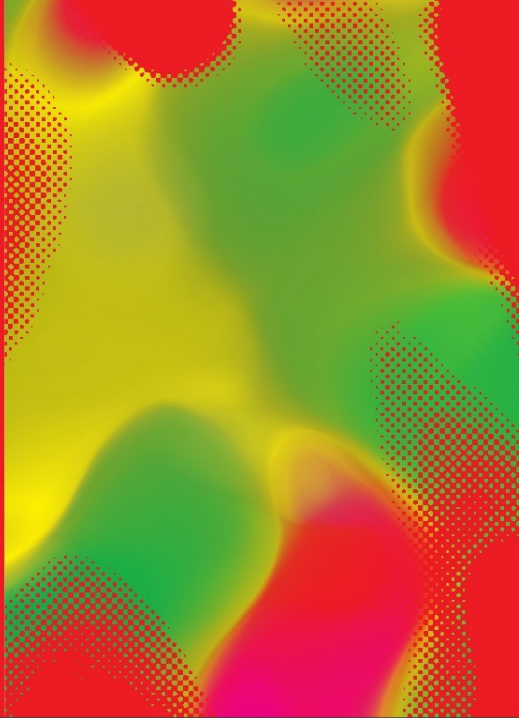




X . media . press



Joachim Böhringer
Peter Bühler
Patrick Schlaich

X.media.press ist eine praxisorientierte Reihe zur Gestaltung und Produktion von Multimedia-Projekten sowie von Digital- und Printmedien.

5.

überarbeitete
+ erweiterte
Auflage

Kompendium der

Medien- gestaltung

Konzeption und Gestaltung
für Digital- und Printmedien



Springer

X . media . press

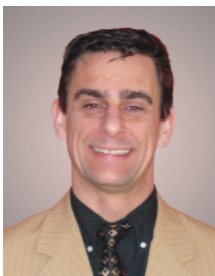




Joachim Böhringer: Lehre als Schriftsetzer, Studium Druck- und Medientechnik sowie Geschichte und Politik in Stuttgart und Darmstadt, anschließend Referendariat in Frankfurt/M. und Limburg/L. Danach Lehrer für Druck- und Medientechnik an der Kerschensteinerschule in Reutlingen. Fachberater für Druck- und Medientechnik am Regierungspräsidium Tübingen und Referent am Landesinstitut für Schulentwicklung Stuttgart. Mitarbeit in der Koordinierungsgruppe Druck und Medien am Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Mitglied in IHK- und HWK-Prüfungsausschüssen in Reutlingen und langjährige Mitarbeit im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien in Kassel.



Peter Bühler: Lehre als Chemigraf, Studium der Druck- und Reproduktionstechnik an der FH für Druck, Stuttgart. Gewerbelehrerstudium für Drucktechnik und Geschichte an der TH Darmstadt. Seit 1984 Lehrer für Mediengestaltung und Medientechnik an der Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart, Fachberater für Druck- und Medientechnik am Regierungspräsidium Stuttgart, Lehrbeauftragter für Fachdidaktik Medientechnik am Staatlichen Seminar für Didaktik und Lehrerbildung in Stuttgart. Mitgliedschaft u.a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter Digital und Print sowie Industriemeister Printmedien/Medienfachwirt Print und Digital, in IHK-Prüfungsausschüssen, der Koordinierungsgruppe Druck und Medien am Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien.



Patrick Schlaich: Studium der Elektrotechnik an der Universität Karlsruhe; Abschluss 1992 als Diplom-Ingenieur, danach Referendariat an der Gewerblichen Schule Lahr, zweites Staatsexamen 1995. Seither Tätigkeit als Lehrer in der Aus- und Weiterbildung im Bereich Informationstechnik und Digitale Medien. Mitarbeit u.a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter, Technisches Gymnasium (Profil Gestaltungs- und Medientechnik) und Medienfachwirt sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien, seit 2003 Fachberater für Medien- und Informationstechnik am Regierungspräsidium Freiburg, seit 2008 Professor am Staatlichen Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Berufliche Schulen) in Freiburg, Lehraufträge für Informatik und Medientechnik.

J. Böhringer · P. Bühler · P. Schlaich

Kompendium der

Medien- gestaltung

**Konzeption und Gestaltung
für Digital- und Printmedien**

5., vollständig überarbeitete
und erweiterte Auflage

 Springer

Dipl.-Wirt.-Ing.
Joachim Böhringer
Pfullingen

Dipl.-Ing.
Peter Bühler
Affalterbach

Professor
Patrick Schlaich
Kippenheim

ISSN 1439-3107
ISBN 978-3-642-20586-6 e-ISBN 978-3-642-20587-3
DOI 10.1007/978-3-642-20587-3
Springer Heidelberg Dordrecht London New York

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2011

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Cover design: KünkelLopka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem Papier

Springer ist ein Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Hanns-Jürgen Ziegler

verstarb nach schwerer Krankheit im September 2004 in Rottweil.

Das Kompendium der Mediengestaltung wäre ohne den Enthusiasmus, die kreative Begabung und die Liebe zu seiner Berufung als Lehrer und Fachbuchautor nicht denkbar gewesen.

Die Freude an der Ausbildung junger Menschen, die sich für eine Berufsausbildung in der Medienindustrie entschieden haben, stand im Mittelpunkt seiner beruflichen Tätigkeit.

Seine Lebensfreude und der Spaß am kreativen Umgang mit modernen

Medientechnologien prägte unsere über viele Jahre dauernde fachliche und freundschaftlich ausgerichtete Zusammenarbeit. Es war daher für uns nicht leicht, dieses Buch fortzuführen. Unter Wahrung unseres ursprünglich gemeinsam erarbeiteten Konzeptes, das großen Anklang gefunden hat, haben wir dieses Buch gründlich überarbeitet, inhaltlich aktualisiert und auch gestalterisch modernisiert.

Wir wissen, dass diese Überarbeitung in seinem Sinn erfolgt ist – und dass sie ihm gefallen hätte.

Joachim Böhringer
Peter Bühler
Patrick Schlaich

Vorwort zur 5. Auflage

Im vergangenen Jahr konnten wir den zehnten Geburtstag des „Kompendiums“ feiern. Die im Jahr 2000 erschienene erste Auflage war einbändig und umfasste knapp 900 Seiten. Mit der nun vorliegenden 5. Auflage halten Sie ein zweibändiges Werk mit über 2.200 Seiten in der Hand. Sie erkennen daran, wie rasant das Know-how in der Medienbranche angestiegen ist.

Wegen des stark gewachsenen Umfangs haben wir bereits in der 4. Auflage eine Aufteilung der Inhalte in zwei Bände, „Konzeption und Gestaltung“ (Band I) und „Produktion und Technik“ (Band II), vorgenommen. Diese Zweiteilung orientiert sich an den Ausbildungs- und Studiengängen der Mediengestaltung und ist an deren Rahmenpläne, Studienordnungen und Prüfungsanforderungen angepasst. Ihre Rückmeldungen, liebe Leserinnen und Leser, bestärken uns darin, dass die Aufteilung in zwei Bände eine sinnvolle und notwendige Entscheidung war.

Die ständigen Weiterentwicklungen in der Medienbranche sind der Grund dafür, dass wir mit dieser Auflage eine umfassende Erweiterung und Überarbeitung der beiden Bände vorgenommen haben. Neu ins Kompendium aufgenommen wurden unter anderem die Themenbereiche Grafik, Animation,

Virtuelle Welten, Flash und eBook. Vor allem der zweite Band „Produktion und Technik“ erforderte eine grundlegende Überarbeitung, da sich sowohl der Druckbereich als auch die Webtechnologien in den letzten Jahren weiterentwickelt haben, denken Sie an XML, Web-to-Print oder Ajax.

Das Kompendium richtet sich an alle, die in der professionellen Print- und Digitalmedienproduktion tätig sind. Es ist aber auch ein Lehr- und Arbeitsbuch für Schule und Hochschule. Zur strukturierten Erarbeitung und Prüfungsvorbereitung enthalten die beiden Bände über 1.000 Aufgaben mit ausführlichen Lösungen.

Bei einem derart umfangreichen Werk ist es unerlässlich, Hilfen zur einfachen Orientierung anzubieten: Bereits in der 4. Auflage haben wir deshalb ein Farbleitsystem für die 22 Hauptkapitel eingeführt. Farbige Querverweise an den Seitenrändern erleichtern Ihnen die Navigation zu inhaltlich verwandten Kapiteln. Mit Hilfe der neuen Lesebändchen können Sie nun auch Seiten markieren. Die Suche über das für beide Bände gemeinsame Stichwortverzeichnis wollen wir Ihnen erleichtern, indem wir nun die Hauptfundstelle eines Begriffs optisch hervorheben. Neu ist auch die Formelsammlung im zweiten

Band zu allen mathematischen Themen. Weitere Informationen zur Nutzung des Werkes finden Sie auf Seite VIII „Das Handling des Kompendiums“.

Ein herzliches Dankeschön geht an Herrn Engesser und Frau Glaunsinger mit dem Team des Springer-Verlags für die seit mehr als zehn Jahren andauernde hervorragende Zusammenarbeit. Ein besonderer Dank gilt Frau Zimpfer für die schwierige und oft mühsame Lektoratsarbeit, die immer zu einer Verbesserung und Optimierung des Werkes beigetragen hat. Ohne die Unterstützung seitens des Verlags wäre dieses

Werk nicht möglich. Letztlich danken wir unseren Frauen Christel, Sigrid und Michaela für ihre Geduld und die nicht selbstverständliche Bereitschaft, wieder zahllose Abende und Wochenenden ohne ihre Männer zu verbringen.

Wir sind uns sicher, dass uns mit der 5. Auflage eine weitere Verbesserung des Kompendiums gelungen ist. Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, wünschen wir ein gutes Gelingen Ihrer Ausbildung, Ihrer Weiterbildung oder Ihres Studiums der Mediengestaltung und nicht zuletzt viel Spaß bei der Lektüre dieses Werkes.

Heidelberg, im Frühjahr 2011

Joachim Böhringer
Peter Bühler
Patrick Schlaich

Das Handling des Kompendiums

Wer sucht, der findet! Leicht gesagt, doch wie finde ich die gesuchte Information in einem zweibändigen Werk mit über 2.000 Seiten?

Damit Sie sich in Ihrem Kompendium möglichst schnell zurechtfinden, stellen wir Ihnen einige Hilfen zur Verfügung:

Farbführung

Wegen des deutlich gestiegenen Umfangs haben wir das Kompendium seit der 4. Auflage in zwei Bände aufgeteilt. Dennoch handelt es sich *inhaltlich* nach wie vor um ein Werk, das in insgesamt 22 Hauptkapitel gliedert ist. Wie in der Grafik dargestellt, haben wir jedem

Hauptkapitel eine eindeutige Leitfarbe zugeordnet. Die Leitfarbe finden Sie auf allen Seiten jeweils links oben bzw. rechts oben im Anschnitt. Auch bei geschlossenem Buch lässt sich hierdurch die ungefähre Position des Kapitels erkennen.

Auch bei der Einbandgestaltung wurde auf eine entsprechende Farbwahl geachtet: Der Einband von Band I, „Konzeption und Gestaltung“, wurde in hell- und dunkelgrün, von Band II, „Produktion und Technik“, in rot und orange gestaltet.

Eine zusätzliche Funktion besitzen die Farben Rot und Cyan. Erstere dient als

| | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Band I, Kapitel 1 bis 11 | | | | | | | | | | |
| C 100 M 75 Y 0 | C 100 M 50 Y 0 | C 100 M 25 Y 0 | C 100 M 0 Y 0 | C 100 M 0 Y 25 | C 100 M 0 Y 50 | C 100 M 0 Y 75 | C 100 M 0 Y 100 | C 75 M 0 Y 100 | C 50 M 0 Y 100 | C 25 M 0 Y 100 |
| Band II, Kapitel 1 bis 11 | | | | | | | | | | |
| C 0 M 25 Y 100 | C 0 M 50 Y 100 | C 0 M 75 Y 100 | C 0 M 100 Y 100 | C 0 M 100 Y 75 | C 0 M 100 Y 50 | C 0 M 100 Y 25 | C 0 M 100 Y 0 | C 25 M 100 Y 0 | C 50 M 100 Y 0 | C 75 M 100 Y 0 |
| Band I + II, Tonflächen, Inhaltsverzeichnis und Anhang | | | | | | | | | | |
| K 15 | K 60 | | | | | | | | | |
| Band I + II, Auszeichnung und Linien | | | | | | Band I + II, Internetadressen, -links | | | | |
| C 0 M 100 Y 100 | | | | | C 100 M 0 Y 0 | | | | | |

Auszeichnungsfarbe in Grafiken, letztere hebt die im Buch zahlreich vorkommenden Links auf Webseiten optisch hervor. Alle Links sind außerdem, wie bei HTML, unterstrichen.

Da sich das Internet ständig verändert, kann es möglich sein, dass der eine oder andere Link bereits beim Erscheinen des Buches nicht mehr stimmt. Geben Sie in diesem Fall die gesuchte Site als Stichwort in eine Suchmaschine ein.

Querverweise und Lesebändchen

Der große Vorteil von Webseiten besteht darin, dass sich Informationen über Links miteinander verknüpfen lassen. Der Nutzer hat hierdurch die Möglichkeit, sehr schnell von einer Textstelle zur nächsten zu gelangen.

Ein Buch bietet diese praktische Möglichkeit leider nicht. Der Nutzer gelangt zu einer anderen Textstelle immer nur durch (mühsames) Blättern. Um Ihnen das Auffinden thematisch verwandter Kapitel oder Unterkapitel dennoch zu erleichtern, finden Sie in den Marginalienspalten links oben bzw. rechts oben zahlreiche farbige Tonflächen in der entsprechenden Kapitelfarbe, die sinnverwandte Themen jeweils mit Angabe der Seitenzahl nennen:

Band II – Seite 203
4.1 Farbsysteme

Mit Hilfe der in dieser Auflage neuen Lesebändchen lassen sich Seiten schneller (wieder-)finden.

Stichwortverzeichnis (Index)

Die gezielte Suche nach einem bestimmten Fachbegriff ermöglicht das Stichwortverzeichnis. Hierbei haben wir uns dafür entschieden, einen Gesamtindex über beide Bände zu realisieren.

Wir wollen hierdurch vermeiden, dass Sie nach einem Begriff in beiden Bänden suchen müssen. Außerdem erhalten Sie auf diese Weise einen schnellen Überblick, ob sich ein gesuchter Begriff nur in einem oder in beiden Bänden findet lässt. Vor der Seitenangabe befindet sich zu diesem Zweck entweder einer römische I oder II.

Kapitelübersicht

Wegen des großen Seitenumfangs haben wir uns gegen ein gemeinsames Inhaltsverzeichnis über beide Bände entschieden. Um Ihnen einen Überblick über die 22 Kapitel zu geben, finden Sie diese hier nochmals aufgelistet. Die Kapitel des jeweiligen Bandes finden Sie zusätzlich auf der Buchrückseite.

Band I: Konzeption und Gestaltung

1. Grundlagen der Gestaltung
2. Typografie
3. Layout und Gestaltung
4. Bild- und Filmgestaltung
5. Grafische Zeichen
6. Webdesign
7. Visuelles Marketing
8. Präsentation
9. Medienrecht
10. Medienkalkulation
11. Produktionsmanagement

Band II: Produktion und Technik

1. Medientechnik
2. Informationstechnik
3. Optik
4. Farbe
5. Digitalfotografie
6. Bild und Grafik
7. PDF
8. Database Publishing
9. Drucktechnik
10. Webtechnologien
11. Audiovisuelle Medien

Inhaltsverzeichnis

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 |
| <hr/> | | |
| 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 nach DIN ISO 5456-4 | 72 |
| 1.4.3.1 | Freie Zeichnung | 72 |
| 1.4.3.2 | Konstruktion | 73 |
| 1.4.4 | 2-Punkt-Perspektive nach DIN ISO 5456-4 | 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 nach DIN ISO 5456-4 | 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 | Kabinettprojektion | 85 |
| 1.4.9 | Normalprojektion nach DIN ISO 5456-2..... | 86 |
| 1.4.9.1 | Bezeichnung der Ansichten..... | 86 |

| | | |
|----------|----------------------------------|----|
| 1.4.9.2 | Projektionsmethode 1..... | 87 |
| 1.4.9.3 | Projektionsmethode 3..... | 87 |
| 1.4.9.4 | Pfeilmethode..... | 87 |
| 1.4.10 | Luft- und Farbperspektive..... | 88 |
| 1.4.10.1 | Ursache und Wirkung..... | 88 |
| 1.4.10.2 | Umsetzung in der Gestaltung..... | 89 |
| 1.4.11 | Aufgaben..... | 90 |

1.5 Farbgestaltung 93

| | | |
|---------|--|-----|
| 1.5.1 | Die Farben des Regenbogens..... | 94 |
| 1.5.1.1 | Farbe im Druck und auf dem Bildschirm..... | 94 |
| 1.5.1.2 | Farbkreis..... | 95 |
| 1.5.2 | Harmonie und Spannung..... | 96 |
| 1.5.2.1 | Gleichabständige Farbkombinationen..... | 96 |
| 1.5.2.2 | Nebeneinanderliegende Farbkombinationen..... | 97 |
| 1.5.2.3 | Variation der Sättigung und Helligkeit eines Farbtons..... | 97 |
| 1.5.2.4 | Farbkontrast..... | 98 |
| 1.5.3 | Farbklima..... | 100 |
| 1.5.4 | Farbatlas..... | 104 |
| 1.5.5 | Aufgaben..... | 108 |

1.6 Design 111

| | | |
|-------|----------------------------|-----|
| 1.6.1 | Überblick..... | 112 |
| 1.6.2 | Designdefinitionen..... | 114 |
| 1.6.3 | Wirkung guten Designs..... | 120 |
| 1.6.4 | Aufgaben..... | 123 |

2 Typografie

2.1 Schriftgeschichte 127

| | | |
|---------|---|-----|
| 2.1.1 | Sichtbare Schriftgeschichte: Bibliotheca Alexandrina..... | 128 |
| 2.1.2 | Frühformen der Schrift..... | 130 |
| 2.1.2.1 | Bilderschriften..... | 130 |
| 2.1.2.2 | Wortbilderschriften..... | 131 |
| 2.1.2.3 | Von der Bilddarstellung zur Sinndarstellung..... | 133 |
| 2.1.2.4 | Alte Schriftentwicklung..... | 135 |
| 2.1.3 | Von der Bilddarstellung zum Alphabet..... | 136 |
| 2.1.3.1 | Griechische Epoche..... | 136 |
| 2.1.3.2 | Römische Epoche..... | 138 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 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 | Lesbarkeit bei Zeitungsschriften | 217 |
| 2.3.11 | Aufgaben | 219 |
| 2.4 | Schriftwirkung | 221 |
| 2.4.1 | Schrift und Emotionen | 222 |
| 2.4.1.1 | Schrift – Grundlage visueller Kommunikation | 222 |
| 2.4.1.2 | Charakter einer Schriftwahl | 222 |
| 2.4.2 | Polaritätsprofile | 223 |
| 2.4.2.1 | Schrift polarisiert | 223 |
| 2.4.2.2 | Schriftenprofile erstellen | 223 |
| 2.4.3 | Schrift und Inhalt | 226 |
| 2.4.3.1 | Schrift und Emotionen | 226 |
| 2.4.3.2 | Beziehung zwischen Schrift und Inhalt | 226 |
| 2.4.4 | Aufgaben | 229 |
| 2.5 | Typoelemente | 231 |
| 2.5.1 | Linien | 232 |
| 2.5.2 | Flächen | 233 |
| 2.5.2.1 | Definition einer Fläche | 233 |
| 2.5.2.2 | Wirkung von Flächen | 234 |

| | | |
|---------|----------------------------------|-----|
| 2.5.2.3 | Flächen in der Gestaltung | 234 |
| 2.5.3 | Text- und Seitengliederung | 236 |
| 2.5.4 | Ornamente und Vignetten | 237 |
| 2.5.4.1 | Ornamente | 237 |
| 2.5.4.2 | Vignetten | 237 |
| 2.5.5 | Aufgaben | 239 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 2.6 | Typografieanwendung | 241 |
| 2.6.1 | Funktionen der Typografie | 242 |
| 2.6.1.1 | Informative und ordnende Typografie | 242 |
| 2.6.1.2 | Didaktische Typografie | 242 |
| 2.6.1.3 | Anmutende Typografie | 245 |
| 2.6.1.4 | Werbetypografie | 246 |
| 2.6.1.5 | Bildorientierte Typografie | 252 |
| 2.6.2 | Aufgaben | 255 |

3 Layout und Gestaltung

| | | |
|------------|---|------------|
| 3.1 | Kreativität | 259 |
| 3.1.1 | Kreativität auf Knopfdruck! Geht das? | 260 |
| 3.1.1.1 | Kreativitätstechniken | 260 |
| 3.1.1.2 | Kreativitätsentwicklung | 261 |
| 3.1.2 | Spielregeln müssen sein! | 263 |
| 3.1.2.1 | Kreativitätsumgebung | 265 |
| 3.1.3 | Aufgaben | 269 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 3.2 | Entwurfstechniken | 271 |
| 3.2.1 | Scribbeln | 272 |
| 3.2.2 | Scribbletechniken | 274 |
| 3.2.2.1 | Schrift skizzieren | 274 |
| 3.2.2.2 | Schrift schreiben | 275 |
| 3.2.2.3 | Flächendarstellungen | 276 |
| 3.2.2.4 | Bilder skizzieren | 277 |
| 3.2.3 | Vom Ideenscribble zur Realisierung | 278 |
| 3.2.4 | Aufgaben | 279 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 3.3 | Seitengestaltung | 281 |
| 3.3.1 | Satzspiegelentwurf | 282 |
| 3.3.1.1 | Villard'sche Figur | 283 |
| 3.3.1.2 | Neunerteilung | 285 |
| 3.3.1.3 | Goldener Schnitt | 285 |
| 3.3.2 | Format und Formatwirkung | 287 |
| 3.3.2.1 | Formate beurteilen | 287 |
| 3.3.2.2 | Proportionen | 288 |
| 3.3.2.3 | Formatwirkung | 288 |
| 3.3.2.4 | DIN-Formate | 290 |
| 3.3.3 | Seitenlayout | 292 |
| 3.3.4 | Mehrspaltige Layoutvarianten | 294 |
| 3.3.5 | Gestaltungsraster | 296 |
| 3.3.5.1 | Einführung | 296 |
| 3.3.5.2 | Gestaltungsraster mit Zellen oder Modulen | 298 |
| 3.3.5.3 | Spaltenabstand „jmi“ | 298 |
| 3.3.5.4 | Gestaltungsraster im Internet | 299 |
| 3.3.5.5 | Anwendung von Gestaltungsrastern | 300 |
| 3.3.6 | Praxisbeispiele | 306 |
| 3.3.7 | Wirtschaftliche Aspekte des Layouts | 308 |
| 3.3.8 | Werkumfangsberechnung | 310 |
| 3.3.9 | Aufgaben | 313 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 3.4 | Printprodukte | 315 |
| 3.4.1 | Formate | 316 |
| 3.4.2 | Normbriefbogen nach DIN 676 | 320 |
| 3.4.2.1 | Geschäftsbriefbogen | 320 |
| 3.4.2.2 | Pflicht- oder Mindestangaben auf einem Geschäftsbrief ... | 322 |
| 3.4.3 | Geschäftsausstattung | 324 |
| 3.4.3.1 | Gestaltung und Ausstattung | 324 |
| 3.4.3.2 | Anwendungsbeispiel | 326 |
| 3.4.3.3 | Präsentation von Geschäftsdrucksachen | 329 |
| 3.4.4 | Werksatz | 330 |
| 3.4.4.1 | Gliederung eines Buches | 330 |
| 3.4.4.2 | Typografischer Aufbau einer Werksatzseite | 332 |
| 3.4.4.3 | Formelsatz | 334 |
| 3.4.4.4 | Fehler im Werksatz | 334 |
| 3.4.5 | Zeitungsgestaltung | 337 |
| 3.4.5.1 | Zeitungsformate | 337 |
| 3.4.5.2 | Grundlayouts für Tageszeitungen | 337 |
| 3.4.5.3 | Schrift in der Tageszeitung | 340 |
| 3.4.5.4 | Anzeigenseiten | 340 |
| 3.4.5.5 | Der Anzeigenteil und seine Bedeutung für die Zeitung.... | 342 |
| 3.4.5.6 | Aufbau einer Titelseite | 344 |

| | | |
|---------|------------------------------|-----|
| 3.4.5.7 | Aufbau einer Lokalseite..... | 345 |
| 3.4.6 | Zeitung in der Krise | 346 |
| 3.4.7 | Aufgaben | 352 |

4 Bild- und Filmgestaltung

| | | |
|------------|-------------------------------------|------------|
| 4.1 | Bildgestaltung | 357 |
| 4.1.1 | Bildausschnitt | 358 |
| 4.1.2 | Bildaufbau | 359 |
| 4.1.2.1 | Goldener Schnitt | 359 |
| 4.1.2.2 | Drittel-Regel | 360 |
| 4.1.3 | Linien führen das Auge | 361 |
| 4.1.4 | Perspektive und Raumwirkung | 362 |
| 4.1.4.1 | Bildebenen | 362 |
| 4.1.4.2 | Bildperspektive | 362 |
| 4.1.5 | Licht und Beleuchtung | 363 |
| 4.1.5.1 | Art der Beleuchtung..... | 363 |
| 4.1.5.2 | Richtung der Beleuchtung | 364 |
| 4.1.6 | Der ungewöhnliche Blick | 365 |
| 4.1.7 | Bildbeurteilung und Bewertung | 366 |
| 4.1.8 | Bildwelten – Keyvisuals | 367 |
| 4.1.8.1 | WDR 2 | 367 |
| 4.1.8.2 | Mercedes-Benz | 369 |
| 4.1.9 | Aufgaben | 370 |
| 4.2 | Filmgestaltung | 373 |
| 4.2.1 | Konzeption | 374 |
| 4.2.1.1 | Von der Idee zum Film | 374 |
| 4.2.1.2 | Planung | 374 |
| 4.2.2 | Aufnahme | 376 |
| 4.2.2.1 | Einstellung | 376 |
| 4.2.2.2 | Kameraschwenk | 378 |
| 4.2.2.3 | Kamerafahrt | 379 |
| 4.2.2.4 | Zoomfahrt | 379 |
| 4.2.3 | Schnitt..... | 380 |
| 4.2.3.1 | Achsensprung | 381 |
| 4.2.3.2 | Schuss und Gegenschuss | 381 |
| 4.2.3.3 | Anschlüsse | 381 |
| 4.2.3.4 | Plansequenz | 382 |
| 4.2.3.5 | Schnitt- oder Montageformen | 382 |
| 4.2.4 | Aufgaben | 383 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 4.3 | Animation | 385 |
| 4.3.1 | Prinzipien der Animation | 386 |
| 4.3.1.1 | Squash and Stretch | 386 |
| 4.3.1.2 | Anticipation | 387 |
| 4.3.1.3 | Staging | 387 |
| 4.3.1.4 | Straight Ahead Action and Pose to Pose..... | 388 |
| 4.3.1.5 | FollowThrough and Overlapping Action | 388 |
| 4.3.1.6 | Slow In and Slow Out..... | 388 |
| 4.3.1.7 | Arcs | 388 |
| 4.3.1.8 | Secondary Action..... | 389 |
| 4.3.1.9 | Timing..... | 389 |
| 4.3.1.10 | Exaggeration | 390 |
| 4.3.1.11 | Solid Drawing..... | 390 |
| 4.3.1.12 | Appeal..... | 390 |
| 4.3.2 | Grundlegende Animationstechniken | 391 |
| 4.3.2.1 | Historische Animationstechniken | 391 |
| 4.3.2.2 | Bild-für-Bild-Animation..... | 392 |
| 4.3.2.3 | Keyframe-/Tween-Animation | 392 |
| 4.3.2.4 | Pfadanimation..... | 393 |
| 4.3.2.5 | Morphing..... | 393 |
| 4.3.2.6 | Überblendungen und Übergänge | 394 |
| 4.3.2.7 | Animierte Buttons..... | 395 |
| 4.3.2.8 | Interaktion und Reaktion | 395 |
| 4.3.2.9 | Abspielzeit und Bildrate | 396 |
| 4.3.2.10 | Kinematik..... | 396 |
| 4.3.3 | Spezielle 3D-Animationstechniken | 398 |
| 4.3.3.1 | Partikelsystem | 398 |
| 4.3.3.2 | Softbody | 399 |
| 4.3.3.3 | Licht und Beleuchtung..... | 400 |
| 4.3.3.4 | Kamera..... | 400 |
| 4.3.4 | Aufgaben | 401 |
| 4.4 | Virtuelle Welten | 403 |
| 4.4.1 | Virtuelle Realität | 404 |
| 4.4.1.1 | Virtuelle Realität mit QTVR | 404 |
| 4.4.1.2 | Panoramafotografie | 404 |
| 4.4.2 | Panoramen | 406 |
| 4.4.2.1 | Panoramaherstellung | 406 |
| 4.4.2.2 | Vom Einzelbild zum Panorama | 406 |
| 4.4.3 | Kugelpanorama | 409 |
| 4.4.4 | Objektfilme | 411 |
| 4.4.4.1 | Singlerow-Objektfilme | 411 |
| 4.4.4.2 | Multirow-Objektfilme | 412 |

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| 4.4.5 | Virtuelle Rundgänge | 414 |
| 4.4.6 | Anwendungsbeispiele | 417 |
| 4.4.7 | Aufgaben | 427 |

5 Grafische Zeichen

| | | |
|------------|---|------------|
| 5.1 | Piktogramm | 431 |
| 5.1.1 | Überblick über die Zeichenarten..... | 432 |
| 5.1.2 | Grundlagen der Piktografie..... | 434 |
| 5.1.2.1 | Anfänge der Piktografie im 20. Jahrhundert | 434 |
| 5.1.2.2 | Entwicklung einer internationalen Bildersprache | 435 |
| 5.1.3 | Internationale Piktogramme | 437 |
| 5.1.4 | Moderne Piktogramme | 440 |
| 5.1.4.1 | Piktogramme heute | 440 |
| 5.1.4.2 | Merkmale moderner Piktogramme | 440 |
| 5.1.4.3 | Piktogrammarten | 441 |
| 5.1.4.4 | Gestaltungsanforderungen..... | 441 |
| 5.1.5 | ISO 7001, Ausgabe 2007-11 | 443 |
| 5.1.6 | Piktogramme als Prozesshilfen..... | 444 |
| 5.1.7 | Aufgaben | 445 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 5.2 | Icon | 447 |
| 5.2.1 | Vom Piktogramm zum Icon..... | 449 |
| 5.2.2 | Aufbau von Icons..... | 450 |
| 5.2.2.1 | Icongröße | 450 |
| 5.2.2.2 | Gestaltung von Icons..... | 450 |
| 5.2.2.3 | Entwurf von Icons..... | 451 |
| 5.2.3 | Icons und interaktive Systeme | 452 |
| 5.2.3.1 | Norm EN ISO 9241-10..... | 452 |
| 5.2.3.2 | Beschriftung von Icons | 453 |
| 5.2.3.3 | Icons und Usability | 454 |
| 5.2.3.4 | Usability-Entwicklung am Beispiel der iPhone-Apps..... | 455 |
| 5.2.4 | Aufgaben | 457 |

| | | |
|------------|-----------------------------|------------|
| 5.3 | Logo | 459 |
| 5.3.1 | Grundlagen | 460 |
| 5.3.1.1 | Piktogramme..... | 460 |
| 5.3.1.2 | Signet oder Bildmarke | 460 |
| 5.3.1.3 | Bildmarke als Logo..... | 461 |

| | | |
|---------|---------------------------------------|-----|
| 5.3.1.4 | Logo per Definition | 461 |
| 5.3.1.5 | Wortmarke als Logo | 461 |
| 5.3.1.6 | Wort- und Bildmarke als Logo | 462 |
| 5.3.2 | Funktion eines Logos..... | 463 |
| 5.3.3 | Logogestaltung | 465 |
| 5.3.4 | Logofamilie | 467 |
| 5.3.5 | Vom Warenzeichen zum Markenlogo | 469 |
| 5.3.6 | Checkliste zur Logobeurteilung | 470 |
| 5.3.7 | Aufgaben | 471 |

5.4 Informationsgrafik 473

| | | |
|---------|---|-----|
| 5.4.1 | Das Interview zum Thema | 474 |
| 5.4.2 | Infografik – wo kommt sie her? | 476 |
| 5.4.3 | Infografik – was ist das? | 478 |
| 5.4.3.1 | Macht der Diagramme | 478 |
| 5.4.3.2 | Zahlen können lügen..... | 478 |
| 5.4.4 | Infografikarten | 479 |
| 5.4.4.1 | Bildstatistik | 479 |
| 5.4.4.2 | Prinzip-/Prozessdarstellung | 481 |
| 5.4.4.3 | Kartografische Infografiken | 482 |
| 5.4.4.4 | Isotype-Grafiken | 484 |
| 5.4.4.5 | Technische Illustration | 485 |
| 5.4.4.6 | Informationsgrafik in der Zeitung | 486 |
| 5.4.5 | Interaktive Informationsgrafiken | 488 |
| 5.4.5.1 | Regeln für die Gestaltung | 489 |
| 5.4.5.2 | Wirkung und Bedeutung der Infografik | 490 |
| 5.4.6 | Wetter als Informationsgrafik | 493 |
| 5.4.7 | Infografiken erstellen..... | 495 |
| 5.4.7.1 | Diagramme erstellen mit Microsoft Excel | 495 |
| 5.4.7.2 | Diagramme erstellen mit Adobe Illustrator | 496 |
| 5.4.8 | Aufgaben | 497 |

6 Webdesign

6.1 Übersicht 501

6.2 Screendesign 507

| | | |
|-------|----------------------------------|-----|
| 6.2.1 | Das Interview zum Thema | 508 |
| 6.2.2 | Screendesign – Printdesign | 510 |
| 6.2.3 | Storyboard | 513 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 6.3.3 | Informationsdesign..... | 557 |
| 6.3.3.1 | Einführung | 557 |
| 6.3.3.2 | Lineare Struktur | 558 |
| 6.3.3.3 | Baumstruktur | 559 |
| 6.3.3.4 | Netzstruktur | 560 |
| 6.3.3.5 | Entwurf einer Navigationsstruktur | 562 |
| 6.3.4 | Interaktionsdesign | 563 |
| 6.3.4.1 | Begriffsbestimmung | 563 |
| 6.3.4.2 | Formulardesign | 563 |
| 6.3.4.3 | Asynchrone Interaktion | 565 |
| 6.3.4.4 | Synchrone Interaktion | 565 |
| 6.3.4.5 | Web 2.0 – Social Web..... | 566 |
| 6.3.4.6 | Web 3.0 – Social Semantic Web..... | 567 |
| 6.3.5 | Barrierefreies Webdesign | 568 |
| 6.3.5.1 | Begriffsbestimmung | 568 |
| 6.3.5.2 | Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung (BITV) | 569 |
| 6.3.5.3 | Typische Barrieren | 570 |
| 6.3.5.4 | Barrierefreie Webseiten | 571 |
| 6.3.6 | Technische Spezifikation | 573 |
| 6.3.7 | Aufgaben | 575 |

7 Visuelles Marketing

| | | |
|------------|--------------------------------------|------------|
| 7.1 | Zielgruppenanalyse | 579 |
| 7.1.1 | Grundlagen | 580 |
| 7.1.1.1 | Gruppen | 580 |
| 7.1.1.2 | Primärgruppe Familie | 582 |
| 7.1.2 | Zielgruppen | 587 |
| 7.1.3 | Checkliste Zielgruppen | 592 |
| 7.1.4 | Zielgruppenoperationalisierung | 594 |
| 7.1.5 | Sinus-Milieus in Deutschland | 595 |
| 7.1.6 | Nielsen-Gebiete | 598 |
| 7.1.7 | Aufgaben | 599 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 7.2 | Briefing | 601 |
| 7.2.1 | Grundlagen | 602 |
| 7.2.1.1 | Briefing-Arten..... | 602 |
| 7.2.1.2 | Angebotsumfeld | 604 |
| 7.2.1.3 | Zielgruppe (Abnehmer)..... | 605 |
| 7.2.2 | Planungsphasen eines Werbeauftrages | 606 |
| 7.2.3 | Präsentationen durch Agenturen..... | 609 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 7.2.3.1 | Präsentationsarten | 609 |
| 7.2.3.2 | Präsentation – Aufgabe und Umfang | 610 |
| 7.2.4 | Aufgaben | 612 |

7.3 Branding 615

| | | |
|---------|------------------------------------|-----|
| 7.3.1 | Grundlagen | 616 |
| 7.3.1.1 | Definition des Werbebegriffs | 616 |
| 7.3.1.2 | Aufgaben der Werbung | 618 |
| 7.3.2 | Werbearten | 620 |
| 7.3.2.1 | Einzelwerbung | 620 |
| 7.3.2.2 | Massenkommunikation | 623 |
| 7.3.3 | AIDA und GIULIA | 631 |
| 7.3.3.1 | Werbegrundsätze | 631 |
| 7.3.3.2 | Werbeziele | 631 |
| 7.3.4 | Aufgaben | 637 |

7.4 Corporate Identity 639

| | | |
|---------|--|-----|
| 7.4.1 | Komponenten der Corporate Identity | 640 |
| 7.4.1.1 | Begriffsdefinition | 640 |
| 7.4.1.2 | Corporate Design | 641 |
| 7.4.1.3 | Corporate Communication | 641 |
| 7.4.1.4 | Corporate Behaviour | 642 |
| 7.4.2 | Corporate Design | 643 |
| 7.4.2.1 | Komponenten des Corporate Designs | 643 |
| 7.4.2.2 | Logo | 643 |
| 7.4.2.3 | Farbe, Farbkonzept | 645 |
| 7.4.2.4 | Schrift, Schriftkonzept | 647 |
| 7.4.2.5 | Gestaltungsraster und Layout | 648 |
| 7.4.3 | Styleguide | 650 |
| 7.4.4 | Aufgaben | 651 |

8 Präsentation

8.1 Kommunikation 655

| | | |
|---------|--------------------------------|-----|
| 8.1.1 | Kommunikation und Medien | 656 |
| 8.1.1.1 | Was ist Kommunikation?..... | 656 |
| 8.1.1.2 | Typologie der Medien..... | 656 |
| 8.1.1.3 | Zielgruppe | 657 |
| 8.1.1.4 | Kommunikationsziele | 659 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 8.1.1.5 | Kommunikationsrichtlinien | 660 |
| 8.1.1.6 | Kommunikationscontrolling | 660 |
| 8.1.2 | Kommunikationsmodelle | 661 |
| 8.1.2.1 | Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver | 661 |
| 8.1.2.2 | Modell von Paul Watzlawick | 661 |
| 8.1.2.3 | Modell von Friedemann Schulz von Thun | 663 |
| 8.1.3 | Aufgaben | 665 |

8.2 Konzeption 667

| | | |
|---------|----------------------------------|-----|
| 8.2.1 | Arbeits- und Zeitplan | 668 |
| 8.2.2 | Thema und Inhalt | 669 |
| 8.2.2.1 | Themenfindung | 669 |
| 8.2.2.2 | Stoffsammlung | 669 |
| 8.2.2.3 | Stoffearbeitung | 670 |
| 8.2.2.4 | Stoffauswahl | 670 |
| 8.2.2.5 | Stichwortkarten | 670 |
| 8.2.3 | Visualisieren | 671 |
| 8.2.4 | Präsentationslayout | 672 |
| 8.2.5 | Schrift und Text | 674 |
| 8.2.5.1 | Schriftwahl | 674 |
| 8.2.5.2 | Schriftgröße | 675 |
| 8.2.5.3 | Textgestaltung | 677 |
| 8.2.6 | Farbgestaltung | 678 |
| 8.2.7 | Bild- und Grafikauswahl | 679 |
| 8.2.7.1 | Bildaussage | 679 |
| 8.2.7.2 | Informationsgehalt | 679 |
| 8.2.8 | Skizzieren | 681 |
| 8.2.8.1 | Geometrische Grundformen | 681 |
| 8.2.8.2 | Infografiken und Diagramme | 682 |
| 8.2.8.3 | Objekte und Menschen | 684 |
| 8.2.9 | Checklisten | 685 |
| 8.2.9.1 | Layout | 685 |
| 8.2.9.2 | Schrift | 686 |
| 8.2.9.3 | Farbe | 687 |
| 8.2.9.4 | Bild und Grafik | 687 |
| 8.2.10 | Aufgaben | 688 |

8.3 Präsentationsmedien 691

| | | |
|---------|---------------------------|-----|
| 8.3.1 | Das richtige Medium | 692 |
| 8.3.2 | Beamer | 694 |
| 8.3.2.1 | Pro und Contra | 694 |
| 8.3.2.2 | Technik | 695 |

9 Medienrecht

| | | |
|------------|--|------------|
| 9.1 | Urheberrecht | 735 |
| 9.1.1 | Definition und Anwendung des Urheberrechts..... | 736 |
| 9.1.1.1 | Werkarten – Überblick | 737 |
| 9.1.1.2 | Schrift- und Sprachwerke | 737 |
| 9.1.1.3 | Werke der Musik | 738 |
| 9.1.1.4 | Werke der bildenden Kunst..... | 738 |
| 9.1.1.5 | Lichtbildwerke und Lichtbilder..... | 740 |
| 9.1.1.6 | Wissenschaftliche und technische Darstellungen | 742 |
| 9.1.1.7 | Übersetzungen und Bearbeitungen | 742 |
| 9.1.1.8 | Datenbanken | 742 |
| 9.1.2 | Geschmacksmusterrecht | 745 |
| 9.1.2.1 | Europäisches Designrecht | 745 |
| 9.1.3 | Bildrecht: Panoramafreiheit | 747 |
| 9.1.4 | Bildrecht: Recht am eigenen Bild | 748 |
| 9.1.5 | Schutzfristen und Verwertungsformen | 750 |
| 9.1.6 | Rechte eines Urhebers | 751 |
| 9.1.6.1 | Urheberpersönlichkeitsrecht | 751 |
| 9.1.6.2 | Veröffentlichungsrecht | 751 |
| 9.1.6.3 | Verwertungsrecht | 751 |
| 9.1.6.4 | Vervielfältigungsrecht | 751 |
| 9.1.6.5 | Verbreitungsrecht..... | 752 |
| 9.1.6.6 | Senderecht | 753 |
| 9.1.6.7 | Copyright | 753 |
| 9.1.6.8 | Zeitungsimpressum | 753 |
| 9.1.6.9 | Buchimpressum und ISBN | 754 |
| 9.1.7 | Vervielfältigungen | 755 |
| 9.1.8 | Deutsche Nationalbibliothek (DNB) | 757 |
| 9.1.9 | Checklisten | 759 |
| 9.1.10 | Aufgaben | 761 |
| 9.2 | Internetrecht | 763 |
| 9.2.1 | Internetrecht – ein Überblick | 764 |
| 9.2.2 | Telemediengesetz | 766 |
| 9.2.3 | Ebenen des Online-Rechts | 768 |
| 9.2.3.1 | Inhaltsverantwortung | 768 |
| 9.2.3.2 | Access-Provider | 770 |
| 9.2.3.3 | Netz-Provider | 771 |
| 9.2.3.4 | Internetnutzer | 771 |
| 9.2.4 | Anbieterkennzeichnung..... | 772 |

| | | |
|---------|---------------------------------------|-----|
| 9.2.4.1 | Musterimpressum (Web)..... | 772 |
| 9.2.4.2 | Firmen im Auflösungsverfahren..... | 772 |
| 9.2.4.3 | Impressumpflicht für alle?..... | 773 |
| 9.2.4.4 | Impressum – wo steht’s?..... | 774 |
| 9.2.4.5 | Herkunftslandprinzip | 774 |
| 9.2.4.6 | Besondere Pflichten..... | 774 |
| 9.2.5 | Personenbezogene Daten | 775 |
| 9.2.6 | Digitale Signatur | 777 |
| 9.2.7 | Textauszüge Medienrecht..... | 778 |
| 9.2.7.1 | Telemediengesetz (Auszug) | 778 |
| 9.2.7.2 | Bundesdatenschutzgesetz (Auszug)..... | 779 |
| 9.2.8 | Checklisten | 781 |
| 9.2.9 | Aufgaben | 783 |

9.3 Musikverwendung 785

| | | |
|---------|-------------------------------------|-----|
| 9.3.1 | GEMA und Musiklizenzierung | 786 |
| 9.3.1.1 | Funktion der GEMA | 786 |
| 9.3.1.2 | Organisation der GEMA | 786 |
| 9.3.2 | Verwertungsgesellschaften (VG)..... | 790 |
| 9.3.3 | Aufgaben | 793 |

10 Medienkalkulation

10.1 Kalkulationsgrundlagen 797

| | | |
|----------|---|-----|
| 10.1.1 | Einführung in die Medienkalkulation | 798 |
| 10.1.1.1 | Betriebliche Kostenrechnung | 798 |
| 10.1.1.2 | Abschreibung | 799 |
| 10.1.1.3 | Kalkulatorische Zinsen | 801 |
| 10.1.2 | Fertigungszeiten – Hilfszeiten – Nutzungszeiten | 802 |
| 10.1.2.1 | Definition Fertigungszeit und Hilfszeit | 802 |
| 10.1.2.2 | Nutzungsgrad..... | 804 |
| 10.1.2.3 | Nutzungszeit | 804 |
| 10.1.3 | Aufgaben | 805 |

10.2 Platzkostenrechnung 807

| | | |
|----------|---|-----|
| 10.2.1 | Einführung in die Platzkostenrechnung | 808 |
| 10.2.2 | Schema einer Platzkostenrechnung | 810 |
| 10.2.2.1 | Kostengruppen | 810 |
| 10.2.2.2 | Erklärungen | 811 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 10.2.3 | Platzkostenrechnung Druckmaschine | 812 |
| 10.2.3.1 | Offsetdruckmaschine | 812 |
| 10.2.3.2 | Berechnung des Stundensatzes | 813 |
| 10.2.4 | Platzkostenrechnung Computerarbeitsplatz | 814 |
| 10.2.4.1 | Computerarbeitsplatz | 814 |
| 10.2.4.2 | Berechnung des Stundensatzes | 815 |
| 10.2.4.3 | Bedeutung des Stundensatzes | 816 |
| 10.2.4.4 | Kostenverteilung im Betrieb | 816 |
| 10.2.5 | Aufgaben | 817 |

10.3 Kalkulation 819

| | | |
|----------|--|-----|
| 10.3.1 | Einführung in die Printkalkulation | 820 |
| 10.3.1.1 | Vor- und Nachkalkulation | 820 |
| 10.3.1.2 | Kostenarten | 820 |
| 10.3.1.3 | Zuschlagskalkulation | 821 |
| 10.3.2 | Angebotskalkulation Offsetdruck | 823 |
| 10.3.2.1 | Technische Einzelheiten | 823 |
| 10.3.2.2 | Angebot | 825 |
| 10.3.3 | Einführung in die Multimedia-Kalkulation | 827 |
| 10.3.3.1 | Grundüberlegungen | 827 |
| 10.3.3.2 | Neukunden ohne Multimedia-Erfahrung | 827 |
| 10.3.3.3 | Kunden mit Multimedia-Erfahrung | 827 |
| 10.3.3.4 | Vorleistungen der Multimedia-Agentur | 828 |
| 10.3.3.5 | Kostenrahmen Webauftritt | 828 |
| 10.3.4 | Preiskalkulation Webseiten | 830 |
| 10.3.4.1 | Kalkulationsschema | 831 |
| 10.3.4.2 | Zeitwertschätzung | 834 |
| 10.3.4.3 | Zusatzkosten im Web | 834 |
| 10.3.4.4 | Kalkulationsschritte | 836 |
| 10.3.4.5 | Angebot | 836 |
| 10.3.4.6 | Schema Auftragsvergabe | 838 |
| 10.3.5 | Aufgaben | 839 |

11 Produktionsmanagement

11.1 Projektmanagement 843

| | | |
|----------|--|-----|
| 11.1.1 | Was ist ein Projekt? | 844 |
| 11.1.1.1 | Projektdefinition nach DIN 69901 | 844 |
| 11.1.1.2 | Projektzielgrößen | 844 |
| 11.1.2 | Projektkompetenz | 845 |
| 11.1.2.1 | Projektkompetenzbereiche | 845 |