b>	316
	Farbe und Licht	316
	Farbe und Druck	316
	Farbe und Papier	317
	Farbwiedergabe im Druck optimieren	317
	Farbmusterbücher	318
<b>7.2</b>	<b>Farbmanagement</b>	318
	Kalibrierung	318
	Geräteabhängiger Farbraum	319

	Geräteunabhängiger Farbraum .....	319
	CIELab .....	320
	Farbprofil .....	320
<b>7.3</b>	<b>Farbe in Photoshop und InDesign .....</b>	<b>321</b>
	Vorgaben .....	321
	Grundsätzliche Empfehlungen .....	321
	Großer Farbumfang .....	321
	Für die Ausgabe kontrollieren .....	322
	Farben in InDesign .....	322
	Separation .....	323
	Separationsvorschau .....	324
	Transparenzen .....	324
	Transparenz reduzieren .....	324
	Zeitpunkt der Reduzierung .....	325
	InDesign und Acrobat Pro .....	326
	Native Transparenz .....	326
	Kritische Anwendungen .....	326
<b>7.4</b>	<b>Drucktechnische Besonderheiten .....</b>	<b>327</b>
	Aussparen, Überdrucken .....	327
	Blitzer und Anschnitt .....	328
	Schwarz überdrucken .....	328
	Besonderheiten bei Farbbildern .....	329
	Tonwert- oder Punktzuwachs .....	329
	Gesamtfarbauftrag .....	330
	Unbuntaufbau .....	330
<b>7.5</b>	<b>Papier .....</b>	<b>331</b>
	Format .....	331
	Laufrichtung .....	331
	Ungestrichenes Papier .....	332
	Gestrichenes Papier .....	333
	Vor- und Nachteile .....	333
	Papiergewicht oder Grammatur .....	334
	Grammatur-Standards .....	334
	Tinten- und Laserdrucker .....	334
	Bindung .....	335
	Verschiedene Methoden .....	335

<b>7.6</b>	<b>Datenübergabe per PDF</b>	336
	Dateiformat PDF	336
	Was ist ein PDF?	336
	Offene Datei	337
	Beschränktes Editieren des PDF	337
	PDF erstellen	337
	Export-Settings	338
	Offene Datei weitergeben	338
<b>7.7</b>	<b>Häufige Fehler bei der PDF-Erstellung</b>	339
	Bilder	339
	Strichzeichnungen	339
	Maximaler Farbauftrag	339
	Farbnamen	339
	Farbauszüge	339
	Transparenz	340
	Schriften	340
	Linienstärke	340
	Überfüllen	340
	Anschnitt	340
	Bundzuwachs	340
<b>7.8</b>	<b>Auf den Punkt: Ausgabe</b>	341
	Ergänzender Bildnachweis	345
	Index	347