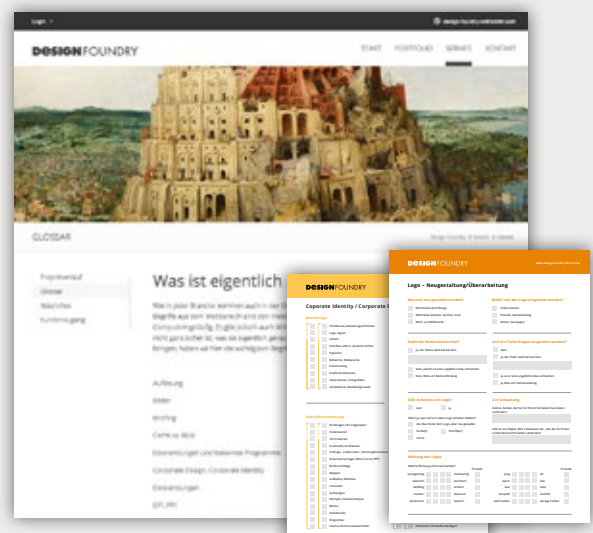




Was ist eigentlich ...?

Wie in jeder Branche kommen auch in der Grafik und in der Programmierung eine Menge an Fachbegriffen vor. Gerade viele Bezeichnungen aus dem Webbereich sind Ihnen aufgrund der Allgegenwart von Computern und Smartphones wahrscheinlich geläufig. Es gibt jedoch auch Begriffe, die Sie eventuell noch nicht gehört haben oder bei denen Sie sich nicht ganz sicher sind, was sie eigentlich genau bedeuten.

Daher erläutern wir in diesem „Spickzettel“ die wichtigsten Begriffe aus den Bereichen Print und Web und geben einen Überblick über die Grundlagen, wie z. B. Farben und Schriften. Des Weiteren zeigen wir auf, welche Phasen und Arbeitsschritte es im Verlaufe eines Projektes gibt. Ein ausführliches Glossar, viele Beispiele und weitere Informationen finden Sie unter: www.design-foundry.de/service



Die wichtigsten Formate

Format	in mm	Format	in mm	Format	in mm
A0	841 x 1189	A3	297 x 420	A6	105 x 148
A1	594 x 841	A4	210 x 297	DIN lang	98 – 105 x 210
A2	420 x 594	A5	148 x 210	Visitenkarte	85 x 55

In der Regel muss in der Druck-Datei dem Endformat eine **Beschnittzugabe** (rundherum) hinzugefügt werden.

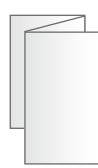
Die häufigsten Falzarten



Einbruchfalz
4 Seiten



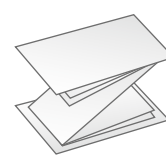
Wickelfalz
ab 6 Seiten



Zickzackfalz/Leporello
ab 6 Seiten



Kreuzbruchfalz
ab 8 Seiten



Z-Card®
ab 16 Seiten

Auswahl an Kommunikationsmitteln



Flyer (DIN lang)



Postkarte (DIN A6)



Falblatt (DIN lang)



Magazin (DIN A4)



Buch (21 x 21 cm)



Stadtplan (Z-Card®/DIN A3)



Mappe (für DIN A4)

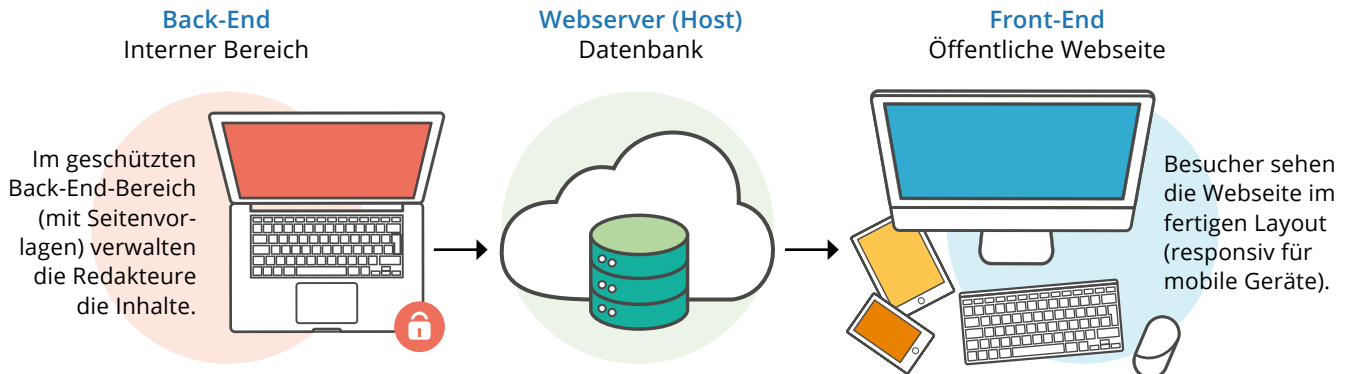


Wandkalender (DIN A3)



Roll-Up (1 x 2 m)

Content-Management-System (CMS)



Sitemap – Inhalte strukturieren und priorisieren

Eine Sitemap zu erstellen ist der erste und wichtigste Schritt bei der Webseitenplanung. Hier werden alle Inhalte strukturiert. Es ist darauf zu achten, dass man die Inhalte der Seiten auf das (für die Zielgruppe) Wichtigste beschränkt und dass die Seiten in einem logischen Bezug zueinander stehen. Die Seiten sollten nicht zu tief verschachtelt sein.

Im zweiten Schritt legt man fest, über welche Navigation man die einzelnen Seiten erreicht (s. a. Seitenvorlagen). Hierdurch ergibt sich eine erste Benutzerführung.

- Logo
- Hauptnavigation
- Untermenü (Mouse-Over und ggf. linke Spalte)
- Schnellnavigation
- Footer-Navigation

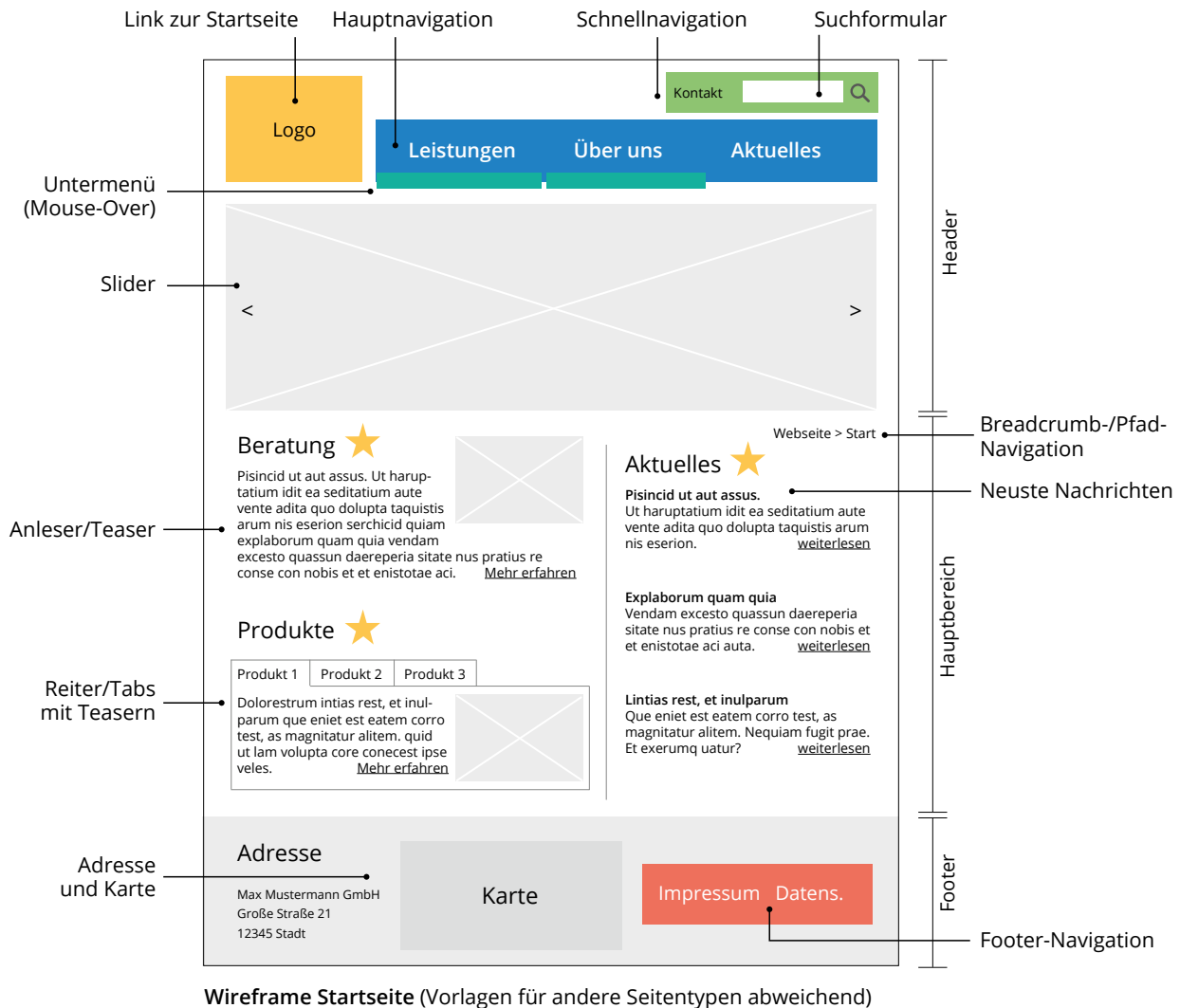
Im letzten Schritt legt man fest, welche (Teil)Inhalte so wichtig sind, dass sie zusätzlich auch auf der Startseite erscheinen bzw. beworben werden sollen.

★ Teaser auf Startseite

Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3
0. Start		
1. Leistungen	1.1. Beratung ★	
	1.2. Produktübersicht	1.2.1. Prod. 1 Details ★ 1.2.2. Prod. 2 Details ★ 1.2.3. Prod. 3 Details ★
	1.3. Testimonials	
	1.4. Downloads	
2. Über uns	2.1. Philosophie	
	2.2. Team	
	2.3. Firmengeschichte	
3. Aktuelles (Archiv) ★	3.1. Aktueller Beitrag	
4. Kontakt (Formular)	4.1. Nachricht gesendet	
5. Suche (Formular)	5.1. Suchergebnis	
6. Impressum		
7. Datenschutz		

Seitenvorlagen – die Anatomie der Webseite

Auf Basis der Sitemap werden **Wireframes** erstellt. Bei diesen „Drahtmodellen“ geht es noch nicht um das Design, sondern um die grundlegende Aufteilung der Inhalte auf den jeweiligen Seiten(typen) sowie deren Darstellungs- und Funktionsweisen. Das detaillierte Screendesign folgt in der anschließenden Projektphase (s. Projektverlauf).



Inhaltselemente

Die Inhalte der Webseite lassen sich in verschiedene Typen, Medien, Darstellungsformen und Funktionen einsortieren.

Texte

Auflistungen, Aufzählungen

Tabellen

Bilder, z. B. mit Light-Box-Effekt

Animationen, Infografiken

Downloads, z. B. PDF-Dateien

Videos, z. B. YouTube

Karten, z. B. Google Maps

Formulare, z. B. Kontakt

News, Blog

Newsletter, z. B. MailChimp

RSS-Feed für News

Kalender, Events

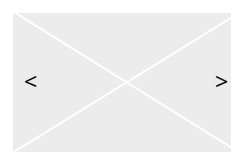
FAQ, Glossar

Effekte, z. B. Parallax-Scrolling

Geschützte Seiten

Soziale Medien

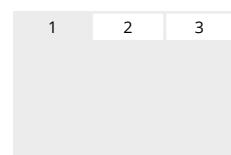
Analyse-Tools, z. B. Piwik



Slider



Galerie

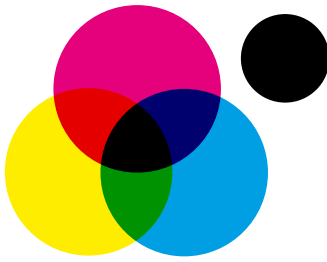


Reiter/Tabs



Akkordeon

Farben – unterschiedliche Farbräume



CMYK – Druck
subtraktive Farbmischung



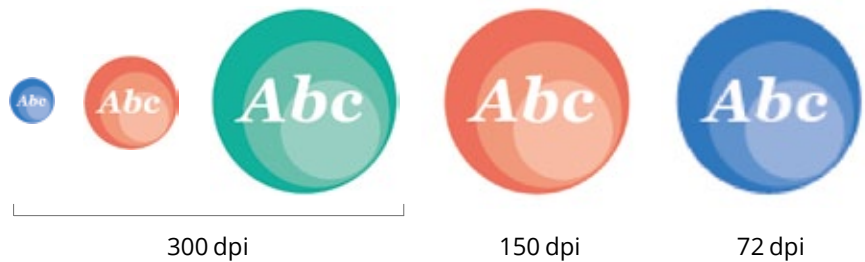
RGB – Bildschirm
Additive Farbmischung

	100 / 0 / 100 / 0	0 / 150 / 64
	0 / 0 / 100 / 0	255 / 237 / 0
	0 / 100 / 100 / 0	227 / 6 / 19
	0 / 100 / 0 / 0	230 / 0 / 126
	100 / 100 / 0 / 0	49 / 39 / 131
	100 / 0 / 0 / 0	0 / 159 / 227
	0 / 0 / 0 / 100	0 / 0 / 0
	0 / 0 / 0 / 0	255 / 255 / 255
	CMYK	RGB

Für den Druck gibt es neben den vier Grundfarben zusätzlich **Vollton-/Sonderfarben** (Pantone, RAL, HKS). Je nach Medium werden unterschiedliche **Druckverfahren** genutzt (z. B. Offset-, Digital-, Tampon-, Siebdruck). Für die **Weiterverarbeitung** bzw. **Veredelung** stehen mehrere Techniken zur Verfügung (z. B. Prägung, Heißfolienprägung, Kaschierung).

Auflösung – Bildgröße und Bildqualität

Auflösung bezeichnet zum einen die **Bildgröße** im Sinne von Breite mal Höhe und zum anderen die **Bildqualität** im Sinne von Punktdichte (DPI/PPI). Die Beispiele zeigen unterschiedliche Bildgrößen bei gleicher Punktdichte sowie verschiedene Punktdichten bei gleicher Bildgröße. Für den Druck werden i. d. R. Bilder mit 300 dpi im Endformat benötigt.



JPG-Dateien können für den Druck und für das Web genutzt werden. TIFF-Bilder sind für den Druck, PNG- und GIF-Dateien für Bildschirmanwendungen. Neben den Dateitypen, die auf Punkten basieren, gibt es auch **Vektordateien** (EPS, SVG, AI). Diese sind auflösungsunabhängig und werden meist für Logos und Illustrationen genutzt.

Zeichen und Schriften

A B	A B	ABC	ABC	Text	Text
Bindestrich/Minus	Bis-/Gedankenstrich	Versalien	Kapitälchen	mit Serifen	serifenlos

Üblicherweise variieren **Schriftschnitte** die drei folgenden **Auszeichnungsmerkmale** einer Schrift:

- Schriftstärke (z. B. mager, normal, fett)
- Schriftbreite (z. B. schmal, normal, breit)
- Schriftlage (z. B. normal, kursiv, oblique)

Schriftstärke

- Helvetica Neue – Ultra Light
- Helvetica Neue – Thin
- Helvetica Neue – Light
- Helvetica Neue – Regular
- Helvetica Neue – Medium
- Helvetica Neue – Bold
- Helvetica Neue – Heavy
- Helvetica Neue – Black

Schriftbreite

- Helvetica Neue – Condensed
- Helvetica Neue – Regular
- Helvetica Neue – Extended

Schriftlage

- Georgia Regular – aefghly
- Georgia Italic – aefghly
- Georgia Oblique – aefghly

Laufweite

- negative Spationierung
- normale Spationierung
- positive Spationierung

Grundlinierversatz

Zeilen sind an der Grundlinie ausgerichtet. Einzelne Zeichen können jedoch auch hochgestellt oder tiefgestellt werden.



Projektverlauf – der rote Faden

Das Ergebnis eines Projektes, z. B. eine Broschüre oder eine Webseite, ist für jeden zu sehen. Aber welche Schritte sind notwendig, um dorthin zu gelangen? Was genau machen eigentlich Grafiker und Programmierer? Im Folgenden zeigen wir auf, was alles nötig ist, um ein Projekt erfolgreich abzuschließen und welche Schritte sowohl für den Auftraggeber wie auch für uns wichtig sind.

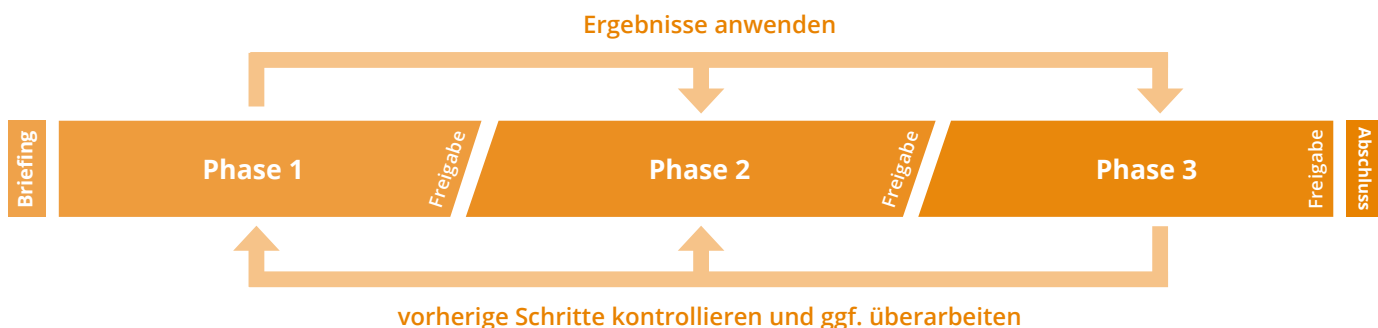
Zu Beginn eines jeden Projektes erfolgt das Briefing durch den Auftraggeber. Hier werden die grundsätzlichen Ziele, Wünsche und Anforderungen an das Projekt besprochen. Je genauer das Briefing ist, umso besser kann man das Projekt planen. Eine enge Absprache während des gesamten Projektes ist enorm wichtig.

Projekte teilen sich in mehrere Phasen auf, welche abhängig vom jeweiligen Projekt sind. Am Anfang steht jedoch immer das

Konzept. Hier wird der Plan entwickelt, was im Einzelnen nötig ist, um die Ziele des Projektes zu erreichen. Die folgenden Phasen und die darin enthaltenen Arbeitsschritte bauen auf einander auf, und es werden jeweils die Ergebnisse angewendet.

Ein Projekt verläuft jedoch nicht nur linear, sondern gleichzeitig auch in Schleifen. Jederzeit muss geprüft werden, ob die ursprünglichen Ziele berücksichtigt werden oder ob sich diese eventuell im Verlaufe des Projektes geändert haben. Dies kommt nicht selten vor und ist kein Zeichen, dass etwas missglückt ist. Vielmehr hilft es dabei, die Prioritäten zu verdichten und das optimale Ergebnis herauszuarbeiten.

Im Folgenden sehen Sie eine Übersicht über typische Phasen und Arbeitsschritte eines Print- und eines Web-Projektes.



Phasen und Arbeitsschritte Print

Konzept

Textumfang, Bilder prüfen, Zielgruppen, Format, Auflage

Gestaltung

Scribbles, Entwürfe, Corporate Design einbinden

Aufbau

Inhalte (Texte, Bilder etc.) einfügen und ggf. anpassen

Korrekturen

Lektorat, Änderungen einarbeiten

Reinzeichnung

Detail-Typographie, Fotos optimieren, Druck-Dateien

Produktion

Druckabwicklung, Weiterverarbeitung, Veredelung

Phasen und Arbeitsschritte Web

Konzept

Analyse, Recherche, Zielgruppen, Sitemap, Navigation

Wireframes

Benutzerführung, Inhaltselemente, Funktionen

Gestaltung

Screendesign (Desktop und Mobil), Details ausarbeiten

Programmierung

Installation CMS, Erweiterungen, APIs, Seitenvorlagen

De-Bugging

Fehlerkorrektur, Test auf verschiedenen Geräten

Veröffentlichung

Migration auf Kundenserver

