



POSTER
SELECT

GOLDENE REGELN

DER PLAKATGESTALTUNG

GOLDENE REGELN DER 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 Wörter
genügen

Emotional

—
Immer
positiv

Einfach

—
KISS

Auffallen

—
Blick auf
sich ziehen

Ästhetisch

—
Passende
Kreationen

GOLDENE REGELN DER 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.



GOLDENE REGELN DER PLAKATGESTALTUNG



- 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.





**PosterSelect
Media-Agentur GmbH**

Bertha-Benz-Str. 7a
76532 Baden-Baden

Tel.: +49 7221 97332 0
Mail: info@posterselect.de
Internet: posterselect.de