

1 Grundlagen der Gestaltung

1.1	Wahrnehmung	3
1.1.1	Informationen wahrnehmen	4
1.1.2	Visuelle Wahrnehmung	5
1.1.2.1	Sehen	5
1.1.2.2	Optische Täuschungen	7
1.1.2.3	Farbkontraste	12
1.1.2.4	Farbkonstanz	16
1.1.2.5	Farbassoziationen	16
1.1.2.6	Bilder.....	22
1.1.3	Semiotik	24
1.1.3.1	Zeichen in der Welt	24
1.1.3.2	Saussure und Peirce	24
1.1.3.3	Drei Zeichenkategorien	24
1.1.3.4	Drei Zeichendimensionen	26
1.1.3.5	Erlernen der Bedeutung	27
1.1.3.6	Grafische Zeichenarten	27
1.1.4	Leserlichkeit	28
1.1.4.1	Lesen	28
1.1.4.2	Buchstaben und Wörter	28
1.1.4.3	Zeilen und Seite	29
1.1.5	Bewertung der visuellen Wahrnehmung	30
1.1.6	Auditive Wahrnehmung	34
1.1.7	Aufmerksamkeit	35
1.1.8	Aufgaben	36
1.2	Gestaltgesetze	39
1.2.1	Gestaltpsychologie	40
1.2.2	Gesetz von der einfachen Gestalt	41
1.2.3	Gesetz der Nähe	42
1.2.4	Gesetz der Gleichheit.....	43
1.2.5	Gesetz der Geschlossenheit.....	44
1.2.6	Gesetz der Erfahrung	45
1.2.7	Gesetz der Konstanz	46
1.2.8	Gesetz der Figur-Grund-Trennung	47
1.2.9	Aufgaben	48

1.3	Gestaltungselemente	51
1.3.1	Vakatfläche – Platz für Ideen	52
1.3.2	Format	53
1.3.3	Gleichgewicht.....	54
1.3.4	Gewichtung	55
1.3.5	Richtung.....	56
1.3.6	Dynamik, Spannung, Bewegung.....	57
1.3.7	Symmetrie – Asymmetrie	58
1.3.8	Umfeld	59
1.3.9	Unterteilung und Struktur.....	60
1.3.9.1	Goldener Schnitt	60
1.3.9.2	Arithmetische Folge/Reihe	61
1.3.9.3	Geometrische Folge.....	61
1.3.10	Aufgaben	62
1.4	Perspektive	65
1.4.1	Geschichte der Perspektive	66
1.4.2	Der Standpunkt des Betrachters.....	70
1.4.2.1	Augenhöhe und Horizont.....	70
1.4.2.2	Ebenen und Linien.....	71
1.4.3	1-Punkt-Perspektive nach DIN ISO 5456-4	72
1.4.3.1	Freie Zeichnung	72
1.4.3.2	Konstruktion.....	73
1.4.4	2-Punkt-Perspektive nach DIN ISO 5456-4	74
1.4.4.1	Freie Zeichnung	74
1.4.4.2	Konstruktion.....	75
1.4.4.3	Raumdarstellung in der 1- und 2-Punkt-Perspektive	77
1.4.5	3-Punkt-Perspektive nach DIN ISO 5456-4	78
1.4.5.1	Vogelperspektive	78
1.4.5.2	Froschperspektive.....	78
1.4.6	Kreise und Ellipsen	79
1.4.6.1	Konstruktion.....	79
1.4.6.2	Besondere Formen	79
1.4.7	Licht und Schatten	81
1.4.7.1	Künstliche Lichtquelle	81
1.4.7.2	Natürliche Lichtquelle – die Sonne	82
1.4.7.3	Kern- und Halbschatten	82
1.4.8	Axonometrie nach DIN ISO 5456-3.....	84
1.4.8.1	Isometrie.....	84
1.4.8.2	Dimetrie	84
1.4.8.3	Kabinettprojektion	85
1.4.9	Normalprojektion nach DIN ISO 5456-2.....	86
1.4.9.1	Bezeichnung der Ansichten.....	86

1.4.9.2	Projektionsmethode 1.....	87
1.4.9.3	Projektionsmethode 3.....	87
1.4.9.4	Pfeilmethode	87
1.4.10	Luft- und Farbperspektive	88
1.4.10.1	Ursache und Wirkung	88
1.4.10.2	Umsetzung in der Gestaltung.....	89
1.4.11	Aufgaben	90

1.5	Farbgestaltung	93
------------	-----------------------	-----------

1.5.1	Die Farben des Regenbogens.....	94
1.5.1.1	Farbe im Druck und auf dem Bildschirm	94
1.5.1.2	Farbkreis	95
1.5.2	Harmonie und Spannung	96
1.5.2.1	Gleichabständige Farbkombinationen	96
1.5.2.2	Nebeneinanderliegende Farbkombinationen	97
1.5.2.3	Variation der Sättigung und Helligkeit eines Farbtons.....	97
1.5.2.4	Farbkontrast	98
1.5.3	Farbklima	100
1.5.4	Farbatlas	104
1.5.5	Aufgaben	108

1.6	Design	111
------------	---------------	------------

1.6.1	Überblick.....	112
1.6.2	Designdefinitionen.....	114
1.6.3	Wirkung guten Designs.....	120
1.6.4	Aufgaben	123

2 Typografie

2.1	Schriftgeschichte	127
------------	--------------------------	------------

2.1.1	Sichtbare Schriftgeschichte: Bibliotheca Alexandrina.....	128
2.1.2	Frühformen der Schrift	130
2.1.2.1	Bilderschriften	130
2.1.2.2	Wortbilderschriften	131
2.1.2.3	Von der Bilddarstellung zur Sinndarstellung	133
2.1.2.4	Alte Schriftentwicklung	135
2.1.3	Von der Bilddarstellung zum Alphabet	136
2.1.3.1	Griechische Epoche	136
2.1.3.2	Römische Epoche	138

2.1.4	Groß- und Kleinbuchstaben	142
2.1.4.1	Karolingische Epoche	142
2.1.4.2	Romanik	143
2.1.4.3	Gotik	144
2.1.5	Entwicklung der runden Schriften	145
2.1.5.1	Renaissance	145
2.1.5.2	Barock und Rokoko	146
2.1.5.3	Klassizismus.....	147
2.1.5.4	Romantik	148
2.1.5.5	Egyptienne und Grotesk	148
2.1.5.6	Historismus und der Weg zur neuen Sachlichkeit.....	149
2.1.5.7	Neue Sachlichkeit	150
2.1.5.8	Aktuelle Schriftentwicklung	151
2.1.6	Johannes Gutenberg.....	153
2.1.7	Stammbaum der Schriftentwicklung	155
2.1.8	Aufgaben	157

2.2	Schrifterkennung	159
2.2.1	Einführung	160
2.2.1.1	Grundlagen	160
2.2.1.2	Schriftgruppen – DIN 16 518	160
2.2.1.3	Unterscheidungsmerkmale bei Antiquaschriften.....	162
2.2.1.4	Unterscheidungsmerkmale bei gebrochenen Schriften ...	163
2.2.2	Schriftklassifikation nach DIN 16 518	164
2.2.3	Andere Ordnungssysteme	170
2.2.3.1	Klassifizierungsentwurf 1998.....	170
2.2.3.2	Ordnungssystem Bollwage (2000) und Willberg (2001) ...	172
2.2.3.3	Schriftklassifikation nach Beinert (2001)	174
2.2.4	Schriftfamilie, Expertensatz und Schriftsippe.....	176
2.2.4.1	Lesbarkeit von Schriften.....	176
2.2.4.2	Schriftfamilie	176
2.2.4.3	Expertensatz und Schriftsippe	180
2.2.5	Buchstaben.....	182
2.2.5.1	Buchstabenarchitektur.....	182
2.2.5.2	Geviert	184
2.2.6	Ziffern und Zahlen	187
2.2.6.1	Ziffern	187
2.2.6.2	Römische Zahlzeichen	188
2.2.7	Akzente und Symbole	189
2.2.7.1	Akzente für fremde Sprachen	189
2.2.7.2	Zeichen und Symbole.....	190
2.2.8	Aufgaben	191

2.3	Lesbarkeit	193
2.3.1	Laufweite der Schrift	194
2.3.2	Ausgleichen von Schriften	196
2.3.2.1	Unterschneiden und Kerning	196
2.3.2.2	Versalausgleich	198
2.3.3	Wortabstand	200
2.3.4	Satzarten	202
2.3.5	Zeilenlänge und Lesbarkeit	204
2.3.6	Zeilenabstand	206
2.3.7	Schriftmischungen	208
2.3.8	Elektronische Schriftmanipulationen	212
2.3.9	Lesbarkeit von Druckschriften	214
2.3.9.1	Schriften lesen	214
2.3.9.2	Zeichenerkennung	214
2.3.9.3	Worterkennung	214
2.3.9.4	Zeilensprung	214
2.3.9.5	Zeilenabstand	215
2.3.9.6	Mittelhöhe	215
2.3.9.7	Buchstabenformen und Lesbarkeit	215
2.3.9.8	Kriterien für die Schriftwahl	216
2.3.9.9	Lesen ist Gewohnheit	216
2.3.10	Lesbarkeit bei Zeitungsschriften	217
2.3.11	Aufgaben	219
2.4	Schriftwirkung	221
2.4.1	Schrift und Emotionen	222
2.4.1.1	Schrift – Grundlage visueller Kommunikation	222
2.4.1.2	Charakter einer Schriftwahl	222
2.4.2	Polaritätsprofile	223
2.4.2.1	Schrift polarisiert	223
2.4.2.2	Schriftenprofile erstellen	223
2.4.3	Schrift und Inhalt	226
2.4.3.1	Schrift und Emotionen	226
2.4.3.2	Beziehung zwischen Schrift und Inhalt	226
2.4.4	Aufgaben	229
2.5	Typoelemente	231
2.5.1	Linien	232
2.5.2	Flächen	233
2.5.2.1	Definition einer Fläche	233
2.5.2.2	Wirkung von Flächen	234

2.5.2.3	Flächen in der Gestaltung	234
2.5.3	Text- und Seitengliederung	236
2.5.4	Ornamente und Vignetten	237
2.5.4.1	Ornamente	237
2.5.4.2	Vignetten	237
2.5.5	Aufgaben	239

2.6	Typografieanwendung	241
2.6.1	Funktionen der Typografie	242
2.6.1.1	Informative und ordnende Typografie	242
2.6.1.2	Didaktische Typografie	242
2.6.1.3	Anmutende Typografie	245
2.6.1.4	Werbetypografie	246
2.6.1.5	Bildorientierte Typografie	252
2.6.2	Aufgaben	255

3 Layout und Gestaltung

3.1	Kreativität	259
3.1.1	Kreativität auf Knopfdruck! Geht das?	260
3.1.1.1	Kreativitätstechniken	260
3.1.1.2	Kreativitätsentwicklung	261
3.1.2	Spielregeln müssen sein!	263
3.1.2.1	Kreativitätsumgebung	265
3.1.3	Aufgaben	269

3.2	Entwurfstechniken	271
3.2.1	Scribbeln	272
3.2.2	Scribbletechniken	274
3.2.2.1	Schrift skizzieren	274
3.2.2.2	Schrift schreiben	275
3.2.2.3	Flächendarstellungen	276
3.2.2.4	Bilder skizzieren	277
3.2.3	Vom Ideenscribble zur Realisierung	278
3.2.4	Aufgaben	279

3.3	Seitengestaltung	281
3.3.1	Satzspiegelentwurf	282
3.3.1.1	Villard'sche Figur.....	283
3.3.1.2	Neunerteilung	285
3.3.1.3	Goldener Schnitt	285
3.3.2	Format und Formatwirkung	287
3.3.2.1	Formate beurteilen	287
3.3.2.2	Proportionen	288
3.3.2.3	Formatwirkung	288
3.3.2.4	DIN-Formate	290
3.3.3	Seitenlayout	292
3.3.4	Mehrspaltige Layoutvarianten	294
3.3.5	Gestaltungsraster	296
3.3.5.1	Einführung	296
3.3.5.2	Gestaltungsraster mit Zellen oder Modulen	298
3.3.5.3	Spaltenabstand „jmi“	298
3.3.5.4	Gestaltungsraster im Internet	299
3.3.5.5	Anwendung von Gestaltungsrastern	300
3.3.6	Praxisbeispiele	306
3.3.7	Wirtschaftliche Aspekte des Layouts	308
3.3.8	Werkumfangsberechnung	310
3.3.9	Aufgaben	313
3.4	Printprodukte	315
3.4.1	Formate.....	316
3.4.2	Normbriefbogen nach DIN 676	320
3.4.2.1	Geschäftsbriefbogen	320
3.4.2.2	Pflicht- oder Mindestangaben auf einem Geschäftsbrief ...	322
3.4.3	Geschäftsausstattung	324
3.4.3.1	Gestaltung und Ausstattung	324
3.4.3.2	Anwendungsbeispiel.....	326
3.4.3.3	Präsentation von Geschäftsdrucksachen	329
3.4.4	Werksatz	330
3.4.4.1	Gliederung eines Buches	330
3.4.4.2	Typografischer Aufbau einer Werksatzseite	332
3.4.4.3	Formelsatz	334
3.4.4.4	Fehler im Werksatz.....	334
3.4.5	Zeitungsgestaltung.....	337
3.4.5.1	Zeitungsformate	337
3.4.5.2	Grundlayouts für Tageszeitungen	337
3.4.5.3	Schrift in der Tageszeitung	340
3.4.5.4	Anzeigenseiten.....	340
3.4.5.5	Der Anzeigenteil und seine Bedeutung für die Zeitung....	342
3.4.5.6	Aufbau einer Titelseite.....	344

3.4.5.7	Aufbau einer Lokalseite.....	345
3.4.6	Zeitung in der Krise	346
3.4.7	Aufgaben	352

4 Bild- und Filmgestaltung

4.1	Bildgestaltung	357
4.1.1	Bildausschnitt.....	358
4.1.2	Bildaufbau	359
4.1.2.1	Goldener Schnitt	359
4.1.2.2	Drittel-Regel	360
4.1.3	Linien führen das Auge	361
4.1.4	Perspektive und Raumwirkung	362
4.1.4.1	Bildebenen	362
4.1.4.2	Bildperspektive	362
4.1.5	Licht und Beleuchtung	363
4.1.5.1	Art der Beleuchtung.....	363
4.1.5.2	Richtung der Beleuchtung	364
4.1.6	Der ungewöhnliche Blick	365
4.1.7	Bildbeurteilung und Bewertung	366
4.1.8	Bildwelten – Keyvisuals	367
4.1.8.1	WDR 2	367
4.1.8.2	Mercedes-Benz	369
4.1.9	Aufgaben	370

4.2	Filmgestaltung	373
4.2.1	Konzeption	374
4.2.1.1	Von der Idee zum Film	374
4.2.1.2	Planung	374
4.2.2	Aufnahme	376
4.2.2.1	Einstellung	376
4.2.2.2	Kameraschwenk	378
4.2.2.3	Kamerafahrt	379
4.2.2.4	Zoomfahrt	379
4.2.3	Schnitt.....	380
4.2.3.1	Achsensprung	381
4.2.3.2	Schuss und Gegenschuss	381
4.2.3.3	Anschlüsse	381
4.2.3.4	Plansequenz	382
4.2.3.5	Schnitt- oder Montageformen	382
4.2.4	Aufgaben	383

4.3	Animation	385
4.3.1	Prinzipien der Animation	386
4.3.1.1	Squash and Stretch	386
4.3.1.2	Anticipation	387
4.3.1.3	Staging	387
4.3.1.4	Straight Ahead Action and Pose to Pose.....	388
4.3.1.5	Follow Through and Overlapping Action	388
4.3.1.6	Slow In and Slow Out.....	388
4.3.1.7	Arcs	388
4.3.1.8	Secondary Action	389
4.3.1.9	Timing.....	389
4.3.1.10	Exaggeration	390
4.3.1.11	Solid Drawing.....	390
4.3.1.12	Appeal.....	390
4.3.2	Grundlegende Animationstechniken	391
4.3.2.1	Historische Animationstechniken	391
4.3.2.2	Bild-für-Bild-Animation.....	392
4.3.2.3	Keyframe-/Tween-Animation	392
4.3.2.4	Pfadanimation	393
4.3.2.5	Morphing.....	393
4.3.2.6	Überblendungen und Übergänge	394
4.3.2.7	Animierte Buttons.....	395
4.3.2.8	Interaktion und Reaktion	395
4.3.2.9	Abspielzeit und Bildrate	396
4.3.2.10	Kinematik.....	396
4.3.3	Spezielle 3D-Animationstechniken	398
4.3.3.1	Partikelsystem	398
4.3.3.2	Softbody	399
4.3.3.3	Licht und Beleuchtung	400
4.3.3.4	Kamera.....	400
4.3.4	Aufgaben	401
4.4	Virtuelle Welten	403
4.4.1	Virtuelle Realität	404
4.4.1.1	Virtuelle Realität mit QTVR	404
4.4.1.2	Panoramafotografie	404
4.4.2	Panoramen	406
4.4.2.1	Panoramaherstellung	406
4.4.2.2	Vom Einzelbild zum Panorama	406
4.4.3	Kugelpanorama	409
4.4.4	Objektfilme	411
4.4.4.1	Singlerow-Objektfilme	411
4.4.4.2	Multirow-Objektfilme	412

4.4.5	Virtuelle Rundgänge	414
4.4.6	Anwendungsbeispiele	417
4.4.7	Aufgaben	427

5 Grafische Zeichen

5.1	Piktogramm	431
5.1.1	Überblick über die Zeichenarten.....	432
5.1.2	Grundlagen der Piktografie.....	434
5.1.2.1	Anfänge der Piktografie im 20. Jahrhundert	434
5.1.2.2	Entwicklung einer internationalen Bildersprache	435
5.1.3	Internationale Piktogramme	437
5.1.4	Moderne Piktogramme	440
5.1.4.1	Piktogramme heute	440
5.1.4.2	Merkmale moderner Piktogramme	440
5.1.4.3	Piktogrammarten	441
5.1.4.4	Gestaltungsanforderungen.....	441
5.1.5	ISO 7001, Ausgabe 2007-11	443
5.1.6	Piktogramme als Prozesshilfen.....	444
5.1.7	Aufgaben	445
5.2	Icon	447
5.2.1	Vom Piktogramm zum Icon.....	449
5.2.2	Aufbau von Icons	450
5.2.2.1	Icongröße	450
5.2.2.2	Gestaltung von Icons.....	450
5.2.2.3	Entwurf von Icons	451
5.2.3	Icons und interaktive Systeme	452
5.2.3.1	Norm EN ISO 9241-10.....	452
5.2.3.2	Beschriftung von Icons	453
5.2.3.3	Icons und Usability	454
5.2.3.4	Usability-Entwicklung am Beispiel der iPhone-Apps.....	455
5.2.4	Aufgaben	457
5.3	Logo	459
5.3.1	Grundlagen	460
5.3.1.1	Piktogramme.....	460
5.3.1.2	Signet oder Bildmarke	460
5.3.1.3	Bildmarke als Logo	461

5.3.1.4	Logo per Definition	461
5.3.1.5	Wortmarke als Logo	461
5.3.1.6	Wort- und Bildmarke als Logo	462
5.3.2	Funktion eines Logos.....	463
5.3.3	Logogestaltung	465
5.3.4	Logofamilie	467
5.3.5	Vom Warenzeichen zum Markenlogo	469
5.3.6	Checkliste zur Logobeurteilung	470
5.3.7	Aufgaben	471

5.4	Informationsgrafik	473
5.4.1	Das Interview zum Thema	474
5.4.2	Infografik – wo kommt sie her?	476
5.4.3	Infografik – was ist das?	478
5.4.3.1	Macht der Diagramme	478
5.4.3.2	Zahlen können lügen.....	478
5.4.4	Infografikarten	479
5.4.4.1	Bildstatistik	479
5.4.4.2	Prinzip-/Prozessdarstellung	481
5.4.4.3	Kartografische Infografiken	482
5.4.4.4	Isotype-Grafiken	484
5.4.4.5	Technische Illustration	485
5.4.4.6	Informationsgrafik in der Zeitung	486
5.4.5	Interaktive Informationsgrafiken	488
5.4.5.1	Regeln für die Gestaltung	489
5.4.5.2	Wirkung und Bedeutung der Infografik	490
5.4.6	Wetter als Informationsgrafik	493
5.4.7	Infografiken erstellen.....	495
5.4.7.1	Diagramme erstellen mit Microsoft Excel	495
5.4.7.2	Diagramme erstellen mit Adobe Illustrator	496
5.4.8	Aufgaben	497

6 Webdesign

6.1	Übersicht	501
6.2	Screendesign	507
6.2.1	Das Interview zum Thema	508
6.2.2	Screendesign – Printdesign	510
6.2.3	Storyboard	513

6.2.4	Format und Auflösung	515
6.2.5	Gestaltungsraster	518
6.2.5.1	Pixel-Rastersystem	518
6.2.5.2	Komponenten einer Website	519
6.2.5.3	Seitenlayout	520
6.2.5.4	Templates	521
6.2.6	Farbgestaltung	523
6.2.6.1	Fehlende Farbverbindlichkeit	523
6.2.6.2	Monitorfarben – Druckfarben	524
6.2.6.3	Farbkontraste	525
6.2.6.4	Farbfunktionen	526
6.2.6.5	Farbleitsystem.....	527
6.2.7	Bildschirmtypografie	528
6.2.7.1	Lesen am Bildschirm	528
6.2.7.2	Bildschirmtaugliche Schriften	528
6.2.7.3	Systemschriften	530
6.2.7.4	Systemfremde Schriften.....	531
6.2.7.5	Pixelfonts	532
6.2.7.6	Textgestaltung	533
6.2.8	Navigationselemente	534
6.2.8.1	Begriffserklärung	534
6.2.8.2	Textlinks	535
6.2.8.3	Buttonleiste	535
6.2.8.4	Menü	537
6.2.8.5	Navigationshilfen	537
6.2.9	Icondesign	539
6.2.9.1	Icons statt Text?	539
6.2.9.2	Icons erstellen	540
6.2.9.3	Metaphern	541
6.2.10	Sounddesign	542
6.2.10.1	Sound im Internet.....	542
6.2.10.2	Auditive Wahrnehmung	542
6.2.11	Aufgaben	544

6.3	Interface-Design	547
6.3.1	Content versus Design	548
6.3.1.1	Begriffsbestimmung	548
6.3.1.2	Content Management	549
6.3.1.3	Content-Management-Systeme	551
6.3.2	Usability	552
6.3.2.1	Benutzeroberfläche (User Interface)	552
6.3.2.2	Benutzerfreundlichkeit (Usability)	552
6.3.2.3	Usability-Tests	553
6.3.2.4	Zielgruppenanalyse	554

6.3.3	Informationsdesign.....	557
6.3.3.1	Einführung	557
6.3.3.2	Lineare Struktur	558
6.3.3.3	Baumstruktur	559
6.3.3.4	Netzstruktur	560
6.3.3.5	Entwurf einer Navigationsstruktur	562
6.3.4	Interaktionsdesign	563
6.3.4.1	Begriffsbestimmung	563
6.3.4.2	Formulardesign	563
6.3.4.3	Asynchrone Interaktion	565
6.3.4.4	Synchrone Interaktion	565
6.3.4.5	Web 2.0 – Social Web.....	566
6.3.4.6	Web 3.0 – Social Semantic Web.....	567
6.3.5	Barrierefreies Webdesign	568
6.3.5.1	Begriffsbestimmung	568
6.3.5.2	Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung (BITV)	569
6.3.5.3	Typische Barrieren	570
6.3.5.4	Barrierefreie Webseiten	571
6.3.6	Technische Spezifikation	573
6.3.7	Aufgaben	575

7 Visuelles Marketing

7.1	Zielgruppenanalyse	579
7.1.1	Grundlagen	580
7.1.1.1	Gruppen	580
7.1.1.2	Primärgruppe Familie	582
7.1.2	Zielgruppen	587
7.1.3	Checkliste Zielgruppen	592
7.1.4	Zielgruppenoperationalisierung	594
7.1.5	Sinus-Milieus in Deutschland	595
7.1.6	Nielsen-Gebiete	598
7.1.7	Aufgaben	599
7.2	Briefing	601
7.2.1	Grundlagen	602
7.2.1.1	Briefing-Arten.....	602
7.2.1.2	Angebotsumfeld	604
7.2.1.3	Zielgruppe (Abnehmer)	605
7.2.2	Planungsphasen eines Werbeauftrages	606
7.2.3	Präsentationen durch Agenturen.....	609

7.2.3.1	Präsentationsarten	609
7.2.3.2	Präsentation – Aufgabe und Umfang	610
7.2.4	Aufgaben	612

7.3	Branding	615
------------	-----------------	------------

7.3.1	Grundlagen	616
7.3.1.1	Definition des Werbebegriffs	616
7.3.1.2	Aufgaben der Werbung	618
7.3.2	Werbearten	620
7.3.2.1	Einzelwerbung	620
7.3.2.2	Massenkommunikation	623
7.3.3	AIDA und GIULIA	631
7.3.3.1	Werbegrundsätze	631
7.3.3.2	Werbeziele	631
7.3.4	Aufgaben	637

7.4	Corporate Identity	639
------------	---------------------------	------------

7.4.1	Komponenten der Corporate Identity	640
7.4.1.1	Begriffsdefinition	640
7.4.1.2	Corporate Design	641
7.4.1.3	Corporate Communication	641
7.4.1.4	Corporate Behaviour	642
7.4.2	Corporate Design	643
7.4.2.1	Komponenten des Corporate Designs	643
7.4.2.2	Logo	643
7.4.2.3	Farbe, Farbkonzept	645
7.4.2.4	Schrift, Schriftkonzept	647
7.4.2.5	Gestaltungsraster und Layout	648
7.4.3	Styleguide	650
7.4.4	Aufgaben	651

8 Präsentation

8.1	Kommunikation	655
------------	----------------------	------------

8.1.1	Kommunikation und Medien	656
8.1.1.1	Was ist Kommunikation?.....	656
8.1.1.2	Typologie der Medien.....	656
8.1.1.3	Zielgruppe	657
8.1.1.4	Kommunikationsziele	659

8.1.1.5	Kommunikationsrichtlinien.....	660
8.1.1.6	Kommunikationscontrolling	660
8.1.2	Kommunikationsmodelle	661
8.1.2.1	Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver.....	661
8.1.2.2	Modell von Paul Watzlawick.....	661
8.1.2.3	Modell von Friedemann Schulz von Thun.....	663
8.1.3	Aufgaben	665

8.2	Konzeption	667
8.2.1	Arbeits- und Zeitplan	668
8.2.2	Thema und Inhalt	669
8.2.2.1	Themenfindung	669
8.2.2.2	Stoffsammlung	669
8.2.2.3	Stoffearbeitung	670
8.2.2.4	Stoffauswahl	670
8.2.2.5	Stichwortkarten	670
8.2.3	Visualisieren.....	671
8.2.4	Präsentationslayout.....	672
8.2.5	Schrift und Text	674
8.2.5.1	Schriftwahl.....	674
8.2.5.2	Schriftgröße.....	675
8.2.5.3	Textgestaltung	677
8.2.6	Farbgestaltung	678
8.2.7	Bild- und Grafikauswahl.....	679
8.2.7.1	Bildaussage.....	679
8.2.7.2	Informationsgehalt	679
8.2.8	Skizzieren.....	681
8.2.8.1	Geometrische Grundformen.....	681
8.2.8.2	Infografiken und Diagramme.....	682
8.2.8.3	Objekte und Menschen.....	684
8.2.9	Checklisten	685
8.2.9.1	Layout	685
8.2.9.2	Schrift.....	686
8.2.9.3	Farbe	687
8.2.9.4	Bild und Grafik	687
8.2.10	Aufgaben	688

8.3	Präsentationsmedien	691
8.3.1	Das richtige Medium	692
8.3.2	Beamer	694
8.3.2.1	Pro und Contra.....	694
8.3.2.2	Technik.....	695

8.3.2.3	Handling	696
8.3.3	Visualizer	698
8.3.3.1	Pro und Contra	698
8.3.3.2	Handling	698
8.3.4	OH-Projektor.....	699
8.3.4.1	Pro und Contra	699
8.3.4.2	Handling	699
8.3.5	Metaplan.....	701
8.3.5.1	Pro und Contra	701
8.3.5.2	Materialien	701
8.3.5.3	Handling	703
8.3.6	Plakat	704
8.3.6.1	Pro und Contra	704
8.3.6.2	Handling	705
8.3.7	Flipchart	706
8.3.7.1	Pro und Contra	706
8.3.7.2	Materialien	707
8.3.7.3	Handling	707
8.3.8	Tafel und Whiteboard	709
8.3.8.1	Pro und Contra	709
8.3.8.2	Handling	710
8.3.9	Checklisten	711
8.3.9.1	Präsentationsmedium	711
8.3.9.2	Präsentationsanordnungen.....	712
8.3.10	Aufgaben	714

8.4	Präsentieren	717
8.4.1	Präsentieren heißt kommunizieren	718
8.4.2	Rhetorik	719
8.4.2.1	Die fünf Schritte der Rhetorik.....	719
8.4.2.2	Grundsätzlicher Aufbau eines Vortrages	719
8.4.2.3	Argumentationstechniken.....	720
8.4.3	Stimme und Sprache.....	722
8.4.4	Körpersprache.....	723
8.4.5	Training.....	726
8.4.5.1	Selbsteinschätzung – Fremdeinschätzung	726
8.4.5.2	Zeitgefühl	727
8.4.5.3	Umgang mit Lampenfieber.....	727
8.4.6	Checklisten	728
8.4.6.1	Beurteilung einer Präsentation	728
8.4.6.2	Benotung einer Präsentation	730
8.4.7	Aufgaben	731

9 Medienrecht

9.1	Urheberrecht	735
9.1.1	Definition und Anwendung des Urheberrechts.....	736
9.1.1.1	Werkarten – Überblick	737
9.1.1.2	Schrift- und Sprachwerke.....	737
9.1.1.3	Werke der Musik	738
9.1.1.4	Werke der bildenden Kunst.....	738
9.1.1.5	Lichtbildwerke und Lichtbilder.....	740
9.1.1.6	Wissenschaftliche und technische Darstellungen	742
9.1.1.7	Übersetzungen und Bearbeitungen	742
9.1.1.8	Datenbanken	742
9.1.2	Geschmacksmusterrecht	745
9.1.2.1	Europäisches Designrecht	745
9.1.3	Bildrecht: Panoramafreiheit	747
9.1.4	Bildrecht: Recht am eigenen Bild	748
9.1.5	Schutzfristen und Verwertungsformen	750
9.1.6	Rechte eines Urhebers	751
9.1.6.1	Urheberpersönlichkeitsrecht	751
9.1.6.2	Veröffentlichungsrecht	751
9.1.6.3	Verwertungsrecht	751
9.1.6.4	Vervielfältigungsrecht	751
9.1.6.5	Verbreitungsrecht.....	752
9.1.6.6	Senderecht	753
9.1.6.7	Copyright	753
9.1.6.8	Zeitungsimpressum	753
9.1.6.9	Buchimpressum und ISBN	754
9.1.7	Vervielfältigungen	755
9.1.8	Deutsche Nationalbibliothek (DNB)	757
9.1.9	Checklisten	759
9.1.10	Aufgaben	761
9.2	Internetrecht	763
9.2.1	Internetrecht – ein Überblick	764
9.2.2	Telemediengesetz	766
9.2.3	Ebenen des Online-Rechts	768
9.2.3.1	Inhaltsverantwortung	768
9.2.3.2	Access-Provider	770
9.2.3.3	Netz-Provider	771
9.2.3.4	Internetnutzer	771
9.2.4	Anbieterkennzeichnung.....	772

9.2.4.1	Musterimpressum (Web).....	772
9.2.4.2	Firmen im Auflösungsverfahren.....	772
9.2.4.3	Impressumspflicht für alle?.....	773
9.2.4.4	Impressum – wo steht’s?.....	774
9.2.4.5	Herkunftslandprinzip	774
9.2.4.6	Besondere Pflichten	774
9.2.5	Personenbezogene Daten	775
9.2.6	Digitale Signatur	777
9.2.7	Textauszüge Medienrecht.....	778
9.2.7.1	Telemediengesetz (Auszug)	778
9.2.7.2	Bundesdatenschutzgesetz (Auszug)	779
9.2.8	Checklisten	781
9.2.9	Aufgaben	783

9.3	Musikverwendung	785
9.3.1	GEMA und Musiklizenzierung	786
9.3.1.1	Funktion der GEMA	786
9.3.1.2	Organisation der GEMA	786
9.3.2	Verwertungsgesellschaften (VG).....	790
9.3.3	Aufgaben	793

10 Medienkalkulation

10.1	Kalkulationsgrundlagen	797
10.1.1	Einführung in die Medienkalkulation.....	798
10.1.1.1	Betriebliche Kostenrechnung	798
10.1.1.2	Abschreibung	799
10.1.1.3	Kalkulatorische Zinsen	801
10.1.2	Fertigungszeiten – Hilfszeiten – Nutzungszeiten	802
10.1.2.1	Definition Fertigungszeit und Hilfszeit	802
10.1.2.2	Nutzungsgrad.....	804
10.1.2.3	Nutzungszeit	804
10.1.3	Aufgaben	805

10.2	Platzkostenrechnung	807
10.2.1	Einführung in die Platzkostenrechnung	808
10.2.2	Schema einer Platzkostenrechnung	810
10.2.2.1	Kostengruppen	810
10.2.2.2	Erklärungen	811

10.2.3	Platzkostenrechnung Druckmaschine	812
10.2.3.1	Offsetdruckmaschine	812
10.2.3.2	Berechnung des Stundensatzes	813
10.2.4	Platzkostenrechnung Computerarbeitsplatz	814
10.2.4.1	Computerarbeitsplatz	814
10.2.4.2	Berechnung des Stundensatzes	815
10.2.4.3	Bedeutung des Stundensatzes	816
10.2.4.4	Kostenverteilung im Betrieb	816
10.2.5	Aufgaben	817

10.3	Kalkulation	819
10.3.1	Einführung in die Printkalkulation	820
10.3.1.1	Vor- und Nachkalkulation	820
10.3.1.2	Kostenarten	820
10.3.1.3	Zuschlagskalkulation	821
10.3.2	Angebotskalkulation Offsetdruck	823
10.3.2.1	Technische Einzelheiten	823
10.3.2.2	Angebot	825
10.3.3	Einführung in die Multimedia-Kalkulation	827
10.3.3.1	Grundüberlegungen	827
10.3.3.2	Neukunden ohne Multimedia-Erfahrung	827
10.3.3.3	Kunden mit Multimedia-Erfahrung	827
10.3.3.4	Vorleistungen der Multimedia-Agentur	828
10.3.3.5	Kostenrahmen Webauftritt	828
10.3.4	Preiskalkulation Webseiten	830
10.3.4.1	Kalkulationsschema	831
10.3.4.2	Zeitwertschätzung	834
10.3.4.3	Zusatzkosten im Web	834
10.3.4.4	Kalkulationsschritte	836
10.3.4.5	Angebot	836
10.3.4.6	Schema Auftragsvergabe	838
10.3.5	Aufgaben	839

11 Produktionsmanagement

11.1	Projektmanagement	843
11.1.1	Was ist ein Projekt?	844
11.1.1.1	Projektdefinition nach DIN 69901	844
11.1.1.2	Projektzielgrößen	844
11.1.2	Projektkompetenz	845
11.1.2.1	Projektkompetenzbereiche	845

11.1.2.2	Projektleiter	845
11.1.2.3	Projektteam	845
11.1.2.4	Teamentwicklung	846
11.1.3	Kreativität im Projekt	847
11.1.3.1	Brainstorming	847
11.1.3.2	Methode 635 – Brainwriting	847
11.1.3.3	Kopfstandmethode	848
11.1.3.4	Sechs-Hüte-Methode	848
11.1.4	Projektplanung	849
11.1.4.1	Projektziel	849
11.1.4.2	Ressourcenanalyse	849
11.1.4.3	Risikoanalyse	849
11.1.4.4	Projektpflichtenheft	850
11.1.4.5	Projektstrukturplan PSP	850
11.1.4.6	Projektablaufplan PAP	850
11.1.4.7	Projektterminplan PTP	851
11.1.5	Projektrealisierung und Projektcontrolling	853
11.1.5.1	Kick-off-Sitzung	853
11.1.5.2	Controlling	853
11.1.5.3	Kontroll- und Steuerelemente	853
11.1.5.4	Kommunikationsmittel	854
11.1.6	Aufgaben	855

11.2	Arbeitsvorbereitung	857
11.2.1	Arbeitsvorbereitung und Herstellung	858
11.2.1.1	Arbeitsvorbereitung Text	858
11.2.1.2	Arbeitsvorbereitung Bild	859
11.2.1.3	Text-Bild-Integration	859
11.2.1.4	Arbeitsvorbereitung Druck	861
11.2.1.5	Arbeitsvorbereitung Weiterverarbeitung und Versand	862
11.2.2	Digitale Auftragsabwicklung	863
11.2.3	Daten im Medienbetrieb	869
11.2.4	Aufgaben	871

11.3	Workflow	873
11.3.1	Einführung	874
11.3.1.1	Definitionen	874
11.3.1.2	Technischer Workflow	875
11.3.1.3	Technischer und administrativer Workflow	876
11.3.1.4	Sprachenvielfalt	877
11.3.1.5	PPF, JDF und CIP4	878
11.3.2	Job-Tickets, Herstellung und Inhalt	881

11.3.3	Vernetzte Produktion	888
11.3.3.1	Datentypen in der Printproduktion.....	888
11.3.3.2	Workflow-Vernetzungsstruktur	891
11.3.3.3	JDF und Vernetzung	897
11.3.4	CIP4-Organisation	900
11.3.5	Aufgaben	901

12 Anhang

12.1	Korrekturzeichen	905
12.1.1	Korrekturzeichen Text nach DIN 16 511	906
12.1.1.1	Zweck der Norm.....	906
12.1.1.2	Regeln	906
12.1.2	Korrekturzeichen Bild nach DIN 16 549	909
12.1.3	Aufgabe	910

12.2	Lösungen	913
12.2.1	1 Grundlagen der Gestaltung	914
12.2.2	2 Typografie	928
12.2.3	3 Layout und Gestaltung.....	937
12.2.4	4 Bild- und Filmgestaltung.....	945
12.2.5	5 Zeichen und Grafik.....	953
12.2.6	6 Webdesign	959
12.2.7	7 Visuelles Marketing.....	964
12.2.8	8 Präsentation	972
12.2.9	9 Medienrecht	977
12.2.10	10 Medienkalkulation.....	981
12.2.11	11 Produktionsmanagement	986

12.3	Links, Normen, Literatur	993
12.3.1	Internetadressen	994
12.3.2	DIN-/ISO-Normen.....	998
12.3.2.1	Fachsprache, Terminologie, Einheiten, Korrektur	998
12.3.2.2	Drucktechnik, Druckkontrolle, Druckverfahren, Druckprozesse	999
12.3.2.3	Farben, Farbbegriffe, Farbnormen, Farbprüfung, Materialien	999
12.3.2.4	Papiererzeugnisse, Papierformate, Vordruckgestaltung und Datenverarbeitung	1000

12.3.2.5	Dokumentenstruktur, Titelangaben, technisches Zeichnen und ISBN	1000
12.3.2.6	Qualitätsmanagement	1000
12.3.3	Literatur	1001
<hr/>		
12.4	Stichwortverzeichnis	1011