

KLARE  
GRAFIKDESIGN FÜR

LINIEN  
DEN MITTELSTAND

GRAFISCHES

BASISWISSEN





# INHALT

## **Dateiformate im Überblick**

Eigenschaften und Verwendung

Seite 03

---

## **RGB vs. CMYK**

Wo liegt der Unterschied?

Seite 08

---

## **Vektor vs. Pixelgrafik**

Wozu braucht man eine Vektordatei?

Seite 11

---

## **Wirkung von Farben**

Welche Wirkung Farben im Design haben

Seite 15

---

## **Schriftarten**

Welche Schrift für welchen Einsatz?

Seite 17

---

## **Die Wahl des richtigen Papiers**

Welche Möglichkeiten gibt es?

Seite 21

---

## **5 Tipps für Nicht-Designer**

Wie auch Sie ein tolles Layout erstellen können

Seite 24



# DATEIFORMATE IM ÜBERBLICK

## Eigenschaften und Verwendung

PNG, JPG oder GIF –

Wann brauchen Sie welches Dateiformat?

Ganz sicher sind Ihnen schon unterschiedliche Dateierendungen, die auf verschiedene Dateiformate hinweisen, aufgefallen. Vielleicht hat ein Dienstleister, Mitarbeiter oder Kooperationspartner nach einer bestimmten Datei gefragt. Doch was genau bedeuten die Dateierendungen eigentlich? Und welches Dateiformat eignet sich für welchen Einsatz? **Wir geben Ihnen hier eine kurze Übersicht über die gängigsten Formate.**



# DIE USER DATEIFORMATE

## PNG (Portable Network Graphics) – Das transparente, verlustfreie Dateiformat im Internet

Bei PNG-Dateien handelt es sich um ein Dateiformat für Bilder und Grafiken. Es kann ausschließlich für digitale Medien, also im Web, den sozialen Medien und in Office-Dokumenten (z.B. Word oder Power Point) eingesetzt werden. PNG-Dateien haben keine Qualitätsverluste, wenn sie komprimiert werden, also die Dateigröße verkleinert wird. Außerdem können sie mit einem transparenten Hintergrund gespeichert werden. Das hat den Vorteil, dass zum Beispiel eine Grafik über einem Bild platziert werden kann. Ein weiterer Pluspunkt ist die kleine Dateigröße. PNG-Dateien verbrauchen relativ wenig Speicher und sind somit für den Einsatz im Web bestens geeignet.

### Keyfacts:

- Transparenter Hintergrund möglich
- Keine Qualitätsverluste bei Komprimierung
- Geringe Dateigröße
- Verbraucht wenig Speicherplatz
- Nur für digitale Medien wie Web & Office-Medien geeignet



*„PNG-Dateien werden hauptsächlich für Grafiken im Internet eingesetzt, zum Beispiel mit transparentem Hintergrund.“*

## JPG (Joint Photographic Experts Group) – Komprimiertes Dateiformat für Bilddateien

Ein JPG ist sowohl ein Dateiformat als auch ein Komprimierungsverfahren. Es kann bis zu 16,7 Millionen Farben anzeigen, unterstützt aber im Gegensatz zu einer PNG-Datei keine Transparenzen. Das JPG ist das wohl gängigste Dateiformat für die Verwendung von Bildern im Web, da die Dateigröße relativ klein ist. Das wird durch eine verlustbehaftete Kompression erreicht. Es gilt somit immer einen guten Mittelwert zwischen Dateigröße und Kompressionsrate bzw. der Qualität des Bildes zu finden. Soll ein Bild in hoher Qualität gedruckt werden, muss auf den Farbraum und ganz besonders auf eine sehr niedrige Kompression geachtet werden.

### Keyfacts:

- Kann 16,7 Millionen Farben anzeigen
- Qualitätsverluste bei Komprimierung
- Geringe Dateigröße möglich
- für digitale Medien wie Web & Office-Medien, aber auch für den Druck geeignet



*„Ein JPG wird hauptsächlich zum Speichern komprimierter Bilder eingesetzt. Vorrangig findet es im Internet und in Office-Dokumenten Verwendung.“*

## GIF (Graphics Interchange Format) – Meist animiertes Dateiformat

GIF-Dateien haben die Besonderheit, mehrere Bilder in einer Datei speichern zu können – und zwar in Form einer Animation. Außerdem kann eine Farbe als transparent definiert werden, sodass beispielsweise Teile einer Webseite durchscheinen können. GIF's unterstützen nur 256 Farben, wodurch zwar eine kleine Dateigröße erzielt werden kann, allerdings auch eine relativ geringe Bildqualität. Dennoch sind GIF's bestens für Bannerwerbung im Web geeignet und um auf Webseiten Hingucker zu schaffen.

### Keyfacts:

- nur 256 Farben
- Transparenz möglich
- Animation möglich
- Geringe Dateigröße
- Ausschließlich für digitale Medien geeignet



*„Ein GIF wird hauptsächlich für Animationen auf Webseiten, sozialen Netzwerken oder Chats verwendet.“*

## SVG (Scalable Vector Graphics) – Austauschformat für Vektorgrafiken

Ein SVG ist ein geeignetes Dateiformat, wenn Vektorgrafiken im Internet, auf mobilen Endgeräten oder in Apps veröffentlicht werden sollen. Eine Vektorgrafik ist eine grafische Darstellungsart die auf Linien, anstatt Bildpunkten beruht. Bei jedem Seitenaufruf werden SVG-Dateien neu skaliert, somit werden die Inhalte in jeder Vergrößerungsstufe auf dem Bildschirm in der höchst möglichen Schärfe angezeigt. Es kann transparent sein und wird ausschließlich online verwendet.

### Keyfacts:

- Für Vektorgrafiken
- Transparenz möglich
- Geringe Dateigröße
- Ausschließlich für digitale Medien geeignet



*„SVG ist als Endformat beliebt und sehr geeignet, um Vektorzeichnungen in bester Qualität darzustellen.“*

## PDF (Portable Document Format) – Plattformunabhängiges Dateiformat für Dokumente

Ein PDF ist das wohl bekannteste und zuverlässigste Austauschformat für Dokumente. Ein PDF kann mehrere Seiten enthalten und sowohl Texte, Bilder und Grafiken, als auch interaktive Elemente und Formulare beinhalten. Schriften können eingebettet werden, damit der Empfänger die gleiche Darstellung hat wie der Absender. Sie können auch geschützt und gesperrt werden, um dem Empfänger die Ansicht, aber nicht die Bearbeitung zu ermöglichen. PDF's sind unabhängig von Auflösung, Betriebssystem und Programm und haben (je nach eingebetteten Objekten) eine relativ geringe Dateigröße.

### Keyfacts:

- Austauschformat das Texte, Bilder und Grafiken enthalten kann
- Interaktive Elemente und Formulare möglich
- Dateigröße hängt vom Inhalt ab
- Wird zur Weitergabe der Daten an Druckereien verwendet
- Ist unabhängig von Auflösung, Betriebssystem und Programm



*„Ein PDF wird sowohl als Dateiformat im Internet für z.B. digitale Formulare, als auch im Druck für feste Layouts wie z.B. Flyer eingesetzt.“*

# DIE PROFI-BILD-FORMATE

## TIFF (Tagged Interchange File Format) – Dateiformat zur Speicherung von Bilddaten

Das TIFF-Format wird oft zum Austausch von Daten mit Druckereien und Verlagen verwendet. Es ist eines der gängigsten Dateiformate für Raster bzw. Pixelgrafiken. Ein farbiges TIFF unterstützt Millionen von Farben in beiden Farbräumen (CMYK & RGB). Es kann Transparenzen enthalten und die Inhalte können verlustfrei komprimiert werden, was in hoher Qualität allerdings eine große Dateigröße mit sich bringt. Hier ist eine gute Abwägung zwischen Dateigröße und Qualität notwendig. Da die meisten Webbrowser TIFF-Dateien nicht darstellen können, ist dieses Dateiformat für die Anzeige im Web nicht geeignet.

### Keyfacts:

- Häufig verwendet von Druckereien und Verlagen
- Gängiges Format für Raster bzw. Pixelgrafiken
- Transparenz möglich
- Verlustfreie Komprimierung möglich
- Nicht für das Web geeignet



*„Ein TIFF wird hauptsächlich eingesetzt, wenn Raster oder Pixelgrafiken hochauflösend gedruckt werden sollen.“*

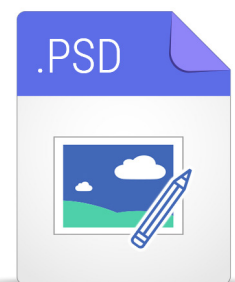
---

## PSD (Adobe Photoshop Format) – optimaler Datenaustausch ohne Verluste, jedoch nur in Adobe Programmen

Das PSD-Format ist ein Adobe eigenes Bildformat. In einem PSD wird alles gespeichert was der Funktionsumfang des Programmes hergibt, z.B. Ebenen, Zeichenflächen, verschiedene Farbräume, Raster & Vektor-Grafiken, Einstellungsebenen und Transparenzen, um nur einige zu nennen. Die Dateigröße ist durch die Fülle der gespeicherten Inhalte relativ hoch.

### Keyfacts:

- Adobe eigenes Bildformat
- Speichert alle Einstellungen, welche in Photoshop vorgenommen werden
- Dateigröße oft relativ hoch, aufgrund der gespeicherten Informationen
- „Offenes“ Dateiformat, z.B. nicht für das Web geeignet



*„Ein PSD ist als Dateiformat die beste Option, wenn die Datei innerhalb der Adobe-Programmfamilie weiterbearbeitet werden soll.“*

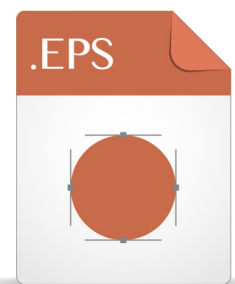
# DIE PROFI-VEKTOR-FORMATE

## EPS (Encapsulated-PostScript-Format) – Häufig verwendetes, jedoch mittlerweile veraltetes Dateiformat

EPS-Dateien können sowohl Bild-, als auch Vektordaten enthalten. Es hat eine Formatangabe und kann wie ein PDF, Informationen über Seitenmaße speichern und Schriften einbetten. Das Format ist verlustfrei und kann in beiden Farbräumen gespeichert werden. Es wurde jedoch trotz all dieser Eigenschaften inzwischen durch AI- und PDF-Dateien abgelöst. Denn problematisch kann sein, dass ein EPS keine eindeutige Zuordnung zum Raster- oder Vektorformat hat. Es kann beides enthalten und könnte somit für den Dienstleister das falsche Format haben.

### Keyfacts:

- Veraltetes Format, wird ersetzt durch PDF- oder AI-Dateien
- Kann Bild- als auch Vektordaten enthalten
- Keine eindeutige Zuordnung zu Raster- oder Vektorformat, dies kann zu Problemen führen



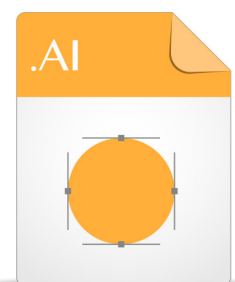
*„Ein EPS kann sowohl Bild, als auch Vektordaten enthalten.“*

## AI (Adobe Illustrator-Format) – Vektorgrafiken deluxe

AI-Dateien sind für jegliche Vektorgrafiken bestens geeignet. Sowohl Logo, als auch Grafiken, Lagepläne, Icons und ähnliche Anwendungen sind hier optimal aufgehoben. AI-Dateien können nur in Adobe Illustrator bearbeitet, jedoch in alle Programme der Adobe-Programmfamilie eingesetzt werden. Jeder professionelle Dienstleister wird eine AI-Datei verwenden können. Es enthält Ebenen und Zeichenflächen, ist verlustfrei, kann transparent und in beiden Farbräumen gespeichert sein und sowohl Grafiken, als auch Schriften enthalten.

### Keyfacts:

- Adobe eigenes Vektorformat
- Für Vektorgrafiken bestens geeignet
- Kann in allen Programmen der Adobe-Familie eingesetzt werden
- Transparenz möglich
- Kann Grafiken und Schriften enthalten



*„Ein AI ist die perfekte Wahl für Grafiken und Logos, wenn diese innerhalb der Adobe-Programmfamilie weiterverarbeitet werden sollen.“*



# RGB VS. CMYK

## Was ist was und wo liegt der Unterschied?

Farben sind ein wichtiger Teil des Designs. Auch wenn Sie selbst kein Designer sind, ist es wichtig, den Unterschied zwischen RGB und CMYK zu kennen. Erst dann können sie Fragen von Dienstleistern oder Mitarbeitern richtig beantworten und wissen wie sie Ihre Logo- und Bild-Dateien richtig verwenden.

Es könnte so einfach sein – man gestaltet eine Grafik oder ein Bild am Computer und druckt sie dann aus. Doch genau an dieser Stelle spielen zwei verschiedene Farbräume eine Rolle – RGB und CMYK. Beide sind Bezeichnungen für die Mischung von Farben. Das RGB-Farbmodell eignet sich am besten für digitale Arbeiten während CMYK für Druckprodukte verwendet wird, denn RGB Lichtfarben, wogegen CMYK aus reellen Farben besteht.





# RGB – DER FARBRAUM VON BILDSCHIRMEN

RGB steht für die Grundfarben Rot, Grün und Blau. Durch die Mischung dieser Farben sind mehr als 16 Millionen Farbkombinationen möglich. Für die gewünschte Farbe werden Anteile von Rot, Grün und Blau in einem bestimmten Verhältnis addiert.

RGB ist ein additives Farbmodell, d. h. je mehr Farben ineinandergemischt werden, desto heller wird der Farbton. Mischt man alle 3 Farben zusammen im höchsten Wert (zu 100 %) so erhält man reines weiß. Dabei ergeben sich die Farben durch das Mischen von Licht.



Man spricht bei RGB deshalb auch häufig von sogenannten Lichtfarben. Der RGB-Farbraum ist somit wichtig für die Anzeige von Farben auf allen Bildschirmen.

## Wann wird RGB verwendet?

Wenn das Ausgabemedium eines Designs ein Bildschirm ist, wird der RGB-Farbraum verwendet. Das betrifft sämtliche Medien welche auf Computern, Smartphones, Tablets, Fernsehern usw. dargestellt wird. Auch die Microsoft Office Programme arbeiten im RGB-Farbraum, da sie für die Darstellung am Monitor, bzw. die Präsentation über Beamer gedacht sind. In folgenden Fällen wird RGB verwendet:

- Web & App Design – Icons, Buttons und Grafiken
- Branding – Online Logos und Anzeigen
- Social Media – Bilder für Posts, Profilbilder, Titelbilder
- Visueller Content wie z.B. Videos, digitale Grafiken, Fotos für Webseiten usw.
- Microsoft Office Dokumente – Word-Vorlagen, PowerPoint Präsentationen & Excel-Diagramme

# CMYK – DER FARBRAUM FÜR DEN DRUCK

CMYK steht für Cyan, Magenta, Yellow und Key Colour (Schwarz) und ist der Farbraum für professionell gedruckte Medien. Sie werden meistens auf einen weißen Untergrund gedruckt. Je mehr Farbe aufgetragen wird, desto dunkler wird somit das Ergebnis. Daher spricht man auch von einem subtraktiven Farbraum. Mischt man Cyan, Magenta und Gelb zu jeweils 100%, so erhält man aber kein richtiges Schwarz sondern nur ein dunkles Braun. An dieser Stelle wird die Key Colour Black benötigt, denn sie ist reines Schwarz.



In der Druckmaschine oder auch bei Ihrem Drucker im Büro oder zu Hause, wird jede Farbe einzeln nacheinander übereinander auf das Papier gedruckt. Je nachdem, in welchem Verhältnis man die Farben nacheinander mischt, ergibt sich jede mögliche Farbnuance.

Theoretisch sind 4 Milliarden verschiedene Farben möglich. Am Bildschirm angezeigt oder gedruckt werden, können nur sehr viel weniger Farben. Deshalb ist der CMYK-Farbraum insgesamt kleiner als der RGB-Farbraum.

## Wann wird CMYK verwendet?

Wenn das Ziel eines Designprojektes ein Druckprodukt ist, wird der CMYK-Farbraum verwendet. In folgenden Fällen wird CMYK verwendet:

- Branding – Visitenkarten, Geschäftsausstattung, Blöcke, Aufkleber usw.
- Werbemittel – Poster, Flyer, Faltblätter, Anzeigen, Broschüren, Kataloge usw.
- Editorial – Bücher, Magazine, Zeitschriften
- Reporting – Geschäftsberichte
- und vieles mehr!

# VEKTOR VS. PIXELGRAFIK

## Wozu braucht man eine Vektordatei?

Kennen Sie das? Sie schicken Ihr Logo als JPG oder PNG an einen Dienstleister und er fragt nach einer Vektordatei? Was ist eine Vektordatei und warum lässt sich ein JPG nicht immer verwenden?

Es gibt zwei unterschiedliche Arten, wie Bilder digital dargestellt werden können, als Pixel- oder Vektorgrafik. Sicherlich wurden Sie schon einmal nach einer Vektorgrafik gefragt, oder es wurde gesagt das Bild ist zu pixelig und sie wussten mit den Begriffen nichts anzufangen. Wir bringen Licht ins Dunkel.



# WAS IST EINE PIXELGRAFIK?

Eine sogenannte Pixel- oder Rastergrafik besteht aus rasterförmig angeordneten eckigen Farbpunkten, den sogenannten "Pixeln". Jeder Pixel kann eine eigene Farbe haben und durch die Aneinanderreihung setzen sie sich dann zu einem Bild zusammen. Wenn Sie Ihren Fernseher oder Monitor genauer betrachten, sehen Sie das dieser die verschiedenen Bildpunkte zur Darstellung des Inhalts nutzt.

Je mehr Bildpunkte vorhanden sind, desto besser ist die Qualität bzw. Auflösung des Inhalts. Die Auflösung wird in dpi (Dots per Inch) angegeben. Eine Pixelgrafik sollte in 100% Größe für digitale Anwendungen mindestens 72 dpi und für den professionellen Druck mindestens 300 dpi haben. Es befinden sich also entweder 72 Dots per Inch (Punkte/Pixel pro Zoll) oder eben 300 in dem Bild. Um die gleiche Fläche zu füllen sind die 300 Pixel kleiner als die 72 Pixel. 300 Pixel sie können also mehr Farbabstufungen darstellen und das Bild damit detailreicher zeigen. Wird eine Pixelgrafik vergrößert, vergrößern sich auch die einzelnen Pixel, denn es kommen ja keine Bildpunkte hinzu, sondern die vorhandenen werden gestreckt. Dadurch erscheint das Bild mit zunehmender Vergrößerung grober, eckiger, oder "verpixelt".



Typische Dateiformate von Pixelgrafiken sind JPG, PNG oder GIF.

## Vorteile einer Pixelgrafik

- normale Bilder einer Kamera oder eines Handys sind immer Pixelgrafiken
- Dateiformate sind in vielen Programmen einsetzbar
- die Qualität richtet sich nach der Pixeldichte (Auflösung)
- können in zahlreichen Farbabstufungen dargestellt werden
- jeder einzelne Bildpunkt kann separat bearbeitet werden
- es lassen sich auch detailreiche Grafiken mit einer sehr guten Qualität und Schärfe darstellen

## Nachteile einer Pixelgrafik

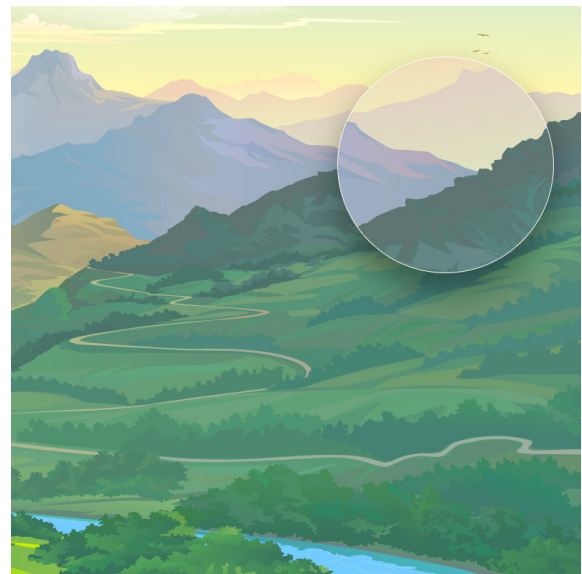
- nicht ohne Qualitätsverlust skalierbar
- je höher die Qualität des Bildes, je größer ist die Datei und verbraucht damit mehr Speicherplatz
- die Umwandlung einer Pixelgrafik in eine Vektorgrafik liefert meist schlechte Ergebnisse



# WAS IST EINE VEKTORGRAFIK?

Eine Vektorgrafik enthält mathematische Informationen von geometrischen Figuren wie Linien, Kreisen oder Kurven. Es werden demnach keine Pixel, sondern Pfade gespeichert, die zum Beispiel die Informationen zu Größe und Farbe enthalten. So wird beispielsweise eine Linie als "Linie von X nach Y" mit ihren zugehörigen Eigenschaften (Anfangspunkt, Richtung, Länge usw.) beschrieben. Anhand dieser Eigenschaften ist das dargestellte Bild mathematisch definiert.

Der Unterschied zu einer Pixelgrafik zeigt sich vor allem bei der Vergrößerung. Die Vektorgrafik mit ihren Pfaden kann ohne Qualitätsverlust beliebig vergrößert (skaliert) werden, ohne etwas an Schärfe einzubüßen. Die gespeicherten Pfade und Eigenschaften werden auf die neue Größe umgerechnet und das Bild somit jedes Mal neu gezeichnet. Da das Bild dadurch nicht mehr, sondern nur geänderte Informationen enthält, wird auch die Datei nicht größer.



Ihr Firmenlogo wird oft in unterschiedlichen Größen gebraucht, z.B. für Kugelschreiber, Vistenkarten, Flyer oder Fahrzeugbeschriftung. Somit sollten Sie es als Vektorgrafik vorliegen haben. Auch für Icons eignen sich Vektorgrafiken hervorragend.

**Typische Dateiformate von Vektorgrafiken sind EPS oder AI.**

## Vorteile einer Vektorgrafik

- für Logos und Schriften das ideale Format
- Vektorgrafiken lassen sich ohne Qualitätsverlust skalieren
- kleine Dateigröße und gute Kompressionsmöglichkeit
- von allen professionellen Dienstleistern verwendbar
- eignen sich ebenfalls gut für Grafiken und Figuren
- sind meist transparent

## Nachteile einer Vektorgrafik

- können nur mit speziellen Grafikprogrammen (z.B. Adobe Illustrator) erstellt und bearbeitet werden
- Bearbeitung ist komplexer als bei Pixelgrafiken
- Effekte wie Schatten oder Reflektionen sind schwieriger darzustellen

# DIE WIRKUNG VON FARBEN

## Welche Wirkung Farben im Design haben

Farben sind einer der wichtigsten Bestandteile im Grafikdesign und in der Werbung – denn sie beeinflussen nachweislich das Kaufverhalten und die Assoziationen eines Kunden mit einem Produkt oder einer Marke. Doch wieso ist das so? Auch wenn die Farbwahrnehmung eigentlich ein subjektives Empfinden ist, sind die Emotionen und Gefühle, die Farben hervorrufen, bei den meisten Menschen ähnlich. Die Wirkung von Farben ist ein riesengroßes Themengebiet – nicht umsonst gibt es sogar eigene Berufsgruppen, welche sich nur mit diesem Thema beschäftigen, zum Beispiel Farbpsychologen.



Die Wirkung von Farben kurz erklärt: ein hellgrün kann für einen Bio-Lebensmittelhersteller die optimale Wahl sein. Bei einem Café allerdings, welches zum Beispiel Kuchen oder Pralinen verkauft, bei einigen Menschen sogar Übelkeit hervorrufen. Deshalb ist es von enorm wichtiger Bedeutung, dass man sich intensiv mit Farben und deren Wirkung beschäftigt und überlegt, welche Personen in welchem Zusammenhang angesprochen werden sollen und welche Emotionen hervorgerufen werden sollen.

Die optimale Wahl sollte immer ein Mix aus Ästhetik und dem persönlichen Geschmack als auch von Wissenschaft sein. Wenn man sich große Branchen anschaut wird man feststellen, dass oftmals dieselben Farben für ähnliche Unternehmensgruppen verwendet werden. Das hat den einfachen Grund, dass zum Beispiel rot und gelb appetitanregend wirken und gleichzeitig mit Fast Food in Verbindung gebracht werden. Ist man Besitzer eines solchen Unternehmens liegt es auf der Hand, sich an diesem Farbschema zu orientieren.

Laut Studien geben 85% der Kunden die Farbe eines Produktes als Grund an, ein Produkt gekauft zu haben. Bis zu 90% aller Spontankäufe basieren auf der Farbe eines Produktes. Laut Wissenschaftlern beeinflussen beispielsweise die Farben einer Webseite den User mehr als das Design – führt die Farbwahl dazu, dass sich der User nicht angesprochen fühlt, wird er die Webseite in 52% der Fälle verlassen und nicht mehr zurückkehren. Doch welche Wirkung haben denn nun die einzelnen Farben? Hier jede Farbe und deren Wirkung aufzuführen ist quasi unmöglich, denn es gibt unzählig viele Abstufungen und Kombinationsmöglichkeiten von Farben und Farbgruppen. Grob lassen sich Farben aber in drei Kategorien aufteilen: Warme, Kalte und Neutrale Farben.

## Warme Farben

Zu den warmen Farben gehören Rot, Orange, Gelb und deren Farbabstufungen. Mit diesen Farben werden Emotionen wie Leidenschaft, Fröhlichkeit, Enthusiasmus und Energiegeladenheit in Verbindung gebracht.

Rot kann in der Werbung manchmal eine schwierige Farbe sein. Auf der einen Seite steht Rot für Liebe und Leidenschaft und kann sogar appetitanregend wirken. Deswegen wird Rot oft in Logos verwendet, welche mit Essen oder Trinken in Verbindung stehen. Auf der anderen Seite ist Rot aber auch eine Signalfarbe welche für Wut oder Gefahr stehen kann. Hier ist der richtige Einsatz und die richtige Umsetzung entscheidend. Rot ist eine gute Wahl, wenn auf etwas aufmerksam gemacht werden soll – beispielsweise eine Rabatt Aktion. Auch Orange und Gelb wirken als Farben appetitanregend. Orange wirkt auf den Betrachter freundlich, humorvoll und verspielt. Gelb wirkt lebendig, warm und optimistisch.



Lebendigkeit, Wärme, Optimismus



Freundlichkeit, Humor, Ausgelassenheit



Liebe, Leidenschaft, Wut, Gefahr



## Kalte Farben

Zu den kalten Farben gehören Grün, Blau und Violett. Verbunden mit Ihnen werden zum Beispiel Natur, Reichtum, Seriösität, Größe und Ruhe.

Grün wird vor allem mit der Natur in Verbindung gebracht, kann aber auch für Glück und Harmonie stehen. Grün ist die wohl beliebteste Farbe wenn es rund um das Thema Essen und Lebensmittel geht. Das hat vor allem den Grund, dass die Wirkung von Farben auf uns Menschen in einem starken Zusammenhang mit der Umwelt steht. Mit Grün bringen wir immer Frische in Verbindung, da es die Natur uns so vorlebt. Wir greifen natürlich lieber zu einem grünen Apfel, als zu einem braunen.

Blau steht vor allem für Verantwortung, Vertrauen und Zuverlässigkeit. Aus diesem Grund nutzen zum Beispiel große Konzerne häufig blau in ihren Firmenlogos, um Größe und Seriösität zu vermitteln. Auch hier kann man es sich wieder vor Augen führen: wahrscheinlich würden Sie einer Bank mit einem blauen Logo eher vertrauen als einer Bank mit einem Rot und Orange im Logo.



Natur, Glück, Harmonie, Frische



Vertrauen, Verantwortung, Zuverlässigkeit



Eitelkeit, Genügsamkeit, Spiritualität

## Neutrale Farben

Zu den neutralen Farben gehören Schwarz, Weiß und Grau. Diese Farben stehen für Reinheit, Eleganz, Funktionalität und Wohlstand. Weiß ist die wohl beliebteste Farbe wenn es um Gesundheit und Reinheit geht. Wir greifen lieber zu einer weißen Tabletten- oder Waschmittelpackung als zu beispielsweise einer braunen.

Schwarz und Grau stehen vor allem für Luxus, Eleganz und Professionalität.



Für Ihr Unternehmen ist es enorm wichtig, mit welchen Farben sie nach außen auftreten. Überlegen Sie sich: Was sind meine Leistungen und welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? Welche Emotionen möchte ich bei meiner Zielgruppe hervorrufen? Durch die richtige Farbwahl wird die Ansprache Ihrer Zielgruppe um einiges erfolgreicher sein und Sie werden sogar das (Kauf-)Verhalten Ihrer Zielgruppe beeinflussen können.



# DIE VERSCHIEDENEN SCHRIFTARTEN

## Welche Schrift für welchen Einsatz?

Schriftarten sind ein riesengroßes Thema. Klar ist, dass man darüber viele Bücher schreiben könnte und wahrscheinlich immer noch nicht alles gesagt wäre. Doch wir versuchen, ein bisschen Licht ins Dunkel zu bringen – welche verschiedenen Arten von Schriften gibt es? Welche Schriftart eignet sich für welchen Einsatz? Und wo kann man neue Schriftarten herunterladen?

### Serifenlose Schrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

### Monospace

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

### Serifenschrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

### Handschrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

## Serifenschriften

Die Serifenschriften sind die klassischsten Schriftarten. Der Name stammt von den kleinen „Füßchen“ an den oberen und unteren Rändern der Buchstaben, welche Serifen heißen. Serifenschriften stammen von den Römern ab und sind bis heute bei vielen Design-Projekten die erste Wahl. Innerhalb der Serifenschriften gibt es noch viele weitere Unterteilungen und Kategorien, welche für einen Nicht-Grafiker aber meistens nicht sichtbar sind. In fast jedem Buch, welches wir lesen, werden Serifenschriften verwendet. Es ist bewiesen, dass Schriftarten mit Serifen bei Fließtexten besser lesbar sind als serifenlose Schriften. Das liegt daran, dass die Serifen eine imaginäre Linie bilden, welcher das Auge beim Lesen folgen kann.

### Serifenschrift

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

### Egyptienne

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

## Egyptienne-Schriften

Egyptienne-Schriften sind im Grunde auffälligere und präsentere Serifenschriften. Die Serifen sind meistens sehr groß und auch aus weiter Entfernung gut erkennbar. Deswegen wurden diese Schriftarten im 19. Jahrhundert häufig auf Plakaten oder Flugblättern eingesetzt. Mittlerweile haben sich aber auch diese Schriftarten weiterentwickelt und eignen sich teilweise auch für längere Textabschnitte. Die meisten Schreibmaschinenschriften sind Egyptienne-Schriftarten, weshalb diese meistens einen „Vintage Vibe“ mit sich bringen.

## Serifenlose Schriften

Wie der Name schon sagt besitzen serifenlose Schriften keine Serifen. Sie wirken daher meist klar, modern und geradlinig. Zwei der wohl beliebtesten und meist verwendeten serifenlosen Schriften kennt wohl (fast) jeder: Arial und Calibri. Serifenlose Schriften werden als die sauberste und modernste Wahl einer Schriftart betrachtet, da sie auch in unterschiedlichen Größen und Farben gut lesbar sind. Die Geradlinigkeit und weniger detaillierten Formen eignen sich sehr gut für die Verwendung im Web, weshalb auf den meisten Webseiten serifenlose Schriften eingesetzt werden.

### Serifenlose Schrift

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

## Schreibschriften

Schreibschriften werden in zwei Kategorien unterteilt: formal und ungezwungen. Formale Schreibschriften sind edle Schriftarten, welche an Handschriften aus dem 18. Oder 19. Jahrhundert erinnern. Sie zeichnen sich aus durch die Verzierungen, welche sich von den Serifen über die Buchstaben erstrecken. Diese Schriftarten sind allerdings mit Vorsicht zu verwenden, da sie schnell unleserlich und „altbacken“ wirken. Bei richtiger Verwendung sind sie trotzdem für beispielsweise Hochzeitseinladungen oder Buchcover von Liebesromanen gut geeignet. Zwanglose Schreibschriften haben weniger Schwünge und sind lesbarer. Sie wirken meist zeitloser und werden häufig für Logos, Poster oder Flyer verwendet.

### Schreibschrift

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.*

### Handschrift

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo.*

## Handschriften

Handschriften sind eine relativ neue Form der Schriftarten. Wie der Name schon sagt imitieren diese meist die tatsächlichen Handschriften von Personen und haben daher meist etwas Persönliches an sich. Oft fehlt ihnen die Struktur und Definition, dies lässt die Handschriften kreativ und einzigartig wirken. Da nahezu jede Schriftart anders aussieht ist es schwer, eine einheitliche Definition für diese Schriften zu finden. Allerdings ist auch Vorsicht geboten, zum Beispiel, wenn Sie überlegen, eine solche Schrift zu kaufen. Oftmals sind die Schriften nicht komplett ausgearbeitet und es fehlen beispielsweise Sonderzeichen. Denn Handschriften sind meistens nicht dazu gemacht, längere Texte darzustellen, sondern nur um als dekoratives Element zu wirken.

## Der richtige Schriftmix macht's!

Wenn die richtigen Schriftarten miteinander kombiniert werden lassen sich einzigartige Designs mit großer Wirkung erstellen. Wie auch bei Farben gilt hier: Der Kontrast ist wichtig! Bei der Kombination von verschiedenen Schriften sollte darauf geachtet werden, dass sich die Schriften deutlich voneinander unterscheiden. Dies erleichtert es dem Betrachter, die Intention und Aussage einer Werbebotschaft zu verstehen. So passt zum Beispiel eine schlichte, serifenlose Schrift in Großbuchstaben hervorragend zu einer kursiven Serifenschrift.

Doch auch hier gilt: weniger ist mehr! Ideal ist es, eine schlichte Schrift für den Fließtext zu wählen (das kann eine Serifenschrift oder eine serifenlose Schrift sein) und zu dieser eine auffällige, andere Schriftart für beispielsweise Headlines zu kombinieren. So erzielt man ein ausgewogenes Design welches aber gleichzeitig auffällt.

## Die richtige Wahl

Bei der Entscheidung, welche Schriftart man für welchen Einsatz wählt, sollte neben Aspekten wie der Lesbarkeit auch die Zeit bedacht werden. Welche Botschaft möchten Sie mit Ihrer Werbung transportieren? Möchten Sie modern und klar wirken oder eher traditionell und klassisch? Denken Sie auch an Ihre Zielgruppe – all das wird Ihnen helfen, die richtige Schrift für Ihren Einsatz zu finden.

## Schriften finden und herunterladen

Bestimmt haben Sie schon festgestellt, dass sich auf Ihrem PC vorinstallierte Schriften befinden. Doch das sind weitaus nicht alle Schriftarten, die Ihnen zur Verfügung stehen – im Internet gibt es tausende von Seiten, auf welchen Sie Millionen von Schriftarten herunterladen können. Eins sollte hierbei allerdings immer bedacht werden: Die Lizenz. Denn auch Schriftarten werden von Designern erstellt, und nur, weil man eine Schrift zum kostenlosen Download findet heißt das nicht, dass man diese ab sofort für alle kommerziellen Zwecke einsetzen darf.

Eine beliebte Seite zum herunterladen von Schriften ist [www.dafont.com](http://www.dafont.com). Hier können Sie nach verschiedenen Arten von Schriften und auch nach der Verwendung filtern. Wenn Sie eine Schrift herunterladen, befindet sich in dem Ordner meistens eine Datei, welche die genaue Lizenz und Verwendung der Schrift beschreibt. Lesen Sie sich diese unbedingt durch. Weitere beliebte Seiten sind unter anderem [1001freefonts.com](http://1001freefonts.com), [allfont.de](http://allfont.de) oder [myfonts.com](http://myfonts.com).

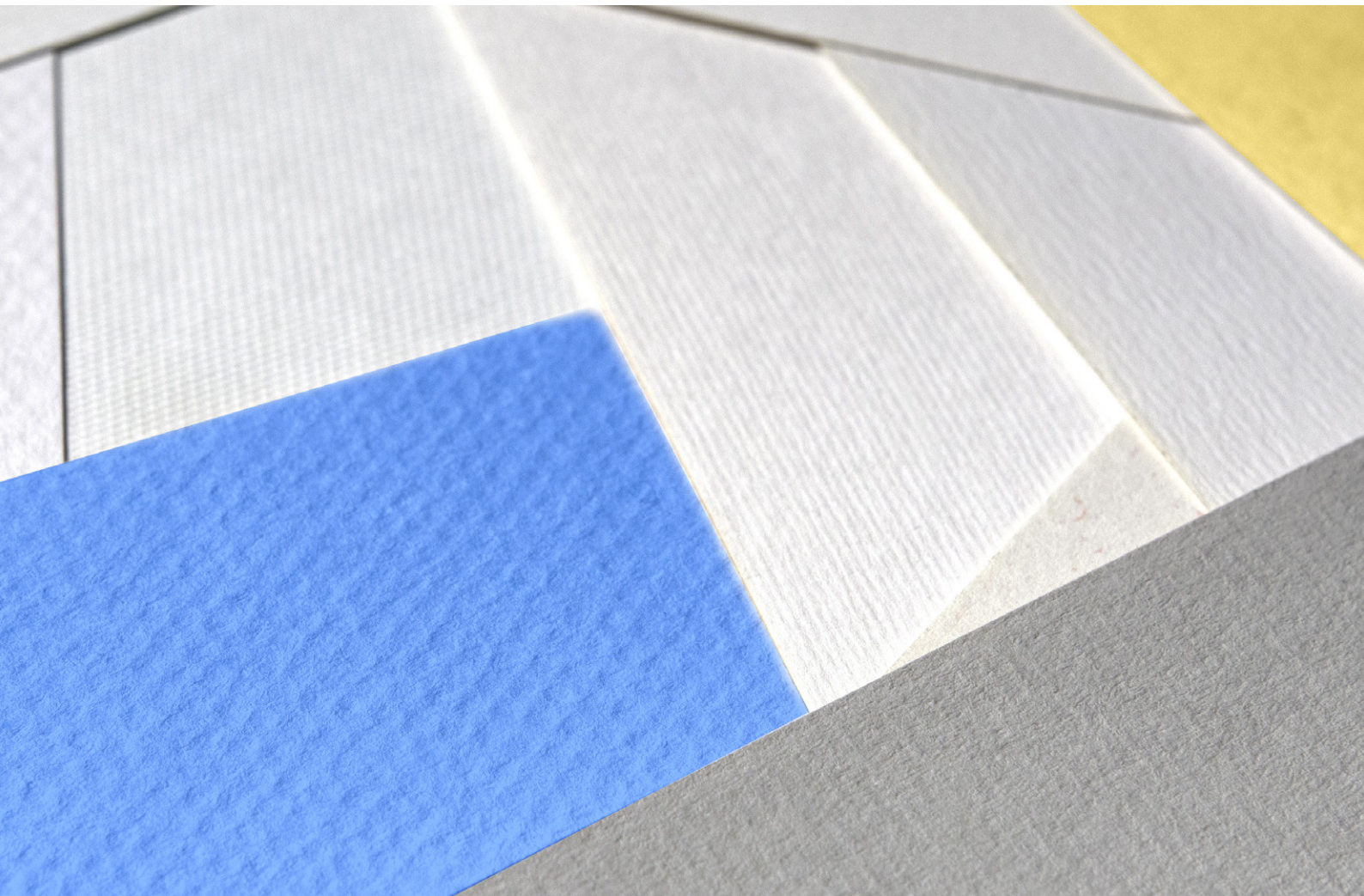
Viele weitere, kostenlose Schriftarten können Sie unter anderem auch auf der Seite [fonts.google.com](http://fonts.google.com) herunterladen. Der Vorteil hierbei ist, dass Sie diese Schriften gleichzeitig auch auf Ihrer Webseite einsetzen können. Wir haben einen eigenen Blog-Artikel zum Thema „Google Fonts“ veröffentlicht, schauen Sie gerne mal rein!



# DIE WAHL DES RICHTIGEN PAPIERS

## Welche Möglichkeiten gibt es?

Ihre Werbung soll auffallen, den Wert Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung widerspiegeln und Ihren Kunden im Kopf bleiben – daher ist die Auswahl vom richtigen Papier einer der entscheidenden Faktoren. Je nachdem, welches Produkt Sie drucken möchten, sollten Sie großen Wert auf die Wahl der richtigen Papiersorte legen, wenn Sie ein optimales Druckergebnis erzielen möchten. Nur so können Sie die visuellen und textlichen Inhalte Ihres Druckproduktes optimal zur Geltung bringen. Denn auch das Papier kann die Werbewirkung Ihres Produktes unterstreichen.



Sicherlich ist Ihnen schon mal aufgefallen, wie sehr sich beispielsweise ein Zeitungspapier und das Papier eines hochwertigen Magazins unterscheiden. Zeitungspapier ist sehr dünn und die Farben wirken oft etwas matt, Magazine oder Kataloge hingegen werden oft auf glänzendem, relativ dicken Papier gedruckt.

Hier möchten wir Ihnen einen groben Überblick über die verschiedenen Arten von Papier und die Veredelungsmöglichkeiten geben. Denn die Wahl der richtigen Papiersorte ist nicht immer einfach, wenn man überlegt, wie viel Auswahl es gibt. Jede Papiersorte hat eine bestimmte Grammatur, eine spezielle Oberfläche und verschiedene Eigenschaften, wie die Druckfarbe aufgenommen und dargestellt wird. Diese Faktoren bestimmen unter anderem über die Transparenz, das Aussehen, das Gewicht, die Haptik und die Langlebigkeit.

## Was ist die Grammatur des Papiers?

Die Definition der Grammatur lautet: "das Gewicht eines Blatt Papiers mit der Fläche von einem Quadratmeter". Die Grammatur wird in Gramm pro Quadratmeter ( $\text{g}/\text{m}^2$ ) oder einfach nur in Gramm (g) gemessen und unterscheidet, zusammen mit weiteren Faktoren, die verschiedenen handelsüblichen Papiersorten.

Gewöhnliches Kopierpapier, wie Sie es aus dem Büro kennen, hat meistens eine Grammatur zwischen 60 und 90  $\text{g}/\text{m}^2$ . Karton hingegen weist eine Grammatur von 150  $\text{g}/\text{m}^2$  bis zu 350  $\text{g}/\text{m}^2$  auf. Wenn Sie Kopierpapier mit Karton vergleichen, können Sie feststellen, dass die Grammatur wesentlich darüber entscheidet, wie "dick" und auch wie schwer das gewünschte Endprodukt ist. Je geringer die Grammatur, desto transparenter und leichter wird das Papier.

## Warum die Grammatur so wichtig ist

Es gibt für jedes Druckprodukt eine empfohlene Grammatur. Ob Visitenkarten, Flyer, Magazin oder Katalog – die Wahl der richtigen Grammatur ist letztendlich entscheidend darüber, wie das Produkt wirkt. Wenn Sie sich beispielsweise beim Druck einer Broschüre für eine zu geringe Grammatur entscheiden kann es passieren, dass die Inhalte einer Seite auf der Rückseite durchscheinen.



## Die gängigsten Papiersorten

Doch mit der Wahl der Grammatur ist es noch nicht getan. Natürlich gibt es viele verschiedene Papiersorten, welche sich alle im Aussehen und der Haptik unterscheiden. Ein Überblick über die gängigsten Papiersorten:

### Gestrichenes Papier

Gestrichenes Papier weist eine glatte und glänzende Oberfläche auf. Diese wird durch den Zusatz chemischer Zusatzstoffe erzielt. Es gibt zwei Arten von gestrichenes Papier – matt und glänzend. Wenn man im Druck eine nahezu perfekte Farbwiedergabe erzielen möchte, ist gestrichenes Papier meistens die richtige Wahl. Üblicherweise werden Visitenkarten, Flyer, Kataloge oder Broschüren auf gestrichenem Papier gedruckt.



### Natur- und Recyclingpapier

Naturpapier ist biologisches Papier, welches aus FSC-zertifizierten (Forest Stewardship Council, das weltweit angesehenste System zur Zertifizierung nachhaltiger Forstwirtschaft) Wäldern hergestellt wird. Recyclingpapier wird zu 60-100% aus recycelten Papierresten hergestellt. Diese Papiersorten sind häufig nicht "strahlend weiß", sondern oft etwas bräunlich bzw. beige. Eben so, wie man es von nachhaltigen Materialien erwartet. Diese Papiersorten sind die richtige Wahl, wenn Sie zum Inhalt und der Aussage Ihres Druckproduktes passen.

### Strukturpapier

Strukturpapier ist eine ungestrichene Papiersorte, welche man an der strukturierten Oberfläche erkennen kann. Auf der Oberfläche sind häufig Muster gedruckt bzw. geprägt. Dieses Papier wirkt meist ausgefallen und elegant und eignet sich daher z.B. Gut für Postkarten oder Einladungen, jedoch beispielsweise weniger für eine Zeitung oder einen Katalog.



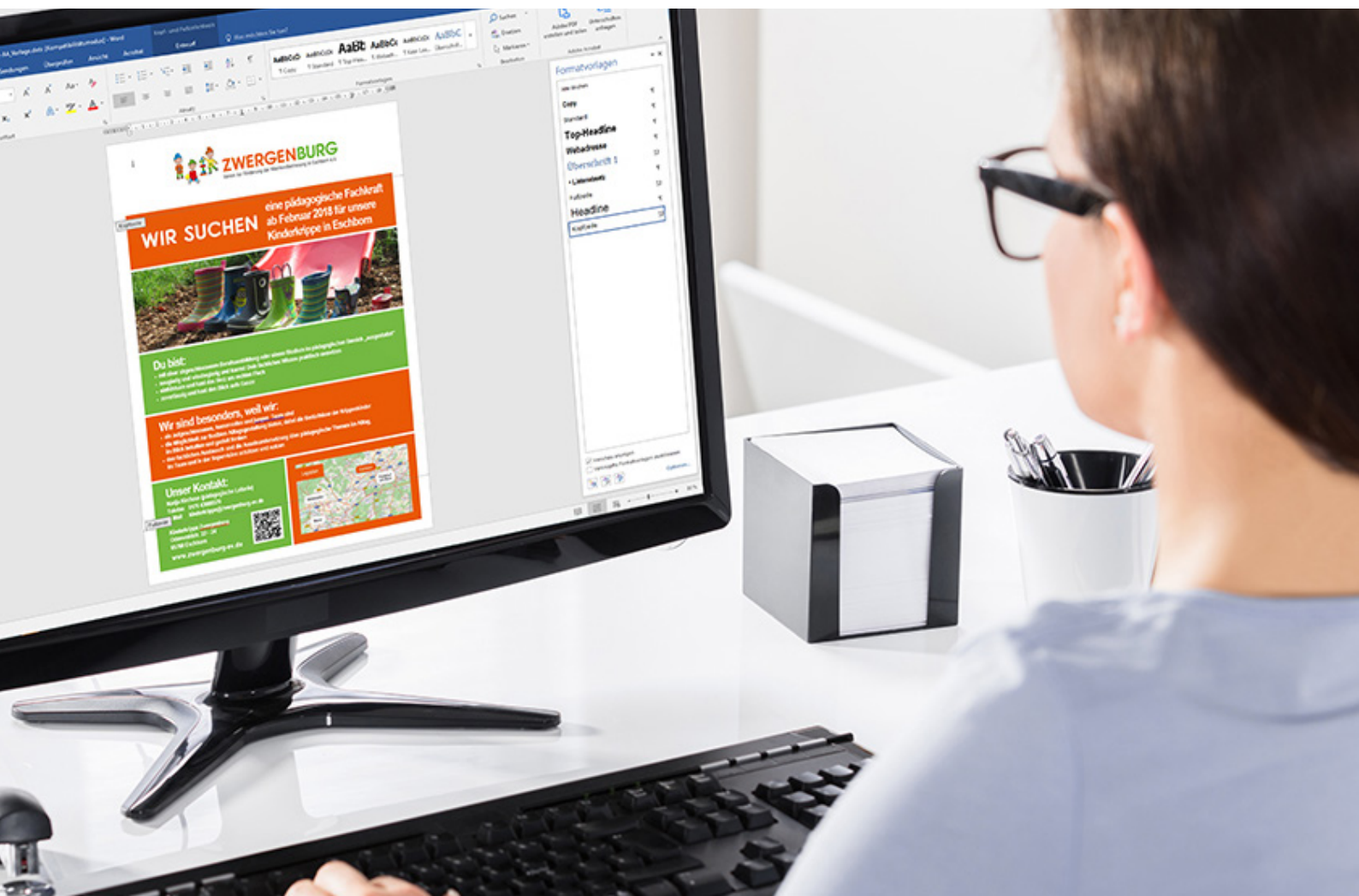
Bei vielen Druckereien können Sie sich Papiermuster bestellen um dann die richtige Auswahl zu treffen. Dies geht sowohl bei Druckereien vor Ort, als auch bei Onlinedruckereien wie Flyeralarm, Wir machen Druck und Co.



# 5 TIPPS FÜR NICHT-DESIGNER

## Wie auch Sie ein tolles Layout erstellen können

„Kannst du schnell mal ein Plakat für die Veranstaltung morgen machen?“ Oft müssen auch Nicht-Designer am Arbeitsplatz ansprechende Medien gestalten und meistens soll es dann auch noch schnell gehen. Wir helfen Ihnen! Einige Grundlagen des Grafikdesigns und hilfreiche Tipps finden Sie hier in unserem Blogartikel, denn Menschen schenken Bildern mehr Beachtung, wenn sie gut gestaltet sind – es kann also für jeden hilfreich sein, einige Basics zu kennen.





## Erstellen Sie ein Konzept

Zunächst sollte man sich einige Fragen zu seinem Projekt stellen, um die Inhalte zu strukturieren:

- Was ist die Intention? Was soll das Projekt bezwecken?
- Wer ist meine Zielgruppe? Welche Gestaltung spricht meine Zielgruppe an?
- Wie ist die Hierarchie der Informationen? Welche Elemente sind am wichtigsten, welche Elemente können weiter unten platziert werden?
- Wie werden Inhalte priorisiert? Über Farben, Platzierungen oder Größen?

## Wahl der richtigen Farben

Im Idealfall verwenden Sie die für Ihr Unternehmen im Corporate Design festgelegten Farben. Fragen Sie in der Marketing- oder Presseabteilung nach dem CD-Guide, dieser müsste alle Farbwerte enthalten. In den gängigen Office Programmen können Sie die RGB-Farbwerte verwenden.

Eine grobe Faustregel besagt, dass in einem Layout wenn möglich nicht mehr als drei Farben verwendet werden sollten. Eine reduzierte Farbpalette hinterlässt mehr Eindruck und lässt das Layout stimmiger und aufgeräumter wirken. Die Farben und deren Wirkung sollten unbedingt zum Thema des Designs passen, nur so wird die Botschaft, welche vermittelt werden soll, bestmöglich bei Ihrer Zielgruppe ankommen.

## Schöne Bilder finden

Im Idealfall hat Ihr Unternehmen eine einheitliche Bildsprache und einen Bilderpool aus dem Sie Bilder verwenden können. Vielleicht gibt es auch bereits einen Account bei einer Stock-Agentur. Ein gutes Layout lebt von aussagekräftigen und stimmungsvollen Bildern. Es gibt einige Seiten, auf denen man kostenlose Bilder herunterladen kann.

Aber Vorsicht! Für die kommerzielle Verwendung von Bildern ist in den meisten Fällen eine gesonderte Lizenz erforderlich. Auch wenn einige Bildanbieter mit kostenlosen Bildern werben sollten Sie immer auf Nummer sicher gehen und die einzelnen Lizenzbestimmungen zu den Bildern durchlesen. Im Zweifel kontaktieren Sie den Fotografen und fragen nach.

**Auf den folgenden Seiten finden Sie (teilweise kostenlose) schöne Bilder:**

- Freepik oder Pixabay: Bieten neben Bildern auch Vektoren, welche sich gut für Grafiken verwenden lassen
- Flaticon: Hier finden Sie eine große Auswahl an Icons
- Pexels oder Unsplash: Diese Seiten bieten eine große Auswahl an Stock-Fotos zur Verwendung für Ihr Layout
- Wir empfehlen dennoch, auf der sicheren Seite zu bleiben und immer die Lizenz für das jeweilige Foto oder die Grafik zu kaufen. Die wohl größten Anbieter für hochwertige Stockfotos sind Adobe Stock, Envato, Shutterstock oder iStock

## Die richtige Schrift finden

Auch hier hat Ihr Unternehmen im Idealfall eine oder mehrere Unternehmensschriften definiert, denn nur mit einem einheitlichen Schriftbild kann Ihr Unternehmen bei Kunden wiedererkannt werden.

Die Wahl der richtigen Schrift kann entscheidend für das Design sein. Es gibt viele verschiedene Schriftarten, dennoch ist es wichtig nicht zu viele verschiedene Schriften zu mischen. Wir empfehlen maximal zwei. Auch über die Wirkung der gewählten Schriften sollten sie sich im Klaren sein.



Bei Schriften verhält es sich ähnlich wie bei Stockfotos, auch hier ist in einigen Fällen der Erwerb einer kostenpflichtigen Schrift nötig. Ein toller Anbieter für kostenlose Schriften sind Google Fonts. Diese Schriftarten können Sie zu 100% kostenlos und kommerziell verwenden. Über Google Fonts haben wir bereits einen Blogartikel veröffentlicht, diesen können Sie hier lesen. Dort stellen wir Ihnen auch die beliebtesten Google Fonts aus dem Jahr 2019 vor.

Beachten Sie auch die Schriftgrößen. Verwenden Sie nicht zu viele unterschiedliche Größen und lassen sie die Größen sich deutlich unterscheiden. Die Headline in 12 pt und der Copytext in 11 pt unterscheidet sich kaum. Das Auge wird es eher als Fehler deuten und kann nicht mehr klar erkennen was jetzt Headline und was Copytext ist. Die Wahl von 20 pt für die Headline und 12 pt für den Copytext wäre deutlich besser lesbar.

## Weniger ist oft mehr

Stellen Sie sich bei jedem Element die Frage ob es notwendig ist um Ihre Botschaft dem Kunden zu vermitteln. Auf einem Plakat das im Vorbeifahren gelesen werden soll, sind der Veranstaltungsname, Datum, Uhrzeit, Ort & Webadresse das Wichtigste. Preise, Parkplätze und weitere Details lenken nur ab und sollten daher nur klein oder am besten gar nicht auf dem Plakat erscheinen.

Unser Auge braucht Ruhe um Dinge zu erfassen. Schaffen Sie diese Ruhe, damit Ihr Kunde die wichtigen Informationen aufnehmen kann.

**Fazit:** Auch für Nicht-Designer kann es hilfreich sein, einige Grundlagen über den Aufbau eines Designs als auch die Wirkung von Farben, Bildern und Schriften zu kennen. Handelt es sich um kleinere Projekte, können sicherlich auch Nicht-Designer tolle Layouts erstellen. Bei wichtigen Projekten für Ihr Unternehmen, sollten Sie dennoch nicht zögern, einen Designer zu engagieren um das Bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

