

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Nun schaffe ich doch noch ein M62-Heft vor Weihnachten. Ein Heft über die Gestaltung von Grafiken ist immer nur eine Momentaufnahme. Würde ich das Heft ein halbes Jahr später noch einmal machen, würde ich vermutlich andere Grafiken und Motive verwenden. „Stilvoll Gestalten“ heißt nicht, dass man ein Kenner der Materie sein muss. Ein Grafikstudium ist gleichwohl nicht nötig. Vielmehr geht es um die Anwendung verschiedener Stile; aus anderen Epochen wie dem Vintage-Stil, das Nutzen moderner Grafiken oder einfach einmal etwas neues ausprobieren. Ob ich unter dem Titel wieder eine Serie machen werde, ist noch offen. Glauben Sie mir, es ist gar nicht so einfach, etwas grafisches aus dem Ärmel zu schütten. Meine Hefte entstehen nicht von heute auf morgen.

Für alle Anwender, die nur gelegentlich an etwas arbeiten, möchte ich den Rat geben, sich andere Arbeiten anzusehen, sie eventuell nachzubauen und daraus zu lernen. Es schadet aber auch nicht, sich einmal in der Fachliteratur umzuschauen und vielleicht etwas Geld auszugeben, um sich vom Profi beraten zu lassen. Gudrun Wegener hat ein Buch mit dem Titel „**STILE & LOOKS**“ – Design-Ideen für Print und Web“ geschrieben. Wer etwas über Stile lernen möchte, ist hier hervorragend aufgehoben. Erschienen ist es im Rheinwerk-Verlag.

Bedanken möchte ich mich auch bei zwei Lesern, die sich meine Hefte ausdrucken und binden. Eine bessere Wertschätzung meiner Arbeit gibt es nicht. DANKESCHÖN.

Ich wünsche wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren.

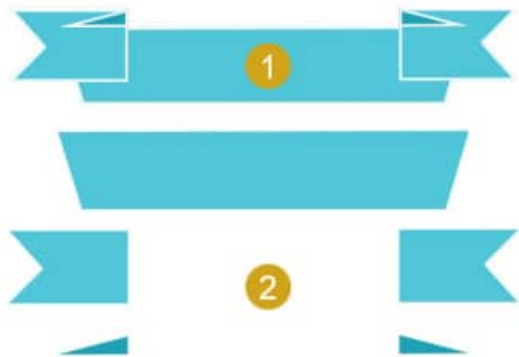
Ich wünsche Ihnen schöne Festtage.

Ihr Georg Walter

Fahnen & Banner

Für Grafiken im Vintage-Stil werden immer wieder auch Banner oder Fahnen benötigt, die man sich mit Affinity-Studio leicht selbst nachbauen kann. Dabei muss man nur wenige Elemente zeichnen. Je nach Anwendung lässt sich ein solches Banner durch Drehen um 180 Grad in seiner Form umkehren.

Die optische Anmutung lässt sich durch zwei kleine Dreiecke erzeugen, deren Farbe etwas dunkler ist, als die Farben der Grundformen. Speichern Sie sich solche Stil-Elemente in einem Asset ab. So sind sie immer wieder einsetzbar. Auf der nächsten Seite wird ein solches Banner für eine Vintage-Grafik verwendet.



Oben (1) sind die einzelnen Elemente mit einer weißen Kontur versehen. So sieht man, wie die gesamte Grafik aufgebaut ist. Darunter sieht man die einzelnen Elemente (2) nochmals in ihrer Ursprungsform. Um einen dreidimensionalen Eindruck zu erwecken, sind die beiden kleinen Dreiecke mit einer dunkleren Farbe versehen.



Verschiedene Banner-Typen.



Vintage – Retro – Shabby Chic



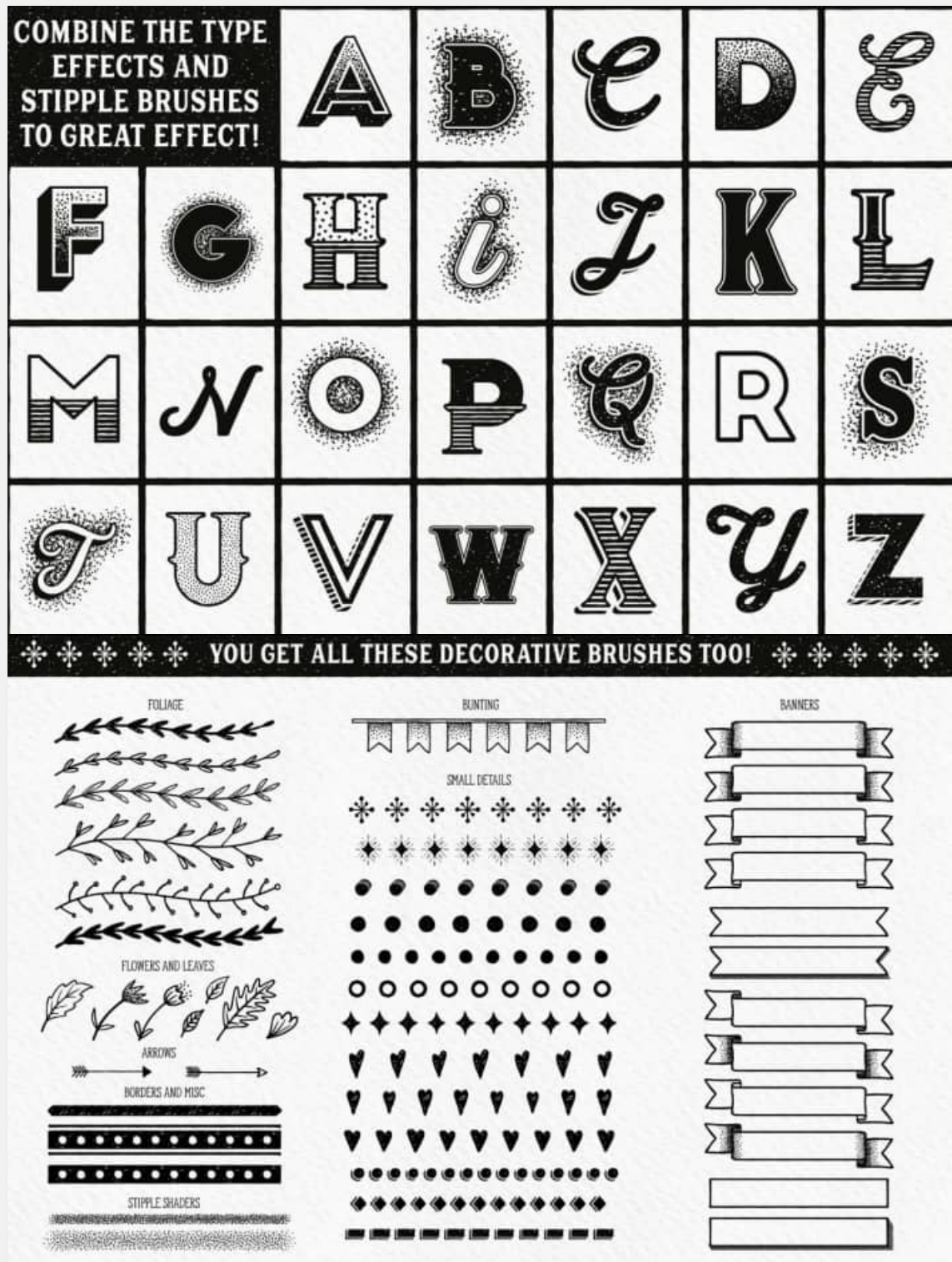
Verschiedene Hintergründe für die Gestaltung von Grafiken im Vintage-Stil

Bei der Gestaltung bestimmter Stile begegnen einem immer wieder diese Schlagworte. Während man bei „Vintage“ von einem „Original“ spricht, das authentisch ist und aus einer Epoche stammt (oft mit Gebrauchsspuren), spricht man bei „Retro“ von einem „neuen rückwärtsgewandten Stil“, der den Stil vergangener Zeiten imitiert. Bei „Vintage“ werden meist Originale aus den 1920er- bis 1980er-Jahren genutzt. Bei „Retro“ wird Nostalgie erzeugt, in dem man Merkmale (Formen, Farben) aus den 1950er- bis 1970er-Jahren verwendet. „Shabby Chic“ kann man weitläufiger definieren. Hier geht es nicht um das „schäbige Aussehen“, vielmehr werden Grafiken mit einem romantischen und nostalgischen Stil mit Gebrauchsspuren (abplatzende Farben, Kratzer) gestaltet.

Passende Grafiken findet man genügend auf

diversen Plattformen wie [PIXABAY](#) oder [FREEPIK](#). Hier lässt sich nicht nur die Ausrichtung festlegen, man kann seine Suche auch auf bestimmte Farben begrenzen. So findet man sein Wunschmotiv schneller wieder. Passende Vintage-Schriften kann man sich auf der Plattform [ONLINEPRINTERS](#) herunterladen.

Viele weitere Elemente lassen sich mit den Werkzeugen von Affinity-Studio gestalten. Formen können verfremdet, Farben angepasst werden. Wer sich hier auf neuem Terrain bewegt, kann sich aus dem Internet fertige Grafiken herunterladen und diese „nachbauen“. Dies hilft, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie später alles zusammenpasst. Suchen Sie z. B. nach „[Vintage Autos](#)“, „[Vintage Hintergründen](#)“ oder „[Vintage Tiere](#)“.



Artifex Forge Fineliner-Typo-Toolkit



Auf der Website von „Artifex Forge“ kann man sich verschiedene „Kits“ für die Arbeit mit Affinity-Studio herunterladen. Die meisten werden für das Vektor-Studio angeboten. Zugegeben, sie sind nicht günstig. Aber wenn man solche Vorgaben für die eigene Arbeit benötigt, kann einem ein solches „Kit“ viel Arbeit abnehmen. Im Speziellen möchte ich hier auf das „Fineliner-Type-Toolkit“ eingehen. Es beinhaltet zum Einen 24 Stile, die man im Panel Stile wiederfindet.

Zum Anderen werden mit diesem Kit jede Menge Pfadpinsel mitgeliefert. Das Interessante ist, dass man die Stile und Pfadpinsel kombinieren kann. Mitgeliefert werden auch zwei PDF-Dokumente, in denen alle relevanten Stile und Pinsel nochmals aufgeführt werden. In einer weiteren PDF-Datei wird erklärt, wie man das Kit einsetzt. Hier bleiben keine Fragen offen, wenn man denn der englischen Sprache mächtig ist.

Zuerst schreibt man mit dem „Grafiktext“ ein Wort oder nur einen Buchstaben. Hier ist nun wichtig, dass man den Grafiktext „in Kurven umwandelt“. Tut man das nicht, wird man die

gewünschten Effekte NICHT erzielen können. Markieren Sie den Text und weisen Sie diesem einen der 24 Stile zu. Anschließend geht man in das Panel „Pfadpinsel“ und weist dem Text eine „Kontur“ zu“. Hier hat man die Auswahl zwischen vielen Pinseln.

Wem das Ergebnis zu „klobig“ ist, kann auch nur die Pfadpinsel anwenden. Und diese sind natürlich nicht auf TEXT beschränkt. Zeichnen Sie eine Ellipse und weisen Sie dieser eine Kontur mit einer Breite von 4-5 zu, man kann natürlich auch andere Werte verwenden. Wie man dieses „Toolkit“ anwendet, kann man sich bei YouTube ansehen.

Das Toolkit „Fineliner Typo“ findet man auf der Website von [Artifex Forge](#).

Bei YouTube erklärt die Firma, wie man [Pfadpinsel verwendet](#).

Und die [Handhabung](#) dieses „Toolkits“ kann man sich bei YouTube ansehen.

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL 1

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

KAPITEL 2

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

KAPITEL 3

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

KAPITEL 4

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

KAPITEL 5

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

KAPITEL 6

Lorem ipsum dolor sit amet, conse-tetur sadipscing elit, sed diam non-umy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.



RATGEBER GESTALTUNG

Inhaltsverzeichnisse

Affinity-Studio bietet die Funktion an, aus Überschriften in einem Dokument, ein Inhaltsverzeichnis zu generieren. Je nach Publikation ist man hier aber sehr eingeschränkt. Möchte man sein Verzeichnis grafisch aufwerten, kann man die Publikation zu Ende schreiben und dann das Inhaltsverzeichnis über das gleichnamige Panel generieren. Dieses wird nun über die Zwischenablage in ein Textprogramm kopiert. Hier lassen sich jetzt Formatierungen anpassen. Für die Art von Inhaltsverzeichnis, wie hier gezeigt, es soll für einen Ratgeber dienen, habe ich die typische Metapher einer Glühbirne gewählt. Sie signalisiert, dass man durch den Dokumenteninhalt etwas lernen und anwenden kann. Anstatt „Kapitel 1, Kapitel 2 oder Kapitel 3“ kann man auch die tatsächlichen Kapitelüberschriften in den farbigen Pinsel schreiben. Hier muss man dann aber berücksichtigen, dass die Überschriften länger ausfallen können. Bei vielen Kapiteln muss man die darunter liegenden „Erklär-Texte“ kürzen oder ganz weglassen. Lässt man sie ganz weg, sollte man die einzelnen Überschriften nicht untereinander, sondern versetzt

platzieren. Bei wenigen Kapiteln besteht auch die Möglichkeit, vor jedes Kapitel eine kleine Grafik zu setzen. **Die Pinsel:** Entscheidet man sich für ein solches Inhaltsverzeichnis, kann man sich vorab mit dem „Zeichenstift“ mehrere etwa 50 mm lange Linien erstellen und jeder Linie über das Panel PFADPINSEL einen neuen Pinsel zuordnen. Diese Pinsel dienen als Hintergrund für die Kapitelüberschriften. Infrage kommen hier Acryl-Pinsel, Gouache-Pinsel, Öl-Pinsel und Wasserfarben-Pinsel. Im Panel KONTUR entscheidet man, wie dick (hoch) ein solcher Pinsel sein soll. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, den Pinseln eine andere Farbe zuzuordnen. Hier würde ich sparsam agieren, die Farben sollten sich an denen in der Publikation orientieren. In meiner Ausarbeitung habe ich ein und denselben Pinsel für die Überschriften verwendet. Zu viele verschiedene Pinsel und Farben bringen nur Unruhe in die Gestaltung. **Der Rand:** Man muss sehen, wie es am Schluss aussieht. Für den Rand zieht man ein passend großes Rechteck mit einer Kontur auf und weist der Kontur einen Pfadpinsel zu.

Acryl-Pinsel



Wasserfarben-Pinsel





DRINKS

LONGDRINKS

COCKTAILS

FRUCHTIG & ERFRICHEND
GESUND UND MUNTER

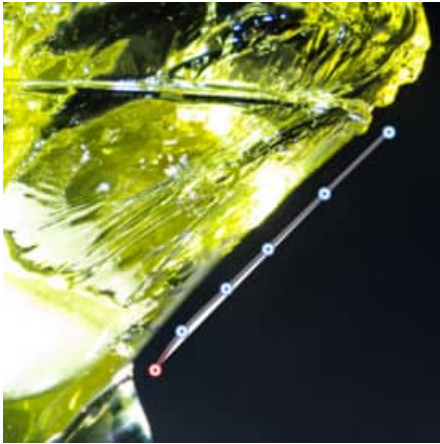
PARADISO

ALTSTADT 24 - KÖLN

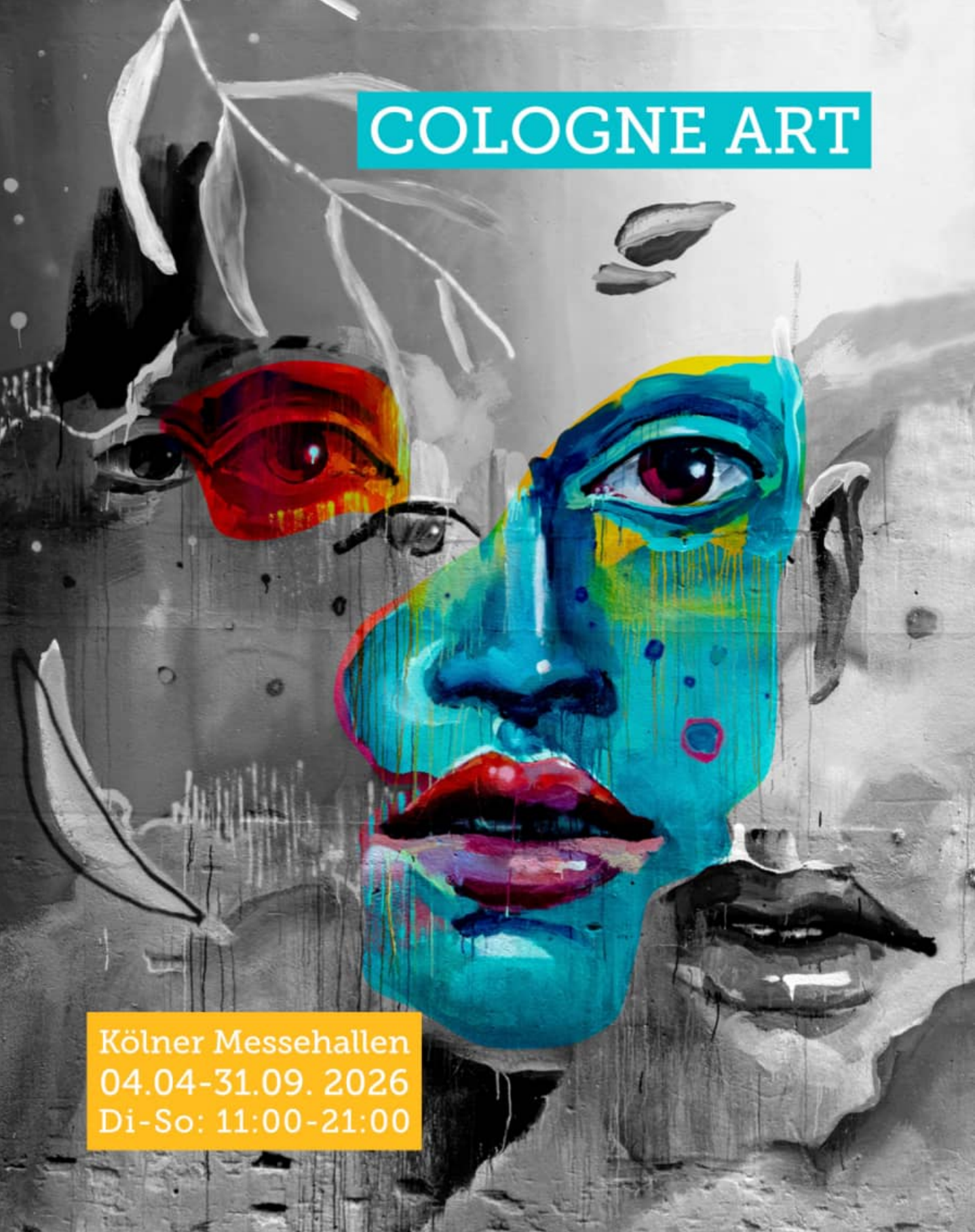
DO-SO

22:00 - 06.00

Tischaufsteller Cocktailbar



Hat man für so ein Projekt ein passendes Foto gefunden, und es muss nicht immer eine klassische Aufnahme sein, kann man mit wenig Aufwand daraus einen ansehnlichen Tischaufsteller oder eine ganze Karte entwickeln. Diese Art von Fotos findet man u.a. bei PIXABAY. An den einzelnen Rändern des Motivs legt man einen passenden Pfad (Glatt oder Smart) mit dem „Zeichenstift“ an und verfeinert die Linie mit dem „Knotenwerkzeug“. Dann klickt man mit dem Werkzeug „Grafiktext“ auf den Pfad und gibt das passende Wort ein. Jederzeit kann man selbst diesen Text noch anpassen, indem man den Pfad mit dem „Kontenwerkzeug“ bearbeitet, oder dem Text eine andere Farbe zuweist. Beim Zeichnen der Pfade sollte man allerdings oben in der Menüleiste die „Magnetische Ausrichtung“ abschalten, sonst kann man den Pfad nicht detailreich setzen. Für den Namen unten in der Grafik wurde der Font „Limelight“ verwendet.



COLOGNE ART

Kölner Messehallen
04.04-31.09. 2026
Di-So: 11:00-21:00

Von Bunt nach Grau



Das Originalfoto



Gezeichneter Pfad mit Kontur

Eine Technik um Elemente in einem Bild hervorzuheben ist das Nachzeichnen bestimmter Bildausschnitte mit einem Pfadwerkzeug, wie dem „Zeichenstift“. Das farbige Originalfoto wird später im Hintergrund als Graustufenkopie platziert. Zu Beginn wird das farbige Original in Affinity-Studio geöffnet und, wie in diesem Fall, zwei Bildbereiche mit dem Zeichenstift nachgezeichnet. Das kann man entweder im Vektor-Studio oder im Layout-Studio umsetzen. Die Pfade sollte man „Glatt“ oder „Smart“ zeichnen, denn so sind Anpassungen des Pfades besser umsetzbar. Beide Pfade werden markiert und über das Menü „Vektor – Geometrie – Hinzufügen“ vereint.

Im Panel EBENEN zieht man jetzt die Ebene des farbigen Bildes auf den Eintrag der Pfad-Ebene. Aber nicht auf das Symbol der Ebene, sondern auf den Namen der Ebene. Je nach Bildmotiv kann man dem Pfad noch zusätzlich eine Kontur vergeben. Es sollte allerdings zum Bildausschnitt passen. Zu erwähnen ist auch, dass diese Art von Bildmanipulation trotz allem eine Botschaft vermitteln sollte. Daher hängt es im Wesentlichen vom Fotomotiv ab, welche Botschaft das ist. Solche Bild-Composings wären ideal geeignet für Plakate, mit denen man für Ausstellungen wirbt.

Sonnenblumenkalender 2026

Februar

2026

MO	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

Der Kalender

Der Kalender ist ein klassisches immer wiederkehrendes Thema in der Gestaltungsbranche. Er lebt von den verwendeten Fotos und einer ordentlich angeordneten Monatsübersicht. Er bietet eine Übersicht über Tage, Wochen und Monate. Er existiert in vielen verschiedenen Formen, Größen und Ausrichtungen. Er bietet dem Betrachter zudem an, bestimmte Aufgaben zu organisieren und zu planen. Fotos lassen sich vollflächig einsetzen, das „Kalendarium“ liegt dann über den Fotos.

Oder man platziert ein Foto zur Hälfte in das Layout und setzt eine ausführliche Monatsübersicht darunter oder daneben. Professionelle Kalender kommen ohne „Gimmicks“ aus, in ihnen werden nur sehr selten Illustrationen oder Vektorgrafiken verwendet. Das kann man allerdings gerade für den Hausgebrauch (Geschenke an die Familie) umgehen und sich frei „austoben“. Einer Idee folgend könnte man für jeden Monat ein Foto eines Familienmitglieds verwenden.

In einem ersten Arbeitsschritt sollte man sich alle Fotos, die man für einen Kalender verwenden möchte, auf Unsauberkeiten untersuchen und diese, wenn möglich, beseitigen. Ideal dazu geeignet ist u.a. das Stempel-Tool,

mit dem man aus einem Bild heraus Stellen übermalen kann. Diesen Arbeitsschritt erledigt man am Besten im Pixel-Studio. Dann gilt es, die Fotos für jeden Monat auszusuchen und so zuzuschneiden, dass sie in das gewünschte Layout passen.

Zum Schluss setzt man das Kalendarium in das Layout. Hier lässt sich durch die Auswahl von ansprechenden Schriften die Anmutung der Monate und Tage ändern. Und wenn man keine Idee für seinen eigenen Kalender hat; im Internet findet man sicherlich etwas passendes. Es spricht auch nichts dagegen, wenn man für den eigenen Kalender aus mehreren Vorlagen eine „Kalender-Kollage“ erstellt.

Das Kalendarium selbst sollte man mit dem „Tabellen-Werkzeug“ erstellen. Nur hier hat man die Kontrolle über das Formatieren der Texte und Daten. Dies geschieht über das Panel „Tabelle“ und später dann, wenn man das Layout für später archivieren möchte, mit dem Panel „Tabellenformate“. Hier lassen sich verschieden gestaltete Tabellen sammeln. Hat man ein gesamtes Monatsblatt gruppiert, kann man es auch im Panel „Assets“ speichern und jederzeit wieder abrufen.

Online-Angebot für Kalender

Im Internet nehmen heute einige Angebote das Erstellen ganzer Kalenderblätter ab. So kann man sich bei „[Kalenderpedia](#)“ eine PDF-Datei generieren lassen, um sie dann in Affinity-Studio weiter zu bearbeiten.

Kreative Gestaltungsstile

Beim Erstellen von Drucksachen und Webinhalten gibt es ein paar Regeln, mit denen man beim Gestalten von Inhalten immer gut fährt. So sollte man nie ohne ein System gestalten, Inhalte nie gleichbehandeln, das Gesetz der Nähe beachten, Wiederholungen einkalkulieren, man sollte Schriften einordnen können, aber nie zu viele gleichzeitig benutzen und tunlichst zu vermeiden ist der Einsatz von Farben aufgrund des eigenen Bauchgefühls. Spezialeffekte kommen nur da zum Einsatz, wo sie gebraucht werden, und Gestaltung braucht Räume – Weißräume.

Wenn man ein Projekt startet, sollte man immer auch am Anfang beginnen. Oft genug verzettelt man sich und kommt dann aus dem Korrigieren nicht mehr raus. Der Anfang heißt nicht, dass man sein Lieblingsprogramm am Computer startet, um gleich loszulegen. Sie sollten sich besser im Vorfeld folgende Fragen immer zuerst stellen und sich dazu einige Notizen machen. Arbeiten Sie Ihre Notizen aus und gehen Sie diese mit Ihrem Auftraggeber durch. Wer ist die Zielgruppe, was soll vermittelt werden – wie ist die Botschaft, womit sollen die Inhalte vermittelt werden – fehlen noch Texte oder Grafiken, für welches Medium soll gestaltet werden, gibt es eine Deadline – bis wann muss alles fertig sein, gibt es designtechnische Vorlieben des Kunden und wie darf das Design auf keinen Fall aussehen.

Und dann sollte man einem Kunden auch die wichtigsten Design-Stile vermitteln können. Auf der anderen Seite, und das sind meine

eigenen Erfahrungen, darf man einem Kunden nicht zu viel zeigen, sonst fängt er an, von jedem etwas zu wollen. Im Folgenden finden Sie einige Kurzbemerkungen zu einigen Design-Stilen. Dazu gibt es auch ein wunderbares Buch mit vielen weiteren Tipps und Ideen, es heißt „STILE & LOOKS“ – Design-Ideen für Print und Web, geschrieben von Gudrun Wegener. Erschienen im Rheinwerk-Verlag.



Das Flat-Design: Hier gestaltet man mit stark reduzierten Elementen, weniger ist hier mehr als mehr. Man konzentriert sich auf das wesentliche und alles wird einfach dargestellt. Mit Hilfe von Farben wird vollflächig und intensiv gestaltet.

Meist kommen serifenlose Schriften zum Einsatz und bei der Gestaltung setzt man viele Freiflächen und genügend Weißraum ein. Im Vordergrund steht die Funktionalität des Designs, sie wird viel für Onlineanwendungen genutzt. Es gibt keine 3D-Darstellungen und es werden weder Effekte, Verläufe, Spielereien noch Texturen eingesetzt.



VINTAGE DESIGN

Vintage-Design: Hier kommen warme und natürliche Farben zum Einsatz. Bei der Gestaltung werden Strukturen und Texturen eingesetzt, sie sind Pflicht. Bei Hintergrundfarben wird kaum mit Weiß gearbeitet, leicht getönte Farben sind besser. Bei Schriften kommen Charakterschriften zum Einsatz, ein Mix aus verschiedenen Schriften ist normal. Selbst gemachte Illustrationen und auf alt gemachte Grafiken prägen diesen Stil.

Hier kommen Fotos mit gesättigten Farben zum Einsatz. Grelle Volltonfarben oder leuchtende Pastelltöne gehören nicht zum Stil. Eben so wenig wie große Freiflächen oder Farbverläufe.



MODERN DESIGN

Modernes Design: Dieser Stil eignet sich für fast jedes Konzept und er lässt sich jederzeit anpassen. Mit diesem Stil gestaltet man zeitlos und ästhetisch. Genutzt wird ein strenges Gestaltungsraster mit geometrischen Formen. Inhalte und Texte werden kurz und knapp zusammengefasst.

Typografisch kommen starke Kontraste zum Einsatz und mit freien Flächen wird nicht gespart. Kontrastreiche Farben kommen ebenso zum Einsatz wie Elemente mit einer Funktion. Auf Verzierungen und ungegliederte Texte wird verzichtet. Fotos haben eine klare Botschaft.



MINIMALISTISCHES DESIGN

Minimalistisches Design: Dieser Design-Stil ist einfach und braucht strenge Formstrukturen. Es kommen neutrale und helle Farben zum Einsatz, man arbeitet mit großzügigen Weißräumen. Zur Gestaltung werden flächige glatte Illustrationen und Grafiken eingesetzt. Zu vermeiden sind bunte Farben, selbst gezeichnete Illustrationen, verspielte Designs und Farbverläufe. Für den Druck vermeidet man Glanz- oder zu dünnes Papier.



AUFFÄLLIGES DESIGN

Auffälliges Design: Hier gilt es Regeln zu brechen und Sehgewohnheiten außer Acht zu lassen. Innovatives Arbeiten ist gefragt. Bei Typografie, Fotos und Farben wird mit starken Kontrasten gearbeitet. Farben kommen kräftig und leuchtend daher. An Weißraum wird nicht gespart und das Lesen der Inhalte wird zur Herausforderung. Der Einsatz von gleichförmigen Designelementen ist zu vermeiden. Zurückhaltung bei Farben und Typografie ist nicht erwünscht. Seien Sie unkonventionell.



TYPOGRAFISCHES DESIGN

Typografisches Design: Hier steht die Schrift beim Gestalten im Vordergrund. Damit Schrift wahrgenommen wird, bleiben Fotos, Farben

und Grafiken dezent im Hintergrund. Schrift wird auch als Gestaltungsmittel eingesetzt. Bei der Schriftenwahl gibt es keine Grenzen, wenn Schriften die gleiche Stimmung treffen und sich nicht zu ähnlich sind. Verläufe und Effekte dürfen mit der Typografie nicht konkurrieren.



ILLUSTRATIVES DESIGN

Illustratives Design: Hier werden Illustrationen großgeschrieben, die einem Design zu einem eigenen Charakter verhelfen. Schriften und Farben bleiben dezent im Hintergrund, unterstützen die Illustration. Das Kombinieren von Illustrationen sollte vermieden, sie sollten mit etwas Freiraum gesetzt werden. Man vermeidet mehrere gleichartige Schriften.

Die Dateiformate EPS, AI, SVG

EPS-Format (Encapsulated PostScript)

Dies ist ein älteres, aber immer noch wichtiges Vektorformat für professionelle Druckvorlagen, das Vektorgrafiken, Bitmap-Bilder und Text kombinieren kann und skalierbar ist, ohne Qualitätsverlust, ideal für Logos und Werbematerial. Es wird von vielen Grafikprogrammen unterstützt, gilt aber zunehmend als veraltet und wird oft durch modernere Formate wie PDF oder native AI-Dateien ersetzt, obwohl es wegen seiner breiten Kompatibilität weiterhin im Druckbereich genutzt wird.

Hauptmerkmale des Formats

- Vektor- und Rasterdaten: Kann sowohl skalierbare Vektorgrafiken (Pfade, Texte) als auch Rasterbilder speichern.
- Hohe Druckqualität: Behält die Auflösung und Schärfe bei Skalierung bei, was es für Großformate wie Poster ideal macht.
- Breite Kompatibilität: Wird von den meisten Grafikprogrammen (Illustrator, CorelDRAW, GIMP) und Druckern unterstützt.
- Flexibilität: Speichert verschiedene Farbmodelle (RGB, CMYK) und eignet sich für eine Vielzahl von Anwendungen.

AI-Format (Adobe Illustrator Artwork)

Dieses Format ist das native, vektorbasierte Dateiformat von Adobe Illustrator, das speziell für die Erstellung und Bearbeitung von skalierbaren Grafiken wie Logos, Icons und Illustrationen entwickelt wurde, wodurch die Qualität ohne Verlust beibehalten wird. Es speichert komplexe Designinformationen, ermöglicht mehrere Zeichenflächen und wird oft für Druckvorlagen genutzt, ist aber stark an die Adobe-Software gebunden.

Hauptmerkmale des Formats

- Vektorbasiert: Besteht aus Pfaden, Punkten und Kurven, nicht aus Pixeln, was eine verlustfreie Skalierung ermöglicht.
- Adobe Illustrator: Das Standardformat für dieses Programm; speichert alle Ebenen, Effekte und Bearbeitungsinformationen.
- Vielseitig: Ideal für Logos, Infografiken, UI-Design und Marketingmaterialien, da die Qualität bei jeder Größe erhalten bleibt.
- Speicherintensiv: Kann größere Dateien erzeugen, da viele Design-Details gespeichert werden.
- Kompatibilität: Funktioniert am besten innerhalb des Adobe-Ökosystems, kann aber in andere Formate (PDF, EPS) umgewandelt werden.

SVG-Format (Scalable Vector Graphics)

Dieses Format ist ein standardisiertes, XML-basiertes Dateiformat für 2D-Vektorgrafiken, das sich durch verlustfreie Skalierbarkeit und Webfreundlichkeit auszeichnet: Grafiken bleiben in jeder Größe scharf, da sie mathematisch statt pixelbasiert definiert sind, und lassen sich durch Textdateien auch per Code und Suchmaschinen (SEO-freundlich) verarbeiten, ideal für Logos, Icons und Infografiken im Web.

Hauptmerkmale des Formats

- Skalierbarkeit: Kann ohne Qualitätsverlust auf jede Größe skaliert werden (ideal für responsive Designs).
- XML-basiert: Ist eine Textdatei, die von Browsern, Suchmaschinen (SEO-Vorteil) und mit Texteditoren lesbar ist.
- Vektorbasiert: Besteht aus Linien, Kurven und Formen (Mathematik), nicht aus Pixeln (Rastergrafik).
- Web-Standard: Vom W3C entwickelt und von fast allen modernen Browsern unterstützt.
- Interaktiv: Kann mit CSS gestylt und mit JavaScript animiert werden.
- Dateigröße: Oft kleiner als Rastergrafiken bei ähnlicher Darstellung.

Pfeilschnell

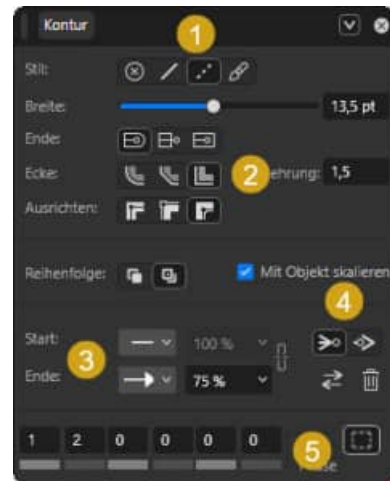
Die meisten Affinity-Studio Anwender werden wohl die Möglichkeiten von Pfeilen unterschätzen, die man einer Kontur im gleichnamigen Panel zuordnen kann. Es kommt vermutlich auch nicht oft vor, dass man einmal einen Pfeil braucht. Das Programm bietet hier viele verschiedene Arten von Pfeilen an. Zeichnen Sie mit dem „Zeichenstift“ eine längere Linie, soll sich der Pfeil in einem Kreis „winden“, kann man auch die Ellipse verwenden. Hier muss man diese allerdings in Kurven umwandeln. Im Panel KONTUR wählt (1) man jetzt entweder eine Linie, eine gestrichelte Linie oder eine Linie als Pfadpinsel aus. Danach wird die richtige BREITE der Linie eingestellt. Es folgen einige Einstellungen, wie die Linie dargestellt werden soll (2).

Linienende: Rund, Stumpf, Quadratisch

Ecke der Linie: Rund, Abgeschrägt, Eckig

Ausrichten der Linie: Mittig, Innen, Außen

Möchte man jetzt einem Ende der Linie einen Pfeil zuordnen, kann man dies für den Anfang oder das Ende der Linie einstellen (3). Die Größe eines Pfeils steuert man mit bis zu 500%. Über zwei Schalter (4) entscheidet man, ob ein Pfeil am Ende einer Linie bündig erscheinen soll, oder ob der Pfeil der Linie „angehängt“ wird, also über die Linie herausragt. Über weitere Symbole kann man den Pfeil-Lauf umdrehen oder eine Pfeilspitze löschen. Mit Hilfe von PHASEN (5) ist es möglich, gestrichelte Linien in ihrer Laufweite zu verändern. Hier kann man mit Werten von 1, 1.5 oder 2 die Dichte einer gestrichelten Linie beeinflussen.



Das Panel KONTUR



Für ausgefallene Designs kann man vier-eckige, dreieckige oder runde Pfeil-Enden mit einer Größe bis 500% gestalten und dahinter Grafiken platzieren. Das macht Sinn für Personenlisten oder vergrößerte Landkarten-Ausschnitte. Ein Pfeil ragt in eine Landkarte hinein und am Ende wird der Ausschnitt außerhalb der Karte vergrößert.

Broschüren und Kataloge

Dokumente mit einer überschaubaren Seitenmenge lassen sich hervorragend als Broschüren verarbeiten, ob nun in Eigenregie mit dem eigenen Drucker oder über einen Druckdienstleister. Dabei unterscheidet man die folgenden Arten.

Fadenheftung: Die Fadenheftung ist mitunter als die langlebigste Heftung bekannt. Die gefalzten Papierbogen werden mittels Faden miteinander mittig im Falz vernäht. Bücher und Broschüren werden hierdurch nicht nur haltbarer, sondern wirken auch qualitativ hochwertiger.

Fadensiegelung: Die Fadensiegelung ist eine Kombination der Fadenheftung und Klebebindung. Hierbei werden im ersten Schritt mit Kunststoff ummantelte Fadenklammern auf die einzelnen Papierbogenrücken gesetzt und mit diesem verschmolzen. Anschließend werden die einzelnen Papierbogen miteinander verleimt. Die Fadensiegelung weist dadurch eine hohe Beständigkeit auf, gehört jedoch auch zu den aufwändigeren Verfahren. Dementsprechend wird diese Art von Bindung nur noch selten verwendet.

Klammerheftung: Bei der Klammerheftung, auch Draht- oder Rückstichheftung genannt, werden die Papierbogen im Falz mittels Drahtklammern zusammengeheftet. Um einen langlebigen Zusammenhalt der Drucksorte zu garantieren, erfolgt die Heftung von außen nach innen. Die Klammerheftung gehört im Vergleich zu den kostengünstigeren Heftarten.

Ringösenheftung: Bei der Ringösenheftung bzw. Sattelheftung kommt das gleiche Verfahren zur Anwendung wie bei der Klammerheftung. Einziger Unterschied sind hierbei die verwendeten Klammern. Diese besitzen einen kleinen Bogen – eine sogenannte Ringöse – welche es ermöglicht, die Drucksorte später in Ring- oder Aktenordner einzuhängen.

Spiralbindung: Die Spiralbindung erfreut sich an großer Beliebtheit. Hierfür werden die einzelnen Blattseiten seitlich gestanzt und in die dadurch entstandenen Löcher wird eine Spirale eingeschraubt. Dadurch entsteht eine langlebige Verbindung, bei der keine Blätter herausfallen können. Die Spiralen gibt es oftmals in verschiedenen Materialien, Ausführungen und Farben. Besonders geeignet ist diese Form der Bindung für Anleitungen oder Schulungsunterlagen.

Klebebindung: Die Klebebindung ist ein Klassiker der Bindungsarten. Hierbei werden die Blattkanten der Papierbogen angefräst und damit deren Papierfasern freigelegt. Anschließend werden die Kanten mittels Klebstoff verbunden. Durch das Anfräsen entsteht eine vergrößerte Oberfläche, die für eine starke Klebebindung sorgt. Diese Binde Art wird vor allem gerne bei Büchern mit großem Umfang oder bei hohen Auflagen gewählt. Bei Magazinen wird die Klebebindung meistens bei hochwertigen Publikationen eingesetzt.



Fadenheftung



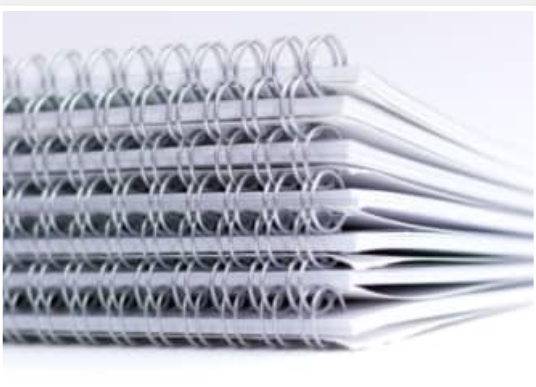
Fadensiegelung



Klammerheftung



Ringösenbindung



Spiralbindung



Klebebindung

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **2**

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN 2

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Mit diesem neuen M62-Heft, es folgt der Serie „Stilvoll gestalten“, habe ich mittlerweile schon wieder zehn Hefte für die neue Affinity-Version gestaltet. Das wären insgesamt 43 Hefte, inklusive der 3 alten Sonderhefte. Zudem sind einige Anwender meinem Aufruf gefolgt und haben sich die alten Heftsammlungen „gesichert“. Mit ihnen macht man nichts falsch, denn mit wenigen Unterschieden in den Funktionen, können die Beispiele in den Heften „nachgebaut“ werden. Zudem erstaunt mich, bei immer größer werdendem Zulauf, dass sich Anwender lieber mit Hilfe eines digitalen Magazins „weiterbilden“.

In letzter Zeit schaue ich mir verstärkt Videos zu Affinity-Tutorials auf YouTube an. Einige sind sehr gut gemacht und helfen den Anwendern, die Funktionen des Programms besser kennenzulernen. Es gibt aber auch Videos, die helfen in keinster Weise. Da ist die schlechte Tonqualität nur ein Problem. Man sieht sehr oft, dass in rasender Geschwindigkeit durch Menüs geklickt wird, unmöglich, den Schritten zu folgen. Jeder Anwender wird nach mehrmaligem Anschauen das Handtuch werfen, denn man vergeudet viel Zeit, um dem Inhalt zu folgen.

Das ich ein großer Fan von Schriftarten bin, sollte dem ein oder anderen Leser schon aufgefallen sein. Dies dokumentiere ich in diesem Heft mit den „Schreibmaschinen Schriften“. Ich kann nur jedem empfehlen, sich mit Gestaltungs-Stilen auseinander zu setzen, denn nur so lassen sich „stilechte“ Designs mit Grafiken und Schriften entwickeln. Eine Schrift aus den 2000er-Jahren hat in einer Vintage-Grafik nichts zu suchen. Hat man dies erst einmal verinnerlicht, gehen einem die Arbeiten im Affinity-Studio leichter von der Hand.

Wie immer wünsche ich wieder
viel Vergnügen beim Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

Mythos Affinity-Suite 2.6.5

Als im Oktober 2025 CANVA mit dem neuen Affinity-Studio 3 um die Ecke kam, waren alle Anwender begeistert. Von nun an sollte die Software kostenlos sein, was sie ja auch ist. Nach einer kurzen Testphase traten dann die V2-Anwender auf den Plan und monierten die Fehleranfälligkeit der neuen Version. Hatten sich die V1-Anwender darüber beklagt, dass sie bei der Einführung der 2er-Version schon wieder Geld bezahlen sollten, meckerten jetzt die V2-Anwender, und sie hatten Recht.

Affinity-Studio 3 schien neu programmiert worden zu sein. Aus nicht nachvollziehbaren Gründen stürzte das Programm immer wieder ab. Nach nunmehr 2 Updates scheint es etwas besser zu laufen.

Wie ist das alles einzuordnen?

Mit der neuen Version kann man arbeiten, keine Frage. Aber eines würde ich damit nicht machen; Bücher!! Warum. Wenn eine Software so anfällig ist, wie die 3er-Version, und hier weiß man leider bis heute nicht, was noch für Fehler drin stecken, dann muss man davon ausgehen, dass beim Generieren eines Buches über das gleichnamige Panel, mit mehreren Buch-Dateien, Fehler auftreten. Aus zeitlichen Gründen kann sich niemand erlauben, dieses Risiko einzugehen. Besonders dann nicht, wenn man damit Geld verdient.

Der richtige Weg

Jedem Anwender, der ein komplettes Buch mit mehreren Buch-Dateien gestaltet, kann ich nur empfehlen, dies in der Version 2.6.5 zu machen.

Bei dieser Version habe ich immer ein gutes Gefühl gehabt und es hat immer alles funktioniert. Hat man auf diese Weise ein komplettes Buch gestaltet, kann man den Schritt wagen, in Affinity-Studio 3 mit einer KOPIE zu arbeiten. Dann wird man sehen, wie sich die neue Version verhält. Dazu muss man allerdings Zeit investieren, die mir leider fehlt.

Mein Magazin

Ich erstelle mein M62-Magazin komplett in der neuen 3er-Version. Da hier keine komplizierten Manöver notwendig sind, kann ich diesen Schritt vertreten. Ganz abgesehen davon, dass das Magazin ja auch die Möglichkeiten der 3er-Version beschreibt.

Die Zukunft

Sicherlich wird die neue Version mit nachfolgenden Updates besser werden. Man kann jedem Anwender nur raten, Fehler zu dokumentieren und diese an CANVA weiterzugeben. Dies kann man über den Menüpunkt „Hilfe – Feedback senden“ erreichen.

Was in meinen Augen kontraproduktiv ist, wenn man diese Fehler in irgendwelchen Foren präsentiert und auf Hilfe wartet. Denn in keinem Forum lesen die Programmierer mehr mit. Im alten Forum war das lange Zeit anders.

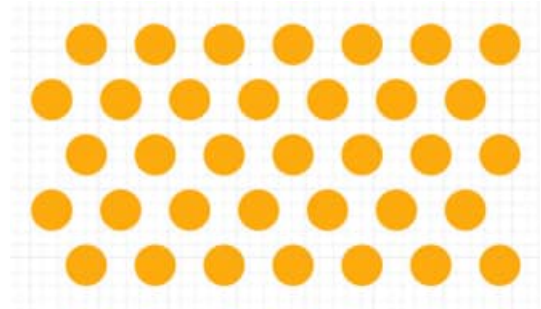
Muster entwerfen

Wie wäre es, wenn Sie Formen, Grafiktext und Bilderrahmen mit eigenen Mustern füllen könnten? Wie wäre es, wenn Sie mehrere Muster in einer Form kombinieren könnten? Wie wäre es, wenn man gleichzeitig die Kontur und Füllfarbe einer Form und eines Grafiktextes weiter verändern kann? Affinity-Studio bietet Ihnen genau das an. Am Anfang entwerfen wir erst einmal die Muster.

Eigene Muster entwickeln: Als Muster kommen verschiedene Konstrukte in Frage, wie mehrfach angeordnete Kreise, mehrere Linien untereinander oder ein simples Schachbrettmuster. Zeichnen Sie, wie in den Abbildungen zu sehen, mehrere Kreise in versetzten Reihen untereinander, mehrere Linien untereinander oder ein Schachbrettmuster, bei dem nur die schwarzen Flächen gezeichnet werden. Nach getaner Arbeit muss man alles in Kurven umwandeln.

Form/Grafiktext mit einem Muster füllen: Der entscheidende Punkt ist, dass man ein Muster zuerst über die Form/den Grafiktext legt und dieses dann über das Panel EBENEN auf die Ebene des zu füllenden „Containers“ zieht – und zwar auf den NAMEN DER EBENE, nicht auf das Ebenen-Symbol.

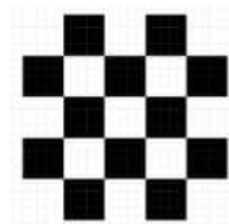
Ein Foto mit einem Muster füllen: Zieht man einen „Rechteckigen Bilderrahmen“ auf und füllt diesen mit einem Foto, kann man über das Panel EBENEN zusätzlich ein Muster in diesen Container einfügen. Dieses Muster muss ÜBER dem Foto liegen und kann jederzeit in der Deckkraft „abgesoftet“ werden.



Versetzt angeordnete Kreise



Gleichförmig angeordnete Linien



Schachbrettmuster,
schwarze Felder, die weißen
Flächen sind transparent



Grafiktext, Farbe Weiß, mit Schachbrettmuster



Ein Stern, Farbe Blau und ZWEI MUSTERN im Inneren, mit einer Kontur in der Farbe Grün



Rechteckiger Bilderrahmen mit Foto und Kreisen ÜBER DEM FOTO. Jederzeit kann die Farbe und die Deckkraft der Kreise geändert werden



Zwei Muster in einer Stern-Form. Die Muster werden jeweils im Panel EBENEN auf die Ebene „STERN“ gezogen. So entsteht ein „Container“ in dem man jederzeit die Farbe des Musters anpassen kann, das Muster drehen oder verschieben kann. Dazu muss nur die jeweilige Ebene markiert sein.

Pixel-Studio - Look-Up Tables (LUTs)

LUTs sind vordefinierte Datensätze, die einen Eingangswert einem entsprechenden Ausgangswert zuordnen, um komplexe Berechnungen zu vermeiden, Geschwindigkeit zu erhöhen und einen konsistenten Look (besonders bei Farbe und Kontrast) zu erzeugen, indem sie beispielsweise wie fortschrittliche Presets für Bilder und Videos wirken. Sie werden häufig in der Bild- und Videobearbeitung (Color Grading) für stilistische Effekte genutzt, können aber auch in der Informatik zur Datenoptimierung dienen.

Funktionsweise und Anwendungen

Farbkorrektur und Stil: Eine LUT speichert Farbtransformationen. Sie kann einem blauen Pixel einen orangefarbenen Ton zuweisen, um eine bestimmte Stimmung zu erzeugen, ähnlich den Filtern auf Smartphones, aber präziser und systemübergreifend.

Effizienz: Anstatt für jeden Pixel eine komplexe Berechnung durchzuführen, „schlägt“ das Programm den neuen Wert direkt in der Tabelle nach, was die Verarbeitung beschleunigt und den Speicherbedarf senkt.

Video-Produktion: Sie werden verwendet, um Rohmaterial (RAW/LOG) so darzustellen, dass es dem fertigen Look entspricht, oder um einen einheitlichen Film-Look (z.B. „Herr der Ringe“) auf Aufnahmen zu übertragen.

Arten von LUTs: *Monitor-LUTs:* Zeigen das Bild nur vorübergehend so an, wie es sein soll. *Korrektur-LUTs:* Wandeln ein Farbprofil in ein

anderes um. *Look-LUTs:* Verleihen dem Bild einen bestimmten Stil.

Bekannte LUT-Formate

- *.cube (3D-LUT):** Das am weitesten verbreitete Format für Farbtransformationen, das 3D-Farb Räume darstellt und in fast allen Editoren wie DaVinci Resolve, Premiere Pro, Photoshop und Affinity-Studio funktioniert.
- *.ctf (Autodesk):** Ein von Autodesk verwendetes Format für komplexe Farbkettungen.
- *.3dl (Autodesk Lustre):** Ein weiteres Format von Autodesk.
- *.art (Sony):** Ein proprietäres Format von Sony, das verbesserte Leistung bietet.
- *.clf (Common LUT Format):** Ein XML-basiertes Format, das eine Kette von Farboperatoren beschreiben kann.

Color Grading

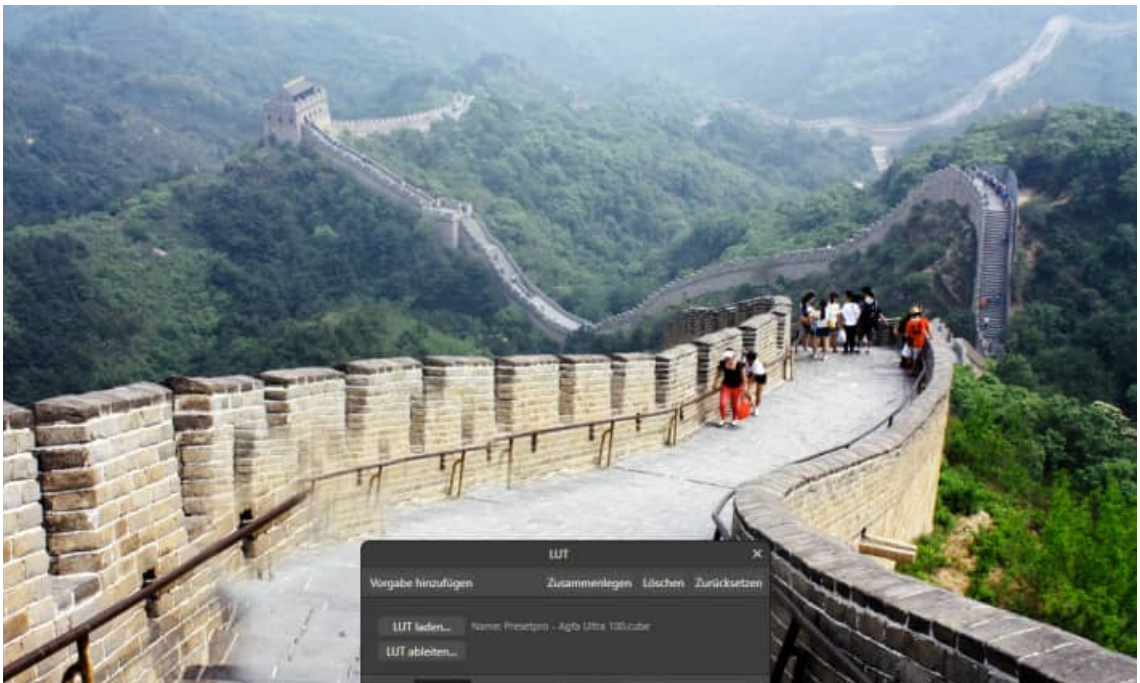
Color Grading ist der kreative Prozess in der Postproduktion, bei dem Farben, Kontraste und Sättigung gezielt angepasst werden, um einem Film oder Bild einen einzigartigen, stimmungsvollen Look zu verleihen und Emotionen zu transportieren – im Gegensatz zur reinen Farbkorrektur (Color Correction), die auf das "korrekte" Aussehen abzielt, bevor der kreative Stil folgt. Es geht darum, eine visuelle Ästhetik zu schaffen, die eine Geschichte erzählt, sei es ein kalter, nostalgischer, warmer oder dramatischer Stil.

Anwendung in Affinity-Studio

Über das Panel ANPASSUNGEN kann man im Bereich LUT die dort sichtbaren Vorgaben auf ein Foto anwenden oder, was noch besser ist, fertige LUTs hinzuladen UND DIESE auf ein Foto anwenden. Man öffnet ein Foto und landet

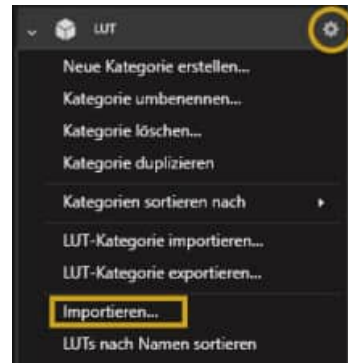


Das Original Foto



Das Foto mit der LUT von AGFA Ultra 100

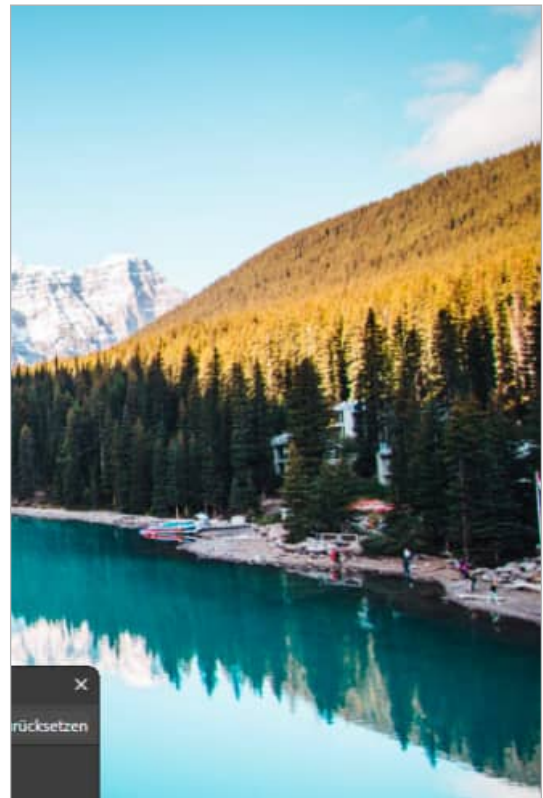
meist im Pixel-Studio. Rufen Sie im Panel ANPASSUNGEN den Bereich LUT auf. Hier kann man über das „Zahnrad-Symbol und Importieren“ LUTs aus dem Internet laden. Sie liegen meist im Format *.cube vor. Hat man in der Liste eine LUT gewählt, wird diese sofort auf das Foto angewendet. Über ein Menü, was geöffnet wird, lassen sich weitere Einstellungen vornehmen. Ich finde diese Art von Fotoanpassung interessant, wenn man z. B. bestimmte Filme wie von AGFA oder KODAK simulieren möchte.



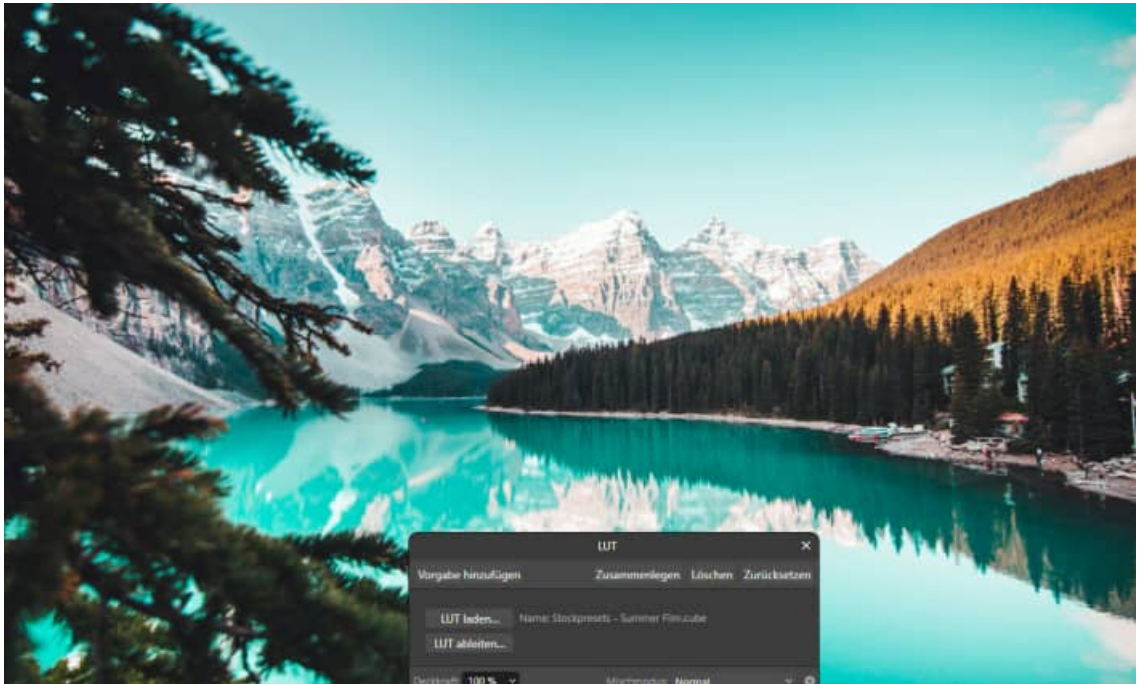
Panel ANPASSUNGEN - LUT mit der Möglichkeit, LUT-Dateien zu importieren



Das Original Foto



Das Foto mit der LUT von AGFA Ultra 100.
Mit der Farbveränderung des Waldes und Wassers.



Das Foto mit der LUT „Summer Film“

Sammlung von Film-LUTS

<https://www.freepresets.com/product-category/free-luts-color-lookup-table/>

Verschiedene LUTs für Photoshop

<https://www.designerinaction.de/tipps-tricks/photoshop/photoshop-luts-download/>

Film AGFA Ultra 100

<https://www.freepresets.com/product/free-lut-agfa-ultra-100-lookup-table/>

Summer Film

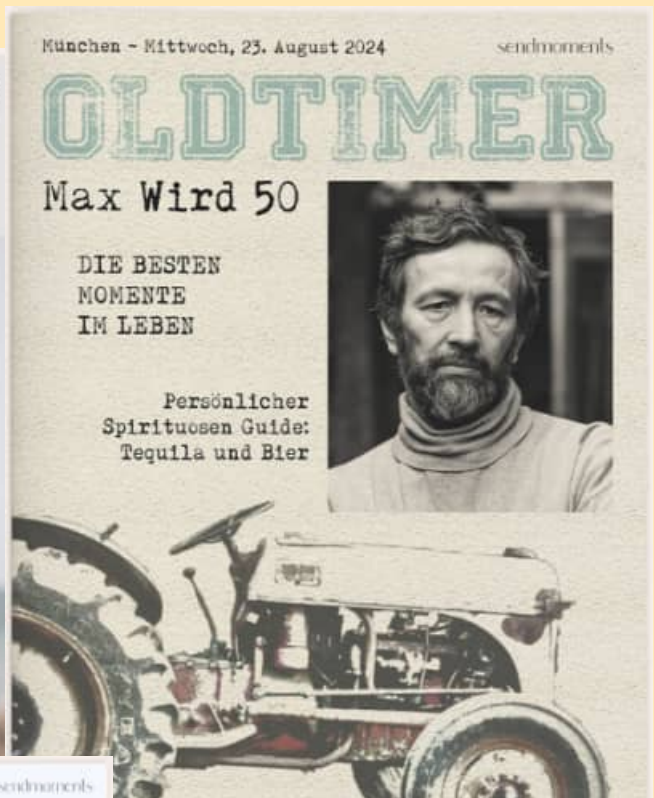
<https://www.freepresets.com/product/free-luts-lookup-table-summer-film/>

Vintage Vibe

<https://www.freepresets.com/product/free-luts-vinatge-vibe/>

Hollywood

<https://www.freepresets.com/product/free-luts-hollywood/>



Eine Zeitung zum Geburtstag / zur Hochzeit

Ein noch heute sehr beliebtes Geburtstags-geschenk ist die „Geburtstagszeitung“. Kann man diese Art von Präsent heute im Internet auf einigen **Plattformen** „kaufen“, spricht nichts dagegen, sie auch mit Affinity-Studio anzufertigen. Das setzt aber voraus, dass man sich, am Geburtstag orientiert, passende Schlagzeilen heraussuchen muss. Online ist es zudem möglich, einen passenden Zeitungsanbieter herauszusuchen. Hier muss man ein passendes Logo finden, vielleicht auch „nachbauen“. Abgewandelt, lässt sich auch eine Hochzeitszeitung gestalten. In beiden Fällen muss man sich aber in der Verwandtschaft passende Fotos und Informationen besorgen.

Das Format: Zeitungen werden meist auf speziellen Papieren mit einer Grammatur von 40-60 Gramm gedruckt. Für ein privates Vorhaben sollte man normale dünne Grammaturen wählen, etwa 80-120 Gramm. Viele Druckereien bieten hier auch „Altpapiere“ an. Bei der Größe der Zeitung hat man natürlich die freie Wahl. Legt man die Zeitung im Din A2 Quer-Format an, kann man sie nach dem Druck auf Din A3 falten. In Affinity-Studio legt man sich dazu zwei Doppelseiten A2 an, für die erste und letzte Seite, sowie für den Innenteil.

Der Hintergrund: Alte Zeitungen bekommt man meist mit leicht vergilbten Seiten. Waren diese früher weiß, haben sie über die Jahre „gelitten“. Man nutzt also als Hintergrund eine Grafik mit leicht vergilbter Anmutung. Diese findet man zur genüge auf Foto-Plattformen, wie PIXABAY.

Schlagzeilen: Im Internet findet man unter den Suchbegriffen „was geschah am“ oder „historische Ereignisse“ passende Schlagzeilen, die man für eine Zeitung verwenden kann. Man muss sie nur grafisch aufwerten und in das Zeitungslayout einsetzen. Hier wird man auf Seiten wie **PISICA** oder bei regionaler Suche zum Beispiel beim **MDR** fündig.

Inhalte: Füllen kann man diese Zeitung mit Kalendersprüchen, Wettervorhersagen, Lottowahlen, Anekdoten und Ereignissen der Person selbst. Wann hat die Person die Schule abgeschlossen, den Führerschein gemacht oder wo die Ausbildung absolviert.



Antikmarkt

25.02.2026
Einlass ab 10:30 Uhr

Messturm
Frankfurt

Keine Neuware

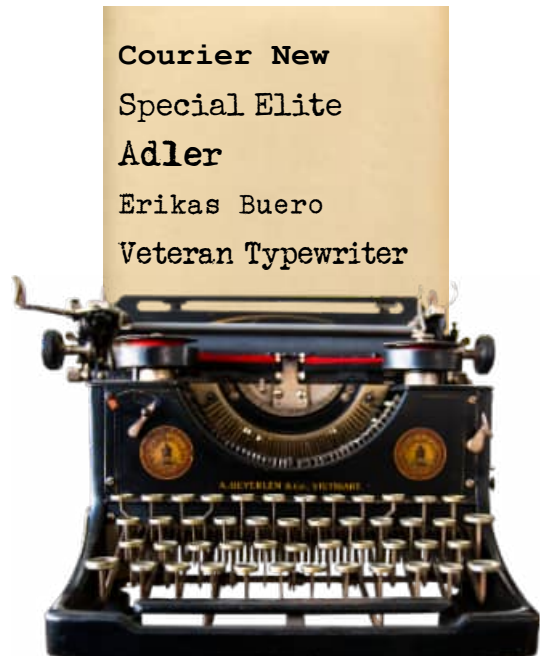
Schreibmaschinen Schriften

Ich mag diese Art von Schriften. Mit ihnen erzeugt man ein ganz spezielles altes Flair. Je nach Hintergrundmotiv lassen sich damit richtig alte Dokumente, Poster und Plakate entwerfen. Natürlich muss das Hintergrundmotiv zum Anlass passen. Schon bei der Auswahl der Schriften muss einiges berücksichtigt werden, denn nicht jede Schrift verfügt über einen kompletten Buchstabensatz, Umlaute oder Satzzeichen. Zudem ist die Laufweite einer solchen Schrift manchmal nicht optimal.

Hier kommen Schriften wie die Adler, Veteran Typewriter, Erikas Büro oder Special Elite in Frage, die man gemeinsam in einer Übersicht auf der Webseite von [ONLINEPRINTERS](#) ansehen kann. Dort sind auch die jeweiligen Verlinkungen zu den Downloads mit angegeben. Auf der Website von [EVERYBLUE](#) findet man weitere Schreibmaschinen Fonts, die allerdings Geld kosten. Man braucht aber gar nicht so weit weg zu suchen. Auf jedem Windows-Rechner sollte die gute alte „Courier New“ Schrift installiert sein. Auch sie kann man als Schreibmaschinenschrift verwenden. Sie ist im Schriftbild klarer und lässt sich auch für Mengentext hervorragend einsetzen.



Webseite von [ONLINEPRINTERS](#)



3D-Kapriolen

Manchmal sieht man etwas und weiß nicht auf Anhieb, wie man das in Affinity-Studio umsetzen soll. So ging es mir mit einem 3D-Schriftzug. Und das nehme ich hier zum Anlass, einmal näher auf die 3D-Möglichkeiten im Panel „QuickFX“ einzugehen. Als Typografie-Fan verwende ich zur Veranschaulichung einen Buchstaben, erstellt mit dem Werkzeug „Grafiktext“. Gleichwohl lassen sich solche Effekte auch auf Formen anwenden.

Schritt Nr. 1: Erstellen Sie mit dem Werkzeug „Grafiktext“ einen Buchstaben und halten ihn markiert.

Schritt Nr. 2: Setzen Sie im Panel „QuickFX“ bei „3D“ ein Häkchen und setzen Sie dort den Radius auf 15.

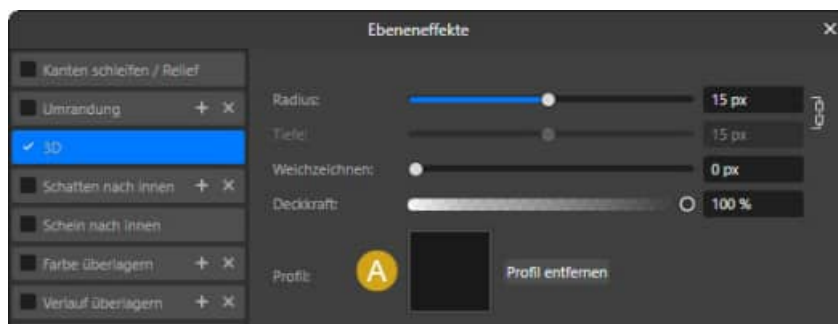
Schritt Nr. 3: Mit Hilfe des Einstellungsmenüs (kleines Zahnrad) lassen sich jetzt verschiedene 3D-Effekte auf das Objekt anwenden. Dazu

wird das „Profil“ (A) des Effekts verändert. Probieren Sie jedes Profil einmal aus. Bei einigen dieser Profile sind die Änderungen nur marginal und kaum zu erkennen. Meist ändern sich aber die Spiegelungen oder Schatten.

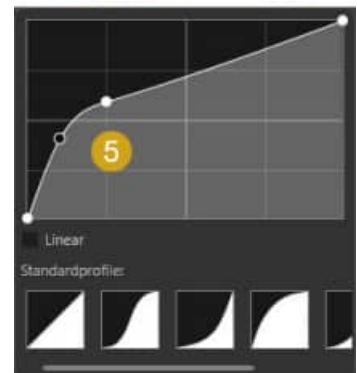
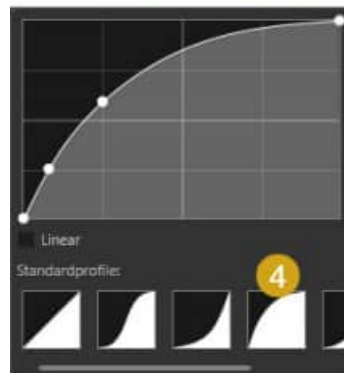
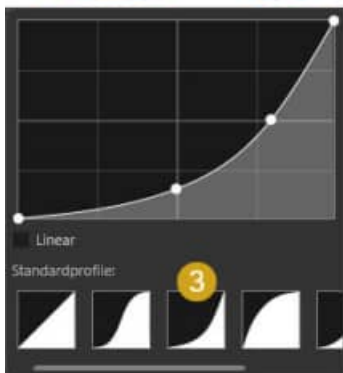
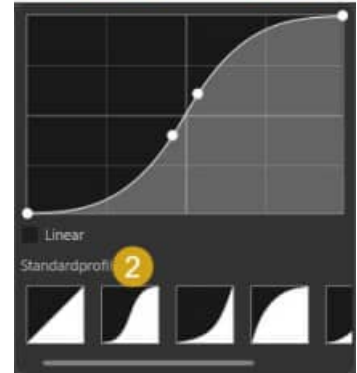
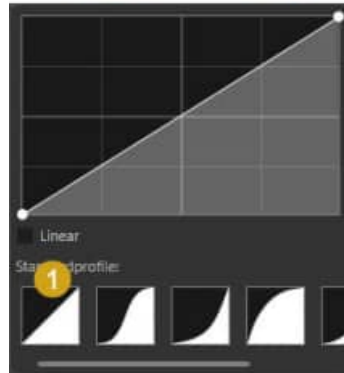
Bei dem geraden Profil (1), dem gewölbten Profil (2), dem nach innen gebogenen Profil (3) und dem nach außen gebogenen Profil (4) werden die Möglichkeiten sichtbar.

Schritt Nr. 4: Erhöht man bei den Einstellungen den Radius, werden die verschiedenen Effekte deutlich sichtbar.

Schritt Nr. 5: Spannend wird es, wenn man in den Profilen die Knoten im jeweiligen Diagramm verändert. Bei dem Profil (4) wurde nur ein Knoten verändert (5) und man sieht sofort die Auswirkung auf den Grafiktext.



Mit einem Klick auf die schwarze Fläche (A) öffnet man das Menü zur Wahl verschiedener Profile.



3D-Kapriolen, Teil 2

Im Menü der 3D-Ebeneneffekte lassen sich viele weitere Einstellungen tätigen, die man sofort am Objekt erkennt. Hier ist gut zu wissen, dass man mit einem Doppelklick der Mouse auf die weißen Schieberegler-Punkte, die Einstellungen wieder „zurücksetzt“. Über „Diffus“, „Spiegelnd“, „Glanz“ und „Umgebung“ verändert man die Lichtverhältnisse des Objekts. Zusätzlich kann man für die Spiegelung und für die Umgebungsfarbe andere Farben wählen,

die direkten Einfluss auf das Objekt haben. Viele dieser Einstellungen lassen sich auch kombinieren. Mit den Einstellungen für die „Lichtquellen“ und die „Richtung“ verändert man den Effekt zusätzlich, der dann von Außen auf das Objekt wirkt. Leider lassen sich die Einstellungen NICHT mit der „Stilpipette“ auf andere Objekte übertragen. Jederzeit kann man sie aber im Panel „Stile“ speichern.



Ausgangsobjekt, Farbe #EA5BoB



Diffus 50%, Kupfer



Glanz 100%



Spiegelnd 100%



Umgebung 100%



Farbe geändert, Gold, #FFABoB

Ein einfacher 3D-Text

Anhand eines einzelnen Buchstabens möchte ich zeigen, wie einfach es ist, einen 3D-Effekt zu gestalten. Die Schritte kann man auch auf ein ganzes Wort anwenden, allerdings muss man dann später viele Knotenpunkte löschen, die beim Anlegen des Schattens entstehen.

Schritt Nr. 1: Erstellen Sie mit dem Werkzeug „Grafiktext“ einen Buchstaben (1). Weisen Sie dem Buchstaben eine Schriftart und eine Farbe zu. Die Schrift sollte einfach gehalten sein, am besten ein serifenloser Font.

Schritt Nr. 2: Duplizieren Sie den Buchstaben mehrmals über das Panel EBENEN (2). Mit Hilfe des Panels TRANSFORMIEREN kann jeder dieser kopierten Buchstaben in einem gleichen Abstand platziert werden. Dies erreicht man mit dem Befehl STRG+J. Wählen Sie den ersten kopierten Buchstaben und verschieben Sie ihn im Panel TRANSFORMIEREN um jeweils 2 Millimeter nach rechts und nach unten. Mit STRG+J erstellt man jetzt mehrere Kopien, die sich jeweils um 2 Millimeter in die gewünschte Richtung verschieben.

Schritt Nr. 3: Jetzt markiert man alle KOPIEN und macht sie über das Menü „Vektor-Geometrie-Hinzufügen“ zu einem einzigen Objekt (Schatten). Diesem Objekt sollte man eine etwas dunklere Farbe zuordnen, wie dem Original-Buchstaben.

Schritt Nr. 4: Markieren Sie das „Schatten-Objekt“ und löschen Sie jetzt mit dem „Knotenwerkzeug“ einige Knotenpunkte (3). Diese Knoten liegen immer INNEN.

Schritt Nr. 5: Setzen Sie den Original-Buchstaben „vor“ dieses Konstrukt (4).



Schrift-Definitionen

Ein Hobby-Anwender wird sich kaum um die Definition einer Schrift kümmern, noch wird er jemals von den Beschreibungen zu einer Schrift erfahren, weil er keine Fachliteratur liest. Zumindest nicht in den meisten Fällen. Er wird vielleicht durch Zufall auf diese Schrift stoßen, sie für „brauchbar“ oder „unbrauchbar“ erklären. Möchte er mit ihr arbeiten, nimmt er sie in seine Sammlung auf.

Ich behaupte, dass Schriften meist anhand ihres „Aussehens“ ausgesucht werden. In Fachbüchern zur Typografie werden oft Anhand der Schriftarten „Adobe Garamond Pro“, „Sabon“, „Futura“, „Avant Garde“ und „Rotis“ die verschiedenen Schriftenmerkmale und Unterschiede zu anderen Schriften erläutert.

Die „**Adobe Garamond Pro**“ wurde ursprünglich von Claude Garamond im 16. Jahrhundert entworfen. Robert Slimbach hat sie 1989 neu entdeckt. Firmen wie Stempel oder ITC haben eigene Schriften entwickelt. Heute wird diese Schrift als Maßstab einer „Leseschrift“ deklariert. Die Serifen sind alle etwas nach innen gewölbt, der Buchstabe „W“ ist durch das „Zusammenschieben“ von zwei „V“ entstanden. Der Buchstabe „P“ ist offen und der Buchstabe „e“ hat einen geraden Querstrich.

Die „**Sabon**“, die Jan Tschichold (1902-1974) im Jahr 1954 entwarf, erläutert, wie sich die einzelnen Buchstaben zueinander verhalten. Die „Sabon“ wird als „Leseschrift“ definiert, die sich an den Garamond-Entwürfen orientiert, aber einen eigenen Charakter hat. Die Schrift

kommt „selbstbewusst und nüchtern“ daher, wirkt daher moderner, als die Originalvorlage. Den Gestaltungsansatz kann man anhand der Versalien und der Ziffern ablesen. Die Serifen sind weniger „eingewölbt“.

Die „**Futura**“ wurde 1927 von Paul Renner entwickelt. Hier gibt es eine Anlehnung zum Bauhausstil. Noch heute wirkt die Schrift „frisch“, denn sie wird auf Verpackungen, in Magazinen und im Corporate Design verwendet. Der Bogen des Buchstaben „G“ bleibt weit offen und trifft somit nicht auf den unteren Teil des Buchstabens. Das „S“ wurde nicht einfach durch das Aneinanderschieben zweier Kreissegmente realisiert, wie bei vielen anderen Schriften und das „c“ ist rechts vertikal „gekappt“.

Die „**Avant Garde**“ entwickelte Herb Lubalin im Jahr 1968. Qualitativ kann sie für Überschriften und Logos verwendet werden, für längere Texte ist sie nicht geeignet. Die Strichenden laufen, gegenüber der Futura, meist in die Horizontale. Das „R“ ist offen und das „Q“ wirkt sehr dekorativ. Die Schrift besitzt eine große Mittelhöhe, dies merkt man an den Buchstaben „d“ und „g“.

Die „**Rotis**“ stammt von Otl Aicher, der sie im Jahr 1988 entwickelte. Die Schrift ist „eigenständig“, aber auch sehr „unruhig“. So ist die serifenlose Variante für Fließtext nicht geeignet, mit ihr lassen sich aber aussagekräftige „Wortmarken“ definieren. Dagegen kann man die Schnitte mit Serifen schon mal für einen Mengentext einsetzen. Alles in allem kann man

Adobe Garamond Pro

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Sabon

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Futura

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Avant Garde

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Rotis

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Alegreya

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Alegreya Sans

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

Arial

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890ßÄäÖöÜü!“\$%&/()=?

mit diesen unterschiedlichen Schriften so gut wie alle Belange der Textgestaltung umsetzen. Ist man als Gestalter eh dazu geneigt, mit wenigen Schriften auszukommen, kann man sich mit den hier vorgestellten Schriften eine Grundlage für die eigenen Designs schaffen. In

Anlehnung zu diesen Schriften verwende ich für mein M62-Magazin die „Alegreya“ und die „Alegreya Sans“. Auch deshalb, weil beide Schriften mit mehreren Schnitten zu haben sind.

Portraits in Szene setzen

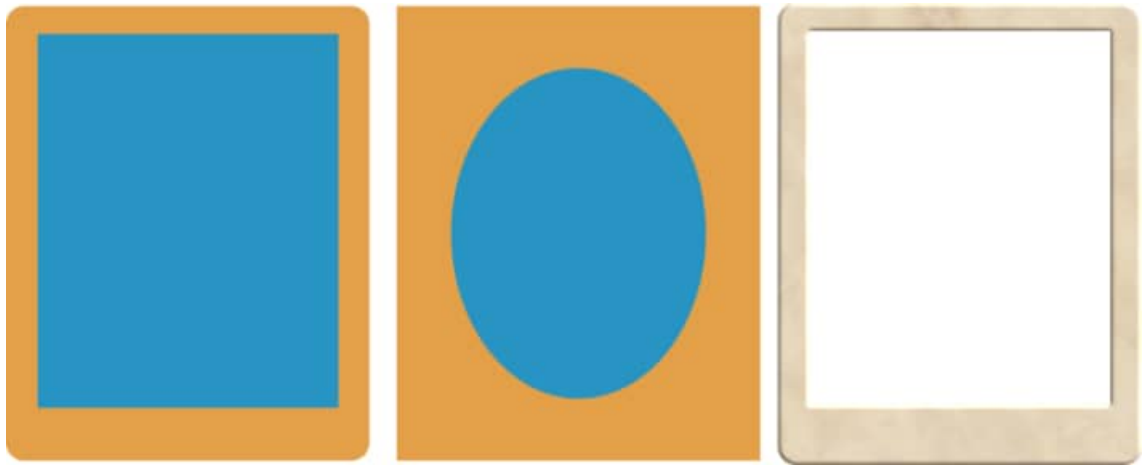


Bei der Auswahl von Bilderrahmen kann man in Affinity-Studio grafisch aus dem Vollen schöpfen. Meist kommen ovale oder rechteckige Formen zum Einsatz. Man sollte allerdings beim Stil bleiben und nicht dem Irrtum verfallen, man könnte alle Rahmen nutzen. Das würde den Leser eher verwirren. Man muss auch nicht zwangsläufig einen Bilderrahmen betiteln. Einige erklärende Informationen daneben oder darunter nehmen Bezug auf das Foto. Der Rahmen oben links gehört zu einem kostenpflichtigen Mock-up, der Rahmen rechts unten ist mit den Bordmitteln von Affinity-Studio selbst erstellt. Alle anderen findet man z.B. bei PIXABAY. Der Fotorahmen setzt

sich aus dem eigentlichen Rahmen und dem Porträtfoto zusammen. Der Rahmen ist im PNG-Format mit einer Transparenz in der Mitte zur Aufnahme des Fotos gestaltet. Dem Rahmen wurde über das Panel „QuickFX“ ein

Schatten nach außen (10 x 10) zugeordnet. Darunter wird ein abgerundeter Rahmen mit einem Umriss gezogen, darüber liegt ein Textrahmen mit den sichtbaren Daten.

Ein einfacher Bilderrahmen selbst gestalten



Links ein rechteckiger Rahmen mit einem rechteckigen Ausschnitt, in der Mitte mit einem ovalen Ausschnitt und rechts mit einer Textur versehen.

Mit den Bord-Mitteln von Affinity kann man sich einen einfachen Bilderrahmen selbst erstellen. Dazu benötigt man für den äußeren Bereich einen leicht abgerundeten rechteckigen Rahmen und für den inneren Bereich einen passend kleineren Rahmen. Sobald man einen Rahmen markiert hat, erscheint oben in der Kontextleiste ein Eingabefeld, in dem man die Abrundung einstellen kann. Beide Rahmen legt man übereinander und SUBTRAHIERT sie voneinander (Rechte Mouse-Taste: Geometrie-

Subtrahieren). Wenn sichtbar, kann man diese Funktion auch über ein Symbol in der oberen Symbolleiste ausführen. Ist der kleinere Rahmen vom größeren Rahmen abgezogen, weist man diesem über das Werkzeug „Füllung“ eine Bild-Textur zu. Diese muss auf der Festplatte liegen. Dazu markiert man den gerade erstellten Rahmen, wählt das Werkzeug aus und lädt sich über die Einstellungen oben in der Kontextleiste (Kontext: Füllung, Typ: Bitmap) ein passendes Texturbild hinein.

Grafik-Trends in 2026

Auf der Webseite von [ENVATO](#) werden wie jedes Jahr die Trends des Grafikdesigns für das Jahr 2026 vorgestellt. Zusammenfassend kann man folgende Trends feststellen. Sie vereinen wirkungsvolle Ästhetik mit praktischer, kanal-übergreifender Umsetzung. Erwarten Sie KI-Workflows, Retrofuturismus, chaotische Verpackungen, Neominimalismus, ein Comeback der Farbsättigung, organische Formen, multidimensionale Interaktivität und Marken mit gespaltener Persönlichkeit. Nutzen Sie KI für mehr Geschwindigkeit und verfeinern Sie die Ergebnisse anschließend mit menschlicher „Art Direction“, um Originalität zu bewahren.

Auf der Webseite wird propagiert, dass man diese Trends nicht unterschätzen soll. Von chaotischen Verpackungen bis hin zu Retro-Futurismus – ENVATOS Forschung zeigt, dass diese Stile das kommerzielle Design im kommenden Jahr maßgeblich beeinflussen werden. Sie spiegeln die dynamische Online-Welt wider, in der Kreative agieren: wandelbares Branding für schnelle Social-Media-Zyklen, natürliches Design, wenn unaufdringliche Selbstsicherheit gefragt ist, und KI-Tools, die die Fantasie so schnell wie die Inspiration selbst beflügeln.

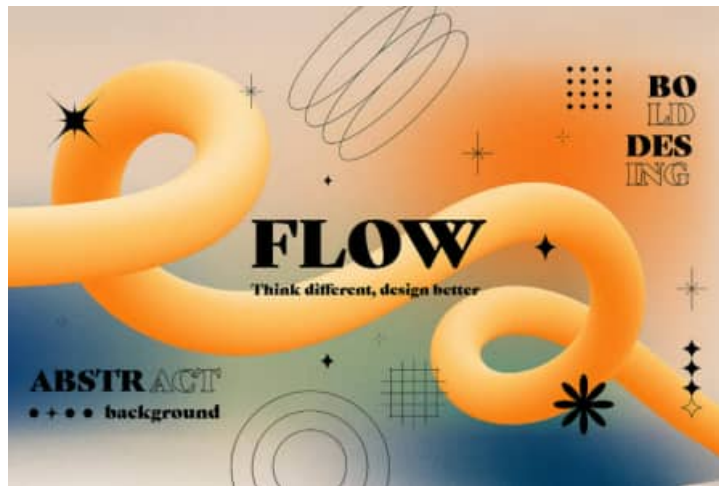
Auf den ersten Blick sind die Trends vielfältig, doch sie haben eines gemeinsam: Designer arbeiten in den Bereichen Social Media, Web, Markenentwicklung, Video und Print, während sich der Geschmack des Publikums schneller denn je ändert. Im Jahr 2026 werden die verstettesten Kreativen KI als Designassistenten –

nicht als Ersatz – einsetzen und gemeinsam Ideen entwickeln, die schnell von der Skizze zur kunstvoll gestalteten Kampagne gelangen, bevor die Details manuell verfeinert werden.

Die KI-Evolution: Im Jahr 2026 wird generative KI nahtloser in das kreative Leben integriert sein, beispielsweise durch Apps, die künstliche Intelligenz nutzen, um manuelle Aufgaben zu automatisieren, durch wirklich hilfreiche KI-Assistenten oder durch KI-Generatoren, die statische Skizzen in komplette Design-Kampagnen verwandeln.

Retro-Futurismus: Die Ästhetik der sozialen Medien ist ständig im Wandel, doch zwei Dinge bleiben konstant: die nostalgische Anziehungskraft der Vergangenheit und, am anderen Ende des Spektrums, die aufregenden Möglichkeiten der Zukunft. Hier werden zwei Stilrichtungen vereint: der Mid-Century-Space-Age-Stil mit futuristischem Design, das spielerisch in die Zukunft blickt und der Retro-Futurismus, der eher nostalgisch, retro-orientiert daherkommt.

Chaotische Verpackungen: Im Branding und insbesondere im Verpackungsdesign zeichnet sich eine Anti-Design-Ästhetik ab. Maximalistisch- chaotische Verpackungen heben Produkte aus der Masse des cleanen, „geschmackvollen“ Designs hervor. Fette Schriftarten sind wieder im Trend. Skurrile Illustrationen, ausgefallene Schriftarten und eine Farbenpracht prägen diesen Trend. Handgezeichnete Schriften treffen auf Verpackungen aufein-



ander, die aus jedem Blickwinkel die Blicke auf sich ziehen.

Neominimalismus: Bodenständig und emotional zugleich—der neue Minimalismus ist weit entfernt von reduzierten Rastern und Grautönen. Aufbauend auf dem Erfolg der Ästhetik des „Stillen Luxus“, die Mode und Design im letzten Jahrzehnt dominiert hat, bewahrt der

Neominimalismus die charakteristischen Merkmale (beruhigende Farben, bewusster Verzicht auf Überflüssiges), verleiht der Formel aber mehr Wärme. Natürliche Texturhintergründe, Serifenschriften und elegante KI-Animationen ergeben eine intensive Form des Minimalismus für das Jahr 2026.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **2**

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **3**



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN 3

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

In diesem aktuellen M62-Heft Nr. 11 habe ich wieder versucht, verschiedene und interessante Themen abzubilden. Dazu gehören einige Grundlagen zum „Verpackungsdesign“. Dann stelle ich das „Naive Design“ und ein 4-seitiges Faltblatt vor. Mit einem „Glas-Effekt“ kann man viele Designs „auffrischen“, in Kombination mit einem 3D-Effekt auch „Glanz“ vermitteln. Im letzten Heft habe ich etwas über „Portraits in Szene setzen“ geschrieben, in diesem Heft machen wir daraus eine „Kollage“. Im letzten Heft nur angedeutet, gehe ich hier mit einem Beispiel näher auf das „Color Grading“ ein. Dann beschreibe ich, wie man sich eigene Formen „konstruiert“, mit dem passenden Werkzeug und wir stanzen Löscher in Texte, banal, aber wirkungsvoll. In einem Artikel gehe ich auf das „modernes Farbmanagement“ ein, in einem weiteren Artikel präsentiere ich einige Programme, um sich eigene Schriften zu erstellen. Abschließend finden Sie Informationen und eine Übersicht über den Werdegang der Firma Serif, von den Anfängen im Jahr 1987 bis heute. Hier ist wieder für jeden Leser etwas dabei!

Ich denke, dass ich zum Thema „Stilvoll gestalten“ noch weitere Hefte herausbringen werde. Dann wäre diese Serie mit insgesamt 6 Heften abgeschlossen und genau so umfangreich, wie die Arbeitshefte. Mal sehen, wie sich das alles umsetzen lässt.

Ein Buch über Affinity-Studio wird wohl noch lange auf sich warten lassen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass jemand einfach auf die Schnelle so ein umfangreiches Werk realisieren kann. Wenn ich kann, werde ich die meisten Themen mit meinem Magazin abdecken.

Ich wünsche Ihnen wie immer viel Freude
beim Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

Verpackungsdesign



Verpackungsdesign im Jahr 2026 ist weit mehr als nur der Schutz eines Produkts; es ist ein entscheidendes strategisches Instrument für die Markenkommunikation und den Verkaufserfolg am Point of Sale (POS).

Aktuelle Trends für 2026

Die Trends konzentrieren sich stark auf Nachhaltigkeit und Integration:

- **Nachhaltigkeit & Zirkularität:** Der Fokus liegt auf kreislauffähigen Materialien („Circularity“), der Reduzierung von Plastik und dem Einsatz von Monomaterialien, die leicht recycelbar sind.
- **Minimalismus & Typografie:** Klare Linien und ausdrucksstarke Typografie helfen Marken, in einer reizüberfluteten Umgebung Ruhe auszustrahlen und dennoch Aufmerksamkeit zu erregen.
- **Barrierefreiheit:** Inklusives Design, das durch haptische Elemente oder QR-Codes für Menschen mit Einschränkungen besser zugänglich ist, gewinnt an Bedeutung.

- **Smarte Verpackungen:** Die Integration von QR-Codes oder NFC-Chips ermöglicht interaktive Erlebnisse und liefert zusätzliche Produktinformationen direkt auf das Smartphone.

Der professionelle Designprozess

Ein Design umfasst mehrere Phasen:

- **Konzeption:** Analyse der Zielgruppe und Definition der Markenbotschaft.
- **Konstruktion:** Wahl der Materialien und Erstellung von Stanzvorlagen (Dielines).
- **Gestaltung:** Grafisches Design inklusive Layout, Farbprofilen (z. B. über die ECI) und Typografie.
- **Software:** Profis nutzen spezialisierte Werkzeuge wie Artios CAD für die Konstruktion oder die Adobe Creative Cloud für das visuelle Design.

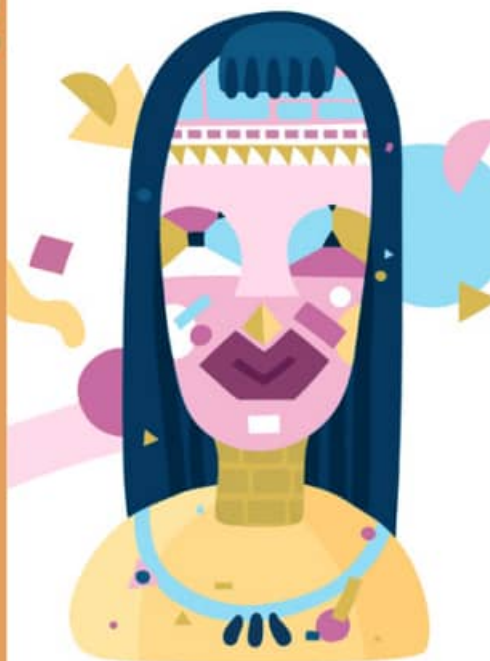


OCEAN
PERSON

SV WEB PAGE

ABSTRACT
PERSON

PORTFOLIO



CAT LOVER
PERSON

BLOG

Naive Design
Naives Design

Naives Design

Im klassischen Stil beschreibt das „Naive Design“ einen Stil, der durch kindliche Einfachheit, Spontaneität und den Verzicht auf formale Kunstregeln, wie Perspektive oder realistische Proportionen, gekennzeichnet ist, oft von Autodidakten geschaffen, die sich ihre Fähigkeiten selbst beigebracht haben und fantasievolle, unkonventionelle Werke mit starken Farben und einfachen Formen erschaffen. Im digitalen Kontext meint es auch ein Design, das bewusst unperfekt, handgezeichnet und charmant wirkt, als sei es ohne professionelle Tools erstellt worden.

Vertreter des klassischen Stils waren: Henri Rousseau (Dschungelbilder), Grandma Moses (ländliches Leben) und Séraphine Louis (Blumen).

Merkmale im klassischen Sinn

- Autodidaktisch: Geschaffen von Laien oder Autodidakten ohne formale Kunstausbildung.
- Einfachheit & Spontaneität: Wirkt kindlich, direkt und ungefiltert.
- Farbgebung: Oft leuchtende, plakativen Farben ohne Verläufe oder Schatten.
- Perspektive & Form: Verzicht auf realistische Perspektive und Proportionen; flache, blockartige Formen.
- Motive: Häufig Szenen aus dem Alltag, Fantasiewelten, Natur oder Wunschträume.
- Unperfektheit: Unebene Linien, verzerrte Buchstaben und eine liebevolle Unordnung, die menschlich wirkt.

Im heutigen Design ist es ein bewusster Trend, der handgezeichnete Elemente, unperfekte Schriften und flache Kompositionen nutzt, um eine warme Atmosphäre zu schaffen – das Gegenteil von makellosem Vektor-Design.

Merkmale im Jahr 2026

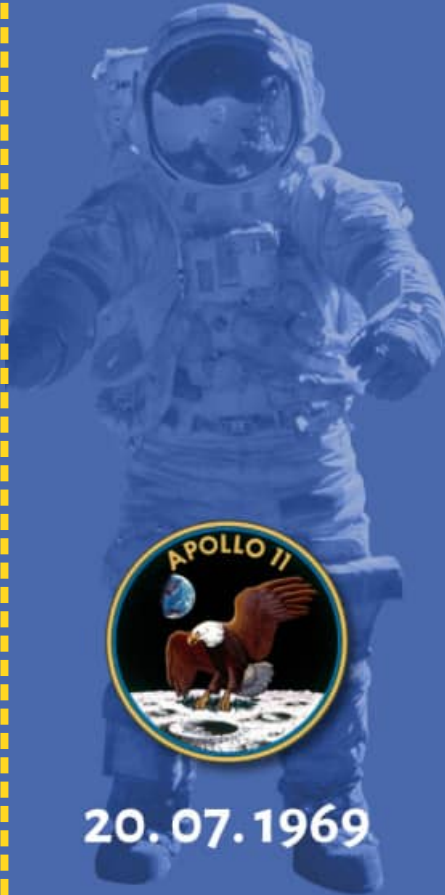
- Bewusste Unvollkommenheit: Wackelige Linien, ungleichmäßige Füllungen und sichtbare „menschliche Fehler“ (z. B. Illustrationen mit zittriger Hand) stehen im Fokus.
- Kindliche Ästhetik: Die Gestaltung erinnert an Kinderzeichnungen mit flachen Farben, einfachen Formen und oft verzerrten Proportionen oder fehlender Perspektive.
- Wärme und Emotion: Während früherer Minimalismus oft kühl wirkte, nutzt Naive Design Verspieltheit und organische Strukturen, um Marken nahbarer und ehrlicher wirken zu lassen.
- Haptische Texturen: Es werden digitale Effekte genutzt, die analoge Materialien imitieren, wie etwa „kratzige“ Linien oder Texturen, die an Filzstifte und Papier erinnern.

Anwendung für naives Design

- Branding & Logos: Handgezeichnete Wortmarken und verspielte Symbole.
- Webdesign & UI: Interface-Elemente, die weniger starr und stattdessen weicher und einladender wirken.
- Social Media: Illustrationen, die eine „Storytelling over Polish“-Mentalität verfolgen.



Faltblatt, 4-seitig



Apo Die Mon

Apollo 11 war die fünfte Be-
Programms und der erste bemannte
Die Mission einschließlich Mond-
reich. Damit erreichte die US-
das 1961 von US-Präsident John F.
noch vor Ende des Jahrzehnts
sicher zurück zur Erde zu bringen.

Die drei Astronauten Neil Arm-
Collins starteten am 16. Juli 1969
Complex 39A des Kennedy Space
Juli die vorgesehene Mondumlan-
modul des Raumschiffs Columbi-
Aldrin am nächsten Tag mit der
banten auf. Wenige Stunden spä-
den Mond, kurz danach auch
Aufenthalt startete die Landefäh-
kehrte zum Kommandoschiff.
Nach der Rückkehr zur Erde war
vom Bergungsschiff Hornet ent-
erstmalig Gesteinsproben von
geholt.

Weltweit verfolgten rund 600 Mil-
die Fernsehübertragung der Mo-

Auch das kommt im Alltag eines Grafikers manchmal vor. Das Gestalten eines Faltblatts mit nur 4 Seiten. Wer glaubt, dass dies schnell gemacht ist, irrt, denn passend zum Thema muss man sich erst einmal alle nötigen Bilder und Texte zusammensuchen. Und die Abbildungen müssen aufeinander abgestimmt sein. Für den Privatgebrauch spielen Copyright-Angaben der Aufnahmen keine Rolle. Bei einer

kommerziellen Verwendung kann es teuer werden, wenn man für jedes Nutzungsrecht tief in die Tasche greifen muss. Auch wenn der Kunde das bezahlen muss, kommt es nicht selten vor, dass der Grafiker sein Salär einfordern muss.

Hier wurde zur orange-gelben Farbe der Überschrift als Komplementärfarbe ein leichtes

Apollo 11

Landung

bermante Raumfahrtmission des Apollo-Programms. Der erste bemannte Raumflug mit einer Mondlandung. Die Landung am 20. Juli 1969 verlief erfolgreich. Die amerikanische Raumfahrtbehörde NASA erreichte das von John F. Kennedy vorgegebene nationale Ziel, einen Menschen zum Mond und wieder zurück zu bringen.

Nach Armstrong, Edwin „Buzz“ Aldrin und Michael Collins wurde am 19. Juli 1969 mit einer Saturn-V-Rakete von Launch Complex 39 in Florida und erreichten am 19. Juli die Mondoberfläche. Während Collins im Kommando-Modul zurückblieb, setzten Armstrong und Aldrin die Mondlandefähre Eagle auf dem Mond ab. Nach einer 22-stündigen Mission betrat Armstrong als erster Mensch die Mondoberfläche und wurde von Aldrin begleitet. Nach der Landung fuhre wieder von der Mondoberfläche und wurde von Aldrin begleitet. Nach der Landung fuhre wieder von der Mondoberfläche und wurde von Aldrin begleitet. Nach der Landung fuhre wieder von der Mondoberfläche und wurde von Aldrin begleitet.

Millionen Menschen
Mondlandung 1969!



Apollo 11

Die Mondlandung

Blau (Fliederton) verwendet. Passend zum Thema die Fotos, aus denen man sofort ableiten kann, um was es geht. Im Inneren des Faltblattes wurde der Astronaut links im Panel EBENEN mit dem Mischmodus „Luminanz“ und einer Deckkraft von 45% versehen, die Mondlandschaft rechts mit „Hartem Licht“ und einer Deckkraft von 70% versehen. Die gelbgestrichelten Linien sind im Original nicht

vorhanden, signalisieren hier nur die Trennung zwischen Cover, Inhaltsseite und Rückseite. Passend zum Thema wurde das offizielle Logo der Apollo-Mission verwendet, der Astronaut (PNG-Datei) und die Mondlandschaft (Graustufen) sind beliebige Abbildungen.



HONIG
IST GESUND

Ein Glas-Effekt

Für einen Glas-Effekt müssen mehrere Angaben im Panel „QuickFX“ gemacht werden. Hier muss ich gleich vorweg anmerken, dass dieser Effekt stark von dem abhängt, auf den er angewendet wird. In der Beschreibung kann ich daher nur Richtwerte für die verschiedenen „QuickFX-Einstellungen“ geben. Am besten wirkt der Effekt mit einer Schrift. Nachdem Sie alles eingestellt haben, empfiehlt sich das Speichern im Panel „Stile“. Somit kann man den Effekt auch auf andere Objekte anwenden.

Schritt Nr. 1: Erstellen Sie ein neues Dokument und schreiben Sie ein Wort mit dem Werkzeug „Grafiktext“. Passen Sie es nach Ihren Wünschen an.

Schritt Nr. 2: Im Panel „QuickFX“ wählen Sie jetzt „Kanten schleifen/Relief“. Über das „Zahnrad“ oben rechts ruft man die erweiterten Einstellungen auf. Testen Sie später mit anderen Werten für das „Weichzeichnen“, wie der Effekt sich verändert. Das ist besonders bei Formen sehr hilfreich. Auch das Verändern der Richtung (Azimut und Höhe) hat Auswirkungen auf die Optik. Geben Sie folgende Werte ein:

- Typ: Innen schleifen
- Radius: 100 Pixel
- Tiefe: 14 Pixel
- Weichzeichnen: Null Pixel
- Profil: das letzte in der Reihe
- Azimut: 130 Grad
- Höhe: 74 Grad
- Licht: Weiß 100%
- Schatten: Weiß 34%

Schritt Nr. 3: Im Panel „QuickFX“ wählen Sie jetzt „Umrandung“. Geben Sie folgende Werte ein:

- Mischmodus: Normal
- Deckkraft: 30%
- Radius: 1 Pixel
- Ausrichtung: Außen
- Füllstil: Volltonfarbe
- Farbe: Weiß

Schritt Nr. 4: Im Panel „QuickFX“ wählen Sie jetzt „Schein nach Innen“. Geben Sie folgende Werte ein:

- Mischmodus: Normal
- Deckkraft: 15%
- Radius: Null %
- Intensität: 7%
- Farbe: Weiß

Schritt Nr. 5: Im Panel „QuickFX“ wählen Sie jetzt „Schatten nach Außen“. Geben Sie folgende Werte ein:

- Mischmodus: Normal
- Deckkraft: 40%
- Versatz: 3 Pixel
- Intensität: 40%
- Farbe: Schwarz
- Winkel: 120 Grad
- Füllung verdeckt Schatten mit Häkchen versehen. Ohne diese Wahl sieht die Schrift dunkler aus.

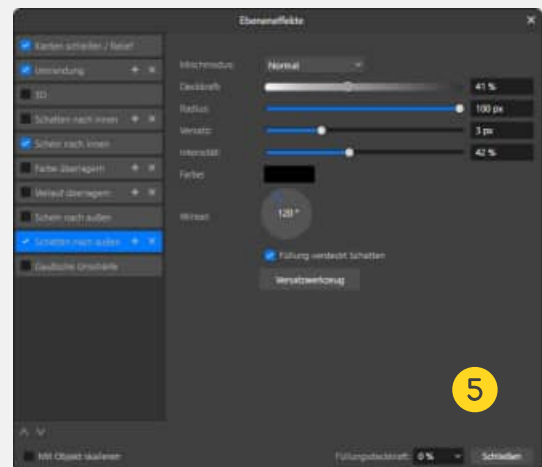
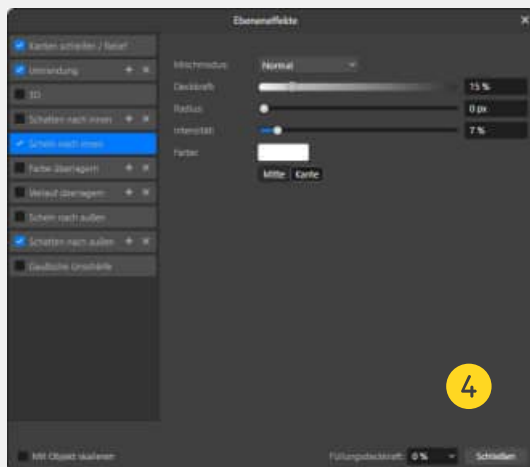
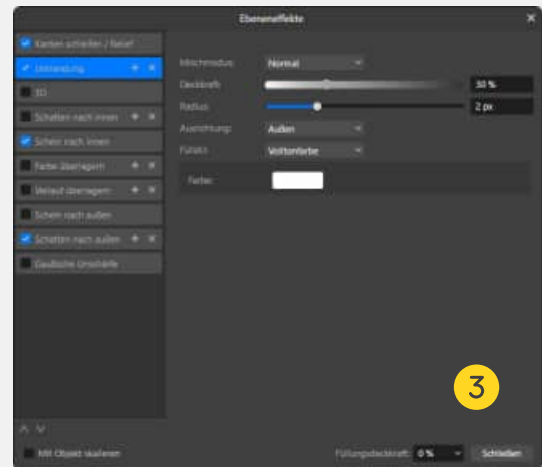
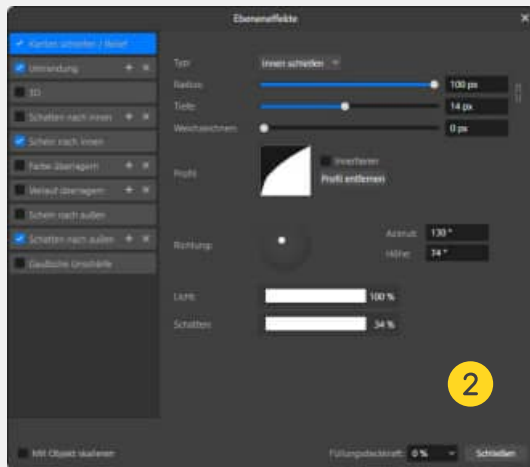
GLAS

GOLD

GOLD

SILBER

Übersicht der Schritte bei den Einstellungen zum Glas-Effekt



Auf der linken Seite sieht man oben den „Glas-Effekt“. Darunter das Wort „Gold“, das mit einem 3D-Effekt mit 15 Pixeln erzeugt wurde. Über das Wort „Gold“ wurde der selbe Schriftzug mit dem Glas-Effekt gelegt. Ganz unten das selbe mit dem Schriftzug „Silber“. Legt man jeweils einen „Glas-Effekt“ über diese Texte, wirken sie, als würden sie „glänzen“. Man muss nur die passenden Farben verwenden. Zusätzlich sollte man bei einem solchen „Doppeleffekt“ die Umrandung beim Glas-Effekt entfernen.



Hannah wird 100

Geboren am 1.2. 1926 um 8:58 Uhr,
erfreut Sie sich noch heute bester
Gesundheit. Wir kennen Sie alle.
Immer dann, wenn wir Sie besuchen,
trägt Sie Ihren Lieblingsschal. Und
dann zeigt sie uns Ihre umfangreiche
Sammlung von Schmetterlingen und
Flusskieselsteinen.

Scrapbooking - Kollagen

Haben wir im vorherigen Heft etwas über das „Portraits in Szene setzen“ gelernt, gehen wir in diesem Heft einen Schritt weiter. Lange Zeit war „Scrapbooking“ richtig „in“. Entweder am Computer oder in „Real Life“ mit Alben und kleinen Dingen aus dem Alltag. Im Heft Nr. 2 meiner alten Ausgaben finden Sie dazu passend einen Artikel über das „Scrapbooking“, um Fotos aus der Familie in Szene zu setzen. Anhand dieses fiktiven Projekts kann ich erläutern, mit welchen Mitteln man diese Art von Design umsetzt. Es müssen nicht viele verschiedene Elemente genutzt werden. Vielmehr ist es wichtig, dass die Elemente zum Projekt passen. Ich kann mir sogar vorstellen, dass man daraus eine Postkarte macht und sie an alle Familienmitglieder verschickt.

Diese „konstruierte“ Geschichte entstand, NACHDEM ich alle grafischen Elemente „zusammengeschraubt“ habe. In den meisten Fällen läuft es genau umgekehrt. Zuerst muss man festlegen, zu welcher Person oder zu welchem Anlass man ein Projekt umsetzen möchte. Dann sucht man sich die passenden grafischen Elemente zusammen. Die findet man bei [PIXABAY](#) oder [FREEPIK](#). Dann gilt es herauszufinden, was eine Person oder das gewünschte Projekt ausmacht.

Es gibt IMMER einen zentralen Punkt im Design – hier ist es das Foto der Hauptperson, in einem Bilderrahmen abgebildet. Anstatt des Schmetterlings könnte man auch das erste gefahrene Auto abbilden, ein Foto ihres Heimatortes oder des Wohnhauses. Da findet

man sicherlich viele Anhaltspunkte. Es versteht sich auch von selbst, dass die Elemente freigestellt im PNG-Format gespeichert sein müssen. Allen Elementen habe ich über „QuickFX“ einen Schatten zugeordnet. So wirken die Grafikelemente plastischer und sie heben sich vom Hintergrund ab.

Weitere mögliche Grafikelemente:

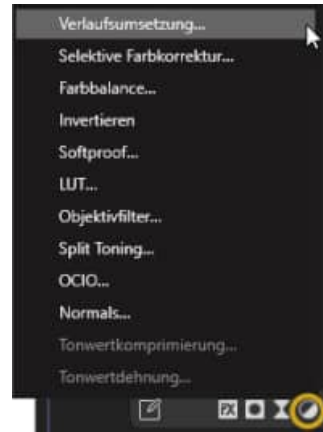


Color Grading

Color Grading bezeichnet einen kreativen Prozess in der Video- und Bildbearbeitung, bei dem Farben und Kontraste gezielt verändert werden, um eine bestimmte Stimmung, Atmosphäre oder einen individuellen Look zu erzeugen. Es ist der künstlerische Teil der Farbbearbeitung, der meist erst nach der rein technischen Farbkorrektur erfolgt.

Im vorherigen M62-Heft Nr. 10 habe ich erläutert, wie man mit Hilfe einer LUT (zu ladbare Fotodatei) ein Foto beeinflussen kann. Auf das „Color Grading“ bin ich nur kurz eingegangen. Es gibt eine weitere Funktion, mit der man im „Pixel-Studio“ DIREKT Einfluss auf die Farben eines Fotos nehmen kann. Dabei hängen akzeptable Ergebnisse maßgeblich vom Motiv des Bildes ab. Über die ANPASSUNGEN ruft man die VERLAUFSUMSETZUNG auf.

Öffnen Sie ein Bild im Pixel-Studio (1). Im Panel EBENEN rufen Sie die „Anpassung – Verlaufsumsetzung“ auf (2). Löschen Sie zuerst die mittlere Farbe Grün (3). Dazu klickt man in dem Menü den Punkt im Verlauf an und wählt „Löschen“. Jetzt kann man im Verlauf die Punkte links und rechts anwählen und die Farbe ändern (4). In diesem Fall bekommt man mit den Farben Lila und Orange das erste brauchbare Ergebnis (5). Schließen Sie das Menü und verfeinern Sie die Einstellungen mit Hilfe der Gradationskurve (6). Diese können Sie über die ANPASSUNGEN aufrufen oder über die Tastenkombination STRG+M.



Im Panel EBENEN wird das gewünschte Foto markiert und die VERLAUFSUMSETZUNG über die Anpassungen aufgerufen.

Entscheidende Unterschiede

Oft werden zwei Begriffe verwechselt, die aber unterschiedliche Ziele verfolgen:

Farbkorrektur (Color Correction): Hier werden Belichtung, Weißabgleich und Kontrast so angepasst, dass das Bild natürlich und neutral aussieht.

Color Grading: Hier wird dem bereits korrigierten Bild ein „Look“ verpasst (z. B. kühl-bläulich für Thriller oder warm-golden für Romanzen), um Emotionen beim Zuschauer zu wecken.

Zu den wichtigsten Funktionen gehören

Farbräder: Zur getrennten Steuerung von Schatten, Mitteltönen und Highlights.

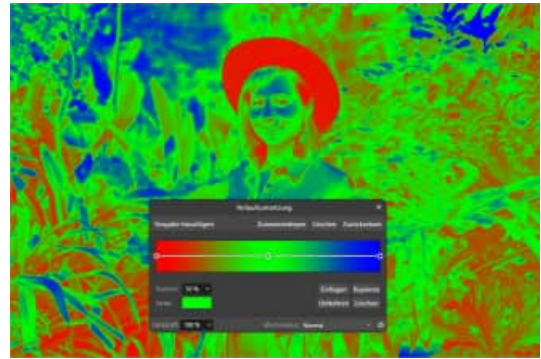
Gradationskurven: Für präzise Kontrolle über Helligkeits- und Farbbereiche.

LUTs: Vordefinierte „Filter“, die als Basis für einen bestimmten Filmlook dienen können.

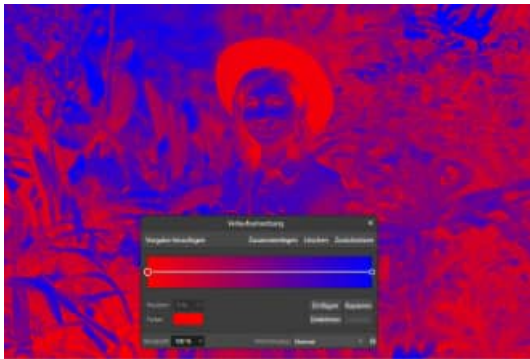
KI-Unterstützung: Automatische Anpassungen.



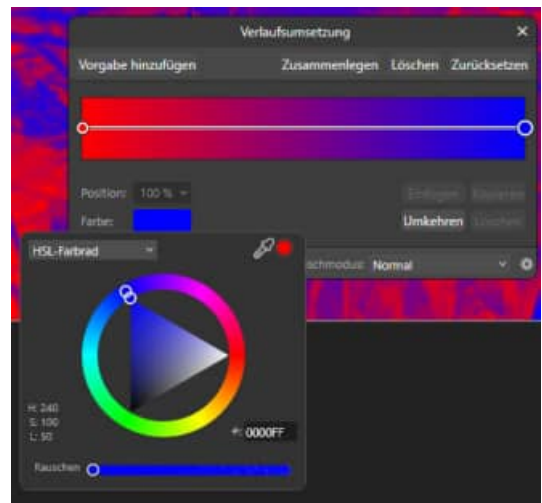
Das Original Foto (1)



Das Foto nach dem Aufruf der Funktion (2)



Nach dem Löschen des mittleren Farbpunkts (3)



Anpassen der beiden Farben links und rechts (4)



Das erste brauchbare Ergebnis (5)



Verfeinern mit der Gradationskurve (6)

Formen konstruieren

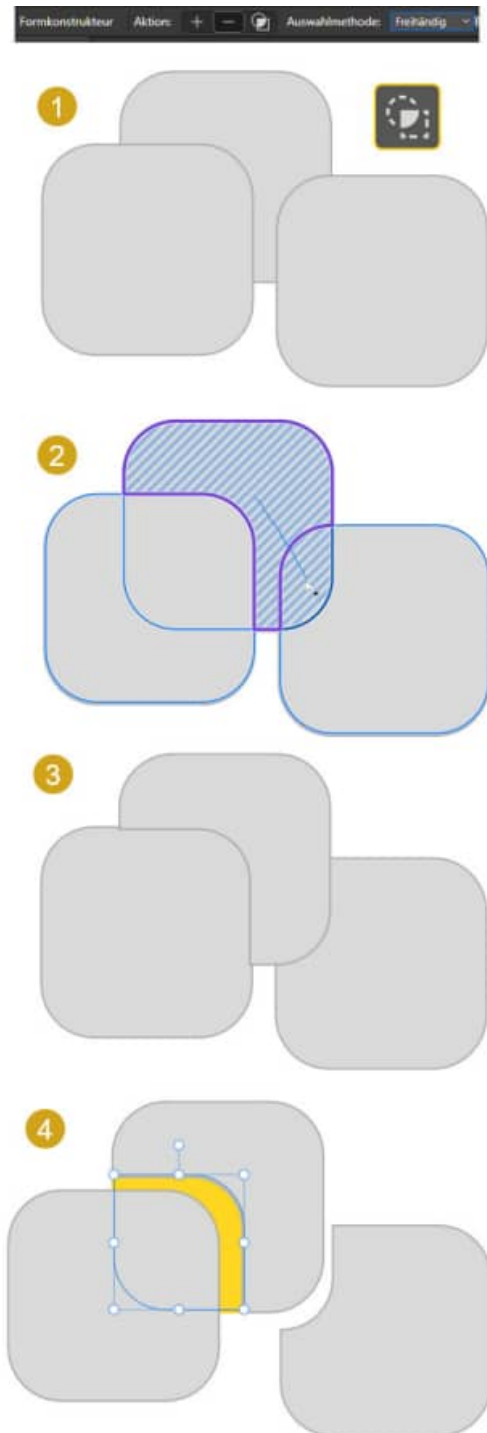
Bei der Gestaltung komplexer Formen, wie z.B. bei Logos, hilft das mächtige Werkzeug „Formkonstrukteur“, das meist im „Vektor-Studio“ eingesetzt wird. Es lässt sich aber auch in den anderen Studios verwenden. Bei der Gestaltung solcher „verschachtelter“ Formen sollte man über räumliches Denken verfügen. Hier hilft aber auch „Learning by doing“.

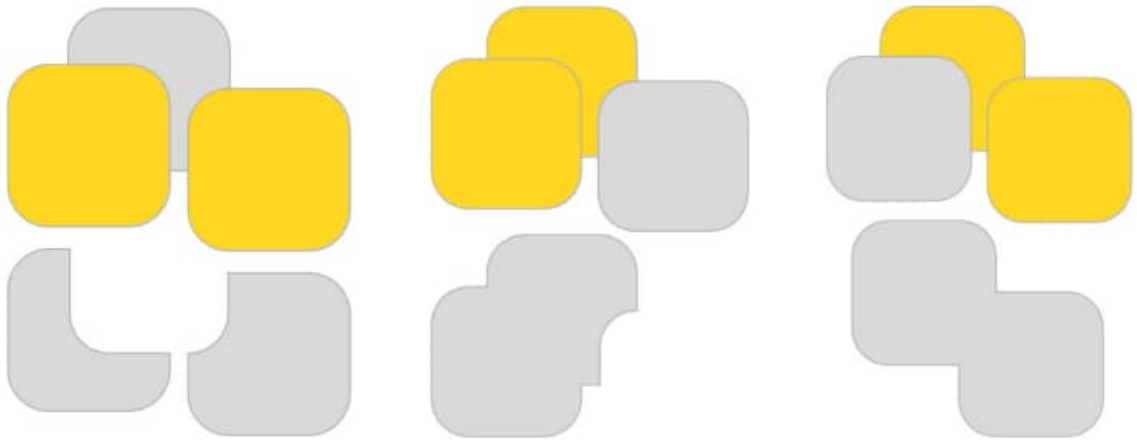
Schritt Nr. 1: Zeichnen Sie drei abgerundete Rechtecke (1) oder beliebig andere Formen und setzen Sie diese „versetzt ineinander“. Alle drei Formen müssen markiert sein.

Schritt Nr. 2: Wählen Sie das Werkzeug „Formkonstrukteur“ aus. Oben links in der Kontextleiste wird ein kleines Menü sichtbar, über das man die Funktionen „Addieren“ oder „Subtrahieren“ wählen kann. Wählen Sie „Addieren“.

Schritt Nr. 3: Klicken Sie mit der Mouse in das obere Rechteck und ziehen Sie den Cursor in das Rechteck rechts darunter (2). Man sieht nun, dass sich die markierten Flächen blau-schraffiert einfärben. Lassen Sie den Cursor los. Da wo sich beide Flächen überlappt haben, entsteht nun eine einzige kombinierte Form (3). Beim „Subtrahieren“ würden sich die Flächen „Rot-schraffiert“ einfärben.

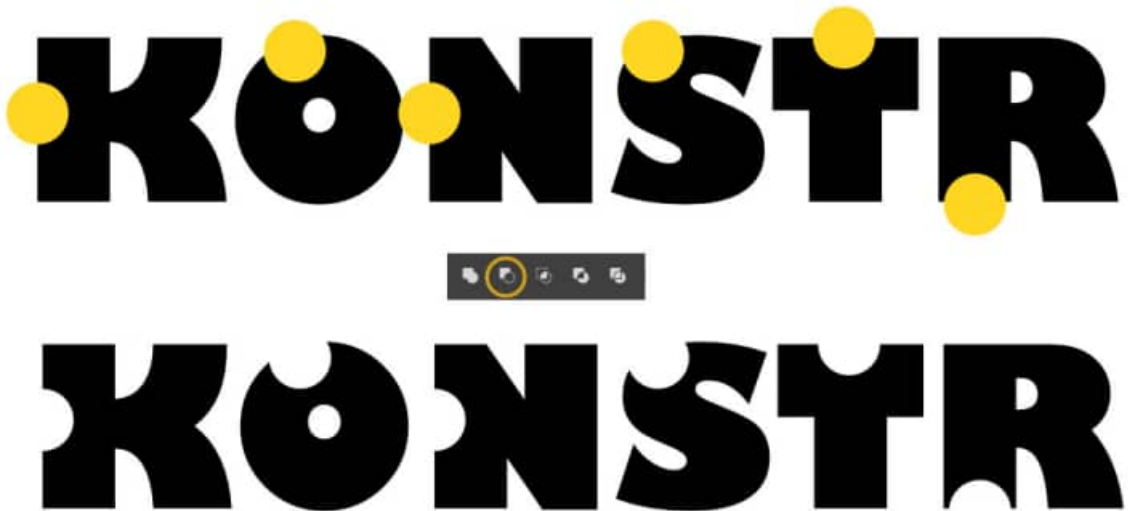
Schritt Nr. 4: Wenn man die drei Flächen auseinanderzieht, sieht man, dass ein kleines Objekt (Gelb), übrig geblieben ist (4). Dieses wird gelöscht. Es ist nicht ganz ersichtlich, warum dieses gelbe Objekt entsteht. Vermutlich, um weitere Kombinationen zu ermöglichen.





Mit der Funktion „Neue Form aus ausgewählten Flächen erstellen“ werden Objekte kombiniert

Löcher



Mit Hilfe runder Ellipsen, oder beliebig anderer Formen, und der Geometrie-Funktion „subtrahieren“, kann man Löcher in Texte „stanzen“. Zu beachten ist hier nur, dass der Text in Kurven umgewandelt werden muss. Sonst wird der Text beim „Subtrahieren“ komplett gelöscht. Schreiben Sie einen Text mit dem Grafiktext-

Werkzeug und wandeln Sie ihn in „Kurven“ um. (Kontextmenü – rechte Mouse-Taste). Setzen Sie da, wo Löcher entstehen sollen, runde Ellipsen oder eine andere Form. Markieren Sie jetzt jeden Buchstaben und die jeweilige Ellipse, und „subtrahieren“ Sie diese voneinander.

Modernes Farbmanagement



Jahrelang hatte ich mit dem Thema Farb-Management an Druckmaschinen zu tun, besonders im Digitaldruck. Oft genug wollte ich in meinen Magazinen über dieses Thema schreiben, aber es war mir bisher einfach zu theoretisch, zu trocken. Dazu kommt, dass sich in den letzten Jahren sicherlich einiges zu Farbverwaltung in den Unternehmen getan hat. Anfang der 2000er Jahre standen wir an unseren Druckmaschinen und plagten uns mit einheitlichen Standards bezüglich einer eindeutigen Farbgebung im Digitaldruck herum. Ich kann hier auch nur über meine Erfahrungen bei digitalen Druckmaschinen berichten, aber schon das ist eine Wissenschaft für sich. Das Drucken von Kundenaufträgen gestaltete sich dabei nicht immer einfach, denn die Kunden lieferten uns teilweise „unterirdische“ Daten an. Das alles kann man einfach nicht unter einen Hut bekommen. Und dann kam ein Vorgesetzter eines Tages auf die Idee, ein Farbprofil

zu entwickeln, dass eine gleichbleibende Farbgebung auf digitalen- und Offset-Druckmaschinen gewährleisten sollte. Hier kann ich eines schon vorwegnehmen – es war monatelang einfach nicht umsetzbar. Dazu sind die Drucktechniken einfach zu verschieden. Wir haben für dieses Unterfangen sogar an einem zweitägigen Color-Management-Kurs teilgenommen. Diese Kurse sind hilfreich, da man viel lernen kann und ohne das vermittelte Wissen in der Praxis keine Ergebnisse erzielen wird.

Wie aber soll ein Laie, jemand der mit dieser Thematik eigentlich nichts zu tun hat, damit umgehen? Mein Eindruck ist, dass viele Druckereien bis heute nicht in der Lage sind, ihren Kunden verständlich zu erläutern, welche Daten benötigt werden und was der Anwender beachten muss. Viele Mitarbeiter in der Druckvorstufe, die die Daten handhaben, kennen die

Drucktechniken der Maschinen nicht, können in dieser Hinsicht nicht beraten. Das äußert sich zum Beispiel in der Tatsache, dass Kunden für ihre Druckprodukte absolut eindeutige Farben benötigen, aber mehrmals zu einem Andruck gebeten werden müssen, weil die Ergebnisse nicht stimmen.

Bevor ich hier etwas mehr in die Theorie abschweife, darf ich auf einen Tatbestand hinweisen, den weder der Kunde noch der Mitarbeiter in der Druckvorstufe beeinflussen kann. Bei noch so ausgefeiltem Farb-Management ist die Sauberkeit der Druckmaschinen und der einzelnen Komponenten in den Maschinen das A und O. Wenn eine Belichtungseinheit (Digitaldruck – PIP – Photo Imaging Plate) nicht sauber ist, gelingt beim besten Willen kein ordentliches Druckergebnis. Hier wird also klar, dass ein ordentliches Ergebnis von vielen Faktoren abhängt.

Farbräume definieren

CMYK: Wenn man Publikationen mit Bildern in einer Druckerei drucken lassen möchte, sollten alle Fotos vorab in den Farbraum CMYK umgewandelt werden. Hier bedeutet CMY Cyan, Magenta und Yellow. K bedeutet „Keyfarbe“ und wird dazu verwendet, ein satteres Schwarz zu erzeugen. Es handelt sich um ein subtraktives Farbsystem.

Pantone: Pantone bezeichnet ein Matching-System, PMS genannt und kommt aus Amerika. Jeder Farbe wird ein Code zugeordnet, der eindeutig ist und ohne Farbmuster reproduziert werden kann. Dieses System erleichtert

die Farbfindung bei Druckprodukten und erweitert den CMYK – Farbraum.

Adobe RGB: Dieser Farbraum bildet mehr Farben ab als der sRGB Farbraum. Wenn nicht anders machbar, kann man Fotos mit diesem Farbraum zur Not für Drucksachen verwenden. Da Druckereien RGB-Farbräume eh über Profile in das Format CMYK umwandeln, erzielt man mit Adobe RGB noch die besten Ergebnisse. Hier bedeutet RGB, Rot, Grün und Blau. Es handelt sich um ein additives Farbsystem.

sRGB: Dieser Farbraum, auch Standard RGB genannt, eignet sich für Bilder, die im Internet und für Bildschirmpräsentationen eingesetzt werden. Der Farbumfang ist kleiner als bei Adobe RGB. Hier bedeutet RGB, Rot, Grün und Blau. Es handelt sich um ein additives Farbsystem. Erstmals veröffentlicht im Jahr 1996 von Microsoft und Hewlett Packard.

Additives Farbsystem: Hier wird Licht verschiedener Wellenlängen, also Farben, überlagert, addiert. Die Überlagerung ergibt eine neue Farbe. Aus den Primärfarben Rot, Grün und Blau können alle anderen Farben gemischt werden.

Subtraktives Farbsystem: Hier werden Teile des Lichts ausgeblendet oder absorbiert und so vom tatsächlich vorhandenen Licht subtrahiert. Das restliche Licht bildet bei Überlagerung eine Mischfarbe, die aus Primärfarben der subtraktiven Farbmischung Gelb, Magenta und Cyan gemischt wird.

Schriften selber machen

Bei der Fülle an Schriften, die man sich mittlerweile online auf den eigenen Rechner laden kann, mag es etwas aus der Zeit gefallen sein, eigene Fonts zu entwerfen. Aber es gibt sie, die Tools und Programme, mit denen man z.B. die eigene Handschrift gestalten kann. Vorwegnehmen möchte ich hier, dass ich keines der Programme, die ich in diesem Artikel erwähne, selbst ausprobiert habe. Dafür muss man Zeit investieren und die hat man oft nicht. In meinem Workflow kommt es eh sehr selten vor, dass ich eine Schrift, ein Wort oder einen Buchstaben „verfremden“ muss. Und wenn, dann nutze ich das Vektor-Studio, um vielleicht ein Logo mit einem einzigen Buchstaben zu gestalten.

FontCreator 15

Eines der Programme ist der „[FontCreator 15](#)“, der am 31. Dezember 2025 in der 15er-Version erschienen ist. Der Anbieter wirbt damit, dass der FontCreator der einzige Schriftditor ist, mit dem man eine vorhandene Schrift, egal wie komplex oder fortgeschritten, bearbeiten kann, ohne dass dabei OpenType-Layoutdaten verloren gehen. So bleibt jedes noch so feine Detail des ursprünglichen Designs erhalten und Sie behalten die volle Kontrolle bei höchster Qualität. Man kann sogar Bitmap-Buchstaben importieren und dann umwandeln. Das Programm gibt es für Windows und macOS, kostet aber in der Home-Edition USD 49,00, in der Standard-Edition USD 149,00 und in der Professional-Edition USD 199,00.

Calligraphr

Mit [Calligraphr](#) kann man die eigene Handschrift im TTF- oder OTF-Format entwerfen. Auf der Website ist es möglich, erst einmal kostenlos zu beginnen. Allerdings muss man sich vorher dort anmelden.

BirdFont

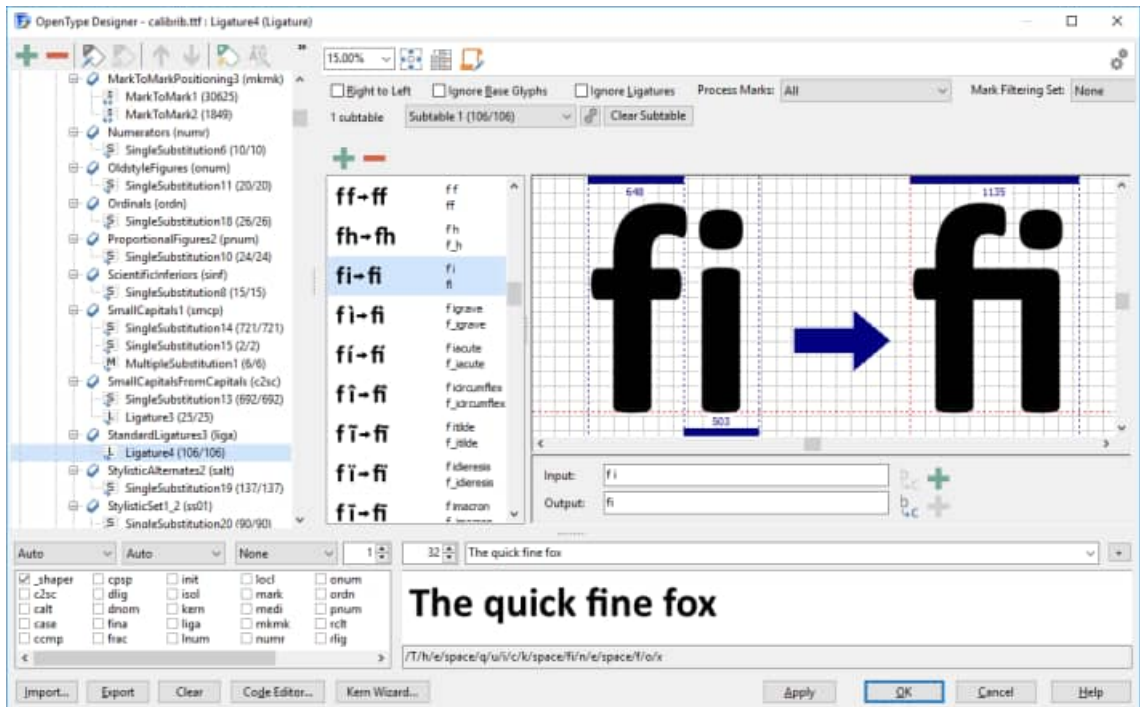
[BirdFont](#) ist ein weiteres Tool, das man sich auf dem eigenen Rechner installieren muss. Allerdings macht die Website nicht gerade einen neuen Eindruck. Das Tool gibt es für Windows und Mac OS X.

FontForge

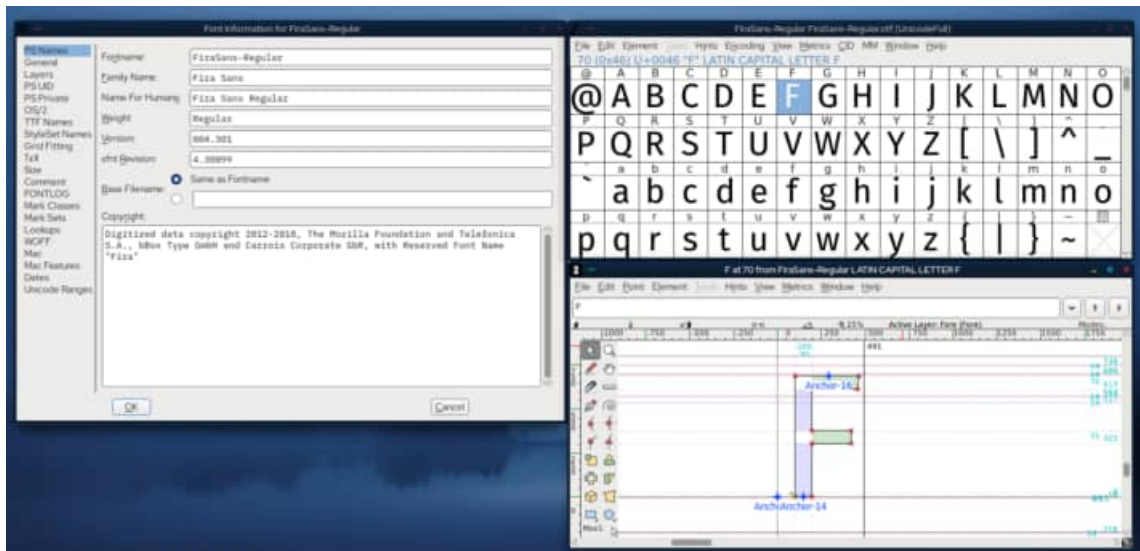
[FontForge](#) ist Open-Source und sehr umfangreich. Einsteiger dürften anhand der Fülle an Funktionen eher abgeschreckt werden. Es gibt aber sehr viele Tutorials, die den Einstieg erleichtern. In diesem Programm werden Buchstaben mit Hilfe von Kurven „gezogen“. Diese kann man in ihrer Form und Position verändern. FontForge importiert SVG- und EPS-Dateien und kann Schriften aus PDF-Dateien auslesen.

Glyphr Studio

[Glyphr Studio](#) ist eine reine Web-App. Mit ihr kann man online Schriften entwerfen. Die App kann mit allen Browsern verwendet werden, beste Ergebnisse erzielt man wohl mit Chrome. Exportiert wird in das OTF-Format.



FontCreator 15 - Das Bearbeiten von Schriften



FontForge - Das Bearbeiten von Schriften

Die Geschichte von Serif und Affinity

1990

Veröffentlichung der
Software PagePlus.

1996

Übernahme von Serif
durch die Firma Vizacom.

1987

Am 1. April 1987 wird die
Firma Serif in Nottingham,
England, gegründet.
Veröffentlichung der
Software PageStar.

1994

Veröffentlichung der
Software DrawPlus.

2014

Veröffentlichung der
Software Affinity Designer
für macOS.

2016

Veröffentlichung von
Affinity Photo 1.5 und
Designer 1.5 für Windows.

2009

Gründung von Serif Labs
zur Realisierung von
Software für macOS.
Entstehung der
Marke Affinity.

2015

Apple Design Award im
Juni 2015. Im Juli 2015,
Beginn der Arbeiten an
Affinity Photo.
Veröffentlichung der
Software Affinity Photo
für macOS.

2000

Veröffentlichung der
Software WebPlus.

2003

Veröffentlichung der
Software MoviePlus.

1999

Veröffentlichung der
Software PhotoPlus.

2001

Rückkauf der
Firma durch Serif.

2022

Veröffentlichung der
Affinity Suite V2.0 im
November 2022.

2025

Anfang Oktober 2025,
Einstellung aller Affinity
Suite V2-Versionen.
Am 30. Oktober 2025,
Veröffentlichung von
Affinity-Studio 3 mit den
Programmen Photo
(Pixel), dem Designer
(Vektor) und Publisher
(Layout) zu einem
Softwarepaket.

2019

Veröffentlichung der
Software Affinity
Publisher am 19. Juni 2019.

2024

Am 26. März 2024,
Übernahme von
Serif durch CANVA.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **3**

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **4**



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN 4

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Nach gefühlt 40 Tassen Kaffee kann ich Ihnen wieder ein neues M62-Magazin anbieten.

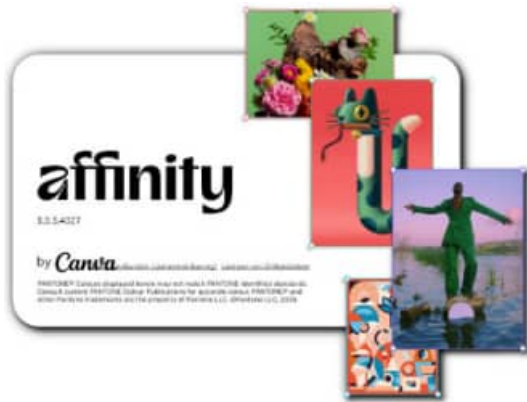
Der Serie „Stilvoll Gestalten“ folgend, kann ich hier das Heft Nr. 4 präsentieren. Ich gehe auf das neue 3.0.3-Update ein, das nur Fehler in der Software korrigiert und keine neuen Features beinhaltet. Im Vektor-Studio helfen zwei Werkzeuge bei der Gestaltung von Logos und Grafiktext, ich stelle die Werkzeuge „Ecke“ und „Konturbreite“ vor. Einer Frage in Facebook folgend stelle ich das „Abtrennen von Masterseiten“ vor. Dann verändern wir ein „Tastenkürzel“, um Text aus der Zwischenablage ohne Sonderzeichen einzufügen. Ist „Weiß“ eine Farbe? Ich stelle Ihnen das Gestalten mit Weiß vor. Dann stelle ich eine richtig gute Schriftensammlung vor, mit etwa 7.500 Schriftschnitte. Da fällt die Auswahl schwer.

Mit Hilfe von Letter-Portraits lassen sich sehr schöne Buchstaben gestalten. In einem Artikel erfahren Sie, wie man das im Pixel-Studio umsetzt. Dann fasse ich noch einmal zusammen, was man bei der Gestaltung einer Magazin-Vorlage beachten sollte. In einem weiteren Artikel greife ich die Unterschiede zwischen Adobe und Affinity auf und ich beschreibe kurz, was sich bei der Gestaltung meines Magazins mit dem neuen Affinity-Studio geändert hat und warum es sinnvoll ist, mit einer Arbeitsdatei zu arbeiten.

Ich wünsche Ihnen nun wieder viel Spaß
beim Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

Das Update zu Version 3.0.3.4027



Am 20. Januar 2026 kam dieses neue Update heraus, in dem es nur um Fehler-Korrekturen geht. Neue Innovationen sucht man vergeblich.

Für alle Benutzer

- Korrektur des Fehlers, dass die Aufforderung und der Pfad im Dialogfeld „PDF-Sicherheitskennwort“ fehlen
- Beim Sammeln oder Erstellen einer verknüpften Ressource wird der Status nicht mehr auf „Geändert“ gesetzt
- Korrektur für den Absturz beim Einfügen einer angehängten JPG-Datei
- Ausgewählte QuickExport-Formate werden für die zukünftige Verwendung gespeichert
- Korrektur für den Absturz beim Exportieren in EPUB (festes Layout) während der Schätzung der Dateigröße
- Korrektur für den Absturz bei Verwendung der Tastenkürzel für den Bleistift und den Mischmodus
- Die Optionen für den PDF-Export werden jetzt korrekt deaktiviert
- Das Panel „Seiten“ blättert jetzt zur aktiven Seite und zeigt die aktive Seite nach der Verwendung von „Suchen“ an
- Fehlende Dateien werden nun erkannt, wenn Speicher-/Netzlaufwerk nicht verfügbar ist, bis die Datei erneut geöffnet wird.

- Korrektur für die Tooltips der Werkzeuge „Entwickeln“, „Maske radieren“ und „Verläufe“, die über die Schaltfläche „Weitere Informationen“ nicht die Hilfe-Themen öffneten
- Bessere Stabilität beim Platzieren von RTF-Dateien
- Übersetzungskorrekturen

Für Mac-Benutzer

- Korrektur des Problems, dass das Studio „Farb-/Tonwerte“ feste Werte von 0 px anzeigt
- Korrektur für das Problem, dass im Studio „Entwickeln“ die Belichtungsanpassung nach dem Wechsel zwischen Dateien auf 0 zurückgesetzt wurde.
- Selbst definierte Tastenkürzel werden jetzt für bestimmte UI-Sprachen korrekt geladen
- Korrektur für das Problem, dass neue Pfadpinsel-Kategorien nicht im Panel „Pfadpinsel“ angezeigt wurden
- Das Schließen des Dialogfelds „Feedback senden“ im Hilfemenü über die Schaltfläche „Schließen“ führt nicht mehr dazu, dass die App einfriert.

Für Windows-Benutzer

- Korrektur für den Absturz bei der Einstellung von Absatz-Verzierungen
- Korrektur für den Absturz der Funktion „Sammeln“ von „Ressourcen verwalten“ bei Dateien mit eingebetteten Dokumenten
- Ankername akzeptiert jetzt auch Leerzeichen bei der Verwendung von „Anker einfügen“
- Korrektur für das Problem im Studio „Entwickeln“ dass Vorgaben und Panellayout beim Beenden von Affinity nicht beibehalten wurden
- Korrektur für das Problem, dass QuickExport standardmäßig keine Dateiformate anzeigt
- Korrektur für das Problem, dass das Dropdown-Menü „Schriften“ immer weiß ist, unabhängig von den aktuellen Einstellungen (Oberfläche>Immer weißen Hintergrund verwenden...)
- Korrektur für einige selbst definierte Schriften, die beim Starten der Anwendung zum Absturz führten

Informationen zu den Update-Versionen im Internet

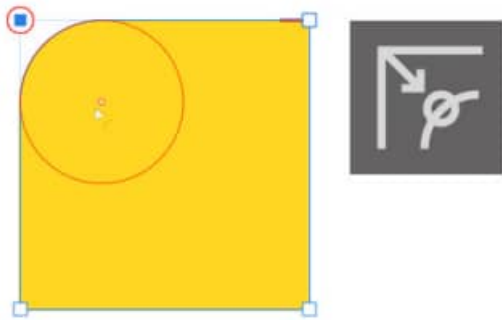


Vektor-Werkzeug Ecke

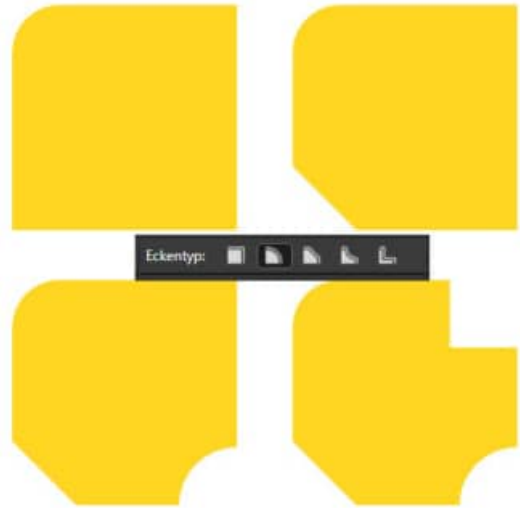
Mit Hilfe dieses Werkzeugs kann man Ecken von Objekten abrunden oder in eine andere Eckenform verwandeln. Sobald man die Form ausgewählt hat, werden mehrere Anfasser sichtbar. Bei gedrückter Mouse-Taste zieht man einen Anfasser nach Innen und die Ecke wird abgerundet. Oben im Kontextmenü werden einem verschiedene Eckentypen angezeigt.

Wählt man hier einen Typ aus, erscheint dieser Typ nicht automatisch, man muss die Ecke erst verwandeln, in dem man sie nach Innen zieht. Mit der SHIFT-Taste lassen sich mehrere Ecken auswählen und gleichzeitig verändern. Jederzeit ist es möglich, Eckenformen wieder zu verkleinern oder zu vergrößern, zudem in eine andere Form zu bringen.

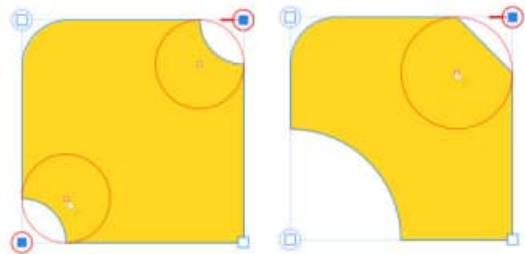
Man sollte sich dieses Werkzeug wirklich näher anschauen, denn damit lassen sich ganze Symbole und Logos gestalten, in dem man die Form mehrfach kopiert, dreht und passend anordnet. Das setzt aber voraus, dass man schon im Vorfeld weiß, wie sich ein Logo zusammensetzt.



Das Abrunden einer Seite mit dem Ecken-Werkzeug



Die verschiedenen Ecken-Möglichkeiten



Jederzeit können Ecken wieder geändert werden



Beispiel für ein Logo



Vektor-Werkzeug Konturbreite



Oben: der fertige Text. **Unten:** 2 markierte Buchstaben, bei denen die Kontur angepasst wurde

Mit dem Werkzeug „Konturbreite“ lässt sich im „Vektor-Studio“ die Breite einer Kontur von Formen und Grafiktext anpassen. Das funktioniert leider nur unzureichend im Layout-Studio. Zudem muss Grafiktext zuerst in Kurven umgewandelt werden. Mit diesem Werkzeug kann man auch neue Knotenpunkte setzen. Bei Text empfiehlt es sich, jeden ein-

zelnen Buchstaben zu bearbeiten. Bei dem Beispiel hier wurden die Buchstaben zusammengeschoben. Zudem lassen sich jederzeit die Farben der Füllung UND der Kontur verändern. Jeder Anwender benötigt andere Tools und hat auch eigene Gestaltungsvorgaben. So macht dieses Werkzeug für mich bei Formen (Beispiel: Stern) nur wenig Sinn.



Masterseiten abtrennen

Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient



1	2
3	4
5	6
7	8
9	10
11	12
13	14
15	16
17	18
19	20
21	22
23	24
25	26
27	28
29	30

Ich muss zugeben, dass ich mich mit dem „Abtrennen“ von Masterseiten nie beschäftigen musste. Wie schön wäre es, wenn man für ein Projekt alle relevanten Informationen auf einer Masterseite ablegt und diese später auf bestimmten Seiten verändern könnte. Dies können Seitenzahlen, Textrahmen oder Bilderrahmen sein. Zu Testzwecken habe ich auf der Masterseite A vier Objekte platziert, um herauszufinden, welches dieser Objekte sich später bearbeiten lässt. Einen Textrahmen mit Text gefüllt, einen rechteckigen Bilderrahmen, eine Form und eine eingefärbte Tabelle.

Textrahmen, Bilderrahmen und Tabelle

Diese drei Elemente kann man auch ohne das Abtrennen bearbeiten; einen neuen Text eingeben, ein anderes Bild in den Rahmen importieren oder Tabelleninhalte bearbeiten



und einfärben. Tabellen selbst können aber nicht farblich verändert werden.

Formen

Formen lassen sich überhaupt nicht verändern, man kann sie nicht einmal anwählen.

Das Abtrennen von Masterseiten

Hier unterscheidet man 2 Arten. Das „Abtrennen“ und das „Verknüpfen“. Markieren Sie auf einer normalen Inhaltsseite im Panel EBENEN den Eintrag der Masterebene. Oben im Kontext-Menü kann man sich jetzt entscheiden, ob man eine Masterseite „abtrennen“ (1) möchte, ob man sie „verknüpfen“ (2) oder „schützen“ (3) möchte. Beim „Abtrennen“ bleibt der Inhalt der Masterseite erhalten, beim „Verknüpfen“ wird der Inhalt der Seite auf die Masterseite übertragen.

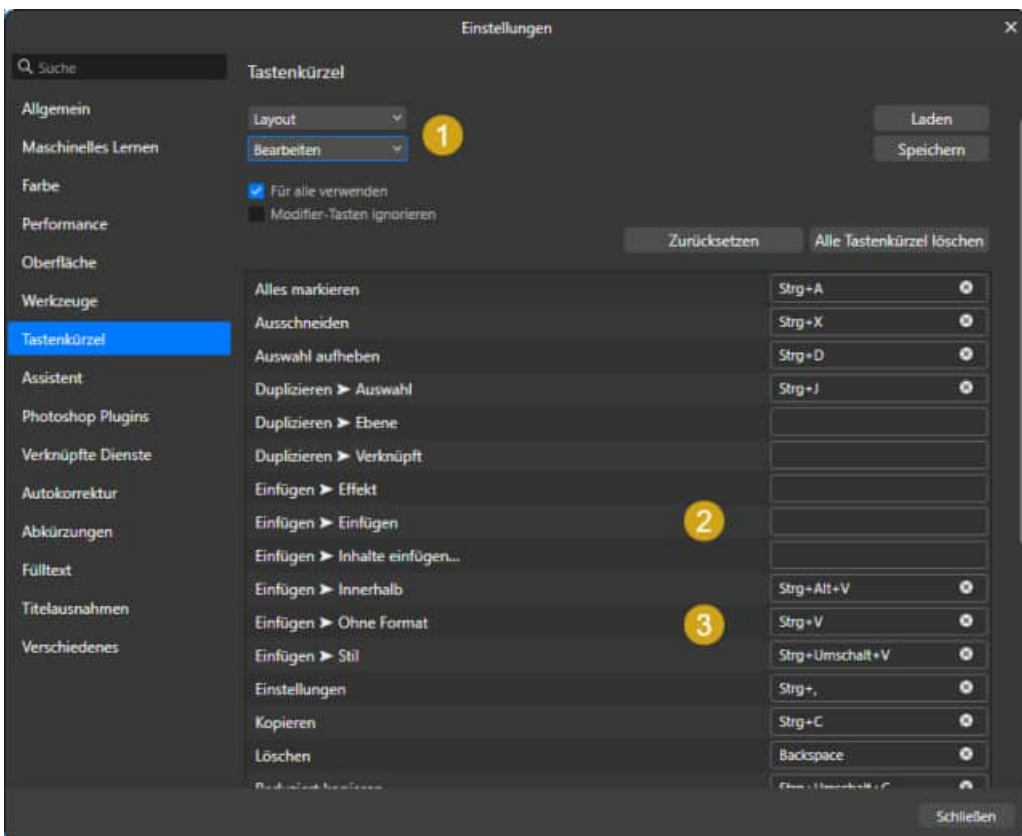
Wozu ist das alles gut?

Das Einzige, was ich mir vorstellen kann, ist, dass man z.B. die Seitenzahlen auf einer Doppelseite entfernt, weil man sie dort nicht brauchen kann. Das heißt aber nicht, dass sich die Seitenzahlen auf der Folgeseite ändern. Aber auch ohne das „Abtrennen“ kann man Seitenzahlen ändern oder löschen.

Text über die Zwischenablage einfügen

Wenn man weiß, dass Texte, die über die Zwischenablage (STRG+V) aus Word heraus in einen Textrahmen geladen werden, Sonderzeichen enthalten, kann man sich mit einem Trick behelfen, um dies zu verhindern. Zum einen besteht natürlich die Möglichkeit, alle Texte im Format *.RTF zu speichern, dann entfallen alle Sonderzeichen. Wer nur mit dem Word-Format *.DocX arbeiten möchte, kann sich die Tastenkombination STRG+V „umbelegen“. Gehen Sie in die APP-Einstellungen und hier zu den TASTENKÜRZELN. Wählen Sie oben

im Menü LAYOUT-BEARBEITEN (1). Suchen Sie den Eintrag EINFÜGEN-EINFÜGEN (2). Dort löschen Sie den Eintrag STRG+V. Gehen Sie nun zu dem Eintrag EINFÜGEN-OHNE FORMAT (3). Löschen Sie auch dort den vorhandenen Eintrag und ersetzen Sie ihn durch STRG+V. Von nun an wird Text aus der Zwischenablage OHNE FORMAT eingefügt, mit dem direkten und bekannten Befehl STRG+V. Sonderzeichen lassen sich in Affinity-Studio jederzeit über das Menü TEXT-SONDERZEICHEN EINBLENDEN sichtbar machen.



A woman with short brown hair, wearing a black wide-brimmed hat and a white long-sleeved shirt, is looking over her shoulder towards the camera. Her right hand is raised near her chin. The background is a plain, light gray.

**Think
White**

**White is
beautiful**

Die Farbe Weiß im Design-Workflow

Mögliche positive Wirkung

Weiß wirkt als psychologischer Neutralisator und schafft mentale Klarheit durch die Reduzierung visueller Ablenkungen. Die Farbe lässt Räume durch ihre Lichtreflexion größer und offener erscheinen – ein Effekt, den Sie z.B. gezielt im Interface-Design nutzen können. Studien belegen, dass Weiß die Konzentration fördert und die kognitive Verarbeitung erleichtert, weshalb es bevorzugt in Arbeitsumgebungen und Lern-Apps eingesetzt wird. Die Assoziation mit Reinheit und Neuanfang macht Weiß zum idealen Begleiter für Produktlaunches und Innovationen. Es vermittelt Vertrauen, Professionalität und Premium-Qualität – Eigenschaften, die besonders im E-Commerce und bei digitalen Services geschätzt werden.

Mögliche negative Wirkung

Zu viel Weiß kann jedoch steril und distanziert wirken. Besonders in rein digitalen Umgebungen führt übermäßiges Weiß zu visueller Ermüdung und kann bei längerer Bildschirmarbeit die Augen belasten. Die digitale Augenbelastung (Computer Vision Syndrome) wird durch hohe Luminanzkontraste zwischen Bildschirm und Umgebung verstärkt. In emotionalen Kontexten kann Weiß Kälte und Leere vermitteln. Studien zeigen, dass ausschließlich weiße Umgebungen die Kreativität hemmen und Gefühle von Isolation verstärken können. Der Halationseffekt – das scheinbare „Ausbluten“ weißer Elemente auf dunklen Hintergründen – beeinträchtigt bei Menschen

mit Astigmatismus die Lesbarkeit.

Welche Bedeutungen hat Weiß?

Weiß verkörpert universelle Konzepte wie Reinheit, Einfachheit und Klarheit. Im Designkontext steht es für Minimalismus und moderne Eleganz. Die Farbe symbolisiert den Anfang – die leere Leinwand voller Möglichkeiten. Diese Assoziation macht Weiß zur idealen Wahl für Startups und innovative Technologieunternehmen. Im professionellen Kontext signalisiert Weiß Neutralität und Objektivität. Wikipedia nutzt diese Eigenschaft bewusst, um die neutrale Wissensvermittlung zu unterstreichen. Die Farbe vermittelt Transparenz und Offenheit – Werte, die im digitalen Zeitalter zunehmend an Bedeutung gewinnen. Funktional betrachtet ist Weiß der ultimative Teamplayer: Es lässt andere Farben strahlen, schafft Hierarchien durch Weißraum und verbessert die Lesbarkeit. Diese dienende Funktion macht Weiß zum unverzichtbaren Gestaltungselement.

Weiß in Kultur und Symbolik?

Die kulturelle Bedeutung von Weiß variiert dramatisch zwischen Ost und West. In westlichen Kulturen dominiert seit Queen Victorias weißem Brautkleid (1840) die Assoziation mit Reinheit, Unschuld und Neuanfang. Weiße Flaggen signalisieren Frieden, weiße Kittel vermitteln medizinische Kompetenz. In östlichen Kulturen hingegen ist Weiß traditionell die Farbe der Trauer und des Todes. In China,

Japan und Korea wird Weiß bei Beerdigungen getragen. Diese Diskrepanz stellt globale Marken vor Herausforderungen: McDonald's passt beispielsweise seine Farbgebung regional an kulturelle Gegebenheiten an. Religiös betrachtet transzendiert Weiß kulturelle Grenzen: Im Christentum symbolisiert es Heiligkeit, im Islam Gleichheit (erkennbar an den weißen Pilgergewändern), im Buddhismus die höchste spirituelle Transformation. Diese universelle spirituelle Dimension verleiht Weiß eine besondere Kraft in der visuellen Kommunikation.

Wie setze ich Weiß im Design ein?

Der strategische Einsatz von Weißraum ist fundamental für erfolgreiches Design. Unterscheiden Sie zwischen Mikro-Weißraum (Abstände zwischen Buchstaben und Zeilen) und Makro-Weißraum (Abstände zwischen Hauptelementen). Beide Ebenen arbeiten zusammen, um visuelle Hierarchien zu etablieren und die Benutzerführung zu optimieren. Nutzen Sie die Isolationstechnik: Umgeben Sie wichtige Handlungsaufforderungen mit großzügigem Weißraum, um deren Konversionsrate zu steigern. Google demonstriert dies perfekt mit seiner minimalistischen Startseite, die den Fokus kompromisslos auf die Suchfunktion lenkt. Beachten Sie das Proximity-Prinzip: Gruppieren Sie verwandte Elemente näher zusammen und trennen Sie unzusammenhängende durch Weißraum. Dies reduziert die kognitive Belastung und verbessert die Informationsverarbeitung erheblich.

Für welche Branchen eignet sich Weiß?

Die Gesundheitsbranche nutzt Weiß seit jeher für Vertrauen und Sterilität. Moderne Health-care-Apps balancieren jedoch zunehmend klinisches Weiß mit wärmeren Akzentfarben, um die emotionale Distanz zu reduzieren. Telemedizin-Plattformen setzen auf helle, aber nicht sterile Interfaces. Im Technologiesektor signalisiert Weiß Innovation und Zukunftsorientierung. Apple definierte mit seinem radikalen Weißraum-Einsatz neue Standards für Premium-Tech-Brands. Startups nutzen weiße Interfaces, um Einfachheit und Benutzerfreundlichkeit zu kommunizieren – essenzielle Werte in der digitalen Transformation. Die Beauty- und Luxusindustrie verwendet Weiß zur Vermittlung von Reinheit und Premium-Qualität. „Clean Beauty“-Brands setzen bewusst auf weiße Verpackungen und Interfaces, um Natürlichkeit und Sicherheit zu signalisieren. Chanel demonstriert, wie Weiß zeitlose Eleganz verkörpert.

Welche Farben passen zu Weiß?

Monochrome Kombinationen mit Grautönen schaffen zeitlose Eleganz. Verwenden Sie Charcoal (#36454F) für Erdung oder Cool Gray (#CBCBCB) für subtile Akzente. Diese Kombinationen funktionieren branchenübergreifend und altern nicht. Für energiegeladene Kontraste kombinieren Sie Weiß mit satten Farben: Navy (#000080) für Seriosität, Emerald (#50C878) für Natürlichkeit oder Ultramarine (#120A8F) für königliche Eleganz. Diese High-Contrast-Paarungen lenken Aufmerksamkeit und fördern Interaktion.



11



Peter

Pan



und die

Elfen



Märchenstunde in der Kita Kunterbunt

Es liest die Leiterin Frau Müller - Freitag, 12. 03. 2026, 10:15 Uhr

Letter Portraits

Für dieses fiktive Poster einer Veranstaltung geht es darum, Figuren aus Buchstaben heraus-schauen zu lassen. Für diesen coolen Effekt wechseln wir in das Pixel-Studio von Affinity.

Schritt Nr. 1: Wir benötigen einen großen Buchstaben, den wir mit dem Werkzeug GRAFIKTEXT erstellen. Suchen Sie sich dazu eine halbwegs dicke Schriftart heraus. Dann benötigen wir eine transparente PNG-Datei in Form eines Tieres, eines Menschen oder einer Illustration. Je nach Bildmotiv kommen einige Buchstaben nicht in Frage. Bewährt haben sich das „O“, das „K“, das „X“ oder das „Z“.

Schritt Nr. 2: Legen Sie das Bild passend so über den Buchstaben, dass Teile des Fotos aus dem Buchstaben herausragen. Das Bild liegt dabei im Panel EBENEN über dem Buchstaben.

Schritt Nr. 3: Markieren Sie den Buchstaben und erstellen Sie eine Maske des Buchstabens mit STRG+SHIFT+O. Diesen Befehl findet man auch unter PIXEL-PIXELAUSWAHL-AUS EBENE.

Schritt Nr. 4: Markieren Sie jetzt im Panel EBENEN das Foto und erstellen Sie eine MASKIERUNGSEBENE. Das Symbol unten im Panel ist das Rechteck mit einem Loch in der Mitte. Der Vogel, wie hier in meinem Beispiel verwendet, verschwindet außerhalb des Buchstabens.



Schritt Nr. 5: Ziehen Sie die Maske auf die Ebene des Fotos und zwar auf den „Namen der Ebene“.

Schritt Nr. 6: Jetzt geht es darum, Teile des Fotos „zurück zu malen“. Wählen Sie dazu das Werkzeug MALPINSEL sowie einen Pinsel mit leichter „Absoftung“ und stellen Sie die Farben auf WEISS. Wichtig ist, dass KEIN AUSWAHL-RAHMEN vorhanden sein darf. Erst jetzt markieren Sie im Panel EBENEN den MASKEN-Eintrag, der sich ja unter dem Foto (Gruppe) befindet.

Schritt Nr. 7: Machen Sie mit „Weiß“ Bildteile sichtbar, mit „Schwarz“ Bildteile unsichtbar.



Schritt Nr. 2, das Bild über den Buchstaben setzen



Schritt Nr. 3, Maske des Buchstabens erstellen



Schritt Nr. 4, Maskierungsebene erstellen



Schritt Nr. 6, der Kopf wird zurückgemalt



Schritt Nr. 6, der Körper wird zurückgemalt



Schritt Nr. 6, die Flügel werden zurückgemalt

Bearbeitungsschritte bei dem Poster



3 Zustände: Buchstabe maskieren, Maske auf Illustration anwenden, Bildteile „zurückmalen“



3 Zustände: Buchstabe maskieren, Maske auf Illustration anwenden, Bildteile „zurückmalen“

Bei dem Poster wurden die selben Schritte angewendet, wie bei dem Vogel. Allerdings sind die Illustrationen für die Letter-Portraits nicht immer optimal geeignet. Während bei Peter Pan der Effekt kaum zu sehen ist, sieht man bei der Elfe besser, dass sie aus dem Buchstaben „heraustritt“. Der Effekt hängt auch immer davon ab, welchen Buchstaben man verwendet.



Aachener Stadtmagazin

AUSGABE
FEBRUAR
2024

NEWS

Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo.

Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo.

Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.

LESERBRIEFE

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi.

Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum.

ANZEIGEN

AUTOHAUS MÜLLER



Tel: 0123/171714 www.ah-Müller.de

Wir führen neue Modelle der
Marken Audi, Porsche und VW.

Magazinvorlagen mit Affinity erstellen

In meinen alten M62-Magazinen habe ich immer wieder Tipps und Anregungen gegeben, wie man sich eine Vorlage für ein Magazin erstellt. Das hat sich mit der aktuellen Affinity-Version nicht geändert. Die Schritte bleiben gleich, und auch die Vorabüberlegungen zu einer Vorlage bleiben gleich.

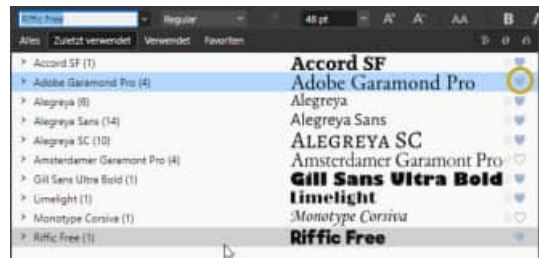
Vorlage in der 2.6.5-Version erstellen

Aber, wenn man sich die ganzen Fehlerbereinigungen der Affinity-Studio 3 Version anschaut, bisher sind drei Updates erschienen, plädiere ich dafür, sich eine Vorlage komplett in der Version 2.6.5 anzulegen und diese dann in der neuen Version zu verwenden. Die ist zwar auch nicht 100% fehlerfrei, aber wenn einmal etwas schiefgeht, ist man halbwegs auf der sicheren Seite.

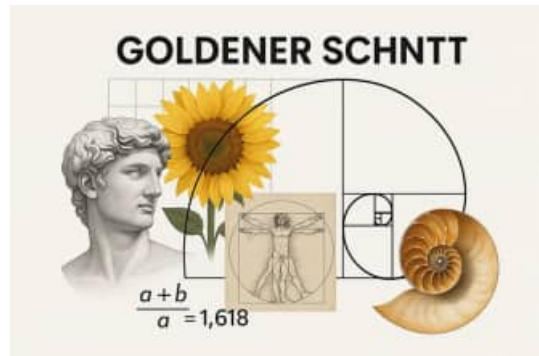
Logischer Aufbau mit Zeiteinsparung

Viel wichtiger ist aber, wie man sich beim Erstellen eines Magazins Zeit einspart und wie man es für die Leser gestaltet, und nicht für sich selbst. Da ein Magazin im Aufbau einer gewissen Logik folgt und die Folgeausgaben auch gleich aussehen sollen, empfiehlt sich eine bestimmte Vorgehensweise. Die Grundlage einer Vorlage legt man im Menü „Ansicht-Hilfslinien“ fest.

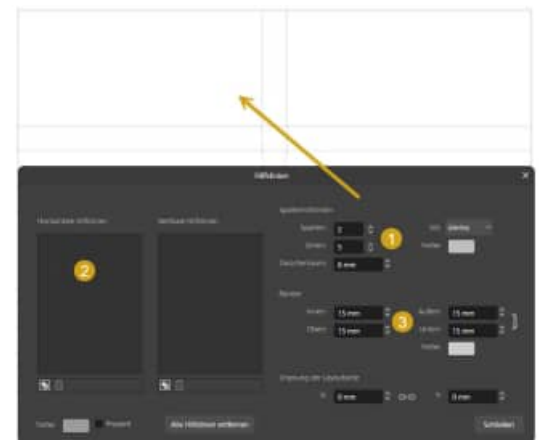
Hier können Spalten- und Zeilenmengen (1) sowie Hilfslinien (2) und Ränder (3) definiert werden. Möchte man bestimmte wiederkehrende Layout-Elemente nutzen, erstellt man sie vorab und legt sie im Panel ASSETS ab. Dabei gruppiert man alle Teile eines Elementes



Schriften werden als Favoriten markiert



Der „Goldene Schnitt“ für Bilder



Grundlagen einer Vorlage definieren

und vergibt ihm einen eindeutigen Namen. Dieses Element fügt man im Panel mit dem Befehl „Aus Auswahl hinzufügen“ ein.

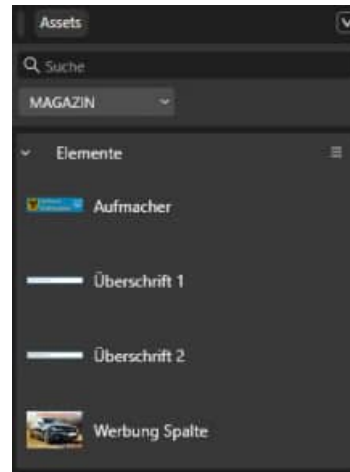
Formate, Seitenmengen, Abmessungen

Was sollte man in seine Überlegungen mit einbeziehen? Erst einmal ist das Format des Magazins wichtig. Dazu gehören nicht nur die Abmessungen, sondern auch die Seitenmenge und die generelle Aufteilung der Rubriken im Magazin selbst. Wo kommt was hin? Dann gilt es zu entscheiden, ob man nur den digitalen Weg geht, oder auch eine Print-Version anbieten möchte. Hier versteht es sich dann von selbst, das Magazin in hochauflösenden 300-dpi anzulegen um es später für die digitale Ausgabe herunterzurechnen.

Texte, Bilder und der Lesefluss

Bei der Auswahl von Schriften sucht man sich Fonts aus, die mehrere Schnitte (Light, Regular, Bold) besitzen und legt sie als „Favoriten“ ab. Bei der Größe von Fließtext sollte man auch Leser mit Handicap berücksichtigen. Zu enge Textspalten sind zu vermeiden und auch der Lesefluss ist für den Leser wichtig. Wenn Textpassagen in einem Spaltenlayout in nur drei Zeilen erscheinen um dann auf einer Folgeseite fortgesetzt zu werden, stört das den Lesefluss enorm.

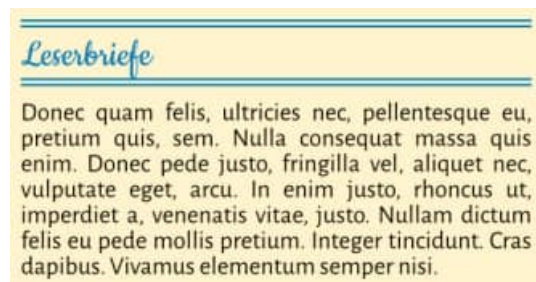
Bilder, die in Textspalten zur Auflockerung gesetzt werden, sollten genügend Abstand zum Text haben. Das gilt auch für Bildunterschriften, die nicht zu nah am Foto gesetzt werden dürfen. Dann sollte man nur wenige Schriften verwenden, 2-3 reichen völlig aus. Für die Überschriften, für den Fließtext und für die



Assets für wichtige Elemente im Magazin

Alegreya Sans Light
Alegreya Sans Regular
Alegreya Sans Medium
Alegreya Sans Bold
Alegreya Sans Extra Bold

Schriftschnitte der Schrift Alegreya



Alternative zum starren Layout

Bildunterschriften. Je nach Aufmachung eines Magazins kann man für Leserbriefe auch eine Schreibschrift nehmen. Möchte man verschiedenfarbige Überschriften für einzelne Artikel im Magazin verwenden, reicht ein Textstil völlig aus. Man kann dann nachher die Farben ändern. So vermeidet man unnötig viele Einträge im Panel TEXTSTILE.

Wenn man sich für drei Schriften entschieden hat, sollte darunter eine Serifenschrift, eine Sans-Serif-Schrift und vielleicht noch eine Display-Schrift sein, mit der man Überschriften hervorheben kann. Je nach Schriftschnitt gilt es die Laufweite der Schrift zu berücksichtigen.

Die Größe von Bildern sollte man vorab mit dem Pixel-Studio passend zuschneiden und abspeichern. Im Ressourcen-Manager sollte man zudem prüfen, ob alle Bilder „verknüpft“ sind. Das hilft, um die Rechenleistung des eigenen Computers nicht zu strapazieren. Ideal wäre es natürlich, wenn man z.B. die Größen von Anzeigen vorab mit dem Kunden ab sprechen kann.

Symbole für klare Aussagen

Möchte man Symbole verwenden, um Sachverhalte, Aussagen oder Überschriften für Rubriken grafisch aufzulockern, sollten diese nicht noch erklärt werden müssen! Welcher Leser schaut sich erst noch eine Legende an, in der Symbole erklärt werden?

Zaubern mit Assets

Erstellen Sie sich immer wiederkehrende Elemente und speichern sich diese im Panel ASSETS ab. Alle diese Elemente sollten so

angelegt werden, dass sie dem Stil des Magazins entsprechen. Die Farbe einer Überschrift kann man später ändern. Fotos sollten dem „**Goldenen Schnitt**“ folgen. Dies schafft Harmonie und Übersichtlichkeit. Wenn man ein 2-Spalten-Layout hat, richtet sich der „Goldene Schnitt“ eines Bildes nach der Spaltenbreite aus. Entweder in voller Breite über 2 Spalten, oder in der Breite einer Spalte.

Werbung

Es gibt ansprechende und moderne Magazin-Layouts, deren Anmutung dann durch Werbung mitten im Text zerstört wird. Werbung gehört ans Ende eines Magazins, auch wenn man das Magazin durch Werbung finanziert! Möchte man eine der Werbefirmen nach vorne bringen, wäre vielleicht ein Artikel über sie sinnvoll.

Lernen durch Fachbücher

Nun kann man von Gelegenheitsgestaltern nicht erwarten, dass Sie sich teure Bücher kaufen, in denen genau erklärt wird, wie es zu funktionieren hat. „Man muss die Regeln kennen, bevor man sie bricht“, ist ein beliebter Spruch unter den Gestaltern. Reine Bücher über das Gestalten von Vorlagen gibt es nicht!

Deshalb möchte ich hier nur zwei Bücher empfehlen, auf die ich schon einmal aufmerksam gemacht habe. Zum einen auf das Buch „**Grafik und Gestaltung**“ von Markus Wäger und auf das Buch „**Typografie**“ von Karsten Geisler. Hier steht es dem Leser frei, ob er sich eine digitale oder Print-Version kauft.

Adobe gegen Affinity

Eigentlich erübrigt sich ein Vergleich dieser beiden „Grafiksysteme“, denn wir alle lieben Affinity-Studio 3. Auch wenn es noch einige „Macken“ hat. Es ist aber interessant, wie beide Anbieter, Adobe und CANVA in der Designwelt gesehen werden. Wer sich in letzter Zeit in dieser Welt umgesehen hat, ist wahrscheinlich überall auf die Debatte zwischen Adobe und Affinity gestoßen – und das aus gutem Grund. Seit Canvas Übernahme und dem Rebranding von Affinity zu Affinity Studio ist der Wettbewerb zwischen den beiden Designgiganten spannender denn je. Beide Plattformen bieten leistungsstarke Kreativwerkzeuge, richten sich aber an ganz unterschiedliche Designertypen. Die entscheidende Frage ist also: Welche Plattform passt besser zum Workflow der Anwender?

Was ist Adobe Creative Cloud?

Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects, Premiere Pro... wenn Sie jemals eine Design-datei bearbeitet haben, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass eine der Anwendungen von Adobe damit zu tun hatte.

Adobe Creative Cloud bietet Ihnen Zugriff auf über 20 Apps für alles – von Fotobearbeitung und Videoproduktion bis hin zu UX-Design und Motion Graphics. Es ist der Branchenstandard – das Toolkit, das Agenturen, Studios und Druckereien von Ihnen erwarten.

Doch es gibt einen Haken: Der Preis ist hoch. Adobe Creative Cloud kostet rund 70 US-Dollar

pro Monat, und das Abonnement läuft unbefristet. Sobald die Zahlung eingestellt wird, ist der Zugriff weg.

Das heißt aber nicht, dass alles schlecht ist. Adobe ist nach wie vor führend in folgenden Bereichen: App-übergreifende Arbeitsabläufe (wie das Verknüpfen einer PSD-Datei in InDesign). Dateikompatibilität in verschiedenen Kreativbranchen. Fortschrittliche KI-Tools wie Generative Fill und Adobe Firefly.

Wenn Ihr Workflow die Zusammenarbeit, die Übergabe an Kunden oder die Arbeit mit großen Teams umfasst, ist Adobe nach wie vor schwer zu übertreffen.

Was ist Affinity Studio von Canva?

Affinity Studio von Canva ist die Weiterentwicklung der Affinity-Apps, die mittlerweile bekannt sind: Affinity Designer für Vektorgrafiken), Affinity Photo für Bildbearbeitung) und Affinity Publisher für Layoutgestaltung) . Canva hat diese in einer einzigen App namens Affinity Studio zusammengeführt und bietet Ihnen so nahtlosen Zugriff auf alle drei Umgebungen an einem Ort.

Und hier kommt der entscheidende Punkt: Es ist völlig kostenlos. Sie benötigen nur dann ein Canva Pro- Abonnement, wenn Sie die KI-gestützten Funktionen freischalten möchten. Ansonsten steht Ihnen die gesamte Affinity-Suite kostenlos zur Verfügung. Affinity Studio ist leichtgewichtig, schnell und für macOS,

Windows und (demnächst) auch für iPad verfügbar. Damit ist es eine flexible Option für Designer, die sich nicht an das Abonnement-Ökosystem von Adobe binden wollen.

Adobe vs. Affinity: Ein direkter Vergleich

Lassen Sie uns genauer betrachten, wie sich Adobe und Affinity Studio von Canva tatsächlich vergleichen lassen, nicht nur hinsichtlich der Funktionen, sondern auch im Hinblick darauf, wie sie sich im täglichen Gebrauch anfühlen.

1. Preisgestaltung

Adobe: Ab 70 US-Dollar pro Monat für die komplette Suite. *Affinity Studio:* Komplette kostenlos, Canva Pro wird nur für die KI-Tools benötigt.

Für freiberufliche Designer ist das ein enormer Unterschied. Über ein Jahr hinweg könnten Sie durch einen Wechsel fast 840 Dollar sparen.

2. Funktionen und Werkzeuge

Die Adobe Creative Cloud bietet ein riesiges Ökosystem mit Photoshop, Illustrator, After Effects, Premiere Pro, XD und mehr. Es ist ideal für komplexe Projekte oder interdisziplinäre Kreative (z. B. Branding + Video + Bewegtbild). Affinity Studio deckt alle wichtigen Funktionen perfekt ab. Design, Fotobearbeitung und Layout – alles in einem Programm. Es ist fokussiert, effizient und übersichtlich.

Wenn Sie hauptsächlich an Markenidentitäten, Social-Media-Inhalten, Printdesign oder Web-Mockups arbeiten, bietet Ihnen Affinity Studio alles, was Sie brauchen, ohne unnötigen Bal-

last, ohne Abonnement, ohne Stress.

3. Leistung und Geschwindigkeit

Die Anwendungen von Adobe sind im Laufe der Jahre immer ressourcenintensiver geworden. Sie sind zwar leistungsstark, können aber selbst auf neueren Rechnern träge laufen. Affinity Studio hingegen ist beeindruckend ressourcenschonend. Es öffnet sich sofort, verarbeitet große Dateien flüssig und stürzt selten ab. Sie können sogar zwischen den Ansichten „Designer“, „Foto“ und „Publisher“ wechseln, ohne Ihr Projekt schließen zu müssen. Es fühlt sich schnell, modern und intuitiv an, wie Adobe, nur ohne das zusätzliche Gewicht.

4. Zusammenarbeit & Cloud-Speicher

Adobe hat hier einen deutlichen Vorsprung. Mit den Creative Cloud Libraries lassen sich Assets einfach teilen, Schriftarten synchronisieren und in Echtzeit mit Teammitgliedern zusammenarbeiten. Affinity Studio bietet zwar noch keine vollständige Kollaborationsfunktion, aber die Integration von Canva deutet an, wohin die Reise geht. Zukünftige Updates werden voraussichtlich engere Verbindungen zwischen den webbasierten Tools von Canva und der Desktop-App von Affinity ermöglichen. Für den Moment ist das Fehlen eines integrierten Cloud-Speichers kein Ausschlusskriterium, wenn man als Einzeldesigner arbeitet oder nur die finalen Dateien teilt.

5. Kompatibilität

Adobe besitzt die Standarddateiformate .AI, .PSD, .INDD usw. Jeder Drucker, jede Agentur und jeder Kunde erwartet diese Formate. Affinity unterstützt den Import und Export von

PSD-, AI- und PDF-Dateien, die Kompatibilität ist jedoch nicht immer perfekt (insbesondere bei komplexen Ebenen oder Effekten). Wenn Sie also regelmäßig mit Adobe-Nutzern zusammenarbeiten, könnte es zu Reibereien kommen. Wenn Sie Ihre Projekte aber von Anfang bis Ende selbst betreuen, wird alles problemlos verlaufen.

Adobe vs. Affinity: Vor- und Nachteile

Fassen wir zusammen, worauf es hier wirklich ankommt.

Adobe Vorteile

- Branchenübliche Werkzeuge, denen weltweit vertraut wird
- Riesiges Plugin-Ökosystem
- Nahtlose, anwendungsübergreifende Arbeitsabläufe
- Cloud-Speicher und einfache Zusammenarbeit

Adobe Nachteile

- Teures Abonnementmodell
- Erfordert leistungsstarke Hardware
- Langsamere, aufgeblähte Apps für einfache Aufgaben

Affinity Vorteile

- Nach der Übernahme von Canva völlig kostenlos.
- Leichtgewichtig, schnell und offline-freundlich
- Perfekt für Solo-Designer und Freiberufler
- Vereint drei Tools in einer App

Affinity Nachteile

- Noch keine Echtzeit-Zusammenarbeit
- Geringfügige Kompatibilitätsprobleme mit Adobe-Dateien
- Es fehlen fortgeschrittene Automatisierungsfunktionen und Plugins

Adobe oder Affinity?

Was soll man wählen? Es gibt keine eindeutig richtige Antwort, es kommt darauf an, wie man arbeitet.

Wählen Sie Adobe, wenn:

Sie arbeiten mit Agenturen, Druckereien oder Teams zusammen, die auf branchenübliche Dateiformate angewiesen sind. Sie benötigen fortschrittliche Video-, Animations- oder Webtools. Oder Sie nutzen Creative Cloud Libraries täglich.

Wählen Sie Affinity Studio, wenn:

Sie sind Freelancer, Indie-Designer, ein kleines Studio oder Privatanwender und bevorzugen Einfachheit und Geschwindigkeit gegenüber überladenen Systemen. Sie wünschen sich ein kostenloses, professionelles Tool, das Sie nicht an monatliche Zahlungen bindet.

Und dann gibt es noch den Hybridansatz, der vielleicht das Beste aus beiden Welten vereint. Verwenden Sie Affinity Studio für Ihre persönlichen Projekte oder kleinere Kunden. Adobe eignet sich für die Zusammenarbeit, Projektübergaben oder fortgeschrittene Bearbeitungsprozesse.

M62: Making Off mit AS3



Während der Arbeit zu meinen M62-Heften mit dem neuen Affinity-Studio ergeben sich immer wieder Möglichkeiten, den Workflow zu verbessern. So habe ich mir einen Layout-Klon mit dem Namen „M62“ angelegt, also ein Studio nur für das Magazin geschaffen. Bei meinen Heften habe ich mir angewöhnt, für Grafiken, die einen Vorgang beschreiben, eine eigene „Arbeitsdatei“ anzulegen. Diese Datei hat die selben Abmessungen, wie das eigentliche Heft; auch die DPI-Größe ist gleich. So kann ich z.B. Screenshots machen, die ein wenig größer sind, als dann tatsächlich im Heft verwendet. So bleiben die Grafiken „scharf“. Bei den Screenshots verwende ich eine Zoom-Stufe von 150%. Die Screenshots werden mit der Software „SnagIt“ erstellt, wenn nötig, mit Nummern oder Rahmen versehen, damit man im Text den Angaben und Schritten folgen kann. Grundsätzlich nutze ich für den Export das PNG-Format. Nun könnte man meinen, dass man

Grafiken einfach nur aus Affinity-Studio heraus exportiert um sie dann im Heft zu platzieren. Dies hilft nicht, denn damit fehlen beim Export wichtige Grafik-Details, die nur mit einem Screenshot-Programm erfasst werden können. Hier wird der Bildschirm nämlich „eingefroren“ und somit bleiben Anfasser oder Knotenpunkte sichtbar. Im Heft selbst muss man gerade bei Heft-Serien darauf achten, dass alle Angaben, auch auf den Masterseiten, stimmen. Natürlich hat man bei diesen Serien den Vorteil, dass man das Heft-Cover nicht ständig austauschen muss. Man muss natürlich auch dafür sorgen, dass die Leser nicht versehentlich das falsche „Cover-Angebot“ wählen, wie leider in der Vergangenheit des Öfteren passiert. Der Workflow wird abgerundet, indem ich mir für das Heft eine Vorlage erstellt habe, die ich jederzeit aus einem Verzeichnis heraus aufrufen kann.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **4**

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **5**



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN 5

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter

Steinackerstraße 12

53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leser- und Leserinnen!

Ich bin immer wieder erstaunt, wie viele Themen es doch um das Affinity-Studio gibt, die man in einem Magazin präsentieren kann. Man muss sie halt nur finden, besser gesagt „ausgraben“. Da kann es schon mal vorkommen, dass man stundenlang an einem Beitrag sitzt, um ihn visuell „aufzupeppen“. So geht es mir immer, wenn ich Kollagen „baue“, um dann zu erklären, wie man das macht. Denn gerade hier vergehen Stunden, bis man ein halbwegs ordentliches Ergebnis erzielt. Erstaunt bin ich auch über die Menge der bisher erschienen M62-Hefte und es scheinen immer mehr zu werden. Mit diesem Heft sind es insgesamt 46 Ausgaben! Ungezählt sind die vielen Abbildungen, die ich für die einzelnen Artikel gestaltet habe.

In dieser Ausgabe finden Sie zwei Kollagen, eine zum Thema „Dinosaurier“ und eine zum Thema „Maya“. Wenn Sie sich dieser Art von Thema widmen, fallen Ihnen sicherlich weitere Themen ein. Ich stelle den Beruf des „Content Creators“ einmal in einem ausführlichen Artikel vor, denn irgendwie sind wir alle „kreative Entwickler von Inhalten“. Einer Frage in Facebook folgend, erkläre ich, wie man aus einer Gruppe von Objekten heraus einige wenige gemeinsam „drehen“ kann. Dann stelle ich Ihnen ausführlich das Panel „Zeichen“ vor, erkläre dazu auch einige Grundbegriffe für einzelne Buchstaben und zeige auf, was man mit einer Zahl, einem Muster und einem Ebenenmodi alles machen kann. Lernen Sie einige Gestaltungsstile kennen und erfahren Sie, was man bei Kinderbüchern alles beachten muss. Abgerundet wird der Heftinhalt mit einem kritischen Blick auf zwei Affinity-Foren und „Ritson“, den KI-Assistenten von Affinity.

Ich wünsche wieder recht viel Freude beim Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

Ein paar kritische Worte

Weihnachten fing alles an. Da habe ich mir einmal vermehrt die Affinity-Beiträge im DISCORD- und CREO-FORA Forum angesehen. Wie schon im alten Affinity-Forum gibt es dort viele Anwender, die sich ihre Probleme lieber von anderen Usern lösen lassen. Immer wieder dieselben Leute, immer wieder dieselben Fragen. Man ist sogar zu faul, einmal nach einem Problem zu suchen.

Vieles steht dort schon geschrieben. Leider stelle ich das auch für die verschiedenen Affinity-Gruppen bei FACEBOOK fest. Eine Frage, gleichzeitig gepostet in 3-4 verschiedenen Gruppen. Ich wiederhole mich; wer sich seine Probleme von anderen Anwendern lösen lässt, wird mit dem Programm nie zurechtkommen.

Da gibt es Leute, die beschäftigen sich nur mit dem „Hacken der Software“, um z.B. bunte Symbole in Affinity-Studio zu implementieren. Wer sich als Anwender darauf einlässt, gibt das Zepter des Handels „Hackern“, dubiosen Leuten, in die Hand. Im CREO-FORA Forum, wer hat sich diesen Namen bloß ausgedacht, wird darüber sinniert, warum sich im Forum selbst so wenig Anwender tummeln.

Oder die Frage, warum man gegenüber der alten Version die Oberfläche nicht mehr auf Weiß umstellen kann. Man hat es halt „herausgenommen“; keine Ahnung, warum. Vielleicht möchte man es in einer zukünftigen Version als „Neuheit“ verkaufen, who knows? Aber ehrlich, die Frage braucht man sich doch gar nicht erst

zu stellen. Wenn man das gerne wieder haben möchte, kann man es dem Support über das Menü HILFE melden. Je mehr Anwender sich hier melden, umso größer die Wahrscheinlichkeit, dass man die User „erhört“.

Augmentor

Keine Ahnung, wie man auf so einen Namen kommt. Unter diesem Namen hat jemand ein kleines Tool entwickelt, mit dessen Hilfe man in allen Affinity-Versionen mehrere geöffnete Fenster neu anordnen kann. Zum einen kann man das auch ohne dieses Tool, zum anderen werden von Anwendern massive Probleme mit Antiviren-Programmen gemeldet. Auch hier gilt; Finger weg von solchen „Dummheiten“. Dadurch erzielt man nicht einen einzigen Mehrwert.

Es soll eine neue Affinity-Version 3.1 geben

Dieses Gerücht setzte jemand im CREO-FORA Forum in die Welt. Auf Rückfrage konnte er die Quelle nicht mehr nennen. Das sind Wichtiger, die sich profilieren möchten oder schlichtweg eine Behauptung in die Welt setzen, um Unruhe zu stiften. Vielleicht war es aber nur ein BOT um Inhalt zu produzieren. Dies ist nicht seriös und schadet der Lesergemeinschaft.

KI mit offenen Fragen



Über das Menü „Fenster-Hilfe-Fragen“ kann man in Affinity-Studio ein Panel mit der KI „Ritson“ aufrufen, um ihr Fragen zum Programm zu stellen. Ich wollte wissen, ob die KI mir eine Antwort darauf geben kann, wie man die Programm-Oberfläche auf Weiß umstellt. Als Antwort bekomme ich die Anweisung „in den Einstellungen unter UI-Stil die gewünschte Option einzustellen“. Ich schreibe „Ritson“, das dies „falsch sei“. Darauf werde ich gebeten, „meine Anfrage genauer zu erklären“ und was ich mit „Oberfläche weiß“ meine. Ich antworte „Benutzeroberfläche“. Wieder bekomme ich dieselbe Antwort, die sich aber auf die alte V2-Version bezieht. Ich gebe ein „Benutzeroberfläche auf weiß umstellen“. Die Antwort bleibt dieselbe. So komme ich nicht weiter.

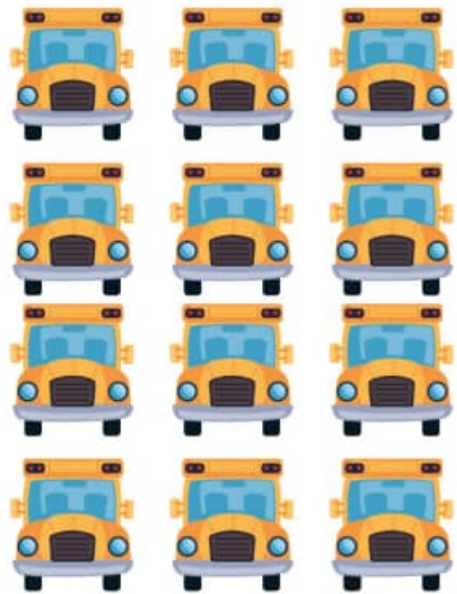
Diese KI-Funktion ist sicherlich hilfreich, wenn man die richtigen Fragen stellt. Aber die muss man erst einmal formulieren. Auf die Frage „Wo bekomme ich Hilfe“ antwortet Ritson, dass ich das „Ask-Panel“ auf der Benutzeroberfläche ganz rechts anklicken soll. Gemeint ist das „Fragezeichen“. Hier muss man sicherlich nicht kleinlich sein, aber die Antwort „Ask-Panel“ wurde wohl nicht übersetzt. Auch die Frage „Wo finde ich das Panel Farbfelder“ wird ungenau beantwortet. Ritson schlägt vor, es im Menü „Fenster“ zu suchen. Vom Untermenü „Allgemein“ ist nicht die Rede. Der KI kann man sicherlich keinen Vorwurf machen, denn dahinter stecken die Macher von Affinity-Studio. Bei einigen Antworten sei aber die Frage erlaubt, warum man mit diesen die Anwender eher verunsichert, denn nicht jeder kann mit dem Programm so versiert umgehen wie z.B. Anfänger oder Umsteiger.

Objekte in einer Gruppe drehen

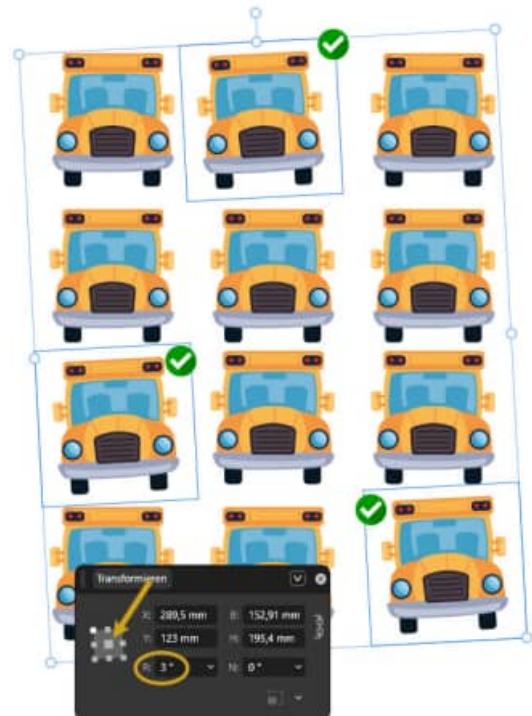
In einer Facebook-Gruppe kam die Frage auf, wie man einige ausgewählte Objekte aus einer größeren Menge an Objekten drehen kann. Ziel sollte sein, dass man die starre Optik etwas „aufweicht“. Hat man die Objekte vervielfältigt und angeordnet, markiert man die gewünschten Objekte, bei gedrückter linken Mouse-Taste, mit der SHIFT-Taste. Im Panel TRANSFORMIEREN setzt man den „Dreh-Mittelpunkt“ und wählt im Feld „R“ einen kleinen Wert von vielleicht „2“ oder „3“. Möchte man weitere Objekte in die andere Richtung drehen, verwendet man „Minuswerte“, als „-2“ oder „-3“. Möchte man mehrere normale Objekte, wie Rechtecke oder Dreiecke drehen, kann man sich über das „Zahnrad“ in der Kontextleiste den „Transformationsmittelpunkt“ anzeigen lassen.



Transformationsursprung anzeigen lassen



Originale Anordnung ohne Drehung der Objekte



Zu drehende Objekte mit der SHIFT-Taste markieren

Berufsbild Content Creator

In der Medienbranche verändern sich die Anforderungen für die unterschiedlichsten Berufe. Früher kannte man das Berufsbild des „Content Creators“ nicht. Erst mit den sozialen Medien kam dieses neue Berufsbild auf den Plan. Früher haben das Mediengestalter gemacht, die sich intensiv mit dem Marketing auseinandergesetzt haben. Jeder kann mehr oder weniger „Content – Inhalte“ produzieren. Allerdings muss man dies zielgruppengerecht machen und dafür die richtigen Tools kennen.

In unserer digitalen Welt haben „Content Creator“ großen Einfluss darüber, wie Marken, Personen und Unternehmen wahrgenommen werden. Es geht darum, eine Zielgruppe richtig anzusprechen und sie mit passendem Inhalt zu binden. Ideen müssen erarbeitet, richtig aufbereitet und auch auf den richtigen Plattformen veröffentlicht werden. Dabei müssen stets Trends richtig erkannt und weiterentwickelt werden. Zum Aufgabengebiet gehören die Entwicklung von Strategien, die Erstellung und Bearbeitung von Inhalten (Blogartikel, Posts in sozialen Medien, Videos und Infografiken), das Schreiben von Skripten, die Analyse und Optimierung (Reichweiten prüfen), Trends erkennen und aufnehmen sowie die Interaktion mit der Zielgruppe.

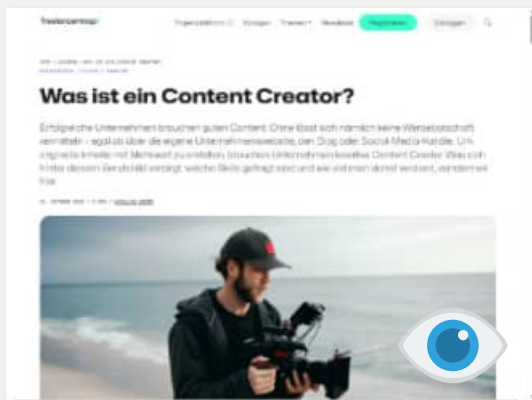
Mitbringen muss man Kreativität, technische Kenntnisse, die Fähigkeit zu kommunizieren, organisatorisches Talent, analytische Fähigkeiten und eine gewisse Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Dies erreicht man auf verschiedenen Wegen, meist durch eine

Ausbildung in einem Studium, einer Berufsausbildung zum Mediengestalter, einer Weiterbildung mit Zertifikat und dem Selbststudium mit ausreichender Praxiserfahrung. Entweder ist man danach in einem Unternehmen fest angestellt, oder man arbeitet als Freiberufler.

Das Berufsbild hat Zukunft, denn KI bekommt einen immer größeren Stellenwert, Videoinhalte erfahren eine gewisse Dominanz am Markt, personalisierte Inhalte sind ein Mehrwert für die Auftraggeber und es wird vermehrt nach ethischen und nachhaltigen Inhalten gesucht. Wer sich näher über das Berufsbild des „Content Creators“ informieren möchte, findet auf der Website der Mobile-University einen Überblick der Anforderungen und Möglichkeiten.

Wichtige Aspekte des Berufs:

- **Tätigkeitsfelder:** Texte, Videos, Fotos, Grafiken, Audios/Podcasts.
- **Plattformen:** Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Blogs, Websites.
- **Hauptaufgaben:** Ideenfindung, Recherche, Storytelling, Produktion, Community-Management (Interaktion), Analyse der Reichweite und Engagement-Raten.
- **Skills:** Kreativität, technisches Know-how (Kamera, Schnittsoftware, Grafik), SEO-Kenntnisse, strategisches Denken und Organisationstalent.
- **Karriere & Gehalt:** Der Einstieg ist als Freelancer oder Festangestellte/r möglich. Das Einstiegsgehalt liegt oft bei ca. 32.000 € brutto jährlich, mit Erfahrung sind über 43.000 € möglich.
- **Einnahmequellen:** Kooperationen (Influencer Marketing), Affiliate-Marketing, eigene Produkte, Werbeeinnahmen.



ERDZEITALTER

Quartär	2,60 – 0,00 Mill. Jahre vor heute
Neogen	23,80 – 2,60 Mill. Jahre vor heute
Paleogen	65,00 – 23,80 Mill. Jahre vor heute
Kreide	142,00 – 65,00 Mill. Jahre vor heute
Jura	201,50 – 142,00 Mill. Jahre vor heute
Trias	252,50 – 201,50 Mill. Jahre vor heute



PTERANODON



ALLOSAURUS

DIE DINOSAURIER

Die Dinosaurier sind eine Gruppe der Landwirbeltiere, die im Erdmittelalter von der „Oberen Trias“ vor rund 235 Millionen Jahren bis zur Kreide-Paläogen-Grenze vor etwa 66 Millionen Jahren die festländischen Ökosysteme dominierten. In der klassischen Systematik werden die Dinosaurier als ausgestorbener Zweig der Reptilien betrachtet, obwohl sie sich in der Morphologie von den heute lebenden Reptilien deutlich unterscheiden und mit den meisten Reptilien, insbesondere Echsen und Schlangen, nicht besonders eng verwandt sind.

BEKANNTE DINOSAURIER



TRICERATOPS



TYRANNOSAURUS REX



SAUROPODEN

DINOSAURIER UND MENSCHEN

Keine anderen fossilen Tiergruppen haben eine so hohe kulturelle Bedeutung wie die ausgestorbenen Gruppen der Dinosaurier. Seit sie im 19. Jahrhundert erstmals ins Licht der Öffentlichkeit rückten, erfreuen sie sich weltweit großen Interesses und so großer Beliebtheit, dass teilweise von einer bis heute anhaltenden „Dinomanie“ gesprochen wird. Fast so bekannt wie die Dinosaurier selbst ist die Tatsache, dass der Großteil von ihnen innerhalb kürzester Zeit ausgestorben ist. Daher wird der Name Dinosaurier oft als Metapher für Denk- und Handlungsweisen, die als rückwärtsgewandt und nicht mehr zeitgemäß empfunden werden.

Eine Dino-Kollage

Wer sich in Affinity-Studio 3 mit dieser Art von Arbeit anfreunden kann, wird beim „Gestalten“ seine helle Freude haben. Wenn man dann noch die passenden Bilder findet, die auch noch zueinander passen, kann man damit eine ansprechende Kollage gestalten, und zwar mit dem Layout-Studio und nicht mit dem sonst üblichen Pixel-Studio. Für die hier verwendete Arbeit habe ich mit „Ausprobieren“ und „Anpassen“ etwa fünf Stunden investiert.

Die Zeit hängt natürlich auch davon ab, wie „fit“ man mit dem Programm umgehen kann und inwieweit man weiß, wo die benötigten Werkzeuge und Funktionen sind. Erfreulich war auch, dass Affinity-Studio, das gemacht hat, was ich wollte und nicht einmal abgestürzt ist.

Das Grundbild: Bei dem Foto, das als Hintergrund dient, wurden im Pixel-Studio mit dem Stempelwerkzeug einige Bereiche unten links und oben links „weg-retuschiert“, damit sie „unter dem Kopf des großen Dinos“ und dem Vogel oben nicht stören.

Die vier Tier-Fotos: Alle Bilder liegen im PNG-Format vor, damit später der QuickFX-Effekt „Schein nach Außen“ angewendet werden kann. Das Foto des „Allosaurus“ musste horizontal gespiegelt werden, weil er sonst aus der Kollage „herausgeschaut“ hätte. Hier ideal mussten die Bilder farblich nicht angepasst werden, da sie alle in das „Konzept“ passten. Diese Art von Fotos findet man u.a. bei PIXABAY.

QuickFX – Schein nach Außen: Bei den vier Tieren wurde im Panel QuickFX ein „Schein nach Außen“ mit 100% gewählt. Da die Farbe Weiß etwas zu grell wirkte, habe ich hier eine leicht grünliche Farbe (#A9B88C) verwendet. Diese Farbe wurde auch für den Textblock am unteren Rand verwendet.

Die Inhalte: Über eine Suchanfrage im Browser landet man beim Begriff „Dinosaurier“ schnell bei Wikipedia. Zu Recherchezwecken reichen die Informationen hier völlig aus. Die Texte sollte man nicht eins zu eins übernehmen, denn sie passen oft nicht ins Layout. Hier sollte man kürzen, ohne den Kontext zu verwässern.

Die Tabelle – Erdzeitalter: Im Grunde genommen kommt hier keine reine Tabelle zum Einsatz, denn die gewünschte Optik ist mit diesem Werkzeug nicht machbar. Als Hintergrund für den Namen des „Erdzeitalters“ wurde ein orangefarbenes Rechteck (#FFAB0B) verwendet und für den Erklärtext rechts daneben ein „abgerundetes grünes Rechteck“ mit der Farbe #A9B88C und einer Transparenz von 60%.

Die Schriftarten: Hier kommen nur zwei Schriften zum Einsatz. Einmal die „Riffic Free“, die nur aus Großbuchstaben besteht, und die „Alegreya Sans“ für die normalen Texte. Beide Schriften kann man sich im Internet kostenlos herunterladen. Für die Überschriften im Bildteil wurde die Farbe Weiß gewählt, für die beiden Überschriften unten ein dunkles Grün. Wenn man sich bei der Farbe nicht sicher ist, kann man sich mit der „Farbpipette“ eine Passende aus dem Hintergrundbild wählen.



Das originale Bild mit den zu retuschierenden Bereichen



Original Bild des Allosaurus als PNG-Datei



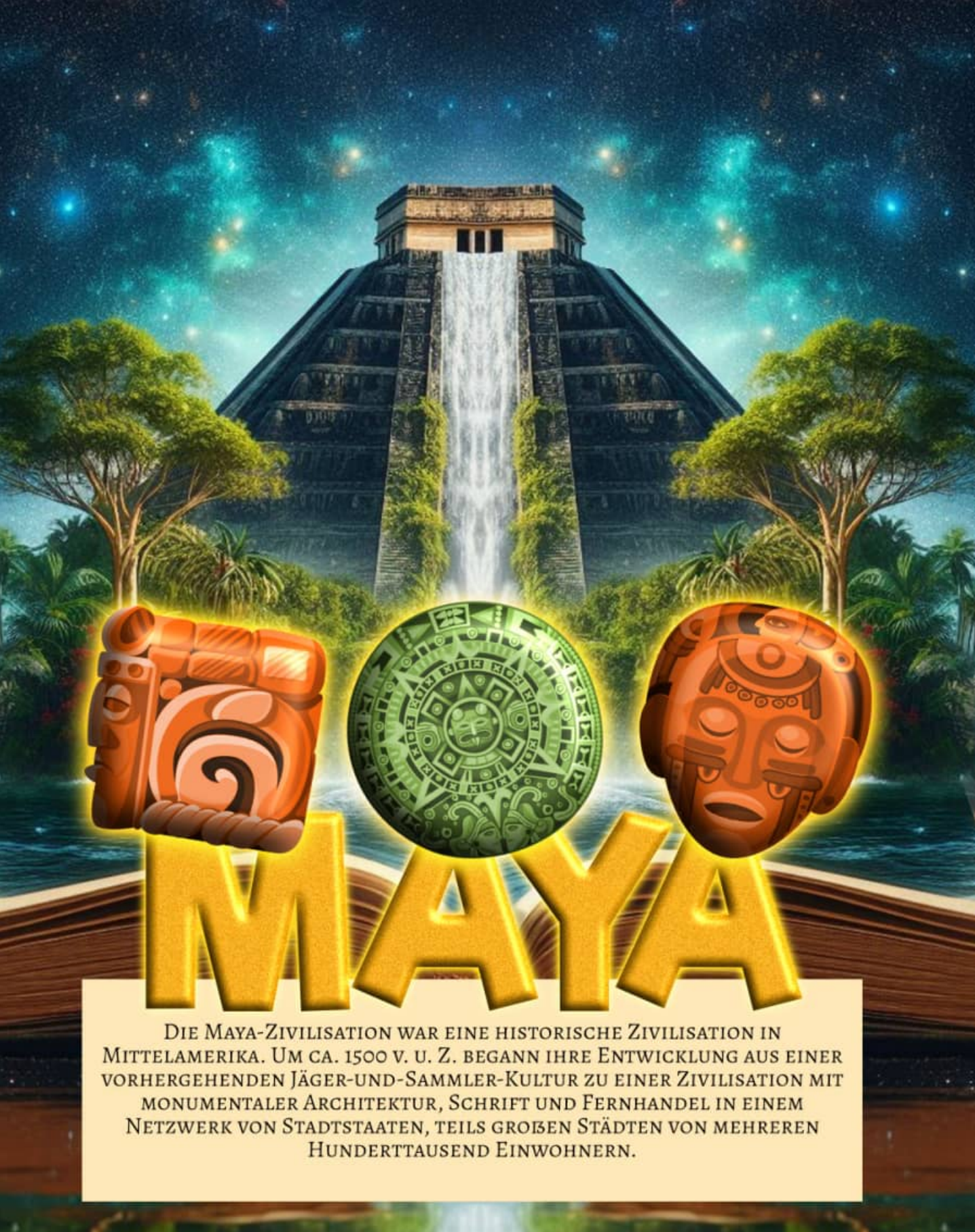
Original Bild des Tyrannosaurus Rex als PNG-Datei



Original Bild des Triceratops als PNG-Datei



Original Bild des Pteranodon als PNG-Datei



MAYYA

DIE MAYA-ZIVILISATION WAR EINE HISTORISCHE ZIVILISATION IN MITTELAMERIKA. UM CA. 1500 V. U. Z. BEGANN IHRE ENTWICKLUNG AUS EINER VORHERGEHENDEN JÄGER-UND-SAMMLER-KULTUR ZU EINER ZIVILISATION MIT MONUMENTALER ARCHITEKTUR, SCHRIFT UND FERNHANDEL IN EINEM NETZWERK VON STADTSTAATEN, TEILS GROßEN STÄDTEN VON MEHREREN HUNDERTTAUSEND EINWOHNERN.

Die Maya - Eine Kollage

Diese Kollage entstand, nachdem ich bei PIXABAY das KI-generierte Bild eines Tempels gefunden hatte. Allerdings war im Original oben links ein unschöner Bereich zu sehen, den ich mit einem Stempel nicht „ausbügeln“ konnte. Aus diesem Grund habe ich die rechte Hälfte des Bildes kopiert, gespiegelt und dann links „anmontiert“. Nur so war es möglich, den Sternenhimmel symmetrisch darzustellen. Der Schriftzug (Riffic Free) entstand nach einigen Experimenten mit einer gelben Farbe, einem Farbrauschen und den QuickFX-Funktionen „3D“ und „Schein nach Außen“.

Dann wurden drei Vektor-Elemente aus einer Datei von der Plattform FREEPIK herauskopiert, als PNG-Datei gespeichert und wieder eingefügt. Nur so war es möglich, diese Elemente über das Panel FARBELDER einzufärben. Man kann hier auch direkt die Vektor-Elemente nehmen, allerdings ist man dann gezwungen, jedes Element einzeln einzufärben. Über den oben genannten Weg kann man sich das sparen. Zu guter Letzt wurde der Text von Wikipedia in einen Textrahmen kopiert, leicht angepasst und mit einer Hintergrundfarbe (Creme) versehen.

Bei dem Textrahmen wurden die Abstände im Panel TEXTRAHMEN auf 2mm gesetzt. So stößt der Text nicht an den Rahmen. Die „Vertikale Ausrichtung“ wurde auf „mittig“ gesetzt. So hat man etwas Spielraum, den MAYA-Schriftzug etwas „abgesetzt“ zu platzieren.



Die KI-Bilddatei, halbiert und gespiegelt



Die Vektor-Datei von FREEPIK mit 3 Elementen

Das Panel Zeichen

Zuerst muss einmal erwähnt werden, dass man Informationen zum Panel ZEICHEN in der Affinity-Hilfe NICHT unter diesem Begriff findet, sondern unter dem Begriff TYPOGRAFIE. Dieser ist in der Hilfe zweimal vorhanden. Dies ist ein Fehler. Über das Panel ZEICHEN können einzelne Buchstaben oder Wörter formatiert werden.

Im oberen Bereich des Panels ZEICHEN können einige Einstellungen vorgenommen werden. **Schriftsammlung:** Hier legt man fest, welche Arten von Schriften angezeigt werden sollen. Alle, Favoriten (mit einem Herz markiert), zuletzt genutzte Schriften oder auch „fehlende Schriften“.

- **Schriftfamilie:** Hier legt man die Schrift für den ausgewählten Text fest.
- **Schriftgröße:** Hier bestimmt man die Größe der Zeichen gemessen in Punkt.
- **Schriftschnitt:** Hier legt man den Schriftschnitt (Fett, kursiv) für den ausgewählten Text fest.
- **Schriftvariationen:** Ist für den ausgewählten Text eine variable Schrift festgelegt, klicken Sie auf diese Option, um die Einstellungen für die einstellbaren Achsen der Schrift einzublenden.
- **Schriftfarbe:** Mit dieser Einstellung bestimmt man die Farbe für den Text.
- **Hintergrundfarbe:** Die gewählte Farbe wird hinter dem ausgewählten Text angezeigt.
- **Zeichenstil:** Hier kann man einen Textstil für die Zeichen in dem ausgewählten Text festlegen.

Verzierungen

Hier entscheidet man, wie Text dargestellt wird – Unterstrichen oder durchgestrichen. Zusätzlich kann man für diese Optionen noch die Farbe definieren.

Das Panel „Typografie“

Mit dem Panel „Zeichen“ können Sie einzelne Buchstaben und Wörter aber auch ganze Sätze und Absätze sowie komplette Texte formatieren.

✓ **Enthalten in**

Für Mac/Windows: Wählen Sie im Menü **Fenster** die Option **Text > Zeichen** aus.

Wie funktioniert das Panel "Zeichen"?

In dem Panel **Zeichen** können Sie:

- Alle Schriften auflisten, die zu bestimmten Sammlungen gehören (inklusive "fehlende Schriften")
- Doppelte Unterstreichungen und Durchstriche festlegen sowie ihre Farben separat von den Textfarben einstellen
- Unterschneidung und Neigungswinkel festlegen
- Die horizontale und vertikale Skalierung ändern

Fehlerhafter Eintrag in der Affinity-Hilfe



Oben ein Grafiktext und unten ein Textrahmen. Jeweils mit farbigem Hintergrund formatiert:



Hier wurde ein Wort mit Vorder- und Hintergrundfarbe formatiert, sowie einer Umrandung.

Das Panel Zeichen

Formate

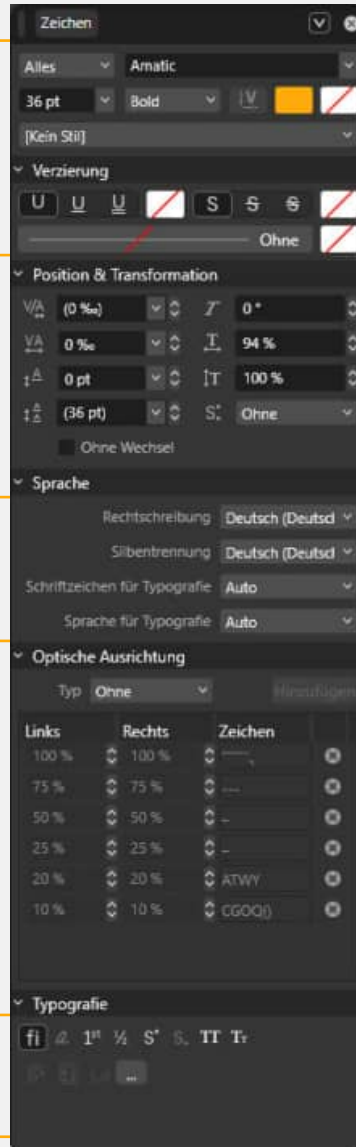
Hier stellt man für Zeichen die Größe, Vordergrund- und Hintergrundfarbe sowie Verzerrungen, wie Unterstreichen oder Durchstreichen ein.

Sprache

Hier stellt man die Sprache für die Rechtsschreibung, Silbentrennung und Typografie ein.

Typografie

Hier lassen sich einzelne Zeichen oder Wörter anders formatieren.



Position

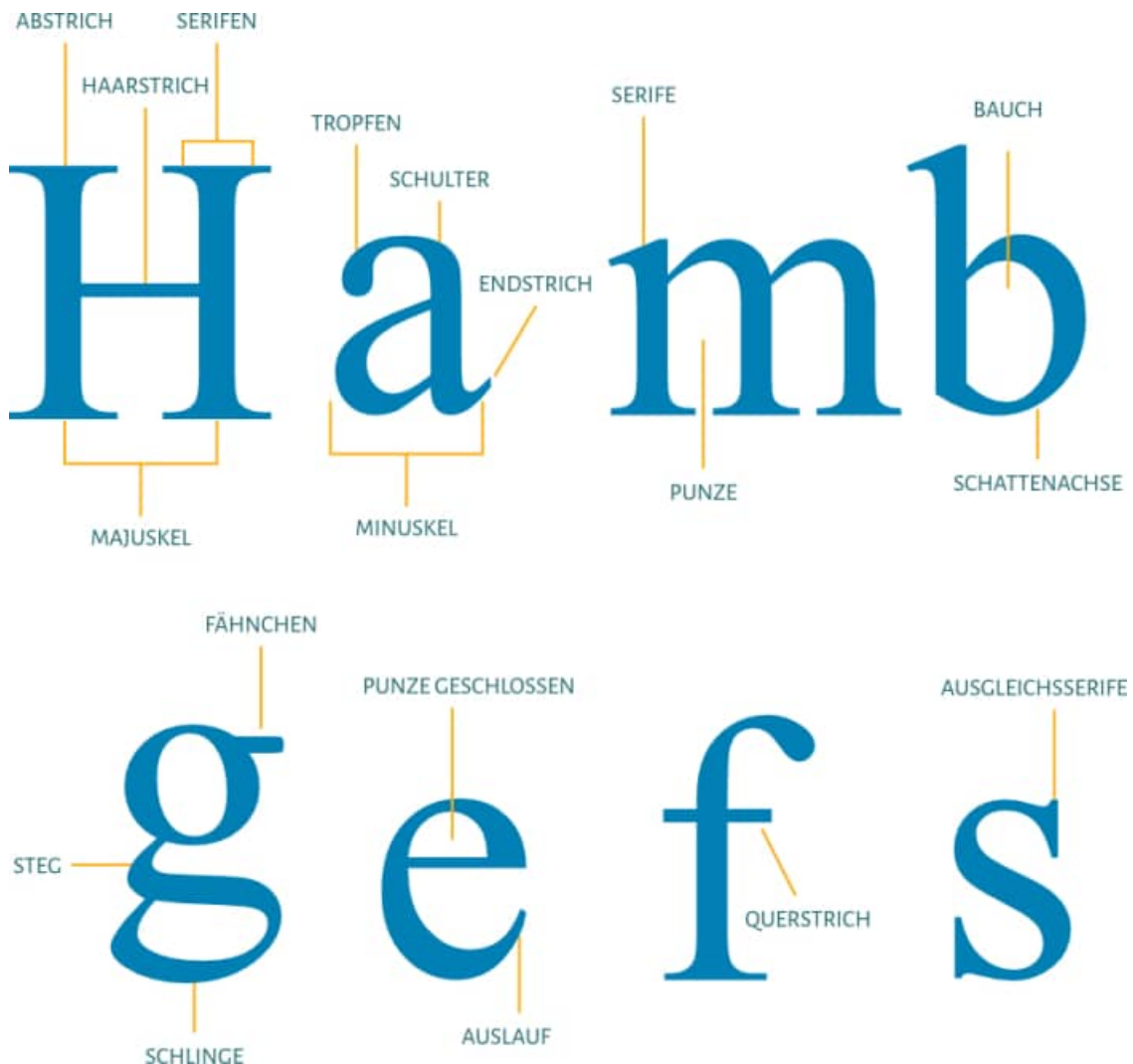
Hier stellt man Unterscheidungen, Zeichenabstände, Abstandskorrekturen, horizontale/vertikale Skalierungen ein.

Optische Ausrichtung

Die Optische Ausrichtung wird häufig für hängende Satzzeichen verwendet, also für Zeichen wie Kommas oder Anführungszeichen, die am Anfang oder Ende von linearen Linien leicht abstehen.

Typografische Fachbegriffe

In Fachpublikationen werden oft anhand des Wortes „Hamburgefons“ die einzelnen Bereiche eines einzelnen Buchstabens mit ihren Fachbegriffen benannt. Hier lassen sich einige Merkmale ablesen. Wie kontrastreich ist eine Schrift? Hat die Schrift einen humanistischen oder eher einen konstruierten Charakter? In welchem Verhältnis stehen Ober- und Unterlängen zur x-Höhe? Übertreffen die Oberlängen die Versalhöhe? Hat eine Schrift Serifen und welche Form haben diese? Hier zeige ich einmal anhand der Serifen-Schrift „Times New Roman“ auf, für welchen Buchstaben-Teil welcher Fachbegriff gilt. Bei den Buchstaben „u“, „r“, „o“ und „n“ werden gleiche Fachbegriffe verwendet, wie bei den anderen Buchstaben. Deshalb werden diese hier nicht erneut aufgeführt.





1 OBERLÄNGE 2 VERSALHÖHE 3 X-HÖHE, MITTELLÄNGE 4 GRUNDLÄNGE 5 UNTERLÄNGE

Der Aufbau von Zeichen einer Schrift

Carol Twombly entwarf im Jahr 1989 die Schriftart „Trajan“. Am Beispiel einzelner Großbuchstaben dieser Schrift wird deutlich, welche Buchstaben sich in einem Quadrat (A, C, D, G, H, K, M, N, O, Q, R, U, V, X, Y) befinden, welche Buchstaben die Hälfte (B, E, F, L, P, S) eines Quadrates belegen und welche Buchstaben schmaler sind, nur ein Achtel (I, J) eines Quadrates einnehmen.



Ein Muster, eine Zahl, ein Modi

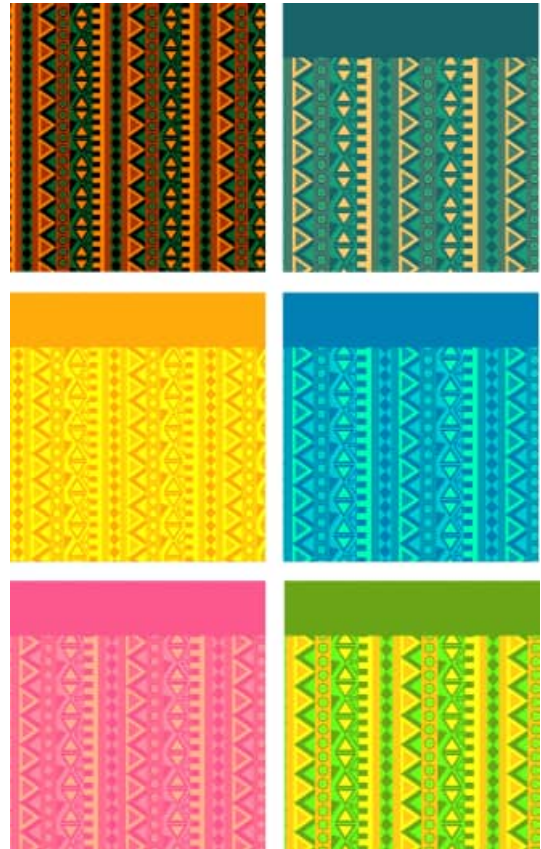
Hier möchte ich wieder eine „Fingerübung“ präsentieren, in der es in erster Linie um nur ein Muster und eine beliebige Zahl geht. Beides kann man sich natürlich frei aussuchen, es muss auch keine Zahl sein, gerne kann man sich auch für einen Buchstaben entscheiden. Es geht darum, dass man sich ein originales Muster nimmt, dahinter ein farbiges Rechteck legt und das Muster über den Ebenen-Modi auf die Farbe des Rechtecks „wirken lässt“. Alleine durch die Farbe des Rechtecks und die verschiedenen Ebenen-Modis entstehen so sehr viele Muster-Alternativen. Bei den hier zu sehenden Effekten wurde nur ein Ebenen-Modi angewendet, „Farbig abwedeln“. Durch die verschiedenen Hintergrundfarben entstehen so zwar immer die gleichen Muster, aber in verschiedenen Farb-Varianten. Und die Zahlen lassen sich jederzeit editieren.

Der Mischmodus „Farben abwedeln“

Über diesen Mischmodus ist in der Hilfe zu lesen. „Erhöht die Leuchtkraft der darunter liegenden Ebene(n) und reduziert gleichzeitig den Kontrast zwischen der aktiven und der/den darunter liegenden Ebene(n). Hierdurch entsteht ein stärkerer Effekt als bei „Negativ multiplizieren“ mit weniger gesättigten Zwischentönen und intensiven Lichtern. Verwenden Sie diese Variante, um Farben und Lichter zu betonen“.

Mit dem Panel EBENEN arbeiten.

Um bei den Varianten den Überblick zu behalten, gruppiert man zuerst das farbiges Rechteck und das Muster (mit Ebenen-Modi) darüber. Beides, Muster und Zahl, setzt man im



Das Original oben links und die Rechteck-Farben

Panel EBENEN ganz nach oben (Menü: Ebene-Anordnen-Verschieben) oder (Rechte Mouse-Anordnen). Dann zieht man das Muster auf den Ebenen-Namen der Zahl. Dies wird mit allen Objekten (Zahlen) wiederholt.

Zeit einsparen

Möchte man mehrere Farb-Varianten anlegen, kann man sich ein Muster mit einer einzigen Farbe anlegen, auf eine Zahl anwenden und dann alles vervielfältigen. Im Panel EBENEN ändert man dann die jeweiligen Farben der Rechtecke.



Bücher für Kinder



Bei Kindern sind sogenannte „Pappbilderbücher“ sehr beliebt und das Gestalten solcher Publikationen gehört gleichwohl zu einem DTP-Workflow dazu. Gedruckt werden diese „Bücher“ auf schwerem Karton, damit sie länger haltbar sind. Zum Beispiel auf 600g/m² Chromasulfatkarton. Die Firma „Wir machen Druck“ bietet vier Formate an, Din A4, Din A5, 210 x 210 mm und 170 x 170mm.

Die Seiten werden 4-farbig bedruckt und im Finish folienkaschiert oder mit Dispersionslack versehen. Maximal werden 28 Buchseiten bedruckt, weniger oder mehr sind nicht möglich. Dabei sind diese dicken Seiten besonders reißfest, denn sie müssen bei der Nutzung von Kindern einiges aushalten. Meist werden bei der Gestaltung einfache Bild- und

Textinhalte verwendet. Durch ihren zeitlosen Charme sind diese Bücher ein Klassiker in vielen Kinderzimmern.

Hier gibt es das klassische „Babybuch“, mit dem man die ersten Lebensjahre eines Kindes festhalten kann. Man kann das Format auch für Fotobücher nutzen, die man bis zu einem gewissen Alter fortführend drucken lassen kann. Das Format dient aber auch in der Erwachsenenwelt als Werbemittel, Produktbroschüre oder Chronik. Wer sich dazu berufen fühlt, kann ein professionell erstelltes Kinderbuch auch einem Kinderbuchverlag anbieten. Bei der Produktion gelten die gleichen Voraussetzungen wie für normale Bücher. Geliefert werden muss eine Datei für den Innenteil und eine separate Datei für den

Buchdeckel. Bei vielen Kinderbüchern werden kindgerechte Illustrationen verwendet. Diese wählt man altersgerecht aus. Es gibt begnadete Zeichner und Zeichnerinnen, die ganze Bücher illustrieren. Arbeitet man mit einem Verlag zusammen, organisiert dieser eine durchgehende Optik der Bilder im Buch. Zudem müssen kindgerechte Formulierungen der Texte gefunden werden. Je jünger die Zielgruppe ist, umso weniger Text wird verwendet.

Auf der Plattform **ILLUSTRATOREN** von Corinna Hein werden Zeichner und Zeichnerinnen aus der ganzen Welt vorgestellt.

Anhand einiger Tipps kann man sich im Vorfeld eines Projekts an den Gegebenheiten eines Kinderbuchs orientieren, die sich oft von den klassischen Büchern unterscheiden.

Da geht es zu aller erst einmal um die Analyse des Marktes. Dann muss man das richtige Buch-Format auswählen. Das Buch-Cover muss in wenigen Sekunden den Inhalt des Buches wiedergeben. Auf diesem Cover sollten zentrale Elemente des Inhalts grafisch dargestellt werden. Hilfreich ist auch ein Storyboard, mit dessen Hilfe man den Überblick behält. Konsistenz im Buch erreicht man durch ausgewogene Verteilung von Texten und Bildern.

Dazu gehören auch größere Schriftarten und genügend Abstand von Buchstaben, Wörtern und Zeilen. Auf der Suche nach passenden Schriftarten kann man sich an der „Bookman“, „Century Schoolbook“, der „Garamond“ und der „Georgia“ orientieren. Dabei sollte man eine Schrift durchgängig im ganzen Buch verwenden.



Typische Illustrationen

den. Und natürlich sollte man die richtigen Illustrationen verwenden, die einem gleichen Stil folgen. Wenn nötig, sucht man sich professionelle Hilfe. Ist man versiert genug, kann man das auch selber machen. Dabei versteht es sich von selbst, dass man Zeichnungen mit einer hohen Auflösung verwendet. Nicht zu unterschätzen sind auch sogenannte „Testleser“, deren konstruktive Kritik man in die eigene Arbeit investieren sollte. Wer mehr darüber erfahren möchte, findet bei „[epubli](#)“ wertvolle Tipps und Anregungen.

Gestaltungsstile

Beim Erstellen von Drucksachen und Webinhalten gibt es ein paar Regeln, mit denen man beim Gestalten von Inhalten immer gut fährt. So sollte man nie ohne ein System gestalten, Inhalte nie gleichbehandeln, das Gesetz der Nähe beachten, Wiederholungen einkalkulieren, man sollte Schriften einordnen können, aber nie zu viele gleichzeitig benutzen und tunlichst zu vermeiden ist der Einsatz von Farben aufgrund des eigenen Bauchgefühls. Spezialeffekte kommen nur da zum Einsatz, wo sie gebraucht werden, und Gestaltung braucht Räume – Weißräume. Im Folgenden finden Sie einige Kurzbemerkungen zu einigen Design-Stilen.

Das Flat-Design: Hier gestaltet man mit stark reduzierten Elementen, weniger ist hier mehr als mehr. Man konzentriert sich auf das wesentliche und alles wird einfach dargestellt. Mit Hilfe von Farben wird vollflächig und intensiv gestaltet. Meist kommen serifenlose Schriften zum Einsatz und bei der Gestaltung werden viele Freiflächen und Weißraum eingesetzt. Im Vordergrund steht die Funktionalität des Designs, sie wird viel für Onlineanwendungen genutzt. Es gibt keine 3D-Darstellungen und es werden weder Effekte, Verläufe, Spielereien noch Texturen eingesetzt.

Vintage-Design: Hier kommen warme und natürliche Farben zum Einsatz. Bei der Gestaltung werden Strukturen und Texturen eingesetzt, sie sind Pflicht. Bei Hintergrundfarben wird kaum mit Weiß gearbeitet, leicht getönte Farben sind besser. Bei Schriften

kommen Charakterschriften zum Einsatz, ein Mix aus verschiedenen Schriften ist normal. Selbst gemachte Illustrationen und auf alt gemachte Grafiken prägen diesen Stil. Hier kommen Fotos mit gesättigten Farben zum Einsatz. Grelle Volltonfarben oder leuchtende Pastelltöne gehören nicht zum Stil. Eben so wenig wie große Freiflächen oder Farbverläufe.

Modernes Design: Dieser Stil eignet sich für fast jedes Konzept und er lässt sich jederzeit anpassen. Mit diesem Stil gestaltet man zeitlos und ästhetisch. Genutzt wird ein strenges Gestaltungsraster mit geometrischen Formen. Inhalte und Texte werden kurz und knapp zusammengefasst. Typografisch kommen starke Kontraste zum Einsatz und mit freien Flächen wird nicht gespart. Kontrastreiche Farben kommen ebenso zum Einsatz wie Elemente mit einer Funktion. Auf Verzierungen und ungegliederte Texte wird verzichtet. Fotos haben eine klare Botschaft.

Minimalistisches Design: Dieser Design-Stil ist einfach und braucht strenge Formstrukturen. Es kommen neutrale und helle Farben zum Einsatz, man arbeitet mit großzügigen Weißräumen. Zur Gestaltung werden flächige glatte Illustrationen und Grafiken eingesetzt. Zu vermeiden sind bunte Farben, selbstgezeichnete Illustrationen, verspielte Designs und Farbverläufe. Für den Druck vermeidet man Glanz- oder zu dünnes Papier.

Auffälliges Design: Hier gilt es Regeln zu brechen und Sehgewohnheiten außer Acht zu



lassen. Innovatives Arbeiten ist gefragt. Bei Typografie, Fotos und Farben wird mit starken Kontrasten gearbeitet. Farben kommen kräftig und leuchtend daher. An Weißraum wird nicht gespart und das Lesen der Inhalte wird zur Herausforderung. Der Einsatz von gleichförmigen Designelementen ist zu vermeiden. Zurückhaltung bei Farben und Typografie ist nicht erwünscht. Seien Sie unkonventionell.

Typografisches Design: Hier steht die Schrift beim Gestalten im Vordergrund. Damit Schrift wahrgenommen wird, bleiben Fotos, Farben und Grafiken dezent im Hintergrund. Schrift wird auch als Gestaltungsmittel eingesetzt. Bei der Schriftenwahl gibt es keine Grenzen, wenn

Schriften die gleiche Stimmung treffen und sich nicht zu ähnlich sind. Verläufe und Effekte dürfen mit der Typografie nicht konkurrieren.

Illustratives Design: Hier werden Illustrationen großgeschrieben, die einem Design zu einem eigenen Charakter verhelfen. Schriften und Farben bleiben dezent im Hintergrund und unterstützen die Illustration. Das Kombinieren von Illustrationen sollte vermieden, sie sollten mit etwas Freiraum gesetzt werden. Man vermeidet mehrere gleichartige Schriften.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **5**

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **6**



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN 6

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“,
„Affinity“ und „CANVA“ besteht
keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

Willkommen

Liebe Leser- und Leserinnen!

Mit diesem sechsten M62-Heft schließe ich die Serie „Stilvoll gestalten“ ab. Es liegt immer im Auge des Betrachters, was tatsächlich „stilvoll“ ist. Wenn Sie sich längere Zeit mit dem Anlegen von Affinity-Dokumenten beschäftigen, werden Sie feststellen, dass Sie einen eigenen Stil haben, was Layout und Grafikdesign betrifft. Im Heft geht es aber nicht nur um den Umgang mit dem Affinity-Studio, sondern auch um alles, was damit zusammenhängt. Dokumente und Fotos scannen, sowie das Verwalten fertiger PDF-Dateien. Hierzu stelle ich eine kostengünstige Dokumentenverwaltung vor. Diese kann aber weitaus mehr, als nur PDF-Dateien verwalten.

In weiteren Themen gehe ich auf das Panel „Stock“ ein, und warum es sinnvoll sein kann, die Grafiken der Anbieter besser von deren Website zu laden. „InPainting“ ist ein Begriff, um z.B. in einem Foto Personen zu entfernen. Ich zeige schrittweise, wie es gemacht wird. Anhand eines riesigen Schriftzuges erkläre ich das „Clipping“, das Einfügen von Fotos oder Formen in eine andere Form. Über das Thema „Logos“ hatte ich lange Zeit in meinen Magazinen nicht mehr berichtet. Anhand mehrerer Beispiele wird ersichtlich, was machbar ist. Dazu präsentiere ich Ihnen vier lesenswerte Bücher, die sich mit Logos beschäftigen.

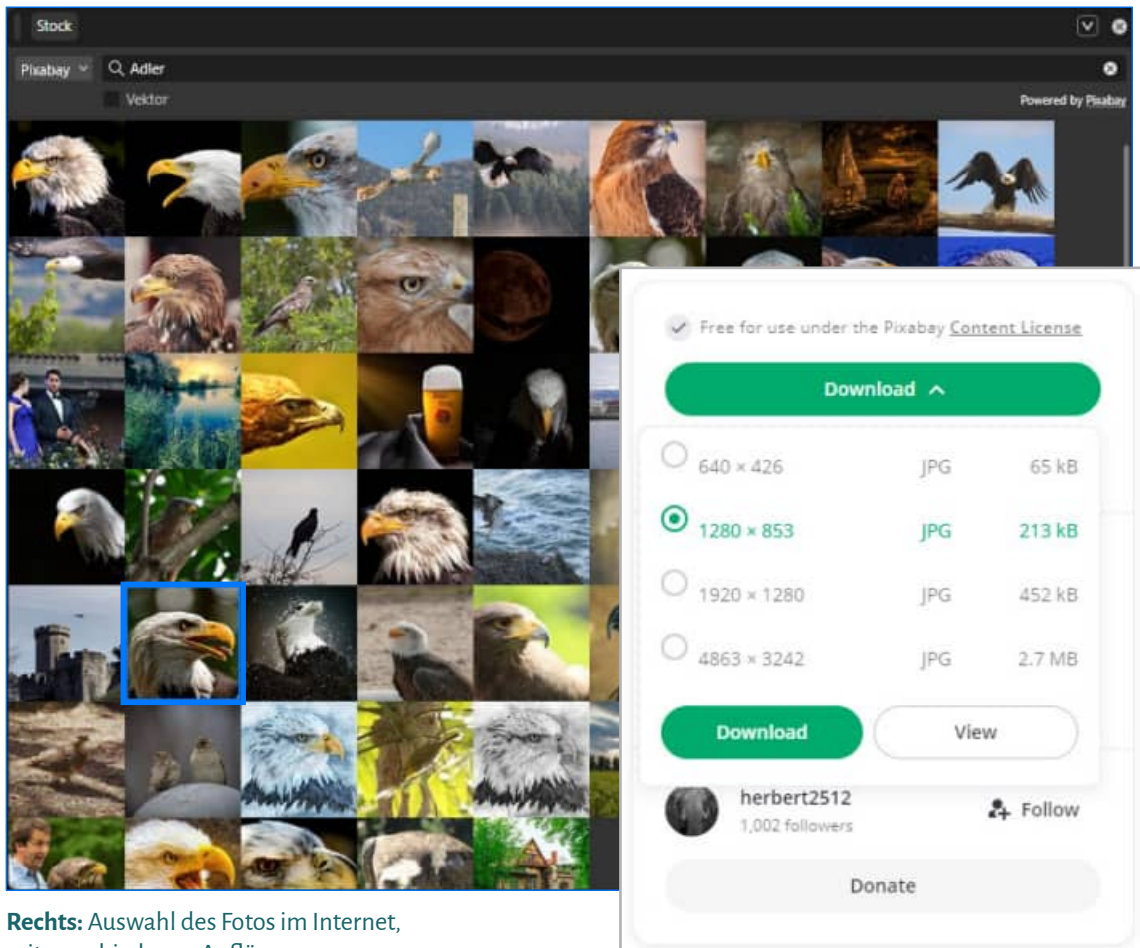
Weitere Themen sind Wörter oder Buchstaben, die aus der Reihe tanzen – ein beliebtes Mittel, um die Aufmerksamkeit von Lesern in Magazinen mit ausgefallenen Überschriften zu gewinnen. Dann gehört zu einem ordentlichen Workflow auch ein A3-Drucker. Ich zeige hier auf, was man beim Kauf beachten muss. Dazu gebe ich Tipps zur Seitennavigation im Programm.

Ich wünsche wieder recht viel Freude
beim Lesen und Ausprobieren!

Ihr Georg Walter

Das Panel Stock

Mit Hilfe des Panels „Stock“ kann man sich Fotomaterial der Anbieter PIXABAY und PEXELS anzeigen lassen. Im Panel kann man die Inhalte auch auf Vektor-Daten begrenzen. Am Anfang muss man im Panel eine Lizenz-Bestätigung freigeben. Über das Suchfeld lassen sich dann die verschiedensten Motive finden. Klickt man mit der Mouse auf ein Foto doppelt, wird es im verwendeten Browser online angezeigt. Das ist immer dann hilfreich, wenn man ein hochauflösenderes Bild benötigt, denn über das Panel „Stock“ werden die Fotos oft, nicht immer, in einer minderen Bildqualität angezeigt. Nachdem man sich für ein Motiv entschieden hat, zieht man es bei gedrückter linker Mouse-Taste auf einen freien Bereich im Affinity-Studio. Während man bei PIXABAY zum Beispiel bei dem Suchwort „Adler“ sehr gute Ergebnisse erzielt, bekommt man bei PEXELS auch mal eine Schreibmaschine oder ein Flugzeug angezeigt. Das ist völlig unzureichend.



Rechts: Auswahl des Fotos im Internet, mit verschiedenen Auflösungen.

Pixel – Inpainting

Mit Hilfe des „Inpaintings“ kann man im Studio „Pixel“ Bereiche eines Fotos entfernen. Allerdings wird man in den Menüs das Wort „Inpainting“ nicht finden.

Schritt Nr. 1: Öffnen Sie ein Bild, aus dem Sie Bereiche entfernen möchten.

Schritt Nr. 2: Wählen Sie in der Werkzeugleiste das Tool „Objektauswahl“ und markieren Sie die Bereiche, die entfernt werden sollen. Achten Sie darauf, dass im Panel „Ebenen“ die Ebene des Bildes markiert ist. Sonst funktioniert der Befehl nicht.

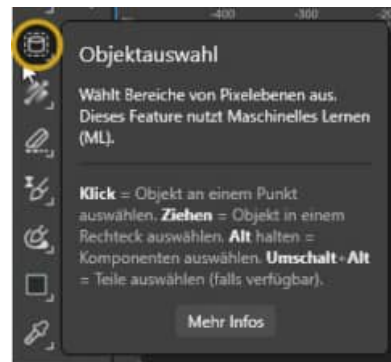
Schritt Nr. 3: Führt man mit dem Tool über einen Bereich, sieht man die Auswahl anhand eines „schraffierten Bereichs“. Mit einem Mouse-Klick bestätigt man den Bereich.

Schritt Nr. 4: Mit Hilfe des Werkzeugs „Freihandauswahl“ und der Einstellung „Hinzufügen“ kann man den Bereich erweitern, wenn bei der unter Schritt Nr. 3 getätigten Funktion Pixelbereiche nicht ausgewählt wurden.

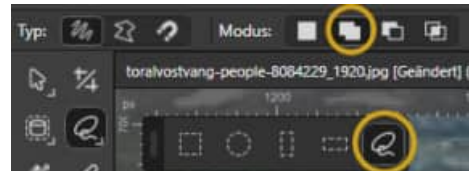
Schritt Nr. 5: Über das Menü „Pixel-Restaurieren“ wird jetzt die „Inpainting-Funktion“ ausgeführt. Bei sehr hoch aufgelösten Fotos erscheint dann auch ein Menü mit diesem Namen. Bei weniger komplexen Fotos sieht man dieses Menü nicht, der Befehl wird sofort ausgeführt.



Ausschnitt aus einem Foto



Markieren mit dem Werkzeug „Objektauswahl“



Verfeinern mit dem „Freihandwerkzeug“ und der Funktion „Hinzufügen“

Schritt Nr. 6: Leider funktioniert dieser Weg, um eine Person oder ein Objekt „weg zu radieren“ nicht immer optimal. Das Objekt verschwindet zwar, aber es bleibt manchmal ein farblich verfremdeter Umriss übrig. Warum das so ist, liegt vielleicht an der Auflösung des Fotos, da hier nicht genug Pixel „ausgewertet“ werden können.



Auswahl mit dem Werkzeug „Objektauswahl“.



Auswahl erweitern mit dem Werkzeug „Freihandauswahl“.



Unschöner Farbstich.

Schritt Nr. 7: Bei Farbstichen muss man hier nacharbeiten. Das kann man z. B. mit einer Anpassungsebene und der Funktion „Selektive Farbkorrektur“ beheben. Manchmal hilft es auch, die Auswahl etwas mehr zu erweitern.

Schritt Nr. 8: Bei übrig gebliebenen Mustern wäre auch der Schritt mit Hilfe des Werkzeugs „Klonen“ möglich. Dabei sollte man im Panel „Ebenen“ eine leere Pixelebene ÜBER der Bildebene anlegen.



„Selektive Farbkorrektur“ anwenden.



Klonen – Stempelwerkzeug

Mit Hilfe des Werkzeugs „Klonen“ wählt man mit der Alt-Taste den zu klonenden Bereich aus und übermalt dann den gewünschten Bereich. In der Kontextleiste zu diesem Werkzeug können verschiedene Einstellungen gemacht werden.

Big Text mit Clipping



Als „Clipping“, oder „Clipping Mask“ bezeichnet man eine Technik, bei der ein Foto oder ein Fließtext innerhalb eines Objekts platziert wird. Entweder man platziert ein Bild in einem Buchstaben/Text/einer Form oder einen Text/Buchstaben innerhalb eines Fotos oder einer Form. Genauso ist es möglich, eine Form wie einen Kreis oder ein Rechteck in einem Text/Buchstaben oder einem Bild zu platzieren. Ich habe das schon des Öfteren beschrieben, möchte die Möglichkeiten hier aber noch einmal komplett darstellen.

Beim Buchstaben „B“ wurde ein Foto im Buchstaben platziert, beim Buchstaben „G“ wurde

der Buchstabe „x“ platziert, beim „e“ ein Textrahmen mit einem Fließtext und beim Buchstaben „T“ eine Form wie das Zahnrad. So lassen sich sehr interessante Gebilde konstruieren, die man z.B. bei Plakaten verwenden kann. Man muss nur darauf achten, dass einzelne Objekte nicht überlappen.

Mit der hier abgebildete Wort-Konstruktion „Bigtext“ oder anderen Wörtern kann man noch weitere Kapriolen treiben. Setzen Sie das Foto, den Fließtext, den Buchstaben und die Form HINTER oder VOR die Buchstaben. Oder ändern Sie die Farben eines jeden Elements.



Hier zu sehen das Foto über dem Buchstaben „B“ und das „x“ über dem Buchstaben „G“.



Hier zu sehen der Fließtext über dem Buchstaben „e“ und das Zahnrad über dem Buchstaben „T“.

Wir entwerfen ein Logo

Es ist lange her, dass ich etwas über das Gestalten von Logos in meinen M62-Magazinen geschrieben habe. Einhergehend mit diesem Thema dürfen dann auch nicht die Fachbücher fehlen, die ich hier nochmals aufführe. Sie sind zwar schon etwas in die Jahre gekommen, aber die Inhalte sind immer noch aktuell. Ein besonderes Augenmerk darf ich auf die Publikationen des Taschen-Verlags lenken, die Bücher sind sehr umfangreich, kosten derzeit aber nur € 20,00 pro Stück. Logos müssen einfach sein und für verschiedene Medien gestaltet werden. Für die Website der Firma, genau so wie für die klassischen Print-Produkte wie Briefbogen und Visitenkarten.

Hier im Beispiel wurde ein Kreis (Rot) und die Form Zahnrad (Gelb) mittig gezeichnet, beide markiert und über das „Subtrahieren“ zur endgültigen Form gebracht. Der Text ist dann nur noch Formsache, wobei man je nach Branche auf die verwendete Schrift achten muss. Metallbau mit einer filigranen Typo passt einfach nicht. Umgekehrt verhält es sich bei einem Logo für einen Blumenladen. Hier sind dicke fette Schriften zu vermeiden. So ein „falsches Logo“ signalisiert dem Kunden, dass man dann auch klobig mit den Blumen umgeht.

In den seltensten Fällen wird ein neues Logo als „Eigenmarke“ im Branding bestehen. Man muss es immer „dokumentieren“, will heißen, dass man neben dem Logo auch die Firmen-Details mit angeben muss. Niemand weiß am Anfang, wer „MBW“ ist. Beim Gestalten sollte man IMMER hochauflösend arbeiten, auch wenn man für das Internet gestaltet. Man weiß nie, was einem Kunden noch alles einfällt, um sein Logo zu verbessern.



Kreis und Zahnrad, 2 Formen



Beide Formen subtrahieren



Passenden Text setzen



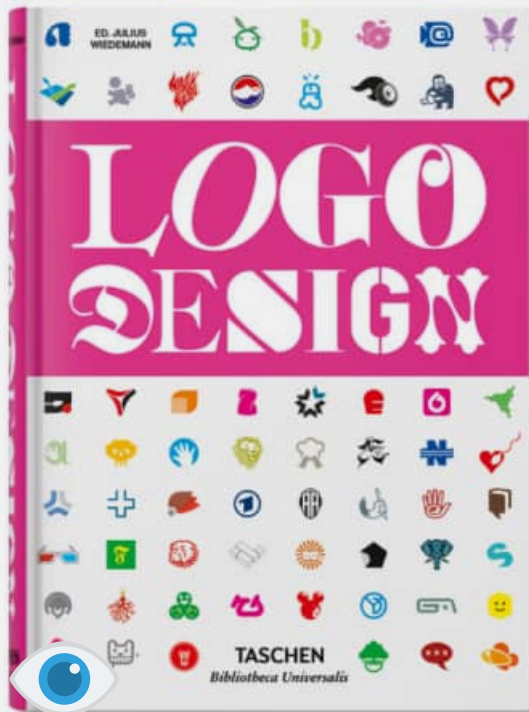
Alternative des Logos



Logodesign, Umfassendes Handbuch,
von Frank Koschembar, 2019, Rheinwerk



Ein Buch über das Gestalten allerlei Produkte,
von Claudia Korthaus, 2019, Rheinwerk



LogoDesign, Übersicht, Taschen-Verlag

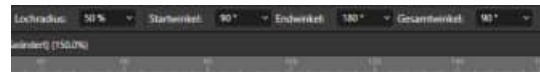
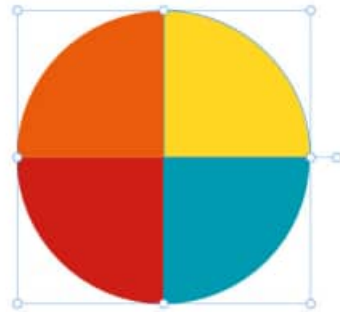
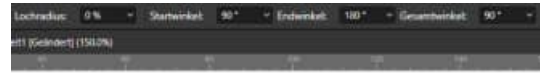


LogoDesign Global Brands, Taschen-Verlag

Logos mit den Form-Werkzeugen gestalten

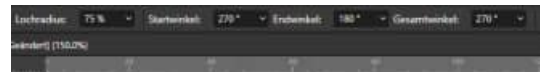
Das Torten-Werkzeug

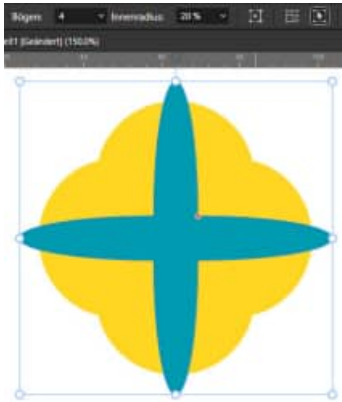
Bei der Konstruktion eines Logos helfen die verschiedenen Form-Werkzeuge. Mit der Form „Torte“ kann man z.B. vier Tortenstücke mit einem Winkel von jeweils 90 Grad aneinanderzusetzen (1 Teil jeweils kopieren und dann drehen) und zwei Teile davon mit einem Lochradius von 50 Grad und zwei Teile mit einem Lochradius von 75 Grad versehen. Mit Hilfe der Anfasser am unteren Bereich des Tortenstücks kann man den Lochradius auch manuell mit der Mouse verändern. Oder man gibt die Werte oben in der Kontextleiste ein. Mit dem gleichen Werkzeug kann man eine weitere Form kreieren, mit einem Gesamtwinkel von 270 Grad und einem Endwinkel von 180 Grad. Dazu am oberen Bereich eine weitere kleinere Form mit demselben Werkzeug. Sie ahnen es, hier sind unendliche Möglichkeiten gegeben.



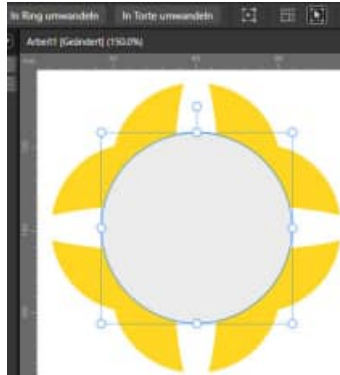
Das Wolken-Werkzeug

Wenn es darum geht, erst einmal eine Grundform für ein Logo zu finden, hilft auch das Wolken-Werkzeug, und zwar in Kombination mit dem „Subtrahieren“ von mehreren Form-Elementen. Zeichnen Sie eine Wolke mit 4 Bögen und einem Innenradius von 80%. Kopieren Sie diese Form und ändern die den Innenradius auf 20% und richten Sie beide Formen mittig aus. Markieren Sie beide, und subtrahieren Sie die obere Form von der Unteren. Anschließend setzt man einen kleineren Kreis in die Mitte, setzt diesen entweder auf die Farbe Weiß, oder subtrahiert den Kreis von der übrig gebliebenen Form.





2 Wolkenformen mittig
überinandergelegt und dann
voneinander subtrahieren



Einen kleineren Kreis aufziehen
und diesen von der hinteren
Form subtrahieren



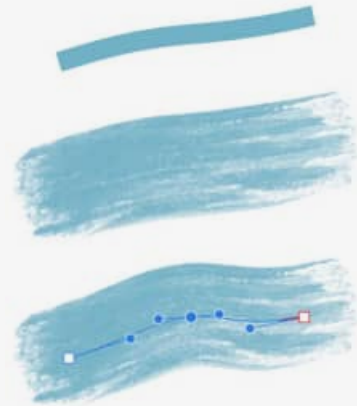
Die fertige Form für ein Logo



DESIGNSTUDIO FRANKE

Text-Logos

Möchte man bei Logos verschiedene Formen benutzen, verhält es sich bei Text-Logos etwas anders. Meist verwendet man nur einen Buchstaben oder ein Wort. Diese müssen aber mit zusätzlichem Text „erklärt werden“. Um Buchstaben oder Wörter grafisch „aufzuwerten“, wechselt man am besten in das Vektor-Studio, da man hier die Pfadpinsel verwenden kann. Mit dem Bleistift zeichnet man eine unregelmäßige Linie von Links nach rechts. Im Panel „Pfadpinsel“ wechselt man zu den Wasserfarben und wählt den 5. Pinsel aus. Dieser ermöglicht einen sehr schönen Pinselstrich. Wenn gewünscht, kann man den Strich im Panel „Kontur“ noch erweitern oder verringern. Jederzeit kann man den Pinselpfad noch anpassen.



Oben der gezeichnete Pfad mit dem Werkzeug „Bleistift“. Darunter der angewendete Pfadpinsel und unten eine Anpassung mit dem Knotenwerkzeug.

Buchstaben oder Wörter, die aus der Reihe tanzen

Gerade für Überschriften in Magazinen suchen Grafiker immer wieder nach auffallenden Konstrukten, um die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen. In Affinity-Studio kann man so etwas leicht umsetzen. Wer aber jetzt daran denkt, man könnte das über die Funktionen des Panels „Zeichen“ mit einer „Rotation“ oder „Neigung“ innerhalb eines Textrahmens lösen, der wird enttäuscht werden. Man muss selbst „Hand anlegen“. Eine textliche Veränderung wird nämlich immer auf den ganzen Text angewendet. Das gilt auch für den Grafiktext.

Vorarbeiten

Nachdem man den Titel einer Überschrift gefunden hat, schreibt man ihn ganz normal in einen Textrahmen und formatiert den Text mit der passenden Schriftart. Diese sollte etwas fatter (Bold) sein. Überlegen Sie genau, welche Buchstaben und/oder Wörter „ausgetauscht“ werden sollen. Ja, die verfremdeten Wörter/Buchstaben werden „extra“ eingesetzt. Gleichzeitig werden die Wörter/Buchstaben im Originaltext auf die Farbe „Weiß“ gesetzt. Dies veranschaulicht die zweite Grafik rechts – hier habe ich diese Wörter/Buchstaben „gelb eingefärbt“. Sie bleiben im Text also weiterhin präsent.

Einzeltexte

Am einfachsten setzt man diese „grafische Finesse“ um, indem man jedes Wort und jeden Buchstaben, den man verändern möchte, in einen eigenen Textrahmen setzt, mit den



Drehen/ Neigen mit den Anfassern am Rahmen

gleichen Parametern wie im Ursprungstext. Dann kann man anfangen, Wörter/Buchstaben zu „neigen“ und zu „drehen“. Bei der Platzierung orientiert man sich am Originaltext. Ist alles fertig, markiert man die Wörter/Buchstaben im Originaltext und setzt sie auf die Farbe „Weiß“.

Feinjustierung

Zur Feinjustierung der verfremdeten Elemente zoomt man in den Originaltext hinein, um alles genau zu positionieren. 200 bis 400 % sollten reichen. Sind Sie sich hier nicht sicher, platziert man Hilfslinien an der Grundlinie des Originaltextes. Die Hilfslinien kann man schnell wieder löschen, indem man die ALT-Taste gedrückt hält und mit der Mouse einfach auf die Linie klickt.

BUCHSTABEN
ODER WÖRTER,
DIE AUS DER
REIHE TANZEN

Die fertige Überschrift

BUCHSTABEN
ODER WÖRTER,
DIE AUS DER
REIHE TANZEN

Der hier sichtbare gelber Text muss mit der Farbe Weis belegt werden



Tipp: Das Kontextmenü eines Textrahmens

Je nach Arbeitsweise, zumindest ist es mir so ergangen, fällt dieses wichtige Menü erst einmal gar nicht auf. Man hat sich daran gewöhnt, die einzelnen PANELS zu nutzen, wenn es um NOTEN, HYPERLINKS und jetzt auch QUERVERWEISE geht. Möchte man einen Hyperlink setzen, geht es schneller, wenn man das gewünschte Wort markiert und mit einem RECHTSKlick das Menü aufruft. Auf diese Art lassen sich auch NOTEN, FELDER, ANKER und SONDERZEICHEN einfügen. Sehr interessant ist der letzte Eintrag in diesem Menü. Mit „Im Panel Ebenen suchen“ wird das Panel EBENEN automatisch geöffnet und der Ebeneneintrag des Absatzes markiert angezeigt. Auch dann, wenn das Panel nicht geöffnet ist. Markierte Worte können in Großbuchstaben oder Kapitälchen formatiert werden. Leider fehlen hier die Formate Hochstellen und Tiefstellen.

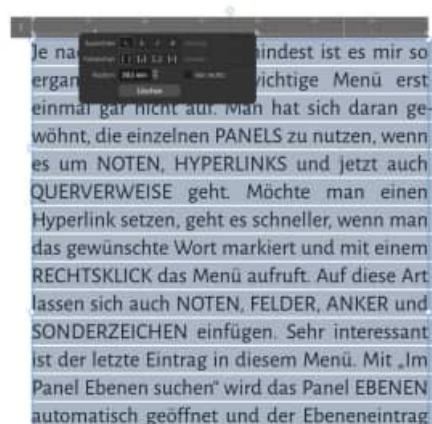


Das Kontextmenü eines Textrahmens



Tipp: Lineale für einen Textrahmen

Arbeitet man bei einer bestimmte Zoom-Stufe in einem Textrahmen, kann man sich über das Menü „Ansicht – Einblenden – Textlineal“ ein solches hinzuholen. Hier lassen sich weitere Formatierungen vornehmen. Mit der Mouse lassen sich, mehrere TABSTOPPS setzen, klickt man mit der rechten Mouse-Taste auf diese, sind weitere Einstellungen im Text möglich. So kann man die Position eines Tabstopps verändern, Tabstopp-Füllzeichen ändern oder die Ausrichtung ändern.





Tipp: Aufbau einer PDF-Datei

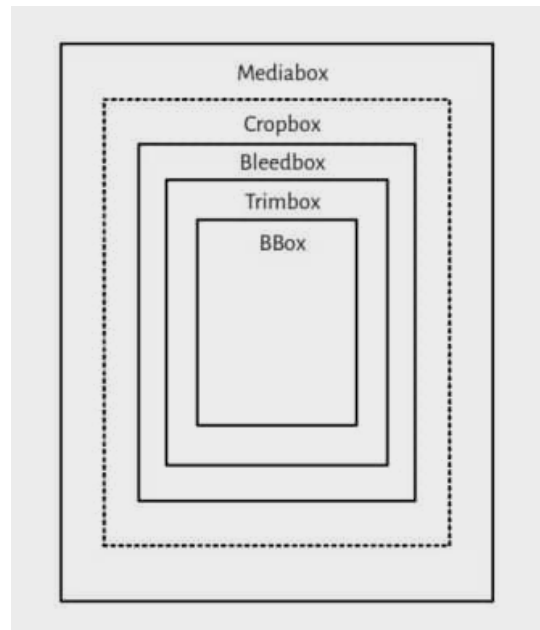
Mit Hilfe des PDF-Formats können Dokumente erstellt und mit anderen Anwendern ausgetauscht werden, und zwar unabhängig davon, welche Software und Hardware genutzt wird. Das Format bietet viele weitere Möglichkeiten wie z.B. das Erstellen von Formularen. In Affinity-Studio besteht die Möglichkeit, PDF-Dateien in einem Dokument zu platzieren, und hier stellen sich Anwender die Frage, wie man z.B. integrierte Schnittmarken aus einer fremden PDF-Datei in Affinity darstellen und sichtbar machen kann. Erstellt man in Affinity, in InDesign und anderen DTP-Programmen eine druckbare PDF-Datei, kann man beim Export sogenannte Druckmarken setzen.

Dazu gehören Schnittmarken, Passermarken, Farbstreifen und Seiteninfos. Für den professionellen Druckprozess sind Beschnitt- oder Anschnittmarken sinnvoll. Sie geben an, wo das Dokument mit einer Schneidemaschine zugeschnitten werden soll. Heutzutage werden die meisten Zusatzinfos auf einem Druckbogen nicht mehr benötigt.

Wie ist eine PDF-Datei aufgebaut?

Beim Import einer PDF-Datei in Affinity-Studio findet man oben in der Kontextleiste ein Auswahlménü mit dem Namen SEITENBOX. Öffnet man hier die Liste, kann man entscheiden, wie die PDF-Datei angezeigt werden soll. Hier ist es gut, zu wissen, was die einzelnen Listeneinträge bedeuten. PDF-Dateien bestehen aus verschiedenen Boxen, oft auch Rahmen genannt.

- 1. Medienbox (Mediabox):** Diese Box ist die Seitengröße, steht ganz außen und beinhaltet alle anderen Boxen.
- 2. Zuschnittbox (Cropbox):** Diese Box enthält alles, was gedruckt oder am Bildschirm angezeigt wird.
- 3. Beschnittbox (Bleedbox):** Diese Box ist der Anschnittrahmen und enthält alles, was gedruckt wird UND den Anschnitt.
- 4. Anschnittbox (Trimbox):** Diese Box zeigt das Dokument im Endformat an, ohne Beschnitt.
- 5. Artbox:** Diese Box stellt den Objektrahmen dar, sie beschreibt den Seitenausschnitt, der beim Platzieren einer PDF-Datei in einem anderen Programm verwendet werden soll. Dieser Rahmentyp ist veraltet.
- 6. Bounding-Box (BBox):** Dies ist die kleinste Box, die sich um alle Seiten-Elemente ziehen lässt.



A3-Drucker

Wie oft habe ich schon darüber nachgedacht, mir einen Drucker zuzulegen, der mehr kann, als Din-A4-Blätter zu drucken? Das Vorhaben habe ich immer wieder verworfen, da ich meist „digital“ unterwegs bin. Das soll hier kein Druckertest werden, zu oft ist man nach der Anschaffung enttäuscht, wenn man ein Gerät empfohlen bekommt, zumal diese Drucker auch nicht billig sind. Wer sich aber dazu entschließt, sollte auf einige Dinge achten und einige Vorüberlegungen anstrengen. Diese Drucker sind für Poster, Baupläne und Layout-Kontrollen gut geeignet.

Braucht man das wirklich?

Überlegen Sie vor dem Gedanken zur Anschaffung eines solchen Druckers wie oft Sie bisher gedruckt haben und ob das bisherige A4-Format nicht ausreichend war. Haben Sie überhaupt den Platz dafür, auch für das größere Papierformat. Schauen Sie sich um, wie teuer die Verbrauchsmaterialien wie Toner und Papier sind. In diesem Zusammenhang MUSS man sich auf die Angaben der Hersteller verlassen können. Gerade bei Tonern sollte man keine Billig-Ware nehmen, weil sonst eine Garantie seitens des Herstellers nicht greift.

Tintendrucker oder Laserdrucker

Es ist schon interessant, sich einmal eine komplette Layoutseite auszudrucken, um zu sehen, wie diese Doppelseite später aussieht. Vorausgesetzt, man geht beim Layout nicht über das Din A4-Format hinaus. Zu Kontrollzwecken

sollte ein halbwegs günstiger Laser-Drucker, der nur schwarz/weiß druckt, reichen. Bei Tintendruckern im Format A3 gehen auch heute die Farb-Patronen richtig ins Geld. Wer es farbig möchte, kommt um ein teures Modell nicht herum, wobei es immer im Auge des Betrachters liegt, was teuer ist oder nicht.

Testberichte

Im Internet findet man genügend Testberichte zu Druckermodellen. Das schließt auch sogenannte Multifunktionsgeräte mit ein, die einem das Drucken, Scannen und Kopieren ermöglichen. Bei Amazon wird z.B. bei einigen Modellen damit geworben, dass man 6 Monate lang kostenlos drucken kann. Wer glaubt so etwas? Die Firmen wollen Geld verdienen, sie haben nichts zu verschenken. Achten Sie beim Kauf auch darauf, welches Modell Sie kaufen. Manchmal sind die Geräte zwar neuwertig, aber schon 2-3 Jahre alt. Achten Sie auch auf die Anschluss-Möglichkeiten wie WiFi, Netzwerk, Wlan, USB oder Ethernet.

Natürlich sind auch die Art der Installation, die Druckgeschwindigkeit, die Druckauflösung, der Duplex-Druck (beidseitiger Druck) sowie die Bedienung wichtig. Hewlett Packard wirbt z.B. mit sechsmonatigem kostenlosen Druck durch „Instant Ink“. Das sollte nicht das Hauptmerkmal Ihrer Wahl sein, denn irgendwann ist dieser Zeitraum abgelaufen.



Instant Ink

„Instant Ink“ bezeichnet ein Probe-ABO bei Hewlett Packard (HP) von 6 Monaten, in denen das Drucken gratis sein soll. Hier lese ich bei Amazon, dass man sich für diese Nutzung bis zum 5. Mai 2026 anmelden muss. Nach dem ABO kann man wohl noch einmal verlängern, aber bitte – das macht HP nur, um Kunden bei Laune zu halten. Auf der einen Seite sind die Verbrauchsmaterialien teuer und zum anderen werden Materialien anderer Hersteller meist blockiert.

Das Papier

Papier ist nicht gleich Papier. Man sollte sich an die Angaben der Druck-Hersteller halten. Stellen Sie vor dem Kauf eines A3-Druckers unbedingt fest, ob der Drucker auch tatsächlich A3 drucken kann. Das bedeutet, dass das Papier ein „Überformat“ haben muss, wie sonst sollte eine A3-Seite sonst passen. Meist wird das mit „a3+“, „Super A3“ oder „Super B“ bezeichnet. Dieses Papier misst oft 329 x 483 mm. Somit kann der Drucker das Papier an den Rändern „greifen“, ohne Bildteile abzuschneiden.

Zusatz-Funktionen

Multifunktionsgeräte sind immer interessant. Mit ihnen kann man Scannen, Kopieren und Faxe senden. Meist werden diese Funktionen mit einer hauseigenen Software verwaltet. Beim Scannen ist wichtig, dass man mehrere Dokumente in eine PDF-Datei scannen kann, auch Beidseitige. Hilfreich wären auch Archivierungsmöglichkeiten, um Dokumente schneller wiederzufinden. Diese Funktion muss man aber meist mit einer separaten Software abdecken. Hier gilt für den rechtssicheren Datenschutz das PDF/A-Format.

Ausblick

Über die Google-KI erfährt man, dass man sich einen guten Überblick über Drucker-Modelle, deren Funktionen und die Verbrauchsmaterialien auf der Website von [PrintAbout](#) informieren kann. Abrufbar sind hier Informationen über HP, Canon, Epson, Brother, Samsung, OKI und Kyocera. Dort kann man sich auch bei der Auswahl beraten lassen.

Scannen, Verwalten und den Überblick behalten

Für Publikationen, die man mit Affinity-Studio-Layout gestaltet, benötigt man ab und an gescannte Dokumente. Meist wird zu einem gekauften Scanner die Software gleich mitgeliefert. In den seltensten Fällen reicht diese Software aber aus. Wer aus seinem Scanner mehr herausholen möchte, kann auf Programme zweier Hersteller zurückgreifen. Zum einen ist dies die Firma **Silverfast** – hier muss man allerdings genau hinsehen, ob für den eigenen Scanner auch ein Treiber verfügbar ist. Die bessere Wahl fällt meiner Meinung nach auf die Software VueScan von **Hamrick**, die es auch in einer deutschen Version gibt.

Der richtige Scanner

Ein halbwegs erschwinglicher Scanner kommt von Epson. Der Epson Perfection V39. Mit diesem arbeite ich schon seit Jahren und er ist fast unverwüstlich. Natürlich gibt es auch andere, so von der Firma Canon, von Brother oder der Firma Plustek. Einige Hersteller locken mit hohen Scan-Raten wie 1200, 2400 oder 4800 dpi. Hier muss man allerdings erneut genau hinschauen, denn einige dieser Zahlen lassen sich nur durch eine sogenannte „Interpolation“ erreichen. Einfach erklärt werden bei dieser Variante zwei Pixel beim Scannen gemessen und ein Pixel mit einem Mittelwert (oft ein Grauwert) hinzugefügt. Das Scan-Dokument wird unnötig „aufgeblasen“. Also bitte davon die Finger lassen. Wer zu Hause einen Multifunktionsdrucker stehen hat, kann über die Scan-Einheit seine Dokumente genauso einlesen. Bei meist ausreichenden 300- oder

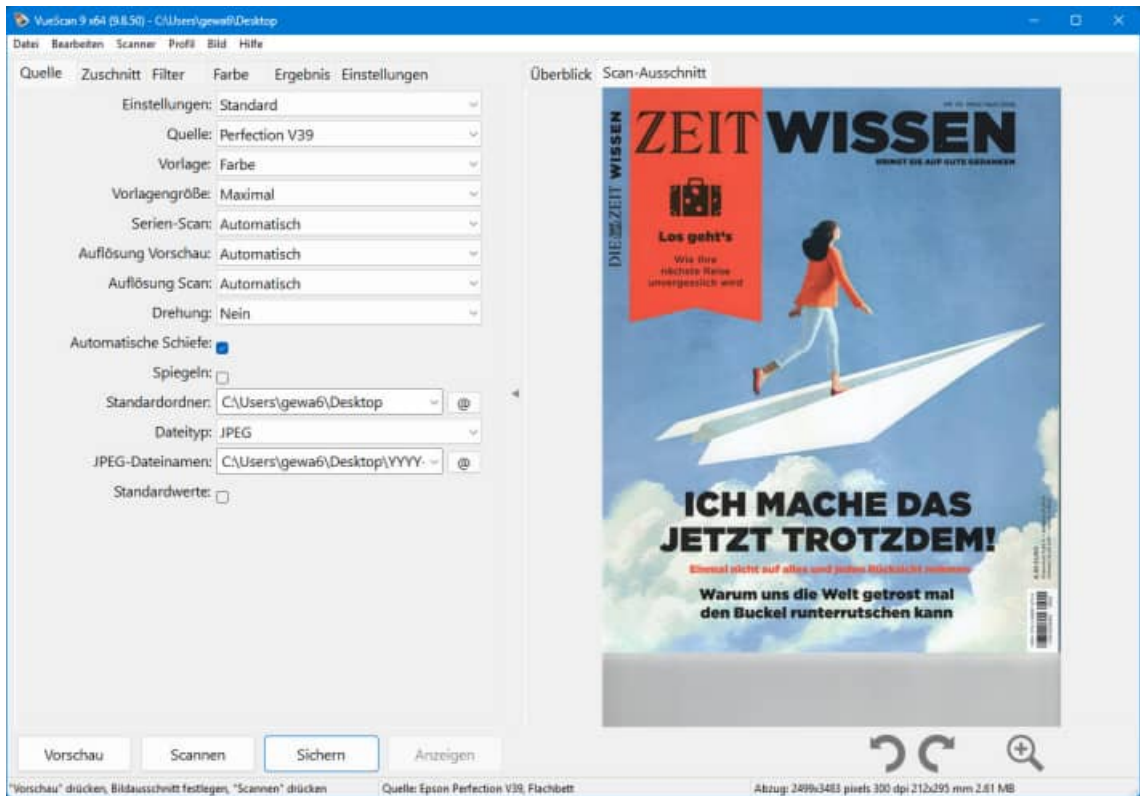


Scanner Epson Perfection V39

600 dpi wird man kaum einen Qualitätsverlust haben.

Die richtige Scanner-Einstellung

Heutige Scanner werden über eine Software gesteuert, meist über einen Twain-Treiber. Dieser Treiber garantiert die Kommunikation zwischen Scanner und Anwendungsprogramm. Möchte man nun ein Dokument 1 zu 1 in einer Publikation einsetzen, reicht eine Auflösung von 300 dpi. Soll zum Beispiel eine Postkarte oder ein Foto in einem späteren Druckprodukt in der tatsächlichen Größe abgebildet werden, wählt man in der Scanner-Software die Option Farbe mit 300 dpi. Möchte man ein Dokument nur mit Schrift, ohne Foto, abbilden, reicht die Einstellung Graustufen bei 300 dpi. Wenn man aus einem Dokument nur einen Ausschnitt verwenden möchte, scannt man die Vorlage mit 600 dpi und schneidet den gewünschten Bereich zu. Das gilt zum Beispiel auch für ein Plakat, auf dem ein Motiv größer



Die Scan-Oberfläche von Hamricks „VueScan“

dargestellt werden soll. Hier muss man die dpi-Zahl erhöhen, auf 600- oder 1200 dpi.

Was bedeutet DPI

Mit diesem Kürzel beschreibt man „Dots per Inch“, eine Maßeinheit für die Bildauflösung eines Dokuments. Es handelt sich um Druckpunkte pro Zoll. Bei 300 dpi hat man 300 Bildpunkte pro Zoll (2,54cm), bei 600 dpi dann 600 Bildpunkte pro Zoll.

Das Bearbeiten von gescannten Dokumenten.

Glauben Sie bitte nicht, dass ein gescanntes Dokument makellos ist. Kaum sichtbar können

sich Verunreinigungen auf der Glasplatte des Scanners befinden, die im gescannten Dokument sichtbar werden. Staub reinigt man am besten mit einem weichen und trockenen Tuch, hier bewirkt ein Microfasertuch wahre Wunder. Die Glasplatte sollte man generell nicht mit den Fingern berühren, da sich schnell Fettabdrücke bilden können. Fett und Schmutz bekommt man am besten mit einem sauberen Tuch und ein wenig Glasreiniger in den Griff.

Das Aufbereiten und Korrigieren von Dokumenten kann man am besten mit Photoshop oder Affinity-Studio-Pixel bewerkstelligen.

Zuerst gilt es, ein Dokument in die richtige Position zu drehen, wenn es verkehrt herum eingescannt wurde. Sichtbare Partikel entfernt man in Photoshop mit dem Stempel-Werkzeug, in Affinity-Studio-Pixel nimmt man dazu das Klonen-Werkzeug. In beiden Fällen wählt man mit der ALT-Taste den zu kopierenden / zu klonenden Bereich aus und übermalt damit die unsaubere Stelle.

Nun kommt es manchmal vor, dass beim Scannen einer Buchseite etwas Licht in den Scanner fällt, da sich der Scanner-Deckel nicht komplett schließen lässt, Bücher sind oft zu dick. Es entstehen zwei Effekte. Zum einen ist die Schrift etwas zu hell und zum anderen bilden sich am Rand eines Dokuments dunkle Schatten. Das passiert auch dann, wenn man die Doppelseite eines Dokuments einscannet. Der Schatten befindet sich dann in der Mitte der Doppelseite. Hier hilft die „Tonwertkorrektur“. Bitte nutzen Sie nicht die „Auto-Tonwertkorrektur“, sie ist zu ungenau und lässt keine Feinjustierung zu.

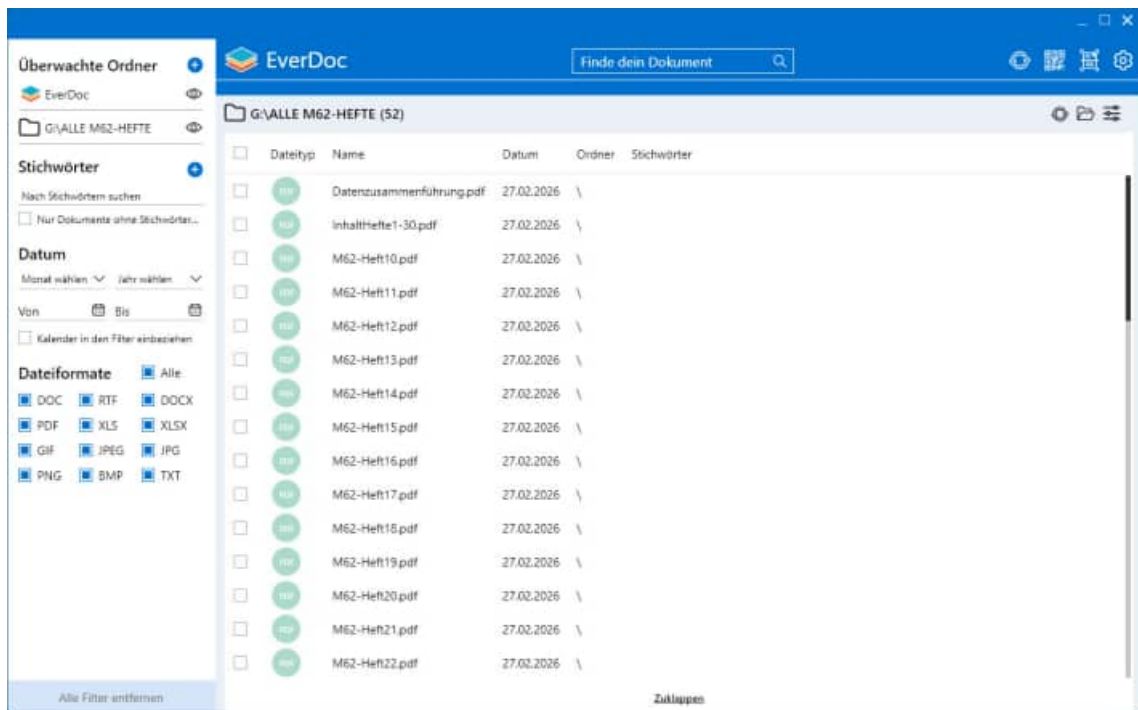
Im oberen Fenster des Dialogfeldes „Tonwert-Korrektur“ sieht man eine Art Diagramm. Auf der linken Seite dieses Diagramms sind die Schwarz-Werte des Dokuments dargestellt, auf der rechten Seite die Weiß-Werte. Manchmal fängt dieses Diagramm nicht ganz links an, sondern erst einige Schritte später. Wenn man nun den Regler für die „Schwarzstufe“ nach rechts zieht, wird im Diagramm oben eine weiße Linie sichtbar. Ziehen Sie den Regler so weit nach rechts, bis die weiße Linie an den Anfang des Diagramms stößt. Mit Hilfe der „Schwarzstufe“ kann Text in einem gescannten

Dokument dunkler gemacht werden. Mit Hilfe der „Weißstufe“ können Schatten in einem Dokument entfernt werden, auch durchscheinende Rückseiten. Dazu bewegt man den Schieberegler nach links. Hier muss man allerdings ein wenig acht geben, das bezieht sich immer auf das ganze Dokument. Eventuell muss man über die „Schwarzstufe“ eine erneute Korrektur vornehmen.

Sollten Sie gescannte Dokumente zuschneiden wollen, müssen Sie VORHER alle oben beschriebenen Schritte zur Optimierung vornehmen. Sonst gehen Ihnen zu viele Bildinformationen verloren und eine spätere Anpassung ist dann unmöglich.

Gescannte Dokumente für ein Projekt nutzen

Sollten Sie für ein Projekt viele gescannte Fotos und/oder Dokumente benötigen, dann machen Sie sich einen Plan. Schreiben Sie sich auf einen Zettel die Menge auf, die Sie brauchen. Scannen Sie alles, und legen die Dateien in einem separaten Ordner ab. Ich verwende für den Ordner meist den Namen „Gescannte Originale“. Nach den Anpassungen speichert man die Scans zum Beispiel in einem Ordner mit dem Namen „Bereinigte Scans“ ab. So hat man das Original und die verbesserte Version in separaten Ordnern, kann somit bei Unklarheiten immer wieder darauf zurückgreifen. Das artet manchmal in richtig viel Arbeit aus, aber gerade bei Kundenaufträgen verliert man hier schnell den Überblick. Kunden sind komische Menschen, sie kommen manchmal auf die Idee, ein Dokument in veränderter Form nachzureichen oder möchten, dass man in einem Dokument etwas



Die Oberfläche von „EverDoc“

retuschiert. Hier gilt es dann auch dafür zu sorgen, dass man das Dokument schnell wiederfindet. Vergeben Sie also bitte eindeutige Namen und sprechen Sie das mit dem Kunden vorher ab. Es ist wesentlich spannender, wenn man ein Dokument mit dem Namen „Präsentation Haus Nr.1 – Kellerräume“ sucht, anstatt ein Dokument mit dem Namen „123A-K-700“.

Scannen mit VueScan

Eine richtig starke Software der Firma Hamrick ist „VueScan“. Die Basis-Version gibt es für € 34,00, die Standardversion für € 65,00 – ich rate aber zur Professional Version für etwa € 130,00, da hier OCR möglich ist und die erweiterte

Version unterstützt das Scannen von mehreren Dokumenten über den Dokumenteneinzug sowie Dias. OCR heißt: „Optical Character Recognition“ und meint die automatische Texterkennung. Da gescannter Text ja ein Bild ist, kann man mittels OCR den Text so umwandeln, dass man ihn bearbeiten kann. Die Software ist verfügbar für Windows, Mac Os und Linux.

Wenn man sich einen Flachbettscanner, Dia-Scanner oder ein Multifunktionsgerät mit Scan-Einheit zulegt, wird meist eine Software zur Steuerung des Geräts mitgeliefert. Nach der Installation wird der Scanner unter Windows mit einem sogenannten Twain-Treiber ange-

sprochen. Wenn man halbwegs professionell scannen möchte, wird man mit der Scanner-Software nicht sehr weit kommen. Für gehobene Ansprüche empfehle ich VUESCAN von der Firma Hamrick. Eine wirklich tolle Software, die dem Anwender viele Einstellungen zur Steuerung des Scanvorgangs bietet. Positiv fällt auch auf, dass die Firma eine deutsche Internetseite bietet und die Software in 28 Sprachen läuft.

Man wirbt damit, dass man über 8000 Scanner von 42 Herstellern ansprechen kann, auch ältere Modelle sowie Modelle, die nicht mehr am Markt sind. Gescannt wird nach JPG, TIFF, RAW und PDF. Bei mehreren Scans wird der Dateiname automatisch durch eine fortlaufende Zahl erhöht. Im Internet findet man eine Liste der Scanner, die unterstützt werden. In regelmäßigen Abständen werden Updates der Software angeboten. Die Hilfe zum Programm verzweigt ins Internet, dort wird eine deutsche Übersetzung des Handbuchs präsentiert, die gut zu lesen ist.

Jederzeit kann man mehrseitige Dokumente scannen und in einer PDF-Datei sammeln. Auch Fotos lassen sich in einem Batch-Prozess massenweise scannen. In der Software selbst können viele Einstellungen vom Anwender selbst vorgenommen werden, die Software kann man sogar als Kopierer benutzen. Entscheiden Sie in den Einstellungen über das Ausgabeformat, die zu scannende Farbtiefe, je nach Scanner-Spezifikation über Bits pro Pixel, meist reicht hier 24 Bit aus. Sie können sich eine Vorschau des Scans anzeigen lassen, diese Vorschau auch abspeichern, Bereiche zu-

schneiden sowie Einstellungen während des Scan-Vorgangs steuern. Sollen Scans entrastert, geschärft oder geglättet werden. Hier sollten Sie nur das Entrastern zulassen, alle anderen Arbeitsschritte steuern Sie besser über Ihre Foto-Software.

Über die Einstellungen kann jeder entscheiden, wie viele Optionen am Bildschirm sichtbar sind, nur grundlegende, Standard- oder professionelle Optionen.

Verwalten mit EverDoc 2026

Da ich meine ganzen M62-Hefte verwalten muss, um auch alte Artikel wiederzufinden, habe ich mich entschlossen, eine Dokumentenverwaltung einzusetzen. Zur Verwaltung der eigenen PDF-Dokumente kann ich die Software „EverDoc 2026“ empfehlen. Sie kostet etwa € 20,00, arbeitet aber nur unter Windows. Mit ihr lassen sich PDF-, Word-, Excel-Dokumente verwalten, sowie die Bildformate PNG, JPG, GIF und BMP. Dokumente lassen sich sortieren nach Datum, Titel oder Schlagworten.

Auch eine Volltextsuche ist integriert. Dateien werden auch bei gängigen Cloud-Anbietern (Dropbox, OneDrive, Google-Drive) verwaltet. Zudem lassen sich Dokumente scannen, sie wandern direkt in das EverDoc-Archiv. Eine OCR-Funktion ist gleichwohl integriert. Die Software läuft unter Windows 11, 10, 8 und 7. Original-Dateien bleiben unangetastet, sie werden als Kopie in ein vorgegebenes Verzeichnis kopiert.

Tipps zur Seitennavigation

Schneller Seitenwechsel

Bei Facebook hat eine Anwenderin eine interessante Frage gestellt. Kann man in einem Layout-Dokument aus einem generierten Inhaltsverzeichnis die Seitenzahlen anklicken, um zu einer bestimmten Seite zu gelangen? Das geht natürlich nicht, denn das Verzeichnis ist ja nur generiert und würde die Seitenzahlen erst nach dem Export in eine PDF-Datei „anklickbar“ machen. Hier zeigt sich dann aber, das bei solchen Fragen einfach das Wissen fehlt, um mit Affinity-Studio optimal zu arbeiten. Die Idee eines Anwenders, der sich auf diesen Beitrag gemeldet hat, über das Panel „Anker“ die Seiten anzusteuern, funktioniert nur dann, wenn eben diese Anker auch vorhanden sind. Einen sicheren Weg findet man im Programm ganz unten links. Dort kann man die gewünschte Seitenzahl eingeben, und mit ENTER wechselt das Programm auf die gewünschte Seite. Die Anwenderin hatte diese Frage auch gestellt, weil sie im Panel „Seiten“ nicht „scrollen“ wollte. Dieser Weg ist oft genau so schnell wie das Eingeben der Seitenzahl.

Vorher angezeigte

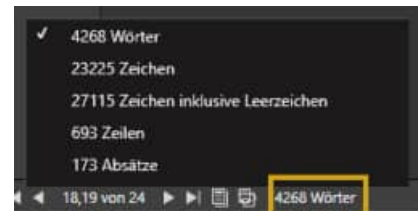
Mir völlig unverständlich hat man in der Affinity-Studio-Version 3 eine wichtige Funktion für die Seiten-Navigation herausgenommen. Konnte man im Publisher V2.6.5 noch unten links auf einen „gewundenden Pfeil“ klicken, um zwischen 2 Seiten hin und her zu springen, fehlt dieses Symbol völlig. Die Funktion ist aber nicht weg. Sie versteckt sich im Menü „Dokument – Seiten – Vorher angezeigte“. Leider kann man diese Funktion nicht auf eine Taste legen.

Eine Seite direkt ansteuern

Wie wäre es, wenn man mit einer Tastenkombination ein Menü aufruft, in dem man einfach eine Seitenzahl eingibt, um dorthin zu wechseln? Der Befehl dazu befindet sich im Menü „Dokument – Seiten – wechseln zu“. Diese Funktion kann man auf eine Taste legen.



Ganz unten links im Programm kann man über die Pfeile zu Layoutseiten springen oder durch Eingabe einer Seitenzahl direkt zu einer Seite.



Mit einem Klick auf die Anzahl der Wörter kann man zu einer anderen Ansicht wechseln.



Hier zu sehen ist das Symbol für einen Seitenwechsel in der Version 2.6.5. In Affinity-Studio fehlt es, wohl aber nur in der Windows-Version.



Über das Menü „Dokument-Seiten-Wechseln zu“ kann man direkt eine Seite eingeben.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

AFFINITY STUDIO 3

STILVOLL GESTALTEN **6**