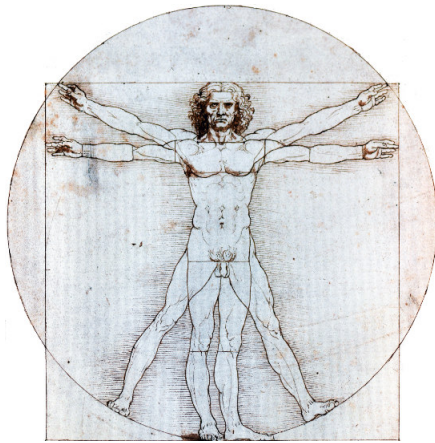


Feine Sinne
für Design



Grafische Dienstleistungen
Print, Media und Webdesign

Die kleinste Falze
ist ein Meisterwerk



Leonardo da Vinci, Designer

Inhalt

Wer wir sind

Über uns.....	01
Firmenentwicklung.....	02

Unser Angebot

Überblick.....	03
Dienstleistung	04
Printmedien.....	07
Design und CI	13
Web-Design.....	15

Weitere Betätigungsfelder

Digitale Kunst.....	17
Fotografie	18

Tipps / Rechtliches

Ratschläge für den Hausgebrauch.....	19
Hauptakteure	22
Impressum.....	24

Über uns

Zu Beginn gleich eine Untertreibung hinsichtlich 2cats|design: Es sind keine zwei, es sind sechs. Wo zwei Katzen wohnen, finden auch sechs Katzen Platz. Damit gleich zur persönlichen Seite: Seit über 35 Jahren ist Tierschutz ein Haupt-Thema, und unsere Protagonisten stammen teils direkt aus dem eigenen Haus, überwiegend jedoch aus Tierheimen in Spanien. Womit gleich geklärt wäre, daß wir unser Gewerbe natürlich rein zum Broterwerb unserer Katzen betreiben ...

Würde Leonardo da Vinci heute unter uns weilen, so hätte er sicher zunächst mal Freude an den heutigen Möglichkeiten hinsichtlich grafischer oder bildender Gestaltung, an den neuen Werkzeugen und den Ideen, die sich bei deren Anwendung ergeben können. Und er könnte feststellen, daß sich der Weg von einer Idee bis zum fertigen Bild, zur fertigen Statue oder bis zum fertigen Bauwerk vom 16. Jahrhundert bis heute kaum verändert hat. Am Anfang steht immer noch eine Idee, die es mit Inhalt zu füllen und zum Leben zu erwecken gilt. Die technischen Möglichkeiten haben sich gewandelt, die Kreativität als Triebfeder ist jedoch immer noch die gleiche.



Und da Vinci hatte Katzen. Es ist unbekannt, wie viel seines Einkommens er für Katzenfutter aufwenden musste, aber sie müssen beruhigende Wirkung auf ihn gehabt haben. Anders lässt sich sein Lebenswerk nicht erklären.

Firmenentwicklung

Begonnen hat alles in den 80er Jahren, in denen man seine Zeit auf dem Gelände des Reit- und Fahrverein verbrachte, während gleichzeitig die ersten Commodore-Computer angeschafft wurden. Der Computer war Neuland, in jeder Beziehung – eine Maschine, die alles versprach, aber im Anfang nicht konnte: Sie musste programmiert werden. Software in diesem Maße gab es kaum, von Freeware war man noch Jahrzehnte entfernt, also mußte man ihr das, was man damit anstellen wollte, selber verklickern. Eine Herausforderung. Somit verbrachte man seine Zeit nach Schule und anderen Hobbies sprichwörtlich als erste „Nerds“ nächtens vor den Computern. Und da es außer einem äußerst dicken Programmierer-Handbuch keinerlei andere Hilfsmittel gab, lernte man neben dem Programmieren auch, Lösungen in fast ausweglosen Situationen zu finden.



Aus zwei Interessen wurde also eine – es galt, bei Voltigier-Turnieren des Vereins die Ergebnis-Ermittlung vom Taschenrechner auf den Computer zu übertragen. Dies war absolutes Neuland und sprach sich rum, so daß bald viele umliegende Vereine diese Dienstleistung in Anspruch nahmen. Da nicht nur die Nachfrage, sondern auch die Möglichkeiten wuchsen, konnten wir 1992 die Weltmeisterschaften in Heilbronn sowie die Weltmeisterschaft 2000 in der Mannheimer Markthalle ausrichten – gefolgt von vielen anderen Veranstaltungen im In- und Ausland.

Parallel dazu entstand mit dem grafischen Design ein anderer Dienstleistungszweig, da viele Turnierveranstalter spontan Sonderprüfungen abgehalten haben, zu denen vor Ort Urkunden o. ä. benötigt wurde. Nach einer „Schaffenspause“ ab 2005 haben wir die Geschäftstätigkeiten 2021 wieder aufgenommen – natürlich nicht mit Commodore-Computern.

Angebot im Überblick

Grafische Dienstleistungen:

Wir entwerfen, entwickeln und designen Ihre Drucksachen von der ersten Idee bis zur fertigen Druckvorstufe.

- Prospekte, Flyer und Werbebroschüren
- Vereins- oder Hochzeitszeitschriften
- Geschäftsausstattung
- Klapp- und Einladungskarten
- Kataloge / technische Dokumentationen
- Verpackungsdesign
- Verkaufsmittel und Werbedisplays
- Vektorisierung / Nachbearbeitung

Beratung bei

- Erstellung / Verteilung von Werbemitteln
- Entwicklung von Druckerzeugnissen
- Erstellung von CI-Styleguides

Textsatz

- Textsatz / Buchtextsatz nach typographischen Gesichtspunkten bzw. nach neuen typographischen Regeln
- Auf Wunsch Korrekturlesung vorgegebener Texte

Internet- / Webdienstleistungen:

Planung und Entwurf Ihrer Internetseite:

- Konnektierung Ihrer Präsenz
- Entwicklung Ihrer Webseite mit HTML, CSS und PHP
- Kurzanimationen
- Formular- und Emailleinbindung
- Pflege und Aktualisierung der bestehenden Präsenz

Foto-Arbeiten

- Erstellung von Fotografien für Drucksachen oder Webseiten
- Bildretouche

Datenkonvertierung

- zwischen verschiedenen (Grafik-) Systemen

Mit unseren Partner liefern wir:

- Fahrzeug- und Werbebeklebungen
- Schilder und Plakate
- Gravuren
- Wegeleitsysteme
- Außenwerbung, Leuchtkästen, Stehlen und Großdrucke

Dienstleistungen

Unsere grafischen Dienstleistungen im Einzelnen:

Seit den 90er-Jahren sind wir aktiv in allem rund um die Themen Grafik-Design, Layout, Textsatz, Bildbearbeitung, Web-Design, Beratung und aller diesbezüglichen Dienstleistungen. Hierbei wenden wir uns in erster Linie an kleine Unternehmen, da hier selten eine eigene Marketing- oder Grafikabteilung vorhanden ist.

Es muß nicht immer von uns eine Drucksache erstellt oder eine Webseite umgesetzt werden. Die technischen Möglichkeiten erlauben es, daß der Kunde selber „Hand anlegt“ und seine Drucksachen im Haus gestalten will und er dabei möglicherweise auf Probleme trifft. Hier stehen wir hilfreich zur Seite und unterstützen bei der Planung, Vorbereitung und Umsetzung. Und dies bei folgenden Themen:

Print (Substanz- und Akzidenzdruck)

- Beratung hinsichtlich Verwendbarkeit, Format, Farbgestaltung, Schriftwahl, Layout und Papier
- Erstellung und Verteilung von Werbemitteln



Textsatz

- Textsatz / Buchtextsatz nach typographischen Regeln und Gesichtspunkten
- Auf Wunsch Korrekturlesung vorgegebener Texte



Internet-/Webdienstleistungen

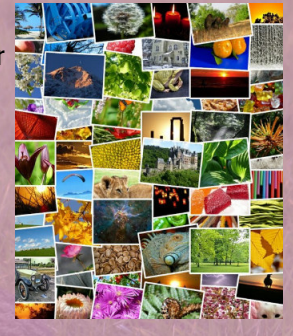
- Planung und Entwurf der Internetseite
- Konnektierung der Präsenz
- Hilfe bei der Einrichtung / Email-Konten



Datenkonvertierung

Beim direkten Datenaustausch mit unseren Kunden arbeiten wir mit folgenden Produkten oder können folgende Daten direkt verarbeiten oder einlesen:

- Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator, Draw, Sketch
- CorelDraw
- Affinity Photo, Designer und Publisher
- Scribus
- Microsoft Word*, Excel*, PowerPoint**, LibreOffice*
- InkScape
- Gimp
- ArtRage / ArtRage Vitae (Android)
- FreshPaint**
- Autodesk SketchBook*
- Krita
- MediaBang



Formate generell, wenn nicht oben bereits genannt:

- pdf, eps, ai, dxf, wmf, swf, gängige Rasterformate

Andere Formate nach Absprache.

* Daten dieser Formate werden generell in unser Textsatzsystem übertragen und typographisch überarbeitet.

** Daten werden generell konvertiert und bearbeitet, da das Ausgangssystem nicht CMYK-fähig ist.

Foto-Arbeiten

- Erstellung von Fotografien für Drucksachen oder Webdesign
- Bildretouche



Unsere Partner

Was wir nicht (liefern) können, können andere: In Kooperation mit angeschlossenen Dienstleistern liefern wir oder vermitteln Kontakte für

- Fahrzeug- und Werbebeklebungen
- Schilder und Plakate
- Gravuren
- Wegeleitsysteme, Außenwerbung, Leuchtkästen, Stelen und Großdrucke

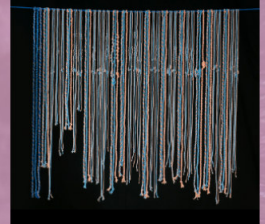


Printmedien

Seit den ersten frühen Zeichnungen kommuniziert der Mensch nicht nur direkt, sondern auch mittels Bild- und Schriftsprache. Es ist bis heute nicht nachhaltig geklärt, ob im Anfang kulturelle oder religiöse Aspekte eine Rolle spielten oder die Weitergabe von Informationen, neben der Schaffung von Kulturgütern in Form von Abbildungen oder Gegenständen ist es aber die Schrift, die wegbereitend war für Entstehen und Ausbreitung ganzer Völkergruppen und Reiche. Egal, ob diese „Schrift“ sich äußerte in den südamerikanischen Quipus (Schnüre, in diese Knoten geschlagen wurden und die Information quasi in diese Knoten „chiffriert“ wurde), der Bilder-Schrift der alten Ägypter oder den Runen und Schriftzeichen, die heute gängig sind: Schrift ist Information, und Information bedeutet Vorteil im Wissen, in der Kommunikation und der Planung.

Quipu-Schrift der Inkas

Einige Schriften entstanden aus Bildsymbolen und hatten dort eine konkrete Bedeutung auf Grundlage der Darstellungen – die Hieroglyphe für „Haus“ beispielsweise zeigt ein selbiges im Grundriss. Die schiere Größe der Zahl „100.000“ wird dargestellt durch einen einfachen Mann, der die Hände an den Himmel hebt. Unsere „neu erfundene“ Kommunikation der Schrift in Bildsymbolen („Emojis“) ist also gar nicht so neu, sondern ein Rückgriff auf alte und bewährte Gewohnheiten. Und auch Schriften, deren Wörter sich aus Buchstaben zusammensetzen, werden gelesen wie Bilder, nicht wie Buchstaben (sofern man eine Schriftsprache dann beherrscht). Niemand muß das Wort „Ball“ erst für sich buchstabieren, das Wort „Ball“ wird als Bildsymbol erkannt.

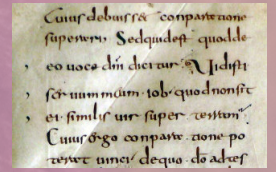


Mit der Einführung der Runen oder der lateinischen Schrift und arabischen Ziffern änderte sich die Art der Wortbildung (nämlich aus Buchstaben) und zusammen mit unserer Schrift wurde die Typographie geboren, also ein Regelwerk für das Ausgestalten von Wörtern und Sätzen. Zu Anfang wurden Text von Hand erfasst, Schreiben als solches war eine Kunst und hatte meditativ-religiösen Charakter; zu sehen an den regelrechten Bildern, wie sie in den Skriptorien der Klöster entstanden. Mit der Massentauglichkeit der Schriftstücke durch Einführung des Buchdruckes kam es nun auch darauf an, den Text nicht nur inhaltlich, sondern optisch aufzuwerten - im Sinne einer besseren Erfassbarkeit. Ein nach diesen Regeln abgefasster Text liest sich besser, das Auge kann sich am Text festhalten und sich auf die Nachricht konzentrieren, da „Störfaktoren“ vermieden werden.

Aus diesem Grund gelten Textsatz und Typographie unserer besonderen Aufmerksamkeit. So wie ein Koch natürlich Speisen zubereitet, im Rahmen seiner Ausbildung aber auch lernt, wie man diese wirkungsvoll anrichtet, so ist ein fachgerechter Umgang mit der Materie „Text“ die Grundlage textlicher oder grafischer Arbeiten. Viele besitzen Microsoft Word oder vergleichbare Produkte, diese dienen aber der Korrespondenz und sollten leicht bedienbar sein; mit diesen Werkzeugen entstehen Geschäftsbriefe, aber kein Text nach typographischen Gesichtspunkten.

Frühen karolingischen Minuskel, vermutlich 765

Wir sind langjährig schriftverliebt und haben uns mit dem fachgerechten Textsatz intensiv beschäftigt. Dazu gehört unter anderem das Wissen um die Entstehung der ersten Schriftschnitte und Satz von der Hand oder später mit Systemen die Linotype©, den richtigen Umgang mit Absatz- und Zeilenabständen, geeigneten Schriftarten oder Regeln hinsichtlich Trennung und (optischem) Randausgleich. Typographie verlangt neben den richtigen Tools in erster Linie handwerklicher Basis, ein Gespür für Details, Kenntnis der typographischen Regeln und eine Affinität zum gesetzten Text und zum Medium Papier. Wir bieten daher



- Textsatz / Buchtextsatz nach typographischen Gesichtspunkten bzw. nach neuen typographischen Regeln
- Beratung bei der Auswahl der richtigen Schriftart und des richtigen Papiers
- Auf Wunsch Korrekturlesung vorgegebener Texte

Wir entwerfen, entwickeln und designen Ihre Drucksachen von der ersten Idee bis zur fertigen Druckvorstufe

- Prospekte, Flyer und Werbebroschüren
- Vereins- oder Hochzeitszeitschriften
- Geschäftsausstattung von der Logoerstellung bis hin zu Briefpapier, Visitenkarte oder speziellen Formularen
- Werbeanzeigen für Tageszeitungen, Broschüren oder andere Zwecke
- Klapp- und Einladungskarten
- Kataloge und technische Dokumentationen
- Verpackungsdesign
- Verkaufsmittel und Werbedisplays
- CD-/DVD-Cover für Musik- oder Software-Datenträger



Feine Sinne für Design

Beispiele

1991 - 1997 und 2022: Magazin des FC Sportfreunde Heppenheim



Arbeiten für BAUHAUS

Abbildung	Bezeichnung	Artikel-/Lohn 122	Grundmaß
	Zaunfeld Occent Rahmen: Stahl 20 x 30 mm und 40 mm Füllblech: 20 x 17 mm, 18 mm Höhe und Breite: 1.000 mm, 1.935 mm Gewicht: 1,80 kg/m² Oberfläche: 1,80 kg/m²	961012 961014 961016 961018 961020	1.000 mm
	Zaunfeld Occent diagonal Rahmen: Stahl 20 x 30 mm und 40 mm Füllblech: 20 x 17 mm, 18 mm Höhe und Breite: 1.000 mm, 1.935 mm Gewicht: 1,80 kg/m² Oberfläche: 1,80 kg/m²	961019 961021 961023 961025 961027	1.000 mm
	Zaunfeld Occent Rahmen: Stahl 20 x 30 mm und 40 mm Füllblech: 20 x 17 mm, 18 mm Höhe und Breite: 1.000 mm, 1.935 mm Gewicht: 1,80 kg/m² Oberfläche: 1,80 kg/m²	961028 961030 961032 961034 961036	1.000 mm
	Zaunfeld Occent diagonal Rahmen: Stahl 20 x 30 mm und 40 mm Füllblech: 20 x 17 mm, 18 mm Höhe und Breite: 1.000 mm, 1.935 mm Gewicht: 1,80 kg/m² Oberfläche: 1,80 kg/m²	961037 961039 961041 961043 961045	1.000 mm

Die Abbildungen zeigen die schematische Darstellung der Zaunmontage am Torpfosten.
(Befestigungs-Zubehör siehe Seite 9)

07

Alle Maße sind Zirkel-Maße. Irrtümer und techn. Änderungen vorbehalten.

accent
Tore + Zäune

SECORINO
Tore • Zäune • Stützsysteme

Arbeiten für OBI und HORNBACK

alles in **OBI** 



Castello
Fenstergitter, Tore und Zäune

Sicherheit ums Haus -
das **Castello**-
Komplettprogramm

- Fenstergitter
- Tore
- Einfahrtstore
- Zaunfelder
- Gartentore

bolero
HORNBACK
BAUMÄRCKTE + GÄRTENMÄRCKTE



bolero
Fenstergitter, Tore und Zäune

Sicherheit ums Haus:
das **bolero**-
Komplettprogramm

- Fenstergitter
- Tore
- Einfahrtstore
- Zaunfelder
- Gartentore

Schmiedeeisen-Prospekt

bima[®]
INDUSTRIE+SERVICE GMBH



Heiße Eisen ...





Gastronomie-Flyer

Richtig Hunger?
Ess' was Vernünftiges!
 Täglich wechselndes **Mittags-Menü**
Wochen-Spezial
 Abendkarte mit bewährten Speisen
Genuss in Hülle & Fülle
www.schlemmreck.de

Es wird gegessen, was auf den Tisch kommt!
Nö.
Ess', was Du willst!
 Täglich wechselndes **Mittags-Menü**
Wochen-Spezial
 Abendkarte mit bewährten Speisen
Genuss in Hülle & Fülle
www.schlemmreck.de

Einladungskarte und Etiketten in Hochformat

Vertical text on the right side of the cards: **Wiedersehen**

Text on the bottom left card: **Wiedersehen**

Text on the bottom right card: **Wiedersehen**

hypo CRAS

Sewerzweg, 13. Jhrc.

ADIS
Zimt
Rum
Doris
Netken
Maskat
KORIANDER

Geschäftsausstattungen



thomas wagner
Heizungsbau
 Darmstädter Straße 107
 64625 Bensheim
 Tel./Fax: (0625) 747 48



Plücker & Keil
HOLZBAU

Plücker & Keil - Sportplatzstraße 10 - 64668 Rimbach

Sportplatzstr. 10 - 64668 Rimbach

Tel.: 0 62 53 / 8 66 63 - Fax: 2 15 60
 Barverbindungen: Webshop! Webshop! Webshop! Webshop! Webshop! Webshop!
 Webshop! Webshop! Webshop! Webshop! Webshop! Webshop!

HSD Handels GmbH
 Hardware - Software - Dienstleistung
 Die Ammenwiese 8
 68642 Bürstadt
 Tel. (06206 / 79040)
 Fax (06206 / 79042)




thomas wagner
Heizungsbau
 Darmstädter Straße 107
 64625 Bensheim
 Tel./Fax: (0625) 747 48

Heinz Neumann
 Geschäftsführer

Design & CI

Eine Broschüre, ein Flyer oder ein Vereinsmagazin sind nicht auf einmal da. Ein neues Firmenlogo entsteht gerne spontan in einer Blitzeingebung, von dieser Idee bis zum fertigen Logo ist es aber ein gewisser Weg. Hierzu sind viele Dinge zu beachten, egal um welches Endergebnis es geht: Um welche Zielgruppe geht es und wie erreiche ich diese am besten? Welche Art der Werbung ist die richtige? Möchte ich eine universelle Lösung für viele Einsatzzwecke oder oder zielgerichteter nur für einen? Und wie sieht mein Budget aus – kann ich au dem Vollen schöpfen oder muß ich mein Vorhaben optimieren, damit die vorhandenen Mittel ausreichen, um das Ziel zu erreichen?



Zur Festlegung der gestalterischen Merkmale hat sich schon länger der Begriff „CI“ eingebürgert – zu neudeutsch „Corporate Identity“, also die Identität, wie das Unternehmen sie verstanden wissen möchte. Der Begriff „Corporate Design“ meint das selbe. Beide Begriffe bedeuten die Schaffung von Standards und Richtlinien, die bei (meist grafischen) Auftritten einzuhalten sind, um diesen Auftritt immer und an jeder Stelle einheitlich und wiedererkennbar zu machen. Zu diesen Standards gehören u. a.

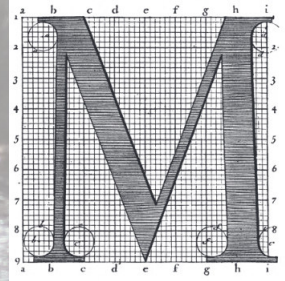
- die Festlegung der verwendeten Farben in Print, Web, Folienplot und anderen Stellen,
- Festlegung der Hausschrift in den möglichen Größen und Schnitten sowie
- Festlegung der Proportionen in Drucksachen verschiedener Art

Sind dem Unternehmen diese Dinge klar, gilt dies aber nicht zwingend für Dienstleister, die mit Aufträgen betraut werden und die diese Vorgaben kennen und umsetzen müssen. Daher ist eine CI-Vorgabe das Pflichtenheft jedes Unternehmens, das sicherstellen will, daß wirklich der gesamte Auftritt wie aus einem Guß wirkt. Die Farbangaben in allen Schattierungen zum Beispiel werden hier festgelegt auf Grundlage von Paletten wie HKS, RAL, CMYK oder Focoltone und sind somit standardisiert. Gleiches gilt für die Schrift in Farbe, Schnitt und beispielsweise Laufweite. Selbst der Abstand des Firmenlogos von Schrift oder anderen Elementen kann hier fest definiert werden und lässt dann schon von weitem erkennen, um welches Unternehmen es sich handelt – in der Entstehung kompliziert, hinterher eine Erleichterung.

Entwicklung von Standards

Ihre Firma ist bereits etabliert oder Sie sind ein „StartUp-Unternehmen“ – in beiden Fällen gilt es, einen in sich geschlossenen Außenauftritt einzuhalten, diesen zu schaffen oder Bestehendes sinnvoll zu überarbeiten. Als Newcomer haben Sie das leichtere Spiel, da Sie Ihre Ziele und Vorhaben kennen und nun einen Rahmen schaffen können, der alle Bereiche berücksichtigt. Bei bestehenden Umgebungen kann ein Blick auf das Vorhandene nützlich sein hinsichtlich einer Überarbeitung. Wir unterstützen Sie:

- Definition eines gesamtheitlichen Außenauftritts („CorporateDesign“)
- Prüfung der Einsatzmöglichkeiten in der Werbung: Ist mein Logo sinnvoll auf Fahrzeugen oder Schildern einsetzbar?
- Einheitliche Optik: Das Layout Ihres Unternehmens muß sich gleichmäßig überall wiederfinden u. v. m.



Design von Logos

Wir entwickeln für Sie und mit Ihnen

- Firmen- und andere Logos
- Layouts und Vorlagen für Werbeanzeigen
- Templates für Formulare

Von uns entwickelte Firmen- oder Produktlogos



HSD Handels GmbH
Hardware - Software - Dienstleistung
Die Ammenwiese 8
68642 Bürstadt
Tel. (0 62 0 6 7 7 9 0 4 0)
Fax (0 6 2 0 6 7 7 9 0 4 2)

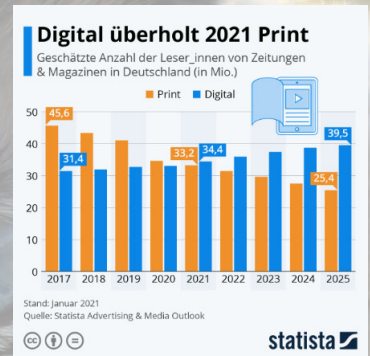


Heinz Neumann
Geschäftsführer

Webdesign

Brauche ich wirklich eine Internet-Präsenz? Um es kurz zu machen: Nein. Als alteingesessenes Unternehmen leben Sie von Mund-zu-Mund-Propaganda, Ihre Dienstleistungen haben sich rumgesprochen und Ihre Auftragsbücher sind voll - warum ein weiterer Auftritt? Zudem ist die mit Arbeit verbunden, und neue Medien - nun ja ...

Aber was ist mit Ihrer Dienstleistungen, dem Verkauf Ihrer Produkte und allen Neuerungen, die Sie Ihren Kunden auf diesem Weg zu bieten haben? Wer setzt Sie über Ihre neuen Produkte, neuen oder verbesserten Dienstleistungen oder technische Fortschritte ins Bild, wenn nicht Sie selber? Sie sind lange am Markt, Sie wissen, wie der Hase läuft - Ihre Kunden ebenfalls? Und welches Medium informiert Ihre Kunden schneller und dynamischer über Ihr Portfolio, über Ihre neuen Möglichkeiten oder Innovationen als Ihre Web-Seite?



Für Neueinsteiger, also gerade entstehende Unternehmen („StartUps“) sollte sich diese Frage nicht stellen. Hier gilt es, sich eine Nische zu sichern, sich am Markt zu etablieren und in erster Linie mit sich und seinem Angebot einen Namen zu machen. Laut aktueller Statistiken und Marktanalysen sind Werbeanzeigen in Tageszeitungen im Schwinden, da die Tageszeitungen selber im Schwinden sind – die Welt geht auch hier online.

Nicht zu vergessen bei dieser Entwicklung ist, daß weder Tageszeitung, noch Prospekt oder Werbeflyer einen kürzeren Feedback-Draht zum Kunden haben als Ihre Internetseite. Ihre neuen technischen Möglichkeiten in der Zeitung des kommenden Wochenendes finden Ihre Kunden schon heute auf Ihrer Web.Seite, können mit Ihnen in Kommunikation treten und sich aus erster Hand informieren. Ihre Erweiterungen der Dienstleistung liegen Ihren Kunden sofort vor – sie müssen sich diese Informationen nicht holen, sie werden Ihnen gebracht.

Als Dienstleister für Design, Print und Web finden Sie bei uns eine stimmige Außenpräsentation aus einer Hand. Vorhandene Werbung, Prospekte und anderes können an das Design Ihrer Web-Seite angepasst werden und sind aus einem Guß. Bei kompletten Neuentwicklungen können sämtliche Aspekte (Print, Außenwerbung und Web) zusammenfließen und sorgen für einen einheitlichen Auftritt.

Unser Web-Angebot im Detail:

- Beratung schon im Vorfeld bei allen Fragen – egal ob reine Kontakt-Seite, Information oder komplexe Firmen-Seite.
- Durchführung sämtlicher administrativer Arbeiten bei der Konnektierung Ihrer Web-Seite
- Wir sind STRATO-Partner und übernehmen alle Schritte zur Anmeldung, Freischaltung und Einrichtung Ihrer Web-Seite, inklusive Einrichtung der Email-Postfächer.
- **keine** Angebote aus dem Baukasten!

Unsere Web-Seiten werden mit dem Kunden zusammen geplant und individuell für ihn umgesetzt - es wird kein „Baukastensystem“ verwendet, bei dem jede Web-Seite aussieht wie die andere. Dabei spielen neben der grafischen Gestaltung auch die „Useability“ eine Rolle, also ein klarer Aufbau, ohne lange nach Inhalten suchen zu müssen.

- Planung bei Aufbau zusammen mit dem Kunden – vom Logo über Farbgestaltung und geplante Inhalte bis zur Menüführung.
- Programmierung in HTML, CSS und PHP.
- Auswahl von Foto-Material (auf Wunsch werden diese erstellt) und anderen Inhalten.
- Beachtung der rechtlichen Aspekte (Impressum, Datenschutzbestimmungen etc.).
- Optimierung in den Suchmaschinen
- Weitere Betreuung nach Online-Schaltung – ist die WEB-Seite fertiggestellt, sind die Änderungen und Pflegearbeiten des ersten halben Jahres im Preis enthalten.

Beispiel-Webseite: Restaurant Da' Angelo, <https://www.jahnalle-mosbach.de>



Digitale Kunst

... als Hobby und Dienstleistung

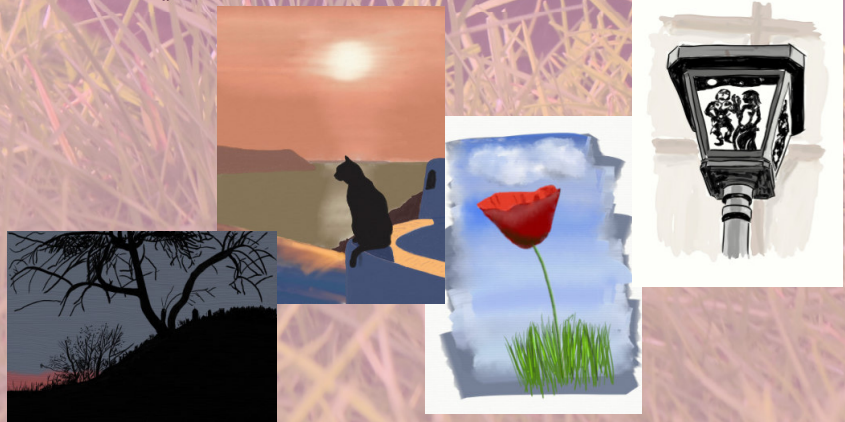
Bei der Beschäftigung mit grafischem Design und Typografie ist es nicht selten, daß man sich auch über kurz oder lang mit digitaler Fotografie oder Malerei zu beschäftigen beginnt. Am Anfang standen Fotoretouches und Bildverfremdungen. Inzwischen gibt es für „digitale Künstler“ eine Reihe von Hard- und Software-Tools am Markt, welche völlig neue Möglichkeiten schaffen, ohne die Nachteile einer analogen „Saurei“ mit echter Ölfarbe, Verdünnern und entsprechender Flecken in Kauf nehmen zu müssen.



Bei der Entstehung der unten stehenden Bilder wurden und werden eingesetzt:

- ArtRage Vitae (Ambient Design) auf PC-Workstation, Lenovo X1 (Windows 10) und Galaxy Tab A (Android)
- Grafiktablets Wacom Intuos 3, Ugee M708 und Huion Kamvas 16 Pro

Beispiele aus unserem „Atelier“



Digitale Fotografie

... als Hobby und leider z. Z. vernachlässigt.

Fotografieren MUSS – kommt leider ab und zu zu kurz ...

Wir verwenden:

- CANON EOS 760D und diverse Objektive
- Hier und da noch die gute alte Olympus Camedia 3050
- Handy-Kamera - die beste Kamera ist sowieso immer die, die man gerade dabei hat!

Beispiele für Fotografie



Tipps für den Hausgebrauch

Nach eigenen und jahrelangen Erfahrungen: Man sieht, in wie weit sich der Verfasser eines grafischen Schriftstückes mit der Materie beschäftigt hat oder einfach nur – salopp gesagt – in die Tastatur haut. Es gibt einige einfache Regeln, die dafür sorgen, dem entgegenzuwirken. Ohne Anspruch auf den „Bachelor of Arts“ oder Software, die Unsummen kostet und den Laien überfordert. Es geht auch nicht darum, den Stand des Grafikers mit diesen Hinweisen arbeitslos zu machen, aber gerade für den privaten Gebrauch gibt es genug Gelegenheiten, bei denen ein „Profi“ schlicht nicht konsultiert werden muß, und wenn es nur um einen Aushang für die Hausgemeinschaft geht. Und um genau diese privaten „Kleinstauflagen“ geht es hier.

Die moderne Technik ist hier Fluch und Segen zugleich, und nicht alles, was geht, darf oder sollte man machen. Weniger ist mehr, auch im grafischen Bereich.

Zu den Fachbegriffen, die mit „*“ gekennzeichnet sind, verweise ich aufgrund der Informationsmenge auf Erklärungen aus dem Internet – diese Tipps sollten eingängig bleiben.

1. Räumen Sie auf – Teil I

PCs unter Windows oder AppleOS warten schon nach der Installation mit zahllosen Schriftarten auf, zudem kann man an jeder Ecke kostenlose Fonts finden. Lassen Sie die System-schriftarten in Ruhe (diese werden gebraucht), und vom Rest schmeißen Sie die Hälfte weg. Die brauchen Sie nicht. Die erste Katastrophe droht nämlich, wenn der Computerbesitzer demonstrieren möchte, welche tollen Schriftarten der PC so hat, und diese alle auf einen Schlag in einem Dokument unterbringt. Das beweist Sammelwut, keinen guten Geschmack. Beschränken Sie sich auf maximal zwei Schriftarten, zum Beispiel eine sog. Groteste* und eine Schreibschrift als Headline.

2. Räumen Sie auf – Teil II

Überlegen Sie sich, was Sie kommunizieren wollen und wer der Empfänger ist. Auch hier ist weniger mehr, und ausführlicher Text lässt die Information unter Umständen in den Hintergrund rücken. Nutzen Sie Schlagworte in fetten Buchstaben und heben Sie die Kernaussagen hervor. Gerade Aushänge oder Plakate für die Party müssen im Vorbeigehen erkennbar sein.

3. Räumen Sie auf – Teil III

Die aussagekräftigsten Fotos sind die in schwarz-weiß; auch wenn Ihr Drucker Farben kann, darf man es nicht übertreiben. Wie bei den Schriften: Die Information sollte nicht in Farben davonschwimmen.

4. Lernen Sie Ihr Handwerkszeug kennen

Word & Co sind keine Satzsysteme, aber besser als ihr Ruf – wenn man die richtigen Einstellungen kennt. Hierzu gehört sicher die Rechtschreibüberprüfung (die eigenen Fehler übersieht man gerne), und Rechtschreibfehler sind meist peinlich. Auch ein Blocksatz* kann häßlich werden, wenn man die Silbentrennung nicht einschaltet: Löcher im Text sind vorprogrammiert und hemmen den Lesefluß.

5. Lassen Sie Freiraum

... um den Text und die Bilder. Gerade Text braucht diesen Freiraum, entweder zum Rand des Blattes oder zur Umrahmung, denn der Text in einem sichtbaren Rahmen sitzt. Lassen Sie rundherum bis zu 3 mm Platz, das sorgt für eine leichte Erscheinung.

6. Textmöglichkeiten: Dos and Don'ts

Schrift kann digital manipuliert oder mit „Auszeichnungen“ versehen werden, hier gibt es mehrere Fallstricke:

- **Unterstreich:** Geht auf Knopfdruck, wird meist über ein „U“ dargestellt. Kann man machen, man muß aber wissen, daß Leerzeichen und Unterlängen nicht unterstrichen werden. „Typographie geht einfach“ ist falsch, „Typographie geht einfach“ ist richtig. Man beachte das „y“, das „p“ und das „g“.
- **Schrägstellung (Kursiv* oder Italic*):** Bei einer hochwertigen Schriften-Sammlung ist Schrägstellung eine eigene Schriftart, und einige Buchstaben sehen schräg anders aus als ihre „geraden“ Verwandten. Beispiel Times New Roman: Das normale „a“ und das kursive „a“ unterscheiden sich deutlich. Kann die Schrift das nicht, sollte man eine andere wählen oder anders auszeichnen, fett zum Beispiel.

7. Textgröße und Zeilenabstände

Wählen Sie die Textgröße passend zum Anlass: Einladungskarten mit wenigen Schlagworten vertragen mehr, Informationen auf Rundschreiben oder Einladungen zur Vereinsversammlung werden in „Lesegrößen“ von 12 Punkt* gesetzt. Auch des Abstand der Zeilen ist wichtig für den Lesefluß, hier wählt man meist zwei Punkte* mehr als die Schriftgröße. Vor allem ist darauf zu achten, daß die Unterlängen* der oberen Zeile nie mit den Oberlängen der unteren Zeile kollidieren:

Hier kollidieren Unter- und Oberlänge: g
Hier kollidieren Unter- und Oberlänge: f

Hier kollidieren Unter- und Oberlänge nicht: g
Hier kollidieren Unter- und Oberlänge nicht: f

8. Schreibschriften und ihre Tücken

Diese Schriftarten ahmen eine Handschrift nach und sollten daher so gesetzt werden, wie man auch wirklich schreibt. Hier kommt es nun auf die Qualität der Schrift an und auf die Frage, ob der Erschaffer das sog. Kerning* berücksichtigt hat. Sonst entstehen in den Wörtern Abstände, sie dort nicht hingehören. Auch haben gute Schriftarten beispielsweise ein zweites „s“ im Gepäck: Innerhalb eines Wortes gibt es eine Verbindung von „s“ zum nächsten Buchstaben, am Ende des Wortes nicht. Kann die Schriftart dies nicht, ist Handarbeit angesagt oder man setzt den Text als Grafik und ändert dies dort.

Dies ist ein Test-Text in unbearbeiteter Form.

Dies ist ein Test-Text in bearbeiteter Form.

Der obere Satz ist etwas „übertrieben“ dargestellt, zeigt aber das Hauptproblem mit Handschriften: Die Übergänge sind oft nicht flüssig, es entstehen unschöne Zwischenräume. Und man sieht trotz dieser unteren Nachbearbeitung noch, daß die Übergänge teils „hakeln“. Hier zeigt sich der Unterschied zwischen einer „teuren“ Schriftart und Freeware; eine qualitativ hochwertige Schrift ist teurer in der Anschaffung, spart aber bei der Arbeit enorme Zeit.

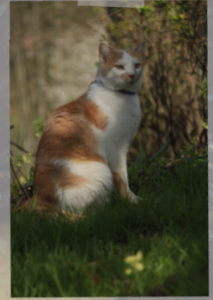
Auf jeden Fall wünschen wir viel Spaß beim Nachbasteln – möglicherweise entwickeln Sie hierbei ein neues Hobby.

Unsere Hauptakteure

Fehlen noch unsere „Fellnasen“ – in Reihenfolge des Alters.

Tatze (*2010)

Odenwälder, Chef in der Gruppe, ansonsten altersgemäß cool und besonnen. Wenn einer der anderen spinnt, reicht von ihm ein Blick.



Yuki (*2011)

Odenwälder Nr. 2 und bei uns geboren. Glänzt in der warmen Jahreszeit durch Abwesenheit, in der kalten vorwiegend im Bett vorzufinden.



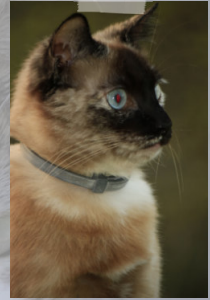
Dante (*2014)

Spanier Nr. 2 und Fleisch gewordene Knalltüte. Sollte vermitelt werden, ist aber für andere nicht erträglich und blieb da. Wo immer es gescheppert hat: Dante hat mindestens eine Pfote drin.



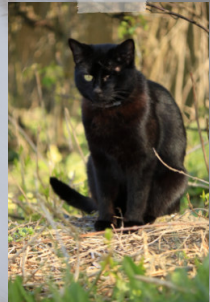
Jia (*2014)

Spanierin und Siam. Pflegt trotz komplett fehlender Zähne (FORL) eine erotische Beziehung zum Kühlschrank und Lebensmitteln, lebt daher nur in 10 m Radius des Futtermeisters.



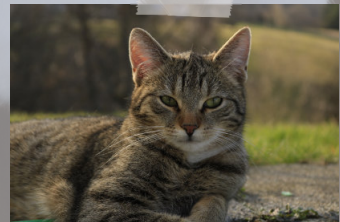
Luca (*2014)

Spanier Nr. 3, Kronprinz und Pirat (einäugig). Als Orientale hat er im Sommer eine Figur wie ein Gepard und im Winter wie ein ihm nahe stehender Grafik-Designer. In seiner Freizeit lutscht er an seiner Decke.



Seven (*2016)

Odenwälder Nr. 3. Sprunggewalt (bengalischer Einfluss) und zwar der Jüngste, aber der Größe. Tatze ist der Chef im Ring, aber am kalten Buffet kennt Seven keine Gnade.



Impressum

Verantwortlich für den Inhalt:

2cats | design / Marcus Utermann

Hambacher Tal 226 A • 64646 Heppenheim

Tel. 0 62 52 / 5 92 90 08 • Fax 0 62 52 / 5 92 90 71

kontakt@2cats-design.de • <https://www.2cats-design.de>

Einzelunternehmen im Sinne des §14 BGB

Steuer-Nummer 00587662319

Bildquellen:

Vitruvianischer Mann: Leonardo da Vinci

Commodore C 128 D: www.vecchicomputer.com

Voltigiergruppe: wikipedia

Stele: <http://www.werbetechnik-mig.de>

Quipu-Schrift: <http://tuteja.info>

Karolingische Minuskeln: <http://www.typolexikon.de>

Statistik: statista

Alle anderen Bildquellen: 2cats|design, pixabay