

**Script zum Seminar „Aufgehübscht –
gutes Design für Flyer, Parrbrief, Plakate et cetera“
4. Mai 2019, Franz-Hitze-Haus, Münster
Durchführender: Holger Martsch, Grafikdesigner**

Liebe Seminarteilnehmerin, lieber Seminarteilnehmer,
was macht eigentlich gutes Design aus?

Zahlreiche laienhafte Ausarbeitungen kranken typischerweise an immer den selben Fehlern: Sie sind zu komplex, leiden an visueller Überfrachtung. Die Fokussierung auf die Kernbotschaft fehlt. Heute dringen unablässig Werbeappelle auf uns ein. Wahrgenommen wird in dieser Informationsflut nur noch das, was heraussticht. Unser Gehirn, größter Stromfresser unseres Organismus, ist energiesparend orientiert und sucht sich den bequemsten Weg. Es lenkt die Aufmerksamkeit, eine der wichtigsten Ressourcen unserer Zeit, in erster Linie auf die Informationen, die durch ihre Klarheit rasch zu erfassen sind.

Texte typografisch aufbereiten

Sie werden mit ihrer gestalterischen Tätigkeit hauptsächlich Textinformationen an die Frau und den Mann bringen wollen. Ich zeige Ihnen, wie Sie grundlegende Fehler vermeiden und Texte typografisch so aufbereiten, dass sie mühelos und damit schnell erfasst werden können.

Spannung erzeugen

Im Zusammenwirken von Bildern und Texten kommt es darauf an, ein spannungsreiches Wechselspiel zu erreichen. Mutig eingesetzte Kontraste machen eine Publikation lebendig. Ich demonstriere das an verschiedenen Beispielen, unter anderem einem Pfarrbrief, wie man dieses kontrastreiche Wechselspiel konsequent einsetzt.

Mut zum Leerraum

Seien Sie mutig beim Gestalten. Das bedeutet zum Beispiel auch, Mut zum Leerraum zu haben. Eine legendäre Anzeigenwerbung von Volkswagen, die in den USA in den Sechzigerjahren veröffentlicht wurde, zeigt auf einer ganzen Zeitungsseite einen winzigen VW Käfer. Die Wirkung ist sensationell.

Fokussierung auf das Wesentliche

„Reduce to the max“ – maximale Reduktion ist ein Gebot aus dem Produktdesign. Mit seinem reduzierten Design für die Firma Braun Elektrogeräte ging Dieter Rams in die Designgeschichte ein. Später hoben sich Apple Computer mit ihrem ausgeklügelten glatten Design wohltuend aus der Masse hässlicher Rechner und Bildschirme ab. Auf die grafische Gestaltung ist das Gebot der Reduzierung eins zu eins übertragbar. Denken wir an Plakate. Ein gut gestaltetes Plakat ist

in der Lage, den Rezipienten wesentliche Informationen in einem Augenblick im Vorübergehen zu vermitteln. Idealerweise hat eine solche Signalwirkung, das es Menschen in seinen Bann zieht. Sie bleiben davor stehen und beschäftigen sich mit ihm. Der leider zu früh verstorbene münsteraner Grafiker Günter Schmitt übte mit der visuellen Sprache seiner Plakate eben diese Wirkung auf beispielhafte Weise aus.

Leserschaft im Blick behalten

Denken Sie immer an die Empfänger Ihrer Botschaft. Reflektieren Sie bei jedem Schritt der Gestaltung, ob Sie den richtigen Schritt in puncto Informationsvermittlung tun. In meiner beruflichen Praxis hatte das so genannte Putzfrauenurteil immer einen gewissen Stellenwert. Ich habe meine Entwürfe immer wieder branchenfremden Leuten vorgelegt (und wenn ich sie angetroffen habe, auch der Reinigungskraft) und sie um ihr Urteil gebeten, was mir sehr hilfreich war.

Wahl des richtigen Papiers

Ein nicht zu vernachlässigender Faktor für das Design ist der Informationsträger, der Bedruckstoff Papier. Papiersorten gibt es unzählige, genau wie Druckschriften. Glänzend gestrichenes Bilderdruckpapier beispielsweise ermöglicht zwar die brillianteste Bildwiedergabe, wirkt aber technisch kalt. Alternativen sind mattes Offsetpapier, so genanntes Naturpapier oder Recyclingpapier. Dabei ist auch die Papierstärke beziehungsweise dessen Quadratmetergewicht zu beachten. Bei Faltblättern mit wenigen, zum Beispiel sechs Seiten, empfehle ich, zu höheren Quadratmetergewichten zu greifen, damit das Produkt nicht zu „labberig“ wirkt und mehr Wertigkeit vermittelt. Die richtige Papierwahl steigert die Wirkung Ihres Designs.

Zur Person:

Ich, Holger Martsch, Jahrgang 1950, habe rund vierzig Jahre in der Druckindustrie gearbeitet. Nach meiner Ausbildung zum Schriftsetzer habe ich weiterführende Schulen besucht und 1980 mein Diplom als Grafikdesigner erhalten. Dreieinhalb Jahrzehnte lang war ich als Hausgrafiker in einem westfälischen Verlagshaus tätig. Zu meinem Tätigkeitsfeld gehörten die Entwicklung von Katalogen, Prospekten, Zeitschriften und das Zeitungsdesign einschließlich Infografik. Seit 2015 in Rente, widme ich mich weiterhin der Kreativität, sowohl im klassischen Printbereich als auch in den Bereichen Fotografie und Kunst. Ausgleichendes Hobby: Garten

Wichtige Fragen im Vorfeld klären

Und die organisatorisch-technische Seite? Wie fängt man mit der Gestaltung an, wie legt man los?

Sind beispielsweise solche Fragen wie Auflage, Budget, Format, Seitenumfang, Zielgruppe und Distribution geklärt, sind alle Texte und Bilder vorhanden, kann man sich an die Gestaltung machen. Hilfreich ist dabei immer eine Skizze und ein gefaltetes Muster für die Seitenabfolge. Haben Sie in technischer Hinsicht alle notwendigen Informationen von Ihrer Druckerei? In welchem Datenformat möchte sie ihre Ausarbeitung haben? Dabei ist der Farbraum ein wichtiger Aspekt. Die meisten Druckereien wollen Ihre Daten als Vierfarb-Druckdatei und nicht in RGB-Bildschirmfarben. Erkundigen Sie sich deshalb schon im Vorfeld nach den Voraussetzungen für komplikationslose Datentübergabe. Dazu gehört auch die Anlage des von der Druckerei gewünschten Beschnitts. Der kommt immer dann zum Tragen, wenn Sie mit Elementen arbeiten, seien es Farbflächen oder Bilder, die bis zum Papierrand gehen. Das angesagte Ausgabeformat ist aktuell PDF/X4 für CMYK-Offsetdruck unter Berücksichtigung eines für das Druckverfahren geeigneten Farbprofils. Ihre Druckerei informiert Sie darüber.

Welches Druckverfahren?

Farbiger Laserdruck, Digitaldruck oder Vierfarb-Offsetdruck? Das Ergebnis einer Kostenkalkulation kann in die eine oder andere Richtung gehen, abhängig von der Auflage. 500 oder 1000 Faltblätter sind bereits ein günstiges Offset-Druckobjekt, im Digitaldruck wäre der Preis pro Exemplar höher. Ist es Kosten sparend und sinnvoll, die Auflage eines Faltblatts im Büro auf dem Farblaser auszugeben und anschließend noch von Hand zu falten? In vielen Orten gibt es smarte Druck-Dienstleister, die Ihnen eine kleine Auflage im qualitativ besseren Digitaldruck und zudem auf wertigerem Papier fix und fertig gedruckt und gefalzt liefern. Online-Druckereien bieten eine durchweg hochwertige, standardisierte Offsetdruck-Qualität. Aber sprechen Sie auch mit Ihrem örtlichen Drucker, sofern es ihn noch gibt. Er kann eher auf Ihre individuellen Wünsche eingehen.

An sich selbst arbeiten

Was können Sie tun, um sich gestalterisch und technisch weiterzuentwickeln? Es gibt eine ganze Reihe hervorragender Fachbücher, die auch in gut sortierten Stadtbüchereien verfügbar sind. Ich zeige Ihnen verschiedene Buchempfehlungen und stelle Leseproben in die Dropbox des Seminars. Um die Kreativität anzukurbeln, gibt es mehrere Möglichkeiten. Die aktive Vorgehensweise ist das Gestalten selbst. Je

mehr man gestaltet, desto interessanter wird die Pflanze, desto mehr Pflänzchen gehen auf – und irgendwann kann man gar nicht mehr aufhören mit dem Pflanzen, weil es so schön ist. Psychologen sprechen von dem „flow“, dem Erlebnis, bei dem Sie Ihre Umwelt komplett vergessen werden, so sehr sind Sie in Ihre Arbeit vertieft. Die passive Vorgehensweise ist das Lockern des Bodens, indem Sie sich mit vielen Gestaltungsprodukten auseinandersetzen. Das können Sie ausgezeichnet beim Sammeln. Gehen Sie mit offenen Augen durch die gestaltete Welt, nehmen Sie Druckprodukte mit, die Sie gut finden und solche, die Sie für ausnehmend scheußlich halten. Legen Sie sich einen großen Karton oder Ordner an. Nicht zuletzt dient er als Fundgrube, wenn Ihnen tatsächlich mal nichts einfällt. Versuchen Sie, in Worte zu fassen, was Ihnen an den Produkten gefällt („find ich gut“ genügt nicht), nur so werden Sie diese Erkenntnisse für eigene Entwürfe fruchtbar machen können.

Anwendungen

Mit welcher Software gelingen professionelle Gestaltungen? Standard in Designbüros ist die Layoutsoftware InDesign von Adobe. Man kann das Programm abonnieren oder die alte Version 2.0 kostenlos herunterladen. XPress von Quark ist ihm ebenbürtig, man kann es kaufen, aber nicht ganz billig. Microsoft Publisher ist geeignet, kann aber nur im RGB-Modus arbeiten. Die Microsoft Officeanwendungen sind nicht für die professionelle hochwertige Druckausgabe konzipiert und daher weniger gut geeignet. Affinity Designer für 50 Euro ist verlässlich und hat professionelles Niveau, Affinity Publisher soll ein Konkurrent von InDesign werden und ist noch in der Entwicklung, aber bereits als gut funktionierende Betaversion auszuprobieren.

Informationsquellen im Internet

Natürlich kann man sich zahlreiche entsprechende Videos anschauen, aber es kann dauern, bis man die Infos gefunden hat, die man wirklich benötigt. Mir reißt da schnell der Geduldssaden. Lieber greife ich entweder zu einem Fachbuch oder suche Internetseiten mit entsprechenden Inhalten auf.

Gestaltung: behance.com, digitalarts.com

Druckereien online: diedruckerei.de, print24.de, wir-machen-druck.de, viaprinto.de

Farben, Farbhilfen: cleverprinting.de, color.adobe.com

Typografie: typografie.info, monotype.com, fontshop.de, linotype.de

Layout: zahlreiche Praxisbeispiele finden Sie auf emigre.com (einer Vertriebsplattform für Druckschriften) und issuu.com, einer Plattform für Publikationen aller Art.