Grundlagen der Gestaltung

Herzlich willkommen!

In den nächsten drei Lehrveranstaltungen werden wir die Grundlagen der Gestaltung erkunden, und eines ist sicher:

Dies wird kein trockener, theoretischer Unterricht.

Stattdessen erwartet Sie eine lebendige Erfahrung, die Ihre Kreativität beflügelt.

Lassen Sie uns gemeinsam die Welt der Gestaltung auf lebendige Weise erforschen!

Wer bin ich?
Mag. Herbert Wieser

Sozial Designer.

- Studium der Erziehungswissenschaften & der psychosozialen Praxis
- Marketingausbildung bei der Volksbank
- Fotoakademie LIK
- Selbstständiger Designer seit 2012

& wer sind sie?
Stellen sie sich bitte kurz vor. Welche Erfahrung haben sie mit der Gestaltung?

Content

Tag 1 Grundlagen der Farbe und Typografie

- Farbkreis nach Itten
- Primär- und Sekundärfarben
- Farbkontraste nach Itten
- Farbmodelle RGB und CMYK
- Farbpsychologie
- Praktische Übungen und Diskussion (1,5 Stunden)

- Das ABC der Typografie
- Typografische Grundlagen
- Schriftarten und ihre Auswahl
- Zeilen- und Zeichenabstand
- Textausrichtung und Absatzformat
- Zusammenhang und visuelle Hierarchie
- Praktische Übung (60 Minuten)

Tag 2 Layout und Praxis

- Layoutgrundlagen
- Definition von Design und dessen Bedeutung
- Kreativität vs Designprinzipien
- Gestaltungsraster
- Whitespace/Weißraum
- Gestaltungsraster in der Praxis
- Praktische Übung (60 Minuten)

- Einschulung in Adobe InDesign
- Dokument anlegen
- Layout anlegen - Ränder, Spalten und Hilfslinien

Tag 3 Adobe InDesign und praktische Übungen für das Prüfungsplakat

- Adobe InDesign
- Einführung Texttool
- Bilder platzieren
- Formen

Abschlussprüfung: Plakatgestaltung für den Standort der FH Spittal

In dieser Prüfung wenden Sie das Wissen an, das Sie in den letzten drei Tagen erworben haben. Ihre Aufgabe besteht darin, ein Plakat im Format A2 in Adobe InDesign zu gestalten. Dabei müssen Sie die Grundlagen der Farben, Grundlagen der Typografie sowie Layoutgrundlagen berücksichtigen.

Thema:
Gestalten Sie ein Werbesujet, das die Vorteile des Standorts Spittal im Vergleich zu anderen Universitäten und Fachhochschulen hervorhebt. Ihre eigene Entscheidung für den Standort Spittal spielt dabei eine zentrale Rolle.

Vorgaben:

- **Wählen Sie einen aussagekräftigen Titel für das Plakat, der das Thema klar transportiert.**

- **Finden Sie ein passendes Fotosujet oder eine Grafik von der freien Plattform Unsplash, die den Inhalt unterstützt.**

- **Schreiben Sie einen kurzen Begleittext oder Sub-Slogan, der den Titel näher erklärt und die Vorteile des Standorts Spittal verdeutlicht.**

Alle Unterlagen der Lehrveranstaltung finden sie nach der Lehrveranstaltung auf:

www.wunderkastl.at
unter dem Menüpunkt „Download“

Grundlagen der Farben

Farbe ist allgegenwärtig und spielt eine entscheidende Rolle in unserem täglichen Leben.

Sie beeinflusst unsere Stimmungen, unsere Wahrnehmung und natürlich auch die Kunst und Gestaltung.

Frage an euch:

Warum habt ihr euch heute für genau dieses Outfit entschieden? Was sagt das über euren Stil oder eure Stimmung am ersten Tag dieser Veranstaltung aus?

Interessant!

- Glaubst du, dass die Farbe eine Rolle bei deiner Entscheidung gespielt hat?

Zum Nachdenken!

Hat deine gewählte Farbe tatsächlich eine emotionale oder stilistische Wirkung? Wirkt deine Wahl auf andere ähnlich?

Warum ist Farbe wichtig?

Farbe ist nicht nur ästhetisch ansprechend, sondern sie hat auch die Kraft, Emotionen auszulösen und Botschaften zu vermitteln. Sie kann unsere Wahrnehmung von Raum und Objekten beeinflussen und ist ein mächtiges Werkzeug in der Kommunikation.

Farben in der Werbung spielen eine entscheidende Rolle, da sie starke emotionale Botschaften vermitteln.

- Rot kann Leidenschaft und Aufregung symbolisieren
- während Blau Vertrauen und Zuverlässigkeit ausstrahlt
- Grün wird oft mit Natur und Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht

Die Auswahl der richtigen Farben kann die Wirkung Ihrer Botschaft erheblich verstärken.

Schon in der Antike wurde versucht ein Farbsystem zu erstellen.

- Isaac Newton
- Johann Wolfgang Goethe

- Das bekannteste und im Alltag gebräuchlichste System ist das von Johannes Itten

Farbkreis nach Itten – Die Farblehre, die alles ins Gleichgewicht bringt!

Wer war Johannes Itten? Der Meister der Farben!

- Geboren 1888 in der Schweiz
- Lehrer am berühmten Bauhaus
- Er hat den Farbkreis entwickelt, der noch heute Designer und Künstler inspiriert

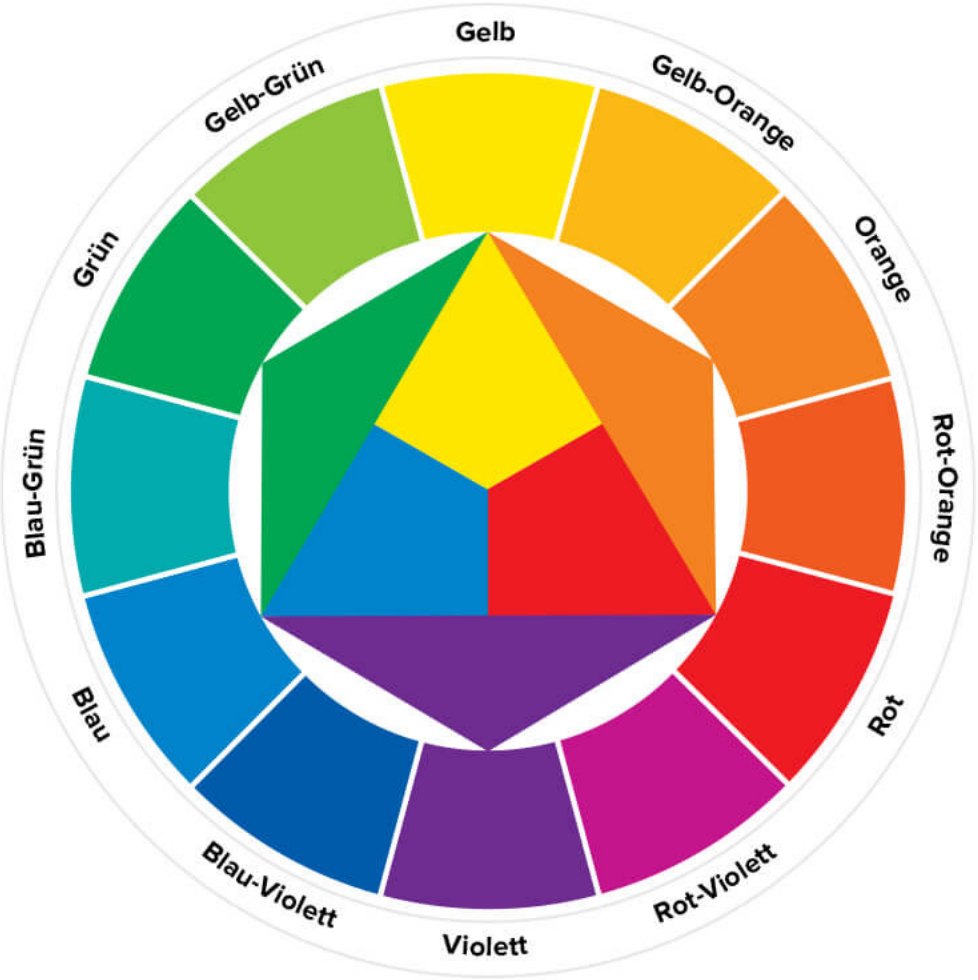
<u>Was hat Itten entdeckt?</u> Die Magie der Farbkontraste!

- **Itten war fasziniert vom Zusammenspiel der Farben**
- **Er zeigte, wie Farben sich gegenseitig beeinflussen: warm vs. kalt, hell vs. dunkel, komplementär**

<u>Warum ist Itten für uns wichtig?</u> Ohne Itten kein gutes Design!

- Itten war fasziniert vom Zusammenspiel der Farben
- Er zeigte, wie Farben sich gegenseitig beeinflussen: warm vs. kalt, hell vs. dunkel, komplementär

Farbkreis nach Johannes Itten



Ein Beispiel:

Stell dir vor, du möchtest ein Plakat gestalten, das richtig auffällt. Du entscheidest dich für die Farben Blau und Orange. Warum?

Laut Ittens Farbkreis sind Blau und Orange komplementär – sie stehen sich im Farbkreis direkt gegenüber. Das bedeutet, sie verstärken sich gegenseitig und schaffen einen starken Kontrast.

Wenn du diese beiden Farben nebeneinander einsetzt, wirkt dein Design besonders lebendig und kraftvoll – perfekt, um Aufmerksamkeit zu erregen!

Primär- und Sekundärfarben – Die Basis für alles, was bunt ist.

Primärfarben – Die Basis jeder Farbe!

Rot, Gelb und Blau – Diese drei Grundfarben sind die Bausteine für alle anderen Farben.

Wichtig: Sie können nicht durch Mischen anderer Farben entstehen!

Mit diesen drei Farben lassen sich unendlich viele neue Farben kreieren – sie sind sozusagen das Fundament der Farblehre.

Bedeutung:

Das ist die Grundlage für die Farblehre – und damit für jede Kunst und jedes Design!

R

G

B

Sekundärfarben – Wenn sich Primärfarben zusammentun!

Sekundärfarben entstehen, wenn du zwei Primärfarben im gleichen Verhältnis mischst.

- **Grün (aus Gelb und Blau)**

+ =

- Violett (aus Rot und Blau)

+ =

- Orange (aus Rot und Gelb)

+ =

Farbharmonie und Farbkontrast – Das Spiel der Farben!

Farben richtig kombinieren ist der Schlüssel zu harmonischen oder spannenden Designs.

Farbharmonie: Wenn Primär- und Sekundärfarben harmonisch kombiniert werden, entsteht ein ruhiges, ausgewogenes Design, das angenehm für das Auge ist.

Farbkontrast: Nutze gegensätzliche Farben, um Spannung zu schaffen und den Blick auf dein Design zu lenken!

Welche Farben finden wir nicht im Farbkreis?

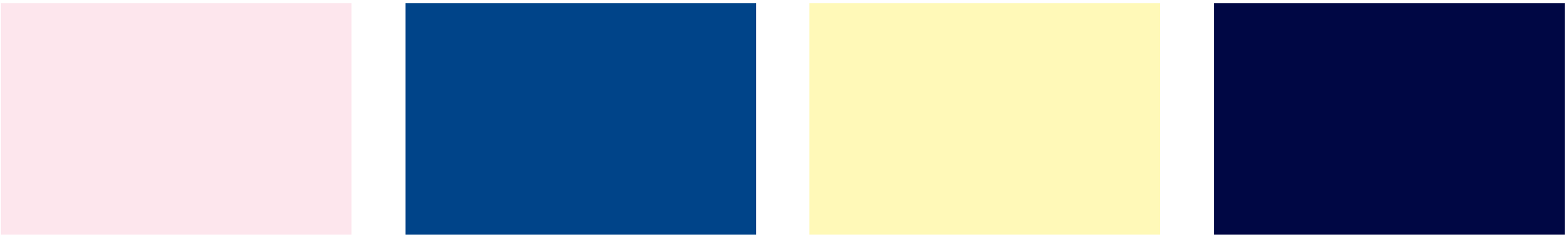
- Schwarz
- Weiß
- Grau

Das sind die sogenannten „Nicht Farben“

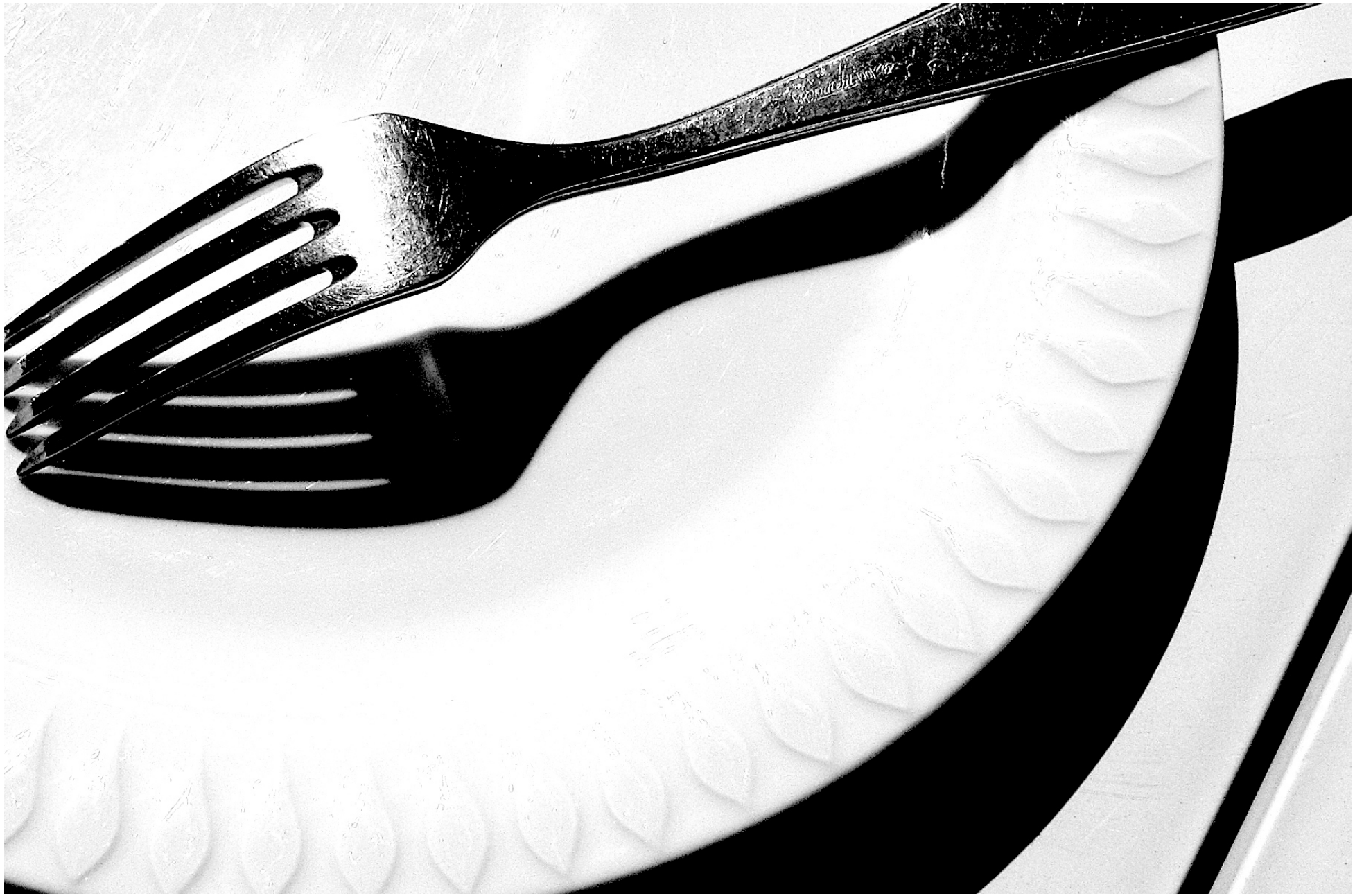
Farbkontraste nach Itten – Gegensätze, die begeistern!

Hell-Dunkel-Kontraste – Licht trifft Schatten!

Helle und dunkle Flächen verstärken sich gegenseitig und sorgen für Aufmerksamkeit und visuelles Interesse.



Farbtöne, die einen Hell-Dunkel-Kontrast erzeugen.



In der Schwarzweißfotografie ist es der (starke) Hell-Dunkel-Kontrast, der ein Motiv interessant macht und zur Räumlichkeit und Tiefenwirkung beiträgt.

In der Schwarzweißfotografie ist es der (starke) Hell-Dunkel-Kontrast, der ein Motiv interessant macht und zur Räumlichkeit und Tiefenwirkung beiträgt.

Hell-Dunkel-Kontrast-Assoziationen:

Positiv:

- Licht und Schatten, Tag und Nacht, Extreme, Dramatik, Spannung

- Negativ:
  düster, traurig, depressiv

Farbe-an-sich-Kontrast – Farben, die strahlen!

Dieser Kontrast entsteht, wenn 2 oder 3 Primärfarben zusammenkommen.

Das Ergebnis: bunte, fröhliche Bilder – oft zu sehen bei Kinderspielzeug wie Lego.

Der Farbe-an-sich-Kontrast.

Farbe-an-sich-Kontrast-Assoziationen:

Positiv:

- kraftvoll, fröhlich, unbekümmert, heiter, optimistisch, farbenfroh, bunt

Negativ:

- naiv, schreiend, grell, laut, aufdringlich

Kalt-Warm-Kontrast – Feuer und Eis!

Warme Farben: Rot, Gelb, Orange
Kalte Farben: Blau, Blaugrün

Wenn du diese Gegensätze einsetzt, kannst du Tiefe schaffen – wie „nah und fern“.

Blau und Gelb-orange sind eine typische Farbkombination für den Kalt-Warm-Kontrast.

Gelb-orange und Blau bilden einen interessant-harmonischen
Kalt-Warm-Kontrast

Bei Michael Nagy ist viel Kalt und wenig Warm vorhanden, aber eben auch dieser Quantitätskontrast zusammen mit dem Kalt-Warm-Kontrast macht das Design so spannend.

Kalt-Warm-Kontrast-Assoziationen:

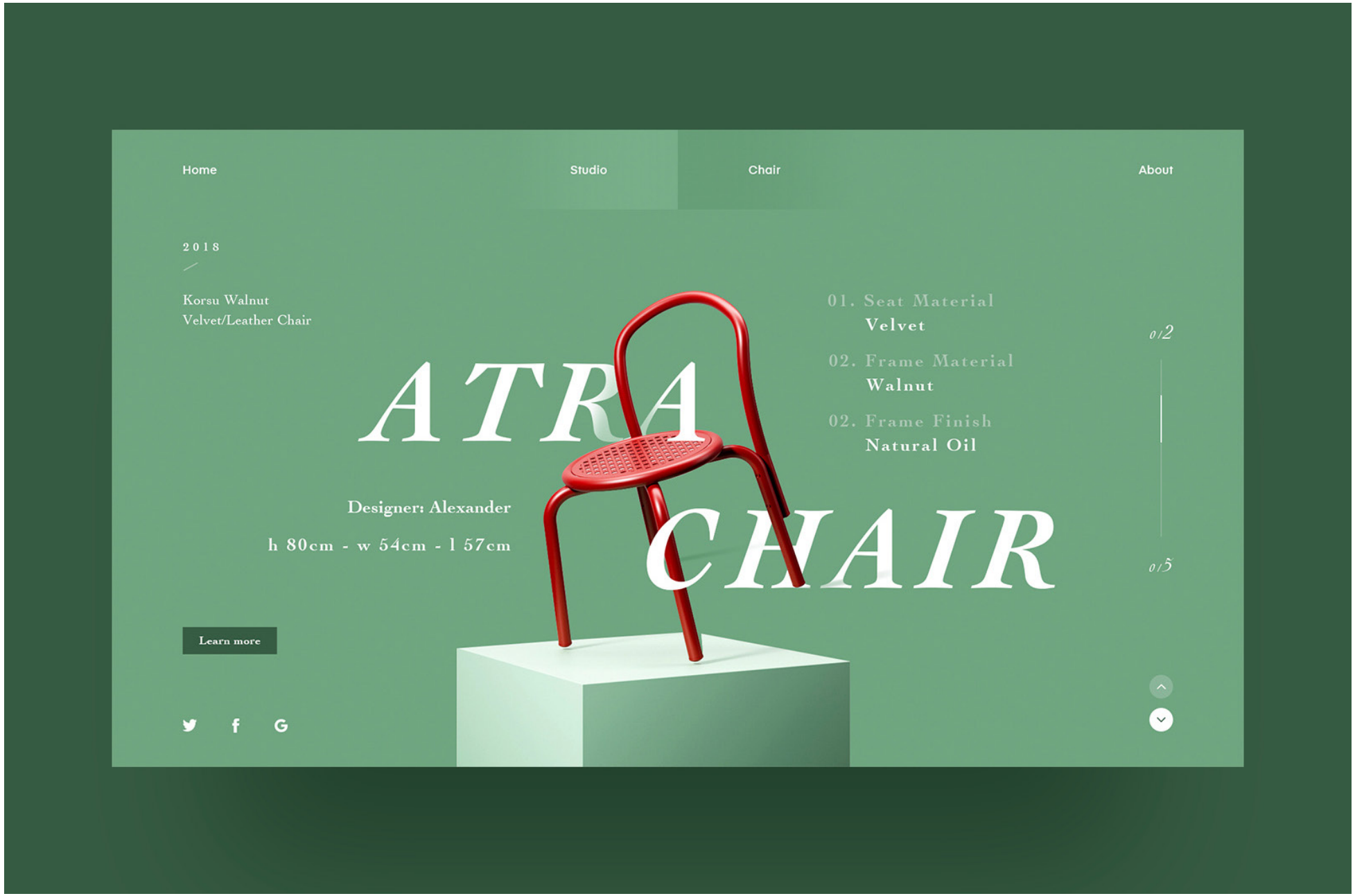
kalt – warm
schattig – sonnig
durchsichtig – undurchsichtig
beruhigend – erregend
luftig – erdig
fern – nah
leicht – schwer
feucht – trocken

Quantitätskontrast – Groß gegen Klein!

Dieser Kontrast bezieht sich auf die Flächengröße von Farben nebeneinander.

„Viel und wenig“ oder „groß und klein“ sind die passenden Begriffe dafür.

Der Quantitätskontrast: viel von einer (eher kalten) Farbe, wenig von einem (eher warmen) Farbton.



Wenig warmes Rot und viel kälteres Grün sorgen für einen Quantitätskontrast, bei dem die Farbwirkung ausgeglichen erscheint.

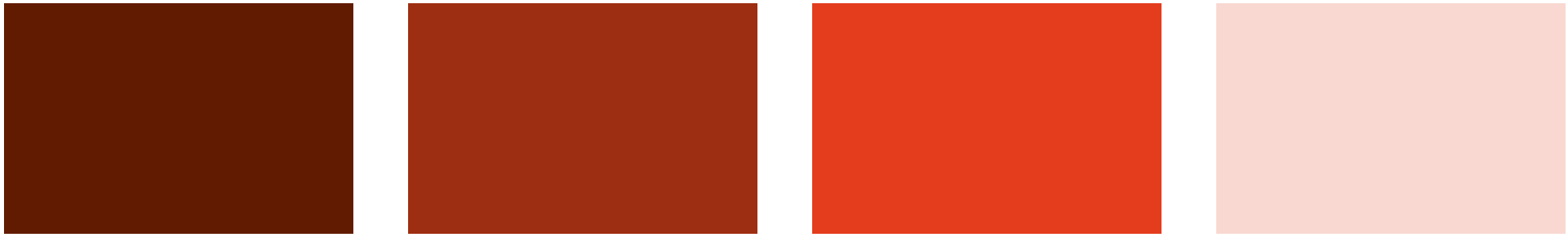
Die gelbe Typo springt sofort ins Auge. Der Hintergrund ist großflächig violett – insgesamt ist die Farbwirkung dadurch ausgewogen - ein gelungener Quantitätskontrast.

Quantitätskontrast-Assoziationen:

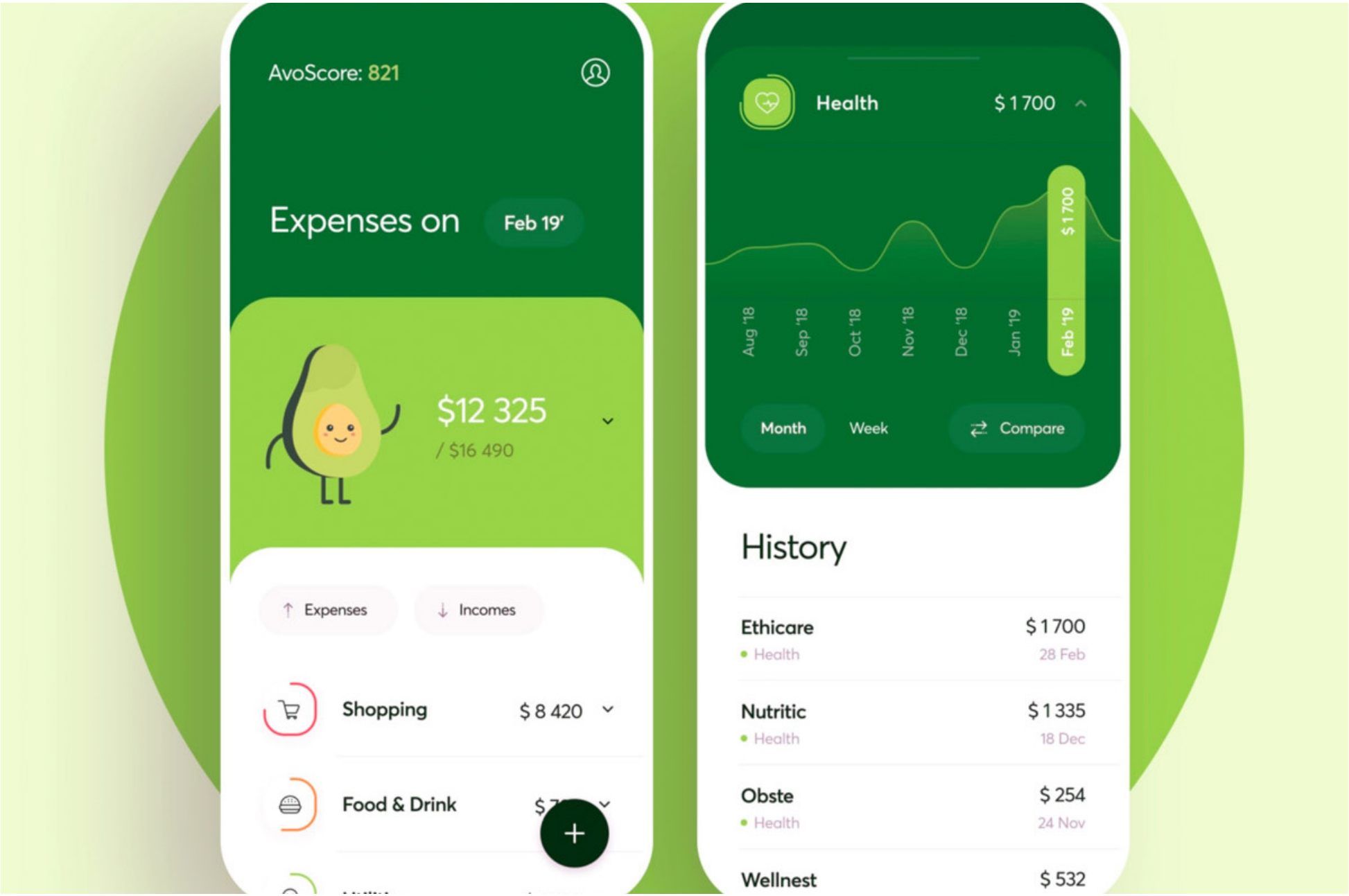
viel – wenig
groß – klein

Qualitätskontrast – Strahlend oder gedämpft!

Dieser Kontrast zeigt die Intensität einer Farbe. Farben können entweder sehr rein oder getrübt sein. Deshalb nennt man ihn auch Sättigungskontrast.



Qualitätskontrast



In diesem App-Interface sorgen unterschiedliche Grüntöne für einen Qualitätskontrast.

Qualitätskontrast-Assoziationen:

rein – trüb
leuchtend – stumpf

Komplementärfarben – Der stärkste Kontrast!

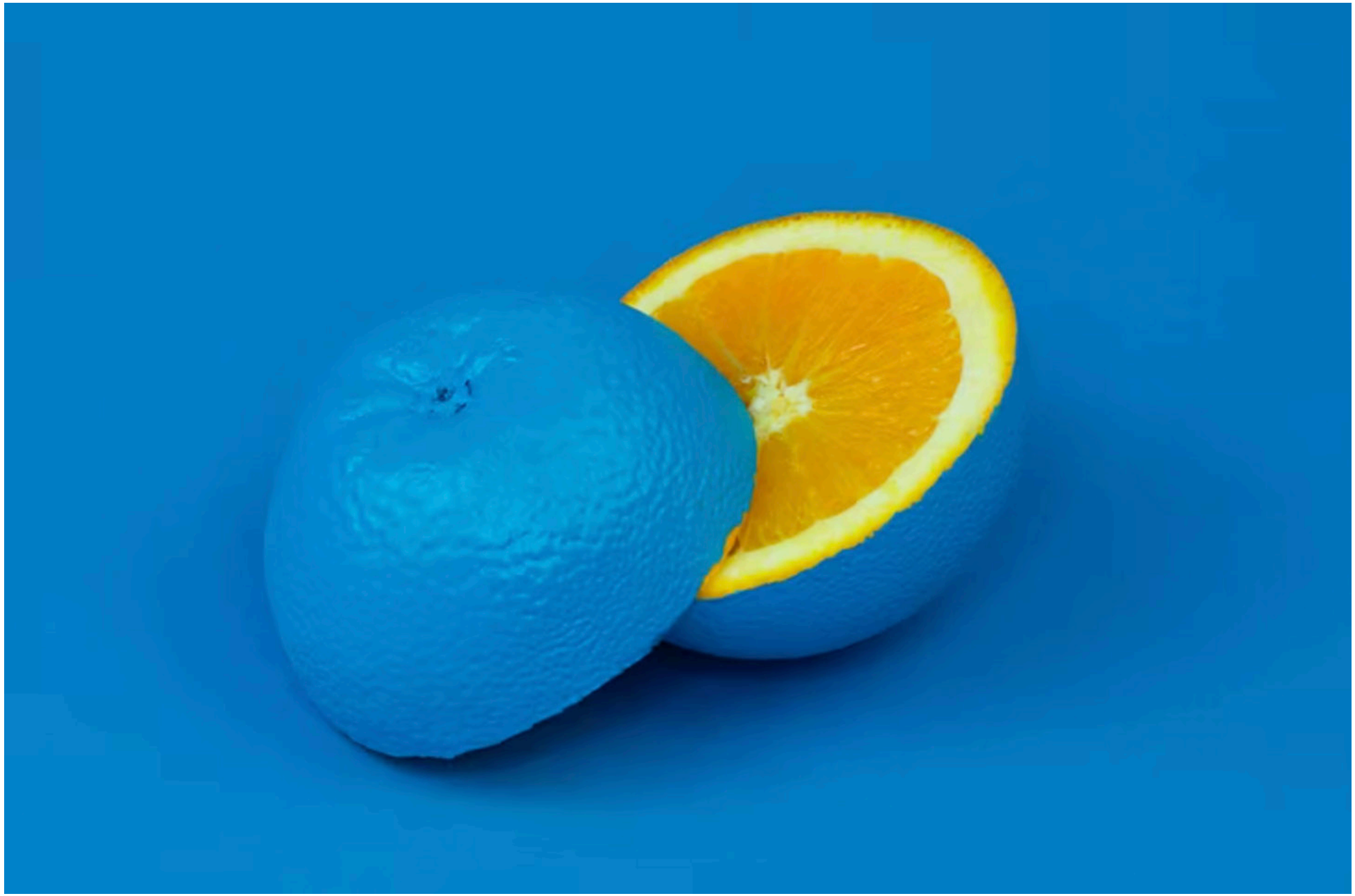
Diese Farben liegen sich im Farbkreis direkt gegenüber und wirken gegensätzlich, aber gleichzeitig verstärken sie sich gegenseitig.

Komplementärfarben im Farbkreis von Itten – Gegensätze ziehen sich an!

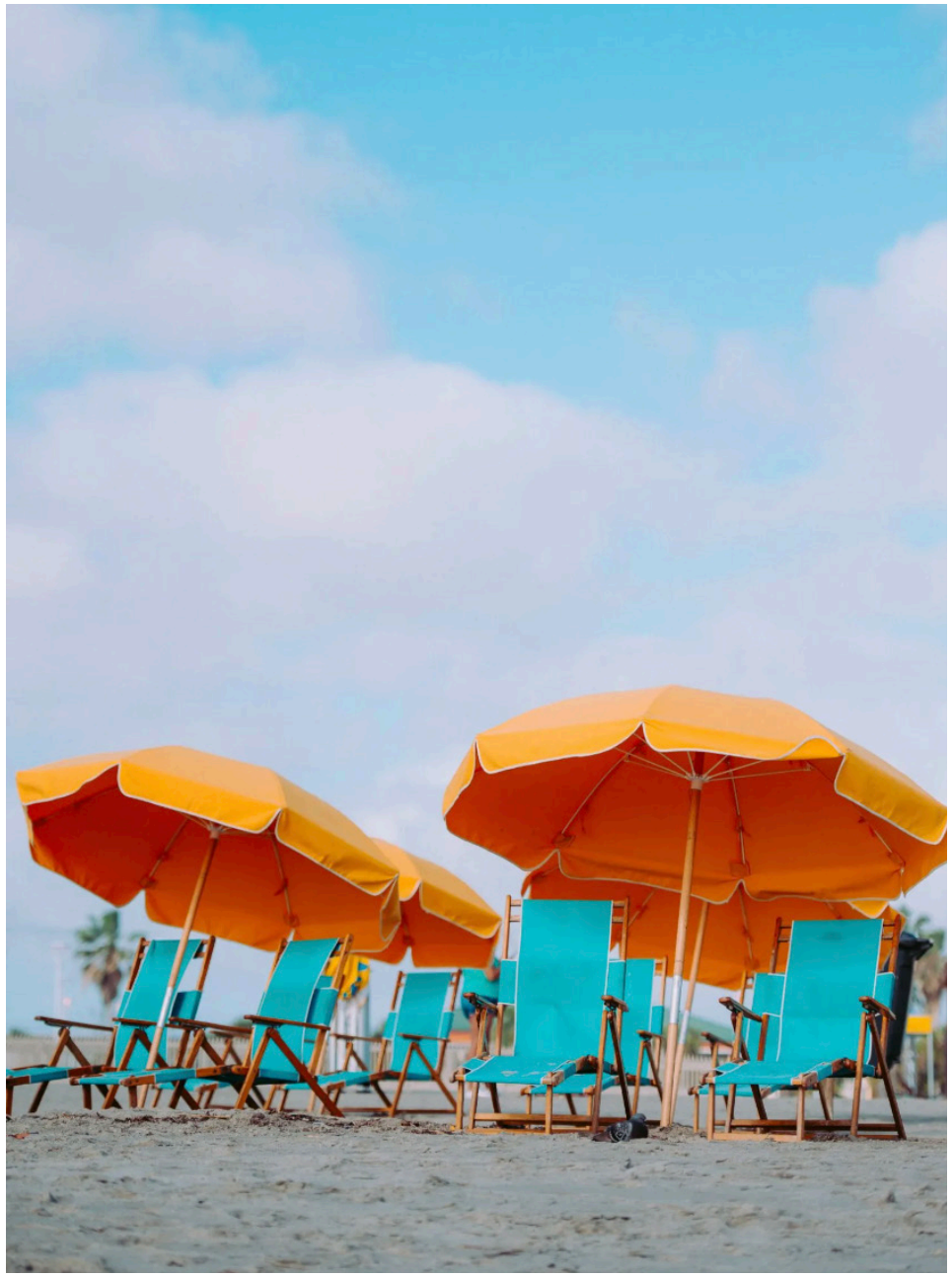
Im Farbkreis von Itten liegen ähnliche Farben nebeneinander. Die Farben, die sich direkt gegenüberstehen, sind Komplementärfarben. Jede Farbe hat nur eine komplementäre Ergänzung.

Komplementärkontraste:

- Gelb-Violett
- Blau-Orange und
- Rot-Grün



вДЖОБС



Komplementärkontrast-Assoziationen:

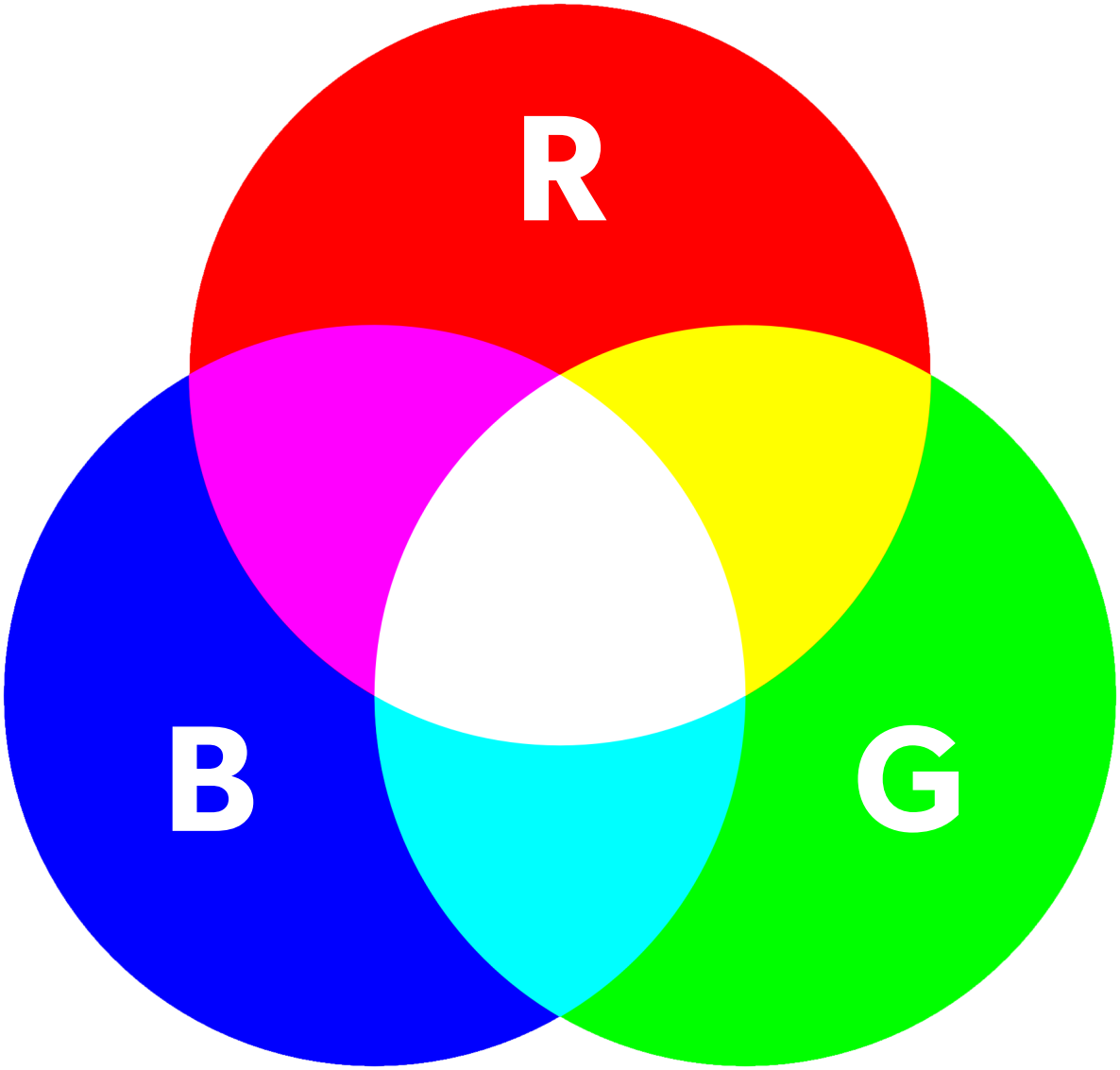
- fordern sich gegenseitig
- steigern sich zu höchster Leuchtkraft
- verdichten sich in der Mischung zu Grau

Farbmodelle – RGB und CMYK: Farben für Bildschirm und Druck!

RGB-Farbmodell – Farben aus Licht!

RGB steht für Rot, Grün und Blau. Es wird auf Bildschirmen verwendet und funktioniert durch das Mischen von Lichtfarben. Je mehr Licht du hinzufügst, desto heller wird die Farbe (hinzufügende Farbmischung).

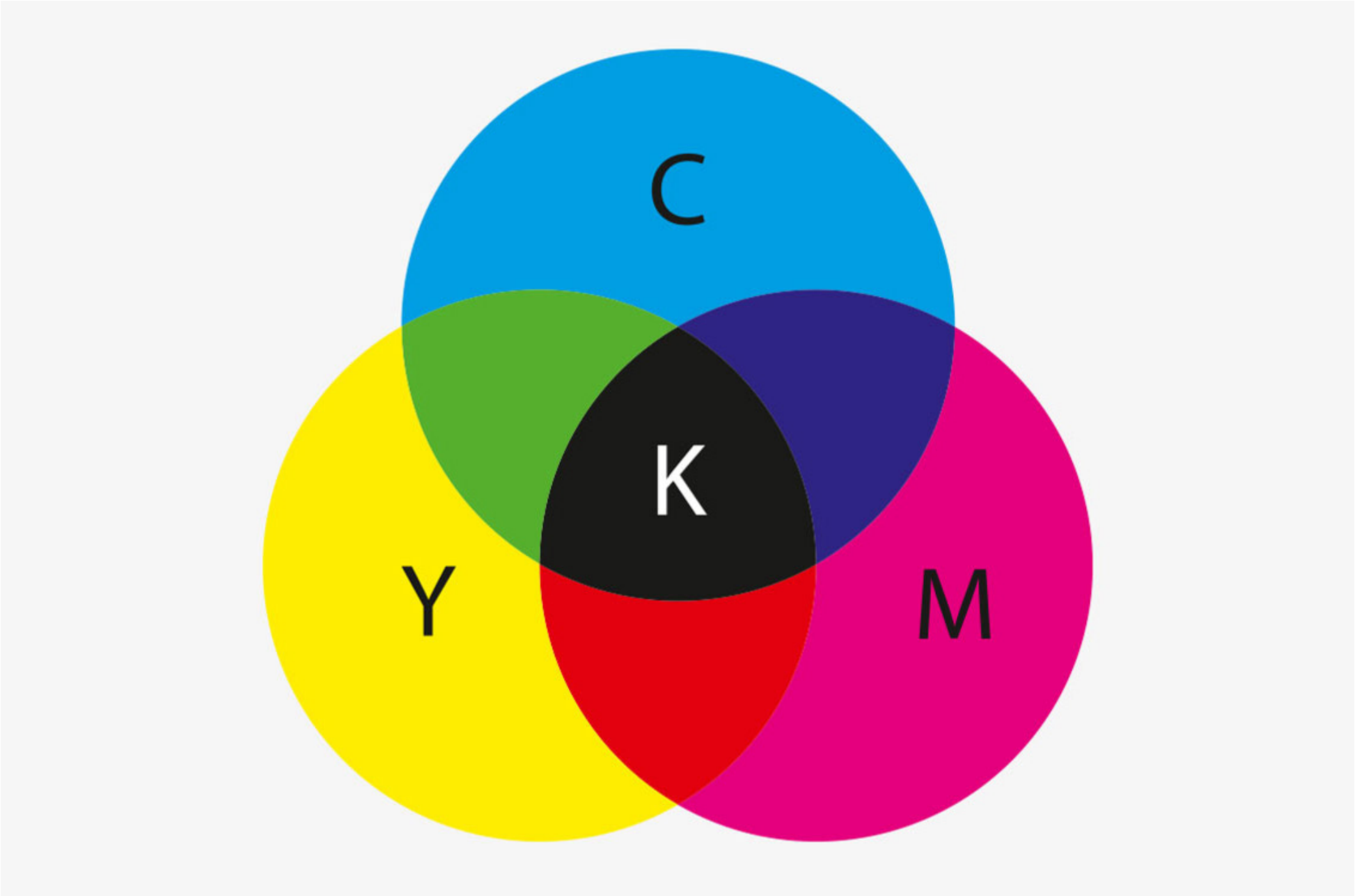
**Bei der hinzufügenden Farbmischung werden Lichtfarben (Rot, Grün, Blau) zusammengemischt, um neue Farben zu erzeugen. Je mehr Licht man hinzufügt, desto heller wird die Farbe – bis am Ende Weiß entsteht. Dieses Prinzip wird bei Bildschirmen wie Fernsehern und Computern genutzt.*


R
B
G

CMYK-Farbmodell – Farben für den Druck!

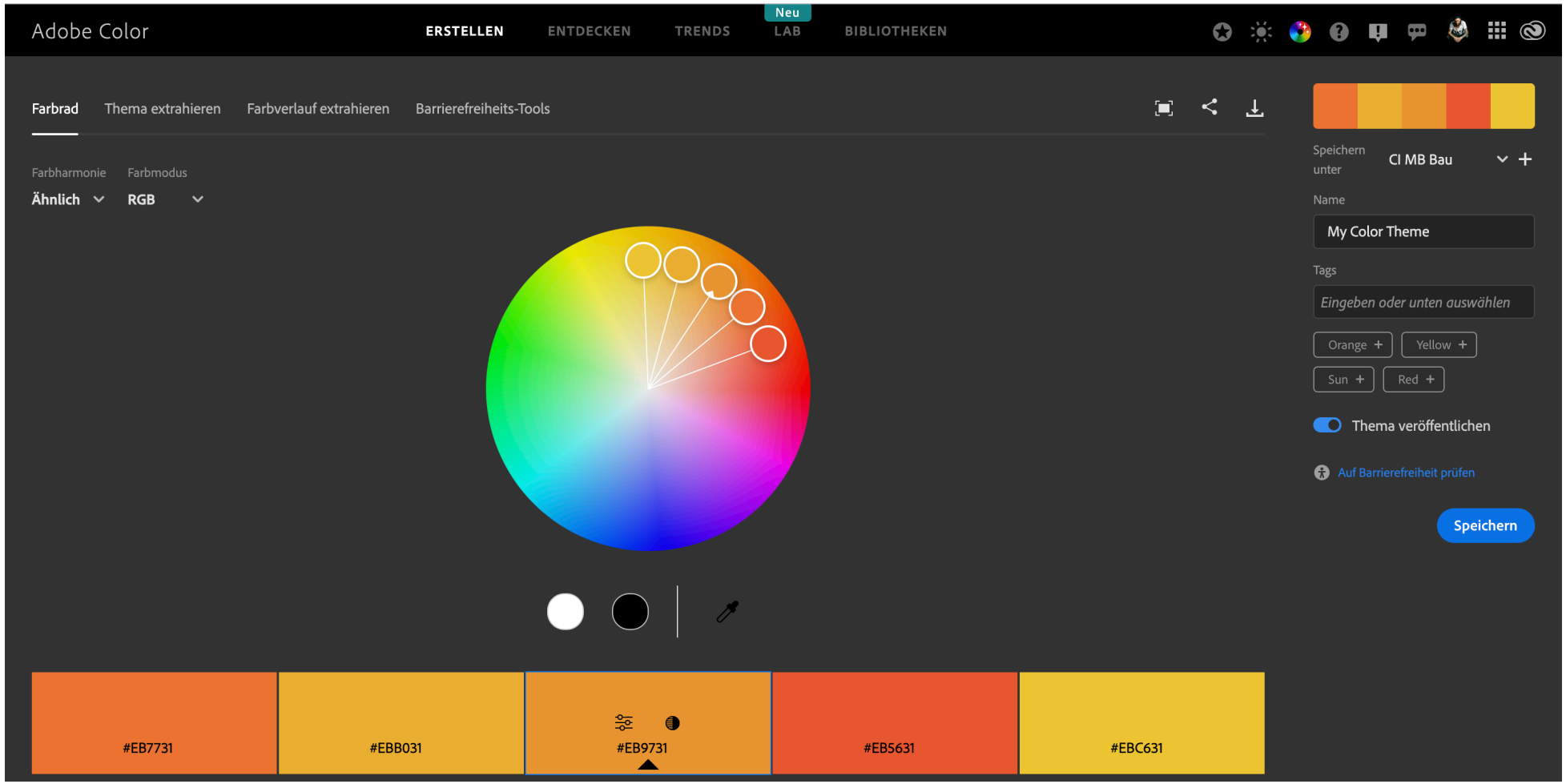
CMYK steht für Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz. Dieses Modell wird im Druck verwendet und funktioniert durch subtraktive Farbmischung.

Subtraktive Farbmischung – Farben, die dunkler werden!
Bei der subtraktiven Farbmischung entstehen Farben durch das Mischen von Cyan, Magenta und Gelb. Je mehr Farben du mischst, desto dunkler wird das Ergebnis – bis Schwarz entsteht. Das wird im Druck und beim Malen verwendet.


C
K
Y
M

Top Online-Color-Tools

Adobe Color Wheel


Adobe Color
ERSTELLEN
ENTDECKEN
TRENDS
Neu
LAB
BIBLIOTHEKEN
Farbrad
Thema extrahieren
Farbverlauf extrahieren
Barrierefreiheits-Tools
Farbharmonie
Ähnlich
Farbmodus
RGB
#EB7731
#EBB031
#EB9731
#EB5631
#EBC631
Speichern unter
CI MB Bau
Name
My Color Theme
Tags
Eingeben oder unten auswählen
Orange +
Yellow +
Sun +
Red +
Thema veröffentlichen
Auf Barrierefreiheit prüfen
Speichern

https://color.adobe.com/de/create/color-wheel

Coolors

coolors

Chatbolt.ai Create your own ChatGPT chatbot trained with your data from any file or website. Try It For Free

Tools Go Pro Sign in Sign up

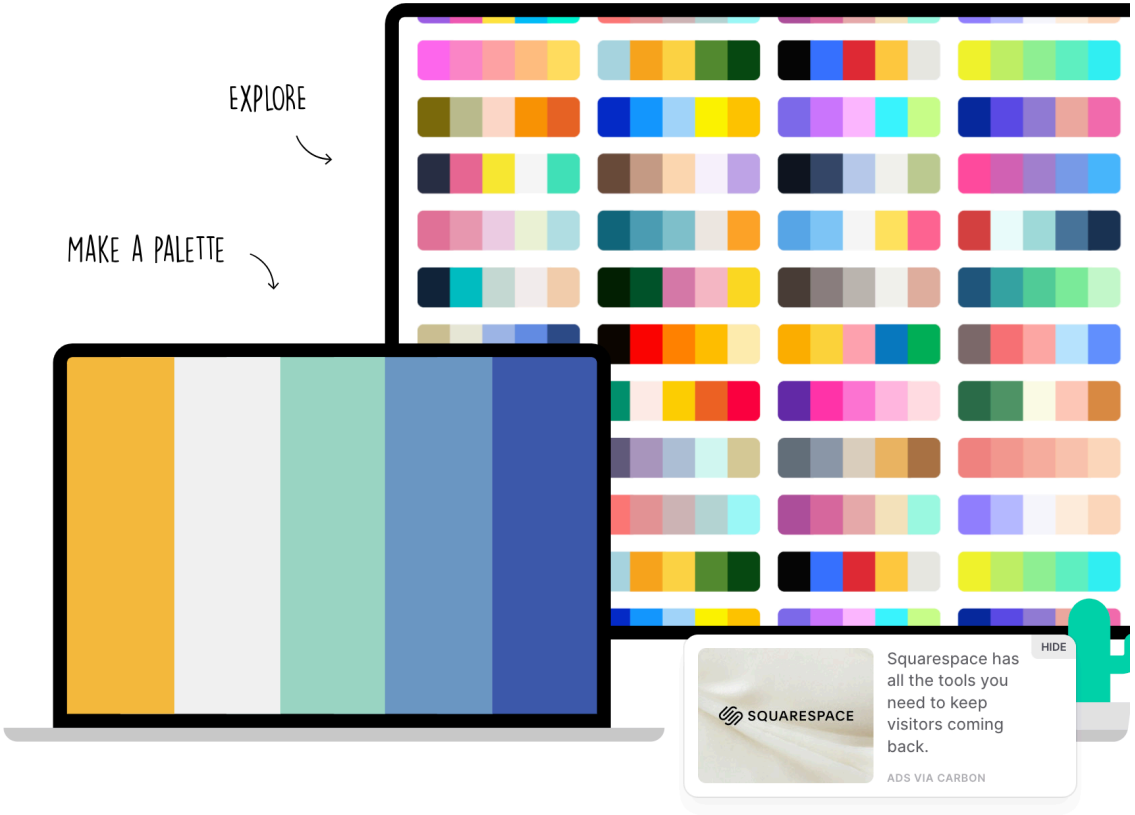
The super fast color palettes generator!

Create the perfect palette or get inspired by thousands of beautiful color schemes.

Start the generator!

Explore trending palettes

PRODUCT HUNT
#1 Product of the Month



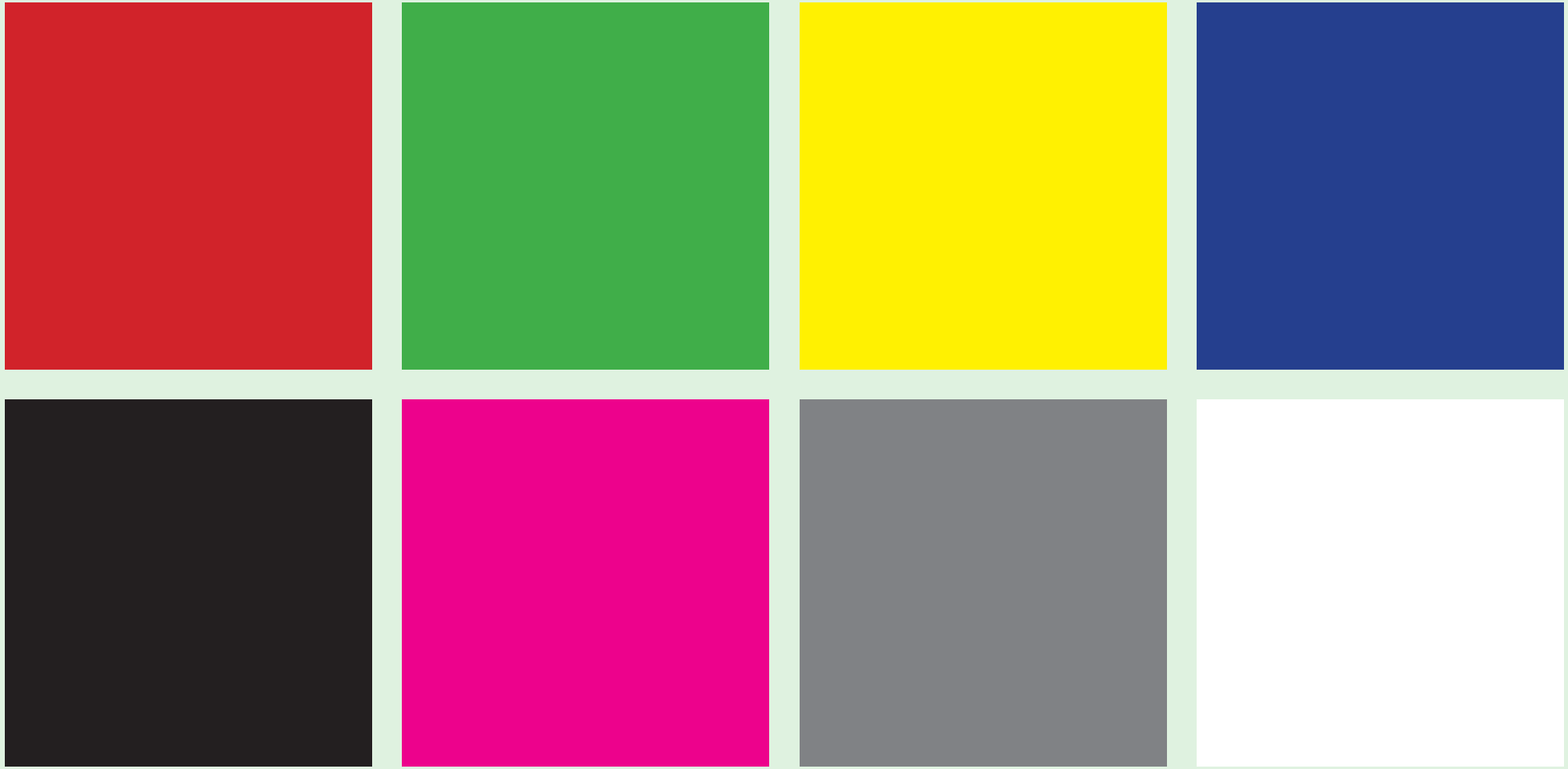
https://coolors.co/

Farbpsychologie –
Wie Farben Gefühle wecken!

Farbpsychologie – Farben, die uns berühren!

Farben können starke Gefühle und Stimmungen auslösen. In der Farbpsychologie schauen wir uns an, wie Farben unsere Emotionen beeinflussen.

Beispiele der Farbpsychologie:



Rechercheaufgabe Gruppe und Diskussionsrunde (60 Minuten):

Jede Gruppe hat die Aufgabe, die Bedeutung ihrer zugewiesenen Farbe zu recherchieren. Beschreiben sie die Eigenschaften und Assoziationen. Suchen sie bitte konkrete Beispiele aus der Werbung, in denen diese Farbe eine wichtige Rolle spielt.

Ein Beispiel:

Eigenschaften

> Hellste Farbe
> Freundlich
> Gute Fernwirkung

Assoziationen

> Gelbe Seiten
> Gier
> Gold
> Heiterkeit
> Post
> Licht
> Offenheit
> Optimismus
> Sonne
> Sommer
> Zitrone

WEIL KNOW-HOW NEUE MÖGLICH-KEITEN BRINGT.

Mit den Werbelösungen der Post finden Sie neue Wege zu Ihren Zielen.

Werbung
Post
Business

Als Buch, im Web, als App.

Bekannt, reichweitenstark, wirksam.

TVG Verlag Ihr Gelbe Seiten Verlag
Wir sorgen für Kontakte

Rot:

Eigenschaften

> Aktiv
> Dynamisch
> Plakativ
> Anregend
> Aufregend
> Signalfarbe

Assoziationen

> Alarm
> Blut
> Erotik
> Feuer
> Gefahr
> Gewalt
> Liebe
> Macht
> Schärfe
> Wärme
> Wichtigkeit
> Mut
> Hitze

Grün:

Eigenschaften

> Erfrischend
> Ausgleichend
> Beruhigend

Assoziationen

> Bio
> Fruchtbarkeit
> Frühling
> Garten
> Gesundheit
> Harmonie
> Hoffnung
> Jagd
> Ruhe
> Unreife
> Wachstum

Blau:

Eigenschaften

> Kühl/kalt
> Distanziert
> Zurückhaltend
> Beruhigend

Assoziationen

> Eis
> Ferne
> Frieden
> Harmonie
> Himmel
> Innovation
> Klarheit
> Loyalität
> Metall
> Reinheit
> Technik
> Treue
> Wasser

Farbwirkung in der Gestaltung – Mit Farben Gefühle lenken!

Designer nutzen Farben, um bestimmte Stimmungen zu erzeugen. Zum Beispiel verwenden Restaurants warme Farben, um den Appetit zu steigern, während Kliniken beruhigende Farben einsetzen, um Stress abzubauen.

Praktische Übung (30 Minuten):

Suchen sie sich 3 Fotos von der Webseite:
https://unsplash.com/de
und ordnen sie diesen Bildern eine Farbe zu, welche die Eigenschaften dieser Bilder repräsentieren!

Farbpsychologie – Farben, die wirken!

Farbpsychologie zeigt, wie Farben unsere Gefühle beeinflussen. Sie ist ein starkes Werkzeug für Design und Kommunikation.

Was haben wir heute gelernt?

- Wir haben die Grundlagen der Farblehre kennengelernt und verstanden, wie wir Farben wahrnehmen.

- Die Primärfarben (Rot, Gelb, Blau) und Sekundärfarben (Grün, Violett, Orange) und ihre Rolle in der Farbtheorie wurden besprochen.

- Wir haben die beiden Hauptfarbmodelle, RGB (hinzufügende Farbmischung) und CMYK (subtraktive Farbmischung), und ihre Anwendungen erklärt.

- Die spannende Welt der Farbpsychologie haben wir entdeckt und gelernt, wie Farben Emotionen und Stimmungen beeinflussen.