

Kriterienkatalog für wirksam, gestaltete Plakate

Das wertvollste was wir in dieser Zeit schenken können, ist Aufmerksamkeit. Ohne Aufmerksamkeit kommt es zu keiner Wirkung eines Plakates.

Der Pluspunkt der Plakatwerbung ist, Menschen finden sie viel sympathischer als TV-Spots oder Internetwerbung. Plakatwerbung stört nicht und ist unaufdringlich, da diese Art der Werbung eher im Vorübergehen aufgeschnappt wird. Die übermittelnde Werbebotschaft schleicht sich regelrecht unbemerkt in das Kurzzeitgedächtnis der Passanten. Aus diesem Grund muss die zu übermittelnde Werbebotschaft auf einfache und schnell merkbare Informationen reduziert werden. Allerdings besteht die Gefahr, dass das Plakat zwar gesehen, aber auch schnell wieder vergessen wird.

Die Wahrnehmung des Menschen ist nun mal begrenzt und genau hier liegt die Herausforderung. In der Stadt und auf dem Land, einfach überall gibt es Sichtpunkte. Sichtpunkte mit denen Plakate in direkter Konkurrenz stehen. Daher ist es unerlässlich, Plakate sehr auffallend zu gestalten, damit sie sich deutlich von der Umgebung abheben.

Wichtige Punkte die es bei der Gestaltung eines Plakates zu beachten gibt

Zielgruppe

Die Zielgruppendefinierung für ein Plakat ist wichtig, da man mit Gestaltungselementen wie Bildern, Farben, etc. sich viel besser auf die Zielgruppe fokussieren kann.

Botschaft

Die Botschaft muss Interesse wecken und beim ersten Blick auf das Plakat sofort verstanden werden. Wichtig ist: nur eine Kernaussage der Botschaft pro Plakat als Headline. Bild und Absender nicht vergessen. Beachtet werden soll das begrenzte Platzangebot und die maximale Betrachtungszeit von 10 Sekunden, je nach Fortbewegungsart. Ein Plakat benötigt die Reduktion auf das Wesentliche.

Gelingt es einem nicht, die Botschaft sehr knapp zu formulieren, dann ist das Plakat vielleicht das falsche Medium dafür. Dann gilt es zu überlegen, ob ein Flyer, ein Artikel im Pfarrblatt oder auf der Pfarr-Website die bessere Wahl ist. Ein Plakat ist weder ein Flyer noch ein Magazin und auch keine große Anzeige, es kann einfach nicht so viel Informationen vermitteln.

Struktur, Anordnung, Weißraum

Interesse geweckt beim ersten Blick? Dann hat man Chance auf einen zweiten Blick. Allerdings nur, wenn das Plakat Struktur und eine ordentliche Anordnung der Aussagen hat.

Die Plakatelemente sollen unterschiedlich angeordnet werden:

- _Position (oben ist wichtiger wie unten)
- _Formen (Kernbotschaft umrahmt von Weißraum)
- _Bilder in angemessener Größe (lieber weniger, dafür jenen mehr Platz geben)

Weißraum wirkt, er lässt Bilder und Text besser zur Geltung kommen. Er kann übrigens jede Farbe haben, der Begriff bedeutet lediglich „unbedrucktes Papier“.

Chaotische Plakate

sind immer dann erlaubt, wenn es das beworbene Thema zulässt, etwa ein Jugendveranstaltung oder ein bunter, ausgelassener Kindernachmittag.

Farbe

Menschen reagieren auf Farben schneller als auf Texte. Die Farbpsychologie schreibt einzelnen Farben unterschiedliche Wirkung zu.

Rot	auffällig, appetitanregend, leidenschaftlich, gefährlich
Purpurrot	spirituell, mystisch, samtig
Violett	beruhigend, konzentrationsfördernd, magisch
Blau	vertrauenswürdig, seriös, frisch
Orange	energievoll, lebenslustig, gesellig
Gelb	fröhlich, lebendig, optimistisch
Grün	natürlich, beruhigend, harmonisch, sicher, autonom

Besonders wichtig ist es genügend Kontrast zu schaffen. Farben wirken als Signalgeber. Beachten Sie die liturgische Bedeutung einer Farbe und wie Farben zusammenspielen. Achten Sie auf einen ausgewogenen Farbanteil, weniger ist mehr. All diese Maßnahmen erhöhen die Lesbarkeit und Wahrnehmung aus der Ferne.

Bild

Ein gutes Bild wirkt viel schneller und intensiver als ein guter Text. Wichtig ist es sich zu entscheiden, ob eher ein Bild der Eyecatcher ist oder die Headline. Es kann nur einer der Sieger sein. Achten Sie bei einem Bild auf eine besonders gute Qualität hinsichtlich der Auflösung (300 dpi) und auf die Bildrechte.

Schrift

Die Schrift sollte so groß sein, dass sie aus größerer Entfernung gelesen werden kann. Buchstabenhöhe 5-10 % der Plakathöhe. Die Textbotschaft sollte kurz und knappgehalten werden, in maximal 7 Worten! Es gilt, nicht zu viele Schriftarten zu verwenden. Bilder nicht als Hintergrund für Schriften verwenden, die Lesbarkeit leidet darunter!

Absender

Der Absender der Botschaft muss angegeben werden. Durch Angabe des Namens oder Logos erfährt der/die Leser:in, wer für die Ankündigung verantwortlich ist.