

Markus Wäger

# Grafik und Gestaltung

Das umfassende Handbuch

# Auf einen Blick

1	<b>Grundlagen</b> .....	27
2	<b>Form</b> .....	43
3	<b>Farbe</b> .....	125
4	<b>Bild</b> .....	221
5	<b>Schrift</b> .....	261
6	<b>Textsatz und Lesetypografie</b> .....	353
7	<b>Gestaltungsraster</b> .....	427
8	<b>Corporate Design</b> .....	473
9	<b>DTP und Druckvorstufe</b> .....	521

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	13
<b>Einleitung</b> .....	17
Kunst und Design .....	17
Kernpunkte des Grafikdesigns .....	19
Wie lernt man gestalten? .....	19
Das wichtigste Werkzeug ist der Kopf .....	24
<b>1 Grundlagen</b> .....	27
1.1 Regeln und wozu sie da sind .....	27
1.2 Design – reine Geschmacksache? .....	29
1.3 Kriterien guten Grafikdesigns .....	31
1.3.1 Funktion und Ästhetik .....	33
1.3.2 Harmonie und Kontrast .....	34
1.3.3 Weniger ist mehr .....	35
1.4 Gestaltgesetze der Wahrnehmung .....	36
1.4.1 Das Gesetz der Nähe .....	36
1.4.2 Das Gesetz der Kontinuität .....	37
1.4.3 Das Gesetz der Geschlossenheit .....	38
1.4.4 Das Gesetz der Gleichheit .....	38
1.4.5 Interferenzeffekte .....	39
1.4.6 Hicks Gesetz .....	40
1.4.7 KISS .....	40
1.4.8 Authentizität .....	40
1.5 Der Designer ist ein Uhrmacher .....	41
<b>2 Form</b> .....	43
2.1 Die Grundfläche .....	43
2.1.1 Überlegungen zum richtigen Format .....	43
2.1.2 Grundlage der grafischen Gestaltung .....	46
2.1.3 Das Format – hoch oder quer? .....	62
2.2 Der Punkt .....	65
2.3 Die Linie .....	68
2.4 Die Fläche .....	74
2.5 Proportion und Seitenverhältnis .....	86
2.5.1 Das Format in der Fotografie .....	86
2.5.2 Der Goldene Schnitt .....	86
2.5.3 Fibonacci-Reihe .....	90

2.5.4	x:y-Proportionen .....	91
2.5.5	DIN A .....	96
2.6	Anordnung und Gewichtung .....	98
2.6.1	Platzierung und optische Wirkung .....	98
2.6.2	Optische Mitte .....	100
2.6.3	Gewichtung und visuelles Gleichgewicht ...	102
2.6.4	Statik und Dynamik .....	106
2.7	Symbolik und Assoziation .....	109
2.8	Perspektive und räumliche Wirkung .....	116
<b>3</b>	<b>Farbe</b> .....	<b>125</b>
3.1	Was ist Farbe? .....	125
3.1.1	Psychologische Grundfarben .....	125
3.1.2	Bunte und unbunte Farben .....	126
3.1.3	Unterschiedliches Farbempfinden .....	126
3.1.4	Simultan-Kontrast .....	132
3.1.5	Farbkreise und Farbspektrum .....	134
3.1.6	Rezeptoren im Auge .....	136
3.2	RGB- und CMYK-Farbraum .....	137
3.2.1	Pigmentfarben und subtraktive Farbwiedergabe .....	138
3.2.2	CMYK-Farbraum .....	141
3.2.3	Farbräume .....	143
3.2.4	CMY-Farbkanäle .....	144
3.2.5	RGB-Farbraum .....	144
3.2.6	Von der Theorie zur Praxis (und damit zu den Problemen) .....	150
3.3	Weitere Farbräume .....	151
3.3.1	L*a*b* .....	151
3.3.2	HSB .....	152
3.4	Farbe, Helligkeit, Sättigung .....	154
3.5	Tonwert .....	157
3.5.1	Tonwert einer Farbe .....	157
3.6	Farbkreise .....	162
3.6.1	Wozu brauchen wir Farbkreise? .....	163
3.6.2	Komplementärfarben .....	164
3.6.3	Erweiterte Farbkreise .....	164
3.7	Farbkontraste .....	167
3.7.1	Der Farbe-an-sich-Kontrast .....	167
3.7.2	Der Hell-Dunkel-Kontrast .....	168
3.7.3	Der Kalt-Warm-Kontrast .....	170
3.7.4	Der Komplementär-Kontrast .....	172
3.7.5	Der Simultan-Kontrast .....	176
3.7.6	Der Qualitätskontrast .....	176

3.7.7	Der Quantitätskontrast .....	178
3.7.8	Der Bunt-Unbunt-Kontrast .....	179
3.8	Farbharmonien .....	179
3.8.1	Harmonischer Farbendreiklang .....	181
3.8.2	Komplementärer Farbendreiklang .....	182
3.8.3	Harmonischer Vierklang, Quadrat .....	183
3.8.4	Harmonischer Vierklang, Rechteck .....	183
3.8.5	Komplementäre Farbharmonien .....	184
3.8.6	Monochromatische Farbharmonie .....	185
3.8.7	Analoge Farbharmonien .....	186
3.8.8	Farbhilfen .....	190
3.9	Farben und was wir mit ihnen verbinden .....	191
3.9.1	Lieblingsfarben .....	192
3.9.2	Assoziationen zu Farbkombinationen .....	194
3.9.3	Die wichtigsten Farben .....	195
3.9.4	Farben und ihre Bedeutung .....	196
3.9.5	Rot .....	196
3.9.6	Blau .....	199
3.9.7	Grün .....	202
3.9.8	Gelb .....	205
3.9.9	Orange .....	208
3.9.10	Violett .....	210
3.9.11	Rosa .....	211
3.9.12	Braun .....	213
3.9.13	Schwarz .....	215
3.9.14	Weiß .....	217
3.9.15	Grau .....	218
<b>4</b>	<b>Bild</b> .....	221
4.1	Bildgestaltung .....	221
4.1.1	Auch Bildgestaltung ist Design .....	228
4.1.2	Im Zentrum steht der Mensch .....	229
4.1.3	Bilder in der Unternehmenskommunikation .....	235
4.1.4	Face-ism-Index .....	237
4.1.5	Anschnitt .....	238
4.1.6	Bilder brauchen Fleisch .....	242
4.1.7	Immer auf Augenhöhe .....	242
4.1.8	Bildkomposition .....	244
4.1.9	Farbtemperatur und Bildaussage .....	246
4.1.10	Bildwirkung: leicht oder schwer? .....	247
4.1.11	Architektur und Froschperspektive .....	248
4.1.12	Wechselnde Trends in der Fotografie .....	249
4.1.13	Bildmanipulation – was ist erlaubt? .....	250
4.1.14	Fazit Bildgestaltung .....	252

4.2	Schärfe und Schärfentiefe .....	253
4.2.1	Unschärfe .....	253
4.2.2	Schärfentiefe .....	255
4.2.3	Interpolation .....	256
4.3	Wie kommt man an Bilder? .....	257
4.3.1	Klassische Bildagenturen .....	257
4.3.2	Lizenzfreie Bilder .....	258
<b>5</b>	<b>Schrift</b> .....	<b>261</b>
5.1	Geschichte der Schrift .....	262
5.1.1	Hieroglyphen und Piktogramme .....	262
5.1.2	Die Keilschrift der Sumerer .....	265
5.1.3	Phönizier und Griechen .....	266
5.1.4	Rom und die lateinische Schrift .....	267
5.1.5	Schriftentwicklung im Mittelalter .....	268
5.1.6	Die Erfindung des Buchdrucks .....	272
5.1.7	Buchdruck in Italien und Antiqua .....	272
5.1.8	Venezianische Renaissance-Antiqua .....	276
5.1.9	Französische Renaissance-Antiqua .....	278
5.1.10	Klassizistische Antiqua .....	281
5.1.11	Übergangsansiqua oder Barock-Antiqua .....	287
5.1.12	Serifenbetonte Antiqua .....	288
5.1.13	Serifenlose Antiqua .....	290
5.1.14	Konstruierte Schriften .....	291
5.1.15	Serifenlose Schriften nach dem Vorbild der Renaissance-Antiqua .....	291
5.1.16	Die digitale Revolution .....	292
5.1.17	Schrift am Bildschirm .....	293
5.2	Schriften und der feine Unterschied .....	295
5.3	Schriftgruppen nach DIN 16518 .....	298
5.3.1	Gruppe I: Venezianische Renaissance-Antiqua .....	298
5.3.2	Gruppe II: Französische Renaissance-Antiqua .....	300
5.3.3	Gruppe III: Barock-Antiqua .....	302
5.3.4	Gruppe IV: Klassizistische Antiqua .....	304
5.3.5	Gruppe V: Serifenbetonte Linear-Antiqua ...	306
5.3.6	Gruppe VI: Serifenlose Linear-Antiqua .....	308
5.3.7	Gruppe VII: Antiqua-Varianten .....	312
5.3.8	Gruppe VIII: Schreibschriften .....	314
5.3.9	Gruppe IX: Handschriftliche Antiqua .....	315
5.3.10	Sinn und Zweck der DIN-Norm .....	316
5.4	Schriftgruppen-Matrix .....	317
5.4.1	Hauptgruppen .....	319

5.4.2	Untergruppen nach Formprinzipien .....	320
5.4.3	Text oder dekorativ? .....	323
5.5	Schriften mischen .....	324
5.5.1	Darf man mehr als zwei Schriften mischen? .....	325
5.5.2	Schriften nach dem Rezept der Matrix mischen .....	327
5.5.3	Niemals horizontal mischen! .....	331
5.5.4	Text-dekorativ-Mischungen .....	332
5.5.5	Schriftsippen .....	333
5.5.6	Schriften von demselben Designer .....	334
5.6	Der Grafikdesigner als Setzer .....	335
5.6.1	Setzmaschinen .....	335
5.6.2	Fotosatz .....	336
5.6.3	Satz am Computer .....	336
5.6.4	Wichtige Fachbegriffe .....	337
<b>6</b>	<b>Textsatz und Lesetypografie .....</b>	<b>353</b>
6.1	Für wen setzen wir? .....	354
6.1.1	Unterschiedliche Zielgruppen .....	354
6.1.2	Senioren .....	354
6.1.3	Kinder und Leseanfänger .....	356
6.2	Was wird wie gelesen? .....	358
6.2.1	Buchtypografie .....	358
6.2.2	Magazine .....	360
6.2.3	Zeitungen .....	361
6.2.4	Inserat und Anzeige .....	362
6.2.5	Folder und Broschüren .....	363
6.2.6	Plakate, Poster und Transparente .....	364
6.2.7	Geschäftsausstattung .....	365
6.2.8	Verpackungen .....	366
6.2.9	Internet .....	367
6.3	Wie wird gelesen? .....	372
6.3.1	Lineares Lesen .....	372
6.3.2	Informierendes Lesen .....	373
6.3.3	Differenzierendes Lesen .....	374
6.3.4	Konsultierendes Lesen .....	375
6.4	Mengentext lesefreundlich gestalten .....	376
6.4.1	Schriftart .....	376
6.4.2	Schriftgrad .....	379
6.4.3	Zurichtung und Satzbild .....	383
6.4.4	Laufweite .....	387
6.4.5	Satzbreite .....	390
6.4.6	Zeilenabstand .....	392
6.4.7	Satzarten .....	395

6.4.8	Hinter- und Untergrund .....	399
6.4.9	Die Kraft guter Typografie .....	403
6.4.10	Zusammenfassung: lesefreundlicher Mengentext .....	405
6.5	Titel und Überschriften .....	407
6.5.1	Überschriftenhierarchie .....	407
6.5.2	Überschriften formatieren .....	411
6.5.3	Headlines formatieren .....	413
6.6	Textauszeichnung .....	416
6.6.1	Passive und aktive Auszeichnungsformen ...	417
6.7	Einige Mikrotypografische Dos und Don'ts .....	418
6.7.1	Textformatierung .....	419
6.7.2	Umbruch .....	423
6.7.3	Striche .....	424
6.7.4	Anführungen .....	424
6.7.5	Satzzeichen .....	425
6.7.6	Apostroph .....	426
<b>7</b>	<b>Gestaltungsraster</b> .....	427
7.1	Grundlagen und Grundelemente .....	429
7.1.1	Einfacher Buchsatzspiegel .....	430
7.1.2	Paginierung .....	433
7.1.3	Mehrspaltiger Satzspiegel .....	435
7.1.4	Spaltenabstand und Spaltenbreite .....	441
7.1.5	Grundlinienraster .....	443
7.2	Komplexe Gestaltungsraster .....	449
7.2.1	Raster ohne Spaltenabstand .....	456
7.2.2	Spezialfall Bildband .....	459
7.3	Gestaltungsraster entwickeln .....	462
7.3.1	Zwei Gestaltungsraster für alle Fälle .....	469
7.4	Gestaltungsraster im Webdesign .....	470
<b>8</b>	<b>Corporate Design</b> .....	473
8.1	Was ist Corporate Design? .....	478
8.1.1	Was ist Corporate Identity? .....	479
8.2	Was bringt Corporate Design? .....	483
8.2.1	Bessere Wiedererkennung durch Corporate Design .....	484
8.2.2	Effizientere Gestaltung durch Corporate Design .....	487
8.3	Die drei Basisbausteine .....	488
8.3.1	Das Logo .....	488
8.3.2	Wer braucht ein Logo? .....	490



8.3.3	Kriterien der Logo-Gestaltung .....	491
8.3.4	Farbe und Farbraum .....	496
8.3.5	Schrift und Typografie .....	501
8.4	Weitere Bausteine .....	509
8.4.1	Sekundäre Stilelemente .....	510
8.4.2	Gestaltungsraster .....	511
8.5	Das Corporate-Design-Manual .....	514
8.5.1	Das Logo und seine Anwendung .....	514
8.5.2	Der Farbraum .....	516
8.5.3	Schrift und Typografie .....	518
8.5.4	Weniger (Regeln) ist oft mehr .....	518
<b>9</b>	<b>DTP und Druckvorstufe .....</b>	<b>521</b>
9.1	Reproduktionsverfahren .....	521
9.1.1	Hochdruck .....	521
9.1.2	Tiefdruck .....	523
9.1.3	Offsetdruck .....	523
9.1.4	Digitaldruck .....	525
9.1.5	Siebdruck .....	528
9.1.6	Plotter .....	529
9.2	Belichtung und Separation .....	529
9.2.1	Farben am Bildschirm und im Rasterdruck	530
9.3	Volltonfarben .....	534
9.3.1	Vorteile von Volltonfarben .....	535
9.3.2	Einsatzbereiche für Volltonfarben .....	539
9.3.3	Volltonfarbensysteme .....	540
9.3.4	Pantone-Farben in CMYK umwandeln .....	544
9.4	Aussparen, Überdrucken und Überfüllen .....	544
9.4.1	Aussparen .....	544
9.4.2	Überdrucken .....	546
9.4.3	Von Blitzern und Überfüllern .....	547
9.4.4	Tiefschwarz .....	557
9.5	Bindung, Ausschließen und Beschnittzugabe .....	558
9.5.1	Druckbogen .....	559
9.5.2	Bindung .....	560
9.5.3	Ausschließen .....	564
9.5.4	Beschnittzugabe .....	567
9.6	Weiterverarbeitung und Veredelung .....	569
9.6.1	Papiersorte und Grammaturn .....	569
9.6.2	Weiterverarbeitung .....	570
9.6.3	Veredelung .....	571
9.7	Farbmanagement .....	573
9.7.1	Probleme der Farbwiedergabe am Monitor	573
9.7.2	Monitorkalibrierung .....	574

9.7.3	Farbwiedergabe im Druck .....	576
9.7.4	Arbeitsfarbräume .....	578
9.8	Proof .....	583
9.8.1	Farbmanagement in XPress, InDesign und Illustrator .....	584
9.9	Bilder und Pixel .....	584
9.10	Auflösung .....	585
9.10.1	Bildauflösung .....	585
9.10.2	Ausgabeauflösung .....	586
9.10.3	Ausgabeauflösung und Rasterdruck .....	588
9.10.4	Druckauflösung und Ausgabeauflösung in der Praxis .....	593
9.11	Vektorgrafik .....	596
9.11.1	Ankerpunkte und Pfade .....	596
9.11.2	Attribute .....	597
9.11.3	Vorteile und Grenzen von Vektorgrafiken ...	598
9.11.4	Einsatzbereiche von Vektorgrafiken .....	599
9.12	Datenübergabe und PDF-Erzeugung .....	600
9.12.1	PDF-Erzeugung .....	601
	Index .....	608