

MEDIENÜBERGREIFENDE FARBSICHERHEIT MIT PANTONE

HCG
CORPORATE
DESIGNS

Pantone-Farbfächer sind so eine Sache. Mit ca. 150 bis 350 Euro Anschaffungskosten pro Farbfächer-Set, das üblicherweise aus einem „coated“ (gestrichen) und einem „uncoated“ (ungestrichen) Fächer besteht, muss man sich diese Investition - vor allem als Ein-Person-Unternehmen - gut überlegen. Hier möchte ich auf die Color-Bridge-Fächer näher eingehen, die zwar im höheren Preissegment liegen, jedoch unerlässlich sind für Designer, die im Print- und Digitalbereich tätig sind. Warum? Das erfahren Sie, wenn Sie weiterlesen.






Pantone-Farbfächer machen das Leben eines jeden Corporate Designers leichter. Kann man mit günstigen Pantone-Fächern lediglich die Vollton-Pantone-Farbe und dessen annähernden (!) CMYK-Wert erahnen (links auf dem Foto unten), so zeigen hochpreisige Pantone-Fächer die CMYK-, RGB-, HEX- und Pantone-Farbcodes („solid“) (rechts auf dem Foto unten). Sie schlagen quasi die Brücke („Bridge“) zwischen der Print- und der Digitalwelt. Damit kann man natürlich auch den Unterschied zwischen Pantone- und CMYK-Farben sofort erkennen und sich überlegen, ob das die Extrakosten im Druck wert ist oder nicht.



„Plus Series“-Farbfächer links und „Color Bridge“-Farbfächer rechts

Farben müssen exakt so wiedergegeben werden, wie sie im Rahmen der Visualisierung einer Corporate Identity definiert werden; und zwar im Druck (Pantone bzw. CMYK) sowie auf dem Bildschirm (RGB bzw. HEX). Nur sehen Farben im digitalen Einsatz in der Regel komplett anders aus als im gedruckten Zustand, die Kalibrierung des Bildschirms kommt dann noch dazu.

Ich möchte das anhand eines Beispiels demonstrieren: Im Sommer 2017 entwickelte ich das Branding für Dr. Gasser-Puck, eine Arztpraxis im Tiroler Unterland. Die definierten Farben waren Pflanzengrün, Sonnengelb, Meeresblau, Reinweiß, Steingrau, Erdbraun, Moosgrün, Himbeerpink und Himmelblau. Weiters gab es exakt zu simulierende Farbverläufe, die sowohl im Druck als auch im Digitaleinsatz perfekt rüberkommen mussten.

					
	pflanzengrün	sonnengelb	meeresblau	reinweiß	steingrau
CMYK	90-0-93-0	4-0-100-0	93-51-6-4	0-0-0-0	0-0-0-80
RGB	0-159-77	239-223-0	37-107-162	255-255-255	90-90-90
HEX	009f4d	efdf00	256ba2	ffffff	5a5a5a
					
					
	erdbraun	moosgrün	himbeerpink	himmelblau	anthrazit (für Text Website)
CMYK	37-53-68-83	80-18-56-54	8-90-16-24	38-4-0-0	(für Text Website)
RGB	71-55-41	40-92-62	167-58-100	155-203-235	47-47-47
HEX	473729	285c3e	a73a64	9bcbeb	2f2f2f

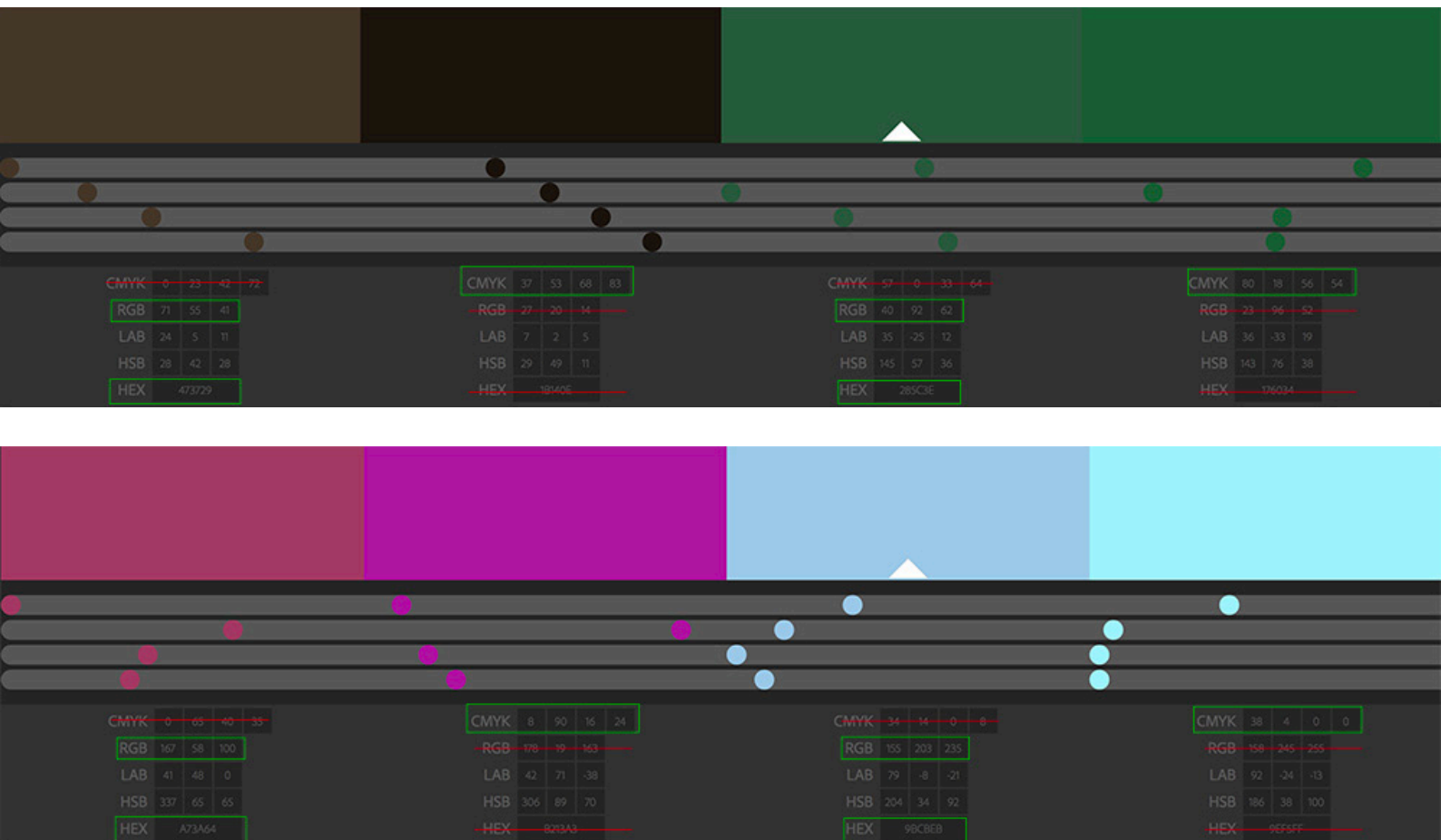
Die CMYK-Farbcodes für den Druck hatte ich bereits mithilfe meiner Pantone-Farbfächer definiert. Um die korrekten RGB- bzw. HEX-Farbcodes zu eruiieren, bediente ich mich der linken Spalte auf meinen Pantone-Farbfächern.

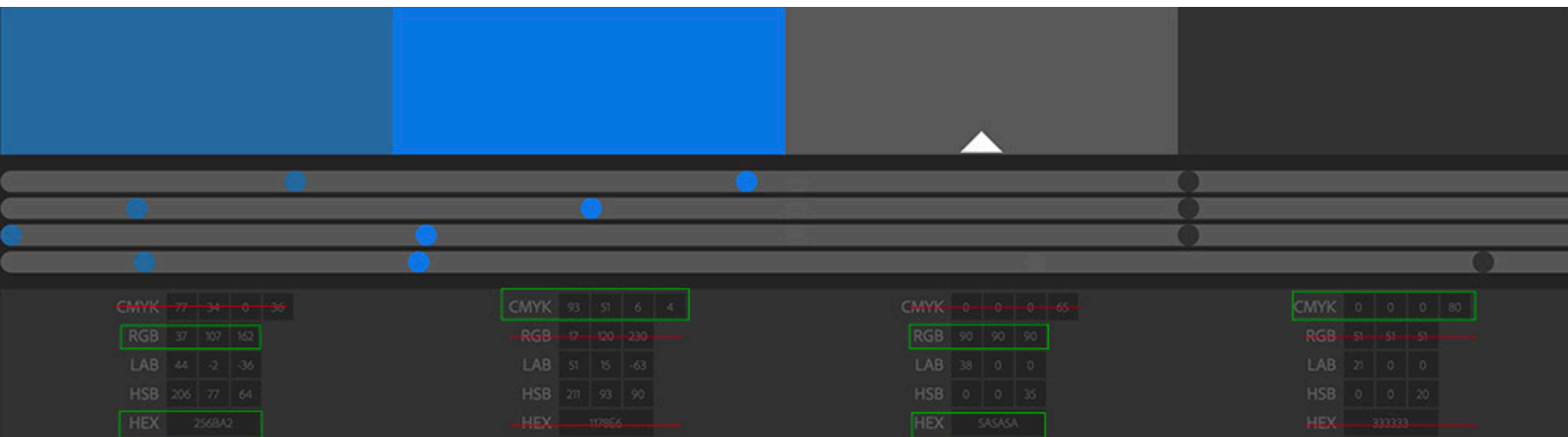




Dann gab ich die CMYK-Codes in den Adobe Kuler ein und daneben (in einem neuen Farbfeld) die HEX-Codes gemäß des Pantone-Fächers (wichtig: im Adobe Kuler links oben die Farbregele „benutzerdefiniert“ auswählen, sonst klappt das nicht).

Der Adobe Kuler errechnet automatisch RGB- und HEX-Farbcodes anhand der eingegebenen CMYK-Codes. Allerdings sind diese wirklich zu nichts zu gebrauchen (sorry, Adobe).





Die exakten Pantone-Farbcodes (CMYK, RGB, HEX) sind in grün eingerahmt, die vom Adobe Kuler automatisch kalkultierten Farbcodes sind rot durchgestrichen.

Wie Sie in den oben stehenden Screenshots sehen können, sehen die vermeintlich „gleichen“ Farben komplett unterschiedlich am Bildschirm aus. Das kommt dabei heraus, wenn man den Adobe Kuler oder zahlreiche andere Online-Tools verwendet um CMYK-Farbcodes in RGB-/HEX-Farbcodes umzuwandeln. Und genau das ist der Grund, warum Pantone-Farbfächer („Color Bridge“) so wichtig sind. Nur die Pantone-Farbfächer zeigen die optisch (!) korrekten Bildschirm-Farben, die den CMYK-Werten am nächsten kommen. Nur so lässt sich ein einheitlicher (farblicher) Firmenauftritt über alle Kommunikationskanäle hinweg bewerkstelligen.

HCG

CORPORATE DESIGNS

ÜBER DEN AUTOR

Hallo, mein Name ist Helene Clara Gamper. Ich bin Grafikdesignerin und glaube an die Kraft des „roten Fadens“ – wie er in meinem Logo illustriert ist. Ich helfe Firmen ihre visuelle Identität zu erschaffen, übersetze Daten in grafische Landschaften und helfe Verlagen ihre Magazine großartig aussehen zu lassen.

Ich wuchs in einer Verlegerfamilie auf. Vor ungefähr zehn Jahren begann ich meine Karriere im Kreativbereich und machte mich 2010 unter dem Namen HCG corporate designs selbstständig.



Seitdem habe ich für unterschiedlich große Firmen im deutschsprachigen Raum, aber auch aus anderen Ländern wie zB USA und Großbritannien, designt. Ich gestaltete Corporate-Design-Konzepte für Start-Ups, Editorial Designs für Verlage (Mediengestaltung), entwarf und implementierte Rich-Media-Magazine für Tablets und Smartphones und visualisierte komplexe Daten für tolle Infografiken.

Wenn ich designe, versuche ich immer den Charakter bzw. die Philosophie, die hinter den Firmen und den Produkten meiner Kunden steckt, zu verstehen. Diesen Charakter lasse ich in einen ganzheitlichen Design-Ansatz einfließen, der sich durch den gesamten Kreativ-Prozess zieht. Ich sehe es als wichtigen Teil meines Jobs als Designer an, mit meinen Kunden zusammenzuarbeiten und herauszufinden, was ihre Geschäftsidee bzw. ihre Produkte einzigartig und besonders macht. Denn nur so kann ich ein einzigartiges visuelles Konzept erstellen, durch das sich ein roter Faden bzw. ein stimmiges System zieht. Das finde ich sehr wichtig. Wenn Leute auf meine Designs reagieren und mit ihnen interagieren – und meine Kunden mir davon berichten: das zaubert mir ein Lächeln aufs Gesicht.

Manche meiner Kunden sagen, dass sie meine Flexibilität und Transparenz besonders schätzen. Ich glaube, offen und geradlinig mit Kunden zu kommunizieren, ist eine Frage der Fairness und des Respekts und trägt zu einer positiven und erfolgreichen Zusammenarbeit bei.

Wenn ich nicht designe, mache ich gerne Sport, bin in der Natur oder auf Reisen. Ich finde es sehr inspirierend unterschiedliche Länder zu sehen, neue Dinge auszuprobieren oder neue Rezepte mit exotischen Gewürzen, die ich in den verschiedensten Winkeln der Erde gekauft habe, zu kochen.

Ich lebe im wunderschönen Innsbruck, Österreich, der sogenannten „Capital of the Alps“. Die herrliche Landschaft inspiriert mich jeden Tag aufs Neue.

Sie möchten mir etwas mitteilen?
Ich freue mich von Ihnen zu hören.

DESIGNS FÜR DIGITAL UND PRINT

