

<u>Inhalt</u>	<u>4</u>
<u>Wie Sie dieses Buch optimal nutzen</u>	<u>6</u>
<u>Einleitung</u>	<u>8</u>

1		2		3	
Grafikdesign als Fach	10	Einflüsse und kreative Elemente	24	Der Grafikdesignprozess	72
<u>Was ist Grafikdesign?</u>	<u>12</u>	<u>Grafikdesign: Kunst oder Handwerk?</u>	<u>26</u>	<u>Der Auftrag</u>	<u>74</u>
<u>Was ist ein Grafikdesigner?</u>	<u>14</u>	<u>Industrialisierung</u>	<u>28</u>	<u>Artikulieren von Design</u>	<u>76</u>
<u>Gruppenstrukturen und Arbeitsmethoden</u>	<u>16</u>	<u>Technologie</u>	<u>32</u>	<u>Inspirationsquellen</u>	<u>78</u>
<u>Grafikdesign heute</u>	<u>22</u>	<u>Typografie</u>	<u>38</u>	<u>Design als Problemlösung</u>	<u>80</u>
		<u>Konsum</u>	<u>44</u>	<u>Kreatives Denken</u>	<u>84</u>
		<u>Identität und Marken</u>	<u>46</u>	<u>Witz und Humor</u>	<u>86</u>
		<u>Soziale Verantwortung</u>	<u>56</u>	<u>Bedeutungsebenen</u>	<u>90</u>
		<u>Modernismus und Postmodernismus</u>	<u>58</u>	<u>Entwicklung und Experimentieren</u>	<u>92</u>
		<u>Nostalgie und Rhetorik</u>	<u>64</u>	<u>Art Direction</u>	<u>96</u>
		<u>Semiotik</u>	<u>66</u>	<u>Prototyping</u>	<u>98</u>
		<u>Umgangssprache</u>	<u>70</u>	<u>Kunst einkaufen</u>	<u>102</u>
4		5		6	
Die Botschaft verkünden	108	Aufträge beschaffen	138	Der Produktionsprozess	148
<u>Druck</u>	<u>110</u>	<u>Eigenwerbung</u>	<u>140</u>	<u>Grundlegende Werkzeuge</u>	<u>150</u>
<u>Direktwerbung</u>	<u>116</u>	<u>Portfolios</u>	<u>146</u>	<u>Spezielle Farben</u>	<u>156</u>
<u>Informationsdesign</u>	<u>118</u>			<u>Dateiformate</u>	<u>160</u>
<u>Verpackung</u>	<u>120</u>			<u>Druckveredelung</u>	<u>162</u>
<u>Bildschirmdesign</u>	<u>122</u>				
<u>Umgebungsdesign</u>	<u>126</u>				
		<u>Anhang</u>			<u>177</u>
		<u>Glossar</u>			<u>178</u>
		<u>Register</u>			<u>190</u>
		<u>Danksagung</u>			<u>192</u>