

Komplett
in Farbe

Grafik und Gestaltung
Das umfassende Handbuch

Layout

Markus
Wäger

mit



Markus Wäger

Grafik und Gestaltung

Das umfassende Handbuch

- Perfekte Drucksachen erstellen: Form, Farbe, Schrift und Bild
- Alle Prinzipien und Layouttechniken sicher im Griff
- DTP-Grundlagen: Auflösung, Farbmanagement, Druckverfahren u. v. m.

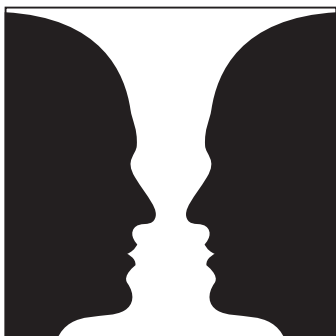
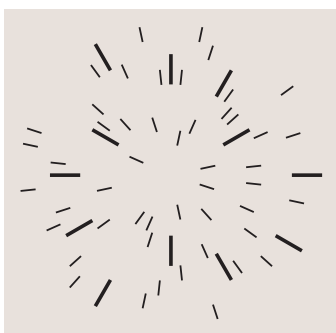


Auf einen Blick

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

Inhalt

Vorwort	13
Einleitung	17
Kunst und Design	17
Kernpunkte des Grafikdesigns	19
Wie lernt man gestalten?	19
Das wichtigste Werkzeug ist der Kopf	24
1 Grundlagen	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
2 Form	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
3	Farbe	125
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



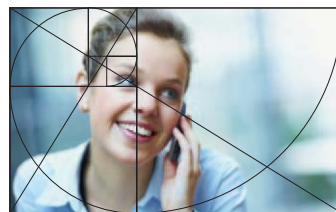
Kontrast



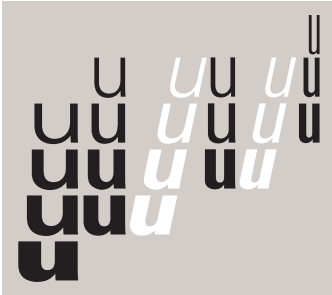
	3.7.7	Der Quantitätskontrast	178
	3.7.8	Der Bunt-Unbunt-Kontrast	179
3.8		Farbharmonien	179
	3.8.1	Harmonischer Farbendreiklang	181
	3.8.2	Komplementärer Farbendreiklang	182
	3.8.3	Harmonischer Vierklang, Quadrat	183
	3.8.4	Harmonischer Vierklang, Rechteck	183
	3.8.5	Komplementäre Farbharmonien	184
	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
4		Bild	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



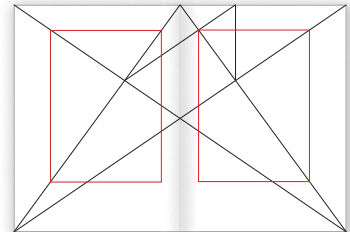
4.2	Schärfe und Schärfentiefe	253
4.2.1	Unschärfe	253
4.2.2	Schärfentiefe	255
4.2.3	Interpolation	256
4.3	Wie kommt man an Bilder?	257
4.3.1	Klassische Bildagenturen	257
4.3.2	Lizenzfreie Bilder	258
5	Schrift	261
5.1	Geschichte der Schrift	262
5.1.1	Hieroglyphen und Piktogramme	262
5.1.2	Die Keilschrift 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	Übergangantiqua 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	Schriftsippn	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
6	Textsatz und Lesetypografie	353
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



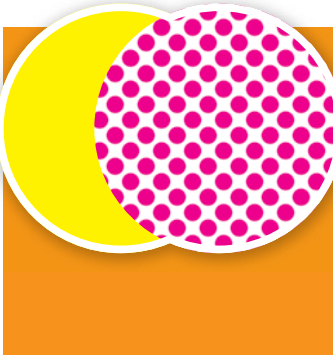
6.4.8	Hinter- und Untergrund	399
6.4.9	Die Kraft guter Typografie	403
6.4.10	Zusammenfassung: lesefreundlicher Mengentext	405
6.5	Titel und Überschriften	407
6.5.1	Überschriftenhierarchie	407
6.5.2	Überschriften formatieren	411
6.5.3	Headlines formatieren	413
6.6	Textauszeichnung	416
6.6.1	Passive und 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
7	Gestaltungsraster	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
8	Corporate Design	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



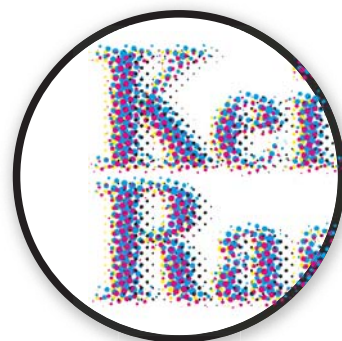


8.3.3	Kriterien der Logo-Gestaltung	491
8.3.4	Farbe und Farbraum	496
8.3.5	Schrift und Typografie	501
8.4	Weitere Bausteine	509
8.4.1	Sekundäre Stilelemente	510
8.4.2	Gestaltungsraster	511
8.5	Das Corporate-Design-Manual	514
8.5.1	Das Logo und seine Anwendung	514
8.5.2	Der Farbraum	516
8.5.3	Schrift und Typografie	518
8.5.4	Weniger (Regeln) ist oft mehr	518

9	DTP und Druckvorstufe	521
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, Ausschießen und Beschnittzugabe	558
9.5.1	Druckbogen	559
9.5.2	Bindung	560
9.5.3	Ausschießen	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



1 Grundlagen

Wie ich bereits erwähnt habe, sollen Sie die Gestaltungsregeln beachten, die sich in der Entwicklungsgeschichte des Menschen und seinem grafischen und typografischen Schaffen als wichtig und richtig herauskristallisiert haben. Typografie- und Gestaltungsregeln sind keine Kopfgeburten oder aus bloßem Jux entstanden. Es waren fast immer Notwendigkeiten, zumindest aber gab es gute Gründe, die zu den Regeln führten.

1.1 Regeln und wozu sie da sind

Wenn Sie die Regeln kennen, wird es Ihnen helfen, Druckwerke zu erzeugen, die richtig und gut verstanden werden, ästhetisch ansprechen und ihre Aufgaben erfüllen. Es werden Ihnen weniger Fehler in Konzeption und Ausführung unterlaufen. Als Draufgabe wird Ihnen das Ganze auch noch mit höherer Effizienz gelingen.

Haben Sie ein Layout nach allen Regeln der Kunst entworfen, sollten Sie sich zurücklehnen, Ihr Werk begutachten, auf sich wirken lassen und darüber nachdenken. Wenn Sie die Regeln befolgt haben, werden Sie diese in achtzig Prozent der Fälle bestätigt sehen. Dennoch wird es immer wieder vorkommen, dass Sie mit dem Resultat, das sich aus den Regeln ergeben hat, nicht ganz glücklich sind. Passiert das, dann zögern Sie nicht, das Layout zu verändern, auch wenn Sie dabei eine ganze Reihe an tradierten Regeln brechen müssen. Regeln sind dazu da, Ihnen zu helfen, und nicht, um Sie in Ihrer Kreativität einzuengen. Kennen Sie die Regeln nicht nur, sondern haben Sie sie auch verstanden, dann wissen Sie auch, *weshalb* Sie sie befolgen und warum Sie sich im Bedarfsfall über sie hinwegsetzen. So heißt es in Typografenkreisen: »Man sollte die Regeln kennen, die man bricht.«

Die Sprache der visuellen Kommunikation folgt ebenso klaren Konventionen wie die gesprochene und geschriebene Sprache. Wer sich nicht an offizielle wie inoffizielle Konventionen der Kommunikation hält, der kann sagen und schreiben, was er will

10 Thesen für besseres Design

Dieter Rams, Architekt und Innenarchitekt und bei Braun für das Produktdesign zuständig, hat 10 Regeln für besseres Design aufgestellt, die zum Großteil auch auf das Grafikdesign übertragen werden können:

- ▶ Gutes Design ist innovativ.
- ▶ Gutes Design macht ein Produkt brauchbar.
- ▶ Gutes Design ist ästhetisch.
- ▶ Gutes Design macht ein Produkt verständlich.
- ▶ Gutes Design ist unaufdringlich.
- ▶ Gutes Design ist ehrlich.
- ▶ Gutes Design ist langlebig.
- ▶ Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.
- ▶ Gutes Design ist umweltfreundlich.
- ▶ Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.

– im besten Fall wird es *keiner* verstehen. Im schlimmsten Fall hingegen führt falsches Kommunizieren zu Missverständnissen, die der eigentlichen Intention zuwiderlaufen.

Design am Computer | Leider geschieht es in Zeiten des Desktop Publishing (DTP) – des Gestaltens am Computer – und der damit verbundenen Verfügbarkeit professioneller Gestaltungsprogramme für jedermann nur zu oft, dass der Gestalter sich dazu verleiten lässt, zu glauben, dass er von den Grundlagen der Gestaltung nichts mehr wissen müsse und dass der Computer die Gestaltung für ihn übernehmen würde.

Ich erlebe es in meinen Seminaren immer wieder, dass Benutzer erwarten, die Software des Rechners würde ihnen jegliche Arbeit abnehmen – inklusive des Denkens. Dabei handelt es sich beim Computer um nichts anderes als ein sehr mächtiges, aber völlig *dummes* Werkzeug. Idee, Konzeption und Umsetzung einer klugen Visualisierung kann der Computer nicht per Knopfdruck generieren. Nur Sie, als Anwender, können den Computer mit Gefühl und Verstand dazu bringen, cleveres Design auszuspucken und am Ende der Gestaltungskette ein Resultat in Umlauf zu bringen, das seinen Zweck als ansprechendes Mittel der visuellen Kommunikation erfüllt, die Botschaft klar und unmissverständlich vermittelt und beispielsweise als Werbeträger Sympathie für eine Organisation schafft, mit der sich die angesprochene Zielgruppe gerne identifiziert.

Abbildung 1.1 ▶

Computer sind mächtige Werkzeuge. Der Gestalter darf aber nicht erwarten, dass sie Gestaltungs-Know-how ersetzen. Im Gegenteil: Der Gestalter muss heute nicht nur in Gestaltung fit sein, sondern auch die Programme korrekt bedienen können, um reproduzierbare Druckdaten zu erstellen. (Mit freundlicher Genehmigung von Apple Inc.)



1.2 Design – reine Geschmacksache?

Landläufig gibt es die Ansicht, gute Gestaltung sei reine *Geschmacksache* und dass die Gabe zum grafischen Schaffen dem Menschen quasi in die Wiege gelegt sei.

Natürlich lässt sich über Geschmack nicht streiten, solange wir von unseren *persönlichen* Vorlieben sprechen. Niemand kann Ihnen vorschreiben, welche Sitzbezüge in Ihrem Auto schick sind, was für Socken Sie zu welchen Schuhen tragen sollen und ob das denn zum Anzug passt oder nicht. Aber einmal ganz ehrlich: Schmunzeln Sie nicht auch gelegentlich über Leute die sich im Stil offensichtlich völlig vergriffen haben? Neben dem, was Ihnen und mir persönlich ge- oder missfällt, gibt es immer auch den gerade aktuellen *Massengeschmack*. Es mag keine allgemein gültigen Naturgesetze der Ästhetik geben, so wie es physikalische Grundgesetze gibt, doch es gab und gibt immer im Rahmen zeitlicher Epochen und regionaler Kulturen eine weitgehende Übereinkunft darüber, was im Großen und Ganzen als ästhetisch empfunden wird und was in den Augen der Mehrheit als stilistischer Fehlgriff erscheint.



© iStockphoto.com/DeborahWolfe (links)
© iStockphoto.com/egorr (rechts)



© iStockphoto.com/MrRoboto

Abbildung 1.2 ▲

Natürlich bleibt jedem überlassen, was ihm persönlich gefällt. Doch die Mehrzahl der Menschen würde ein solches Auftreten heute wohl als wenig stilsicher betrachten.

Abbildung 1.3 ◀

Schönheitsideale und ästhetisches Empfinden ändern sich im Laufe der Zeiten und Epochen. Was jedoch in *einer* Zeit in *einem* Kulturkreis als schön empfunden wird, darüber herrscht in der Regel weitgehende Übereinkunft.

Natürlich gibt es Unterschiede zwischen dem westlichen Kulturkreis, dem asiatischen Kulturkreis und afrikanisch oder arabisch beeinflusster Gestaltung etc. Innerhalb der Kulturkreise schwingen die Meinungen im Wesentlichen im Einklang, abgesehen von Subgruppen, die sich in ihrem Stil so unterscheiden wie wahrscheinlich der Skate-Board-Punkrocker vom Mitglied eines Dackelzüchtervereins.

Mit den Köpfen anderer denken | Ist es Ihre Aufgabe, ein Design zu entwickeln, dann geht es nicht darum, *Ihren eigenen* Geschmack zu verwirklichen oder jenen Ihres Auftraggebers bzw. Chefs zu treffen, sondern den Geschmack der Zielgruppe, die sich für das Produkt entscheiden soll.

Als Gestalter muss ich mich von der Vorstellung verabschieden, dass *mein* Geschmack das alleinige Maß erfolgreichen Designs ist, und ich muss meinen Auftraggeber überzeugen, dass es *sein* Geschmack auch nicht ist, sondern dass es gilt, den Geschmack einer anvisierten Zielgruppe zu treffen. Grafikdesign ist die Kunst, in den Köpfen anderer Leute zu denken (frei nach Bertolt Brecht).



Abbildung 1.4 ▲

Gelungenes Werbemotiv der Agentur DDB in Sydney: Die visuelle Kommunikation funktioniert unmissverständlich, die Gestaltung ist simpel und einfach, der Farbraum passend und plakativ gewählt, die Idee ist witzig und unterhaltsam – sauberes Werbeh Handwerk.

Design ist nicht messbar | Das Problem bei der *objektiven* Bewertung von Design ist, dass Design sich meist nicht wirklich objektiv *messen* lässt. Sie können sich mit der Stoppuhr als objektives Messinstrument an eine Skipiste stellen und vergleichen, wie lange zwei Skifahrer brauchen, um den Weg vom Start zum Ziel zurückzulegen. Sie können zwei Mannschaften mit rundem Leder auf eine Wiese stellen und zählen, wie oft ein Team den Ball im Tor des Gegners versenkt. Sie können die Angebote zweier Banken vergleichen, indem Sie einen Strich unter die Rechnung ziehen und eins und eins zusammenzählen – eines der beiden Angebote wird wohl das mathematisch und finanztechnisch attraktivere sein.

Sie können jedoch keine schöpferischen Werke wie Musik oder Design auf diese Art vergleichen. Ich zumindest glaube nicht daran, dass sich der beste Gitarrist, der beste Song oder das beste Rockalbum bestimmen lässt. Ich bezweifle, dass sich objektiv messen lässt, ob nun Beethoven, Bach oder Mozart der größere Komponist war; ob die Stones, The Clash oder The Who die besseren Rocker waren. Zwar lassen sich Verkaufszahlen vergleichen, aber was sagt das über die tatsächliche Qualität der Musik aus? Vieles von dem, was gute Musik ausmacht, entzieht sich dem objektiv Messbaren und ist im subjektiv Empfundene anwesend.

Genauso entzieht sich Grafikdesign der objektiven Messbarkeit. Doch obwohl sich die Qualität kreativer Leistungen wie Musik oder eben Grafikdesign nicht messen lässt, so lässt sich doch die Qualität dieser Künste jenseits reiner *Geschmäckerei* diskutieren. Fachleute finden weitgehend Übereinkunft darüber, ob nun dieses Musikstück anspruchsvoller und handwerklich besser gespielt sei bzw. ob ein Grafikdesign nach allen Regeln der Kunst sauber angelegt und die visuelle Kommunikation verständlich ist.

1.3 Kriterien guten Grafikdesigns

Ein Beweis dafür, dass so etwas wie *ästhetische Naturgesetze* dem Menschen quasi angeboren wären, ist mir nicht bekannt. Es gibt jedoch visuelle Schlüsselreize, die uns sehr wohl liegen. Als Beispiel sei hier nur das Kindchenschema genannt, das uns unterbewusst berührt und dessen sich Comic- und Trickfilmzeichner bedienen, wenn sie Figuren sympathisch gestalten wollen.

Mund und Augen sind Gestaltungselemente, die für unsere Wahrnehmung so elementar sind, dass wir gar nicht anders können als darauf zu reagieren. Diese Entdeckung haben auch die Produktdesigner der Automobilkonzerne gemacht, weshalb seit Jahren der Trend zu freundlich-niedlichen (Abbildung 1.6) oder energisch-aggressiven Fahrzeugfronten (Abbildung 1.7) nicht zu übersehen ist. Was den Produktdesignern recht ist, kann den Grafikdesignern nur billig sein, um die Emotionen potenzieller Kunden zu erreichen.

Alltagserfahrung | Generell geht die Wirkung, die ein Design auf uns ausübt, von unserer Alltagserfahrung aus. Wie viel davon angeboren ist und wie viel durch unsere Erfahrung geprägt ist, sei dahingestellt. Wichtiger ist für den Gestalter, zu wissen, dass es visuelle Tricks gibt, um etwas schwer oder leicht erscheinen zu lassen, ruhig oder aktiv zu gestalten, hervorzuheben oder in den Hintergrund treten zu lassen. Gestaltung ist in der Lage, beim Betrachter ein Gefühl der Ausgeglichenheit oder Unruhe zu stimulieren.

Die Erfahrung lehrt uns, was stabil ist und was jeden Moment zusammenzubrechen droht. Es ist die Erfahrung, die uns lehrt, dass weit entfernte Objekte bläulicher wirken als sehr nahe. Es ist Erfahrung, durch die die meisten von uns bestimmte Schriftarten gut und andere weniger gut lesen können.

Es ist ebenso auch unsere Erfahrung, die uns in den letzten Jahren gelehrt hat, dass das Menü einer Website oben, links oder rechts, aber praktisch nie unten platziert ist. Wer diese bereits etablierte Erfahrung der Internet-Benutzer ignoriert und das Hauptmenü am unteren Bildschirmrand platziert, läuft große Gefahr, dass die meisten Besucher den ungewohnten Platz des Menüs übersehen und den Eingang in die Website nicht finden.

Wir wollen uns nicht die Arbeit antun, den Eingang in eine Website zu suchen (es sei denn, es gibt eine absolute Notwendigkeit, da reinzukommen).



© iStockphoto.com/MysteryCat

Abbildung 1.5 ▲
Kindchenschema: Große Augen und großer, runder Kopf – darauf reagieren wir unbewusst.



Abbildung 1.6 ▲
Menschen reagieren auf Blicke. Produktdesigner wissen das: Smart mit lächelndem Gesicht (mit freundlicher Genehmigung der Daimler AG)



Abbildung 1.7 ▲
Herausfordernder Blick des VW Shirocco (mit freundlicher Genehmigung der Volkswagen AG)

Index

3:2-Format 92
4:3-Format 92
4C-Druckverfahren 142
4C-Prozess 546
16:9-Format 92

A

A4-Prospekt 383
Abbildung
 Seitenverhältnis 34
Abbildungsformat
 und Ausgabeauflösung 592
Abfärben 571
Abrieb 571
Absorption 139
Absteigend 71
Achse 73
Adobe 281
 Farbmanagement 578
Adobe RGB (1998) 579
Allonge 566
Alltagserfahrung 31
Alpha 266
Alphabet 266
Altarfalz 561
Analoge Farbharmonie 186
Andruck 584
Anführung 424
 Gänsefüßchen 424
 Guillemets 424
Ankerpunkt 596
Anordnung 98
 und Gesetz der Nähe 105
Anschnitt 603
 Bild 238
Antiqua 272, 337
Anzeige 362
Apostroph 426
Arbeitsfarbraum 578
 CMYK 580
 RGB 579
Architektur 248
 Corporate Design 509
Architekturfotografie 248
Art Director (AD) 486
Assoziation 109, 114
 Blaue 200
 Braun 213
 Dreieck 110
 Farbe 191
 Fokussierung 114
 Gelb 207
 Grün 203
 Kreis 110
 Kreuz 114
 Orange 209
 Quadrat 110
 Rosa 212
 Rot 197
 Schwarz 216
 Stern 112
 Violett 211
 Weiß 217
Ästhetik 29
Asymmetrie 103
Attribut
 Vektorgrafik 597
Aufhänger 35
Auflösung 585
 Ausgabeauflösung 586
 Bildauflösung 585
 Megapixel 586
 Objektiv 585
 Qualitätsfaktor 590
 Sensor 585
 und Betrachtungsabstand 591
 zu gering 590
Aufmerksamkeit 49
 anziehen 35, 230
 erzeugen 39, 50
 lenken 35, 232
Aufsteigend 71
Auge 31, 66, 136
 Fixation 379
 mit Linien führen 68
 Rezeptoren 136
 Sakkade 379
 Spot scharfen Sehens 380
 Stäbchen 136
 Zapfen 136
Ausgabeauflösung 586
 für Plakate 593
 für Tageszeitung 593
 Qualitätsfaktor 590
 sonstige Druckverfahren 593
 und Abbildungsformat 592

und Rasterdruck 588
 und Rasterweite 589
Ausgabemedium
 und Farbwiedergabe 148
Ausklapper 564
Ausrichtung
 linksbündig 108
 Mittelsatz 108
 rechtsbündig 108
 zentriert 108
Aussage
 Irritation 39
 zuwiderlaufend 39
Ausschießen 558, 564, 567
 Seitenverteilung 566
Außensteg 359, 429
Außenwerbung 364
Aussparen 544, 546
 und Schwarz 552
Authentizität 40

B

Barock-Antiqua 287
Bauhaus 291
Beinert, Wolfgang 306
Belichtung 529
 Raster Image Processor (RIP) 533
 Separation 532
 Transparenzreduzierung 601
Bereich
 aufteilen 70
Beschnittzugabe 558, 567, 603
Betrachtungsabstand
 und Auflösung 591
Bewegung
 erzeugen 71
Bild 221, 238, 374
 Anschnitt 238
 Architektur 248
 Auge 229
 Ausgabeauflösung 586
 Beschnitt 240
 Beurteilung 225
 Drittelregel 245
 dunkel 247
 Face-ism-Index 237
 Farbkorrektur 533
 Farbumwandlung 581

- Fleisch* 242
Freiraum 242
Froschperspektive 248
Gesicht 229
Grundlinienraster 443
hell 247
im Internet 235
leicht und schwer 247
Lizenzbedingungen 257
lizenzfrei 258
Mensch 229
Perspektive 242
Pixelbild 228
randabfallend 567
Royalty free 258
Schwarzweiß 155, 158
und Farbe 229
und Goldener Schnitt 244
und Unternehmenskommunikation 235
und Website 236
Vektorgrafik 228
 Bildagentur 257
 Bildauflösung 585
 Megapixel 586
 Bildaufteilung 107
 Bildaussage
 und Farbtemperatur 246
 Bildband 459
 Bildbearbeitung 146, 147, 246
 Gradationskurven 157
 Sättigung 155
 Tonwert 158
 Tonwertkorrektur 157
 Übersättigung 156
 Bildbeschnitt 240
 Bilderschrift 262
 Bildgestaltung 221, 238
 Schärfentiefe 255
 und Farbe 229
 Bild-Hintergrund-Beziehung 61
 Bildkomposition 244
 Drittelregel 245
 Fibonacci 90
 Goldener Schnitt 244
 Bildmanipulation 250
 Bildmarke 488
 Bildpixel 530
 Bildquelle 257
 Bildschirm 140, 143, 148
 Bildschirmpräsentation 148
 Bildschirmschrift 294
 Bildunterschrift 374
 Bildwirkung
 leicht 247
 schwer 247
 Bindestrich 342
 Bindung 558, 560
 Allonge 564
 andere Methoden 563
 Bund 563
 hochwertige Bindung 562
 Klammerheftung 561
 Klebebindung 562
 Leimung 562
 und Seitenumfang 563
 Birkigt, Klaus 479
 Bitstream 281
 Bleisatz 335
 Bleiwüste 52
 Blick 232
 anziehen 230
 direkt 232
 lenken 232
 visionär 234
 Blitzer 547
 Bogenoffsetdruck 524
 Botschaft 35
 auf den Punkt bringen 40
 Irritation 39
 zuwiderlaufend 39
 Boulevardblatt 374
 Brand 478
 Identity 478
 Brief
 Schriftart 365
 Textauszeichnung 418
 Briefkopf 365
 Briefpapier 365, 540
 Broschüre 363
 Browser 367
 Buch
 Schriftart 279
 Buchdruck 272, 522
 Bücherregalprinzip 445
 Buchfarbe 541
 Buchsatzspiegel 430
 Buchstabe 38, 272
 Fläche 82
 Geometrie 82
 Größe und Zeilenabstand 394
 Oberlänge 73
 Versalhöhe 73
 verzerrern 366
 x-Höhe 73
 Zeichenbreite 387
 Buchstabenabstand 366, 383, 387
 Buchstabenbreite 282
 Buchstabenform 276
 eindeutig 356
 klar 356
 Buchstabenpaar 384
 Buchstaben vertauschen 378
 Buchtypografie 358, 438
 Bund 563
 Bundsteg 359
 Klammerbindung 455
 Klebebindung 455
 schmal 455
 Buntheit 154
 Bunt-Unbunt-Kontrast 179
 Bürodrucker 577
C
 Capitalis Monumentalis 267
 Capitalis Quadrata 267
 Capitalis Rustica 268
 CMY 141
 CMYK 137, 141, 530, 573
 aus Pantone-Farbe 544
 Mischfarbe 545
 Coated-Papier 541
 Colorimeter 575
 Comic 31
 Computer 28
 Condensed-Schriftschnitt 367
 Corporate Architecture 488
 Corporate Behaviour 478, 482
 Corporate Communication 478, 482
 Corporate Design 133, 177, 473, 478, 482, 499, 518
 Architektur 509
 Basisbausteine 488
 Durchgängigkeit 484
 Effizienz 487
 Farbe 475, 496
 Farbraum 496, 516
 Figur 510
 Gestaltungsraster 511
 Hausschrift 501
 Helvetica 501
 KMU 478
 Logo 475, 488
 Manual 476, 487
 Schrift 475, 501, 518

- Sekundäres Stilelement* 510
- Symbol* 510
- Typografie* 501, 518
- Vorgaben* 487
- Weitere Bausteine* 509
- Corporate-Design-Manual 514
- Corporate Identity 478, 479
 - Leitbild* 480
 - Leitsatz* 481
 - Positionierung* 480
 - Unternehmensphilosophie* 479
- Corporate-Identity-Kreis 482
- Corporate Image 481
- Corporate Photography 488
- Creative Director (CD) 486
- Creative Suite
 - Farbmanagement* 578
- D**
- Datenübergabe 600
- Design 35
 - ästhetisch* 33, 41
 - Detail* 41
 - Funktion* 33
 - Geschmacksache* 29
 - Messbarkeit* 30
 - Verlag* 474
- Desktop Publishing 28, 336
- Detail 41
- Detailtypografie 418
- Diagonal
 - Linie* 71
- Dicke 339
- Digitalbild 533, 584, 589
- Digitaldruck 525
- Digitalkamera 145, 530
- Digitalproof 583
- DIN 16518 298
- DIN A 96
- DIN-Formate 96
- DIN-Lang 365, 400
- Display-Schrift 323
- Divis 342
- Dokumentenaustausch
 - Hausschrift* 507
- Don't make me think 32
- Doppelseiten 63, 64, 565
- Dreieck 79, 111
- Drittelaufteilung 86
- Drittelregel 245
- Druck
 - Druckbogenformat* 539
 - Druckkosten* 539
 - Falten* 570
 - Farbauszug* 531
 - Folienkaschierung* 572
 - Klarlack* 572
 - Kosten* 538
 - Lackierung* 571
 - Laminierung* 572
 - Nutzen* 539
 - Passer* 536
 - Passerungenauigkeit* 553
 - Perforieren* 570
 - Prägung* 572
 - Proof* 583
 - Rillen* 570
 - und Schrift* 285
 - Veredelung* 569, 571
 - vierfarbig* 142
 - Volltonfarbe* 534
 - Weiterverarbeitung* 569, 570, 573
- Druckauflage
 - kleine Auflage* 538
- Druckauflösung 294
 - Rastermatrix* 588
- Druckbogen 525, 559
 - Ausschießen* 558, 564
 - Nutzen* 559
 - Seitenverteilung* 566
- Druckbogenformat 560
- Druckfarbe
 - 4C-Grundfarben* 546
 - Abfärben* 571
 - Abrieb* 571
 - Aussparen* 544
 - CMYK-Grundfarben* 546
 - Überdrucken* 546
- Druckfarben 143
- Druckplatte 144, 524, 538
- Druckraster 531
 - Farbauszug* 531
 - Farbfläche* 532
 - Graustufenfläche* 532
 - Metallicfarbe* 535
 - Mischfarbe* 532
 - Raster Image Processor (RIP)* 533
 - Rasterpunkt* 588
- Druckverfahren
 - Bogenoffsetdruck* 524
 - Broschüre* 525
 - Buchdruck* 522
 - Digitaldruck* 525
- Fine-Art-Fotografie* 528
- Flexodruck* 522
- Folder* 525
- Folie* 528
- Fotodrucker* 527
- Glas* 528
- großes Druckformat* 527
- Hochdruck* 521
- Karton* 522
- Katalog* 523
- Kunstdruck* 528
- Kunststoff* 522, 528
- Laserdrucker* 525, 526
- Leinwand* 528
- lichtecht* 527
- Metall* 528
- Offsetdruck* 523
- Papier* 522, 528
- Pappe* 522
- Poster* 525
- Rollenoffsetdruck* 524
- Siebdruck* 528
- Textilien* 528
- Tiefdruck* 523
- Tintenstrahldrucker* 525, 526
- wetterfest* 527
- Zeitschrift* 523
- Druckvorstufe 521
- DTP 28, 521
 - Farbmanagement* 573
- DTP-Punkt 442
- Duktus 339
- Durchschuss 340
- Dynamik 72, 106, 453
 - absteigend* 71
 - aufsteigend* 71
 - erzeugen* 68, 71
 - Layoutelemente* 109
 - Richtung geben* 79
 - Satzart* 108
- E**
- Editorialdesign 361
- Effizienz 27
- Egyptienne 289
- Einbruchfalz 561
- Eleganz 82
- Element
 - gleiche Farbe* 38
 - gleiche Form* 38
 - zusammengehörend* 37
- Ellipse 76

- Emotion 222
 - ansprechen 222
 - echt 223
 - glaubwürdig 223
- Entwurf
 - Gestaltungsraster 463
- Erscheinungsbild → Corporate Design
- Erwartung 32
- European Color Initiative (ECI) 580
- F**
- Face-ism-Index 237
- Fachbuch 359, 374, 438
- Factbox 374
- Falten 570
- Farbauszug 144, 531
- Farbe 125, 148, 154, 160
 - Assoziation 191
 - auf verschiedenen Ausgabe-medien 148
 - Bedeutung 191
 - Bildaussage 246
 - Bildschirm 530
 - Blau 199
 - Braun 213
 - Bronze 535
 - Buchfarbe 541
 - bunt 126
 - Bunt-Unbunt-Kontrast 179
 - Bürodrucker 577
 - CMYK 137
 - CMYK-Farbe bestimmen 533
 - Colorimeter 575
 - Corporate Design 475, 496
 - deckend 544
 - Farbe-an-sich-Kontrast 167
 - Farbempfinden 126
 - Farben kombinieren 160, 194
 - Farbkreis 180
 - Farbmanagement 573
 - Farbraum 137
 - Farbstimmung 246
 - Farbsystem 135
 - Farbtemperatur 171, 246
 - Farbton 152
 - Farbwirkung 246
 - Gelb 205
 - Gewichtung 103
 - Gold 535
 - Grau 218
 - Grundfarbe 141, 142, 167
 - Harmonie finden 176, 177, 180
 - Hell-Dunkel-Kontrast 168
 - Helligkeit 169
 - Hintergrundfarbe 58
 - im Bild 229
 - im Massendruck 578
 - kalte und warme Farbe 246
 - Kalt-Warm-Kontrast 168
 - Komplementärfarbe 164
 - Komplementär-Kontrast 172
 - Kupfer 535
 - Lack 540
 - lasierend 544
 - Leuchtfarbe 535
 - Leuchtkraft 528
 - lichtecht 527
 - Messbarkeit 128
 - Mischfarbe 532, 545
 - Mischfarben-Kontrast 173
 - Monitor 530
 - Monochrom 535
 - ohne Druckraster 535
 - ohne Rasterpunkte 535
 - Orange 208
 - primäre Grundfarbe 142
 - Proof 583
 - Psychologie 192
 - Qualitäts-Kontrast 176
 - Quantitäts-Kontrast 178
 - RAL 540
 - Rasterdruck 530
 - Referenzbuch 533
 - rein 154
 - RGB-Farbraum 137
 - Rosa 211
 - Rot 196
 - Schwarz 215
 - sekundäre Grundfarbe 142
 - Silber 535
 - Simultan-Kontrast 132, 176
 - Tiefschwarz 557
 - Tonwert 169
 - Übersättigung 156
 - Umgebung 131
 - Unbunt-Bunt-Kontrast 179
 - unbunt 126
 - und Grundfläche 58
 - und Hintergrund 133
 - und Text 160
 - und Text in kleinem Schriftgrad 536
 - und Trennlinie 168
 - Verlauf 164
 - Volltonfarbe 534, 539
 - Volltonfarbensystem 540
 - Wahrnehmung 128
 - warm 170
 - Weiß 217
 - Wiedergabe 147
 - Wirkung 133
- Farbe an sich 152
- Farbempfinden 126
- Farbharmonie 179
 - Adobe Creative Suite 190
 - analog 186
 - Farbhilfe 190
 - finden 180
 - Harmonischer Farbendreiklang 181
 - Harmonischer Vierklang, Quadrat 183
 - Harmonischer Vierklang, Rechteck 183
 - Illustrator 190
 - Komplementäre Farbharmonie 184
 - Komplementärer Farbendreiklang 182
 - monochromatisch 185
- Farbkanäle 144, 149
- Farbkombination 160, 170
 - für Text 160
 - schwarz/weiß 47
 - und Tonwert 160
- Farbkontrast 132, 160
- Farbkreis 134, 162, 180
 - erweitert 164
 - mit Schwarz 166
 - mit Weiß 166
 - und Komplementärfarbe 164
- Farbmanagement 149, 573
 - Adobe RGB (1998) 579
 - Adobe CS 578
 - Arbeitsfarbraum 578
 - Bürodrucker 577
 - Farbprofil 575
 - für Massendruck 578
 - gestrichenes Papier 578
 - Profilabweichung 581
 - sRGB 579
 - ungestrichenes Papier 578
- Farbmessgerät 574

- Farbmischung
 - additive* 144
 - subtraktive* 138
 - Farbprofil 575
 - Adobe RGB (1998)* 579
 - in Adobe CS* 580
 - sRGB* 579
 - Farbraum 137, 143, 147, 151, 152, 177, 530
 - CMYK* 137, 530
 - HSB* 152
 - L*a*b** 151
 - RGB* 137, 144, 530
 - Farbraumkonvertierung 581
 - Farbspektrum 134
 - Farbsystem 135, 143
 - Farbtemperatur 246
 - Farbton 125, 152, 166
 - Farbumwandlung 604
 - Farbverlauf 164
 - Farbwahrnehmung 128
 - Farbwiedergabe 147
 - auf verschiedenen Ausgabe-medien* 148
 - im Druck* 576
 - Monitor* 573
 - Farbwirkung 133
 - Fenster 38
 - Fibonacci 90
 - Figur 38
 - Figur-Grund-Beziehung 47
 - und Schriftgröße* 52
 - Fixation 379
 - Fixationspunkt 66
 - Fläche 74, 84
 - beim Buchstaben* 82
 - Dreieck* 79
 - Ellipse* 76
 - Kreis* 76
 - Logo* 494
 - Ordnung* 74
 - Quadrat* 76
 - randabfallend* 567
 - Flattersatz 108
 - Flexodruck 522
 - Fluchtpunkt 119
 - Flyer 43, 560
 - Fokussierung 35, 114
 - Folder 43, 363, 560
 - Altarfalz* 561
 - Einbruchfalz* 561
 - Kreuzfalz* 561
 - Leporellofalz* 561
 - Parallelfalz* 561
 - Wickelfalz* 561
 - Zickzackfalz* 561
 - Folienkaschierung 572
 - Fond 399
 - Fonogramm 265
 - Font 340
 - FontLab 380
 - Form 38, 43
 - Dreieck* 79
 - Ellipse* 76
 - Kreis* 76
 - Quadrat* 76
 - vervollständigen* 38
 - Wahrnehmung* 38
 - weglassen* 38
 - Format 62, 63, 86
 - 3:2 92
 - 4:3 92
 - 16:9 92
 - DIN A* 96
 - DIN-Lang* 365, 400
 - Druckbogenformat* 560
 - Gestaltungsraster* 429, 464
 - in der Fotografie* 86
 - Satzspiegel* 440
 - wählen* 43, 62
 - Fotodrucker 527
 - Fotografie 225
 - Architektur* 248
 - Drittelaufteilung* 86
 - Format* 86
 - Froschperspektive* 248
 - Lizenzbedingungen* 257
 - Proportion* 86
 - Royalty free* 258
 - Schärfentiefe* 255
 - Schwarzweiß* 155, 169
 - Tonwert* 158
 - Übersättigung* 156
 - und Farbtemperatur* 246
 - Fotosatz 336
 - Foundry 281
 - Fraktur 270
 - Französische Renaissance-Antiqua 278
 - Freiheit 69
 - Freiraum
 - Bild* 242
 - Froschperspektive 248
 - Frutiger, Adrian 334
 - Führungslinie 68
 - Full-Service-Agentur 486
 - Funck, Hans Joachim 479
 - Funktion 33
 - Fußsteg 359, 429
- ## G
- Gänsefüßchen 424
 - Garamond, Claude 278
 - Gedankenstrich 341
 - Gegenfarben 164
 - Gegensätzliches Farbenpaar 171
 - Gemeine 340
 - Geometrie
 - beim Buchstaben* 82
 - Geschäftsausstattung 365, 480, 540
 - Geschmacksache 29
 - Gesetz der Geschlossenheit 59
 - und Hintergrund* 59
 - Gesetz der Nähe 105
 - und Anordnung* 105
 - und Grundfläche* 57
 - Gesicht 31
 - Bildanschnitt* 238
 - Face-ism-Index* 237
 - Gestaltgesetz der Wahrnehmung 36
 - Gesetz der Geschlossenheit* 38, 59
 - Gesetz der Gleichheit* 38
 - Gesetz der Kontinuität* 37
 - Gesetz der Nähe* 36, 105
 - Gestaltung
 - am Computer* 28
 - ästhetisch* 33, 41
 - billig* 40
 - Detail* 41
 - Effizienz* 27
 - Erwartung* 32
 - Funktion* 33
 - Geschmack* 30
 - Grundlage* 27
 - Harmonie* 33, 34
 - hochwertig* 40
 - im Goldenen Schnitt* 88
 - Irritation* 39
 - kaufen* 40
 - Kindchenschema* 31
 - Kontrast* 33, 34
 - Kreis* 37
 - Linie* 37

- Messbarkeit 30
 Ordnung 33
 preiswert 40
 Programm 28
 Regel 27
 Rhythmus 37
 Satzspiegel 358
 Schönheit 33
 Sympathie 28, 40
 und Alltagserfahrung 31
 Vertrauen 40
 visueller Aufhänger 35
 Wellenlinie 37
 zusammengehörend 37
 Gestaltungselement 31
 auf der Grundfläche 98
 Gewichtung 102
 Größe 34
 Gestaltungsprogramm 28
 Gestaltungsraster 363, 427
 Bild 436
 Bildband 459
 durchbrechen 461
 Dynamik 453
 editoriales Design 429
 Entwurf 463
 Format 429, 464
 Grundelement 429
 Haupttext 438
 Hilfslinie 450
 im Konzern 512
 Inhaltselement 429
 KMU 512
 komplexes Rastersystem 449
 Layoutelemente 450, 463
 Layoutprogramm 450
 ohne Spaltenabstand 456
 Rasterfeld 449
 Rasterkonzept 429
 Roman 429
 Skizze 463
 Spaltenabstand 441, 464
 Spaltenbreite 441
 Spaltenzwischenraum 464
 Statik 453
 Steg 464
 Text 436
 vertikale Einteilung 465
 Webdesign 470
 Zeilenabstand 449, 464
 Gestaltungsregel 27
 Gestaltungsvorgabe 474
 Gestrichenes Papier 364, 399, 541
 Farbmanagement 578
 Geviert 341, 384
 Geviertstrich 341
 Gewichtung 98, 102
 Farbe 103
 Gestaltungselement 102
 Gleichgewicht 102
 Goldener Schnitt 76, 86, 244
 im Logo 88
 und Bild 244
 und Grundfläche 88
 und Quadrat 88
 Gradationskurven 157
 Grafik 226, 228
 Grafikdesign 30
 10 Thesen für besseres Design 27
 Kriterien guten Grafikdesigns 31
 Grammatik 569, 570
 Graustufenbild 157
 Graustufenfläche 532
 Größenverhältnisse 50
 Grotesk 290
 Grundfarbe 141, 162, 167
 psychologische 125
 und Schrift 168
 Grundfläche 38, 43, 82, 84
 Begrenzung 38
 und Farbe 58
 und Gesetz der Nähe 57
 und Gestaltungselement 98
 und Goldener Schnitt 88
 und Logo 57
 und Schriftgröße 52
 Grundlage 27
 Grundlinie 73, 342
 Grundlinienraster 443
 Bild 443
 Bücherregalprinzip 445
 Grafik 443
 Text 443
 Text automatisch ausrichten 447
 Versalhöhe 446
 Wäscheleinenprinzip 445
 x-Höhe 446
 Guillemets 424
 Gutenberg, Johannes 272
 Gestaltungsraster 463
 Harmonie 34
 Farbe 180
 Farbkreis 180
 Farben ordnen 176
 und Farbkombination 177
 Hauptmotiv 50
 Hauptspalte 438
 Hauptüberschrift 409
 Hausschrift 501
 Dokumentenaustausch 507
 Internet 507
 offenes Dokument 507
 Problem 507
 Headline
 Außenwerbung 416
 Fernwirkung 416
 formatieren 413
 gestalten 413
 Laufweite 414
 Plakat 416
 Poster 416
 Transparent 416
 Wortabstand 415
 Zeilenabstand 413
 Heftung
 mit Klammern 561
 Hell 50
 Hell-Dunkel-Kontrast 50
 Helligkeit 153, 156, 166
 von Farbe 169
 Helvetica
 Corporate Design 501
 Hering, Ewald 195
 Hicks Gesetz 40
 Hieroglyphen 262
 Hintergrund 399
 schwarz/weiß 47
 und Farbe 133
 und Gesetz der Geschlossenheit 59
 Hintergrund-Bild-Beziehung 61
 Hintergrundfarbe 58, 133
 und Logo 58
 HKS 543
 Hochdruck 521
 Hochformat 62, 63, 81
 Horizont 38, 69
 HSB 152
 HTML 369

H

- Halbgeviertstrich 341
 Handbuch 375
 Handskizze

- I**
- ICC-Profil
 - Adobe RGB (1998)* 579
 - sRGB* 579
 - Ideogramm 263
 - Illustration 224
 - Image 480
 - Inserat 362
 - Interferenzeffekt 39
 - Internet 31, 32, 148, 367
 - Bildschirmschrift* 294
 - Hausschrift* 507
 - Schrift* 295
 - Schriftart* 368
 - Schriftgrad* 368
 - und Bild* 235
 - Zeilenabstand* 372
 - Interpolation 256
 - Irritation 39
 - ITC 281
 - Itten, Johannes 132, 152, 162, 167, 172, 176
- K**
- Kalibrierung
 - Monitor* 574
 - Kalte Farbe 170
 - Kapitälchen 342, 422
 - Karolingische Minuskel 269
 - Kaufmannsund 264
 - Keep it simple and straightforward 35, 40
 - Keep it simple and stupid 40
 - Kegel
 - Bleikegel* 338
 - virtueller Kegel* 338
 - Keilschrift 265
 - Kelvin 171
 - Kernbotschaft 35
 - Kerning 351
 - Buchtitel* 385
 - Einheit* 384
 - InDesign* 385
 - QuarkXPress* 385
 - Überschrift* 385
 - Zahl* 386
 - Kerning-Paar 384
 - Kind 356
 - Kindchenschema 31, 232
 - KISS 40
 - Klammerheftung 561
 - Bundsteg* 455
 - Klarlack 572
 - Klassizistische Antiqua 281, 304
 - Klebebindung 562
 - Bundsteg* 455
 - Kommunikationsdesign 35
 - Komplementärfarbe 164
 - und Farbkreis* 164
 - Kompressor Satz 381, 392
 - Konstruierte Schrift 291
 - Konstruktion
 - im Goldenen Schnitt* 88
 - Kontrast
 - Farbkontrast* 132, 160
 - Qualitäts-Kontrast* 176
 - Simultan-Kontrast* 132, 176
 - Kopfleiste 434
 - Kopfsteg 359, 429
 - Körpersprache 234
 - Kreis 37, 76, 110
 - Kreuz 114
 - Kreuzfalz 561
 - Kroehl, Heinz 479
 - Kulturkreis 29
 - Kunstdruck 528
 - Küppers, Harald 126, 163
 - Kursive 322, 343
 - humanistische* 272
- L**
- L*a*b* 151
 - Lackierung 571
 - Laminierung 572
 - Laserdrucker 525, 526
 - Lasierend 544
 - Laufweite 344, 366, 387
 - Einheiten* 384
 - InDesign* 385
 - QuarkXPress* 385
 - Lautzeichen 265
 - Layout 38
 - Elemente platzieren* 449, 452
 - Farbharmonie* 177
 - Gestaltungsraster* 427, 449
 - Goldener Schnitt* 88
 - mehrspaltig* 435
 - Satzspiegel* 358
 - variabel* 429
 - zweispaltig* 437, 438
 - Layoutelement 38, 109
 - Layouter 486
 - Layoutprogramm 389
 - Ausschießen* 565
 - Doppelseiten* 565
 - Gestaltungsraster* 450
 - Seitenaufteilung* 565
 - Lebendigkeit 154
 - Leicht 247
 - Leimung 562
 - Leitbild 480
 - Leitsatz 481
 - Leitsystem 357
 - Leporellofalz 561
 - Lesbarkeit
 - Hinweisschild* 378
 - New York University* 378
 - Satzspiegel* 438
 - und Schriftgrad* 380
 - Lesbarkeitsforschung 378
 - Leseanfänger 356, 358
 - Lesen 66, 354
 - Buchstaben vertauschen* 378
 - differenzierend* 374
 - Fixation* 379
 - informierend* 373
 - Internet-Auftritt* 374
 - konsultierend* 375
 - linear* 372
 - Sakkade* 379
 - scannen* 375
 - Wortbild* 377
 - Leserichtung 72, 100
 - Leserlichkeit 271, 285, 357, 358
 - Lesetext
 - Schriftgröße* 354
 - und Trapping* 549
 - Lesetypografie 353, 354, 419
 - aktive Auszeichnung* 417
 - Anführung* 424
 - Anzeige* 362
 - auf engstem Raum* 366
 - Beipackzettel* 375
 - Bild* 359
 - Bildunterschrift* 374
 - Briefpapier* 365, 385
 - Broschüre* 363
 - Browser* 367
 - Buchstabenabstand* 367, 377, 378, 387, 414
 - Buchtitel* 385
 - Buchtypografie* 358
 - Büroleben* 357
 - Fachbuch* 359, 374
 - Factbox* 374
 - Fahrzeugbeschriftung* 385

fett 417
Firmen­tafel 385
Fläche unter Text 401
Folder 363
Geschäfts­aus­stat­tung 365, 401
Gewich­tung 374
halb­fett 417
heraus­heben 417
Hinter­grund 399
Hin­weis­schild 378
Inserat 362
Internet 367
Jugend­kultur 361
Kapitälchen 417
Kerning 384
kritische Anwen­dungen 357
kurze Text­menge 357
Lauf­weite 366, 387
Leit­system 385
Lesbar­keits­for­schung 378
Lese­anfänger 356
lese­freund­lich 376
Leser­lich­keit 358
Lexikon 375
Liste 374
Magazin 360
Men­gen­text 376
Monitor 367
Ober­fläche 358
pas­sive Aus­zeich­nung 417
Plakat 364, 385
Randaus­gleich 389
Roman 358, 372
Satz­bild 383
Satz­breite 390
Satz­spiegel 358
Schrift­grad 360, 379
Schrift­größe 354
Senioren 354
Sperren 417
Strich 424
Telefon­buch 375
Textaus­zeich­nung 416
Text­for­ma­tierung 419
Text gliedern 373
Titel 385
Titel und Name 423
Überschrift 385
über­sic­ht­lich 375
Umbruch 423
Unter­schnei­dung 384
Unter­strei­chung 418

Versalsatz 417
Visiten­karte 365, 385
World Wide Web 367
Zeichen­ab­stand 383
Zeilen­ab­stand 366
Zeitung 361
Zeitungsschrift 361
Ziel­gruppe 354
Zurichtung 383
Less is more 35
Lettern 272
Leuchtfarbe 535
Leuchtkraft 154
Lexikon 375
Licht
Absorption 139
Reflexion 139
Licht­techt 527
Licht­farbe 140, 144
Licht­far­braum 143
Lifestyle-Produkt 33
Ligatur 344
Lines per Inch (lpi) 589
Lines per Zentimeter (lpcm) 589
Linie 37, 68
absteigend 71
aufsteigend 71
Dynamik erzeugen 68
emotionale Qualität 69
Oberlänge 73
senkrecht 70
Text­grund­linie 73
Versal­höhe 73
x-Höhe 73
Links­bündig 108
Linotype 335
Liste 374
Logo 474, 475, 480
Anwendung 514
Anwen­dungs­konzept 495
Ästhetik 493
Bild­marke 488
Corporate Design 488
einfach 493
Emotion 492
Farbe 500
Fläche 494
Funktion 490
Gestaltung 491
Hinter­grund­farbe 58
im Goldenen Schnitt 88
Kosten 490

Kriterien der Gestaltung 491
Reproduktion 494
Typografie 385
Typo-Logo 489
und Grundfläche 57
unverwechselbar 492
variabel 495
Vektor­grafik 599
visuelle Klammer 486
Wort-Bild­marke 489
Logogramme 262

M

Magazin 360, 373
mehrs­paltig 360
Makro­typo­grafie 419
Manual
Corporate Design 476
Marginal­spalte 438
Element 438
Inhalt 438
Marke 502
und Farbe 502
und Schrift 502
Markt­kom­mu­ni­ka­tion 499
Maßeinheit
Didot-Punkt 442
DTP-Punkt 442
Inch 441
Pica-Punkt 442
PostScript Point 442
Punkt 441
Massendruck 522, 578
Mediäval­ziffer 346
Megapixel 586
Men­gen­text
lese­freund­lich 376
Mensch 229
Bild­anschnitt 238
Face-ism-Index 237
Mikro­typo­grafie 418
Minuskel 347
Minuskel­schrift 272
Minuskel­ziffer 346
Misch­farbe 162
kombinieren 167
Mitte 100
optisch 432
Mittelsatz 108
Monitor 146, 148
Farbwiedergabe 573
Kalibrierung 574

Monochrom 185, 535
Monochromatische Farbharmonie 185
Monotype 335
Monumentalschrift 265

N

Nachschlagewerk 374
Nazischrift 270
New York University 378, 416
Normlicht 576
Nutzen 539, 559

O

Oberlänge 73, 347
Objekt
 Formgleich 38
 gleiche Farbe 38
 gleiche Form 38
Offenes Dokument
 Hauschrift 507
Offsetdruck 523
 Bogen 524
 Rollen 524
Opak (Opazität) 444
Optische Klammer 497
Optische Mitte 100, 432
Optische Täuschung 130
Ordnung 74, 76
 Corporate Design 477

P

Paginierung (Pagina) 433
 einseitig 435
 im Außensteg 434
 Kopfleiste 434
Pantone 537, 541
 coated 543
 in CMYK umwandeln 544
 Pantone-Farbfächer 541
 uncoated 543
Papier 399, 525
 Auswahl 364
 Bild 359
 coated 541, 542
 Druckbogenformat 539
 durchscheinend 444
 Emotion 364, 400
 Format 560
 gestrichen 364, 399, 541
 Gewicht 570
 Grammatik 569, 570

Haptik 364
 Kosten 560
 Oberfläche 358, 364, 399
 Opak (Opazität) 444
 uncoated 542
 ungestrichen 364, 399, 542
Papierbogen 525
Papierherstellung 542
Papiersorte 569
Parallelfalz 561
Parallelperspektive 119
Passerungenauigkeit 536, 553
PDF 600
 Transparenzreduzierung 601
PDF-Erzeugung 600
 Acrobat Distiller 606
 Farbumwandlung 604
 Joboption 607
PDF-Standards 601
PDF/X-1a 601
PDF/X-3 601
Pentagramm 87
Perforieren 570
Personalisierung 525
Perspektive 116
 ungewöhnlich 242
Pfad 596
Photoshop 144, 147
 Farbwähler 154
Pica-Punkt 442
Pigmentfarben 140
Pixel 146, 530, 585
Pixelbild 228, 530, 584
 Ausgabeauflösung 586
Pixelgröße 586
Pixel per Inch (ppi) 586
Pixel per Zentimeter (ppcm) 586
Plakat 364, 387, 540
 Ausgabeauflösung 593
 Rasterweite 593
Plakativ 173
Platzierung 98
Plotter 529
Portrait 238
 Face-ism-Index 237
Positionierung
 Corporate Identity 480
 der Gestaltungselemente 98
Poster 364, 387
PostScript 292
PostScript Point 442
ppcm 586

ppi 586
Prägung 572
Primärfarbe 141
Produkt
 hochwertig 40
 kaufen 40
 preiswert 40
Proof 583
Proportion 76, 86, 91
 3:2 92
 4:3 92
 16:9 92
Prospekt 560
Psychologie
 Farbe 192
Punkt 65, 441
 Didot-Punkt 442
 DTP-Punkt 442
 Pica-Punkt 442
 PostScript Point 442

Q

Quadrat 76, 111
 und Goldener Schnitt 88
Qualitätsfaktor 590
Qualitäts-Kontrast 176
Querformat 62, 81

R

RAL 540
Rams, Dieter 27
Randabfallend 567, 568, 603
Randausgleich 389
Randspalte → Marginalspalte
Rasterdruck
 und Ausgabeauflösung 588
Raster Image Processor (RIP) 533
Rasterkonzept 429
 Layout 429
Rasterpunkt 531, 588
 Druck ohne Rasterpunkte 535
Rasterverfahren 588
Rasterweite 589
 für Plakate 593
 für Tageszeitung 593
 sonstige Druckverfahren 593
 und Ausgabeauflösung 589
Räumlichkeit 116
 vermitteln 121
Raute 77
Rechteck 80
Rechtsbündig 108

- Reduce to the max 35
 - Reflexion 139
 - Regel 27
 - brechen* 27
 - Register (registerhaltig) 444
 - Reine Farbe 154
 - Renaissance-Antiqua 274
 - französische* 278, 300
 - venezianische* 276, 298
 - Reproduktionsmethode 521, 529
 - RGB 137, 530, 573
 - Farbkanal* 149
 - RGB-CMYK-Farbkonvertierung 604
 - RGB-Farbraum 137
 - Richtung
 - weisen* 79
 - Rillen 570
 - Rollenoffsetdruck 524
 - Roman
 - Gestaltungsraster* 429
 - Schriftart* 279
 - Römische Quadrata 267
 - Rotunda 269
 - Royalty free 258
 - Rubin'sche Vase 47
 - Ruhe
 - vermitteln* 70
- S**
- Sakkade 379
 - Sans 319
 - Sättigung 153, 154, 166
 - Bildbearbeitung* 155
 - Satz 335, 354
 - kompress* 381, 392
 - Randausgleich* 389
 - Satzbreite* 390
 - Satzart
 - Blocksatz* 395
 - Flattersatz* 108, 395
 - linksbündig* 108, 395
 - Mittelsatz* 108
 - Rausatz* 396
 - rechtsbündig* 397
 - zentriert* 108, 397
 - Satzarten 395
 - statisch/dynamisch* 108
 - Satzbild 383
 - Satzbreite 390
 - ideal* 390
 - und Zeilenabstand* 392
 - Satzschrift 383
 - Laufweite* 388
 - Satzspiegel 84, 358, 429, 430, 432
 - Außensteg* 359
 - Buch* 430
 - Bundsteg* 359
 - dreispaltig* 438
 - Format* 435, 440
 - fünfspaltig* 440
 - Fußsteg* 359
 - gleiche Stege* 432
 - konstruieren* 430
 - Kopfsteg* 359
 - Lesbarkeit* 438
 - mehrsptaltig* 360, 435
 - numerisch proportionaler Rand* 431
 - Rand* 432
 - Rasterspalten* 443
 - Roman* 430
 - sprengen* 437
 - Textfluss* 435
 - vierspaltig* 440
 - zweispaltig* 435
 - Satzzeichen 425
 - Apostroph* 426
 - Auslassungspunkt* 425
 - Ausrufezeichen* 425
 - Doppelpunkt* 425
 - Fragezeichen* 425
 - Semikolon* 425
 - und Abstand* 425
 - Scanner 145, 530
 - Schärfe 253
 - Schärfentiefe 255
 - Schatten 118, 121, 422
 - Schneideplotter 529
 - Schnittmarken 603
 - Schöndruck 566
 - Schönheitsideal 29
 - Schöpferisches Werk 30
 - Schrift
 - am Bildschirm* 293
 - am Grundlinienraster ausrichten* 447
 - Ästhetik* 271
 - Barock-Antiqua* 287
 - Bilderschrift* 262
 - Bildschirmschrift* 294
 - Condensed-Schriftschnitt* 367
 - Corporate Design* 475, 501, 518
 - dekorativ* 323
 - DIN 16518* 298
 - Display* 323
 - dynamisch* 284, 320, 327
 - eigenständig* 404
 - Erwartung des Lesers* 378
 - Fähnchen* 300
 - fett* 417
 - für Lesetext* 323
 - für Romane* 279
 - geometrisch* 83, 329
 - Geschichte* 262
 - Größenkontrast* 326
 - Grotesk* 290
 - Grundlinie* 73
 - Grundlinienraster* 443
 - halbfett* 417
 - Handschrift* 322, 329
 - im Druck* 285
 - im Internet* 295
 - Kapitälchen* 422
 - Keilschrift* 265
 - konstruiert* 83, 291
 - Kontrast* 326
 - Künstlerschreibschrift* 322
 - Kursive* 322, 343
 - Laufruhe* 383
 - Leserlichkeit* 366
 - linear* 284
 - mischen* 324, 326
 - nach Matrix mischen* 327
 - Oberlänge* 73
 - organisch* 284
 - Outline* 421
 - Randausgleich* 389
 - Renaissance-Antiqua* 274
 - Rotunda* 269
 - Satzschrift* 383
 - Schatten* 422
 - Schrift mischen* 324, 327
 - statisch* 284, 320, 329
 - Strichstärkenunterschied* 284, 339
 - Textschrift* 323
 - Textur* 269
 - und Farbe* 170
 - und Farbkombination* 168
 - und Grundfarbe* 168
 - Versalhöhe* 73
 - verzerren* 366, 419
 - Wortbild* 377
 - x-Höhe* 73, 366, 381
 - Zeichenabstand* 383
 - Zeichenbreite* 387

- Zeilenbildung 377
 Zeitungsschrift 361
 Zurichtung 383
 zusammenpassend 316
- Schriftart** 464
- Adobe Jenson 299, 301
 - Akzidenz Grotesk 291, 296, 308
 - Amazone 314
 - Arcana 314
 - Arial 296, 308, 404, 420
 - Arrus 381, 384, 392
 - Aurora 381
 - Avant Garde 311, 356
 - Avenir 311
 - Baskerville, New 287, 288, 303
 - Bembo 278, 292, 300
 - Berkeley Old Style 299
 - Bickham Script 322
 - Bodoni 285, 287, 304
 - Bookman 303
 - Bulmer 288
 - Caffisch 314
 - Candida 307
 - Caslon 288, 303
 - Centaur 277, 299, 301
 - Centennial 285, 305, 334
 - Century 305
 - City 307
 - Clarendon 289, 307
 - Cloister Old Style 276
 - Concorde 288, 303
 - Corporate A 333
 - Corporate E 333
 - Corporate S 310, 333
 - Courier 307, 366
 - Didot 285, 304
 - Fraktur 270
 - Franklin Gothic 310
 - Frutiger 310
 - Futura 83, 291, 311, 383
 - Garamond 278, 280, 323, 372
 - Gill Sans 292, 311
 - Glypha 334
 - Golden Type 276, 299, 301
 - Graublau Sans 311
 - Helvetica 296, 297, 308, 310, 393, 394, 501
 - Hobo 322
 - Italia 300
 - Jenson 277, 284, 287, 356
 - Johnston 311
 - Kristen 322
 - Legacy Sans 311
 - Legacy Serif 277, 299
 - Linoletter 307, 361
 - Memphis 291, 307
 - Meta 310, 376
 - Minion 279, 376
 - Moby 323, 376
 - Monterey 314
 - Museo Sans 311, 356
 - Museo Slab 307
 - Myriad 310, 324
 - Neue Helvetica 420
 - Officina Sans 310, 366
 - Officina Serif 307
 - Optima 334
 - Palatino 279, 334
 - Quicksand 383
 - Sabon 281
 - Schneidler 299
 - Schwabacher 270
 - Serifa 307
 - Shelley Allegro Script 314
 - Stainless 311, 405
 - Stone Informal 333
 - Stone Sans 333
 - Stone Serif 333
 - Tannenbergl 270
 - TheSans 423
 - Times 286, 303, 361, 404
 - Trump Mediaeval 279
 - Univers 296, 310, 334
 - Utopia 303
 - Vectora 381, 383, 395
 - Venetian 301, 381, 383, 395
 - Walbaum 285, 304, 405
 - Weidemann 300
 - Zapf Book 305
 - Zapf Chancery 322, 334
 - Zapfino 314
- Schriftdesigner** 384
Schriftfamilie 348
Schrift-Farb-Kombination 504
Schriftgestaltungsprogramm
 FontLab 380
- Schriftgrad** 54, 348, 360, 379, 383, 464
- auf Visitenkarten 355
 - mischen 35
 - tatsächliche Größe 380
 - Überschrift 35
 - und Grundfläche 52, 383
 - und Laufweite 387, 388
 - und x-Höhe 381
 - und Zeilenabstand 390, 394
 - variieren 35
 - Zwischenüberschrift 35
- Schriftgröße** → **Schriftgrad**
- Schriftgruppe** 317
- DIN 16518 298
 - Formprinzip 320
 - Gruppe I: Venezianische Renaissance-Antiqua 298
 - Gruppe II: Französische Renaissance-Antiqua 300
 - Gruppe III: Barock-Antiqua 302
 - Gruppe IV: Klassizistische Antiqua 304
 - Gruppe V: Serifenbetonte Linear-Antiqua 306
 - Gruppe VI: Serifenlose Linear-Antiqua 308
 - Gruppe VII: Antiqua-Varianten 312
 - Gruppe VIII: Schreibschriften 314
 - Transitional 302
 - Übergangsanliqua 302
 - Venezianische Renaissance-Antiqua 276
 - Vorklassizistische Antiqua 302
- Schriftgruppen-Matrix** 317
Schrift ohne Eigenschaften 308
Schriftschnitt 348
- fett 508
 - kursiv 508
- Schriftsippe** 333
Schwabacher 270
Schwarz 138, 552
- in InDesign 554
 - Tiefschwarz 557
 - Wirkung 49
- Schwarzweißbild** 155, 157, 158
Schwarzweißfotografie 169
Schwerpunkt
 setzen 103
- Screenesign** 148
Script 319
Seitennummerierung 433
Seitenverhältnis 34, 86
- 3:2 92
 - 4:3 92
 - 16:9 92
 - DIN A 96
- Seitenzahl** 433
Sekundärfarbe 141

Selbstdarstellung 479
Senioren 354
Senkrecht 70
Separation 144, 529, 532
Serif 319, 349
Serifenbetonte Antiqua 288
Serifenlose Antiqua 290
Serifenlose Schrift
 basierend auf Renaissance-
 Antiqua 291
Setzmaschinen 335
Siebdruck 528
Simultan-Kontrast 132, 176
Skizze
 Gestaltungsraster 463
Slab 319
Slogan 480, 481
Softproof 583
Software 28
Spaltenabstand 441, 456
 Gestaltungsraster 464
 Trennlinie 442
 und Zeilenabstand 441
Spaltenbreite 441
 Gestaltungsraster 464
Spaltenzwischenraum
 Gestaltungsraster 464
Spannung 67
Spationieren 349
Sperrern 417
Stabilität 82
Stadler, Marius M. 479
Statik 106, 453
 Satzart 108
 und Gestaltungselement 109
Steg 431
 Außensteg 429
 Bundsteg 429
 definieren 431
 Fußsteg 429
 Gestaltungsraster 464
 Kopfsteg 429
Stern 112
Stockfotos 235
Strich 342, 424
Summe der Teile 41
Symbolik 109
Sympathie 28

T

Tabellenziffer 386
Tageszeitung

Ausgabeauflösung 593
Rasterweite 593
Text
 am Grundlinienraster ausrichten
 447
 auf Bild 402
 auf Farbe 401
 auf Fläche 401
 auf Visitenkarten 355
 Farbkombination 160
 gestalten 354
 gliedern 373
 Grundlinie 73
 Grundlinienraster 443
 kurze Textmenge 354, 357, 397,
 407
 Leserlichkeit 358
 Silhouette 377
 und Schriftgrad 380
Textauszeichnung
 Bedeutungsebenen 418
Textformatierung 419
Textlinien 72
Textsatz 353
Textschrift 383
Textspalte 429
Tiefdruck 523
Tiefe 144
Tiefschwarz 557
 und Ausparen 557
Tintenstrahldrucker 525, 526
Titel 407
 Typografie 385
Tonwert 157, 158
 einer Farbe 157
 und Farbkombination 160
Tonwertkorrektur 157
Transparenzreduzierung 601
Trapping 548
 Einstellung im Gestaltungs-
 programm 551
 und Lesetext 549
Trennlinie 168
 Spaltenabstand 442
Typografie 27, 353, 355
 auf engstem Raum 366
 Corporate Design 501, 518
 Gestaltungsraster 429
 kreative 353
Typo-Logo 489

U

Überdrucken 544, 546
 und Weiß 555
 von Volltonfarben 556
Überdrucken-Einstellung
 für Schwarz 554
Überfüllen 544, 547, 548
Übergangantiqua 287
Überraschung 32
Übersättigung 156
Überschrift 35, 407
 Ebenen 410
 Faustregel 411
 formatieren 411
 Gewichtung 409
 Hauptüberschrift 409
 nummeriert 408
 Schriftart 408
 Schriftgröße 408
 Schriftschnitt 408
 typografische Auszeichnung 408
 Unterüberschrift 409
 Versalsatz 408
 Wertigkeit 408
Überschriftenhierarchie 407
Überstrahlen 47
Umbruch 423
Umgebungsfarbe 131
Unbunte Farbe 126
Uncoated Papier 542
Ungestrichenes Papier 364, 399,
542
 Farbmanagement 578
Unschärfe 253
Unterfüllen 549
Unterlänge 350
Unternehmenskommunikation
 und Bild 235
Unternehmenslogo 486
Unternehmensphilosophie 479
Unterschneidung 351, 384
Unterstreichung 418
Unziale 268

V

Vektorgrafik 228, 596
 Ankerpunkt 596
 Attribut 597
 Einsatzbereich 599
 Logo 599
 Pfad 596

Venezianische Renaissance-
Antiqua 276
Veredelung 569, 571
Verkehrsleitsystem 357
Verkehrsschild 115, 226
Verpackung 366
hochwertig 40
preiswert 40
Versalhöhe 73, 446
Grundlinienraster 446
Versalien 351
Versalsatz 417
Vierfarbdruck 142
Vignette 50
Virtueller Kegel 380, 387
Visitenkarte 355, 365, 383, 385,
540
Format 365
Visuelle Identität 194
Visuelles Gleichgewicht 102
Volltonfarbe 534
Buchfarbe 541
Einsatzbereich 539
Gold 556
HKS 543
Kupfer 556
Pantone 537, 541
Pantone-Farbfächer 541
RAL 540
Silber 556
überdrucken 556
Volltonfarbensystem 540

W

Waagerecht 69
Wahrnehmung 38
Farbe 128
Gestaltgesetz 36
Warme Farbe 170
Wäscheleinenprinzip 445
Webdesign 32, 151, 367
barrierefrei 371
Bilder 236
Blocksatz 371
CSS 369

HTML 369
mehrspaltiger Text 368
Menü 32
Satzart 371
Schriftart 368
Schriftgrad 369
Silbentrennung 371
Zeilenabstand 372
Weblayout
flexibel 367
Weiß 138, 217
und Überdrucken 555
Weißraum 218
Weite 69
Wellenlinie 37
Weniger ist mehr 40
Werbemotiv 499
Werbeträger 28
Werbung 35
Erwartung 32
Sympathie 28
Überraschung 32
Vertrauen 40
Werk
schöpferisch 30
Westernschrift 289
Wetterfest 527
Wickelfalz 561
Widerdruck 566
Wiedererkennung 484, 499
Willberg, Hans Peter 284, 306
Wirkung
Farbe 133
Querformat/Hochformat 81
Wortbild 377
Silhouette 377
Wort-Bildmarke 489
Wortgebilde 356

X

x-Höhe 73, 351, 366, 381
Grundlinienraster 446
x:y-Proportion 91

Z

Zahlen
kern 386
unterscheiden 386
Zapf, Hermann 334
Zeichen 351
Lautzeichen 265
Zeichenabstand 383
Zeichenbreite 388
Zeichensatz 351, 381
Zeile
Grundlinienraster 443, 447
registerhaltig 444
Zeilenabstand 340, 351, 366, 390
100 % 392
120 % 394
Gestaltungsraster 464
Haupt- und Marginalspalte 447
ideal 394
kompress 392
Marginal- und Hauptspalte 447
und Spaltenabstand 441
Zeilenbildung 377
Zeitung 361, 373
Re-Design 362
Zeitungsschrift 361
Zentralperspektive 119
Zentrierter Satz 108
Zickzackfalz 561
Zielgruppe 28, 30, 354, 383
Erwartung 32
Subgruppe 29
Ziffern
proportional 347
Tabellenziffern 350
Versalziffern 351
Zollzeichen 425
Zurichtung 383
Zusammengehörend 37
Zwischenüberschrift 35