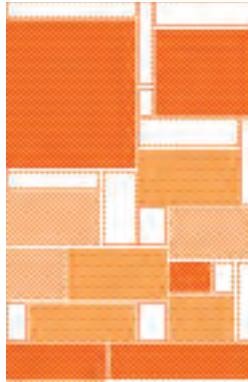


41. Mit Farben Aufmerksamkeit erzielen



Dieses exzellente Plakatdesign für vier Jahre Festivalprogramm besticht mit dynamischen Farben und experimentiert damit, in jedem Jahr mit einem anderen fotografischen Element (Gras, Himmel, Wolken) zu variieren.

LINKE SPALTE VON OBEN NACH UNTEN: 2005, 2006, 2007
ZWEITE SPALTE: 2008

Projekt
Ein umfassender Werbeauftritt für ein Kunstfestival inklusive Broschüren, Webseite und Plakaten

Kunde
River to River Festival

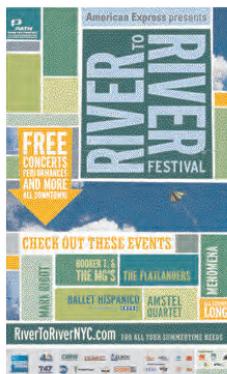
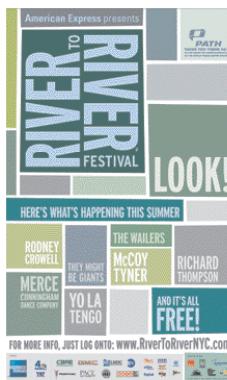
Design
Number 17

Creative Direction/
Art Direction
Emily Oberman, Bonnie Siegler

Die Gestaltung mit farbigen Boxen, einige mit Text, verleihen dem Festival schon vorher einen starken Auftritt.

Besonders in einer reizüberfluteten Umwelt wie der unseren erzielt man mit farbigen Layouts Aufmerksamkeit. Farbboxen sind ideal, um Überschriften und Text wiedererkennbar anzugeben. Auch wenn sie keinen Text enthalten, lassen sie sich für

farbliche Differenzierung nutzen. Unterschiedliche Schriftgrößen und -stärken erzeugen ein Gefühl von Fließen oder Bewegung. Auch ein gelegentlich eingeflochtener Farbbox kann dem Leser eine kleine Erholungspause gönnen.





Das Cover der Broschüre enthält eine ganze Menge Information. Mit cartoonähnlichen Akzenten wird der Raum aufgelockert und vermeidet so keinerlei Enge.

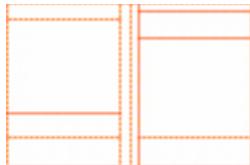


Der Erfolg der Broschüre hat einerseits viel der witzigen Nebeneinanderstellung und der bemerkenswerten Typografie des Wortes „River“ zu verdanken, andererseits den auffälligen Farben, die die Titel stützen und die Blöcke beruhigen.

Die witzige Typografie und die Farbbalken auf der Webseite korrespondieren mit den anderen Komponenten des Projektes und fungieren sowohl als farbenfrohe Banner als auch als Navigationshilfen.



42. Farbpaletten auswählen



Es ist zwar richtig, dass man mit dem Einsatz vieler und starker Farben ein optisches Feuerwerk auslösen kann. Aber zu viel Farbe kann die eigentliche Aussage des Projektes übertönen. Legt man dagegen eine zurückhaltende Farbpalette fest, kann dies Kohärenz erzeugen.

Wenn die Farben die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich ziehen sollen, ist es sinnvoll, mit hellen Farben zu arbeiten. Gedämpfte Farben passen besser zu seriösen Inhalten wie Finanzberichten oder Fallstudien.

**THE QUICK IMPACT INITIATIVE
ON MALARIA AND NEGLECTED TROPICAL DISEASES**

ABOUT THE INITIATIVE

NEWS

CONTACT US

The Earth Institute
AT COLUMBIA UNIVERSITY

Millennium Project

**THE QUICK IMPACT INITIATIVE
ON MALARIA AND NEGLECTED TROPICAL DISEASES**

Malaria and neglected tropical diseases (NTDs), such as schistosomiasis and hookworm, are major public health problems that exert a massive burden on society. Each year, about 3 million people die of malaria worldwide, and over 500 million people in Africa are affected with neglected tropical diseases.

The UN Millennium Project's Quick Impact Initiative, endorsed by the September 2005 UN World Summit, marks a crucial opportunity for scaling up best practices and developing new approaches and financing strategies to help achieve the sixth Millennium Development Goal — Combat HIV/AIDS, malaria and other diseases— as well as its related targets.

The Quick Impact Initiative is committed to the integrated control of malaria and neglected tropical diseases in participating countries by ensuring full-scale implementation of national programs; securing appropriate production of treatment and prevention tools; developing an intensified global advocacy campaign; and leveraging greater international financing for these diseases. In addition to malaria, the Quick Impact Initiative will focus on seven main NTDs:

- Ascariasis
- Trichuriasis
- Hookworm
- Schistosomiasis
- Onchocerciasis
- Trachoma

Projekt
Website

Kunde
Earth Institute at Columbia
University

Creative Director
Mark Inglis

Design
Sunghee Kim, John Stislow

Die einzelnen Bereiche der
Webseite werden durch ver-
schiedene Farben voneinander
abgehoben. Diese Farben sind
auch jeweils einem bestimmten
Programm zugehörig.

**GLOBAL ROUNDTABLE
ON CLIMATE CHANGE**

Home **Steering Committee**
About GROCC **Management**
Working Groups **News**
Roundtable Participants **Conference**

Global Roundtable on Climate Change

In an effort to help advance international climate policy beyond the Kyoto Protocol, the Earth Institute at Columbia University has convened the Global Roundtable on Climate Change. The Roundtable brings together approximately 100 high-level, critical stakeholders from all sectors and parts of the world to fashion a new global consensus critical to shaping sound public policies on climate change. Supporting the Roundtable are technical working groups composed of leading experts from the academic, private and public sectors. The Roundtable is distinct in that it includes the best inputs of science, technology, economics and public policy analysis; it focuses on a timeframe that is 50 to 100 years in the future; its membership is drawn at the highest level from a truly global community, including both high and low income countries; and it will arrive at a consensus on key issues within 3 years and a policy consensus.

In an effort to help advance international climate policy beyond the Kyoto Protocol, the Earth Institute at Columbia University has convened the Global Roundtable on Climate Change. The Roundtable brings together approximately 100 high-level, critical stakeholders from all sectors and parts of the world to fashion a new global consensus critical to shaping sound public policies on climate change. Supporting the Roundtable are technical working groups.

Ungestättigte, gedämpfte
Farben passen besser zu
nüchternen Themen.

SEARCH | CONTACT

HOME

OUTREACH

ABOUT US

RESEARCH

GRANTS & FELLOWSHIP

RESOURCES

WORKING GROUPS

Welcome to the Center for Sustainable Energy.

Eighty-six percent of the world's energy comes from fossil fuels. About 25% of the world's population remains without adequate or quality energy resources. Renewable energy is far from being able to handle current and rising energy demands, and is likely to remain too expensive for the foreseeable future. Given these factors, it is necessary to research opportunities to render fossil fuels environmentally acceptable until affordable, clean, and plentiful technologies are available.

The Earth Institute supports research geared toward three central energy themes: energy for the poor, carbon management and economic and national security. Several energy-related research projects at the Earth Institute include: smart electric grid research, energy for growth, waste-to-energy management, carbon sequestration, carbon capture, gauging carbon fluxes.

Satte, aber gleichzeitig gemäßigte Farben stehen auf diesen Seiten für verschiedene Programme.

SEARCH | CONTACT US

HOME

PEOPLE

RESEARCH PROGRAMS

COUNTRY ADVISORS

EVENTS

NEWS

PUBLICATIONS

Welcome

CGSD manages the social sciences activities of the Earth Institute. Our mission is to maintain and augment the intellectual community focused on the use of social sciences approaches to address the most pressing international development problems of our time. By design, this mission overlaps with those of social science departments across the university, with whose faculty we collaborate. In addition, the hallmark approach of CGSD involves conducting interdisciplinary research and policy work as often as possible. We operate on the underlying principle that because development problems cross disciplines - from the environment to disaster preparedness to public health to economic planning - so must the solutions.

I invite you to explore our website for examples of our current research and project work. Please feel free to contact me, other CGSD staff, and our affiliates to ask questions or to suggest new possibilities.

Alex Pfaff
Executive Director

SEARCH | CONTACT US

HOME

EDUCATION & OUTREACH

ABOUT US

RESEARCH

PEOPLE

DATA AND TOOLS

Welcome

Although renowned for more than 50 years of pioneering ocean research the world over, the scientists of Columbia University's Lamont-Doherty Earth Observatory have always maintained a keen interest in their own backyard - the Hudson River and Estuary. In fact, one of the first major projects undertaken at Lamont involved using the newly created tools of seismology to survey the riverbed prior to construction of the Tappan Zee Bridge in the early 1950s. Since then, a steady stream of Columbia research has delved into a wide range of river issues - from sediment transport to PCB contamination to carbon and nutrient cycles to the myriad effects of global climate change.

Over the last 15 years in particular, the breadth and pace of Hudson River research at Columbia has accelerated in step with the ever-increasing development pressures born of an economic boom and a burgeoning population. With no fewer than the six major research initiatives currently underway within the Hudson River watershed, Columbia is striving to create a knowledge base that will enable more effective long-term management of this vital natural resource.

43. Farben sprechen lassen



Wenn eine solide Struktur gegeben ist, und das ist bei Magazinen häufig der Fall, tut es gelegentlich gut, daraus auszubrechen. Neben einer schlichten Typografie werden hier Farben in Gestalt eines großartigen Fotos in den Mittelpunkt (des Layouts) gerückt.

COLOR FLOWERS
If you've ever dreamed of lying in a poppy field, here's your chance: our favorite flowers, and the off-the-shelf paints that match them best. PHOTOGRAPHS BY ELLIE MACINTOSH

Red Anemone
WARM TERRACOTTA, ANTIQUE PINK

Orange Tulip
LIVELY ORANGE, HOT SPICE, LUCKY PAINT

Poppy
FESTIVE ORANGE, COUNTRY CHARM, MELONIC BEIGE, COLOR MEAD

Orange Lily
DESERT ORANGE, CHAMOMILE, LADY

Sunflower
GOLDEN GOLD, 1010-10, DUSTY GOLD

Red Rose
DRAMA HEAT, HOT HONEY, HOT GLASS

Yellow Ranunculus
CARRY YELLOW, 0101-01, LEMON LIGHT

WARM SHADES A little of these colors goes a long way, so we suggest that you use them as accents and not as walls. Paint window frames, a door, a piece of furniture from the flea market, maybe even a bed frame—your room will come alive.

26 HOUSE BEAUTIFUL

DIESE UND RECHTE SEITE: Auch wenn hier die Versuchung groß ist, noch mehr Farbe hereinzu-bringen, ist eine Beschränkung der Palette, etwa nur Schwarz, Klüger. Dadurch wird dem Leser Gelegenheit gegeben, sich auf die satten Farben des Bildes zu konzentrieren. Ein Wettbewerb der Farben wäre hier nur kont- raproduktiv.

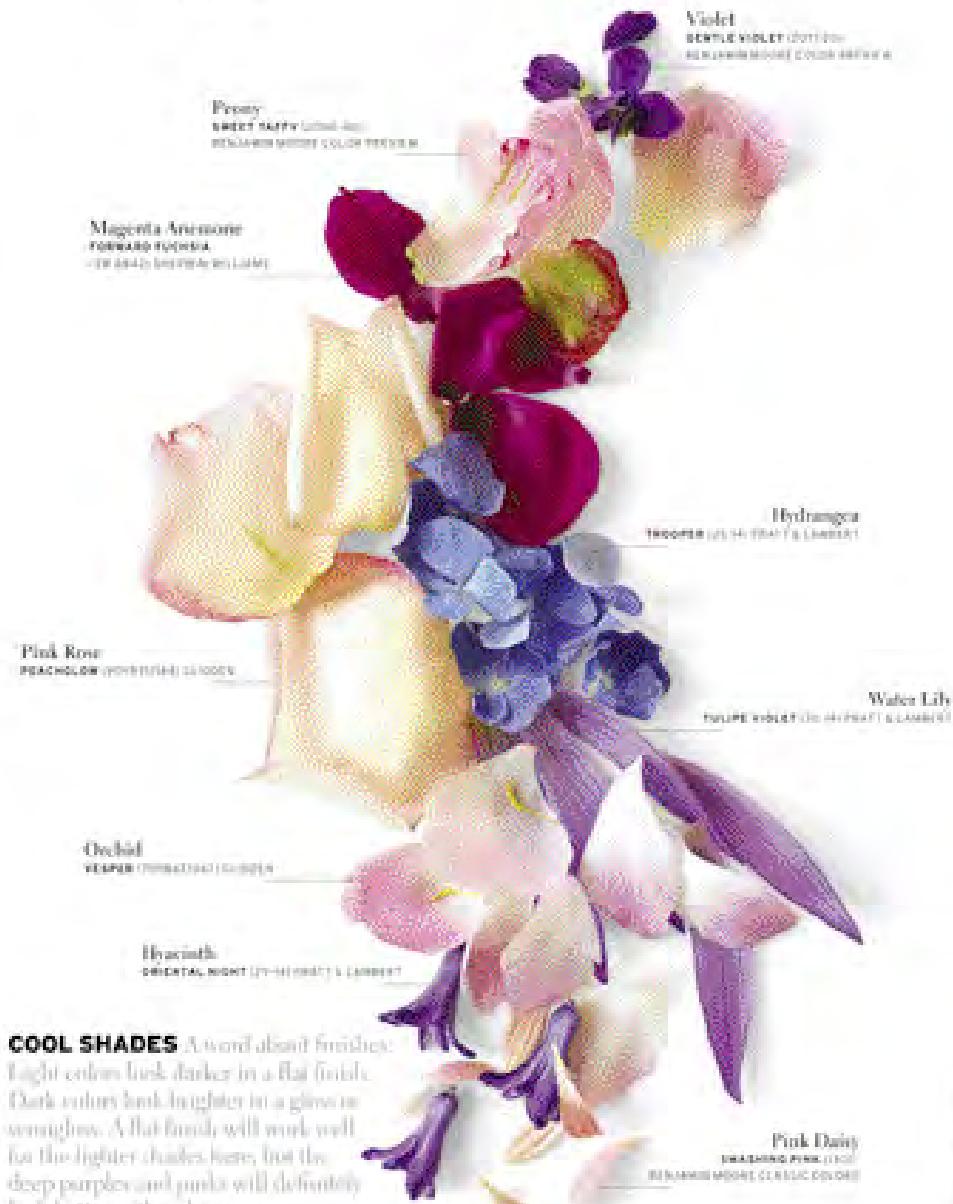
Projekt
House Beautiful

Kunde
House Beautiful magazine

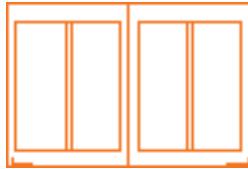
Design
Barbara deWilde

Ein hervorragendes und kunst-voll gestaltetes Bild hat in diesem Layout keine Konkurrenz zu fürchten.

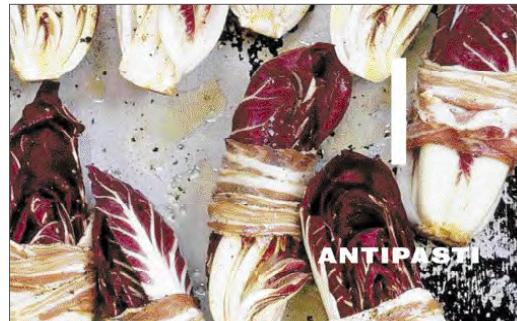
COLOR



44. Die Verbindung von Farbe und Typografie



In farbigen Ratgebern oder Büchern mit didaktischem Inhalt ist es oft ratsam, die Farben eher zurückhaltend zu gestalten, damit die Anleitungen nicht von anderen Elementen dominiert werden. Eine geschickte, beschränkte Farbauswahl kann jedoch die Typografie hervorragend zur Geltung bringen.



Farbig sehr intensive Motive mit groß gezogenen Bildausschnitten bestreiten die Kapitelanfänge. Die fetten Negativlettern der Headline bieten der Farbintensität die Stirn.

Projekt *Italian Grill*

Kunde
HarperCollins

Design
Memo Productions, NY

Art Directors

Dieses Kochbuch eines Koches mit markanter Persönlichkeit wird von Rastern untermauert. Hier werden fette farbige Lettern einer nicht minder frechen Typografie gegenübergestellt. Die Kapitel variieren jeweils nur leicht und alle sind gleich attraktiv.



Nach dem grandiosen Kapitelaufakt folgt jeweils eine Doppelseite Einführung. Im Kontrast zur fetten serifenlosen Schrift auf den Aufmacherfotos erscheint der Einführungstext in einer fast grazilen Serifenschrift negativ im Farbfond.

FENNEL WITH SAMBUCAS AND GRAPEFRUIT





FISH AND SHELLFISH

In Italy, cooking fish is all about freshness and simplicity—as I’ve said before, the philosophy of Italian fish cookery can be summed up in three words: *Luce e sale*. Complicated sauces and techniques are not part of this repertoire, and, in fact, follow almost never see any sauce at all with fish, other than an excellent olive oil. Lemon may sometimes appear, but even that is often considered beside the point. The one exception is *zaba verde*, the fragrant green herb sauce, which may sometimes accompany a fish with character enough to stand up to it, such as a whole grilled branzino (see page 126).

Few Italians would consider cooking anything other than local fish, whether from a mountain stream or the ocean, and I urge you to think in the same way: find a good fish market, and remember that what is freshest is best. If the specific fish called for in your recipe is not available—or doesn’t look pristine and glistening—the fishmonger can help you choose another option (I include suggestions for substitutions in many of the recipes). If you are able to get fresh king mackerel for *Mackerel “in Scepsi” with Amalfi Lemon Salad*, you will have the best mackerel dish you’ve ever tasted; if you can’t find it, make the recipe with very fresh bluefish, or move on to another one. Most of the other fish recipes in this chapter, such as *Monfisali in Prosciutto con Pesto Pregola* and *Swordfish Involtini Siciliani Style*, call for widely available varieties. But you’ll want to be sure

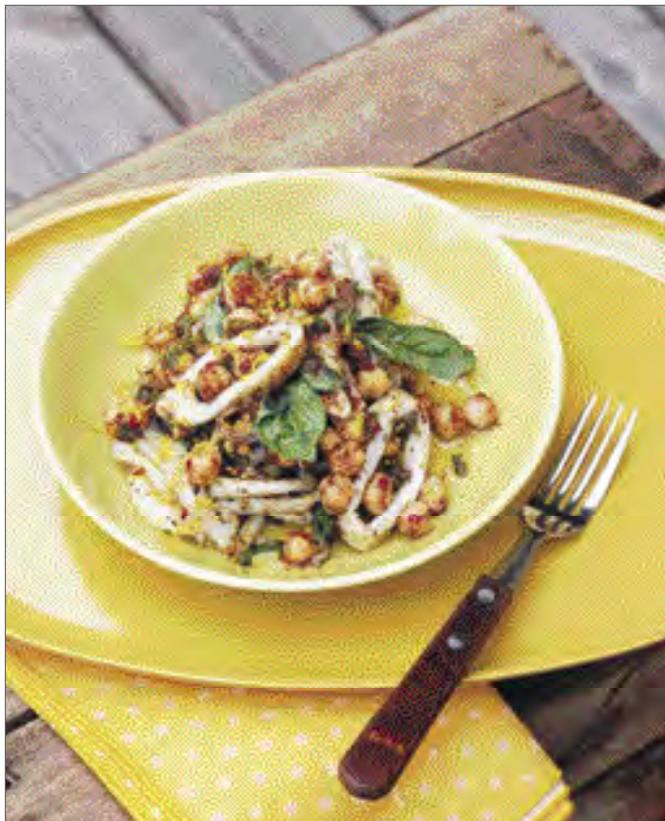
180 FISH AND SHELLFISH

to get the best tuna available—sushi quality, that is—for *Tuna alla Fiorentina*, and you really should use wild salmon for *Salmon in Carcasses with Asparagus, Cucumbers, and Mint*.

Cooking shellfish on the grill is easy, and the recipes in this chapter use several different techniques for achieving simple perfection. *Classic Calamari* are wrapped in a foil packet and allowed to steam in their fragrant juices. The shrimp in *Shrimp Rosemary Skewers alla Romagnola* are threaded onto rosemary skewers, which impart their herbal fragrance and look sexy besides. I love cooking scallops (“cephalopods”) on a *piatta*, a flat griddle or stone placed on the hot grill (see page 000 for more on the subject), because it gives them a great sear and char, as in *Sea Scallops alla Caprese or Marinated Calamari with Chickpeas, Olive Pesto, and Oranges*.

Thinking globally while buying locally is especially important when you are buying fish. Some “trendy” fish have been overharvested to the point of extinction, and we now know that there can be problems with farmed fish as well, like salmon. The Monterey Bay Aquarium, at www.montereybayaquarium.org, maintains an up-to-date list of species that are being overfished in the United States and in the rest of the world. It’s an invaluable resource, and I urge you to consult it when writing your shopping list, as I do both at home and at the restaurants.

187



MARINATED CALAMARI

WITH CHICKPEAS, OLIVE PESTO, AND ORANGES

SERVES 8

CALAMARI

- 8 pounds cleaned calamari (tentacles and tentacles)
- ½ cup extra-virgin olive oil
- Grated zest and juice of 1 lemon
- 4 garlic cloves, thinly sliced
- 2 tablespoons chopped fresh mint
- 2 tablespoons hot red-pepper flakes
- 2 tablespoons freshly ground black pepper

CHICKPEAS

- Two 15-ounce cans chickpeas, drained and rinsed, or 3½ cups cooked chickpeas
- ½ cup extra-virgin olive oil
- ½ cup red wine vinegar
- 8 shallots, thinly sliced
- 4 garlic cloves, thinly sliced
- ½ cup minced tarragon
- Sea salt and freshly ground black pepper

OLIVE PESTO

- ½ cup extra-virgin olive oil
- Grated zest and juice of 1 orange
- ½ cup black olive pesto
- 4 jalapeños, finely chopped
- 12 fresh basil leaves, cut into ribbons (thin strips)
- 3 oranges
- 2 tablespoons chopped fresh mint

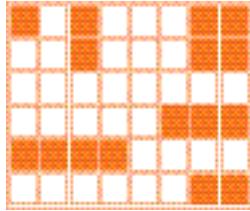
DRY THE CALAMARI BODIES: *Crosswise* to half 16 legs. Split the groups of tentacles into 2 pieces each.

Combine the olive oil, lemon zest and juice, garlic, mint, red-pepper flakes, and black pepper in a large bowl. Toss in the calamari and mix well to coat. Refrigerate for 30 minutes, or until everything else is ready.

Put the chickpeas in a medium bowl, add the oil, vinegar, shallots, garlic, and marinated tentacles, and stir to mix well. Season with salt and pepper and set aside.

93

45. Farben geben den Ton an



Dieser Ausstellungskalender ist ein Beispiel für einheitliche Größen innerhalb eines Rasters, in dem spielerisch Farbmodule sowie Text- und Bildmodule auf engem Raum variiert werden. Boxen und Farben bilden System und Struktur, wodurch die Informationen übersichtlich gestaltet werden können. Wenn viele verschiedene Informationen in einem Projekt untergebracht werden müssen, können in einem Raster Farbmodule mit Zeitangaben, Texteinheiten, URLs, Aufrufe oder Banner mit dem Thema des Projektes hervorgehoben werden.



Projekt Program calendar

Kunde
Smithsonian, Cooper-Hewitt,
National Design Museum

Design
Tsang Seymour Design, Inc.

Design Director
Patrick Seymour

Art Director
Laura Howell

Dieses System für einen Ausstellungskalender bietet eine gleichförmige Kommunikation. Dynamische Farb- und Bildvariationen sind jedoch ebenso möglich.





Auf der Rückseite des Ausstellungskalenders werden die Hauptausstellungen mit Ausstellungsdauer noch einmal kurz beschrieben. Ergänzend dazu üppige und überbordende Bilder, die optisch Spannung und Verdichtung erzeugen.



Unterschiedliche Bildgrößen und vereinzelte Freisteller passen zu den farbigen Boxen und springen teilweise ins Auge.

LINKE SEITE: Jeder Monat hat eine eigene Kennfarbe und ist so chronologisch klar zugeordnet.

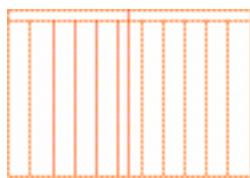
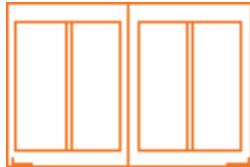
Stellen Sie fest, wie viel Fläche Sie zur Verfügung haben. Die teilen Sie in Quadrate gleicher Größe auf. Bestimmen Sie dann einen einheitlichen Rand für das Projekt. Benutzen Sie die Quadrate wie einzelne Boxen. Die können Sie dann in Zweier- oder Dreierpacks horizontal oder vertikal anordnen bzw. stapeln. Je nach Inhalten wie Datum, Monat, Preis, Veranstaltung etc. können Sie den Boxen bestimmte Farben zuweisen. Wenn die Informationen schwer verdaulich sind, sollten die Farben den Informationsfluss erleichtern und erhellen.

In den Modulen können auch Fotos und Illustrationen untergebracht werden. Wie beim Text kann ein Bild in einem Modul, in zwei vertikal angeordneten Modulen, in vier horizontal verlaufenden Modulen oder vier übereinander gestapelten Modulen Platz finden. Kurz gesagt erlauben die Farbmodule eine ganze Reihe von Variationsmöglichkeiten, ohne dadurch die Struktur und den Gesamteindruck zu gefährden. Unterbrechen Sie den Raster hier und da mit Freistellern, um das Interesse wachzuhalten und um einem lebendigen Programm noch mehr Rhythmus und optische Weitläufigkeit zu verleihen.

Durch die starke Struktur des Farbreigens können die Informationseinheiten für sich bestehen. Die Farbmodule begründen eine gut lesbare Hierarchie der Informationen von kleinen Schriftgraden bis wuchtigen Überschriften und fetten Lettern. Unterschiedliche Schriftgrößen sowie Groß- und Kleinbuchstaben ermöglichen dem Leser schnelles Erfassen von Zeitpunkt, Ort und Beschreibung der Veranstaltung. Große Überschriften in den zusammengefassten Modulen sorgen für Rhythmus und Überraschung. Daneben gibt es korrespondierend die Gestaltung ähnlicher Textinhalte wie Marketing, Auftraggeber oder Museum, Handlungsaufrufe und Kontaktdaten.

Für doppelseitige Projekte kann ein Modulraster mit klar definierten Flächen, die aber auch durchbrochen werden, sehr von Vorteil sein.

46. Typografische Akzente in Farbe



Zu viele Farben wirken auch wieder unruhig und verwirrend. Das richtige Maß jedoch versetzt den Leser in die Lage, die Inhaltsschwerpunkte besser zu erkennen. Eine klare Hierarchie bei den Überschriften wird noch leichter erfassbar, wenn damit farbliche Akzente einhergehen.

Projekt
Croissant magazine

Kunde
Croissant magazine

Designer
Seiko Baba

Illustration
Yohimi Obata

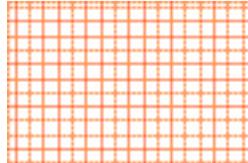
Mit Farben lässt sich Text subtil betonen. Sie bringen Klarheit und Pep in Magazindoppelseiten. Das hier abgebildete heißt MOOK, eine Spezialausgabe der *Croissant*-Herausgeber. Der Titel lautet *Mukashi nagara no kurashi no chie*; frei übersetzt „Altehrwürdige Lebensweisen“.

Wenn ein Buchstabe größer und farbig gesetzt wird, lenkt das natürlich die Aufmerksamkeit auf diese Überschrift.

Hier werden die Informations-
einheiten farblich voneinander
abgesetzt. Besonders bei
Anleitungen ist eine klare
Differenzierung nützlich und
wichtig. Auf dieser Doppelseite
eines Kochbuches sind die Zwi-
schentitel farbig. Die Zahlen
sind auch rot, um sie vom Text
abzheben.

Die unterschiedlichen Ausgestaltungen des „Q“ (für „Questions“) in Strichstärke, Größe, Schattierung oder Farbe schaffen Struktur und erzeugen Aufmerksamkeit.

47. Mit Farben Informationen übermitteln



Die Farbgebung bei der Gestaltung eines Veranstaltungsprogramms erleichtert die Differenzierung verschiedenster Elemente wie Wochentage. Die Information sticht ins Auge und arbeitet mit der ganzen Doppelseite. Die Farben können auch so gewählt werden, dass sie die Farbpalette auf dem Foto ergänzen.

Wenn es bei einem Projekt besonders wichtig ist, dass die Zeitangaben klar und deutlich hervortreten, sind gedämpfte, sich nicht in den Vordergrund drängende Farben sehr günstig. Ungesättigte Farben (also solche mit einem hohen Grauanteil) sind ideal für das Übereinanderdrucken.

Projekt
Calendar of events

Kunde
New York City Center

Design
Andrew Jerabek

Die Farbschattierungen der Kalenderboxen korrespondieren im Ton mit der Farbgebung der Fotografie.

Ein reicher Hintergrund und erstaunliche Dynamik stehen dem strukturierten Kalender in Komplementärfarben gegenüber.

PHILADELPHIA BALLET

BALLET

Nov. 14 – 18
Tix \$45, \$55, \$75, \$110

Philadelphia Ballet returns to New York City Center for the first time in more than twenty years with two dynamic programs. The first features a five-orchestra evening of dancing by Carolina Buratto, designed a "Principe" for the Philadelphia Asperger and choreographed by the Company's own Matthew Neeson. The second program includes works by Roland Petit, Astor Piazzolla, and Val Caniparoli's "Vivaldi Landmarks," a celebration of American and Classical music and dance.

Wed
7:30pm
Nov. 14
Sennitella
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"

Thu
7:30pm
Nov. 15
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
As It's Owing
C. Piazzolla's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"

Fri
7:30pm
Nov. 16
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"

Sat
7:30pm
Nov. 17
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
As It's Owing
C. Piazzolla's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"

Sun
3pm
Nov. 18
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"



NY CITY CENTER

MORPHOSES/ THE WHEELDON COMPANY

Oct. 17 – 21
Tix \$40, \$50, \$65, \$90

Morphoses/The Wheeldon Company makes its New York debut at New York City Center, performing two unique programs featuring seven New York premières and an American premiere, founded by internationally acclaimed choreographer Christopher Wheeldon. Morphoses aims to revolutionize contemporary classical ballet by marrying dance, music, visual art and design – infusing it with a newfound energy and vision by embracing all art forms in a collaborative environment. The dancers comprise a first-class ensemble of principal artists from leading companies including New York City Ballet, San Francisco Ballet and the Royal Ballet, among others. Celebrated costume designer Narciso Rodriguez will design the costumes for both of Mr. Wheeldon's new works, and will also be working with him on each of the ballets' stage designs.

“Mr. Wheeldon's history is remarkable...” — Alison Macleay, *The New York Times*

Wed
7:30pm
Oct. 17 – Oct. 18, 7:30pm
Oct. 19, 2pm
Thu
7pm
Fri
7:30pm
Sat
2pm
Sun
3pm

Oct. 18 – Oct. 19, 7:30pm
Morphoses
Christopher Wheeldon
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "As It's Owing"
Matthew Neeson's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)

Oct. 19, 2pm
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"

Oct. 20 – Oct. 21, 7pm
Morphoses
Christopher Wheeldon
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "As It's Owing"
Matthew Neeson's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)

Oct. 21, 2pm
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"

Oct. 22 – Oct. 23, 7pm
Morphoses
Christopher Wheeldon
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "As It's Owing"
Matthew Neeson's "Estancia"
Matthew Neeson's "Vivaldi Landmarks"
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)

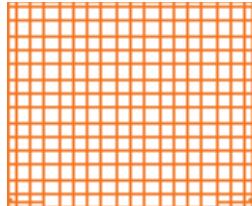
Oct. 23, 2pm
Carolina Buratto
Matthew Neeson's "Principe" (Philadelphia Asperger)
Carolina Buratto
C. Piazzolla's "Estancia"



Hier verstärken Herbstfarben ein beeindruckendes Foto mit safranfarbenen Akzenten.

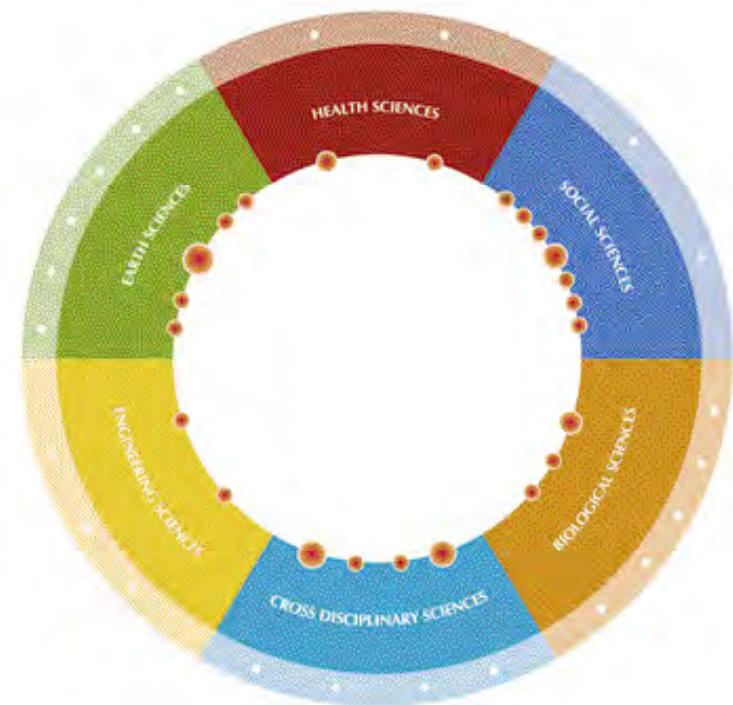
Community Supported by
John Philip Safra
Kathleen and Robin Safra
Anne & Tom
Anne & Tom
New York City Center Friends Council

48. Mit Farben Ordnung schaffen



Wenn Informationen farblich gekennzeichnet werden, kann der Leser schnell die benötigte Auskunft finden. Farben, kombiniert mit grafischen Symbolen, sind bei weitem leichter und schneller zu erfassen als nur Text oder Farben.

Abhängig vom Kunden oder von Material und Projekt können gedämpfte oder auch kräftige Farben gewählt werden. Gesättigte Farben (also solche mit geringerem Grauanteil) stechen allerdings weit mehr ins Auge.



Jede Fachrichtung verfügt über eine Reihe von Forschungszentren und Studienabschlüssen und ist mit einem eigenen Farbsystem gekennzeichnet.

Projekt
Identity program

Kunde
Earth Institute at Columbia
University

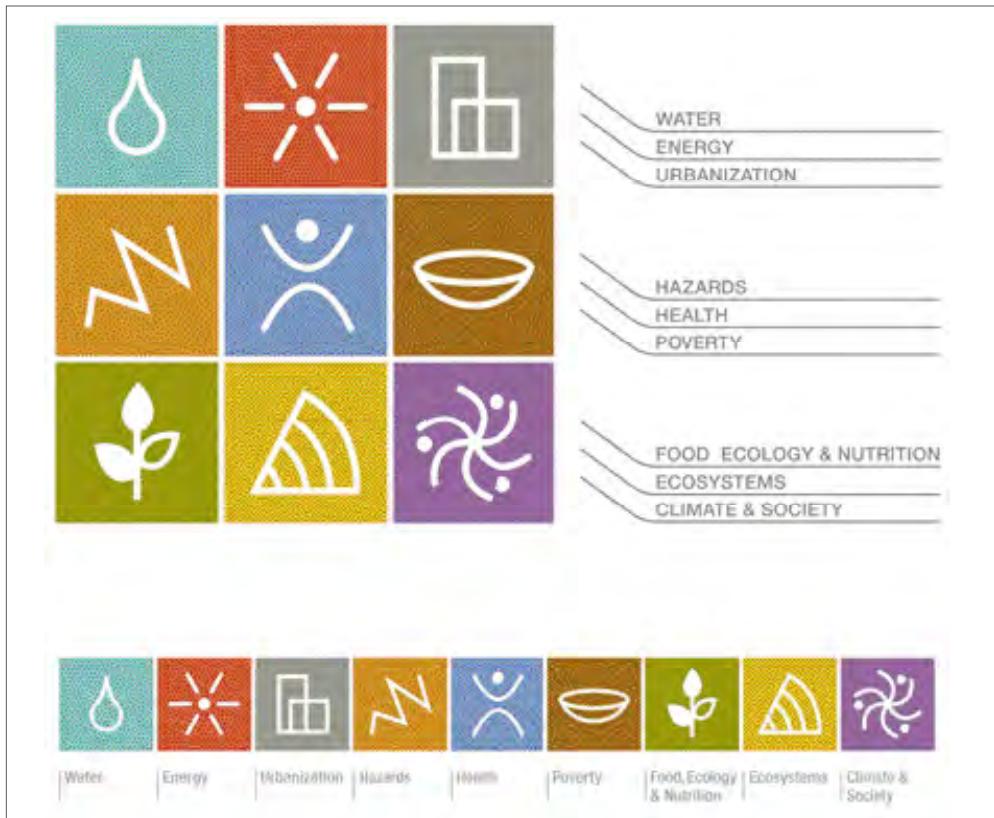
Design
Mark Inglis

Creative Director
Mark Inglis

Hier ist eine Gruppe von Fachrichtungen des Earth Institute an der Columbia University farbcodiert.



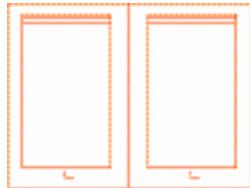
Grafische Symbole lassen sich ebenfalls perfekt in ein Farbsystem integrieren.



Der Einsatz von Farben funktioniert auch bei Symbolen, Balken und Text.



49. Inhalte durch Farben abheben



Bei manchen Projekten lassen sich die einzelnen Materialsegmente allein durch den Einsatz von Farbe trennen. Je nach Farbe kann ein großer fetter Schriftzug eine unerwartete und willkommene Pause in einem langen Text schaffen - oder eine angenehme Überraschung während der Lektüre.

Mit Farben und ausgemalten Schriften oder weißer Schrift auf farbigem Untergrund lassen sich atemberaubende Kapitalanfänge zaubern. Ein erfolgreiches Beispiel für negativ weiße Schrift auf farbigem Hintergrund ist das international bekannte Stoppschild.



Projekt
No Reservations

Kunde
Bloomsbury USA

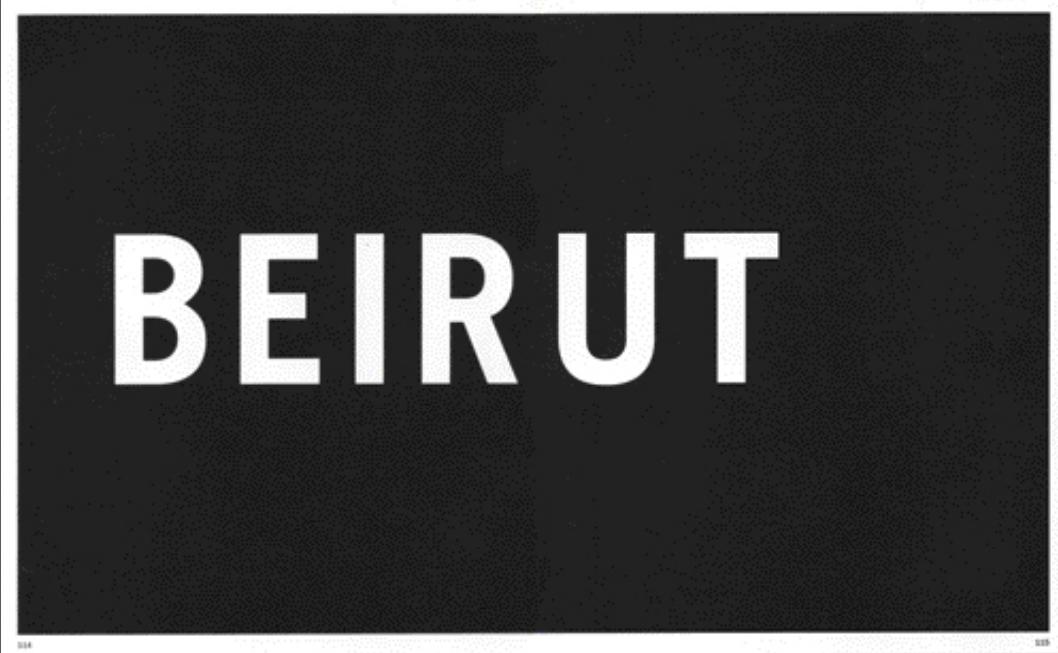
Design
Elizabeth van Itallie

Hier passt das raffinierte farbliche Abtrennen der Kapitel eines Buches voneinander sehr gut zu seinem frechen Autor Anthony Bourdain.

DIENE UND RECHTE SEITE: Jede Farbe lenkt die Aufmerksamkeit auf sich und beherbergt eine Überschrift in fetten Lettern.

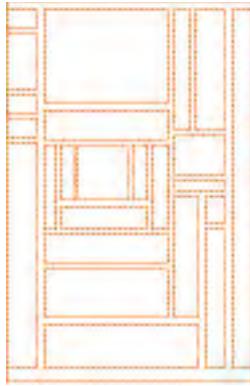


AFRICA



BEIRUT

50. Mit Grautönen Farbe bekennen



Manchmal reicht ein Budget für Farbdruck nicht aus. Projekte sind zwar meistens so angelegt, dass sie über viele Medien wie Print, Internet oder Fernsehen verbreitet werden können. Aber manchmal reichen die finanziellen Mittel nur für einfarbigen Druck: auch bei Büchern, Zeitungen und Flyern.

Aber auch in diesem Fall lässt sich über Schattierungen Farbigkeit einbringen. Struktur lässt sich mit schwarzer Schrift auf weißem Untergrund, ungewöhnlichen Schwarz-Weiß-Kreationen oder unterschiedlich großen dunklen Flächen auf hellerem Hintergrund erzeugen. Mit Grafiken und Bildmaterial entstehen noch weitere Variationsmöglichkeiten.

MIT FLÄCHEN AUF HINTERGRUND ARBEITEN

Je nach Papiergüte kann eine Rasterung von 70% Schwarz noch als Farbe bezeichnet werden und Untergrund für lesbaren Text sein. Bei 10% Schwarz ist Typografie klar und deutlich zu lesen. Zudem tragen Fotos mit Grauwerten zu Struktur und reicher Schattierung eines Projekts bei. Je dunkler der Hintergrund, desto besser ist die abgesetzte Schrift zu lesen. Bei leichten Grauabstufungen darf die Schrift auch schwarz sein.

Auch wenn die Druckqualität nicht befürchten lässt, dass kleine helle Schrift auf dunklem Hintergrund schlecht zu lesen ist, empfiehlt es sich dennoch, den Schriftgrad wohl zu überlegen.

Projekt

Filmwerbung für *Before the Devil Knows You're Dead*

Kunde

ThinkFilm

Dieses Plakat verzichtet auf weitere Farbe außer Schwarz und besticht durch seinen markanten Stil.

RECHTE SEITE: Schwarze Flächen verleihen dem Filmplakat Farbe und Struktur. Die Flächen sind dunkel genug, damit die hellen Titel und Texteinheiten auf dunklem Grund gut zu lesen sind. Die weißen Überschriften in den schwarzen Boxen sorgen für Klarheit, Farbe und Struktur.

PHILIP SEYMOUR
HOFFMAN

ETHAN
HAWKE

MARISA
TOMEI

ALBERT
& FINNEY

"SUPERB! GO OUT AND SEE IT AS SOON AS YOU CAN! ONE OF LUMET'S GREATEST ACHIEVEMENTS!"

MICHAEL KIEFER, CHICAGO SUN-TIMES

"BRILLIANT!"

-DAVID BERGSTEN,
NEW YORK MAGAZINE

"DYNAMITE!
RANKS WITH THE
YEAR'S BEST!"

-PETER TRAVERS, ROLLING STONE

"GRADE A!
RIVETING!"

-TOM GEREMAN,
ENTERTAINMENT
WEEKLY

"THE
SEASON'S
FIRST
MUST-SEE!"

-ED LUMEREN,
NEW YORK POST

"DON'T
MISS IT!"

-LEAH FRED, PEOPLE

BEFORE ^{THE} DEVIL KNOWS YOU'RE DEAD

"ONE HELL OF A
MELODRAMAT!"

-J. BERGMAN, RELEASE VOICE

"FURIOUS
AND
ENTERTAINING!
FEVERISHLY ACTED."

-DAVID DENBY, THE NEW YORKER

"CAPTIVATING!
HOFFMAN AND HAWKE
ARE EXCELLENT!"

-CLARENCE FISH, USA TODAY

"A TERRIFIC SUCCESS!"

-A. B. SCOTT, THE NEW YORK TIMES

FUNKY BUDDHA GROUP AND CAPITOL FILMS PRESENT A UNITY PRODUCTIONS / LINSEFILM PRODUCTION PHILIP SEYMOUR HOFFMAN, ETHAN HAWKE, MARISA TOMEI AND ALBERT FINNEY
"BEFORE THE DEVIL KNOWS YOU'RE DEAD". BRIAN F. O'BRIEN, ROSEMARY HARRIS, MICHAEL SHANNON, AMY RYAN, CASTING BY ELLEN LEWIS, MUSIC BY CARTER BURWELL,
COSTUME DESIGNER TINA NGEDO, EDITED BY TOM SWARTZWOUT, PRODUCTION DESIGNER CHRISTOPHER NOWAK, DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY RON FORTUNATO, A.S.C., CO-PRODUCER JEFF WAXMAN, AUSTIN CHICK,
EXECUTIVE PRODUCERS DAVID BERGSTEN, JANG BARCLAY, HANNAH LEADER, ELI KLEIN, JEFFRY MELNICK, JO HOFFMAN, BELLE AVERY, SAM ZAHARIS
PRODUCED BY MICHAEL CERENIE, BRIAN LINSE, PAUL PARMAR, WILLIAM S. GILMORE, WRITTEN BY KELLY MASTERSON
DIRECTED BY SIDNEY LUMET

R

RESTRICTED
UNDER 17 REQUIRES ACCOMPANYING
PARENT OR ADULT GUARDIAN

A SCENE OF STRONG GRAPHIC SEXUALITY,
HORROR, VIOLENCE, DRUG USE AND LANGUAGE.

DOLBY
STEREO

©1997 CAPITOL FILM DISTRIBUTED. ALL RIGHTS RESERVED.

TECHNICOLOR

TH!NKFilm

HORizontale Hierarchie

51. Plakate und Schilder unterteilen



Hinweisschilder müssen logisch, klar strukturiert und konsequent gestaltet sein und stellen daher an Grafikdesigner besondere Anforderungen. Die Raster für die auf einem Schild enthaltenen grafischen Darstellungen - insbesondere wenn sie um Verkaufsstände herum angebracht sind - können folgende Elemente enthalten:

- Informationen mit unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten, die nacheinander gesucht werden: 1, 2 etc.
- sekundäre, aber dennoch wichtige Wahlmöglichkeiten wie die Sprache
- tertiäre Informationen, die allgemeine Fragen beantworten, wie die Nummer eines Gates am Flughafen, Wegweiser zu Toiletten und Imbissständen oder Restaurants
- verschiedene andere Optionen, die sich erst dann ergeben, wenn man den Hinweisschildern folgt: Ein Besucher stellt etwa fest, dass er denselben Weg zurückgehen muss

Damit der Besucher die Schilder ohne Schwierigkeiten auch im Vorbeigehen sehen und lesen kann, sollte der Text leserlich und klar strukturiert sein. Die Farben sollten ins Auge springen, ohne die Informationen zu verwässern.

Projekt
Schilder und Plakate

Kunde
Peter-und-Paul-Festung,
St. Petersburg, Russland

Art Direction
Anton Ginzburg

Design
Studio RADIA

Die Tafeln mit Informationen über die Peter-und-Paul-Festung in St. Petersburg, Russland, weisen den Besuchern auf Englisch und Russisch den Weg. Das Projekt wurde nur teilweise fertiggestellt.



Die zum Anbringen an Ständern bestimmten Hinweisschilder und Schautafeln sind als Informationsbänder gestaltet.



Ausschnitte der Schautafeln zeigen die Informationen, die die Grafikdesigner angeben und darstellen mussten.



Der Text eines Schildes, das an einem Ständer angebracht wird, ist in einer klaren, klassischen Typografie geschrieben und verweist auf die Geschichte der Stadt.

Die blauen Tafeln enthalten temporäre Informationen. Sie werden digital gedruckt und an Ständern angebracht, um wechselnde Veranstaltungen anzukündigen. Das Format der Fototafel entspricht dem für solche Veranstaltungen üblicherweise verwendeten Plakat.



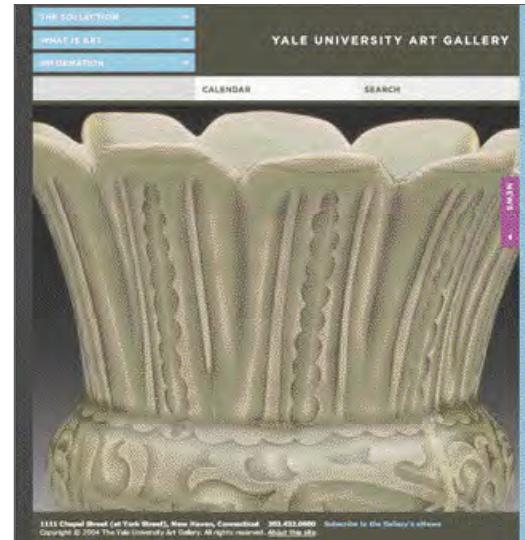
HORIZONTALE HIERARCHIE

52. Konsistenz der Gestaltung

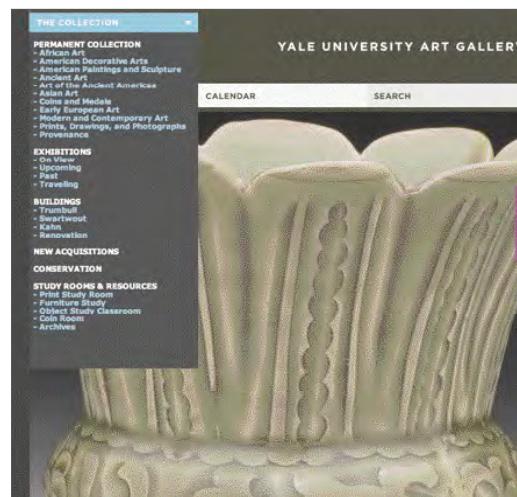


Ein Mittel zur klaren Trennung von Informationen ist der horizontale Aufbau. Informationen lassen sich auch in Bändern anordnen. Auf einer Website können solche Informationsbänder Teil des Navigationssystems sein.

Um einem linearen Pfad folgen zu können, werden die Informationen einer Kategorie in einer Liste mit mehreren Optionen angeordnet. Durch Anklicken einer dieser Optionen gelangt man zu einer weiteren Seite, die ihrerseits horizontal aufgebaut ist.



Horizontale Bänder bilden eine Navigationsspalte und sind gleichzeitig über einem anderen horizontalen Band platziert.

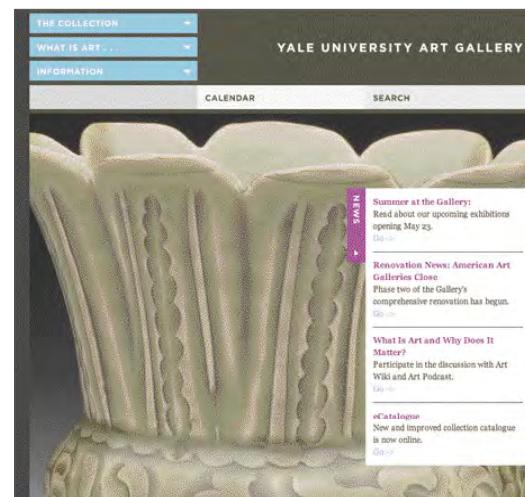


Projekt
artgallery.yale.edu

Kunde
Yale University Art Gallery

Webdesign, Entwicklung, und
Programmierung
The Yale Center for Media
Initiatives

Die Website der Yale University
Art Gallery zeichnet sich durch
klar umrissene Bereiche aus.



Auf der Startseite öffnet sich ein anklickbares Menü mit weiteren Informationen.

THE COLLECTION

WHAT IS ART

INFORMATION

YALE UNIVERSITY ART GALLERY

CALENDAR

SEARCH

EXHIBITIONS

Ongoing displays from the museum's collections of African, ancient, Asian, early European, and modern and contemporary art are on view. Special-exhibition galleries host thematic shows drawn from the Gallery's own collection and those across the globe, affording visitors the opportunity to learn about important new scholarship and points of view.

On View
Making It New: The Art and Style of Sara and Gerald Murphy

On View
Colorful Impressions: The Printmaking Revolution in Eighteenth-Century France

On View
Master Drawings from the Yale University Art Gallery

Upcoming
The Photographs of Jerome Liebling

Traveling
Descriptions and information about current and upcoming traveling exhibitions of works from the Gallery's collection

Past
Descriptions and information about past exhibitions of works from the Gallery's collection

Durch Anklicken der Hauptnavigationsleiste öffnet sich ein weiteres horizontal aufgebautes Menü.

Permanent Collection
Ongoing

Following its comprehensive renovation, the Gallery's landmark Louis Kahn building—widely regarded as the architect's first masterpiece—reopened in December 2006 with a new installation of the Gallery's collection. On view are works from the African, ancient, Asian, early European, modern, and contemporary collections. Important recent acquisitions are featured, such as the Charles B. Benenson Collection of African art—one of the largest and most significant single gifts of art in the Gallery's history—as well as paintings by Pontormo, Claude Monet, and Anselm Kiefer, among others. Also on view are many works that have been rarely, if ever, displayed before, providing visitors with a dramatically enhanced view of the full breadth and depth of the Gallery's collections.

Renovation News:
American Art Galleries Close January 2008

Following the 2006 reopening of the Gallery's landmark Louis Kahn building, phase two of the museum's comprehensive renovation project begins in early 2008. The American art galleries on the third floor of the Gallery's 1908 Swartwout building close on January 13.

Zweispaltige Untermenüs enthalten in der linken Spalte ein Bild. Jeder Eintrag wird durch horizontale Linien hervorgehoben.

THE COLLECTION

WHAT IS ART

INFORMATION

CALENDAR

SEARCH

WHAT IS ART

Open House, more questions!
At our Open House on September 6, 2007, we asked you "What is art and why does it matter?" and "What is your favorite work of art at the Gallery and why?" Here are some of your excellent answers.
[Read More >](#)

Can art change the world?
Stephen Vincent Kobane, writer for the New Haven Advocate; Jessica Stockholder, Professor of Sculpture, Yale School of Art; Robbie Zella, Director and Curator, Housatonic Museum
[Read More >](#)

What is art and why does it matter?
We asked you at our Open House on September 7, 2006. Here are some of your thoughts.
[Read More >](#)

Do artists need training?
Lee Kogan, Director of the Folk Art Institute and Curator of Special Projects for the Contemporary Center, American Folk Art Museum; Denise Markonish, Gallery Director/Curator,

Trotz der zwei Spalten wird der horizontale Aufbau auf dem Bildschirm klar eingehalten.