



POSTER
SELECT

Media-Agentur für Aussenwerbung

PRINZIPIEN DER GUTEN PLAKATGESTALTUNG

PRINZIPIEN DER GUTEN PLAKATGESTALTUNG

KISS – KEEP IT SHORT AND SIMPLE

Reduktion auf das Wesentliche

Max. 5 leicht verstehbare Elemente / Headline, Bild/Objekt, Produkt/Marke

Farbkontraste als Signalgeber

Weniger Farben, mehr Kontraste, Erkennbarkeit aus der Ferne

Lesbarkeit des Textes

Keine Schrift-Experimente, Reduktion auf kurze Worte/Texte, Prägnanz.
Faustregel: max. 7 Worte

plakativ
–
Headline die
ins Auge
fällt

reduziert
–
5 Worte
genügen

emotional
–
immer
positiv

einfach
–
KISS

auffallen
–
Blick auf
sich ziehen

ästhetisch
–
passende
Kreationen

PRINZIPIEN *EFFEKTIVER* PLAKATGESTALTUNG

1. Motiv-/Produktposition

Die größten Chancen beachtet zu werden, haben Motive bzw. Produkte, die sich in der Mitte oder in der Nähe der Mitte eines Plakates befinden.

2. Produktgröße

Die Darstellung des Produkts soll möglichst groß gewählt werden. Es sind Produktgrößen anzustreben, die min. 15 - 20% der Plakatfläche betragen.

3. Farben

Je unähnlicher sich zwei Farben anhand des Farbkreises sind, um so besser heben sie sich voneinander ab.



4. Kontraste

Je stärker der Kontrast zwischen Produkt, Motiv bzw. Text und Hintergrund, um so eher ziehen die entsprechenden Elemente die Aufmerksamkeit auf sich.

5. Motivinhalt

Werden in einem Plakat (bekannte) Gesichter dargestellt, führen diese automatisch zu einer Aufmerksamkeitszuwendung. Sind die Gesichtsdarstellungen aber zu dominant, können sie auch vom Produkt ablenken.

6. Textgröße

Für eine gute Lesbarkeit der Textpassagen – auch aus größerer Entfernung – sollte eine Mindestschriftgröße von 5% - 10% der Plakathöhe eingehalten werden.

7. Textmenge

Faustregel: die wichtigsten Textinformationen sollten innerhalb einer Zeitspanne von 2-3 Sek. erfassbar sein. Das entspricht einer Textmenge von 5 - 7 Worten!

8. Textposition

Günstig ist die Positionierung des Textes in der Bildmitte sowie im Umfeld des Produkts. Geeignete Textpositionen sind ebenfalls Stellen starker Kontrastübergänge.

9. Textinhalte

Für die Textinhalte gibt es (k)eine Regel, jedoch sollte man ihn sich auf Plakaten „fast“ sparen. Die Textpassagen sollten einen inhaltlichen Bezug zum Produkt haben.

10. Logoposition und -gestaltung

Eine unübliche Positionierung des Firmenlogos sowie eine farbliche Kontrastierung erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Aufmerksamkeitszuwendung.

POSTER SELECT

PosterSelect

Media-Agentur für Aussenwerbung GmbH

Bertha-Benz-Str. 7a

76532 Baden-Baden

+49 7221 97 332 0

posterselect.de | posterselect-online.de