

**HAND**

**BUCH**

**GRAFIK**

**DESIGN**



HAND  
BUCH  
GRAFIK  
DESIGN

Theo  
Inglis

**PRESTEL**

München • London • New York



# Inhalt

<b>Einleitung</b>	<b>6</b>	<b>Fotografie</b>	<b>156</b>
<b>Kapitel 1 - Historie:</b>		<b>Art Direction</b>	<b>160</b>
Ursprünge	16	<b>Abstraktion</b>	<b>162</b>
Avantgarde	20	<b>Collage</b>	<b>164</b>
Bauhaus	26	<b>Barrierefreiheit</b>	<b>166</b>
Neue Typografie	32	<b>Protest</b>	<b>168</b>
Mid-Century Modern	34	<b>Umwelt</b>	<b>172</b>
Schweizer Stil	38	<b>Klischee</b>	<b>176</b>
Kreative Revolution	42	<b>Retro</b>	<b>178</b>
Designagenturen	44	<b>Pastiche</b>	<b>180</b>
Internationaler Stil	46	<b>Trompe-l'œil</b>	<b>182</b>
Gegenkulturen	50	<b>Schrift als Bild</b>	<b>184</b>
Postmoderne	56	<b>Kapitel 4 - Typografie:</b>	
Digitales Grafikdesign	64	Typografisches Lexikon	190
Kanon	68	Ursprung der Typografie	194
<b>Kapitel 2 - Theorie:</b>		Serifenschriften	198
Semiotik	72	Serifenlose Schriften	206
Ästhetik	76	Akzidenzschriften	214
Gestaltpsychologie	78	Schreibschriften	218
Farbtheorie	82	Nicht-lateinische Schriften	222
Logo	88	Lettering	226
Ornament	90	Postmoderne Typografie	232
Standards	92	Digitale Typografie	236
Vernakuläres Design	94	Schriftpsychologie	242
Propaganda	98	<b>Kapitel 5 - Medien:</b>	
Designpolitik	102	Plakate	246
Ethik	106	Werbung	254
Geschlechterrollen	108	Buchcover	260
Rassismus	112	Bücher	266
Sexualität	116	Editorial	270
Kulturelle Aneignung	118	Schallplattencover	276
Design als Kunst	120	Markenidentität	280
Designer als Autoren	122	Verpackungen	288
<b>Kapitel 3 - Praxis:</b>		Orientierungssysteme	292
Raster	128	Infografiken	294
Hierarchie	132	Grafikanimationen	296
Proportion	134	Webseiten	298
Stil	136	UI/UX-Design	302
Problemlösung	140	Soziale Medien	306
Grafischer Witz	142	<b>Quellen</b>	<b>308</b>
Piktogramme	146	<b>Bibliografie</b>	<b>310</b>
Visuelle Sprache	148	<b>Index</b>	<b>312</b>
Zufall & Unfall	150	<b>Bildnachweis</b>	<b>318</b>
Illustration	152	<b>Danksagung</b>	<b>320</b>



**Oben:** *Give 'em both barrels*, Plakat für das US Office for Emergency Management, Jean Carlu, 1941

**Unten rechts:** *America's answer!* Production, Plakat für das US Office for Emergency Management, Jean Carlu, 1942



# Einleitung

„Design ist die Methode, die Form und Inhalt zusammenbringt. Für Design gibt es ebenso wie für Kunst mehrere Definitionen; es gibt keine einheitliche Definition. Design kann Kunst sein. Design kann Ästhetik sein. Design ist so einfach, deshalb ist es auch so kompliziert.“ Paul Rand<sup>1</sup>

„Grafikdesign ist nicht besonders selten oder speziell. Es ist kein Beruf, es ist ein Medium. Es ist eine Form der Ansprache, ein Mittel der Kommunikation. Es wird in der gesamten Kultur in unterschiedlicher Komplexität und mit unterschiedlichem Erfolg genutzt. Das ist es, was am Grafikdesign wichtig ist. Das ist es, was es interessant macht. Und es ist überall dort im Einsatz, wo es Worte und Bilder gibt.“ Tibor Kalman, J. Abbott Miller und Karrie Jacobs<sup>2</sup>

Grafikdesign deckt ein breit gefächertes Themenspektrum ab: Es ist ein Medium, ein Arbeitsfeld, ein Handwerk, eine Disziplin, ein Beruf und eine ganze Industrie. Es berührt nahezu jeden Aspekt der menschlichen Gesellschaft – von Wirtschaft und Politik bis zu Kunst und Kultur. Um die vollständige Geschichte des Grafikdesigns zu erzählen, braucht es Bezüge zu so unterschiedlichen Welt ereignissen wie der Entwicklung des Alphabets vor etwa 4000 Jahren, der Arbeit antiker römischer und griechischer Steinmetze, den Manuskripten mittelalterlicher Schreiber, der Geburt des Buchdrucks, dem Beginn der industriellen Revolution und dem darauf folgenden modernen Konsumkapitalismus bis hin zur Erfindung des Internets im späten 20. Jahrhundert und darüber hinaus in eine unbekannt Zukunft.

Wenn Grafikdesign richtig gemacht wird, bleiben manche Resultate in unserem Alltag unbemerkt, während andere über den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens oder Produkts entscheiden können. Grafikdesign kann alltäglich oder glamourös sein, kreativ erfindend oder streng organisiert, dekorativ schön oder funktional zweckmäßig, gesellschaftlich wertvoll oder ethisch fragwürdig, technologisch fortschrittlich oder in seinen Mitteln extrem einfach. In Anlehnung an die Worte des großen amerikanischen Dichters Walt Whitman: Grafikdesign ist weiträumig, es enthält Vielheit.

Grafikdesign kann ikonisch werden, historisch bedeutsam, vielfach reproduziert, international gesammelt und ausgestellt, doch landet es häufiger auf einer Mülldeponie als in einem Museum.

Ein Großteil des Grafikdesigns ist von Natur aus flüchtig, alltäglich und ver-gänglich, und doch erzählt es uns immer etwas über die Gesellschaft, die es hervorgebracht hat. Mit jedem Jahrzehnt, jeder kulturellen Neuerung, jeder tech-nologischen Entwicklung entwickelt sich das Grafikdesign weiter. Während es sich in vielerlei Hinsicht unwiderruflich verändert, bleibt es in manch anderer gleich und bewahrt Kernprinzipien und -anliegen, die dem Sturm der sich wan-delnden Moden und ästhetischen Trends trotzen. Wie der Grafikdesigner und Historiker Richard Hollis es ausdrückte: „Augen und Gehirne haben über Generatio-nen hinweg auf die gleiche Weise funkti-oniert. Das Umfeld ändert sich, aber die Grundsätze der visuellen Kommunikation bleiben bestehen.“<sup>3</sup>

Der Schlüsselaspekt, der verschie-dene kreative Tätigkeiten unter dem Dach des Grafikdesigns verbindet, ist das Ziel der Kommunikation: Grafikdesign soll dem Publikum eine gewisse Bedeutung vermitteln; es muss zu einem bestimmten funktionalen Zweck hergestellt worden sein, sei es, um zu werben, zu infor-mieren, zu kennzeichnen, zu interes-sieren oder zu steuern. Eine Definition des Grafikdesigns ist ein schwieriges Unterfangen, ebenso wie die Frage, wann genau es historisch entstanden ist oder wohin es sich entwickelt. Die Abgren-zung zu verwandten Disziplinen wie Druck, Werbung, Typografie, Illustration, Kunst oder Medien (ganz zu schweigen von Design im Allgemeinen) ist nahezu unmög-lich. Wie der Designer und Autor David Reinfurt (geb. 1951) feststellt, hat Grafikdesign „keinen wirklichen eigenen Gegenstand“; es „arbeitet immer mit fremden Inhalten. Es ist eine Methode, die auf die Arbeit mit anderen Themen

angewandt wird.“<sup>4</sup> Das soll nicht heißen, dass es eine nebensächliche Angelegen-heit ist – man stelle sich nur einmal eine Welt ohne Grafikdesign vor!

### Über dieses Buch

Das *Handbuch Grafikdesign* befasst sich mit der Geschichte, den Ideen, Theorien und Kontexten des Grafikdesigns sowie den Herausforderungen, denen es als zeitgenössisches Handwerk unterliegt. Dies ist kein Anleitungsbuch. Wer praktische Grafikdesign-Fertigkeiten erlernen möchte, findet andere Bücher und – in unserem modernen digitalen Zeitalter – andere Wege, die vielleicht besser für die rasanten technologi-schen Entwicklungen geeignet sind, die heutzutage das Designgeschehen beein-flussen. Das *Handbuch Grafikdesign* ist auch keine Enzyklopädie: Viele Bereiche wurden nicht abgedeckt und jeder Abschnitt hätte weiter vertieft werden können, wenn es der Platz erlaubt hätte. Wo es möglich war, habe ich weiterfüh-rende Literatur vorgeschlagen und im Text auf andere Quellen verwiesen, die zusätzliche, weniger knappe Informatio-nen liefern können. Jedem Abschnitt in diesem Buch könnte problemlos ein ganzes Buch gewidmet werden und für die meisten ist das bereits geschehen. Die Welt des Grafikdesigns ist sehr komplex und je tiefer man in die Materie eintaucht, desto mehr gibt es zu entdecken und zu reflektieren.

In diesem Buch dominieren nicht die Bilder. Zwar handelt es sich um ein rein visuelles Thema, aber um es richtig zu erklären und zu ergründen, braucht es Text. Glücklicherweise sind Bücher im Internetzeitalter für Grafikdesigner nicht mehr die wichtigste Quelle für visuelle Beispiele. Mein Leben als