

The New York Times Magazine

Die Welt des Grafikdesigns

Eine Reise durch die
unterschiedlichsten
Entwicklungen
und Trends



— Alessandro Bonaccorsi für Pixartprinting

pixartprinting

Inhaltsverzeichnis

1. **Definition des Grafikdesigns**
2. **Kurzer Abriss der Geschichte des modernen Grafikdesigns**
3. **Die neuesten Entwicklungen**

- 4.1 **Eine Disziplin, viele Gestaltungsansätze
– ein kleines Verzeichnis der Stile**
RATIONALES GRAFIKDESIGN
MINIMALISMUS
FOTOMINIMALISMUS
SYMBOLISCHER MINIMALISMUS
TYPOGRAFIE (VINTAGE- UND FOLKLORE-STIL)

- 4.2. **Dekoratives Grafikdesign**
ORGANISCHER STIL
TROPICALISMUS (ODER FLORALISMUS)

- 4.3. **Handmade**
ILLUSTRATIVES DESIGN
HANDLETTERING
GEGENSTÄNDLICHES GRAFIKDESIGN
3D-GRAFIKDESIGN
3D-GRAFIKDESIGN IN HANDARBEIT

- 4.4. **Hybrides Grafikdesign**

5. **Abschließende Hinweise**
6. **Technische Hinweise**
7. **Literaturverzeichnis**
8. **Zusätzliche Links**

Zum Autor

1. Definition des Grafikdesigns

Grafikdesign ist die Disziplin, die sich mit **grafischen Entwürfen** befasst bzw. Informationen ordnet und bei der Bilder für die visuelle Kommunikation in unterschiedlichen Bereichen erstellt werden.

Der Begriff „Grafik“ geht auf das griechische Wort *grafèin* zurück, das gleichermaßen schreiben und zeichnen bedeutet; d. h. dass das Grafikdesign eine Disziplin ist, die sich mit der **kohärenten Ordnung von Wörtern und Bildern** beschäftigt, deren Hauptziel es ist, **Informationen zu übermitteln**. Der Begriff „graphic design“ entstand 1922 aus einer Intuition des seinerzeit sehr erfolgreichen Grafikers William Addison Dwiggins heraus.

Gemäß der ursprünglichen Definition, die bis heute unverändert geblieben ist, umfasst das Grafikdesign den Entwurf und die Druckvorstufe von Druckerzeugnissen, die der Werbung, Informationsübermittlung und Verlagen dienen. Oft wird es mit dem Visual Design verwechselt, bei dem die visuelle Kommunikation geplant wird (mithilfe des Grafikdesigns, aber auch Illustrationen, Datenvisualisierungen, der visuellen Kunst, Animationen, Videoproduktion usw.) und die über den Bereich, der allein mit dem Druck verbunden ist, hinaus geht.



↑ William Addison Dwiggins

2. Kurzer Abriss der Geschichte des modernen Grafikdesigns

Das **moderne Grafikdesign** entstand ungefähr zu **Beginn des 20. Jahrhunderts**, als die Druckereien dank der Techniken des Drucks und der Druckvorstufe immer mehr experimentieren konnten.

Die **Werbekommunikation** hatte bereits im 19. Jahrhundert Fuß gefasst. Sie half bei der Vermarktung der vielen neuen Produkte, die aus den ersten Fabriken oder – dank der eroberten Kolonien – von exotischen Orten, wie Afrika, Lateinamerika oder Fernost, kamen, wie beispielsweise Tee, Gewürze, Edelhölzer, unterschiedliche Gegenstände oder Stoffe.

In den ersten Jahren des 20. Jahrhunderts war Europa kulturell durch Innovationsgeist und nicht selten revolutionäre Gedanken geprägt – erste avantgardistische Bewegungen in der Kunstszene, wie der **Dadaismus** und der **Futurismus**, entstanden. Sie sahen das geschriebene und gedruckte Wort als künstlerisches Experimentierfeld und versuchten erstmals, die **Regeln einer sehr mechanischen Typografie zu brechen**, die unfähig gewesen war, jedweden visuellen Reiz auszuüben. Bisher waren die Texte nämlich immer linear ausgerichtet und die einzige Möglichkeit, das Layout lebendiger zu gestalten, hatte darin bestanden, die Art und Größe der Schrift zu verändern; dabei entstanden zwar auch originelle Ideen, die jedoch aufgrund der Anforderungen der beweglichen Lettern



↑ Bucheinband „Zang Tumb Tuum“, F. T. Marinetti (Italien), 1914



↑ Cover „Merz“, El Lissitzky und Kurt Schwitters (Deutschland), 1924

immer recht steif und beschränkt waren. Nach dem ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts experimentierten Künstler, wie **Marinetti** in Italien, **El Lissitzky** in Russland und die **Dadaisten** in Zürich, mit neuen Arten des Schreibens von Wörtern und neuen Arten ihrer Anordnung. Sie **stellten das Buch als Objekt völlig auf den Kopf**, und damit auch das Layout: Eingeführt wurde nun die Verwendung von geometrischen Formen und neuer dynamischer Spannungen, wodurch bereits etwas erschaffen wurde, das man als das Grafikdesign des Satzspiegels bezeichnen konnte.

Im Prinzip kann man damit sagen, dass in dieser Zeit **vor 100 Jahren der Übergang von der Typografie zum modernen Grafikdesign** stattfand. Bis der Computer noch von einer neuen Generation von Grafiker/innen und Designer/innen massiv genutzt werden konnte, vergingen noch weitere 80 Jahre. Dank der Möglichkeiten, die Softwareprogramme und die digitalisierten Verfahren des Drucks und der Druckvorstufe boten, kam es später zu einer Revolution beim Anordnen von Wort und Bild.

Noch heute befinden wir uns inmitten dieser Revolution. Noch längst haben wir nicht alle Möglichkeiten, die uns das Digitale bietet, voll ausgeschöpft – und bleiben an Druckprozesse gebunden, die sich im Laufe von 500 Jahren entwickelt und gefestigt haben.

Dieses E-Book setzt sich mit den internationalen Trends des Grafikdesigns auseinander, die sich in den letzten 30 Jahren in verschiedenen Ländern entwickelt haben, und soll allen Leserinnen und Lesern – egal ob sie aus den Bereichen Grafik oder Design kommen, ob sie studieren oder ob sie das Thema einfach nur mit großem Interesse verfolgen oder neugierig sind – als Quelle der Inspiration dienen.

3. Die neuesten Entwicklungen

Im neuen Jahrtausend sind der Bereich des Grafikdesigns und **das Digitale** immer weiter miteinander verschmolzen. Die **Herangehensweise an das Grafikdesign hat sich immer weiter verändert**, wobei nun beim Entwurf von Schriftarten die neuen Möglichkeiten des digitalen Zeichnens und Illustrierens genutzt werden können. Dank Programmen wie Photoshop, Illustrator und Painter ist dies nun ein integraler Teil des Projekts und nicht mehr nur Künstler/innen und Illustrator/innen vorbehalten. Die Auswahl an Rastern und Layouts explodiert förmlich aufgrund von abertausenden Möglichkeiten des schnellen Experimentierens, die sich durch immer ausgeklügeltere Softwareprogramme und Drucktechniken bieten. Gleichzeitig wird das Angebot von Veredelungen und Verpackungen immer größer und geht Hand in Hand mit den fortschreitenden Entwicklungen der Produktionsprozesse und der Verwendung von neuen Materialien, Techniken und Maschinen.

Trotz dieser spannenden Tendenzen kann man wahrscheinlich sagen, dass wir noch immer an eine Art des Grafikdesigns gebunden sind, die auf die Geschichte der letzten Jahrhunderte zurückblickt. Die zukünftigen Entwicklungen werden sich noch zeigen, aber avantgardistische, experimentierfreudige und innovative Geister sind bereits dabei, die neuen Möglichkeiten der modernen, digitalen Welt zu ergründen.

4. EINE DISZIPLIN, VIELE GESTALTUNGSANSÄTZE – EIN KLEINES VERZEICHNIS DER STILE

Die unterschiedlichen Stile des Grafikdesigns präzise zu katalogisieren, ist schwierig, denn wer in diesem Bereich arbeitet, macht dies, ohne sich in eine Kategorie einzuordnen. Deshalb können diese Definitionen nur unvollständig sein. Sie dienen jedoch dazu, sich einen Überblick zu verschaffen, welche Ansätze Designerinnen und Designer im Allgemeinen verfolgen.

Deswegen finden Sie in jedem Kapitel Unterabschnitte, die **Varianten ein und desselben Designansatzes oder desselben Stils** aufzeigen, sodass man sich eine grobe Vorstellung davon machen kann, wie breitgefächert der Bereich des Grafikdesigns ist, ohne dabei von den eigenen Kommunikationszielen abzukommen.

In den letzten Jahren war eine Zunahme an talentierten Grafikdesignerinnen und -designern und demnach eine exponentielle Zunahme an gut geplantem, innovativem und attraktivem Grafikdesign zu verzeichnen. Gleichzeitig scheint schlecht, konfus und oberflächlich gestaltetes Grafikdesign, das sich durch Kitsch und Mittelmäßigkeit auszeichnet, in gleichem Maße erhalten zu bleiben – eine Art populäre visuelle Kommunikation, die dank des Digitalen ungeahnte Ausmaße erreichen kann.

Was die Typografie nicht gestattete – sprich dem **schlechten Geschmack** zu viel Platz einzuräumen – ermöglicht das Digitale nun ganz mühelos.

In diesem E-Book wird dieses Thema ebenfalls angesprochen, denn es sollte nicht von einem theoretischen, hohen oder nischenhaften Diskurs ausgeschlossen werden, sondern stattdessen zu Möglichkeiten, Inspirationen und Motivationen

anregen, um das Niveau der eigenen Arbeiten zumindest etwas anzuheben.

In jedem Kapitel finden Sie zu jedem Grafikdesigntrend eine kurze Beschreibung, erklärende Bilder, einige Tipps sowie technische Beschreibungen der gezeigten Arbeiten. Die Auswahl der Stile basiert auf Beobachtungen (vor allem im Internet) der typischen Herangehensweisen an das Grafikdesign, die international am meisten verwendet wurden. Die dafür gewählten Bezeichnungen sind absolut subjektiv und dienen einzig und allein dazu, sich ein besseres Bild der Trends zu machen.

Gute Reise!

RATIONALES GRAFIKDESIGN

Den ersten Stil, mit dem wir uns befassen, definieren wir als rationales Grafikdesign. **Der Font ist das Hauptelement** (unbedingt Grotesk-Schriften, d. h. ohne Serifen), bei dem geometrische Linien und Formen und nur wenig Farben eingesetzt werden. Er hält sich an klar definierte Raster und Gitter, meidet Dekoratives und tendiert zum Minimalismus. Man kann durchaus sagen, dass dieser Gestaltungsansatz **ein Klassiker** ist, der nie aussterben wird – tatsächlich wird das Grafikdesign oft mit diesem Ansatz allein gleichgesetzt. Sehen wir uns im Folgenden an, welche unterschiedlichen Ergebnisse mit diesem Stil erzielt werden können.

MINIMALISMUS

Für einige ist der Minimalismus der Gestaltungsansatz par excellence, dessen einzige Regel „**Less is more**“ lautet. Er basiert hauptsächlich auf der Verwendung der **Schriftart Helvetica**, **setzt Farben sparsam ein** und nutzt – wenn keine **monochromen oder vorzugsweise weißen Hintergründe** verwendet werden – maximal Fotografien.

Man kann ihn als **das älteste Genre des modernen Grafikdesigns** bezeichnen. Er entstand zu Beginn des 20. Jahrhunderts und gilt als Quintessenz des Schaffens von El Lissitzky und des russischen Konstruktivismus, der Lehren von Bauhaus und De Stijl, der repressiven und fantasielosen

Gestaltung der Regime des 20. Jahrhunderts und der Austerität der schweizerischen Grafikdesignschule. Oft wird der Minimalismus mit Architekturprojekten gepaart, da er gut zum Industriedesign passt. In letzter Zeit wird ihm zudem eine gewisse Eleganz zugeschrieben.

„Einfachheit bedeutet, das Offensichtliche wegzulassen und das Bedeutungsvolle hinzuzufügen“, so der Designer John Maeda in seinem Buch „Die Gesetze der Einfachheit“, das für all jene, die die Philosophie des vom japanischen Zen und einem Bedürfnis von Stille inspirierten Minimalismus verstehen wollen, ein modernes Regelbuch ist.

Einer der Väter dieses modernistischen Designansatzes war Massimo Vignelli, der sich durch seine grafische Umsetzung des U-Bahn-Netzes von New York, des Logos von American Airlines und der Corporate Identity von Knoll, sowie wegen der konsequenten Verwendung seines **Lieblingsfonts Helvetica** für immer einen festen Platz in der Geschichte des Grafikdesigns gesichert hat.

Im E-Book „Canone Vignelli“, mit dem er Grafikdesignerinnen und -designern Ratschläge gibt und das er kostenlos im Internet veröffentlicht, vertritt er die Meinung, dass es nur ein Design gibt – es gäbe nicht viele Designarten, weil das Design ein kreativer Prozess ist, mit dem man ein genaues Ziel verfolgt.

Diese Herangehensweise an das Grafikdesign scheint auf den ersten Blick leicht verständlich und umsetzbar – dennoch bedarf es Geschicklichkeit, Geschmack und Kreativität, um **das Überflüssige wegzulassen und dabei Gleichgewicht, Strenge und Schönheit beizubehalten**.



← Projekt „Ikea Jahresbericht“, Kylie Leuthold (USA), 2014

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Plakat für Knoll, Massimo Vignelli (Italien/USA), 1967

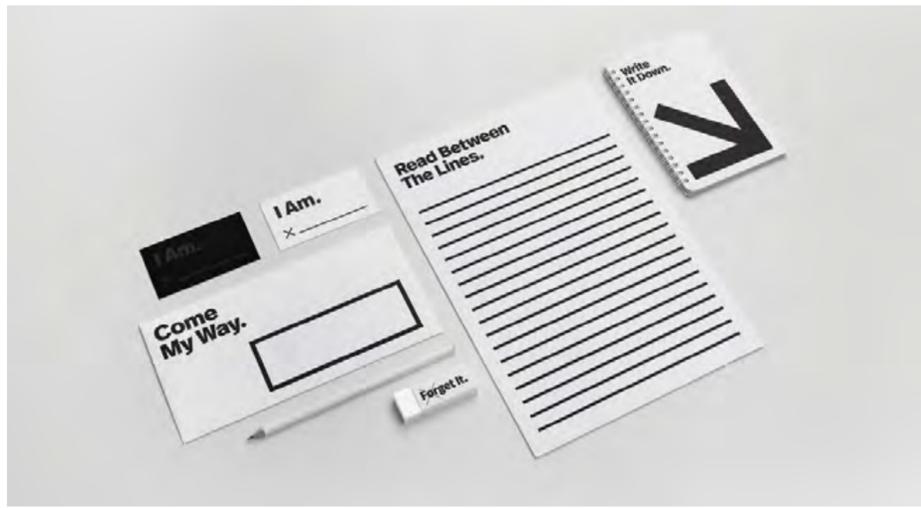
[ZUM PROJEKT >](#)

„Es gibt dort draußen viele ohne jedwede Qualifikation, die sich mit dem Grafikdesign beschäftigen. Und weil sie einen Computer haben, sind den Dingen, die sie gestalten können, keine Grenzen gesetzt – Newsletter, Beschilderungen usw. Eine wahre Umweltverschmutzung! Diese Leute haben nicht die geringste Vorstellung von der Würde dieses Berufs – wenn die Pharma-Unternehmer wären, wären wir schon längst alle vergiftet. Aber das sind wir mittlerweile sowieso, nämlich visuell.“ »

— Massimo Vignelli

— Auszug aus „Massimo Vignelli, celebrated designer whose work included NYC subway map, dies at 83“ von Emily Langer, Washington Post, Mai 2014

https://www.washingtonpost.com/national/massimo-vignelli-celebrated-designer-whose-work-included-nyc-subway-map-dies-at-83/2014/05/27/6cd685aa-e5b7-11e3-a86b-362fd5443d19_story.html



↑↑ Corporate Design für *Lester&Lucy, Segura Inc. (USA)*, ca. 2010

ZUM PROJEKT >

↑ Verpackungen für *Helen Hausman, Sergi Ferrando (Spanien)*, 2018

ZUM PROJEKT >



↑↑ Ausstellungskatalog „*Futureproof*“, Frank Chimero (USA), 2017

ZUM PROJEKT >

↑ Corporate Design und Logo für *Dante 6, Buro (Niederlande)*, ca. 2016

ZUM PROJEKT >

TIPPS

- Mit der Komposition spielen
- Maximal zwei Schriftarten verwenden, hauptsächlich Sans Serif
- Einfache Layouts wählen

Diesen Designstil kann man ganz leicht mit **Adobe Indesign** oder **Illustrator**, mit CorelDraw oder mit Open-Source-Grafikprogrammen wie **Inkscape** gestalten.

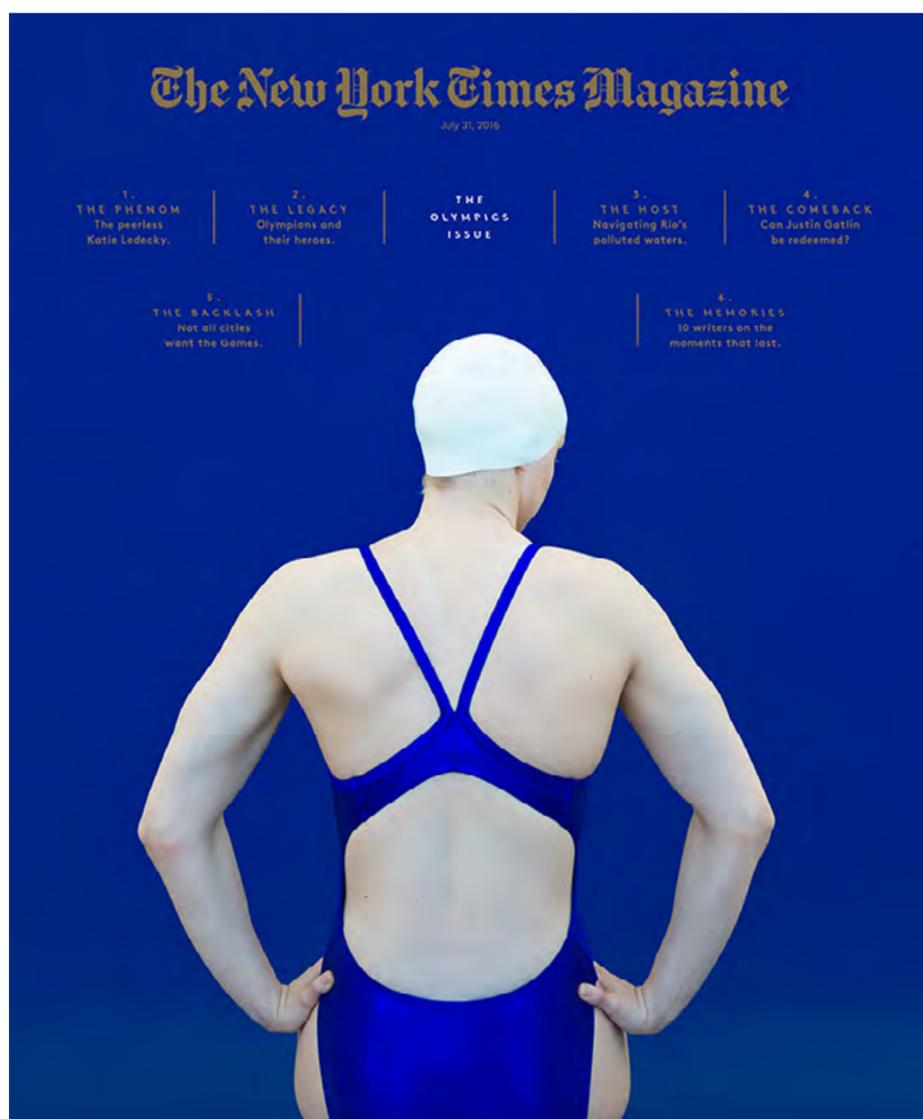
Verwenden Sie vorrangig gleichartige Schriftarten, die vergrößert gut funktionieren (es gibt Fonts, die in bestimmten Situationen oder Schriftgrößen Verjüngungen und „Unregelmäßigkeiten“ in ihrer Form aufweisen). Greifen Sie lieber auf **wohlbekannte und bewährte Varianten**, wie **Helvetica, Futura oder Univers**, zurück, wenn Sie serifenlose Schriftarten bevorzugen, oder auf **Garamond, Sabon oder Goudy**, falls Ihnen Serifen-Schriften besser gefallen. Es kann jedoch neue Anregungen bringen, auch mal andere und neuere Schriftarten zu suchen, um dem Projekt mehr Charakter zu verleihen – die Möglichkeiten sind fast unbegrenzt und Fonts gibt es wie Sand am Meer.

FOTOMINIMALISMUS

Innerhalb dieses minimalistischen Grafikdesignstils hat sich in den letzten Jahren immer mehr ein Design herausgebildet, das auf das **Zusammenspiel mit der Fotografie setzt**. Aus diesem Grund ist der Fotominimalismus auch bei großen Herstellern von Luxusartikeln und Inneneinrichtungen sowie bei einigen Modemarken und Kosmetik- und Parfümproduzenten beliebt.

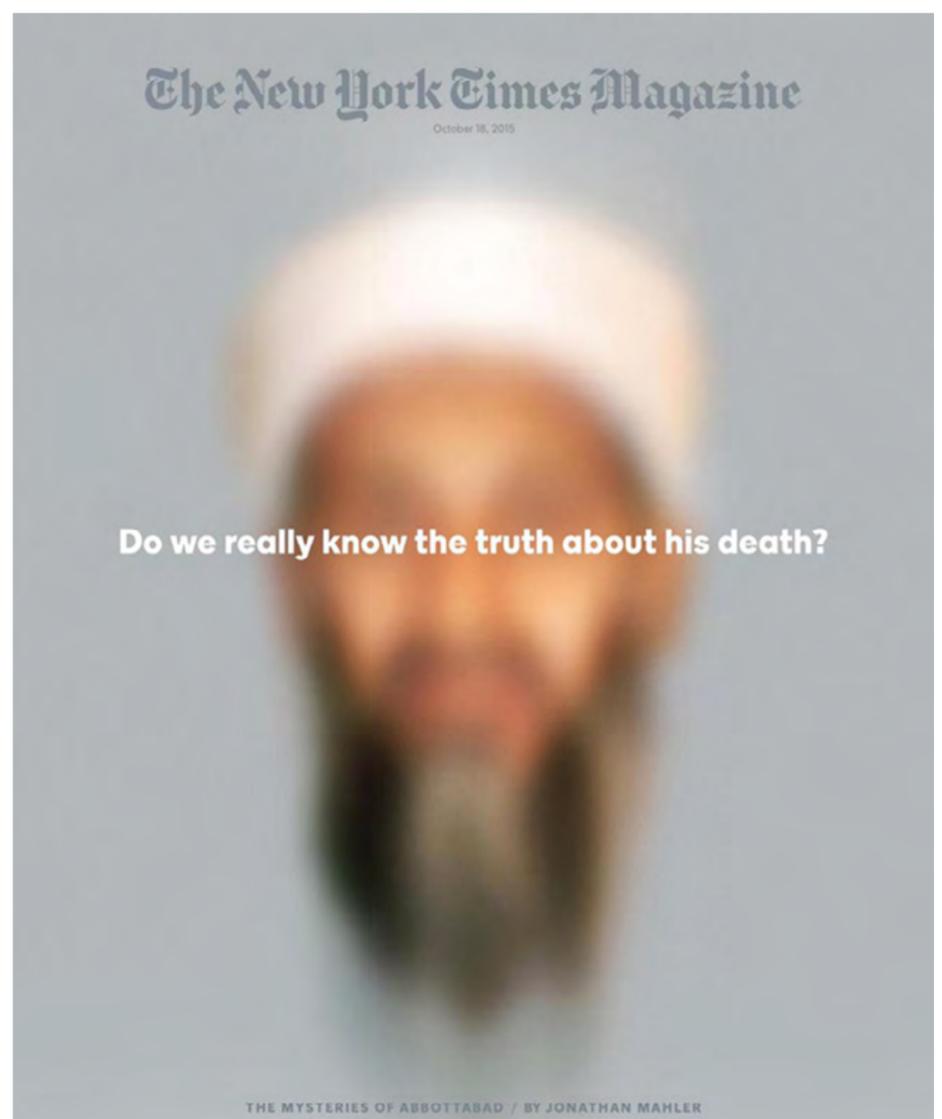
Die Art der Typografie hängt vom verfügbaren Platz und vom Stil des Fotos ab und ergibt einfache Kombinationen, deren Stärke natürlich in der **Schönheit der Fotografie** liegen. Oft werden **elegante Fonts** in Farben wie **Weiß, Gold und Schwarz** bevorzugt, damit sie **auf den Fotos gut lesbar** sind.

Beispiele dieses Designstils finden sich wie erwähnt in den Bereichen Mode und Design, aber auch bei Gemäldegalerien, Theatervorstellungen, Zeitschriften und Buchcovern.



↑ Cover „The New York Times“, Ben Grandgenett (USA), 2015–2016

[ZUM PROJEKT >](#)





↑ Albumcover „David Bowie – The Next Day“, Jonathan Barnbrook (Vereinigtes Königreich), 2013

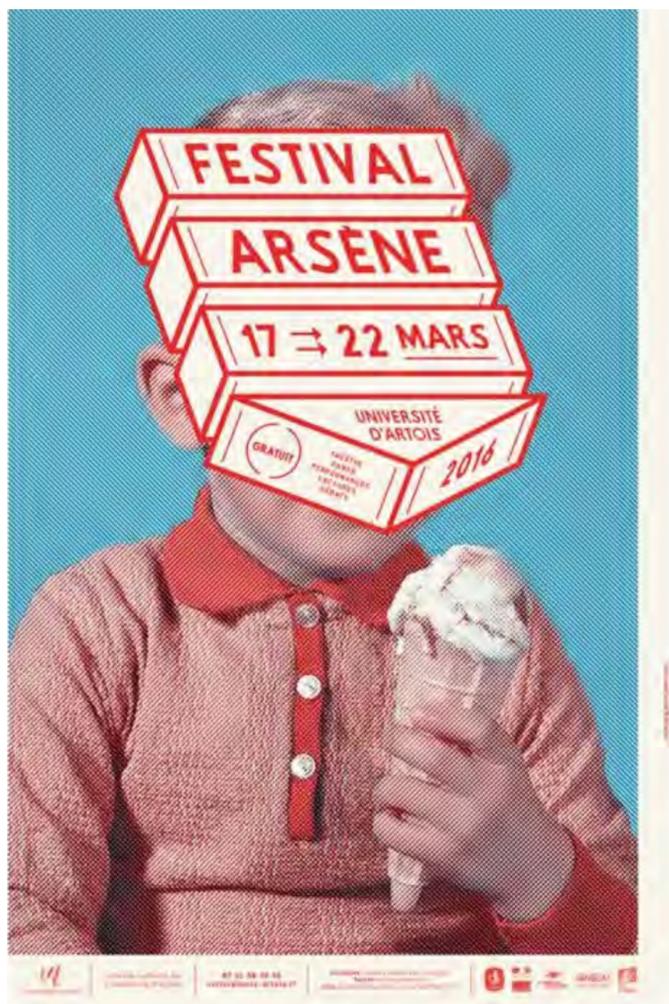
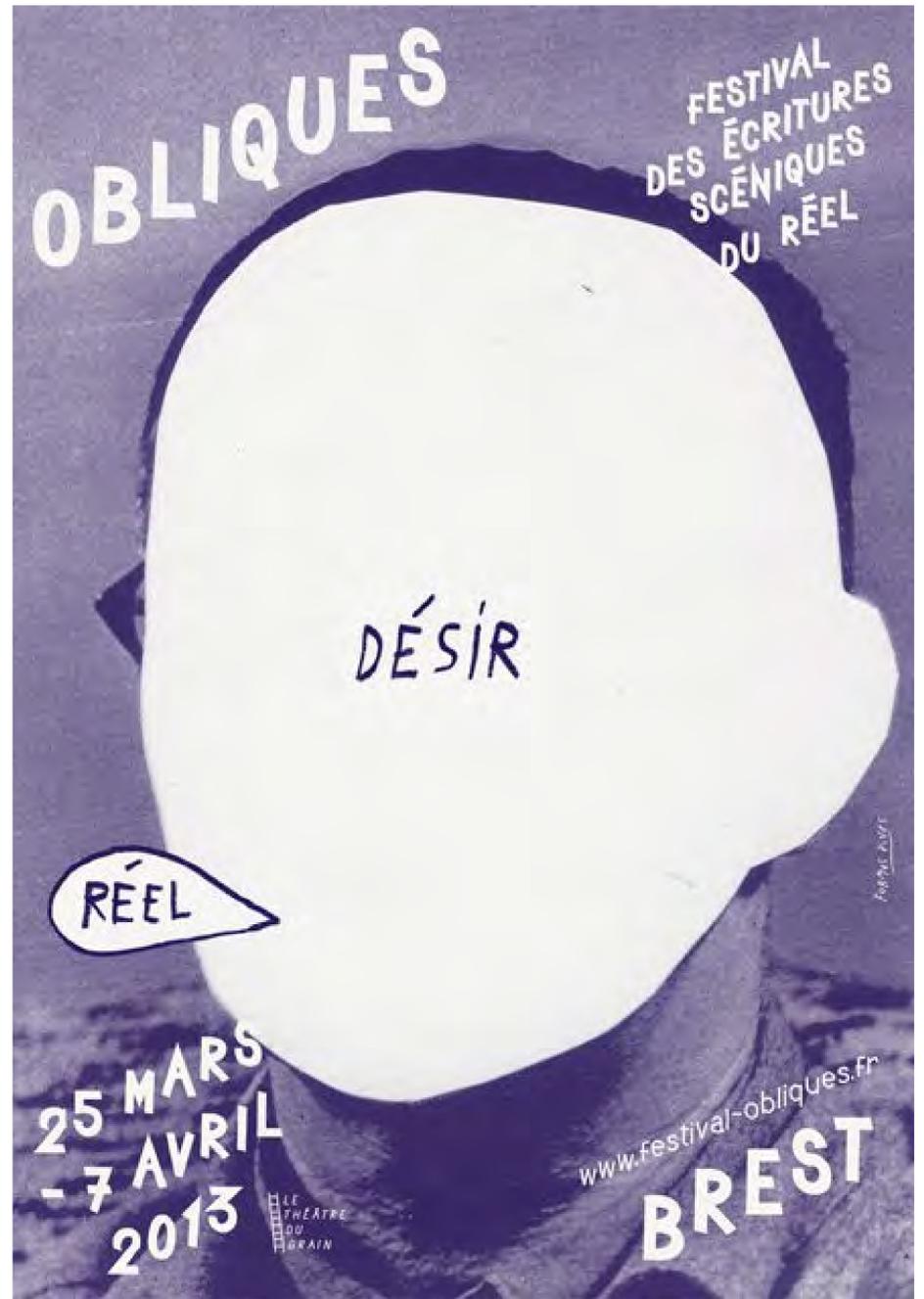
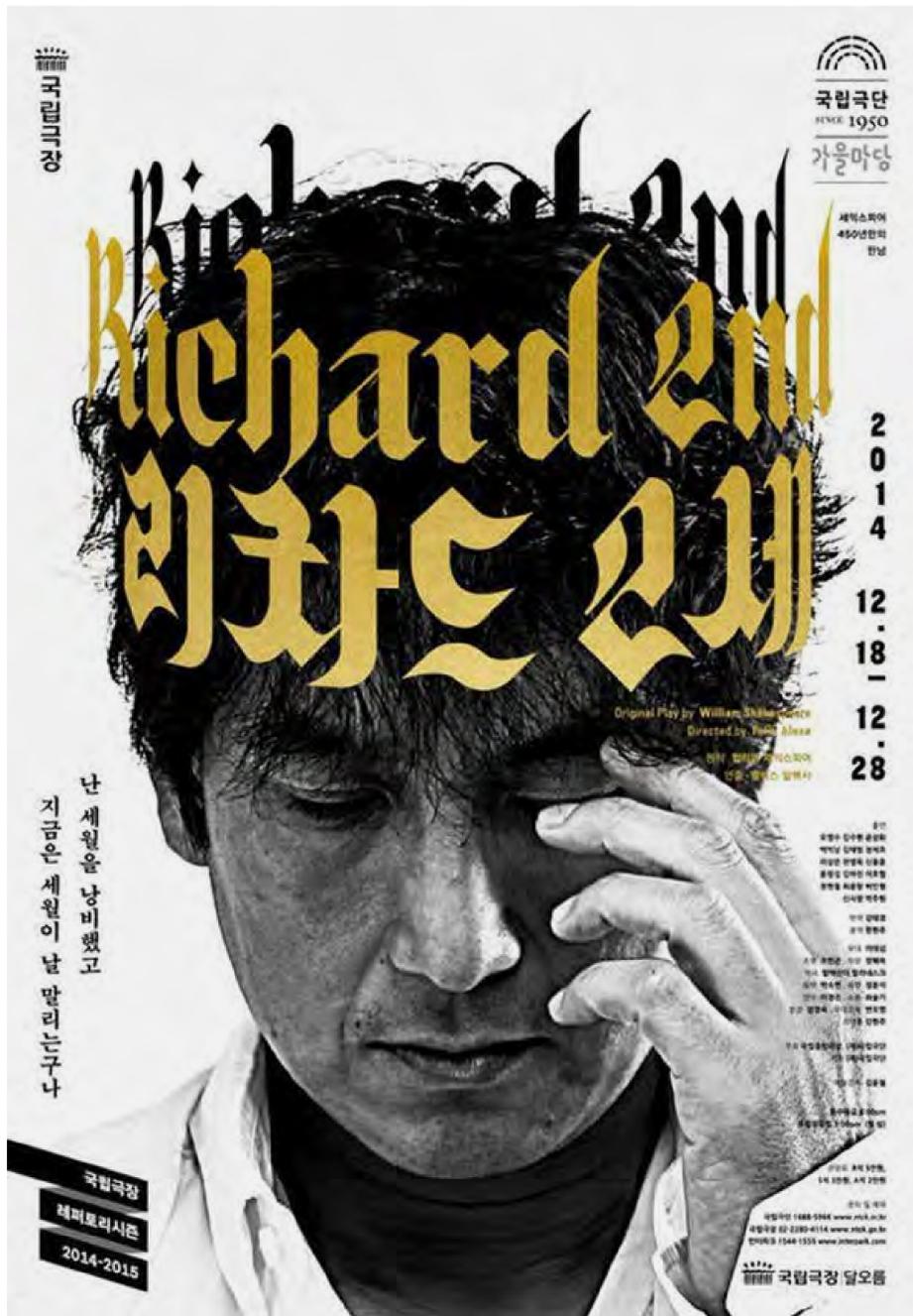
Hier wurde ein Rückbezug auf die Karriere von Bowie eingearbeitet, da das Portrait des Künstlers, das auf dem Cover des Albums „Heroes“ erschienen war – einem der wichtigsten in seiner musikalischen Laufbahn – von einem nüchternen, weißen Viereck bedeckt wird.

[ZUM PROJEKT >](#)

← Plakat und Corporate Design für die Stadt Delft, Rejane dal Bello/Studio Dumbar (Niederlande), 2009

Una variante di questo tipo di grafica prevede la cancellazione tramite aree di colore o collage di una parte o di tutta la faccia.

[ZUM PROJEKT >](#)



◀ Plakat „Richard II.“, Jinwoo Lee mit Art Director Jin Jung, Koreanisches Nationaltheater (Südkorea), 2014

ZUM PROJEKT >

↑ Plakat „Festival Obliques“, Formes Vives (Frankreich), 2013

ZUM PROJEKT >

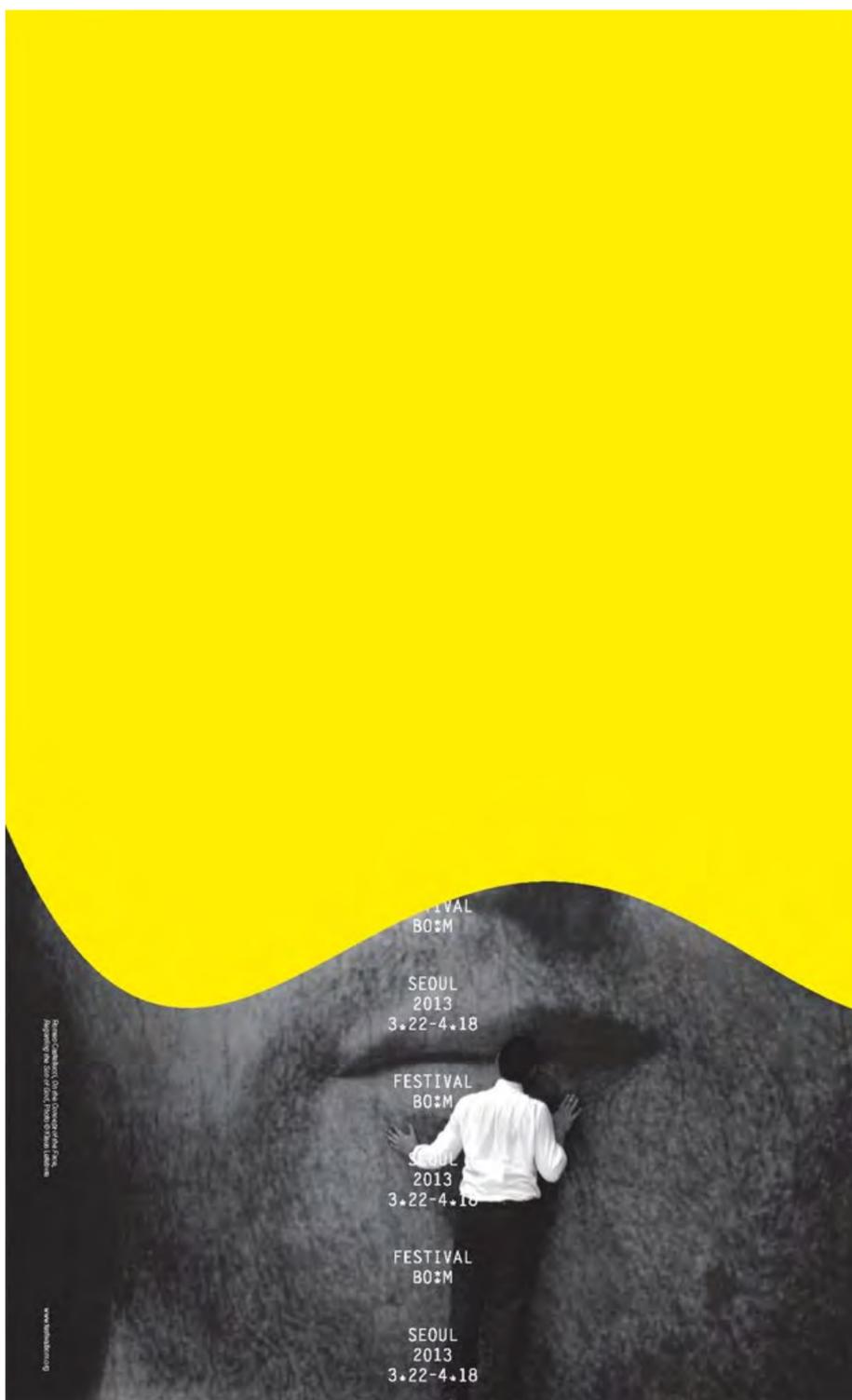
← Plakat „Festival Arsène“, Brest Brest Brest (Frankreich), 2016

ZUM PROJEKT >



← Katalog für *Melissa Shoes*,
Pentagram Design (USA), 2016

ZUM PROJEKT >



← Plakat „*Bo:m Festival Seoul*“, Sulki Min (Südkorea), 2013

ZUM PROJEKT >

TIPPS

Wichtig ist, **den richtigen Ausschnitt der Fotografie auszuwählen**, der dem Projekt Dynamik und Charakter verleiht; als Beispiel dienen die Cover der großen Zeitschriften oder die Corporate Identities wichtiger Gemäldegalerien.

Diesen Designstil kann man ganz leicht mit **Adobe Photoshop** oder **Illustrator**, mit **CorelDraw** oder mit Open-Source-Grafikprogrammen wie Inkscape gestalten.

Die Wahl der Schriftarten und die Komposition unterliegen keinen Regeln, jedoch sollte man die Form der Fotografie und ihre Dynamiken berücksichtigen, sodass sich das **Design** anpasst und **mit dem Bild harmoniert**. Ansonsten erhält man einen Zeitschriftencover-Effekt mit einem starren Text (Kopfbereich und Untertitel), der das Bild überlagert.

SYMBOLISCHER MINIMALISMUS

Eine Variante des Minimalismustrends, also dessen, was gemeinhin als Grafikdesign anerkannt wird, ist das, was wir als symbolischen Minimalismus definieren könnten; anstatt auf schlichte Schriftarten zu setzen, stehen hier **komplexe Zeichen**, strukturelle Auflösungen, modulare Kombinationen und Fonts, die zerschnitten oder in ihre Einzelteile zerlegt werden, im Mittelpunkt.

Einer der beliebtesten Trends der letzten Jahre: Logos, die wie Legosteine in viele Einzelteile zerlegt und wieder zu unterschiedlichen Formen zusammengesetzt werden. Die verwendeten Symbole entstehen oft nach einem langen Rechercheprozess und sind die Essenz des Geistes und des wesentlichen Charakters des Projekts; mit ihrem **rätselhaft interessanten Auftritt** vermögen sie es, die Aufmerksamkeit des Betrachters zu fesseln, **da ein Symbol auch immer entschlüsselt und verstanden werden sollte**.

Eines der schönsten und geheimnisvollsten Beispiele der letzten Jahre ist das **Cover von „BlackStar“**, der **letzten Schallplatte von David Bowie**. Jonathan Barnbrook gestaltete dafür ein minimalistisches Design, das in seine Einzelteile zerlegt wurde und auf verschiedenen Schattierungen von Schwarz basiert.



↑ Albumcover „*David Bowie – Blackstar*“, Jonathan Barnbrook (Vereinigtes Königreich), 2015

[ZUM PROJEKT >](#)

Darin sind **Schriftarten** und **Symbole** zu finden, hinter denen die Liebhaber des Grafikdesigns ein **kodifiziertes System** finden. Zur Bestätigung dessen stellte der Designer jedem Interessenten den Zeichensatz, den er für die Platte entworfen hat, kostenlos zur Verfügung.

Als Varianten dieses Stils kann man jene Projekte betrachten, welche **abstrakte Elemente** (hauptsächlich Formen und Linien, oft auf den Memphis-Stil anspielend) und bunte **Pop-Art-Muster** und **-Elemente** enthalten.



↑ Corporate Design für das *MUDEC*, Mailand, Studio FM (Italien), 2015

[ZUM PROJEKT >](#)

Ein weiteres Beispiel hierfür ist die Corporate Identity des MUDEC, dem Mailänder Museum für Weltkulturen, das vom Studio Fm entworfen wurde: Hier ist das Logo des Museums ein Symbol, das in seine Einzelteile zerlegt und wieder neu zusammengesetzt werden kann. Dadurch ergeben sich viele verschiedene Variationen der Form und Farben, was der Einrichtung ein Image verleiht, das sich durch Offenheit für Vielfalt und Interkulturalität auszeichnet.



← Plakat „Sagra Musicale Malatestiana“, Tassinari Vetta (Italien), 2013

↑ Plakat für das Festival „Percuotere la Mente“, Tassinari Vetta (Italien), 2011

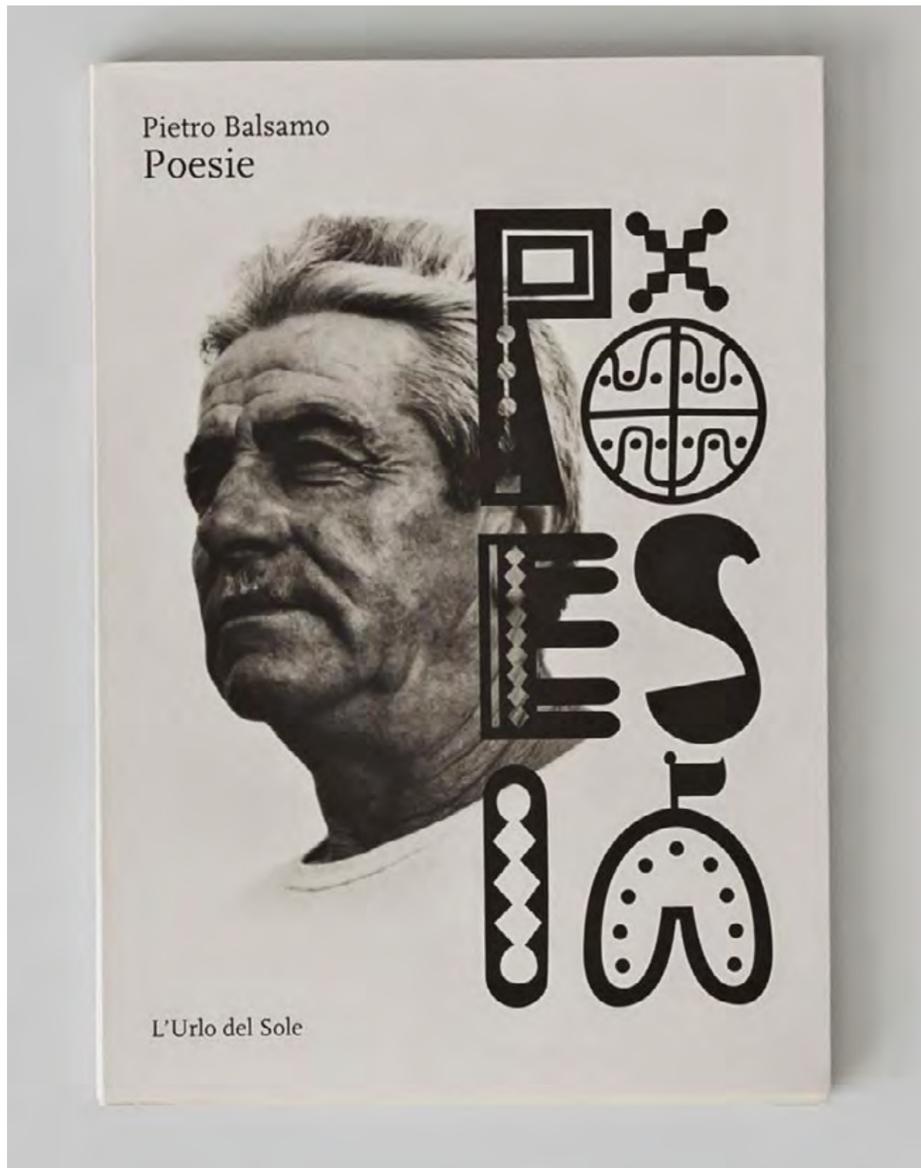
[ZUM PROJEKT >](#)

Einen ähnlichen Ansatz sieht man auch bei den Projekten des Studio Tassinari/Vetta (insbesondere bei jenen, die aus der Feder von Leonardo Sonnoli stammen) oder in den verspielten Arbeiten von Mauro Bubbico.



↑ Plakat für die Konferenz „*A Letter Doesn't Resemble Anything*“ in der Tipoteca Italiana, limitierte Auflage, (Italien) 2016

ZUM PROJEKT >



↶ Bucheinband „*Pietro Balsamo – Poesie*“, Verlag L'Urlo del Sole, Mauro Bubbico (Italien), 2011

[ZUM PROJEKT >](#)

↑ Plakat für den Wettbewerb zum 300. Geburtstag von Carlo Goldoni, Mauro Bubbico (Italien), 2007

[ZUM PROJEKT >](#)



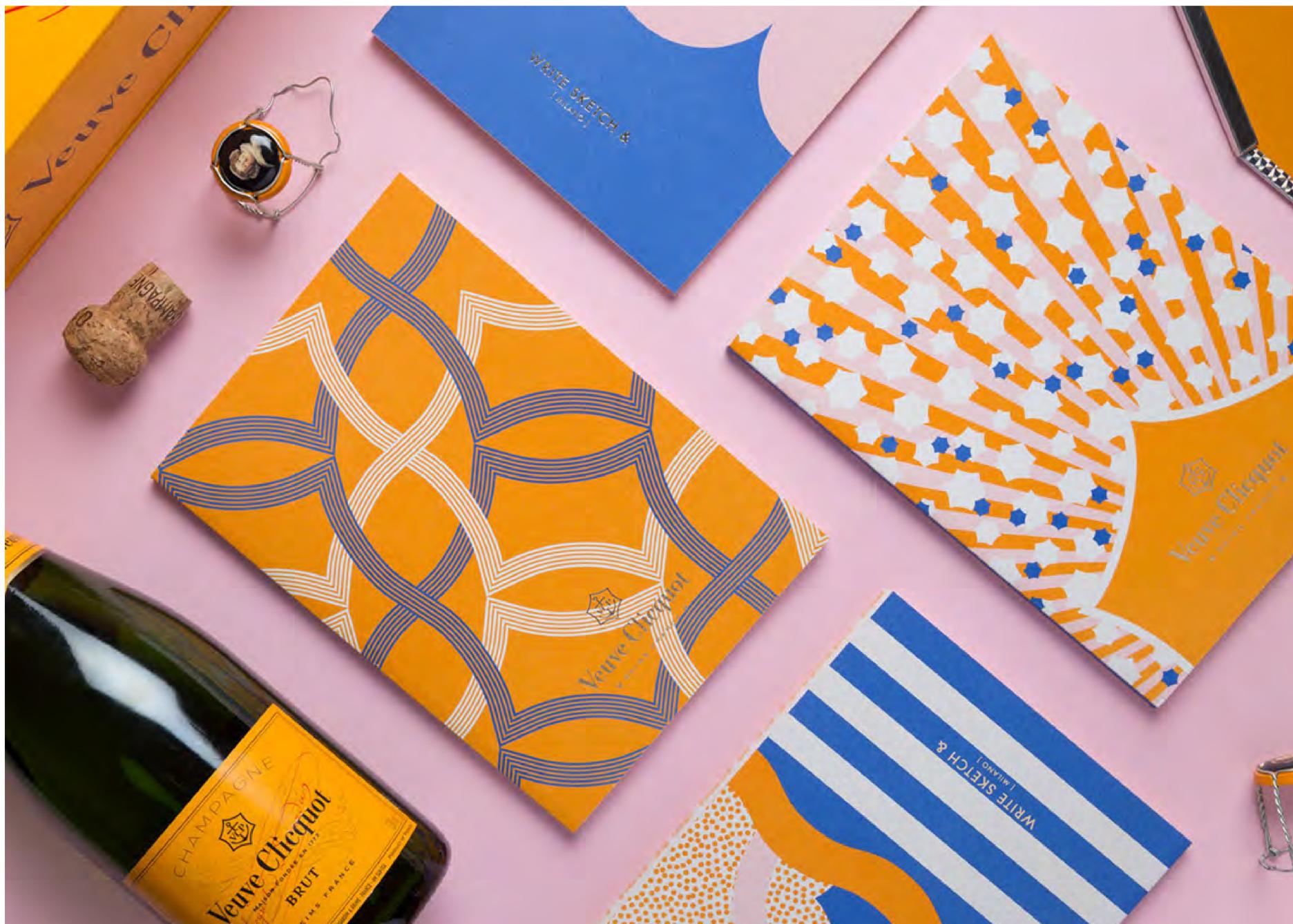
↑ Plakat für das Festival „*Passages Insolites*“, Jeremy Hall (Kanada), 2016

Hier vermischt sich ein experimenteller Einsatz von Fonts mit Mustern und illustrierten Elementen, die typisch für den organischen Stil sind, von dem wir später mehr sehen werden.

[ZUM PROJEKT >](#)

← Plakat für „*The Conference*“ in Malmö, Hvass & Hannibal (Dänemark), 2016

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Notizbücher und -hefte für *Veuve Clicquot*, OfficeMilano (Italien), 2018

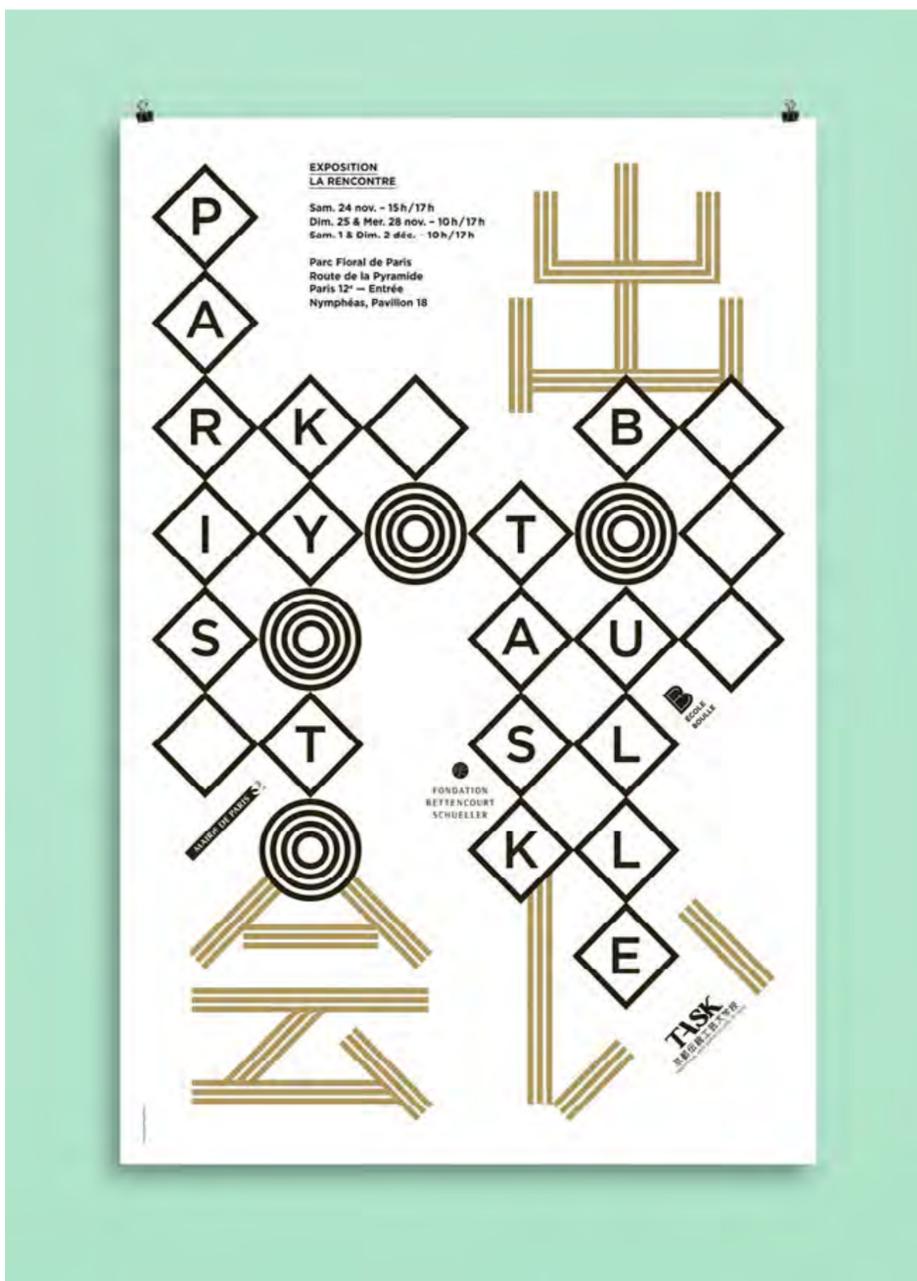
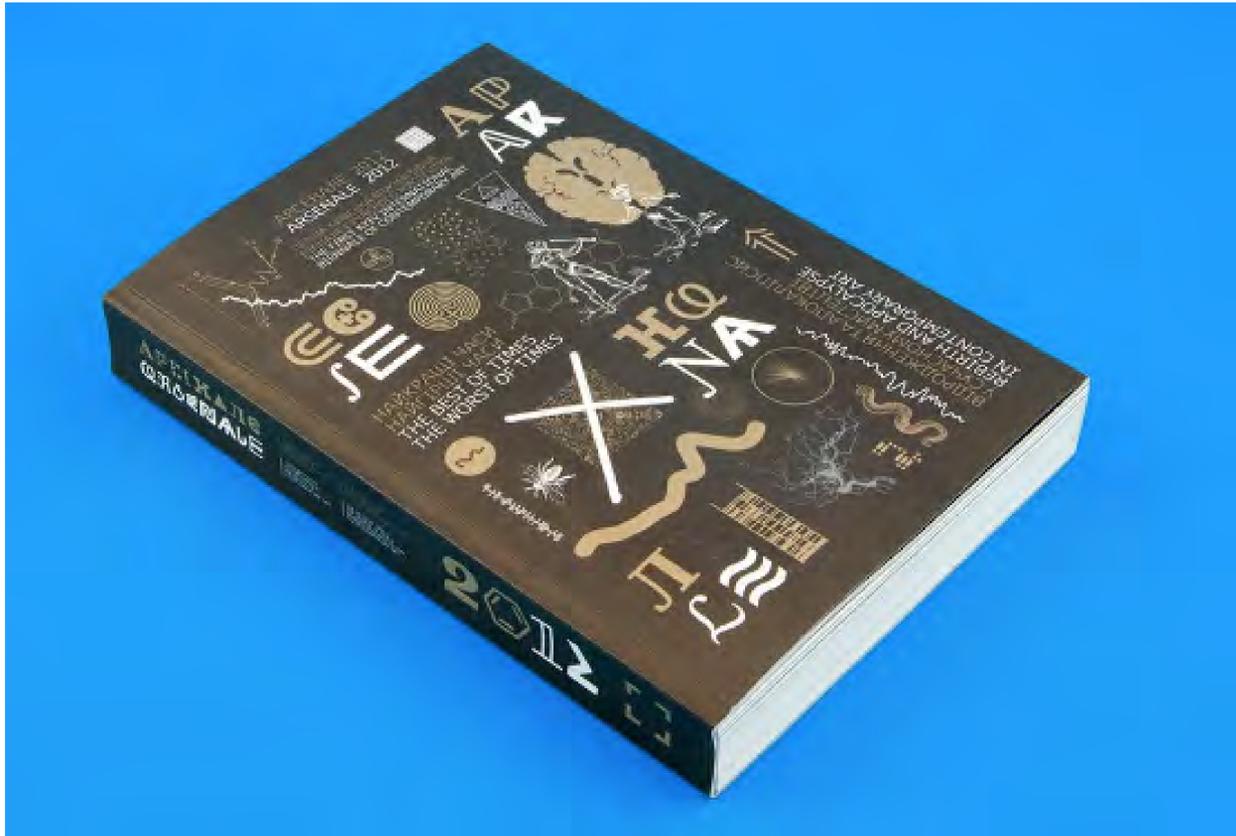
[ZUM PROJEKT >](#)

← Corporate Design für *Manna Noto*, Studio La Tigre (Italien), 2014

[ZUM PROJEKT >](#)

TIPPS

Um zu lernen, wie man Symbole und Buchstaben richtig einsetzt, muss man sie gut kennen und um ihre Bedeutungen und Ursprünge wissen. Ein Buchstabe kann mithilfe von Vektorgrafikprogrammen, wie **Adobe Illustrator**, **CorelDraw** oder **Inkscape** in seine Einzelteile zerlegt, umgewandelt oder neu zusammengesetzt werden.



← Katalog für *Mystetskyi Arsenal*, Jonathan Barnbrook (Vereinigtes Königreich), 2012

[ZUM PROJEKT >](#)

↑ Plakat, Katya Velkova (Bulgarien), 2013

[ZUM PROJEKT >](#)

← Plakat für die Ausstellung „*Paris-Tokyo*“, Atelier Muesli (Frankreich), 2012

[ZUM PROJEKT >](#)

TYPOGRAFIE (VINTAGE- UND FOLKLORE-STIL)

Im Grunde ist Grafikdesign vor allem **Typografie**: die Verwendung von Buchstaben und deren Anordnung in Rastern, wie wir es bereits beim Minimalismus gesehen haben. Die Typografie kann man jedoch auf noch fantasievollere und oft überladeneren Art und Weise einsetzen, auch entgegen dem, was einem der gesunde Menschenverstand eigentlich verbietet, wie z. B. mehr als drei (!) verschiedene Schriftarten in einem Projekt zu verwenden. Diese Art von Design erinnert an die Schilder der alten Geschäfte, an Verpackungen des frühen 20. Jahrhunderts, an Affiches und sogar an die klassischen Anschläge des Viktorianischen Zeitalters – alles in allem ist es: **„Vintage“**.

Nicht nur die gewählten **Fonts** machen den Unterschied, sondern auch **zarte und pastellige Töne**, der **Verzicht auf Fotografien** und der Einsatz von **Strichzeichnungen** anstatt von Illustrationen.

Vor allem in den USA lieben einige Designstudios diesen alten Designstil, der vor einhundert Jahren in Europa dank unzähliger, talentierter Schildgestalterinnen und -gestalter aufkam und nun mit den Vektorgrafikprogrammen und der extremen Präzision der Computer wieder auflebt.

Er ähnelt dem Stil, der in diesem E-Book „Handlettering“ genannt wird, und überschneidet sich teilweise mit ihm.



← Corporate Design für *Brasserie Balthazar*, Mucca Design (USA/Italien), 2006

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Projekt für den Verlag Rizzoli RCS, Mucca Design (USA/ Italien), 2009

ZUM PROJEKT >

← Corporate Design für *L'Arte del Gelato*, Louise Fili (USA), ca. 2013

ZUM PROJEKT >



TIPPS

Die richtigen Buchstaben suchen; versuchen, die Leerräume des Layouts elegant zu füllen; eventuell Texturen anwenden, um dem Produkt ein verblichenes und veraltetes Aussehen zu verleihen (Fotos mit altem, vergilbtem Papier sind in Ordnung).

← Bucheinband für den Verlag FSG Books, Jessica Hische (USA), 2013

↑↑ Etiketten für *Monarchia Matt*, Louise Fili (USA), ca. 2009

[ZUM PROJEKT >](#)

4.2. Dekoratives Grafikdesign ORGANISCHER STIL

Dieser Designstil setzt sich dank Zeichenprogrammen, wie Illustrator, immer weiter durch und wird vor allem in den letzten 10 Jahren gern verwendet.

Die Formen sind nicht mehr geometrisch, sondern **rund**; die Farben sind **eigenwillig**, die **Kombinationen riskant** und grell, manchmal werden Nuancen und Gradationen verwendet. In einigen Fällen sieht man **abstrakte Formen**, in anderen erinnert das Design an eine **zelluläre oder mikroskopische Welt**.

Ein Paradebeispiel dieses Ansatzes ist das Rebranding des deutschen Pharmariesen Merck, das von Futurebrand durchgeführt wurde.

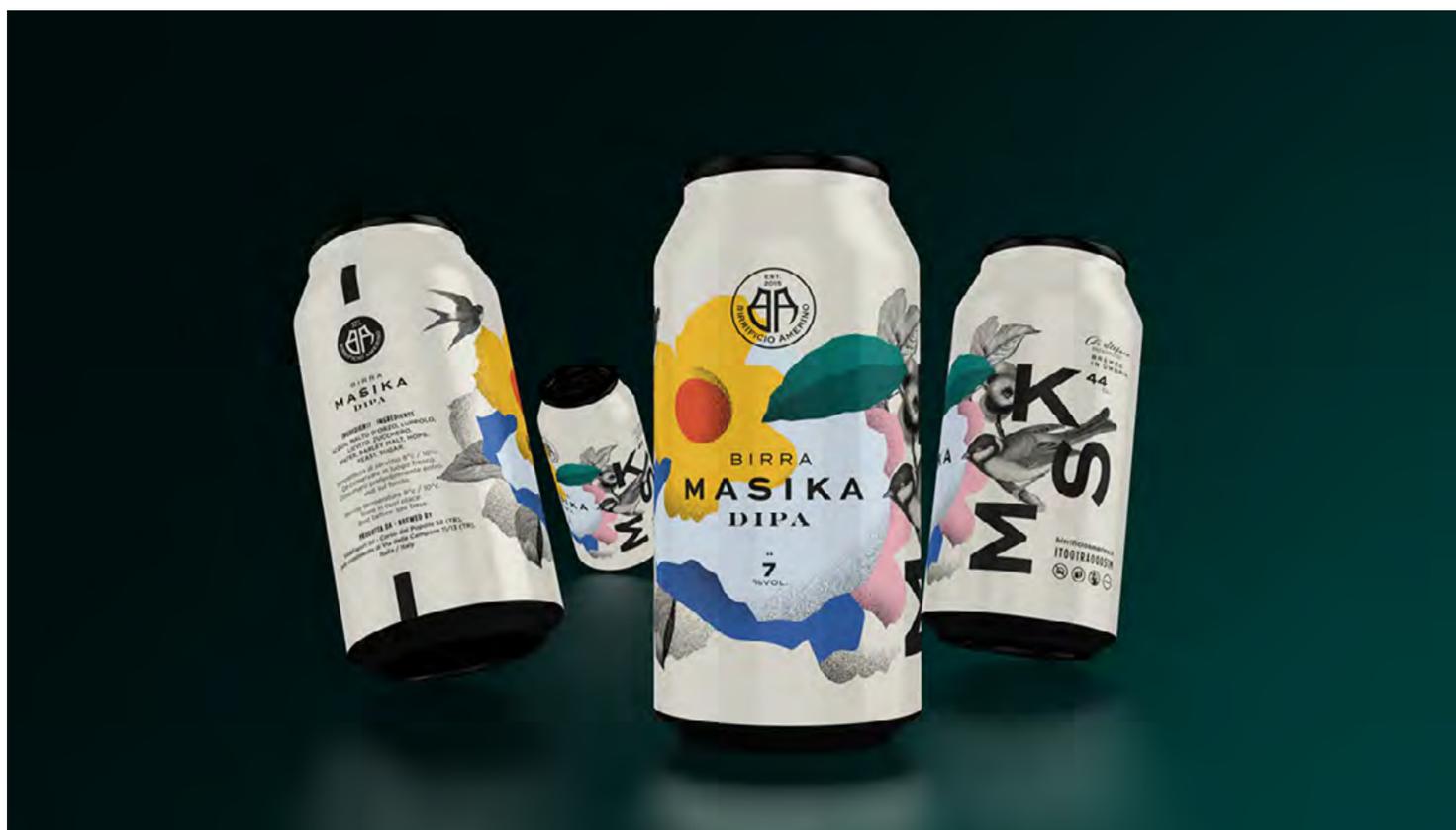
Das Ergebnis ist eine sehr innovative Corporate Identity, wenn man bedenkt, dass der pharmazeutische Sektor in puncto visuelle Kommunikation eigentlich sehr konservativ ist. Das neue Logo geht in Richtung Pop-Art und enthält **quietschbunte Elemente**, die an das Reich der Chemie denken lassen.



↑ Corporate Design für Merck, Futurebrand (Italien), 2015

[ZUM PROJEKT >](#)

Ein Klassiker dieses Ansatzes sind die Werbung und das typisch brasilianische Design von Havaianas, bei dem viele **bunte Illustrationen** verwendet werden, die an den Dschungel erinnern.



↑↑ Werbeplakate für Havaianas, Almap BBDO Brazil (Brasilien), ca. 2017

↑ Corporate Design für die Biermarke „Masika“, Emanuele Serra (Italien), 2018

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Plakat für *Secret Society*, Liam Madden (Irland), 2016

ZUM PROJEKT >



↑ Plakat, Jane Bodil (Frankreich), 2015

ZUM PROJEKT >

Eine Variante dieses Stils sieht den Einsatz von abstrakten Formen und Zeichen vor und wird oft für Festivals und Musikevents verwendet, v. a. für solche in Verbindung mit der Club Culture oder der elektronischen Musik. Sie ist sehr eng verbunden mit dem Stil, den wir zuvor „Symbolischen Minimalismus“ genannt haben.

TROPIKALISMUS (ODER FLORALISMUS)

Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren immer weiter durchgesetzt, bis er schließlich einen großen Anteil an den Designproduktionen hatte; mittlerweile wird er selbst von den populärsten Bekleidungsunternehmen verwendet. Man kann ihn als **tropischen oder floralen Designstil** bezeichnen, der ein Ableger vom minimalistischen Ansatz zu sein scheint. Hierbei verflechten sich einzelne Buchstaben und oft auch andere Grafikelemente mit Bildern einer üppigen Vegetation oder bunten Vögeln.

Im Allgemeinen stammen die Bilder aus Sammlungen botanischer und naturalistischer Illustrationen oder aus alten Drucken, die wieder aufgetaucht sind. So entsteht mit den **Bildern und dem minimalistischen Grafikdesign** eine elegante Mischung aus alt und neu (viel Weiß, breite Beschnitte, geometrische Formen und serifenlose Fonts in Großschrift).



← Plakat für die *Oslo Design Fair*, Bielke&Yang (Norwegen), 2016

[ZUM PROJEKT >](#)



TIPPS

Suchen Sie stets ästhetische Bilder aus – sie machen den Unterschied, denn schlecht gezeichnete Blumen oder Vögel ruinieren die Eleganz dieses Designstils.

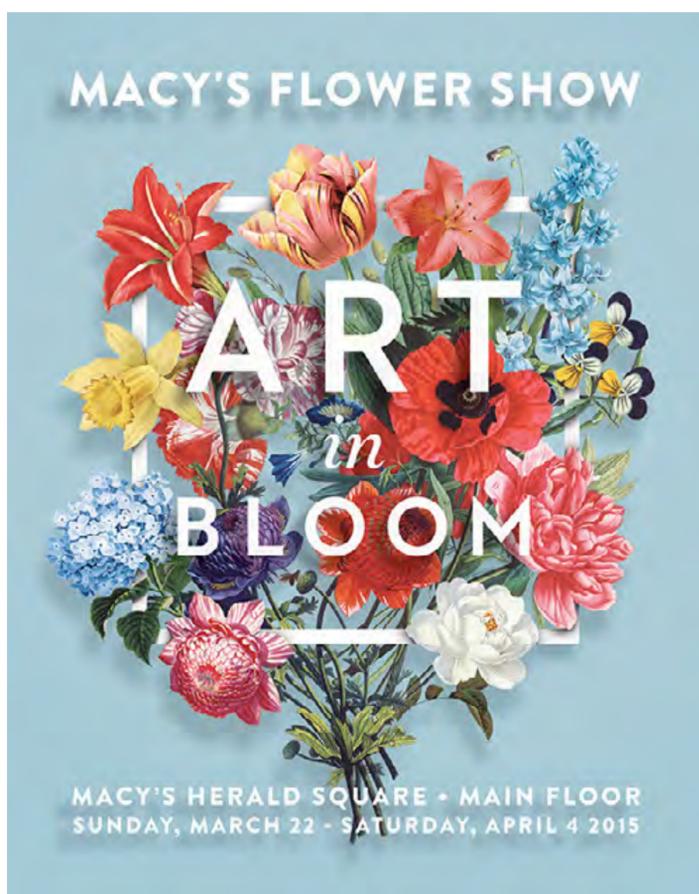
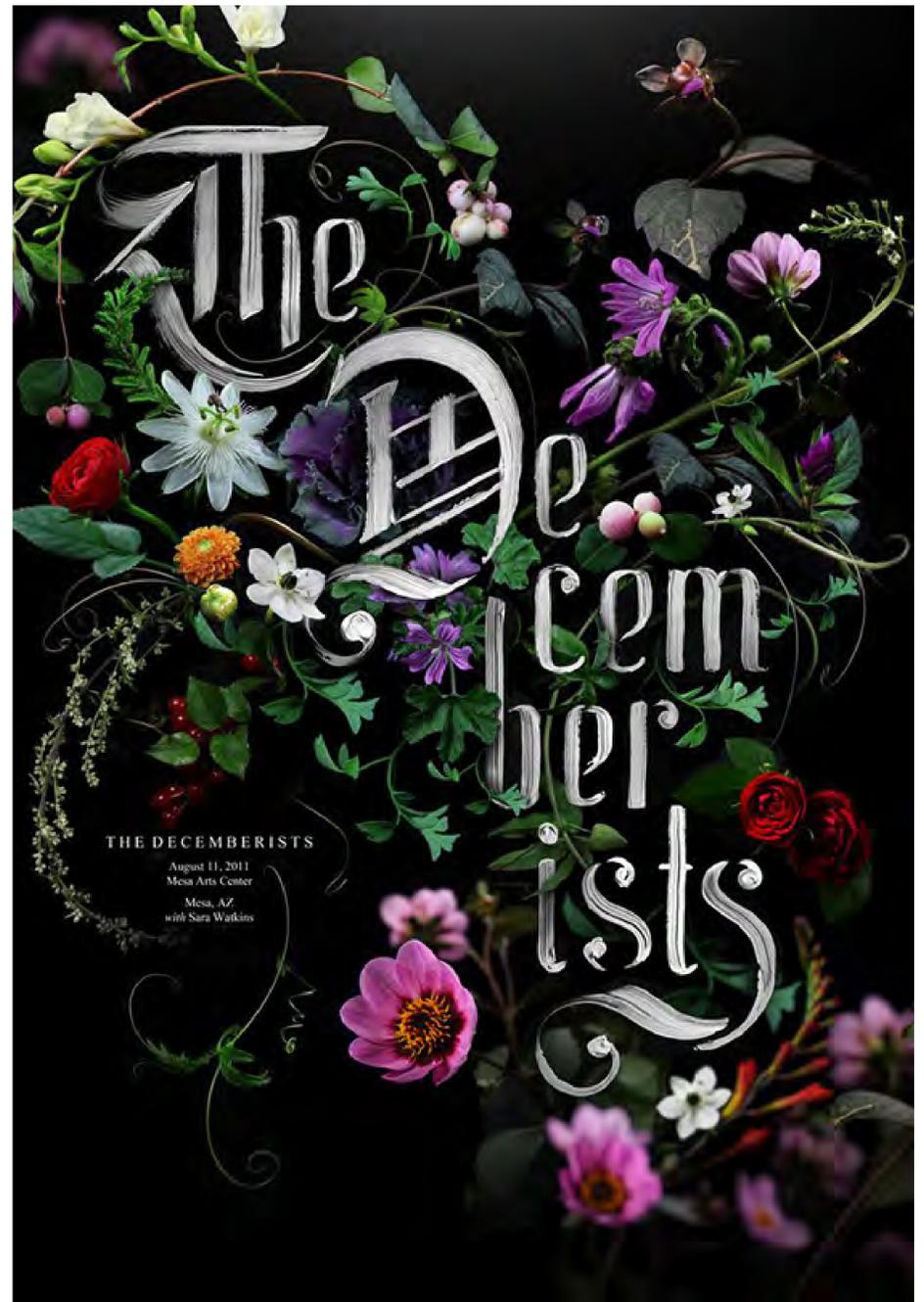
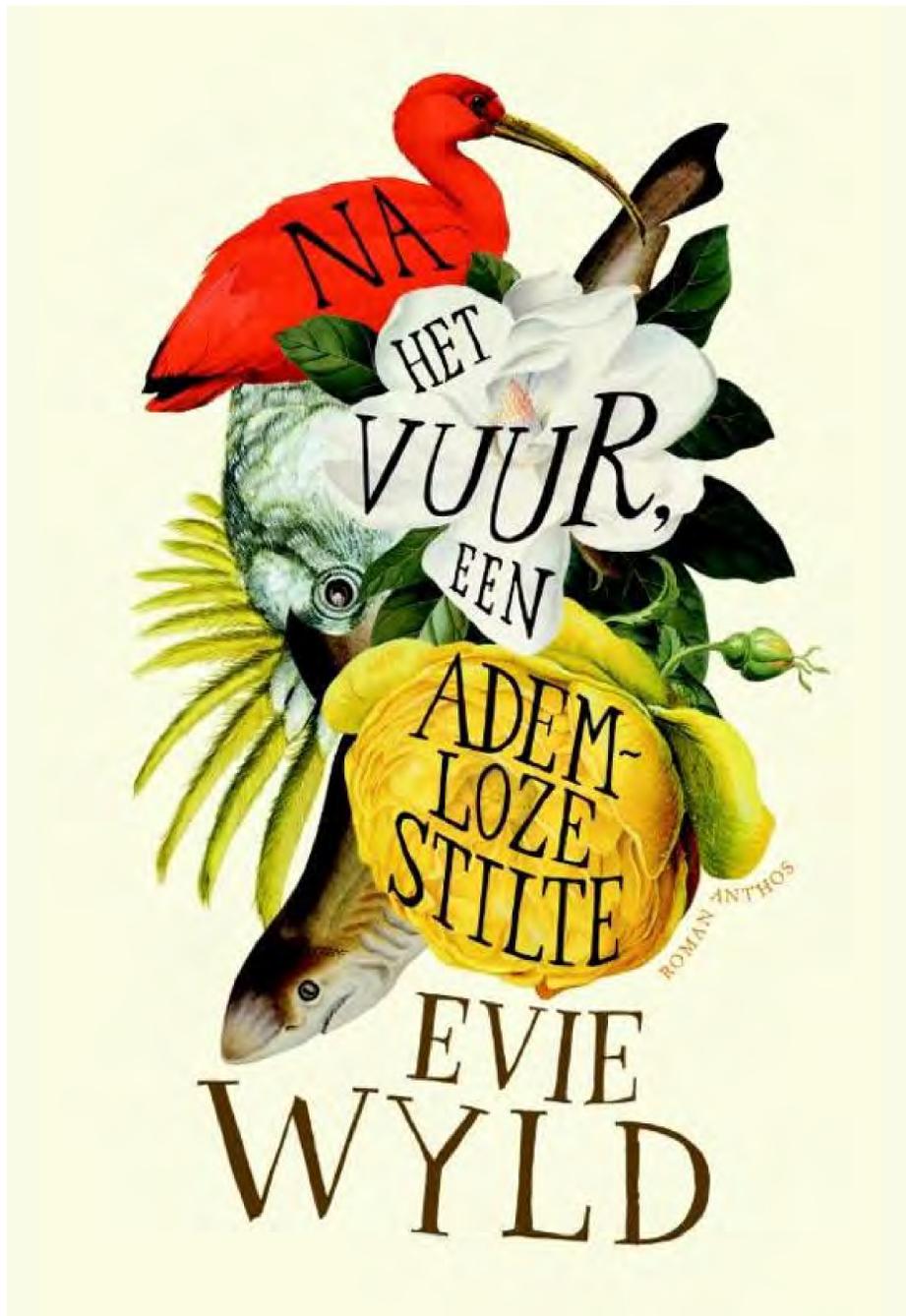
Ein weiterer Tipp ist, nicht mit der Menge zu übertreiben; wählen Sie lieber weniger, aber dafür schöne Elemente aus.

↶ Plakat für „-ING Talks“, ING (Dubai), 2014

ZUM PROJEKT >

↑ Plakat für „Rendez-Vous aux Jardins“, Studio Des Signes (Frankreich), 2013

ZUM PROJEKT >



↶ Bucheinband, Ambo Anthos (Niederlande)

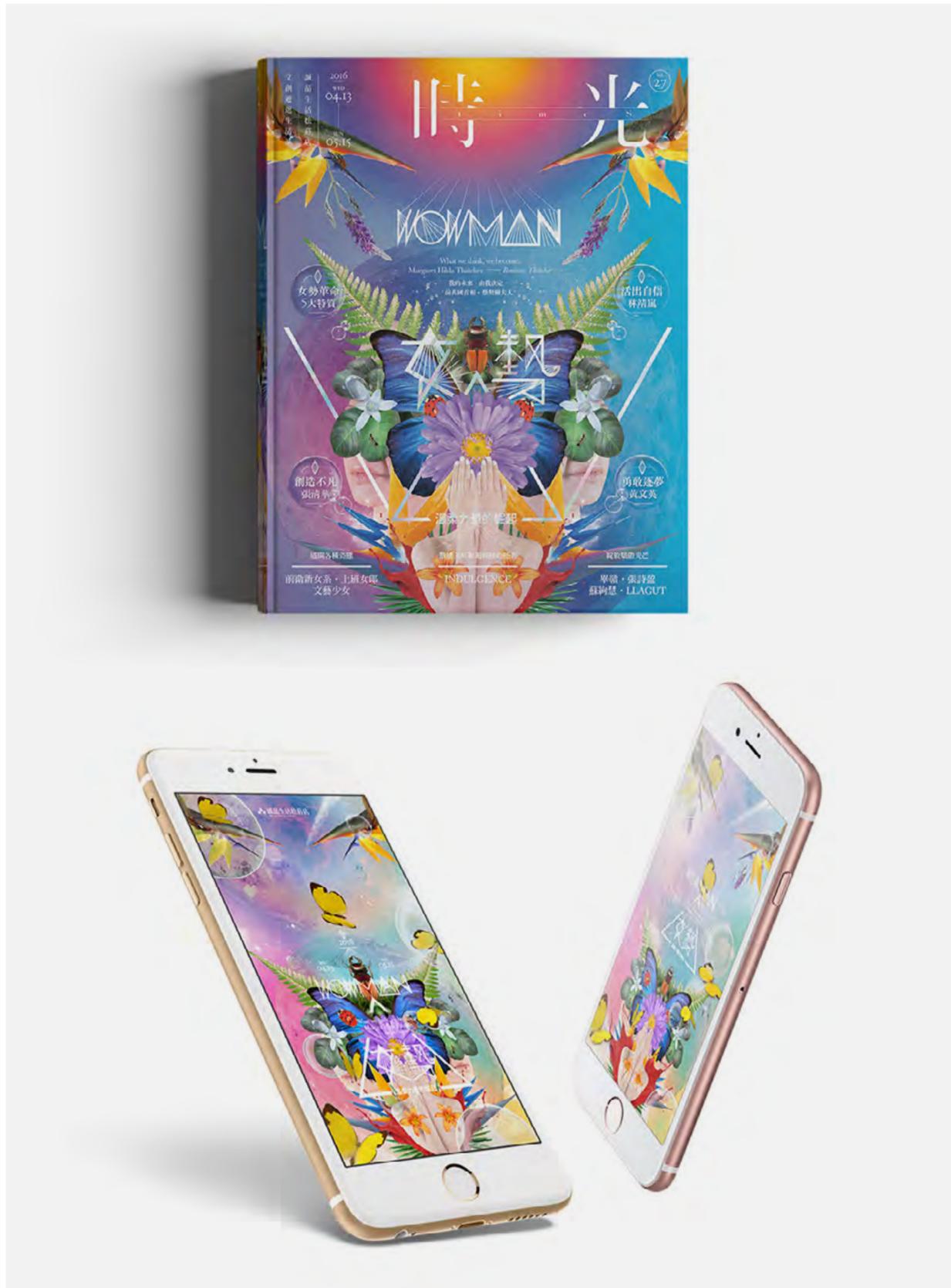
↑ Konzertplakat für *The Decemberists*, Sean Freeman (Vereinigtes Königreich), 2011

ZUM PROJEKT >

← Plakat für *Macy's Flower Show*, Alexis Elisa Caban (USA), 2015

ZUM PROJEKT >

Die letzten beiden Beispiele dieses Designstils zeigen, wie dieser mit **Handlettering** oder Collagen und detailreichen **Bildern im Barockstil** kombiniert werden kann. In beiden Fällen sind die Buchstaben und Grafikelemente auf ein Minimum reduziert und versuchen bestmöglich, sich hinter den Bildelementen zu verstecken.



↑ Buch und Corporate Design für *Wowman*, Keson (Taiwan), 2016

[ZUM PROJEKT >](#)

4.3 Handmade

In einer Welt, die immer stärker von Technologie und Digitalisierung geprägt ist, gewinnt der **Handmade-Ansatz** immer mehr an Attraktivität. Oft wird dies durch die Mischung von Analogem und Digitalem erreicht, oder indem man digitale Tools so verwendet, dass sie in Handarbeit hergestellt zu sein scheinen.

Es besteht immer die Gefahr, dass die digitalen Tools im Übermaß eingesetzt werden; die Kommunikation wird kalt und steril und das Publikum wünscht sich sehnlichst eine Rückkehr zum Natürlichen, Organischen, Unharmonischen und Asymmetrischen. In einer zu perfekten Welt begibt man sich so auf die **Suche nach Imperfektionen**, die noch vom Zutun des Menschen zeugen und davon, dass hinter der Technologie noch **natürliche Kreativität** steckt.

Oft denken diejenigen, die nicht viel von Grafikdesign und Fotografie verstehen, dass man mit dem Computer alles machen könne und vor allem, dass alles damit gemacht sei. Das zeigt, dass man das Vertrauen in die Präzision und die Exaktheit der Handarbeit verloren hat – das, was sehr präzise, ordentlich, symmetrisch ist, wird als technologisch und industriell gesehen, und alles andere als menschlich und handwerklich.

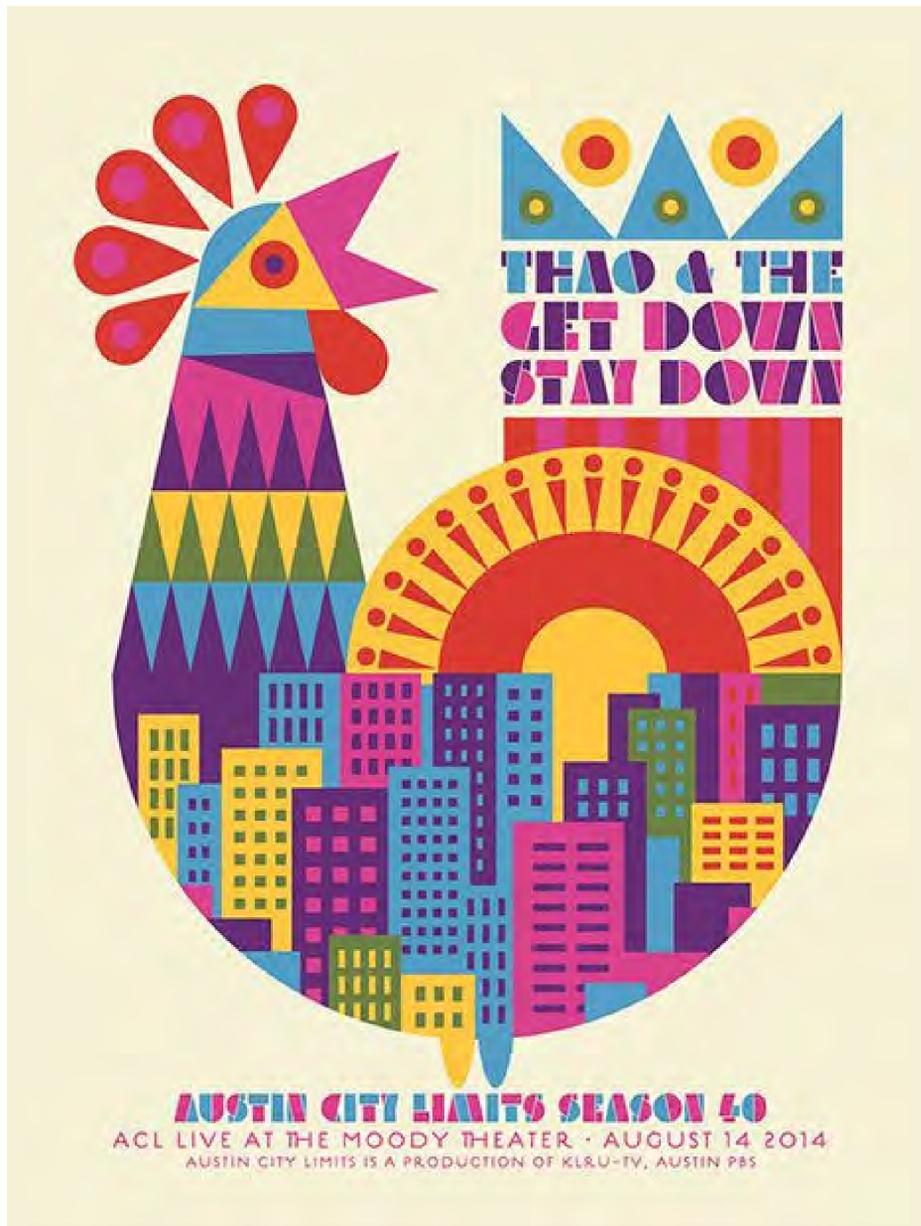
In diesem Teil des E-Books untersuchen wir die **aktuellen Trends des Grafikdesigns**, welche die **Dekoration**, die Handarbeit, das **Handgemachte** umfassen.

Und wir werden feststellen, dass es davon nicht wenige gibt und vor allem, dass damit in ästhetischer Hinsicht bemerkenswerte und beeindruckende Ergebnisse erzielt werden können.

ILLUSTRATIVES DESIGN

Das Kombinieren von Illustration und Grafikdesign ist vielleicht der älteste Trend, den es gibt: Vor über einem Jahrhundert war es die Aufgabe der Grafikerinnen und Grafiker, die Bilder selbst zu entwerfen und zu zeichnen. Diese auf die sogenannten *Affichisten* zurückgehende Arbeit des frühen 20. Jahrhunderts besteht bis heute fort und wird insbesondere im Bereich der kulturellen und künstlerischen Förderung angewandt.

Im Rahmen dieses Trends arbeiten viele Plakatdesigner/innen, aber auch einige, die sich um Buchcover kümmern, oder Illustrator/innen, die Talent für das Grafikdesign haben.



Der Schriftsatz reiht sich in den illustrierten Teil in oft komplizierten Kompositionen ein. Eigentlich findet sich dieser Ansatz in vielen Abschnitten dieses E-Books wieder, nämlich überall dort, wo die Grafikerin oder der Grafiker ein kombiniertes und ergänzendes Gefüge aus Bild und Text designt, wie z. B. beim Handlettering.

TIPPS

Der schwierigste Teil besteht für jeden, der sich an diesem Stil versuchen möchten, darin, dass der illustrierte Teil nicht den Text übermannen darf und dass der Text auf dem Niveau der Illustration ist. Die Gefahr liegt darin, dass eine gute Illustration mit unbeholfen ausgewählten Grafikelementen kombiniert wird. Die Illustrationen können mit einer Vielzahl von Softwareprogrammen entworfen werden, wobei diese Art von Grafikdesign nicht vollständig digital hergestellt werden muss.



◀ Plakat „Austin City Limits Festival“, Non-Verbal Club (Portugal), 2014

[ZUM PROJEKT >](#)

↑ Plakat „Guimarões Jazz Festival“, Non-Verbal Club (Portugal), 2012

[ZUM PROJEKT >](#)

HANDLETTERING

Handlettering ist das Schreiben von Hand, bei dem man keine fertigen Fonts benutzt, sondern Buchstaben und oft auch andere Elemente (Linien, Textboxen, Icons usw.) **von Hand schreibt**. Um sich in dieses Abenteuer des Grafikdesigns zu begeben, das **zwischen der Kalligrafie und der Illustration eingeordnet** werden kann, muss man in der Lage sein, selbst Schriftzeichen zu entwerfen.

In einigen der folgenden Beispiele wurde das Handlettering in eine Vektorgrafik konvertiert und damit präziser und symmetrischer gestaltet, während es in anderen Fällen mit Stift oder Pinsel gestaltet wurde, wodurch die Arbeit persönlicher wird oder noch einige Imperfektionen aufweist.

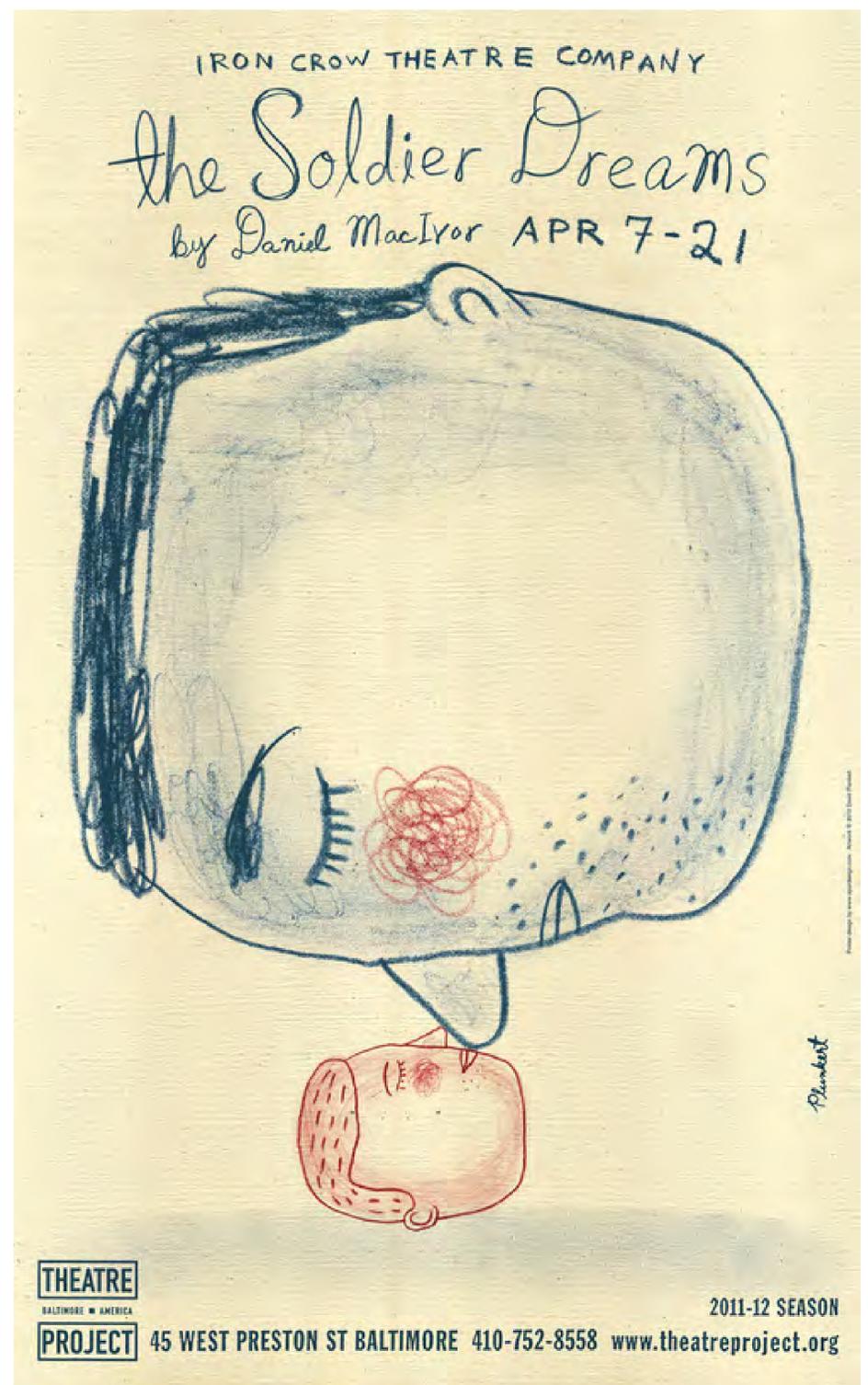
Der große Vorteil des Handletterings ist, dass man damit jeden Raum füllen kann, denn man kann sich damit flexibel an fast jedes Layout anpassen; außerdem **gefällt es jedermann**, da es an eine ideale, prätechnologische Welt erinnert, in der man großen Wert auf Handarbeit legte.

Eine der beliebtesten Unterkategorien dieses Designtrends ist die **Vintage- und Hipster-Ästhetik**, die an einen „populären“ Lettering-Stil erinnert, mit dem noch heute in den Vereinigten Staaten Schilder angefertigt, Poster gestaltet und Gegenstände aller Arten dekoriert werden.



← Plakat für Theateraufführung, David Plunkert (USA), 2011-2013

[ZUM PROJEKT >](#)



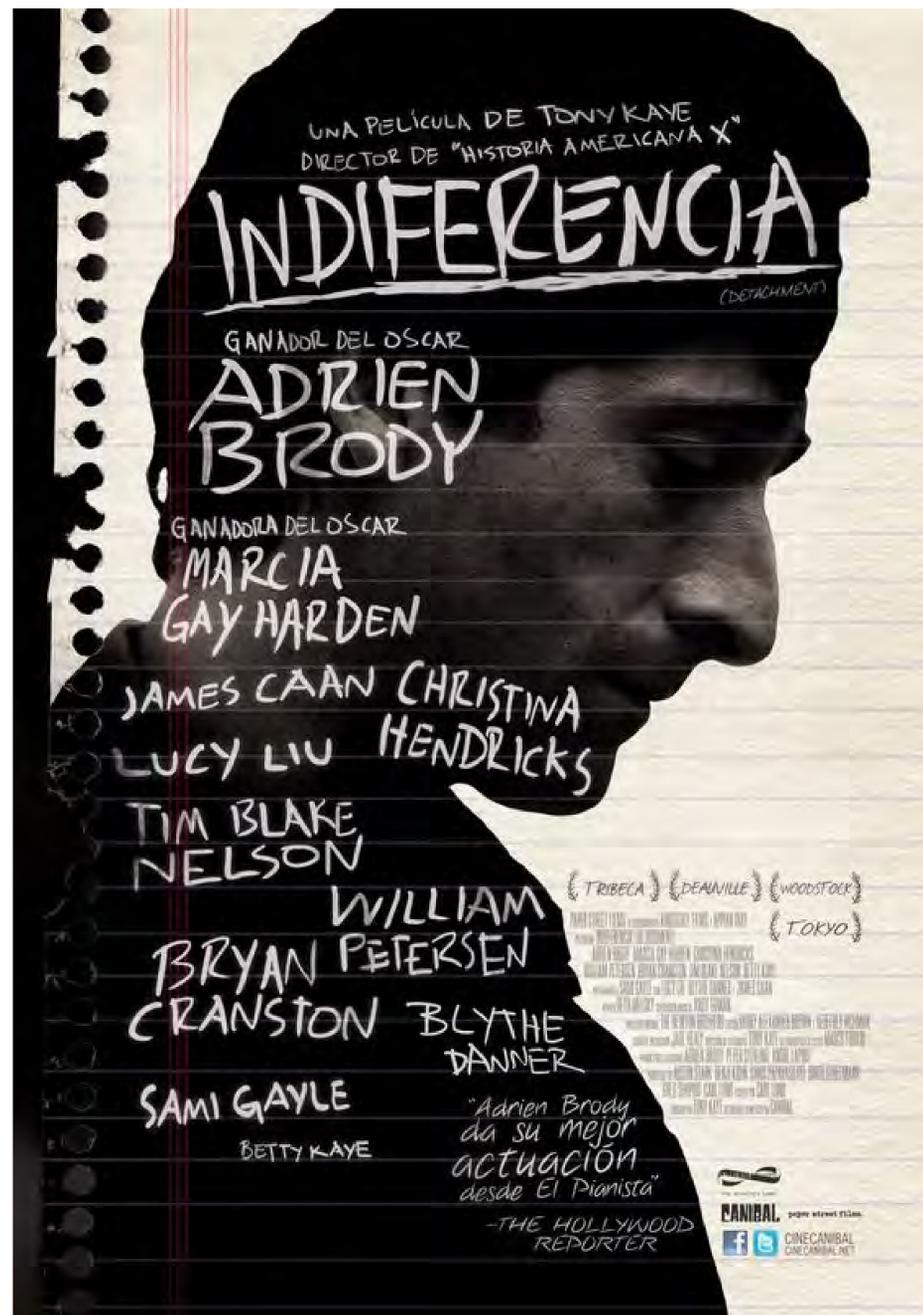
TIPPS

Skizzen stets mit Kugelschreiber oder Bleistift auf das Papier aufmalen, anschließend einscannen und schließlich in eine Vektorgrafik umwandeln. Nun kann man das Lettering digital verfeinern, zu große Imperfektionen verschwinden lassen, die Buchstaben, u. a. die Liniendicke, aneinander angleichen und sie natürlich farbig gestalten.

⏪ ⏩ Plakat für Theateraufführungen, David Plunkert (USA), 2011-2013

⏪ Plakat „The Soldier Dreams“, David Plunkert (USA), 2011-2012

ZUM PROJEKT >

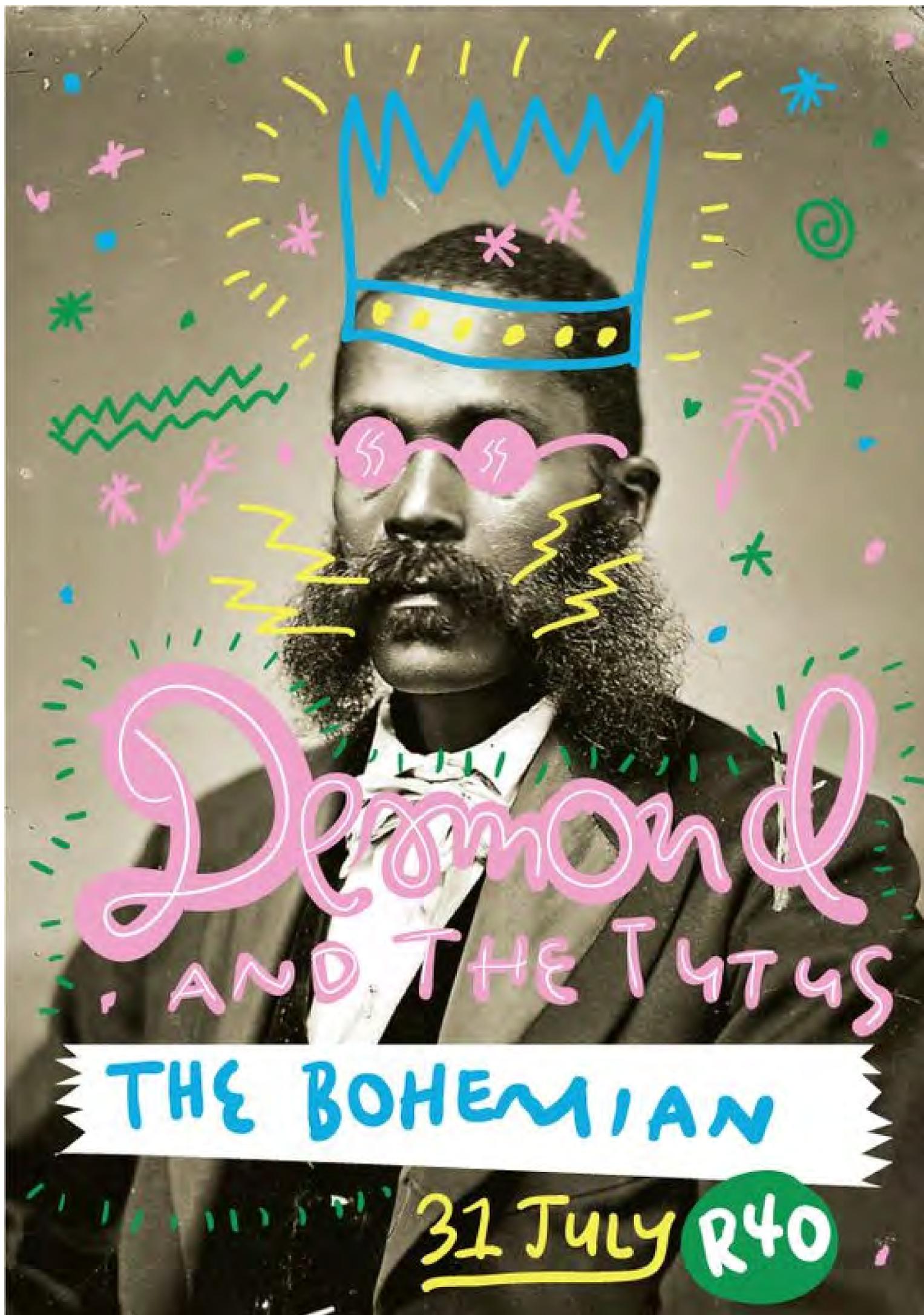


↶ [Torment/ Cement-NY, Doug Alves \(Brasilien\), 2015](#)

[ZUM PROJEKT >](#)

↑ [Filmplakat „Detachment“, Showbeast \(USA\), 2011](#)

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Konzertplakat, Shane Durrant (Südafrika), ca. 2010

[ZUM PROJEKT >](#)

GEGENSTÄNDLICHES GRAFIKDESIGN

Gegenständliches ist im Grafikdesign stets beliebt. Vor allem beim Entwurf von Plakaten und Buchcovern werden die unterschiedlichsten Dinge fotografiert (oder eingescannt) und in das Designprojekt integriert – und sind der Protagonist. In einigen Fällen verwendet man Gegenstände, die zum Projekt passen (um eine Assoziation von Vorstellungen oder im Gegenteil Überraschung oder Verblüffung hervorzurufen), in anderen Fällen werden sie extra dafür konstruiert, zusammengebaut oder verändert, v. a. mit Photoshop, um den verblüffenden oder seltsamen Effekt des Bildes zu verstärken. Dieser Ansatz wird oft im kulturellen Bereich und in den letzten Jahren immer weniger in der Werbung und bei Verlagen verwendet.



↑ Plakat für *AIGA Colorado*, Stefan Sagmeister (Österreich/USA), 2008

[ZUM PROJEKT >](#)



↔ Festival- und Theaterplakat, Isidro Ferrer (Spanien), 2011-2015

ZUM PROJEKT >

TIPPS

Viel Wert auf eine gute Aufnahme legen – dafür sollte man eine gute Kamera haben und für eine angemessene Ausleuchtung des Gegenstandes sorgen.

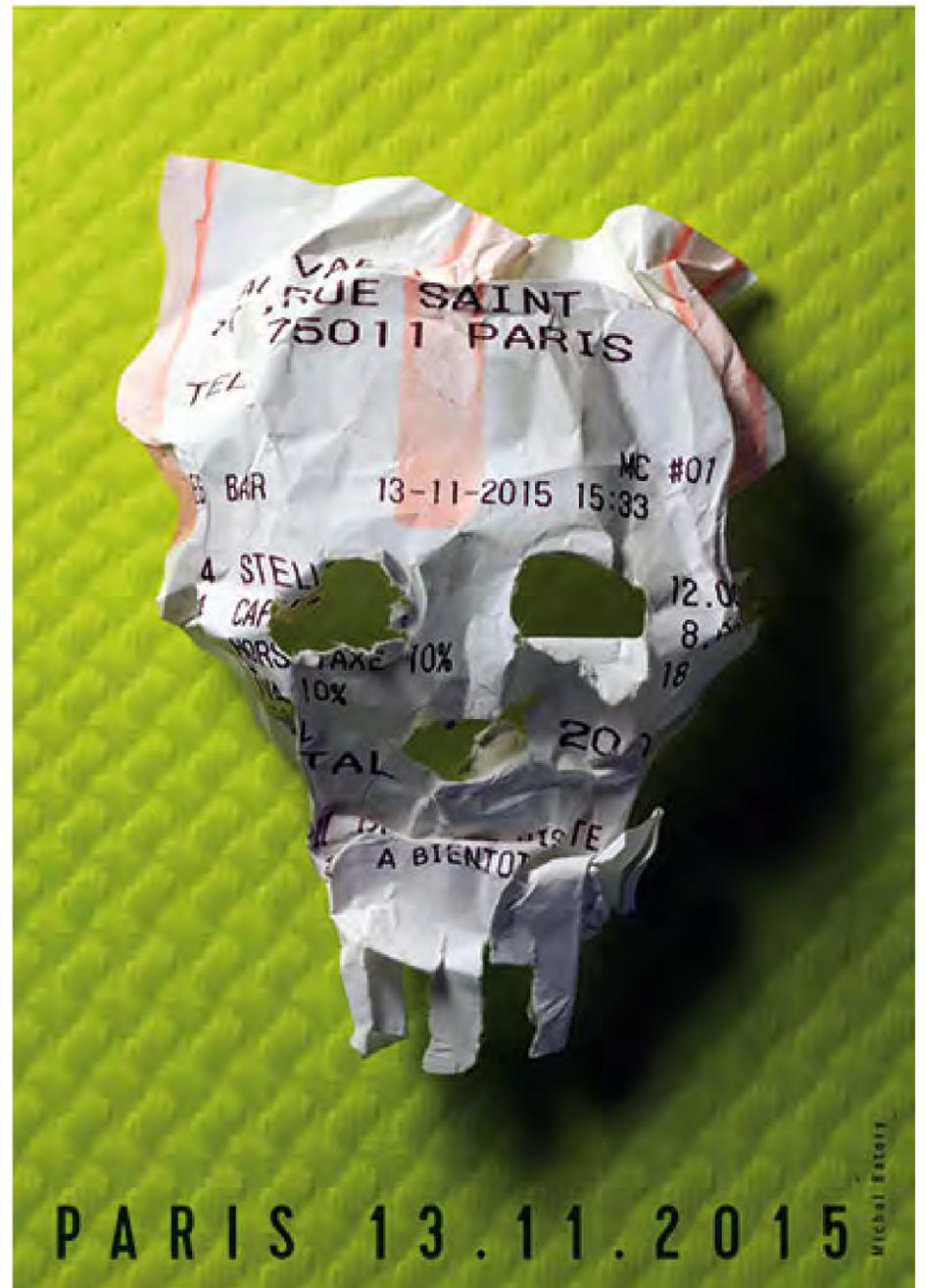
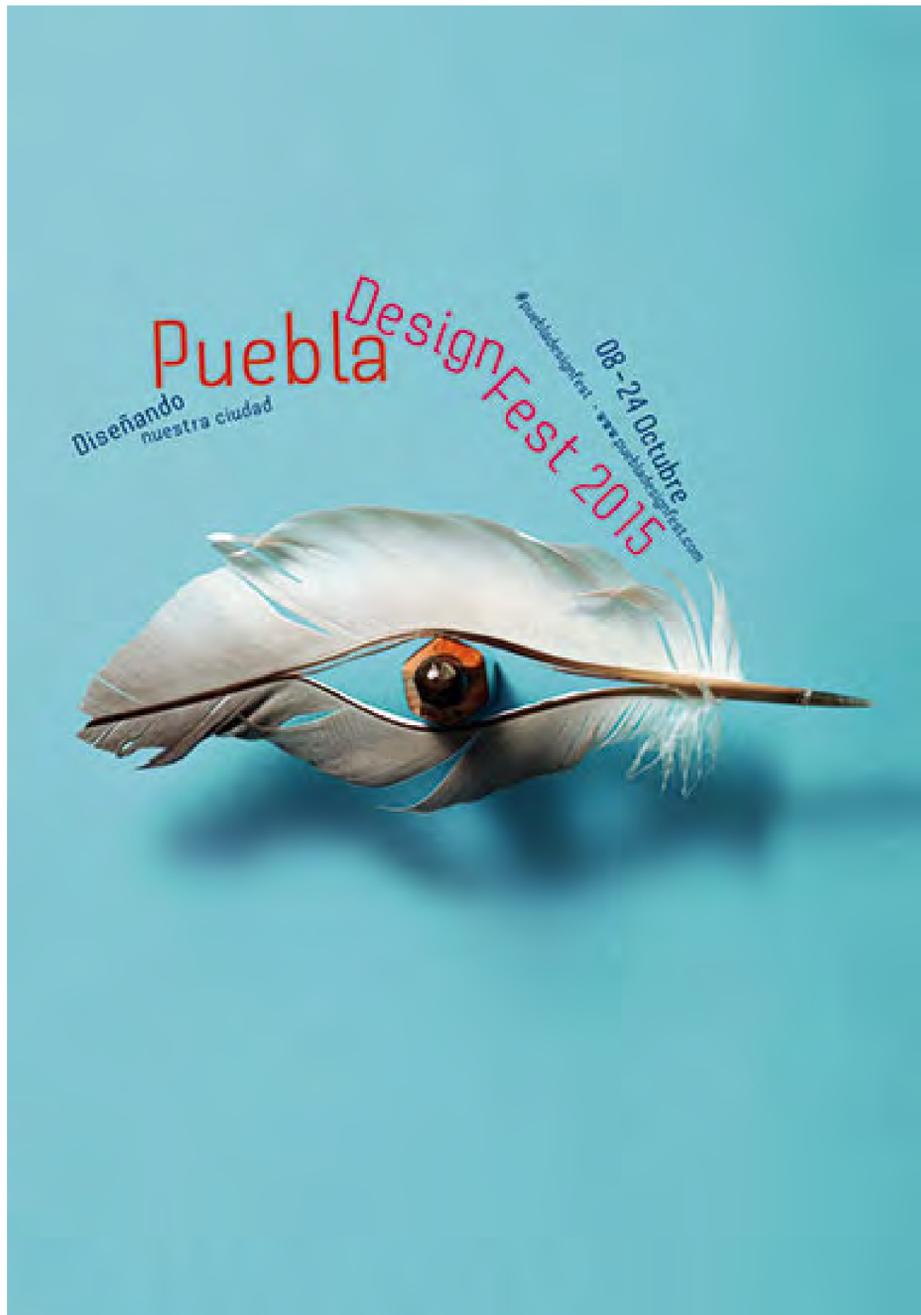
Ein guter Tipp ist, weitestgehend die natürlichen Schatten einzusetzen, die bei der Aufnahme entstehen, und zu vermeiden, künstliche Schatten bei der Postproduktion zu erzeugen (im Allgemeinen durch ungenaue Umrissse und zu regelmäßig rekonstruierte Schattierungen).

Heutzutage kann man mit dem Smartphone jederzeit Bilder von Gegenständen aufnehmen (das Objektiv sollte allerdings eine gute Auflösung haben). Wichtig wäre es hierbei, die **Größe des Bildes** so einzustellen, dass sie mit der übereinstimmt, in der es letztendlich gedruckt werden soll.



↑ Festival- und Theaterplakat, Isidro Ferrer (Spanien), 2011–2015

[ZUM PROJEKT >](#)



↔ Festivalplakat, Michal Batory (Polen), 2015

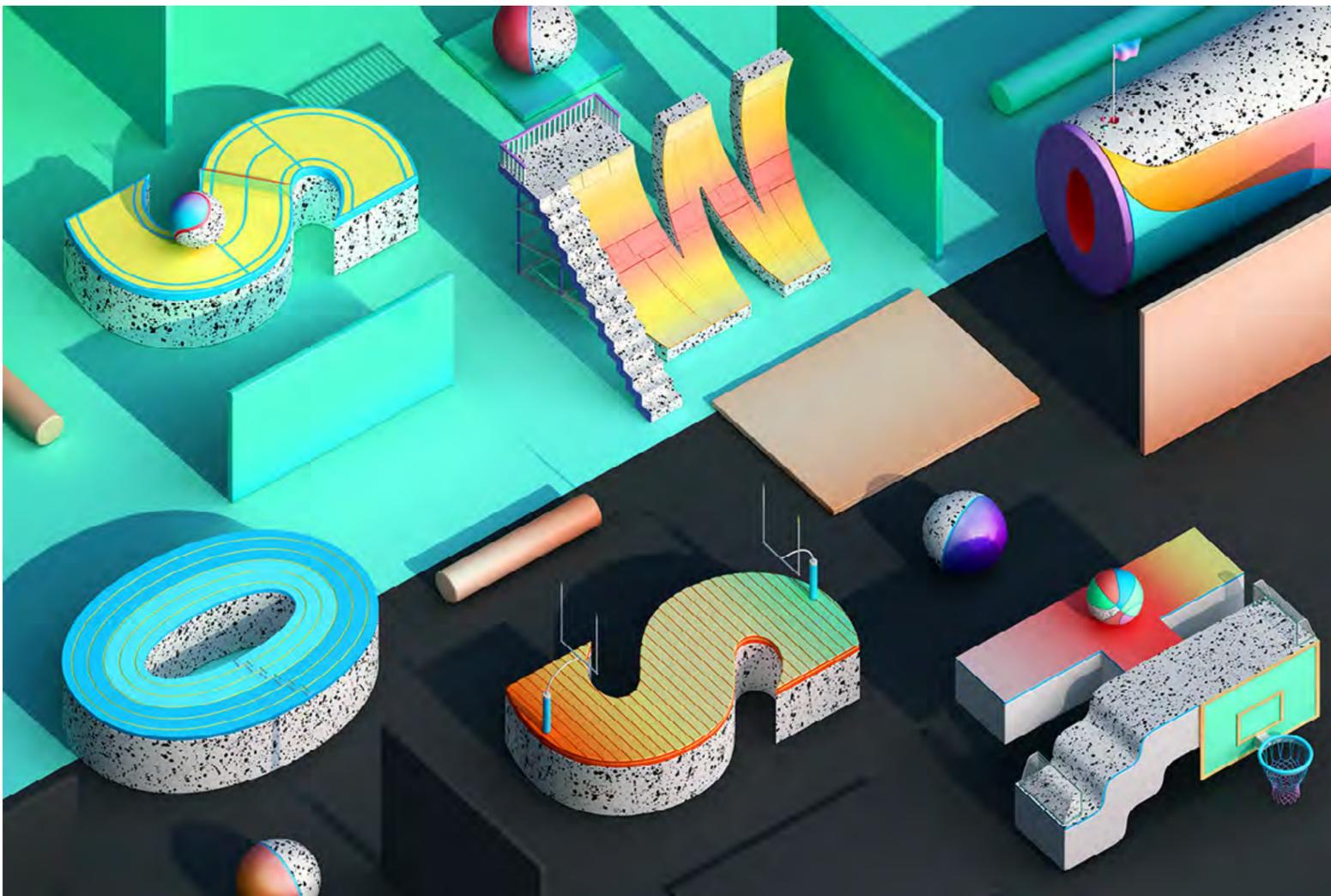
ZUM PROJEKT >

3D-GRAFIKDESIGN

Dieser Ansatz scheint mehr mit den in Grafikdesignprojekten enthaltenen Bildern als mit dem Grafikdesign an sich in Verbindung zu stehen. Er könnte eine Unterkategorie des Designrends mit Illustrationen oder der Typografie darstellen, wobei hier die 3D-Technik und ihre Ästhetik stärker zur Verwendung kommen.

Um Bilder mit diesem Effekt zu produzieren, verwendete man in den letzten Jahren sowohl Software mit 3D-Modellierung als auch fotografierte reale Modelle (aus Papier, Holz, Kunststoff usw.), wobei es manchmal schwierig ist, beide voneinander zu unterscheiden.

Diese Art von Grafikdesign ist im Allgemeinen sehr farbenfroh und enthält sehr oft abstrakte oder organische Elemente. Sie ist weniger für informative Zwecke als für **Werbung** und **Plakate** für Festivals und Musikevents geeignet.



↑ *3D Type Collection 1*, Ilovedust (Vereinigtes Königreich), 2017

[ZUM PROJEKT >](#)



↑ Plakat „We are the 90's“, Alexis Persani (Frankreich), 2017

ZUM PROJEKT >

↩ Cover für „L'Album by Shortlist“ für CB News, Benoit Challand (Frankreich), 2017

ZUM PROJEKT >



↑ [Corporate Design für die Olympischen Spiele in Rio de Janeiro, Fred Gelli/Tàtil \(Brasilien\), 2015](#)

[ZUM PROJEKT >](#)

TIPPS

Lernen Sie den Umgang mit den einfachsten Softwareprogrammen mit 3D-Modellierung (zum Beispiel kostenlose, wie **Blender** und **SketchUp**) und mit den 3D-Tools von **Photoshop** und **Illustrator**. Dann sollten Sie wissen, wie Sie das erhaltene Bild in den richtigen Kontext bringen (Komposition des Layouts und Einsatz von Farben und Lettering).

Übertreiben Sie nicht mit Details oder Realismus: Auch wenn man einfach nur eine beliebige Form verwendet (geometrisch, organisch, erfunden), erhält man interessante Ergebnisse. Einen realistischen Effekt der 3D-Modelle erzielt man nämlich durch die richtige Berechnung der perspektivischen Ansicht, durch den Blickwinkel und die Schatten.

Einen guten Eindruck hinterlässt das eigene Designprojekt demnach auch nur mit einem einfachen 3D-Modell einer Kugel.

3D-GRAFIKDESIGN IN HANDARBEIT

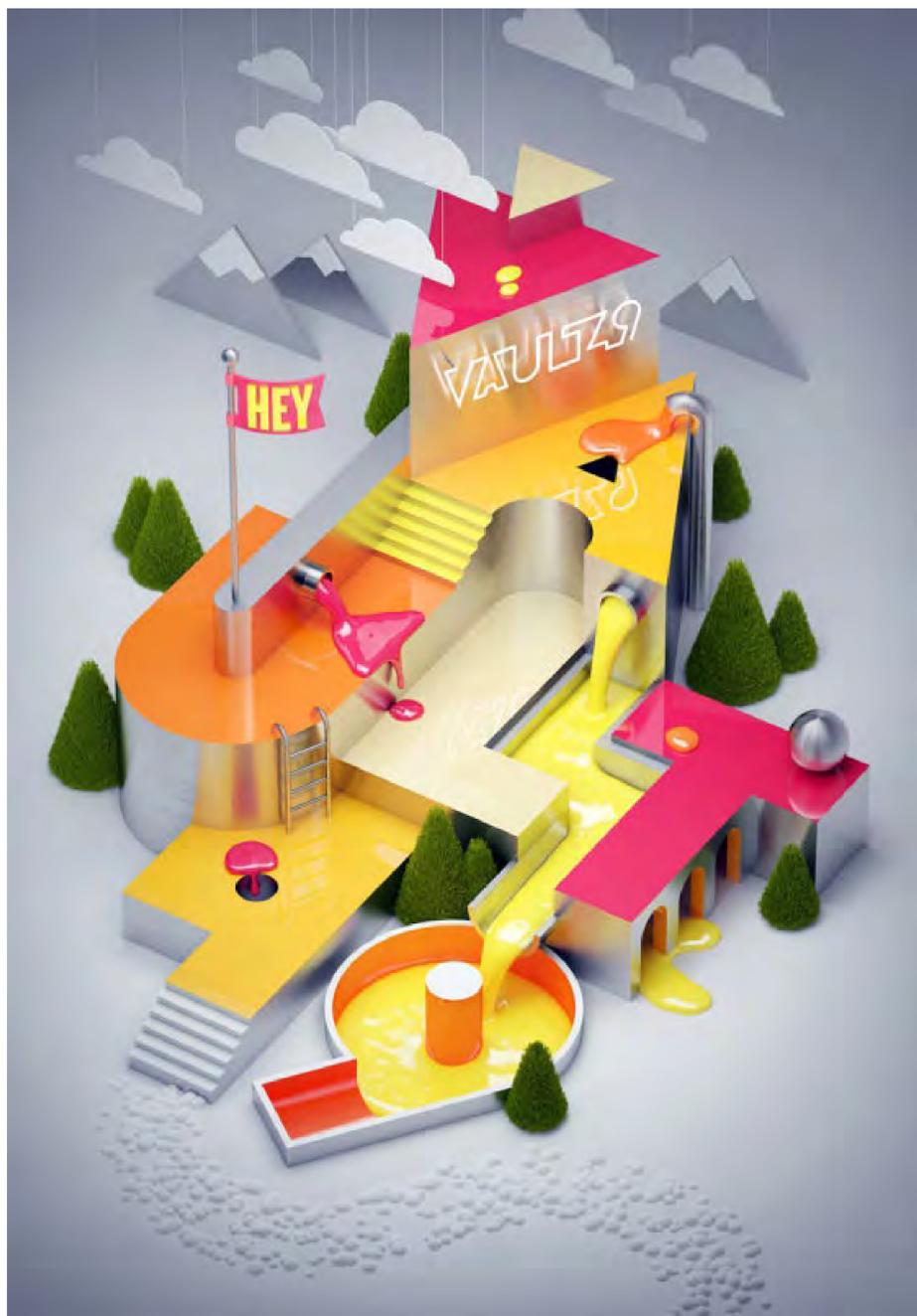
Letztlich handelt es sich auch hier um 3D: Papier zuschneiden und Modelle daraus entstehen lassen, Illustrationen und Lettering dazu und das Ganze abfotografieren – dieser in Handarbeit ausgeführte Ansatz ist eine Alternative zur dreidimensionalen Modellierung. Außerdem hat Papier mit der sauberen und präzisen Verarbeitung der Modelle, die schwer von einem gewissen Typ von digital erschaffener Grafik zu unterscheiden sind, etwas „von Menschenhand Erschaffenes“, das warm und witzig ist – etwas, was das Digitale nicht vermag.

Es gibt viele Beispiele in dieser Kategorie Grafikdesign/ Illustration: Einige Designer/innen bauen ihre dreidimensionalen Modelle, nachdem sie sie entworfen haben, andere erschaffen ausgefeilte Kompositionen einzig und allein durch das Zuschneiden von Papier, wiederum andere versuchen, diese Effekte mit der digitalen Technik zu erzielen.



↑ Kampagne für *Pro Delight*, Hochburg Design (Deutschland), 2017

[ZUM PROJEKT >](#)

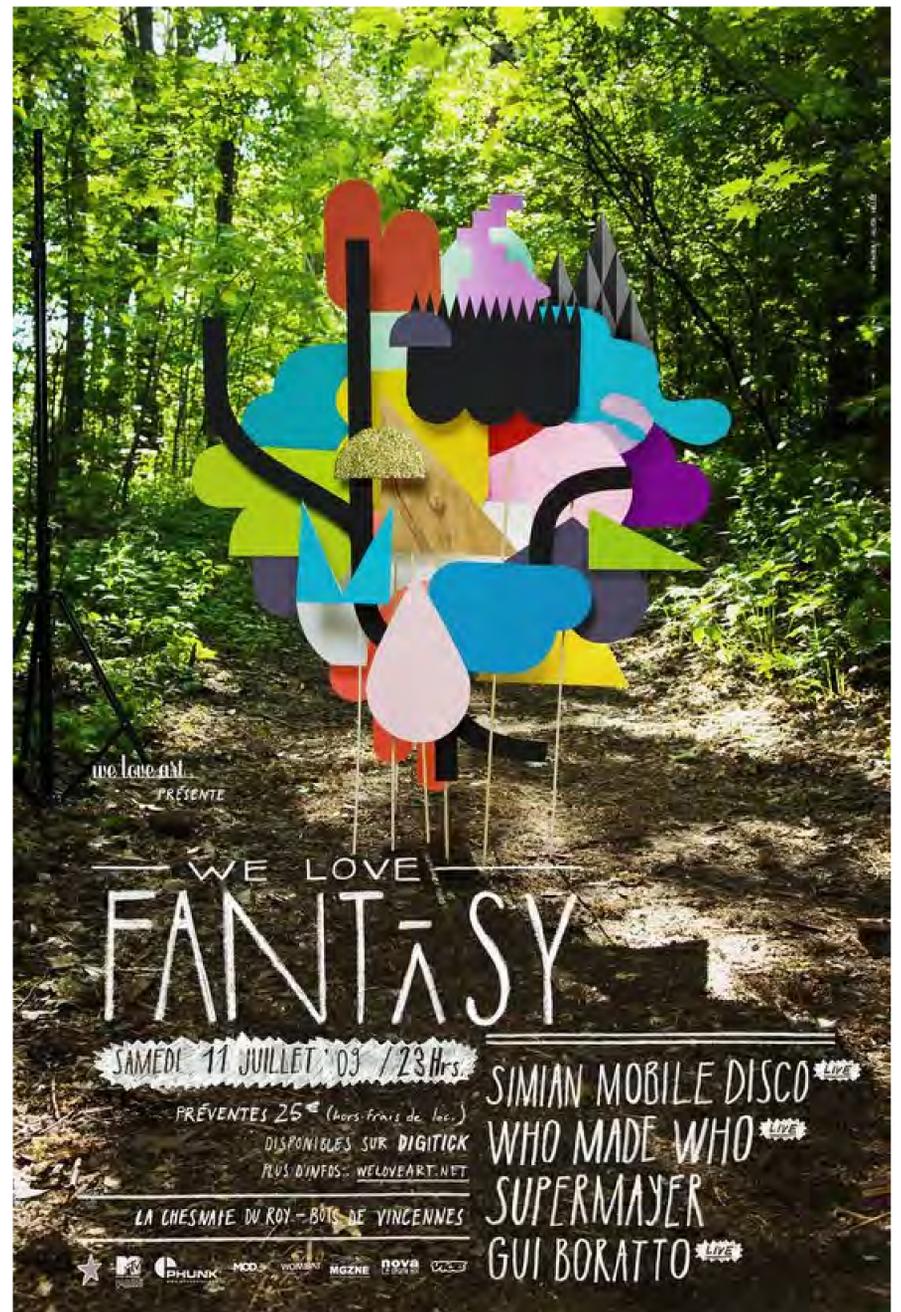


↑ Plakat „Fête du Livre Jeunesse de Villeurbanne“, Louis Rigaud (Frankreich), 2013

ZUM PROJEKT >

↩ Grafikprojekt, Vault49 (USA)

ZUM PROJEKT >



↑ Plakat „We love fantasy“, Julien Vallée (Kanada), 2009

ZUM PROJEKT >

← Plakat für Hyundai Creative Lab, Happycentro (Italien), 2012

ZUM PROJEKT >



↖ ↗ ↘ Kampagne für das *Malmö Festival*, Snask (Schweden), 2013

ZUM PROJEKT >

CONSIGLI

Rüsten Sie sich mit **Schere, Papier, Klebstoff, Präzision**, viel Geduld und einer guten Fotokamera aus. Alternativ kann man versuchen, diese Effekte mit **Illustrator und Photoshop** zu reproduzieren – ein geschickter Umgang mit Formen, Farben und vor allem Schatten kann zu guten Ergebnissen führen. Tatsächlich erzeugen regelmäßige Schnitt- und Modellformen ebenso regelmäßige Schatten und sind daher digital gut reproduzierbar.

4.4 Hybrides Grafikdesign

Es gibt auch eine Art von Grafikdesign, bei dem versucht wird, **alles zu vermischen** – wirklich alles.

Es ist das genaue Gegenteil vom Minimalismus, da es überladen, bulimisch, barock und manchmal auch chaotisch ist.

Es kann an Underground- oder Alternative-Ästhetik, oder an Pop-Art erinnern.

Er kann verstörend, aber auch unterhaltsam sein. Elegant oder so richtig schön anarchistisch.

Es gibt nicht viele die sich an diesen Ansatz heranwagen; aber Gott sei Dank schafft er es, sich in einer von Technologie und von digitalen Kompetenzen dominierten Welt zu behaupten.

TIPPS

Keine. Alles ist erlaubt.



← Cover für „The New York Times Magazine“, Sagmeister & Walsh (USA), 2017

↓ Kampagne für *Frooti*, Sagmeister & Walsh (USA), 2015

[ZUM PROJEKT >](#)





↑ Fotoprojekt „*Having Guts Always Works Out For Me*“, Sagmeister & Walsh (USA), 2017

[ZUM PROJEKT >](#)

5. Abschließende Hinweise

TIPPS FÜR EINE KREATIVERE HERANGEHENSWEISE

Es gibt nicht nur das eine Grafikdesign – jeder hat eine andere Herangehensweise. Die Wege, die das Grafikdesign in seiner Geschichte beschritten hat, sind gut nachvollziehbar. In den letzten Jahren führte die technologische Entwicklung zu Mischformen jeder Art – aber auch zu einer Rückbesinnung zu analogen Verfahren, zur Handarbeit, zur Arbeitsweise ganz ohne den Einsatz von Technologie.

Das **moderne Grafikdesign** ist all dies, und noch viel mehr: Es ernährt sich kontinuierlich von allem, was von der Kunst, von Kulturen und Gegenkulturen, von der Mode und von Rebellionen produziert wird. Es bezieht sich auf die gesamte visuelle Kommunikation, lässt sie neu aufleben und transformiert sie.

Deshalb muss die Grafikdesignerin oder der Grafikdesigner so viel wie möglich auf die Welt der visuellen Kommunikation schauen, von ihr lernen und Dinge archivieren. Dank des Internets stehen dafür tausende Bilder zur Verfügung, die von einer Vielzahl von Künstler/innen und Designer/innen entworfen wurden.

Der erste Tipp ist, **Archive** mithilfe von Plattformen wie **Pinterest** oder Apps wie **Diigo** anzulegen, die zu Inspirationen, Ideen und Anregungen verhelfen.

Der zweite Tipp: **Experimentieren** Sie und probieren Sie bei jedem Projekt etwas Neues aus, auch wenn es sich dabei nur um ein kleines, unbedeutendes Detail handelt.

Drittens: Verwenden Sie je nach Kunde und Projekt **unterschiedliche Stile**; wie in jedem Kapitel erwähnt passen bestimmte Designstile zu bestimmten Bereichen, andere nicht.

Den passenden auszuwählen, kann dem Designprojekt zur entscheidenden Phase verhelfen.

DEFINITION VON KREATIVITÄT UND PRAKTISCHE TIPPS, WIE MAN SIE FÖRDERN KANN

Kreativität ist eine Kompetenz, die **trainiert** werden muss. Dafür muss man üben und lernen.

Das hat nichts mit Talent zu tun und ist nicht nur wenigen vorbehalten, sondern ist eine Eigenschaft, die uns angeboren ist. Der Mathematiker Henri Poincaré sagte es mit einfachen Worten und am treffendsten: „Kreativität bedeutet, bereits existierende Elemente mit neuen Verbindungen, die nützlich sind, zu vereinen“.

Erschaffen Sie also Neues und Nützliches mithilfe von bereits existierenden Elementen. Ansonsten handelt es sich nämlich um Erfindungen oder Vorstellungskraft und Fantasie.

Versuchen, kreativ zu sein, ist allem voran eine Mission für uns alle, aber auch ein Ziel, das man beim Grafikdesign verfolgt.

Um die Kreativität im Designprozess anzuregen, ist Folgendes ratsam:

- **Experimentieren Sie mit mehreren Lösungen**
- **Mischen Sie, auch zufällig, die bestehenden Elemente miteinander**
- **Erstellen Sie Gitter, um sie auch mal zu ignorieren**
- **Analysieren Sie die Schlüsselkonzepte eines Projekts**

Die Kreativität ist ein Gedankenakt, weshalb es wichtig ist, sich die **Zeit zum Nachdenken zu nehmen** – auch mal nicht vor dem Bildschirm unseres Computers. Wie bereits viele Studien aufgezeigt haben, haben **Handzeichnungen und -schriften** auf unseren Geist eine beruhigende und stimulierende Wirkung, weshalb Sie sich mit Stiften, Blättern oder einem Skizzenbuch ausstatten und daran gewöhnen sollten, die ersten Ideen eines Projekts von Hand auf Papier zu bringen. Im Handel finden Sie dazu einiges, was Ihnen bei dieser Art des **kreativen Brainstormings** hilft: Skizzenbücher für Designerinnen und Designer, Blöcke mit vorgedruckten Rastern, die für Projektentwürfe und anschließendes Einscannen geeignet sind, und sogenannte „Action Notebooks“ für die Entwicklung und die Organisation von Designprojekten. Und natürlich Stifte und Marker jeder Art.

TIPPS, WIE UND WO MAN DIESE VERFAHREN UND HERANGEHENSWEISEN IM GRAFIKDESIGN TÄGLICH ANWENDEN KANN

Viele Grafikdesignerinnen und -designer beschwerten sich immer wieder darüber, dass sie bestimmte Ansätze an dem Projekt, mit dem sie betraut werden, nicht anwenden dürfen; im Allgemeinen gibt man die Schuld unverschämten Kunden oder engstirnigen Arbeitgebern, die in beiden Fällen unmögliche und ästhetisch desaströse Auflagen geben. Wenn es auch stimmt, dass dies zumindest in Italien nicht selten vorkommt, so stimmt es jedoch auch, dass es viele Möglichkeiten gibt, das Gelernte und das, mit dem man experimentieren will, anzuwenden.

Es gibt einen richtigen Kunden für jede Art von Grafikdesign und das richtige Grafikdesign für jede Art von Projekt. Wir müssen nur lernen, es zu erkennen, es zu entwerfen und es auf die richtige Art und Weise vorzuschlagen.

Man entwirft fast immer für einen Auftraggeber und nicht für sich selbst: Deshalb muss man richtig zuhören, die Anforderungen, die Bedürfnisse, den Geschmack der Kundin oder des Kunden verstehen und erahnen, und versuchen, den **Mittelweg zwischen unserer eigenen Herangehensweise und den Erwartungen** zu finden.

Dieses E-Book kann den Designer/innen dabei helfen, für jedes Projekt den passenden Designstil zu finden. Dennoch gibt es keine Regeln und das Schöne ist dabei auch immer, Regeln zu brechen.

6. Technische Hinweise EINIGE TIPPS ZUR KREATIVEN VERWENDUNG VON SOFTWAREPROGRAMMEN

Die Softwareprogramme für Grafikdesignprojekte bieten mittlerweile viele Möglichkeiten, so auch Tools wie Scanner, Kameras und Smartphones. Wir sollten versuchen, in jedem Fall immer das Beste aus ihnen herauszuholen, und verstehen, wie, warum und wann wir sie nutzen.

Zum Beispiel haben die drei wichtigsten Adobe-Grafikprogramme (Photoshop, Illustrator, Indesign) unterschiedliche Eigenschaften und man sollte wissen, wie man jedes von ihnen zum richtigen Zeitpunkt verwendet.

Photoshop eignet sich zum Beispiel hervorragend zum **Erstellen und Bearbeiten von Bildern**. Es ist eines der besten Programme zur Fotoretusche und eignet sich auch sehr gut für die **digitale Malerei und das digitale Zeichnen** (vor allem, wenn man das richtige Pinselset dazu erwirbt). Es eignet sich nicht für lange Texte, das Erstellen von Vektorgrafiken und kann keine mehrseitigen Dateien erzeugen.

Illustrator hat sich mittlerweile zu einem äußerst **vielseitigen Programm** gemausert: Damit kann man (vektorielle) **Bilder erstellen** und **Texte sowie mehrseitige Dateien bearbeiten**, die anschließend in den Druck gesendet werden können. Mit diesem Programm werden außerdem **PDF-Dateien erstellt und bearbeitet**. Des Weiteren kann man damit neben der Erstellung von einzelnen Bildern und zu druckenden Dateien (vor allem mit einer oder wenigen Seiten, wie Poster, Flyern, Postkarten, Buchcovern, Faltblättern usw.) **Multimediateien, Dateien für die Online-Nutzung und Illustrationen bearbeiten**. Was die Layout-Gestaltung und lange Texte betrifft, so gibt es sicherlich Besseres.

Indesign ist das **Layout-Programm par excellence**: Seine Stärke liegt in der **Bearbeitung mehrerer Seiten und langer Texte**. Es ist hervorragend zur Layout-Gestaltung geeignet, egal ob von einer oder von eintausend Seiten.

Es ist kein Programm zum Zeichnen, verfügt jedoch über Tools zum Vektorzeichnen und zum Erstellen von Formen. Man kann es als **Programm zur Grafikkomposition** schlechthin bezeichnen: Ein typischer Arbeitsfluss wäre beispielsweise, ein Bild in Photoshop oder Illustrator zu erstellen und es anschließend in ein Indesign-Dokument einzufügen, mit dem man den grafischen Teil, d. h. Fonts, Farben, Grafikelemente und Texte, erstellt. Im Vergleich zu Illustrator ist es besser darin, **PDF-Dateien für den Druck** zu erstellen, verfügt über **Dateicheck-Funktionen zur Fehlerüberprüfung**, kann den im Layout bearbeiteten Text präzise bearbeiten (Kerning, Wortabstand, Silbentrennung usw.), **Inhaltsverzeichnisse erstellen und verwalten** und vieles mehr, was es für das Verlagswesen (sowohl bei gedruckten Büchern als auch bei E-Books) unersetzlich macht.

Die bekannteste Alternative zu Photoshop ist die **Gratis-Software GIMP**: Ihre Stärken liegen in der Fotoretusche, wobei

sie auch zum Zeichnen und für die digitale Malerei verwendbar ist. Sie ist ein Open-Source-Programm, für das jedes Jahr Entwickler aus der ganzen Welt an neuen Funktionen, Plug-ins und Tools zur Verbesserung arbeiten.

Ein anderes Bildbearbeitungsprogramm, dem man Beachtung schenken sollte – auch wenn es mehr Einschränkungen als Photoshop und GIMP unterliegt – ist sicherlich **Paint.net**.

Unter den **kostenlosen** Open-Source-Programmen kann man **Inkscape** ausprobieren – ein hervorragendes **Vektorgrafikprogramm**. Man kann es zweifellos als kleinen Bruder von Illustrator betrachten: Es hat seine Grenzen und eine weniger brillante Funktionsweise, wenn man es jedoch zu verwenden weiß, ist es eine hervorragende Software für Anfänger, mit der man auch komplexe Dokumente bearbeiten kann. Es ist sicherlich die einzige wahre und kostenfreie Alternative zu Illustrator.

Canva ist ein weiteres großartiges Programm zur **Erstellung von einzelnen Bildern mit Text**: Es entstand als Online-Service für den Entwurf von Headern und Bildern für die Social-Networks und hat seine Funktionen Stück für Stück erweitert, bis es schließlich eine hervorragende Alternative für all jene wurde, die auf schnelle Weise Bilder erstellen möchten und über ein gutes Gespür für Komposition, schöne Schriftarten und Ideen für geeignete Grafiken verfügen.

Auch hinsichtlich der Layout-Gestaltung gibt es zu Indesign Alternativen. **Scribus** ist eine **völlig kostenfreie Open-Source-Layout-Software**. Sie ist nicht so vielseitig und leistungsfähig wie Indesign (etwas umständlich und mit nicht gerade intuitiver Benutzeroberfläche), aber die einzige kostenlose Alternative zur Layout-Gestaltung von Büchern, weshalb sie vor allem bei Studierenden, gelegentlichen Nutzern oder all jenen erwähnt werden sollte, welche das Grafikdesign als Hobby betreiben.

7. Literaturverzeichnis

Introduzione alla grafica

Quentin Newark
(Logos ed., 2003)

Atlante della grafica. Ediz. illustrata

Francisco Maia
(Logos ed., 2009)

Critica portatile al visual design

Riccardo Falcinelli
(Einaudi, 2014)

100 idee che hanno rivoluzionato il graphic design

Steven Heller
(Logos ed, 2012)

Sei proprio il mio typo.

La vita segreta dei caratteri tipografici
Simon Garfield
(TEA, 2015)

Il libro del graphic design

Steven Heller
(Vallardi, 2016)

Free graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale

Dario Rossi
(Lupetti, 2006)

Things I have learned in my life so far

Stefan Sagmeister
(Abrams, 2003)

**How to Use Graphic Design to Sell Things,
Explain Things, Make Things Look Better,
Make People Laugh, Make People
Cry, and (Every Once in a While)
Change the World**

Michael Bierut
(Thames and Hudson Ltd, 2016)

How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul

Adrian Shaughnessy
(Laurence King Publishing, 2010)

8. Zusätzliche Links

Links, die zu Quellen, Grafikdesigner/innen und anderen Inhalten zum Thema Bildbearbeitung führen, die man im Internet findet und die nicht bereits in diesem E-Book zitiert worden sind.

Il canone Vignelli

<https://www.vignelli.com/canon.pdf>

Shape of Design - Frank Chimero

<https://shapeofdesignbook.com/chapters/01-how-and-why>

AIAP - Associazione Italiana design della comunicazione visiva

<http://www.aiap.it>

AIGA the professional association for design

<https://www.aiga.org/>

Alliance Graphique Internationale

<http://a-g-i.org/>

Graphis Magazine

<http://www.graphis.com/>

Eye magazine

<http://www.eyemagazine.com>

Design Matters

<https://www.designmattersmedia.com/designmatters>

Blog di creatività visiva

<https://www.creativebloq.com>

How Design Magazine

<http://www.howdesign.com>

Print Magazine

<http://www.printmag.com>

Behance: das Netzwerk für Kreative

<https://www.behance.net>

Zum Autor

Alessandro Bonaccorsi ist ein Visual Designer, Visual Facilitator und Illustrator.

Er arbeitet seit 2003 für Kunden wie Save the Children, Renault Italia, Max Meyer.

Seine Illustrationen wurden in den Zeitungen Il Sole 24 Ore, La Stampa, Internazionale und Diario Europeo veröffentlicht.

Er wurde vom Lürzer's Archiv unter die „200 weltweit besten Illustratoren 14-15“ für das American Illustrator Annual und das Annual Illustratori Italiano gewählt.

Bonaccorsi hat den Kurs „Disegno Brutto“ (zu deutsch: schlechtes Design) ins Leben gerufen, mit dem er seit März 2017 in ganz Italien versucht, Design den Menschen, die es verlernt haben, wieder nahe zu bringen.

Sein Blog SHIVU.it handelt von den Themen Kreativität, Inspiration, Visual Culture, Illustration und Grafikdesign.

Für Alkemia Books brachte er außerdem das Buch „Illustrazione, l'immaginario per professione“ heraus.

„Er glaubt an eine Welt ohne Konkurrenzkampf, an den Ideenaustausch und an die visuelle Kommunikation als machtvolleres Mittel für das Wohlergehen der Gesellschaft.“

Seine Webseite findet man unter www.bonaccorsiart.com.



Die Welt des Grafikdesigns

Eine Reise durch die unterschiedlichsten Entwicklungen
und Trends

Autor: Alessandro Bonaccorsi

Übersetzerin: Claudia Paiano

Lektorin: Annalena Ouwens

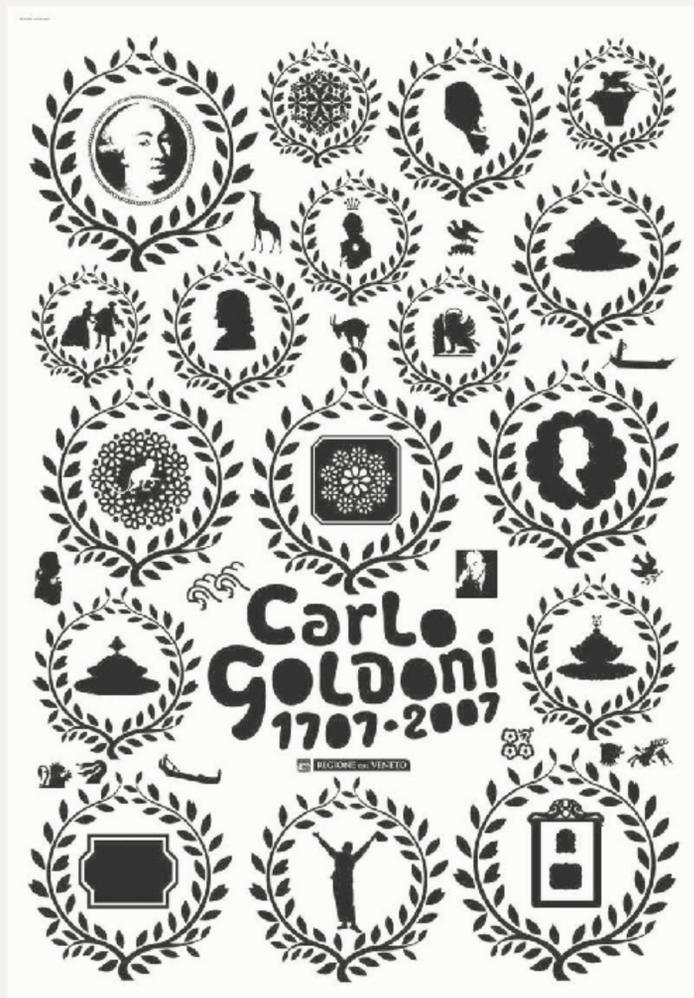
Veröffentlicht im Dezember 2018

von Pixartprinting S.p.A.

pixartprinting.de

Lizenz: Creative Commons – Namensnennung – Keine
Bearbeitungen 4.0.

*Alle Rechte vorbehalten. Dieser Text darf weder als Ganzes noch in
Teilen ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Herausgebers
heruntergeladen oder online veröffentlicht werden. Für den Erhalt
einer Genehmigung wenden Sie sich bitte an den Herausgeber
unter: blog@pixartprinting.com*



pixartprinting

