

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	72
1.4.3.1	Freie Zeichnung	72
1.4.3.2	Konstruktion.....	73
1.4.4	2-Punkt-Perspektive	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	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	Kabinettpjektion	85
1.4.9	Luft- und Farbperspektive	86

1.4.9.1	Ursache und Wirkung	86
1.4.9.2	Umsetzung in der Gestaltung	87
1.4.10	Aufgaben	88

1.5	Farbgestaltung	91
1.5.1	Die Farben des Regenbogens	92
1.5.1.1	Farbe im Druck und auf dem Bildschirm	92
1.5.1.2	Farbkreis	93
1.5.2	Harmonie und Spannung	94
1.5.2.1	Gleichabständige Farbkombinationen	94
1.5.2.2	Nebeneinanderliegende Farbkombinationen	95
1.5.2.3	Variation der Sättigung und Helligkeit eines Farbtons	95
1.5.2.4	Farbkontrast	96
1.5.3	Farbklima	98
1.5.4	Farbatlas	102
1.5.5	Aufgaben	106

1.6	Kommunikation	109
1.6.1	Kommunikation und Medien	110
1.6.1.1	Was ist Kommunikation?.....	110
1.6.1.2	Typologie der Medien.....	110
1.6.1.3	Zielgruppe	111
1.6.1.4	Kommunikationsziele	113
1.6.1.5	Kommunikationsrichtlinien.....	114
1.6.1.6	Kommunikationscontrolling	114
1.6.2	Kommunikationsmodelle.....	115
1.6.2.1	Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver.....	115
1.6.2.2	Modell von Paul Watzlawick.....	115
1.6.2.3	Modell von Friedemann Schulz von Thun	117
1.6.3	Aufgaben	119

1.7	Design	121
1.7.1	Überblick	122
1.7.2	Designdefinitionen.....	124
1.7.3	Wirkung guten Designs	130
1.7.4	Aufgaben	133

2 Typografie

2.1	Schriftgeschichte	137
2.1.1	Frühformen der Schrift	138
2.1.1.1	Bilderschriften	138
2.1.1.2	Wortbilderschriften	139
2.1.1.3	Von der Bildarstellung zur Sinndarstellung	141
2.1.1.4	Alte Schriftentwicklung	143
2.1.2	Von der Bildarstellung zum Alphabet	144
2.1.2.1	Griechische Epoche	144
2.1.2.2	Römische Epoche	146
2.1.3	Groß- und Kleinbuchstaben	150
2.1.3.1	Karolingische Epoche	153
2.1.3.2	Romanik	151
2.1.3.3	Gotik	152
2.1.4	Entwicklung der runden Schriften	153
2.1.4.1	Renaissance	153
2.1.4.2	Barock und Rokoko	154
2.1.4.3	Klassizismus	155
2.1.4.4	Romantik	156
2.1.4.5	Egyptienne und Grotesk	156
2.1.4.6	Historismus und der Weg zur neuen Sachlichkeit	157
2.1.4.7	Neue Sachlichkeit	158
2.1.5	Johannes Gutenberg	159
2.1.6	Stammbaum der Schriftentwicklung	161
2.1.7	Aufgaben	163

2.2	Schrifterkennung	165
2.2.1	Einführung	166
2.2.1.1	Grundlagen	166
2.2.1.2	Schriftgruppen – DIN 16 518	166
2.2.1.3	Unterscheidungsmerkmale bei Antiquaschriften	168
2.2.1.4	Unterscheidungsmerkmale bei gebrochenen Schriften ...	169
2.2.2	Schriftklassifikation	170
2.2.3	Schriftfamilie, Expertensatz und Schriftsippe	176
2.2.3.1	Lesbarkeit von Schriften	176
2.2.3.2	Schriftfamilie	176
2.2.3.3	Expertensatz und Schriftsippe	180
2.2.4	Buchstaben	182
2.2.4.1	Buchstabenarchitektur	182
2.2.4.2	Geviert	184

2.2.5	Ziffern und Zahlen	187
2.2.5.1	Ziffern	187
2.2.5.2	Römische Zahlzeichen	188
2.2.6	Akzente und Symbole	189
2.2.6.1	Akzente für fremde Sprachen	189
2.2.6.2	Zeichen und Symbole.....	190
2.2.7	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	Aufgaben	217

2.4 Schriftwirkung 219

2.4.1	Schrift und Emotionen	220
2.4.1.1	Schrift – Grundlage visueller Kommunikation	220
2.4.1.2	Charakter einer Schriftwahl	220
2.4.2	Polaritätsprofile	221
2.4.2.1	Schrift polarisiert.....	221
2.4.2.2	Schriftenprofile erstellen	221
2.4.3	Schrift und Inhalt	224
2.4.3.1	Schrift und Emotionen	224
2.4.3.2	Beziehung zwischen Schrift und Inhalt	224
2.4.4	Aufgaben	227

2.5	Typoelemente	229
2.5.1	Linien	230
2.5.2	Flächen	231
2.5.2.1	Definition einer Fläche	231
2.5.2.2	Wirkung von Flächen	232
2.5.2.3	Flächen in der Gestaltung	232
2.5.3	Text- und Seitengliederung	234
2.5.4	Ornamente und Vignetten	235
2.5.4.1	Ornamente	235
2.5.4.2	Vignetten	235
2.5.5	Aufgaben	237

2.6	Angewandte Typografie	239
2.6.1	Funktionen der Typografie	240
2.6.1.1	Informative und ordnende Typografie	240
2.6.1.2	Didaktische Typografie	240
2.6.1.3	Anmutende Typografie	243
2.6.1.4	Werbetypografie	244
2.6.1.5	Bildorientierte Typografie	246
2.6.2	Aufgaben	249

3 Layout und Gestaltung

3.1	Entwurfstechniken	253
3.1.1	Scribbeln	254
3.1.2	Scribbletechniken	256
3.1.2.1	Schrift skizzieren	256
3.1.2.2	Schrift schreiben	257
3.1.2.3	Flächendarstellungen	258
3.1.2.4	Bilder skizzieren	259
3.1.3	Vom Ideenscribble zur Realisierung	260
3.1.4	Aufgaben	261

3.2	Seitengestaltung	263
3.2.1	Satzspiegelentwurf	264
3.2.1.1	Villard'sche Figur	265
3.2.1.2	Neunerteilung	267
3.2.1.3	Goldener Schnitt	267

3.2.2	Format und Formatwirkung	269
3.2.2.1	Formate beurteilen	269
3.2.2.2	Proportionen	270
3.2.2.3	Formatwirkung	270
3.2.2.4	DIN-Formate	272
3.2.3	Seitenlayout	274
3.2.4	Mehrspaltige Layoutvarianten	276
3.2.5	Gestaltungsraster	278
3.2.5.1	Einführung	278
3.2.5.2	Gestaltungsraster mit Zellen oder Modulen	280
3.2.5.3	Spaltenabstand	280
3.2.5.4	Gestaltungsraster im Internet	281
3.2.5.5	Anwendung von Gestaltungsrastern	282
3.2.6	Praxisbeispiele	288
3.2.7	Wirtschaftliche Aspekte des Layouts	290
3.2.8	Werkumfangsberechnung	292
3.2.9	Aufgaben	295

3.3 Printprodukte 297

3.3.1	Formate.....	298
3.3.2	Normbriefbogen nach DIN 676	300
3.3.2.1	Geschäftsbriefbogen	300
3.3.2.2	Pflicht- oder Mindestangaben auf einem Geschäftsbrief ...	302
3.3.3	Geschäftsausstattung	304
3.3.3.1	Gestaltung und Ausstattung	304
3.3.3.2	Anwendungsbeispiel	306
3.3.3.3	Präsentation von Geschäftsdrucksachen	309
3.3.4	Werksatz	310
3.3.4.1	Gliederung eines Buches	310
3.3.4.2	Typografischer Aufbau einer Werksatzseite	312
3.3.4.3	Formelsatz	314
3.3.4.4	Fehler im Werksatz.....	314
3.3.5	Zeitungsgestaltung	316
3.3.5.1	Zeitungsformate	316
3.3.5.2	Grundlayouts für Tageszeitungen	316
3.3.5.3	Schrift in der Tageszeitung	319
3.3.5.4	Anzeigenseiten.....	319
3.3.5.5	Der Anzeigenteil und seine Bedeutung für die Zeitung....	321
3.3.6	Aufgaben	323

4 Bild- und Filmgestaltung

4.1	Bildgestaltung	327
4.1.1	Bildausschnitt	328
4.1.2	Bildaufbau	329
4.1.2.1	Goldener Schnitt	329
4.1.2.2	Drittel-Regel	330
4.1.3	Linien führen das Auge	331
4.1.4	Perspektive und Raumwirkung	332
4.1.4.1	Bildebenen	332
4.1.4.2	Bildperspektive	332
4.1.5	Licht und Beleuchtung	333
4.1.5.1	Art der Beleuchtung.....	333
4.1.5.2	Richtung der Beleuchtung	334
4.1.6	Der ungewöhnliche Blick	335
4.1.7	Bildbeurteilung und Bewertung	336
4.1.8	Bildwelten – Keyvisuals	337
4.1.8.1	WDR 2	337
4.1.8.2	Mercedes-Benz	339
4.1.9	Aufgaben	340

4.2	Filmgestaltung	343
4.2.1	Konzeption	344
4.2.1.1	Von der Idee zum Film	344
4.2.1.2	Planung	344
4.2.2	Aufnahme	346
4.2.2.1	Einstellung	346
4.2.2.2	Kameraschwenk	347
4.2.2.3	Kamerafahrt	349
4.2.2.4	Zoomfahrt	349
4.2.3	Schnitt	350
4.2.3.1	Achsensprung	351
4.2.3.2	Schuss und Gegenschuss	351
4.2.3.3	Anschlüsse	351
4.2.3.4	Plansequenz	352
4.2.3.5	Schnitt- oder Montageformen	352
4.2.4	Aufgaben	353

5 Grafische Zeichen

5.1 Übersicht 357

5.2 Piktogramm 361

5.2.1	Grundlagen	362
5.2.1.1	Anfänge der Piktografie im 20. Jahrhundert	362
5.2.1.2	Entwicklung einer internationalen Bildersprache	363
5.2.2	Internationale Piktogramme	365
5.2.3	Moderne Piktogramme	368
5.2.3.1	Piktogramme heute	368
5.2.3.2	Merkmale moderner Piktogramme	368
5.2.3.3	Piktogrammarten	369
5.2.3.4	Gestaltungsanforderungen	369
5.2.4	Aufgaben	371

5.3 Icon 373

5.3.1	Vom Piktogramm zum Icon	375
5.3.2	Aufbau von Icons	376
5.3.2.1	Icongröße	376
5.3.2.2	Gestaltung von Icons	376
5.3.2.3	Entwurf von Icons	377
5.3.3	Icons und interaktive Systeme	378
5.3.3.1	Norm EN ISO 9241-10	378
5.3.3.2	Beschriftung von Icons	379
5.3.3.3	Icons und Usability	380
5.3.4	Aufgaben	381

5.4 Logo 383

5.4.1	Grundlagen	384
5.4.1.1	Piktogramme	384
5.4.1.2	Signet oder Bildmarke	384
5.4.1.3	Bildmarke als Logo	385
5.4.1.4	Logo per Definition	385
5.4.1.5	Wortmarke als Logo	386
5.4.1.6	Wort- und Bildmarke als Logo	386
5.4.2	Funktion eines Logos	387
5.4.3	Logogestaltung	389
5.4.4	Logofamilie	391

5.4.5	Vom Warenzeichen zum Markenlogo	393
5.4.6	Beurteilung von Logos	394
5.4.7	Aufgaben	395

5.5 Infografik 397

5.5.1	Infografik – was ist das?	398
5.5.1.1	Macht der Diagramme	398
5.5.1.2	Zahlen können lügen	398
5.5.2	Infografikarten	399
5.5.3	Infografiken erstellen	409
5.5.3.1	Gestaltungsregeln	409
5.5.3.2	Diagramme erstellen mit Microsoft Excel	409
5.5.3.3	Diagramme erstellen mit Adobe Illustrator	410
5.5.4	Aufgaben	411

6 Webdesign

6.1 Konzeption 415

6.1.1	Übersicht	416
6.1.2	Screen- und Printdesign	418
6.1.3	Content versus Design	421
6.1.3.1	Einführung	421
6.1.3.2	Content Management	422
6.1.4	Technische Konzeption	425
6.1.5	Aufgaben	427

6.2 Screendesign 429

6.2.1	Storyboard	430
6.2.2	Format und Auflösung	432
6.2.3	Gestaltungsraster	435
6.2.3.1	Pixel-Rastersystem	435
6.2.3.2	Komponenten einer Webseite	435
6.2.3.3	Seitenlayout	436
6.2.3.4	Templates	437
6.2.4	Farbgestaltung	439
6.2.4.1	Fehlende Farbverbindlichkeit	439
6.2.4.2	Monitorfarben – Druckfarben	440
6.2.4.3	Farbkontraste	441
6.2.4.4	Farbwirkung	442

6.3.5.2	Typische Barrieren	482
6.3.5.3	Barrierefreie Webseiten	483
6.3.6	Aufgaben	485

7 Visuelles Marketing

7.1	Zielgruppenanalyse	489
7.1.1	Grundlagen	490
7.1.1.1	Gruppen	490
7.1.1.2	Primärgruppe Familie	492
7.1.2	Sinus-Milieus in Deutschland	497
7.1.3	Zielgruppen	499
7.1.4	Checkliste Zielgruppen	504
7.1.5	Zielgruppenoperationalisierung	506
7.1.6	Aufgaben	507
7.2	Briefing	509
7.2.1	Grundlagen	510
7.2.1.1	Briefing-Arten	510
7.2.1.2	Angebotsumfeld	512
7.2.1.3	Zielgruppe (Abnehmer)	513
7.2.2	Planungsphasen eines Werbeauftrages	514
7.2.3	Präsentationen durch Agenturen	517
7.2.3.1	Präsentationsarten	517
7.2.3.2	Präsentation – Aufgabe und Umfang	518
7.2.4	Aufgaben	520
7.3	Branding	523
7.3.1	Grundlagen	524
7.3.1.1	Definition des Werbebegriffs	524
7.3.1.2	Aufgaben der Werbung	526
7.3.2	Werbearten	528
7.3.2.1	Einzelwerbung	528
7.3.2.2	Massenkommunikation	531
7.3.3	AIDA und GIULIA	537
7.3.3.1	Werbegrundsätze	537
7.3.3.2	Werbeziele	537
7.3.4	Aufgaben	543

7.4	Corporate Identity	545
7.4.1	Komponenten der Corporate Identity	546
7.4.1.1	Begriffsdefinition	546
7.4.1.2	Corporate Design	547
7.4.1.3	Corporate Communication	547
7.4.1.4	Corporate Behaviour	548
7.4.2	Corporate Design	549
7.4.2.1	Komponenten des Corporate Designs	549
7.4.2.2	Logo	549
7.4.2.3	Farbe, Farbkonzept	551
7.4.2.4	Schrift, Schriftkonzept	553
7.4.2.5	Gestaltungsraster und Layout	554
7.4.3	Styleguide	556
7.4.4	Aufgaben	559

8 Präsentation

8.1	Konzeption	563
8.1.1	Kommunikation	564
8.1.1.1	Präsentieren heißt kommunizieren	564
8.1.1.2	Kommunikationsziele	564
8.1.2	Planung	565
8.1.3	Thema und Inhalt	566
8.1.3.1	Themenfindung	566
8.1.3.2	Stoffsammlung	566
8.1.3.3	Stoffbearbeitung	567
8.1.3.4	Stoffauswahl	567
8.1.3.5	Stichwortkarten	567
8.1.4	Rhetorik	568
8.1.4.1	Die fünf Schritte der Rhetorik	568
8.1.4.2	Grundsätzlicher Aufbau eines Vortrages	568
8.1.4.3	Argumentationstechniken	569
8.1.5	Visualisierung	571
8.1.5.1	Begriffsdefinition	571
8.1.5.2	Layout	572
8.1.5.3	Schriftgröße	574
8.1.6	Üben	577
8.1.6.1	Selbsteinschätzung	577
8.1.6.2	Zeitrahmen	577
8.1.6.3	Lampenfieber	578
8.1.6.4	Stimme und Sprache	579
8.1.7	Checklisten	580

8.1.7.1	Kommunikation	580
8.1.7.2	Beurteilung einer Präsentation	581
8.1.7.3	Benotung einer Präsentation	582
8.1.8	Aufgaben	583

8.2 Präsentationsmedien 587

8.2.1	Das richtige Medium	588
8.2.2	Beamer	590
8.2.2.1	Pro und Contra	590
8.2.2.2	Technik	591
8.2.2.3	Handling	592
8.2.3	OH-Projektor	595
8.2.3.1	Pro und Contra	595
8.2.3.2	Technik	596
8.2.3.3	Handling	597
8.2.4	Metaplan	599
8.2.4.1	Pro und Contra	599
8.2.4.2	Materialien	600
8.2.4.3	Handling	601
8.2.5	Plakat	603
8.2.5.1	Pro und Contra	603
8.2.5.2	Handling	604
8.2.6	Flipchart	606
8.2.6.1	Pro und Contra	606
8.2.6.2	Materialien	607
8.2.6.3	Handling	607
8.2.7	Tafel und Whiteboard	609
8.2.7.1	Pro und Contra	609
8.2.7.2	Handling	610
8.2.8	Checkliste	611
8.2.9	Aufgaben	612

9 Medienrecht

9.1	Urheberrecht	617
9.1.1	Definition und Bedeutung des Urheberrechts	618
9.1.2	Werkarten	619
9.1.2.1	Schrift- und Sprachwerke	619
9.1.2.2	Werke der Musik	619
9.1.2.3	Werke der bildenden Kunst	620
9.1.2.4	Lichtbildwerke und Lichtbilder	622

9.1.2.5	Wissenschaftliche und technische Darstellungen	623
9.1.2.6	Übersetzungen und Bearbeitungen	624
9.1.2.7	Datenbanken	624
9.1.3	Recht am eigenen Bild	626
9.1.4	Schutzfristen und Verwertungsformen	628
9.1.5	Rechte eines Urhebers	629
9.1.5.1	Urheberpersönlichkeitsrecht	629
9.1.5.2	Veröffentlichungsrecht	629
9.1.5.3	Verwertungsrecht	629
9.1.5.4	Vervielfältigungsrecht	629
9.1.5.5	Verbreitungsrecht.....	630
9.1.5.6	Senderecht	631
9.1.5.7	Copyright	631
9.1.5.8	Zeitungsimpressum	631
9.1.5.9	Buchimpressum und ISBN	632
9.1.6	Vervielfältigungen	633
9.1.7	Deutsche Nationalbibliothek	635
9.1.8	Aufgaben	637

9.2 Internetrecht 639

9.2.1	Einführung	640
9.2.2	Online-Recht	642
9.2.2.1	Ebenen des Online-Rechts	642
9.2.2.2	Inhaltsverantwortung	643
9.2.2.3	Musterimpressum	645
9.2.2.4	Access-Provider	648
9.2.2.5	Netz-Provider	648
9.2.2.6	Internetnutzer.....	648
9.2.3	Aufgaben	649

9.3 Musikverwendung 651

9.3.1	GEMA und Musiklizenzierung	652
9.3.1.1	Funktion der GEMA	652
9.3.1.2	Organisation der GEMA	652
9.3.2	Verwertungsgesellschaften (VG).....	656
9.3.3	Aufgaben	659

10 Medienkalkulation

10.1	Kalkulationsgrundlagen	663
10.1.1	Einführung in die Medienkalkulation	664
10.1.1.1	Betriebliche Kostenrechnung	664
10.1.1.2	Abschreibung	665
10.1.1.3	Kalkulatorische Zinsen	667
10.1.1.4	Fertigungszeit – Hilfszeit	668
10.1.1.5	Nutzungsgrad	670
10.1.1.6	Nutzungszeit	670
10.1.2	Aufgaben	671

10.2	Platzkostenrechnung	673
10.2.1	Einführung in die Platzkostenrechnung	674
10.2.2	Schema einer Platzkostenrechnung	676
10.2.2.1	Kostengruppen	676
10.2.2.2	Erklärungen	677
10.2.3	Platzkostenrechnung Druckmaschine	678
10.2.3.1	Offsetdruckmaschine	678
10.2.3.2	Berechnung des Stundensatzes	679
10.2.4	Platzkostenrechnung Computerarbeitsplatz	680
10.2.4.1	Computerarbeitsplatz	680
10.2.4.2	Berechnung des Stundensatzes	681
10.2.4.3	Bedeutung des Stundensatzes	682
10.2.4.4	Kostenverteilung im Betrieb	682
10.2.5	Aufgaben	683

10.3	Kalkulation	685
10.3.1	Einführung in die Printkalkulation	686
10.3.1.1	Vor- und Nachkalkulation	686
10.3.1.2	Kostenarten	686
10.3.1.3	Zuschlagskalkulation	687
10.3.2	Angebotskalkulation Offsetdruck	689
10.3.2.1	Technische Einzelheiten	689
10.3.2.2	Angebot	691
10.3.3	Einführung in die Multimedia-Kalkulation	693
10.3.3.1	Grundüberlegungen	693
10.3.3.2	Neukunden ohne Multimedia-Erfahrung	693
10.3.3.3	Kunden mit Multimedia-Erfahrung	693

10.3.3.4	Vorleistungen der Multimedia-Agentur	694
10.3.3.5	Kostenrahmen Webauftritt	694
10.3.4	Preiskalkulation Webseiten	696
10.3.4.1	Kalkulationsschema	697
10.3.4.2	Zeitwertschätzung	700
10.3.4.3	Zusatzkosten im Web	700
10.3.4.4	Kalkulationsschritte	702
10.3.4.5	Angebot	702
10.3.4.6	Schema Auftragsvergabe	704
10.3.5	Aufgaben	705

11 Produktionsmanagement

11.1	Projektmanagement	709
11.1.1	Was ist ein Projekt?	710
11.1.1.1	Projektdefinition nach DIN 69901	710
11.1.1.2	Projektzielgrößen	710
11.1.2	Projektkompetenz	711
11.1.2.1	Projektkompetenzbereiche	711
11.1.2.2	Projektleiter	711
11.1.2.3	Projektteam	711
11.1.2.4	Teamentwicklung	712
11.1.3	Kreativität im Projekt	713
11.1.3.1	Brainstorming	713
11.1.3.2	Methode 635 – Brainwriting	713
11.1.3.3	Kopfstandmethode	714
11.1.3.4	Sechs-Hüte-Methode	714
11.1.4	Projektplanung	715
11.1.4.1	Projektziel	715
11.1.4.2	Ressourcenanalyse	715
11.1.4.3	Risikoanalyse	715
11.1.4.4	Projektpflichtenheft	716
11.1.4.5	Projektstrukturplan PSP	716
11.1.4.6	Projektablaufplan PAP	716
11.1.4.7	Projektterminplan PTP	717
11.1.5	Projektrealisierung und Projektcontrolling	719
11.1.5.1	Kick-off-Sitzung	719
11.1.5.2	Controlling	719
11.1.5.3	Kontroll- und Steuerelemente	719
11.1.5.4	Kommunikationsmittel	720
11.1.6	Aufgaben	721

11.2	Arbeitsvorbereitung	723
11.2.1	Arbeitsvorbereitung und Herstellung	724
11.2.1.1	Arbeitsvorbereitung Text	724
11.2.1.2	Arbeitsvorbereitung Bild	725
11.2.1.3	Text-Bild-Integration	725
11.2.1.4	Arbeitsvorbereitung Druck	727
11.2.1.5	Arbeitsvorbereitung, Weiterverarbeitung und Versand	728
11.2.2	Digitale Auftragsabwicklung	729
11.2.3	Daten im Medienbetrieb	735
11.2.4	Aufgaben	737

11.3	Workflow	739
11.3.1	Einführung.....	740
11.3.1.1	Definitionen.....	740
11.3.1.2	Technischer Workflow	741
11.3.1.3	Technischer und administrativer Workflow.....	742
11.3.1.4	Sprachenvielfalt	743
11.3.1.5	PPF, JDF und CIP4	744
11.3.2	Job-Tickets und deren Herstellung	747
11.3.3	Vernetzte Produktion	754
11.3.3.1	Datentypen in der Printproduktion.....	754
11.3.3.2	Workflow-Vernetzungsstruktur	757
11.3.3.3	JDF und Vernetzung	763
11.3.4	CIP4-Organisation	766
11.3.5	Aufgaben	767

12 Anhang

12.1	Korrekturzeichen	771
12.1.1	Korrekturzeichen Text nach DIN 16 511	772
12.1.1.1	Zweck der Norm.....	772
12.1.1.2	Regeln.....	772
12.1.2	Korrekturzeichen Bild nach DIN 16 549	775
12.1.3	Aufgabe	776

12.2	Lösungen	779
12.2.1	1 Grundlagen der Gestaltung	780
12.2.2	2 Typografie	795

12.2.3	3 Layout und Gestaltung	804
12.2.4	4 Bild- und Filmgestaltung	810
12.2.5	5 Zeichen und Grafik	814
12.2.6	6 Webdesign	819
12.2.7	7 Visuelles Marketing	825
12.2.8	8 Präsentation	833
12.2.9	9 Medienrecht	836
12.2.10	10 Medienkalkulation	840
12.2.11	11 Produktionsmanagement	845

12.3	Links und Literatur	851
12.3.1	Internetadressen	852
12.3.2	DIN-/ISO-Normen	854
12.3.3	Literatur	855

12.4	Stichwortverzeichnis	861
-------------	-----------------------------	------------