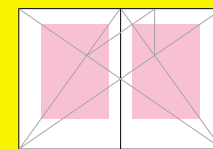
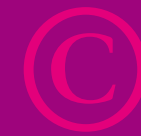
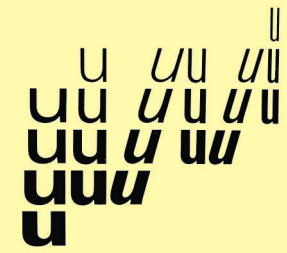


Theodor-Heuss-Kolleg
der Robert Bosch Stiftung

Berlin
Fortbildung Grafik
03.03.-06.03.05

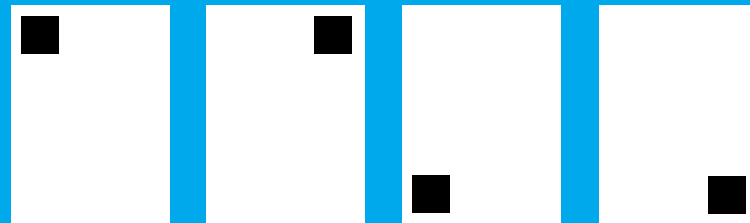


Gestaltungsgrundlagen

1. Form und Fläche

Alles 2 dimensional gestaltete besteht immer aus einer bedruckten und einer unbedruckten Fläche. Die Beziehung und das Verhältnis dieser beiden Komponenten entscheidet über die Wirkung des Endproduktes. Basierend auf unseren kulturell überlieferten Seheigenschaften ergeben sich Voraussetzungen für die Gestaltung. Beispiel die Leserichtung. Die unserem Kulturraum gängige Leserichtung ist von links nach rechts und von oben nach unten. Dies hat zur Folge, daß bestimmte Flächen wichtiger werden als andere. Ein schwarzes Quadrat, das sich auf einem DIN A4 Blatt von links nach rechts und von oben nach unten bewegt, bewegt sich von »wichtig« nach »unwichtig«. Eine Wirkung die bei dem Betrachter unterbewußt eine Rolle spielt. Daher ist es wichtig bei der Gestaltung die kulturellen Erfahrungen der »Zielgruppe« zu berücksichtigen. Nochmals zur Leserichtung. Eine Person aus dem arabischen Raum würde das oben genannte Beispiel anders interpretieren. Seine Leserichtung ist von rechts nach links und von oben nach unten.

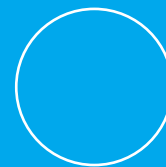
Diese Erkenntnis liegt auch der Interpretation von Formen zu Grunde. Die drei Grundformen Dreieck, Kreis und Quadrat sind durch bestimmte Adjektive belegt. Ein Wissen darüber erlaubt dem Gestalter, diese Erkenntnisse konträr einzusetzen um so Aufmerksamkeit zu erreichen. Wer bewußt Regeln bricht, erreicht mit diesem Bruch auch das gewünschte Ziel.



aktiv
dynamisch



ordnend
struckturierend



passiv
zentriert

Gestaltungsgrundlagen

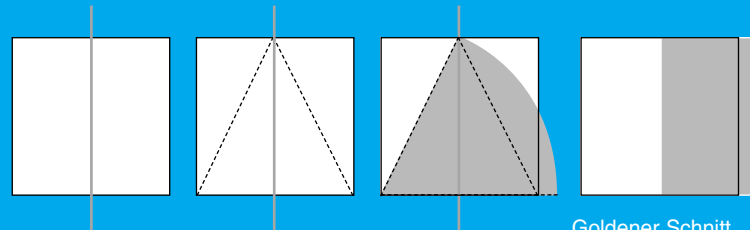
5 8 13 21 34 55 89 144

Fibonacci Zahlen

6 10 16 26 42 68 110 178

Bestehend aus einer Zahlenreihe, in der jede Zahl die Summe der beiden vorangegangenen Zahlen ist.

7 11 18 29 47 76 123 199



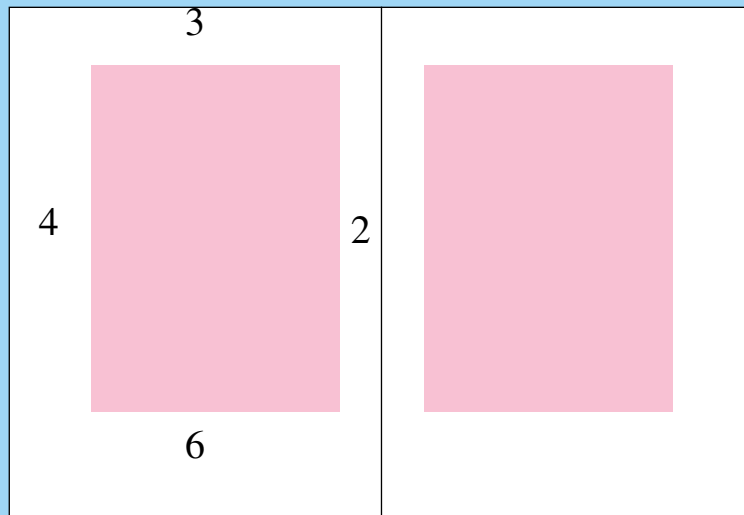
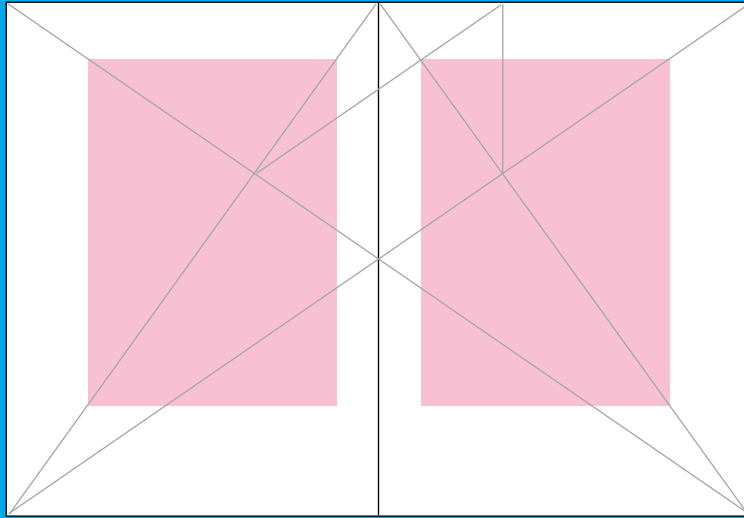
Goldener Schnitt

Nehmen Sie ein Quadrat, halbieren es, bilden ein gleichschenkeliges Dreieck und schlagen mit der Seitenlänge einen Viertelbogen. Das so erweiterte Quadrat (graue Fläche) entspricht dem goldenen Schnitt.

2. Proportionen

Die zuverlässigste Richtlinie für Harmonie ist der goldene Schnitt. Die Aufteilung einer Linie im Verhältnis von ungefähr 8:13 bewirkt, dass die Beziehung zwischen dem längerem und dem kürzeren Teil dieselbe ist wie die des längeren Teils zur gesamten Linie. Gegenstände mit diesen Proportionen machen einen gefälligen Eindruck. Dasselbe Verhältniss findet man in der Fibonacci Reihe wieder. Dieses Zahlenverhältnis kann man in der Natur bei Wachstums-mustern von Pflanzen und in Gehäusen einiger Tieren beobachten. So basieren auch die menschlichen Proportionen nach Leonardo da Vinci auf dem Prinzip des goldenen Schnittes. Im Grafikdesign ist der goldene Schnitt die Grundlage für Papiermaße. In Layouts angewandt vermittelt er Harmonie.

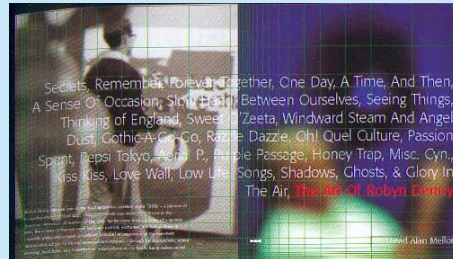
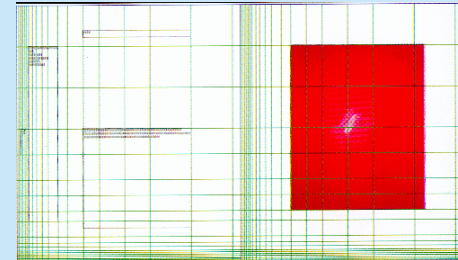
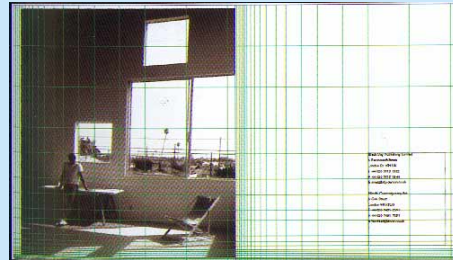
Gestaltungsgrundlagen



3. Satzspiegel

Der Satzspiegel beschreibt die bedruckte Fläche einer Seite. Beim Öffnen eines Buches oder eines Prospektes steht der Leser immer vor zwei Seiten. Daher empfiehlt es sich beim positionieren des Satzspiegels von einer Doppelseite auszugehen. Grundsätzlich gibt es keine »Bestimmungen« für den Satzspiegel. Alles ist möglich. Jedoch gibt es Erfahrungswerte die man zu Rate ziehen sollte. Jan Tschichold beschreibt die mögliche Konstruktion eines Satzspiegels mit einem proportionalen Zahlenverhältnis der Außenränder und einer linearen Konstruktionsmöglichkeit. Wichtig beim Konstruieren ist das Endprodukt und dessen Handhabung im Auge zu behalten. Ein Roman weist schon aus praktischen Gründen einen größeren Außenrand auf als ein Bildband. Dieser Außenrand wird vom Leser zum Halten des Buches benötigt. Ein Satzspiegel ist jedoch nicht nur in Büchern von Nöten, auch bei sonstigen Druckprodukten hilft er Halt und Ordnung zu vermitteln.

Gestaltungsgrundlagen



»The Art of Robyn Denny«
Ein Meisterwerk des variablen
Rasters.

»The Guardian«
Ein modernes Zeitungsra-
ster,
mit vielen Positionierungs-
möglichkeiten



4. Raster

Ein weiteres Element zur sinnvollen Strukturierung einer Gestaltung ist das Raster. Auch hier gilt das »Leitbild« des Satzspiegels. Alles ist möglich. Aufgeteilt wird das Raster in Spalten und Grundlinien. Beides hilft bei genauem positionieren von Text und Bild. Proportionale Regeln helfen einen stimmigen Eindruck zu vermitteln. Die Nutzung steht auch hier im Vordergrund der Überlegungen. Was ist der Inhalt und wer ist die Zielgruppe? Sinnvoll für ein zweisprachiges Produkt ist beispielsweise eine Zweispaltigkeit. Die Variationen sind endlos. Dies zeigt das Beispiel aus dem Buch »The Art of Robyn Denny«, dessen Raster sich vom Bund aus exponentiell vergrößert. Das Raster ist das Gerüst für alles Gestaltete was einen Fortlauf hat. Ob Buch, Prospekt oder Internetseite. Selbst Ausstellungen sollten einem Raster folgen, um dem Betrachter einen roten Faden an die Hand zu geben, andem entlang er sich orientieren kann.

Typografie

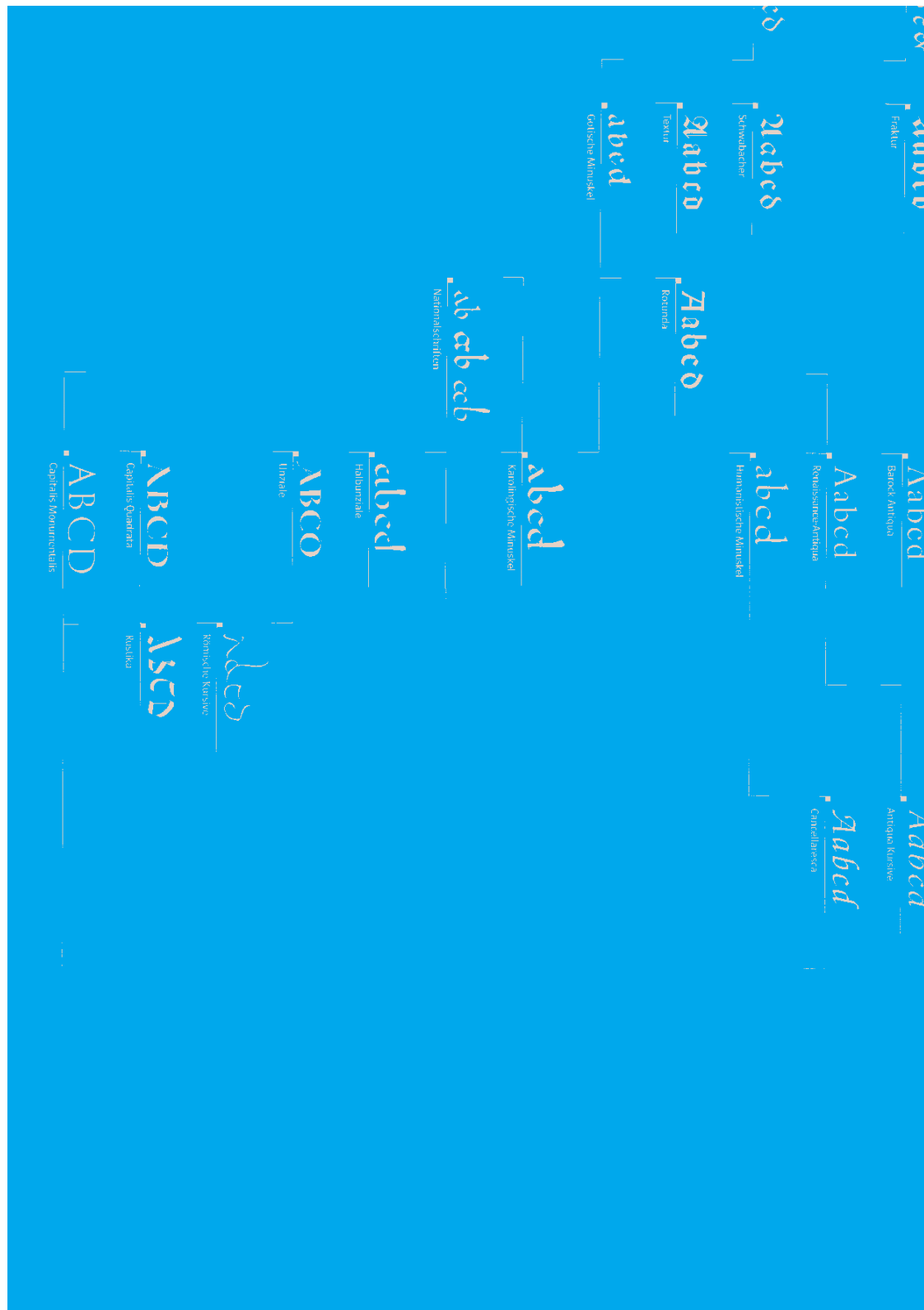
»Was die Rethorik für die Sprache, ist die Typografie für die Schrift.«

1. Schriftgeschichte

Die Schrift ist eine Form sich mitzuteilen. Angefangen bei den Keilschriften und den Hieroglyphen über die Griechen und Römer bis hin zur modernen Computertypografie. Die Schriften haben sich nicht linear entwickelt, sondern parallel. Grundformen und Ansätze wurden übernommen und jeweils weiterentwickelt. So haben sich über die Jahrhunderte fünf Schrifttypen etabliert. Sie gelten als die Grundformen, die jeweils Schriftfamilien unter sich vereinigen.

- Capitalis Monumentalis
- Klassizistische Antiqua
- Renaissance Antiqua
- Grotesk
- Egyptienne

Seit Gutenberg vor 500 Jahren den Druck mit beweglichen Lettern erfand, erlebte die Schrift eine bis dahin nicht gekannte Formenvielfalt. Die jeweilige Schriftform ist ausschlaggebend für die Wirkung.



GROSSBUCHSTABEN

KAPITÄLCHEN

Typografie

2. Typografie

Der Umgang mit Schrift nennt man Typografie. Hierzu gibt es, basierend auf 500 Jahren Erfahrung und Regeln, die die Lesbarkeit erleichtern. Typografie und Gestaltung an sich haben nie einen Selbstzweck, sondern immer eine dienende Eigenschaft.

Schriftalphabete

Versalien (Großbuchstaben)

- ornamentale Wirkung
- licht lesbar, nur buchstabierbar
- fehlen von charakteristischen Merkmalen
- Buchstaben müssen etwas gesperrt werden.

Kapitälchen

- eigenständiges Alphabet
- keine einfach verkleinerten Großbuchstaben
- Ursprung im Kapitelanfang von Büchern
- Buchstaben müssen etwas gesperrt und ausgeglichen werden

Minuskeln (Kleinbuchstaben)

- Formenreichtum
- Wortbilder
- hohe Lesbarkeit

u uu uu
uu uu uu
uuu uu
uuu
u

Die Schriftfamilie »Frutiger«
Die erste Schrift,
die in einem
Prozess alle 21
unterschiedlichen
Schnitte bekam.

Typografie

Schriftgröße

Die Schriftgröße wird in Punkt angegeben.

Der Didot (Francois Didot/1730-1804) Punkt bezieht sich ursprünglich auf die Maßeinheit »Fuß« und erklärt die Übersetzung in mm. 1 Punkt = 0,375 mm
Die Schriftgröße wird aus dem Zusammenspiel der Lesbarkeit, des Formates und des Satzspiegels definiert. Als generelle Leseschriftgrößen, die auch Brotschriften genannt werden, gelten die Schriften zwischen 6pt und 12 pt.

Schriftschnitt

Der Schriftschnitt beschreibt die »Breite« der Buchstaben. Ursprünglich gab es für eine Schriftfamilie fünf Schnitte. Antiqua (Normal/Roman), Kursiv, Kapitälchen, Halbfette und halbfette Kursive. Die Schriften wurden je nach Bedarf erweitert. Adrian Frutiger hat als erster mit seiner Schrift »Frutiger« eine einheitliche Schriftfamilie geschaffen, mit 21 unterschiedlichen »Mitgliedern«. Seit dem Computerzeitalter entstehen sogenannte Schriftsippen, die aus mehreren Schriftfamilien besteht und nicht selten 144 Schnitte zusammenfaßt.

Grundsätzlich gilt die Antiqua (Normal/Roman) als Leseschrift, alle anderen als Auszeichnungsschrift.

FFThesis™: FFTheSans™ FFTheSerif™ FFTheMix™
© Luc(as) de Groot 1994

FFThesis™ Light	TheSans™ Light	TheSerif™ Light	TheMix™ Light
FFThesis™ Light Italic	TheSans™ Light Italic	TheSerif™ Light Italic	TheMix™ Light Italic
FFThesis™ Light Caps	TheSans™ Light Caps	TheSerif™ Light Caps	TheMix™ Light Caps
FFThesis™ Light Caps Italic	TheSans™ Light Caps Italic	TheSerif™ Light Caps Italic	TheMix™ Light Caps Italic
FFThesis™ Light Expert	TheSans™ Light Expert	TheSerif™ Light Expert	TheMix™ Light Expert
FFThesis™ Light Expert Italic	TheSans™ Light Expert Italic	TheSerif™ Light Expert Italic	TheMix™ Light Expert Italic
TheSans™ Semi Light	TheSerif™ Semi Light	TheMix™ Semi Light	
TheSans™ Semi Light Italic	TheSerif™ Semi Light Italic	TheMix™ Semi Light Italic	
TheSans™ Semi Light Caps	TheSerif™ Semi Light Caps	TheMix™ Semi Light Caps	
TheSans™ Semi Light Caps Italic	TheSerif™ Semi Light Caps Italic	TheMix™ Semi Light Caps Italic	
TheSans™ Semi Light Expert	TheSerif™ Semi Light Expert	TheMix™ Semi Light Expert	
TheSans™ Semi Light Expert Italic	TheSerif™ Semi Light Expert Italic	TheMix™ Semi Light Expert Italic	
TheSans™ Normal	TheSerif™ Normal	TheMix™ Normal	
TheSans™ Italic	TheSerif™ Italic	TheMix™ Italic	
TheSans™ Caps	TheSerif™ Caps	TheMix™ Caps	
TheSans™ Caps Italic	TheSerif™ Caps Italic	TheMix™ Caps Italic	
TheSans™ Semi Bold	TheSerif™ Semi Bold	TheMix™ Semi Bold	
TheSans™ Semi Bold Italic	TheSerif™ Semi Bold Italic	TheMix™ Semi Bold Italic	
TheSans™ Semi Bold Caps	TheSerif™ Semi Bold Caps	TheMix™ Semi Bold Caps	
TheSans™ Semi Bold Caps Italic	TheSerif™ Semi Bold Caps Italic	TheMix™ Semi Bold Caps Italic	
TheSans™ Semi Bold Expert	TheSerif™ Semi Bold Expert	TheMix™ Semi Bold Expert	
TheSans™ Semi Bold Expert Italic	TheSerif™ Semi Bold Expert Italic	TheMix™ Semi Bold Expert Italic	
TheSans™ Bold	TheSerif™ Bold	TheMix™ Bold	
TheSans™ Bold Italic	TheSerif™ Bold Italic	TheMix™ Bold Italic	
TheSans™ Bold Caps	TheSerif™ Bold Caps	TheMix™ Bold Caps	
TheSans™ Bold Caps Italic	TheSerif™ Bold Caps Italic	TheMix™ Bold Caps Italic	
TheSans™ Bold Expert	TheSerif™ Bold Expert	TheMix™ Bold Expert	
TheSans™ Bold Expert Italic	TheSerif™ Bold Expert Italic	TheMix™ Bold Expert Italic	
TheSans™ Extra Bold	TheSerif™ Extra Bold	TheMix™ Extra Bold	
TheSans™ Extra Bold Italic	TheSerif™ Extra Bold Italic	TheMix™ Extra Bold Italic	
TheSans™ Extra Bold Caps	TheSerif™ Extra Bold Caps	TheMix™ Extra Bold Caps	
TheSans™ Extra Bold Caps Italic	TheSerif™ Extra Bold Caps Italic	TheMix™ Extra Bold Caps Italic	
TheSans™ Extra Bold Expert	TheSerif™ Extra Bold Expert	TheMix™ Extra Bold Expert	
TheSans™ Extra Bold Expert Italic	TheSerif™ Extra Bold Expert Italic	TheMix™ Extra Bold Expert Italic	
TheSans™ Black	TheSerif™ Black	TheMix™ Black	
TheSans™ Black Italic	TheSerif™ Black Italic	TheMix™ Black Italic	
TheSans™ Black Caps	TheSerif™ Black Caps	TheMix™ Black Caps	
TheSans™ Black Caps Italic	TheSerif™ Black Caps Italic	TheMix™ Black Caps Italic	
TheSans™ Black Expert	TheSerif™ Black Expert	TheMix™ Black Expert	
TheSans™ Black Expert Italic	TheSerif™ Black Expert Italic	TheMix™ Black Expert Italic	

Die Schriftsippe
»FF Thesis« von
Luc(as) de Groot
mit 144 unter-
schiedlichen
Schnitten.

Typografie



Adobe 5.0.5

Acrobat, Reader und vieles mehr...

Aktualisieren Sie auf Acrobat 5.0, und nutzen Sie die folgenden Funktionen:

- Einfaches Konvertieren von Dokumenten in das Adobe PDF-Format
- Gemeinsames Verwenden von Kommentaren, Genehmigen und Sichern von Dokumenten
- und und und...

Acrobat Reader 5.0

Weitere Informationen unter www.adobe.de/acrobat

Copyright © 1987-2001 Adobe Systems Incorporated und seine Lizenzgeber. Alle Rechte vorbehalten. Adobe, das Adobe-Logo, Acrobat, das Acrobat-Logo, PostScript und das PostScript-Logo sind in den USA und/oder anderen Ländern eingetragene Marken oder Marken von Adobe Systems Incorporated.

Acrobat Reader™

Acrobat Reader™

Oben den Acrobat Reader Schriftzug, wie ihn alle kennen. Unten die überarbeitete Version. Die Buchstabenabstände sind alle gleich groß. Die Schrift ist ausgeglichen.

Durchschuß

Der Durchschuß wird wie auch die Schriftgröße in Punkt angegeben. Weitläufig auch bekannt als Zeilenabstand. Der Durchschuß ist der Abstand zweier Zeilen, gemessen von Fuß zu Fuß der Zeile, abzüglich der Schriftgröße. Als Faustregel kann man wie folgt verfahren: bei 10pt Schriftgröße 12pt Durchschuß, bei 9pt Schriftgröße 11pt Durchschuß und so weiter.

Sperrn / Ausgleichen

Sperrn nennt man das gleichmäßige Dehnen der Buchstabenabständen.

Ausgleichen nennt man das optische Gleichmaß der Freiräume zwischen den einzelnen Buchstaben.

Ober- und Unterlängen

Unser Leseverhalten besteht daraus, Schriftbilder zu lesen und nicht einzelne Buchstaben (s.o. schlechte Lesbarkeit von Versalien). Die Orientierung geschieht an Hand der Ober- und Unterlängen.

Farben

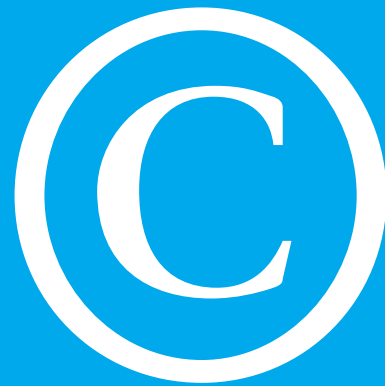


Junge

Mädchen

Farbe ist das Erste was wir wahrnehmen. Und wir verbinden mit Farben bestimmte Assoziationen. Das Farbenspektrum ist äußerst komplex und wird in den unterschiedlichsten Spektren und Tabellen zusammengefaßt. Das gängigste ist der einfache Farbkreis. Er differenziert die Farben in zwei unterschiedliche Kategorien. Zum einen die Primärfarben Blau, Gelb und Rot, die auch als Grundfarben bekannt sind. Zum Anderen die Sekundärfarben, die aus dem addieren der Primärfarben entstehen. Aus der Anordnung des Farbkreises werden die Komplementärfarben ersichtlich. Sie ist jeweils der Primärfarbe gegenüberliegende Sekundärfarbe. Also Rot und Grün sind Komplementärfarben. Dieser Farbkontrast ist einer der bedeutendsten. Darüberhinaus gibt es vier weitere Kontraste. Die für Gestaltung wesentliche sind: der Hell-Dunkel, der Kalt-Warm und wie erwähnt der Komplementärkontrast.

Auch hier gilt die Regel der Zielführung. Was will ich erreichen? Mit dem weiten Spektrum der Harmonie und Disharmonie der Farbenwelt hat der Gestalter große Möglichkeiten. Wichtig hierbei ist, daß die anderen Gestaltungselemente mit eingebunden werden.



Impressum

Was steht Impressum?

Jede ordentliche Veröffentlichung hat ein Impressum, es enthält sozusagen die »Produktinformationen« – wer hat mitgearbeitet, wie bekommt man Kontakt zur Redaktion usw. Einige Informationen, die das Impressum auflistet, sind auch im juristischen Sinne wichtig. So muss es etwa einen Publikations Verantwortlichen geben (im Deutschen nennt man das auch V.i.S.d.P – Verantwortlich im Sinne des Presserechts)

Die Reihe möglicher Informationen ist lang, nicht alle müssen sein. Notwendig und sinnvoll wären z.B.:

Der genaue Titel mit Untertitel, der Herausgeber oder Autor – können auch mehrere Personen sein, der Projekt-Titel und/oder das Theodor-Heuss-Kolleg selbst alle, die in der Redaktion mitgearbeitet haben – oft unter Nennung der verschiedenen Aufgaben wie Korrektur, Gestaltung, Übersetzung u.ä., das Erscheinungsjahr –Ort kann, muss aber nicht, Erwähnung und Dank an alle Förderer und Unterstützer. Das Impressum ist der Platz für das Copyright – dazu mehr unter dem Punkt »Wem gehört was?«. Die Redaktion kann dort auch darüber informieren, wie man Kontakt zu ihr aufnehmen kann. Denkbar wäre ein Email-Kontakt oder die Postadresse des Theodor-Heuss-Kollegs. Häufig auch Informationen über Druckerei und Auflagenhöhe.

Theodor-Heuss-Kolleg	Kiew	Robert Bosch Stiftung
Robert-Bosch-Stiftung	Schreibweisen	Theodor Heuss Kolleg
Köln	Kyjiw	Cologne
Mit Ost	Schillerstraße	Kiew
Kiew	Moskau	Schillerstr.

Schreibweisen

Kiew, Kyjiw oder Kiev?

Nicht nur die verschiedenen Transkriptionen des Kyrillischen, auch das Theodor-Heuss-Kolleg (mit Bindestrich) der Robert Bosch Stiftung (ohne Bindestrich) verdeutlichen, worum es bei der Frage nach der richtigen Schreibweise geht: um Korrekturarbeit, die vermieden werden kann, wenn man sich rechtzeitig darüber Gedanken macht. Das klingt vielleicht etwas kleinkariert und übertrieben. Aber die richtige und einheitliche Schreibung von Eigennamen, Marken oder fremdsprachlichen Ausdrücken ist nicht nur ein journalistisches Gebot, sondern erhöht den professionellen Eindruck einer Publikation ungemein. Besonders bei mehreren Redakteuren und Korrektoren ist es sinnvoll, vorher eine Liste mit allen Namen anzulegen bzw. Grundsätze zu formulieren – welche Transkription wird benutzt, werden nur die deutschen / einheimischen / beide Städtenamen benutzt usw.

Partner und Förderer freuen sich noch mehr über eine Erwähnung, wenn sie auch noch richtig geschrieben werden. Spätestens beim Korrekturlesen also besonders auf die richtige Schreibweise aller Namen achten!



Rechte

Wem gehören Text und Bild?

Wer einen Text schreibt oder ein Foto macht, besitzt ein Urheberrecht, das Werk ist sein »geistiges Eigentum«. Im günstigsten Fall veröffentlicht man daher nur Dinge, die man selber geschrieben oder fotografiert hat. Das gilt natürlich auch für Werke, die in der eigenen Gruppe entstehen, bei einem Seminar oder einem Wettbewerb. Wenn man also etwas »Fremdes« veröffentlichen möchte, muss man den Urheber um Erlaubnis fragen – es sei denn, er ist länger als 70 Jahre tot. Bei einer nicht kommerziellen Publikation verzichtet der Urheber sehr häufig auf sein Recht, er bekommt also auch kein Geld dafür. Immer aber muss er vorher über das Vorhaben informiert werden! Es gehört sich, den Urheber oder Rechteinhaber (das sind z.B. Verlage) zu nennen. Das kann man im Impressum tun – meistens bei Texten – oder auch direkt unter oder neben dem Werk – üblich bei Fotos. Ein hilfreicher Satz: »Der Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Autors / Verlags / Fotografen«.

Noch ein Wort zu Fotos: Jeder Mensch hat das »Recht am eigenen Bild«, darf also selbst darüber bestimmen, ob und in welchem Kontext ein Bild von ihm veröffentlicht wird. Das bedeutet nun nicht, dass bei einer Straßenszene mit zwanzig Personen jeder Einzelne gefragt werden muss, gilt aber bestimmt für Porträts. Zum Kontext des Bildes gehört eindeutig auch die Bildunterschrift – es ist daher freundlich, den Fotografen bzw. den Abgebildeten zu fragen, ob die gewählte Unterschrift akzeptabel ist.



Rechte

So wie man selbst das Urheberrecht respektieren sollte, kann man auch selbst dieses Recht einfordern. Dann schreibt man im Impressum z.B.: »Alle Rechte auf Texte und Bilder beim Autor« oder »Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nicht ohne Genehmigung des Autors«.

Eine etwas andere Geschichte sind Quellen Angaben. Ähnlich wie bei einer wissenschaftlichen Arbeit müssen Zitate deutlich als solche gekennzeichnet werden. Man tut dies mit »Anführungszeichen« und einer Werk- und/oder Autorenangabe:

»Es reicht nicht, keine Meinung zu haben. Man muss auch unfähig sein, sie auszudrücken«. (Karl Kraus)
wäre z.B. so eine Angabe. In der Welt schwirren unzählige Zitate herum, die nie richtig zitiert oder dem falschen Autor in den Mund gelegt werden. Es lohnt sich also, einmal zu recherchieren und das Zitat nicht einfach aus dem Gedächtnis hinzuschreiben.

Lies mich!

Mit jedem Buch, das du produzierst, mit jeder Postkarte, die du druckst, verfolgst du ein Ziel: du möchtest gelesen werden! Denn schließlich ist wichtig, was du zu sagen hast. Du willst die Leute zum Nachdenken anregen, du möchtest sie erfreuen »ihnen einen »Mehrwert« für ihr Leben geben. Wie lenkst du nun die Aufmerksamkeit auf dein Produkt? Denn die Konkurrenz ist bekanntlich groß...

Die Grundthese ist einfach: die Menschen reagieren auf Bekanntes und auf Ungewohntes. Für den Texter bedeutet das die Schwierigkeit, beide Elemente zu verbinden. Also das Ungewohnte im Bekannten zu finden. Oder das Bekannte mal ganz anders zu beschreiben. Dein Leser muss die Möglichkeit haben, das Gelesene mit seinem Alltag zu verbinden, und trotz-dem will er es nicht immer auf die selbe Weise lesen.

Die meisten Leser haben normalerweise bestimmte Erwartungen: ein Kochbuch sieht so aus, ein Slogan zur Zivilcourage hat diesen Inhalt. Diese Erwartungen ein wenig zu brechen, ist eine interessante Übung mit verschiedenen Möglichkeiten:

Perspektivwechsel:

Sich einen »Erzähler« aussuchen, den die meisten nicht erwarten würden; eine Situation mal »verkehrt herum« betrachten (z.B. vom Ende aus)

Assoziationen suchen:

Nicht immer die »logische« Verbindung zwischen zwei Dingen suchen. Eine »selbstverständliche« Formulierung, die wir ständig in den Medien hören oder lesen, kann eine neue Dimension bekommen, wenn du sie mit etwas kombinierst, das auf den ersten Blick nichts mit ihr zu tun hat. Um eine Situation zu beschreiben, muss es auch nicht immer ein Bild sein, vielleicht fällt dir auch ein passender Geschmack oder Geruch ein?

Übertreiben:

Risiko, Risiko! Aber zum Wachmachen manchmal unvermeidlich. Natürlich sollst du bei der Wahrheit bleiben und nichts dramatisieren, aber oft sehen die Menschen eben doch nur hin, wenn es »krass« ist.

Vergleiche:

Wir vergleichen ständig »Menschen, Dinge, Erfahrungen, Preise...« Durch einen Vergleich lässt sich eine Idee oft besser erklären. Ist sie ungewohnt, wird sie dadurch vertrauter. Kennst du sie schon, öffnen sich durch einen ungewöhnlichen Vergleich neue Sichtweisen. Ähnlich funktionieren auch die

Widersprüche:

Denn über Dinge, die eigentlich nicht zusammen passen, denkt man eher nach als über das Normale.

Sprachspiele:

Ein Wort wörtlich nehmen, Sprichwörter und Redewendungen verändern, Metaphern einmal anders einsetzen, etwas Alltägliches poetisch beschreiben, ein bisschen neben dem üblichen Verständnis liegen. Werbung macht das ziemlich oft und meistens freuen wir uns, wenn wir das »Original« erkennen. Aber Achtung: kann schnell übertrieben wirken. Und manchmal reicht es, eine scheinbar einfache Frage zu stellen...

PS. Profis erzählen, dass sie etwas »Schönes« lesen, bevor sie mit dem Schreiben beginnen, um ihr Sprachzentrum zu erfrischen...

Korrigier mich!

Irgendwann hast du deinen Text schon hundertmal durchgelesen, du kannst ihn schon fast auswendig und brauchst für die Korrektur doch so dringend Distanz! Wie kann dieses Problem gelöst werden?

Der Text muss ganz schnell fertig sein, aber niemand anders kann ihn noch mal lesen? Ein ganz einfacher Trick: formatiere den Text neu, ändere das Layout! Eine größere Schrift, ein anderer Zeilenabstand, eine andere Textaufteilung, sogar eine neue Farbe führen dazu, dass das Gehirn den Text als »neu« wahrnimmt. Du siehst dann nicht nur Schreibfehler besser, oft bekommt man auch einen anderen Blick auf die Textstruktur.

Wechsle den Ort, wenn du etwas überarbeitest oder Korrektur liest!

Ist der Text logisch aufgebaut?

Stimmen die Übergänge?

Es kann helfen, den Text laut vorzulesen, noch besser, ihn vorlesen zu lassen. Dort, wo die Person stoppt, langsamer liest, sich zu sehr konzentrieren muss, stimmt etwas nicht...

Meistens beschäftigst du dich schon so lange mit dem Thema deines Textes, dass du viel zu viel weißt. Lass also jemanden deinen Text lesen und dir »rückklären« worum es darin geht. Du merkst dann deutlich, was bei deinem Leser angekommen ist und was nicht; was fehlt oder nicht, deutlich genug erklärt ist.

Stell dir vor, oder noch besser: tu es. Eine Kollegin muss gehen, um ihren Bus nicht zu verpassen. Kannst du ihr erklären, worum es in deinem Text geht?

Wenn ja, dann dürfte er auch gut aufgebaut sein...

Auflösung:

Im Druck gibt es zuletzt die Endauflösung und genau diese bestimmt, wie fein das Bild eingescannt werden muss. Diese Endauflösung liegt bei 300 dpi (Digital Point per Inch).

CMYK Farbraum:

Cyan, Magenta, Yellow und Key (Schwarz) sind die vier Druckfarben des Vierfarbdrucks. Die Farben CMY ermöglichen die Darstellung von Farben durch subtraktive Farbmischung. Key (Schwarz) wird zum Erzielen der Tiefe benutzt.

Fadenheftung:

Die Fadenheftung ist die qualitativ beste und langlebigste Bindetechnik für Bücher.

Grammatur:

Das Papiergewicht wird in Gramm pro Quadratmeter Flächengewicht gemessen und mit der Bezeichnung Gramm pro Quadratmeter (g/qm) angegeben.

Feindaten:

Alle Daten die zum Druck gehen. Wichtig hierbei zu beachten daß alle Bilder eine Auflösung von 300dpi haben, alle benutzten Schriften mitgeliefert werden und alle Farben als CMYK angelegt wurden.

Kaschieren:

Das Überziehen von Kartons und Pappe mit Papier, Gewebe oder Folien zum Schutz des Produktes.

Komprimieren:

Das reduzieren von Datenmengen. Bekannte Standards sind JPEG oder LZW. Bei JPEG können Daten an Qualität einbüßen, daher den Faktor so hoch wie möglich.

Papier:

Es gibt gestrichenes und ungestrichenes Papier. Das gestrichene Papier hat eine höhere Bildqualitäts-wiedergabe.