



Layo

Headline H1 Lorem ipsum dolor amet, est consetetur sadipscing elitr

Headline H2 Tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

Consetetur At vero eos et accusam et justo ea duo dolores et ea rebum. Sit citta kasd est ut Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem amet ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing.

Consetetur Sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna

Stat citta kasd galbgrgen, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Ut enim ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

Ut enim ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

At vero eos et accusam et justo duo Lorem

Grundkurs

# Grafik und Gestaltung

Für Ausbildung und Praxis

- Die Regeln guter Gestaltung auf den Punkt gebracht
- Schriften, Farben und Bilder gekonnt einsetzen
- Mit zahlreichen Praxislösungen und Tipps



# Inhalt

Vorwort ..... 15

## 1 Grundlagen der Gestaltung

1.1 Das Druckerzeugnis gibt den Ton an ..... 18  
Variablen bei der Gestaltung ..... 19  
Erste Frage: Um welche Art des Lesens handelt es sich? ..... 19  
Zweite Frage: Wie sind die Leseumstände? ..... 19  
Dritte Frage: Welche Zielgruppe und welcher Inhalt? .. 20  
Fingerspitzengefühl für besondere Zielgruppen ..... 22  
Vierte Frage: Welche Absicht steht dahinter? ..... 22  
Alle Antworten gefunden? ..... 23

1.2 Für jede Leseart die richtige Typografie ..... 23  
Das lineare Lesen ..... 23  
Ästhetische und optische Auszeichnungen ..... 23  
Das informierende Lesen ..... 24  
Das konsultierende Lesen ..... 24  
Das differenzierende Lesen ..... 25  
Das inszenierende Lesen ..... 26

1.3 Wo fange ich an? ..... 27  
Die Reihenfolge einhalten ..... 27  
Konservativ oder ausgefallen? ..... 30  
Kreativ sein, und dann? ..... 30  
Die Idee und ihre Umsetzung ..... 30

1.4 Die erste Grundregel: Blickfang ..... 32  
Aufmerksamkeit gewinnen ..... 32  
Professionell und entschlossen ..... 33  
Geeignete Blickfang-Objekte ..... 34  
Der ästhetische Blickfang ..... 35  
Der optische Blickfang ..... 35  
Nicht konkurrieren, sondern ergänzen ..... 37  
Falsche Eitelkeit ..... 38





<b>1.5 Die zweite Grundregel: Gruppen</b>	39
Was zusammengehört, soll zusammenstehen	39
Minimale Änderungen mit großer Wirkung	40
Zwischenüberschriften zuordnen	41
<b>1.6 Die dritte Grundregel: Wiedererkennung</b>	43
Wiederholung bedeutet Konsistenz	43
Wiederholung von Stilelementen	44
Wiedererkennung durch Logos	44
Durch Sehgewohnheiten Sicherheit schaffen	47
In der Werbung	47
»Print wirkt« beweist Gewohnheiten	47
<b>1.7 Checkliste</b>	50

## 2 Seitenformat und Aufteilung

<b>2.1 Wie wirkt eine Seite?</b>	54
Freier Raum lässt Platz zum Atmen	54
Am Anfang steht das Scribbeln	55
<b>2.2 Wie finde ich das optimale Format?</b>	55
Entscheidung für die Grundfläche	55
Verschiedene Formate, unterschiedliche Wirkungen	56
DIN-Formate	57
DIN-A-Reihe	57
DIN und Norm bei Briefbögen	58
Der Briefbogen nach DIN	58
Flyer im DIN-Format	60
DIN B, DIN C und DIN D	61
<b>2.3 Optimales Teilungsverhältnis: Goldener Schnitt und Co.</b>	61
Der Goldene Schnitt	61
Die Suche nach dem Goldenen Schnitt	62
Zahlenreihe nach Fibonacci	63
Fibonacci oder Goldener Schnitt?	63
<b>2.4 Wie entsteht ein Satzspiegel?</b>	64
Stegbreiten	64



Viele Wege führen zum Satzspiegel .....	66
Freier Satzspiegel mit Zahlenreihe (DIN) .....	66
Freier Satzspiegel nach dem Goldenen Schnitt/Fibonacci .....	67
Freier Satzspiegel mit Diagonalkonstruktion .....	68
Fester Satzspiegel mit Diagonalkonstruktion .....	69
Fester Satzspiegel mit Neunerteilung .....	69
Welche Methode eignet sich am besten? .....	70
Verschiedene Satzspiegel, unterschiedliche Wirkungen .....	71
Tatsächliche Höhe eines Satzspiegels .....	71
Satzspiegel mit Marginalienspalte .....	72
<b>2.5 Das Gestaltungsraster</b> .....	74
Was nutzt uns ein Gestaltungsraster? .....	74
Wie entsteht ein Gestaltungsraster? .....	74
Grob oder fein .....	76
Kreativität in Ketten? .....	77
Lesefluss hat Vorrang .....	78
<b>2.6 Das Grundlinienraster – noch ein Raster?</b> .....	79
Gute Gründe für das Grundlinienraster .....	79
Der prüfende Blick .....	79
<b>2.7 In sechs Schritten zum Gestaltungsraster</b> .....	80
<b>2.8 Wozu Spalten – und wie viele?</b> .....	84
Lesbarkeit .....	84
Ein- und zweispaltige Layouts .....	86
Das drei-, vier- und fünfspaltige Layout .....	86
<b>2.9 Tipps für ein professionelles Layout</b> .....	88
Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile .....	88
Das Zusammenspiel von Satzspiegel und Bildformat ...	90
Überlagerte Raster .....	91
Gruppen definieren, Abstände schaffen .....	92
<b>2.10 Seiten im Web</b> .....	94
Nicht mit Unnützem ablenken .....	94
Größe und Format .....	95
Das Raster im Web .....	96
Zentriertes Layout .....	96



	Responsive Design .....	98
	Single Page Design .....	100
	Bilder im Rahmen .....	100
<b>2.11</b>	<b>Checkliste</b> .....	102



## 3 Formen

<b>3.1</b>	<b>Welchen Einfluss haben Formen?</b> .....	106
	Flächen und Grundformen .....	106
	Die Wirkung des Quadrats .....	106
	Die Wirkung des Dreiecks .....	107
	Die Wirkung des Kreises .....	108
	Die Wirkung von Linien .....	109
	Wie nutze ich die Wirkung von Formen? .....	110
	Formen im Logodesign .....	110
	Entwicklung neuer Formen .....	110
<b>3.2</b>	<b>Die richtige Gewichtung</b> .....	111
	Das visuelle Gewicht .....	111
	Hierarchie durch Gewicht .....	112
	Nicht zwingend interessant .....	112
	Wie nutze ich den Effekt des visuellen Gewichts? .....	112
<b>3.3</b>	<b>Gestaltgesetze</b> .....	114
	Das Gesetz der Nähe .....	114
	Das Gesetz der Ähnlichkeit .....	116
	Das Gesetz der Geschlossenheit .....	117
	Das Gesetz der Kontinuität .....	118
	Das Gesetz der Erfahrung .....	119
	Das Figur-Grund-Gesetz (Rubin'sche Vase) .....	120
	Vordergrund und Hintergrund .....	120
<b>3.4</b>	<b>Anordnung und Kombination</b> .....	120
	Jedem sein Plätzchen .....	120
	Die optische Mitte .....	121
	Wie verteilen wir die Objekte? .....	122
	Das Bedürfnis nach Harmonie .....	124



Harmonie durch Gleiches, Disharmonie  
 durch Verschiedenes ..... 124

Achsen suchen und finden ..... 124

Symmetrie und Asymmetrie ..... 126

Bewegung und ihre Richtung ..... 128

**3.5 Besonderheiten im Web** ..... 129

    Bedeutung von Formen ..... 129

    Es ist immer noch rund ..... 130

    Rahmen auf Websites ..... 131

    Die passenden Symbole ..... 133

**3.6 Checkliste** ..... 133



## 4 Farben

**4.1 Wieso wirken Farben?** ..... 138

    Farbe in der Werbung ..... 138

    Psychologie und Symbolik ..... 139

    Kultur und Tradition ..... 140

    Schwingungen ..... 140

    Was passt zu mir? ..... 141

    Farbe als Medizin ..... 141

    Die richtige Farbe finden ..... 142

    Mehr als die Summe seiner Teile ..... 142

**4.2 Welche Farblehren gibt es?** ..... 144

    Warum braucht man Farbsysteme? ..... 144

    Der heutige Anspruch an ein Farbsystem ..... 144

    Isaac Newton ..... 144

    Johann Wolfgang von Goethe ..... 145

    Johannes Itten ..... 146

    Komplementärfarbe ..... 147

**4.3 Wie Farben wirken** ..... 147

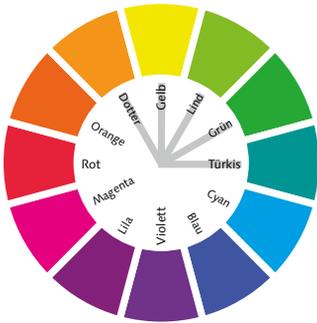
    Farbwirkung im Einzelnen ..... 147

    Die Farbe Gelb ..... 148

    Die Farbe Rot ..... 150

    Die Farbe Blau ..... 152





Die Farbe Grün .....	154
Die Farbe Orange .....	156
Die Farbe Violett .....	158
Die Farbe Braun .....	160
Die Unbunt-Farbe Schwarz .....	162
Die Unbunt-Farbe Weiß .....	164
<b>4.4 Kontrast und Kombination .....</b>	<b>166</b>
Das Zusammenspiel von Farben .....	166
Farbkontraste nach Itten .....	166
Kontraste in der Praxis .....	169
<b>4.5 Die Harmonie der Farben .....</b>	<b>170</b>
Harmonischer Blickfang .....	170
Komplementäre Farbharmonien .....	170
Winkelharmonie .....	170
Harmonischer Dreiklang .....	171
Harmonie mit mehr Farben .....	172
Nicht immer nach Vorgabe wählen .....	172
Wie viele hätten's denn gern? .....	172
Objektabhängige Farbwahl .....	173
Gestalterisch kritisch – der Verlauf .....	173
Die Farbe in unseren Grundregeln .....	174
<b>4.6 Farbsysteme und Technik .....</b>	<b>175</b>
Moderne Farbtheorie .....	175
Additive Farbmischung (RGB) .....	176
Monitor und Fernseher .....	176
Subtraktive Farbmischung (CMYK und andere) .....	177
RGB oder CMYK? .....	178
Farbprofile .....	179
Blitzer und Beschnitt .....	179
<b>4.7 Farbe im Webdesign .....</b>	<b>180</b>
Übersicht an erster Stelle .....	180
Weniger ist mehr .....	181
Die Farbwahl für das Web .....	181
Der Transparenz-Trend .....	183
Für genügend Kontrast sorgen .....	184

Weniger Einfluss .....	185
Websichere Farben .....	185
<b>4.8 Zwei Beispiele .....</b>	<b>186</b>
1. Beispiel: Sport und Gesundheit .....	186
2. Beispiel: Naturholzmöbel .....	187
<b>4.9 Checkliste .....</b>	<b>188</b>

## 5 Bilder

<b>5.1 Ein Bild, was ist das eigentlich? .....</b>	<b>192</b>
Infografiken .....	192
Piktogramme und Symbole .....	193
Die Fotografie .....	194
<b>5.2 Woher nehmen und nicht stehlen? .....</b>	<b>194</b>
Bildagenturen für Groß und Klein .....	194
Lizenzfrei und lizenzpflichtig .....	195
<b>5.3 Die Bildwirkung .....</b>	<b>196</b>
Die Kunst, mit Bildern Stimmungen einzufangen .....	196
Die Fotografie und ihre Wirkung .....	196
Der Bildabgleich mit dem Gedächtnis .....	197
Ein Bild weckt Emotionen .....	197
Die gefährliche Macht der Bilder .....	198
Das fotografische Auge .....	198
Unterschiede zwischen Kamera und Auge .....	199
Regeln für die Aufnahme .....	200
Die Konzentration auf das Motiv .....	200
Das Format finden .....	202
Bildaufteilung mit Deierteilung und Goldenem Schnitt .....	204
Ausschnitt und Perspektive .....	206
Licht und Schatten .....	208
Tiefe, Kontrast, Schärfe .....	209
Bildwirkung am Beispiel Porträt .....	210

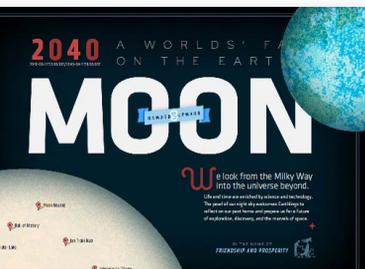




<b>5.4</b>	<b>Die Technik dahinter</b> .....	214
	Pixeldaten .....	214
	Auflösung für den Druck .....	215
	Raster im Druck .....	216
	Auflösung für das Internet .....	216
	Vektordaten .....	216
	Format für den Druck: TIFF .....	217
	Format für den Druck: EPS .....	218
	Unbehandelt: RAW und DNG .....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

## 6 Schrift

<b>6.1</b>	<b>Schriften wirken</b> .....	228
	Die Stimme der Schrift .....	228
	Weitere Faktoren zur Schriftwirkung .....	230
<b>6.2</b>	<b>Welche Schriften gibt es?</b> .....	230
	Die Schriftklassifikation .....	230
	1. Klasse: Venezianische Renaissance-Antiqua .....	231
	2. Klasse: Französische Renaissance-Antiqua (Mediäval) .....	232
	3. Klasse: Barock-Antiqua .....	233
	4. Klasse: Klassizistische Antiqua .....	234
	5. Klasse: Serifenbetonte Linear-Antiqua .....	235
	6. Klasse: Serifenlose Linear-Antiqua .....	236
	7. Klasse: Antiqua-Varianten .....	237
	8. Klasse: Schreibschriften .....	238



	9. Klasse: Handschriftliche Antiqua .....	239
	10. Klasse: Gebrochene Schriften .....	240
<b>6.3</b>	<b>Die richtige Schrift wählen</b> .....	242
	Die Lesbarkeit .....	242
	Die Größe der Schrift .....	242
	Die Wirkung der Schrift .....	246
	Die Einprägsamkeit .....	248
	Das Angebot .....	249
	Freeware und Shareware .....	250
	Hochwertige Lizenzschriften .....	250
<b>6.4</b>	<b>Schriften kombinieren</b> .....	251
	Die Grundlagen des Bleisatzes .....	251
	1. Mischregel: Genügend Unterschiede .....	252
	2. Mischregel: Ähnliche Strukturen .....	254
	3. Mischregel: Schriften innerhalb einer Familie .....	256
	4. Mischregel: Die Größe beachten .....	258
	5. Mischregel: Maximal drei Schriften .....	260
<b>6.5</b>	<b>Texte gestalten</b> .....	264
	Ansprechende Gestaltung von Text .....	264
	Schriftwahl und -größe .....	264
	Der Zeichenabstand .....	266
	Der Wortabstand .....	268
	Laufweite und Wortzwischenräume vergrößern .....	268
	Die Zeilenlänge .....	270
	Spalten und Spaltenabstand .....	272
	Die richtige Größe des Zeilenabstands .....	274
	Die verschiedenen Ausrichtungen .....	276
	Freude über freie Räume .....	278
	Farbe und Kontrast .....	279
<b>6.6</b>	<b>Gliedern schafft Überblick</b> .....	283
	Möglichkeiten zur Gliederung .....	283
	Besonderheiten bei größeren Textmengen .....	284
<b>6.7</b>	<b>Effekte</b> .....	286
	Die Schrift verzerren .....	286
	Rund- und Formsatz .....	288
	Formen umfließen .....	289





	Farbverläufe im Text .....	290
	Die rote Liste in der Praxis .....	291
<b>6.8</b>	<b>Schrift im Web</b> .....	292
	Die Schriftproblematik .....	292
	Schrift als Grafik .....	293
	CSS3 und die @font-face-Regel .....	294
	Struktur und Textmenge .....	295
	Zeilenlänge, -abstand und Laufweite .....	295
	Ausrichtung .....	296
	Typo-Trends .....	297
	Fehler und Tipps .....	298
<b>6.9</b>	<b>Schrifttechnik</b> .....	301
	Die Programmiersprache PostScript .....	301
	TrueType .....	301
	OpenType .....	302
<b>6.10</b>	<b>Zwei Schritt-für-Schritt-Anleitungen</b> .....	304
	1. Beispiel: Auf der Suche nach den Fehlern .....	304
	2. Beispiel: Karte gestalten .....	306
<b>6.11</b>	<b>Checkliste</b> .....	310
	Ergänzender Bildnachweis .....	313
	Index .....	315

# 2

## Seitenformat und Aufteilung

- Wie und warum wirkt ein Layout?
- Wie finde ich das optimale Format?
- Wie entsteht ein Satzspiegel? Gibt es Methoden, um ihn einfach berechnen zu können?
- Was ist ein Gestaltungsraster? Wozu brauche ich es, und wie erstelle ich es?
- Das Grundlinienraster – noch ein Raster, das ich brauche?
- Wie wird das Layout im Web festgelegt?

## 2 Seitenformat und Aufteilung

Ein Layout lässt sich mit einem Orchester vergleichen. So schön auch jedes Instrument für sich klingen kann – funktioniert das Zusammenspiel nicht, hält man sich die Ohren zu. Genauso verhält es sich mit den Objekten auf der Seite: Erst die richtige Kombination und Platzierung macht das Layout zu einem gelungenen Layout.

### 2.1 Wie wirkt eine Seite?

#### ▼ Abbildung 2.1

Format und Aufteilung sind die halbe Miete – Freiraum bietet Luft zum Atmen.

Warum übt manche Gestaltung eine besondere Wirkung auf uns aus? Warum vergessen wir die meisten, und warum stolpern wir über manche und schütteln ungläubig den Kopf? Weil manchmal die Komposition gelungen ist, viele sind in Ordnung, und manche sind schlichtweg grausam. Um ein optimales Gestaltungsergebnis zu erzielen, müssen zum einen alle beteiligten Komponenten miteinander harmonisieren, zueinanderpassen. Zum anderen müssen die Komponenten beziehungsweise die Kombination daraus zur Zielgruppe passen und den Inhalt optimal vermitteln. Erst dann können wir uns entspannt auf die Schulter klopfen und uns zurücklehnen.



© leobard@flickr

## Info

### Weißraum

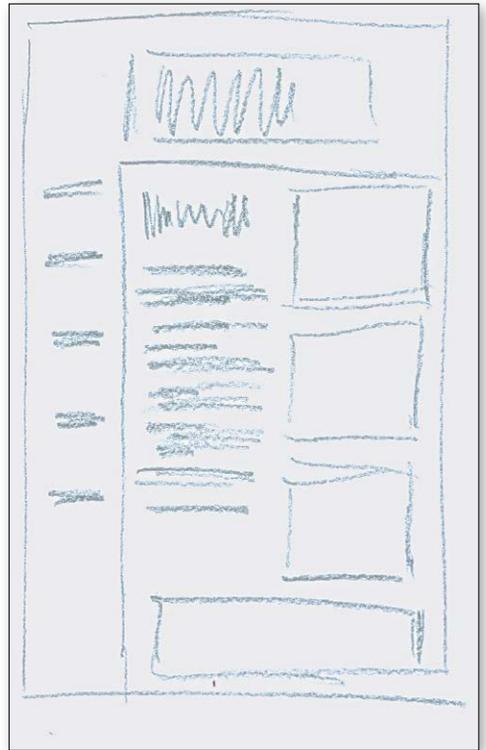
Als Weißraum, weißer Raum oder auch als Freiraum wird ein nicht bedruckter Raum oder auch eine Fläche in zurückhaltender Farbe bezeichnet.

**Freier Raum lässt Platz zum Atmen** Bei der Auswahl und Anordnung aller beteiligten Objekte auf dem gewählten Format sind es manchmal Nuancen, die ein Druckerzeugnis genauso wie eine Website auf- oder abwerten. Dabei spielt die Raumaufteilung eine nicht weniger wichtige Rolle als Farbe oder Bildauswahl. Auch nicht besetzter, also weißer, Raum wirkt und sollte gezielt und überlegt eingesetzt werden. Unerfahrene Layouter haben häufig den Wunsch, jede Stelle ihres Formats mit Informationen zu versehen. Das Ergebnis sind wüste Sammlungen von Texten und Bildern, die wie ausgeschüttet wirken, aber keine Luft zum Atmen lassen.

**Am Anfang steht das Scribbeln** Fangen wir mit der größten Einheit bei der Gestaltung an, nämlich der Seite und der Raumaufteilung auf dieser Seite.

Bei der Entscheidung für ein Layout, eine Raumaufteilung und einen Satzspiegel steht wie bei den meisten anderen Variablen an oberster Stelle die Frage nach dem Zweck des Druckergebnisses. »Layout follows function« haben wir als Gestalter schon im Kopf, sowie wir uns an den Tisch setzen und den Bleistift spitzen beziehungsweise den Kopf einschalten. Der Bleistift dient dabei übrigens dem Skizzieren einer Idee – eine nach wie vor sinnvolle Methode, die auch – oder gerade erst recht – im Zeitalter des Desktop-Publishings ihre Berechtigung hat.

**Praxis:** Wer seine Ideen scribbelt und somit eine grobe Raumaufteilung und Platzierung der Objekte mit dem Stift auf dem Papier vornimmt, spart häufig das Schieben und Probieren am Computer. Beim Scribbeln können Ideen entstehen, und auch wenn einige aufgrund von Adobe InDesign, QuarkXPress und anderer Software ein solches Vorgehen für veraltet halten, gehen viele andere immer noch gerne diesen Weg.



▲ **Abbildung 2.2**

Fragen Sie einmal herum – die kreativsten Köpfe scribbeln, bevor sie die Computermaus in die Hand nehmen.

## 2.2 Wie finde ich das optimale Format?

Ein Layout besteht aus verschiedenen Komponenten, die aufeinander wirken. Da ist zunächst das Papierformat, die Grundfläche, auf der die Komposition stattfindet. Dann folgen die Flächen, geometrische Formen, der Einsatz von Farben im Text oder auch als Fläche, Kontrastwirkungen und nicht zuletzt die Bilder und Textelemente, die zur Gesamterscheinung beitragen.

**Entscheidung für die Grundfläche** Im ersten Schritt müssen wir uns für eine Grundfläche entscheiden, auf der alle Elemente, Formen und Farben ihren Platz finden werden. Dabei kann es sich um ein Papierformat für eine Seite, aber auch um ein Plakat oder eine kleine Anzeige handeln, die sich nicht durch den

# Info

## Formate beim Bild

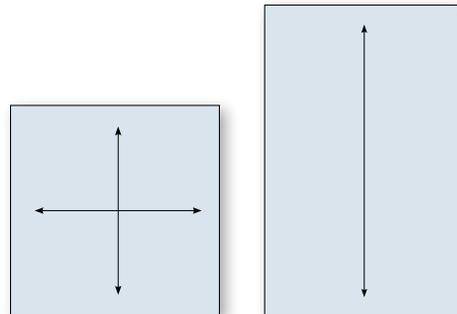
Die Eigenschaften, die man Hoch- und Querformaten nachsagt, treffen auch für die Bildformate zu. Mit einem hochformatigen Bild kann leichter Spannung erzeugt werden, denn es wirkt erhaben und dynamisch.

Papierrand, sondern durch eine anderweitige Markierung wie einen Rahmen abgrenzt. Die Entscheidung für ein Papierformat ist genauso relevant wie alle anderen Entscheidungen, denn nicht nur die Elemente auf der Seite, sondern auch die Seite selbst wirken durch ihre Proportionen.

**Verschiedene Formate, unterschiedliche Wirkungen** Bei der Gestaltung unterscheiden wir zwischen Hochformat, Querformat und quadratischem Format. Dem Hochformat sagt man Attribute nach wie dynamisch, lebhaft, stehend; es steht für eine aufsteigende Bewegung und unterstützt die vertikale Linie. Das Querformat hingegen wirkt liegend und damit schwer, passiv, ruhig und steht für eine waagerechte Bewegung. Das quadratische Format wirkt ruhig und ausgeglichen, neutral, aber auch bewegungslos. Das Hochformat ist das meist verwendete Format, Quer- und quadratisches Format sind eher unüblich. Wer als Gestalter bezüglich der Formatfrage völlig frei wählen kann und muss, sollte diese Wirkungen im Kopf haben.



◀ ▼ **Abbildung 2.3**  
Das gleiche Motiv, aber eine unterschiedliche Wirkung, lediglich durch ein verändertes Format



▲ **Abbildung 2.4**  
Das Hochformat wirkt dynamisch, das Querformat passiv und ruhend, das quadratische Format ausgeglichen.

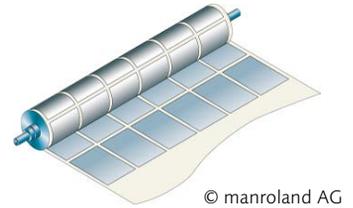


**DIN-Formate** Häufig muss die Entscheidung für ein Format auch ökonomisch betrachtet werden, und spätestens hier kommen die DIN-Formate ins Spiel. Genormte Formate, die ein festes Seitenverhältnis aufweisen, sind für den Betrachter üblich und gewohnt, was Vor- und Nachteile hat. Gewohnte Formate rufen beim Betrachter andere Emotionen hervor als ungewohnte wie das quadratische oder ein vom DIN-Format stark abweichendes Format.

**Praxis:** In der Regel sind genormte Formate preiswerter im Druck, da die Druckmaschinen häufig der DIN-Norm entsprechende Größen haben. Ihre Breiten und Höhen sind ein Vielfaches des gewünschten DIN-Formats, und sie können so mehr Nutzen als bei unüblichen Formaten drucken.

**DIN-A-Reihe** Die DIN-Norm 476 enthält die Norm für die Papierformate. Sie existiert bereits seit 1922 und unterscheidet drei Reihen. Die DIN-A-Reihe kommt bei den Bogen- und Blattformaten zum Einsatz. Wer einen handelsüblichen Drucker kauft, findet beispielsweise in den Gebrauchsanweisungen die Angaben, bis zu welchem DIN-A-Format gedruckt werden kann. Das Referenzformat für DIN A ist A0 und entspricht einem Quadratmeter. Der Quadratmeter wird mit einem festen Seitenverhältnis von  $1:\sqrt{2}$  beziehungsweise einer Verhältniszahl von 1,414 unterteilt, was einer Größe von 841 x 1189 Millimetern entspricht. Die weiteren Formatgrößen sind nun leicht abzuleiten: Man teilt für die nächstkleinere Nummer die lange Seite durch zwei, die kurze übernimmt man unverändert, halbe Millimeter rundet man ab. Somit hat das Format DIN A1 das Format 594 x 841, DIN A2 entspricht 420 x 594 und so weiter. Übrigens gibt man grundsätzlich zuerst die Breite und dann die Höhe an, somit entsprechen die Maße 594 x 841 einem Hochformat.

**Abbildung 2.6 ►**  
Beim DIN-Format wird mit der Verhältniszahl 1,414 geteilt.



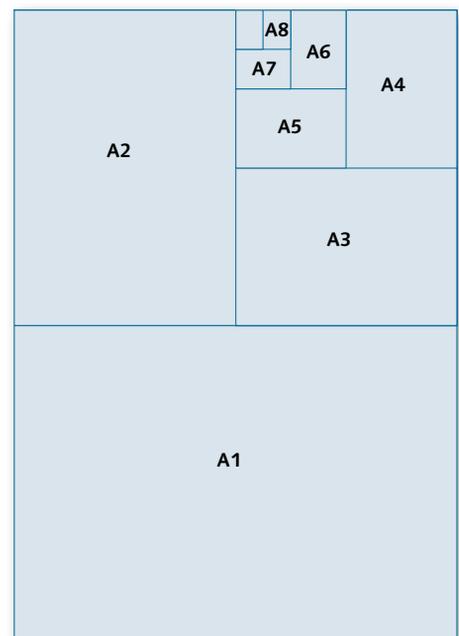
© manroland AG

#### ▲ **Abbildung 2.5**

Die Drucksache wird mehrfach auf dem Druckbogen angeordnet, man druckt in mehreren Nutzen.

#### **Nutzen**

*Druckmaschinen haben genormte Maße, die häufig ein Vielfaches von DIN-Formaten sind. Als Nutzen bezeichnet man die Menge an Seiten, die auf dem Druckbogen Platz findet.*



# Index

@font-face 294

## A

---

Abstände schaffen 92  
Achsen 124  
Additive Farbmischung 176  
Alphakanal 217  
Analoge Farbharmonie 172  
Anordnung 120  
    *im Web* 129  
Anschnitt 179  
Antiqua-Varianten 237  
Arial 266  
Arnold Böcklin 237  
Ästhetische Auszeichnung 19  
Ästhetischer Blickfang 35  
Asymmetrie 126  
Auflösung 215  
    *für den Druck* 215  
    *im Web* 216  
Aufmerksamkeit gewinnen 32  
Ausrichtung 276  
Awareness 48

## B

---

Barock-Antiqua 233  
Beschnitt 179  
Bewegung 128  
Bild 192, 204, 217  
    *Auflösung* 215  
    *Ausschnitt* 206  
    *beschneiden* 210  
    *Bildabgleich* 197  
    *Bildfolge* 212  
    *Format* 56, 202  
    *im Web* 216, 220  
    *Perspektive* 206  
    *Pixelbild* 214  
    *Schärfe* 209  
    *Wirkung* 195  
Bildabgleich 197  
Bildagentur 194

Bildaufteilung  
    *Dreierteilung* 204  
    *Goldener Schnitt* 204  
Bildausschnitt 204  
Bilderinsel 92  
Bildformat 56, 202  
Bildlizenz 194  
Bildmarke 248  
Bildwirkung 196  
Bleisatz 251  
Blickfang 18, 32, 112  
    *ästhetischer* 35  
    *erste Grundregel* 32  
    *geeignete Blickfang-Objekte* 34  
    *konkurrieren* 37  
    *optischer* 35  
Blitzer 179  
Blocksatz 85, 268, 276  
Bodoni 234  
Briefbogen nach DIN 58

## C

---

Clarendon 235  
CMYK 177, 178  
Comic Sans 246  
Corporate Design 230, 248, 264  
CSS3 294

## D

---

Detailtypografie 18  
Dicke 244  
Differenzierendes Lesen 25  
Digitalkamera 214  
DIN-Format 57  
    *DIN-A-Reihe* 57  
    *DIN B* 61  
    *DIN C* 61  
    *DIN D* 61  
Disharmonie 124  
DNG 218  
dpi 215  
Dreieck 107  
Dreierteilung 204

Druck  
    *Auflösung* 215  
    *Raster* 216  
Druckbogen 57

## E

---

Egyptienne 235  
Einbruchfalz 60  
EPS 218  
Ergänzungsfarbe 147

## F

---

Falztyp 60  
Farbcharakter 146  
Farben 138  
    *als Medizin* 141  
    *Druck* 177  
    *im Web* 180  
    *in der Werbung* 138  
    *Kombination* 166  
    *Kontrast* 166  
    *Kultur* 140  
    *Leuchtkraft* 166, 168  
    *Lieblingsfarbe* 141  
    *mischen* 147  
    *Psychologie* 139  
    *Schwingungen* 140  
    *Symbolik* 139  
    *Tradition* 140  
    *Wirkung* 138  
Farbharmonie 170  
Farbhelligkeit 146  
Farbkombination 280  
Farbkontrast 166  
    *Farbe-an-sich-Kontrast* 166  
    *Hell-dunkel-Kontrast* 166  
    *Kalt-warm-Kontrast* 166  
    *Komplementärkontrast* 166  
    *Simultankontrast* 167  
Farbkreis 175  
Farblehren 144  
Farbmanagement 179  
Farbprofil 179

- Farbraum  
*geräteunabhängig* 179
- Farbreihe 172
- Farbsättigung 146
- Farbsysteme 144
- Farbton 146
- Farbwahl  
*objektabhängige* 173
- Farbwert 175
- Farbwirkung  
*Blau* 152  
*Braun* 160  
*Gelb* 148  
*Grün* 154  
*Orange* 156  
*Rot* 150  
*Schwarz* 162  
*Violett* 158  
*Weiß* 164
- Fibonacci 63
- Finsen, Niels Ryberg 141
- Flash 223
- Fließtext 242
- Flyer 60
- Format 54, 55, 56, 202  
*Wirkung* 56
- Formen 106  
*Dreieck* 107  
*Grundformen* 106  
*im Web* 129  
*Kreis* 108  
*Linien* 109  
*Quadrat* 106  
*Wirkung* 110
- Formsatz 288
- Fotografie 194  
*Ausschnitt und Perspektive* 206  
*Format* 202  
*Goldener Schnitt* 204  
*Motiv* 200  
*Porträt* 210
- Fotografisches Auge 198
- Fraktur 240
- Frakturvarianten 240
- Franklin Gothic 236
- Französische Renaissance-Antiqua 232
- Freeware 250
- Freier Raum 54, 278
- Frutiger 236
- Futura 236
- 
- ## G
- Garamond 232
- Gebrochene Schriften 240
- Gestaltgesetze 114  
*Gesetz der Ähnlichkeit* 116  
*Gesetz der Erfahrung* 119  
*Gesetz der Geschlossenheit* 117  
*Gesetz der Kontinuität* 118  
*Gesetz der Nähe* 114  
*Gesetz der Symmetrie* 126
- Gestaltpsychologie 114
- Gestaltung 27  
*Achsen* 124  
*Reihenfolge* 27
- Gestaltungsachse 124
- Gestaltungsraster 74  
*Einteilung* 76  
*Entstehung* 74  
*Nutzen* 74  
*Schritt für Schritt* 80  
*überlagerte Raster* 91
- Geviert 268
- Gewohnheiten 47
- GIF 221  
*animiertes* 221
- Gill 236
- Goethe, Johann Wolfgang von 145
- Goldener Schnitt 61
- Gotisch 240
- Grammatik 60
- Grauwert 24
- Großbuchstabe 244
- Grundfläche 55
- Grundlinie 72, 244
- Grundlinienraster 71, 79
- Grundregeln  
*Blickfang* 32  
*Gruppen* 39  
*Wiedererkennung* 43
- Grundtext 242
- 
- ## H
- Handschriftliche Antiqua 239
- Harmonie 124, 170
- Harmonie von Liedl 170
- Harmonischer Blickfang 170
- Header 220
- Helligkeit 175
- Helvetica 236
- Hierarchie 112
- Hintergrund 120
- Hintergrundbild 220
- Hochformat 202
- Hurenkinder 284
- 
- ## I
- Icon 193
- Inch 215
- InDesign 79
- Infografik 192
- Informationen ordnen 117
- Informierendes Lesen 24
- Inhalt 20
- Innenraum 244
- Inszenierendes Lesen 26
- Italiene 235
- Itten, Johannes 146  
*Farbe-an-sich-Kontrast* 166  
*Farbkontraste* 166
- 
- ## J
- JPEG 222
- 
- ## K
- Kapitälchen 254
- Kegel 251
- Kegelgröße 251
- Klassizistische Antiqua 234
- Kolumnentitel 64
- Kombination 120, 166
- Kompensativfarbe 147
- Komplementärfarbe 147

Komprimierung  
*im Web* 221  
 LZW 217  
 Konsistenz 43  
 Konsultierendes Lesen 24  
 Kontrast 120, 166, 209  
*Hell-dunkel-Kontrast* 279  
 Körperfarbe 147, 177  
 Kreativität 30, 77  
 Kreis 108

## L

Laufweite 268  
*im Web* 295  
 Layout 88  
 Leporellofalz 60  
 Lesbarkeit 19, 84, 242, 282  
 Lesefluss 78  
 Leseumstände 19  
 Licht 208  
 Lichtfarbe 147, 176  
 Liedl, Roman 170  
 Ligatur 302  
 Lineares Lesen 23  
 Linie 109  
 Linksbündig 276  
 Lizenz  
*für Bilder* 195  
*für Schriften* 250  
 Logo 248  
 Logodesign 110

## M

Majuskel 73  
 Makrotypografie 18  
 Marginalie 57, 64, 66  
 Mediäval 232  
 Mediävalziffer 302  
 Mikrotypografie 18  
 Mittelachse 276  
 Mittellänge 244  
 Monochromatische Farbreihe 172  
 Motiv 200

## N

Nachbreite 244

Negativtext 268  
*im Web* 182, 295  
 Newton, Isaac 144  
 Normbriefbogen 59  
 Nutzen 57

## O

Oberlänge 244  
 Objekte anordnen 122  
 OpenType 302  
 Optische Auszeichnung 23  
 Optische Mitte 121  
 Optischer Blickfang 35  
 Optisches Loch 278

## P

Pagina 64  
 Palatino 232  
 Papierformat  
*nach DIN* 57  
*nach Fibonacci* 63  
*nach Goldenem Schnitt* 61  
 Passerungenauigkeiten 179  
 PDF 219  
 Perspektive 204  
 Piktogramm 193  
 Pinselschrift 254  
 Pixel 214  
 PNG 221  
 Porträt 210  
*angeschnitten* 210  
*Blickrichtung* 212  
 PostScript 301  
 ppi 215  
 Primärfarbe 178  
 Print wirkt-Kampagne 47  
 Profil 179  
 Punze 244

## Q

Quadrat 106  
 Qualitätskontrast 168  
 Quantitätskontrast 168  
 QuarkXPress 79  
 Querformat 202

## R

Rahmen  
*im Web* 131  
 Randabfallend 179  
 Raster 216  
 Rasterpunkt 216  
 RAW 218  
 Recall 48  
 Rechtsbündig 276  
 Registerhaltigkeit 71  
 Reihenfolge 27, 28, 30, 51  
 Responsive Webdesign 98  
 RGB 176, 178  
 Rights managed 195  
 Rockwell 235  
 Rotis 237  
 Royalty free 195  
 Rubin'sche Vase 120  
 Rundgotisch 240  
 Rundsatz 288

## S

Sättigung 146, 175  
 Satz 264  
 Satzspiegel 64  
*für Einzelseite* 67  
*Höhe* 71  
*mit Diagonalkonstruktion (fest)* 69  
*mit Diagonalkonstruktion (frei)* 68  
*mit Marginalienspalte* 72  
*mit Neunteilung* 69  
*mit Zahlenreihe* 66  
*nach dem Goldenen Schnitt/ Fibonacci* 67  
*und Bildformat* 90  
*Wirkung* 71  
 Schärfe 209  
 Schatten 208  
 Schreibschriften 238  
 Schrift 228  
*Angebot* 249  
*Effekte* 286  
*Einprägsamkeit* 248  
*Familie* 256  
*Farbe* 279

- Größe* 242, 251, 264  
*im Web* 292  
*Kontrast* 279  
*Mischung* 252, 254, 256, 258, 260  
*Schnitt* 249  
*Technik* 301  
*verzerrern* 13, 286  
*Wahl* 264  
*Wirkung* 228, 246
- Schriftfamilie 256  
 Schrift im Web 292  
   *als Grafik* 293  
   *Ausrichtung* 296  
   *Laufweite* 295  
   *Zeilenabstand* 295  
   *Zeilenbreite* 295
- Schriftklassifikation 230  
 Schriftkombination  
   *Anzahl* 260  
   *Größe* 258  
   *Schriftfamilie* 256  
   *Strukturen* 254  
   *Unterschiede* 252
- Schriftlinie 72  
 Schriftschnitt 249  
 Schrifttechnik 301  
 Schusterjungen 284  
 Schwabacher 240  
 Scribbeln 55  
 Scrollen 94  
 Seitenformat 54  
   *finden* 55  
 Sekundärfarbe 178  
 Serifen 230, 244  
 Serifenbetonte Linear-Antiqua 235  
 Serifenlose Linear-Antiqua 236  
 Shareware 250  
 Simultane Kontrastwirkung 146, 167  
 Single Page Design 100  
 Spalten 84, 272  
   *drei-, vier- und fünfspaltig* 86  
   *ein- und zweispaltig* 86  
 Spaltenabstand 272  
 Spaltenraster 75  
 Stand 37  
 Stegbreiten 64
- Stilelemente 44  
 Strichstärke 244  
 Subtraktive Farbmischung 177  
 SVG 223  
 SWF 223  
 Symbol 193  
   *im Web* 133  
 Symmetrie 126
- T**


---

 Tertiärfarbe 178  
 Text 279  
   *Auszeichnungen* 284  
   *Effekte* 286  
   *Farbverlauf* 290  
   *Gestaltung* 264  
   *gliedern* 283  
   *umfließen* 289  
 Tiefenwirkung 209  
 TIFF 217  
 Times 233  
 Transparenz 221  
   *im Druck* 217  
   *im Web* 183, 221  
 Typografie  
   *Art* 19
- U**


---

 Überdrucken 179  
 Überfüllen 179  
 Unbunt-Farbe 146  
 Unicode 303  
 Unterlänge 244  
 Unterschneiden 266, 269
- V**


---

 Vektoren 216  
 Venezianische Renaissance-Antiqua 231  
 Verlauf 173, 290  
 Versalhöhe 73, 244  
 Vierfarbdruck 177  
 Visuelle Hierarchie 112  
 Visuelles Gewicht 111, 122  
   *Hierarchie* 113  
 Visuelle Wahrnehmung 112  
 Vorbreite 244
- Vordergrund 120  
 Vordergrund-Flächen-Kontrast 120
- W**


---

 Weblayout 94  
   *Bilder im Rahmen* 100  
   *Farbwahl* 180  
   *Größe und Format* 95  
   *Seitenraster* 96  
   *zentriertes Layout* 98  
 Websichere Farben 185  
 Weißraum 54  
 Werbung 47  
 Wickelfalz 60  
 Wiedererkennung 43  
   *dritte Grundregel* 43  
   *Print wirkt-Kampagne* 47  
 Wiederholung 43  
   *von Stilelementen* 44  
 Winkelharmonie 170  
 Wortabstand 268  
 Wortmarke 248  
 Wortzwischenraum 268
- X**


---

 x-Höhe 244
- Z**


---

 Zapfino 238, 302  
 Zeichenabstand 266  
 Zeichenbreite 244  
 Zeichen pro Zeile 84  
 Zeilenabstand 79, 274  
   *im Web* 295  
 Zeilenfall 277  
 Zeilenlänge 84, 270  
   *im Web* 295  
 Zentriert 276  
 Zickzackfalz 60  
 Zielgruppe 20  
 Zusammengehörigkeit anzeigen 39, 92  
 Zwischenüberschrift 41