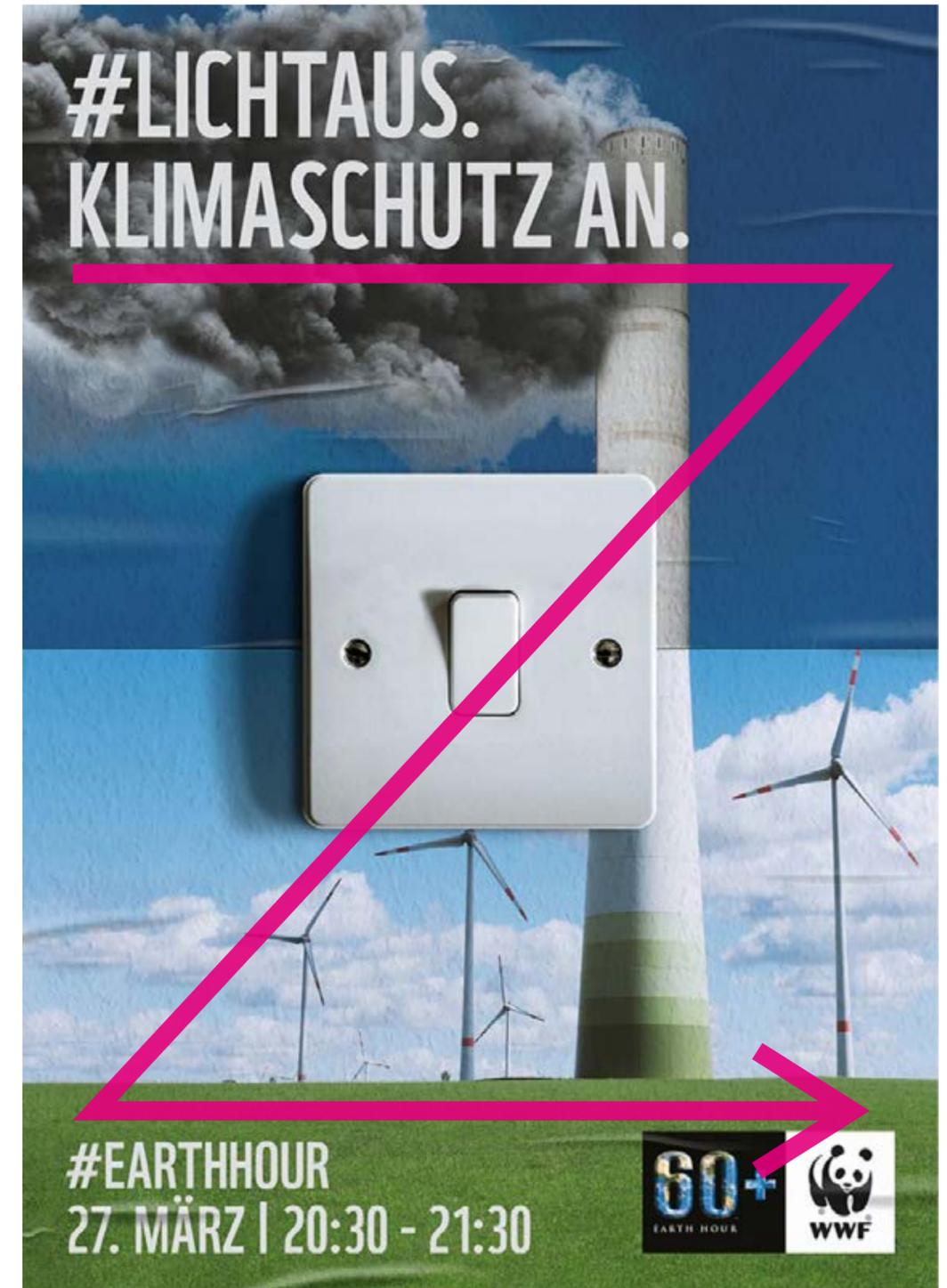

PLAKATGESTALTUNG

AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Der erste Blick

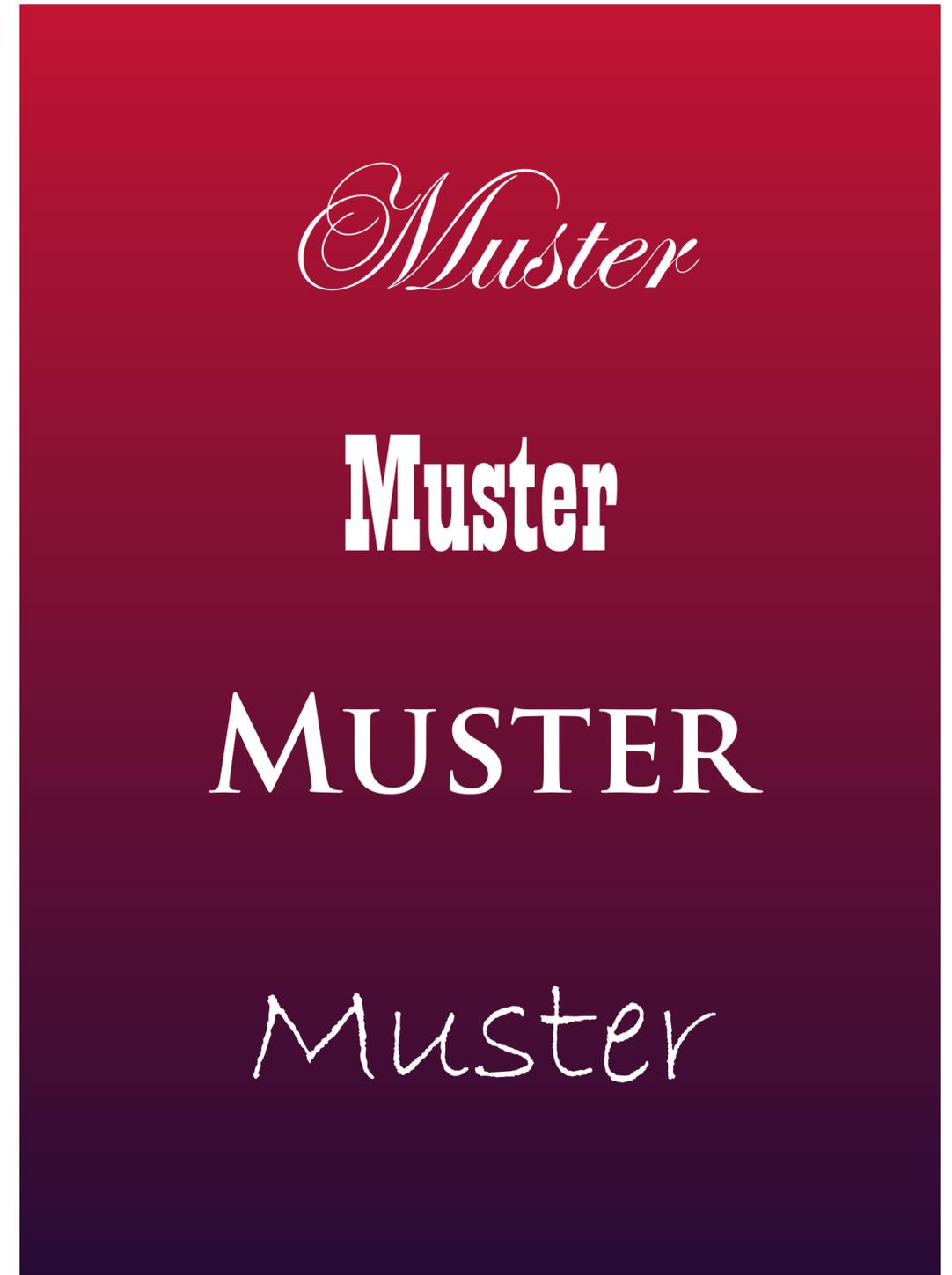
- Betrachter sehen das Plakat in Z-Form an
- Unterschiedliche Grössen von Headline und Bild bauen Spannung auf
- Motiv muss gut erkennbar sein, auch wenn das Plakat aus verschiedenen Blickwinkeln angesehen wird
- Kontraste und kontrastreiche Farben steigern die Beachtung



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Schriften / Fonts

- Gut lesbare Schriften verwenden
- Die Anwendungen von Modeschriften sind nicht in jedem Fall geeignet. Dazu gehören z.B.: *Comic Sans*, *Brush Script*, *Playbill*, *Papyrus*
- Schriftkonturen nur verwenden, wenn sie die Trennung von einem (unruhigen) Hintergrund verbessern



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Gutes Beispiel

Farbe und Schrift

- Kontraste und kontrastreiche Farben steigern die Beachtung
- Die serifenlose Schrift ist gut lesbar und sticht auf der gelben Fläche sofort ins Auge
- Das Plakat wird unterteilt in 2 Elemente: das Key-Visual sowie der Absender/Logo



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Schlechtes Beispiel

Farbe und Schrift

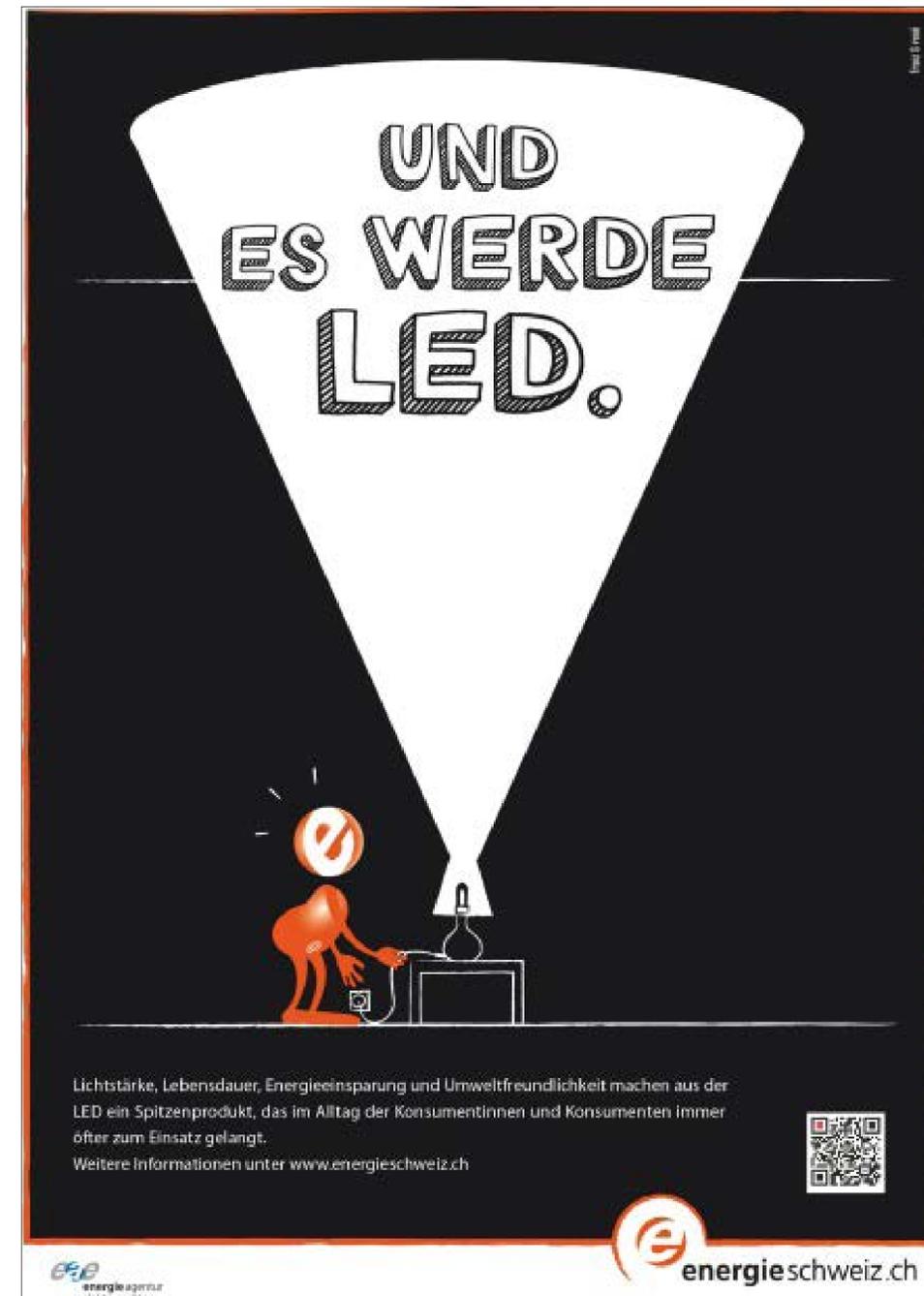
- Der Kontrast vom Text zum Hintergrund ist zu gering
- Zu viele verschiedene Schriftarten
- Kleine Bildelemente, die nicht aus der Ferne erkennbar sind

Fanta LIKE A BURST OF SUNSHINE
through a cool wisp of wind,
IT'S *sweet* AND TANGY, *SURPRISING AND JUICY.
IT TICKLES LIKE A DELICIOUS SECRET THAT YOU CANNOT BEAR TO SHARE.
AND HOW LUSH IT FEELS AT EVERY SP like an instant whiff of a fresh bouquet of flowers in spring!
With a quick, sharp jolt of tart and a sudden burst of sugary-citrusy-sweetness,
IT LEAVES YOUR TONGUE TINGLING PLEASANTLY.
THEN, IT CURLS DELICIOUSLY AROUND YOUR TASTE BUDS, TANTALIZING & ripples happily down your spine.
ARE YOU STILL WITH US? GREAT!
CAUSE WE WOULD LIKE YOU TO TRY FANTA'S NEW TASTE, DELICIOUSLY ORANGE. YES, RIGHT NOW!
**JUST TEAR OFF A
PIECE OF THIS PAGE
POP IN YOUR MOUTH
& ENJOY A FANTA BY TASTING THIS AD!**

Fanta is a registered trademark of The Coca-Cola Company. This edible paper contains potato starch, wheat flour, cross-linked starch, flavoring, food coloring, artificial sweeteners, saccharin and food-safe ink.

AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

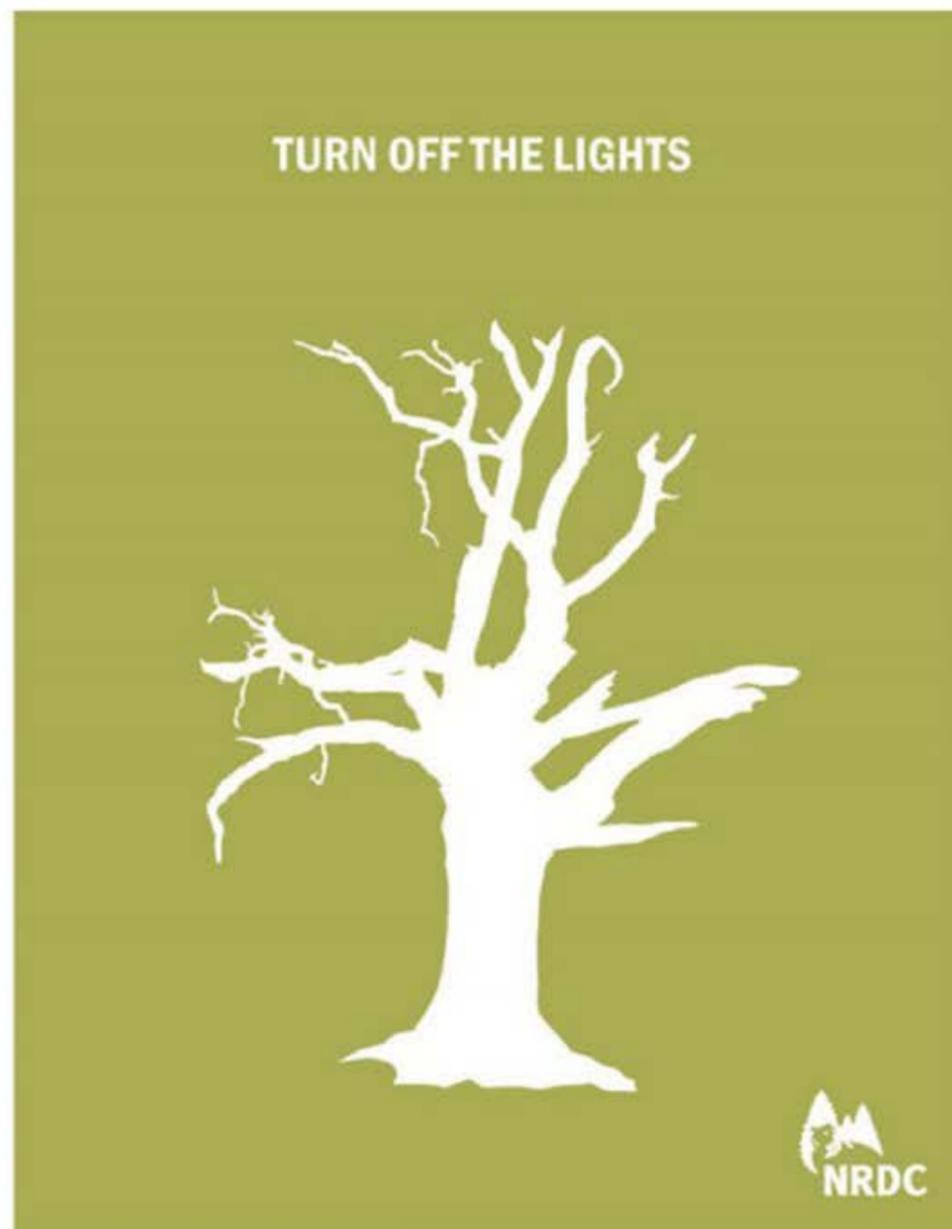
Beispiele für Farbe und Schrift



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

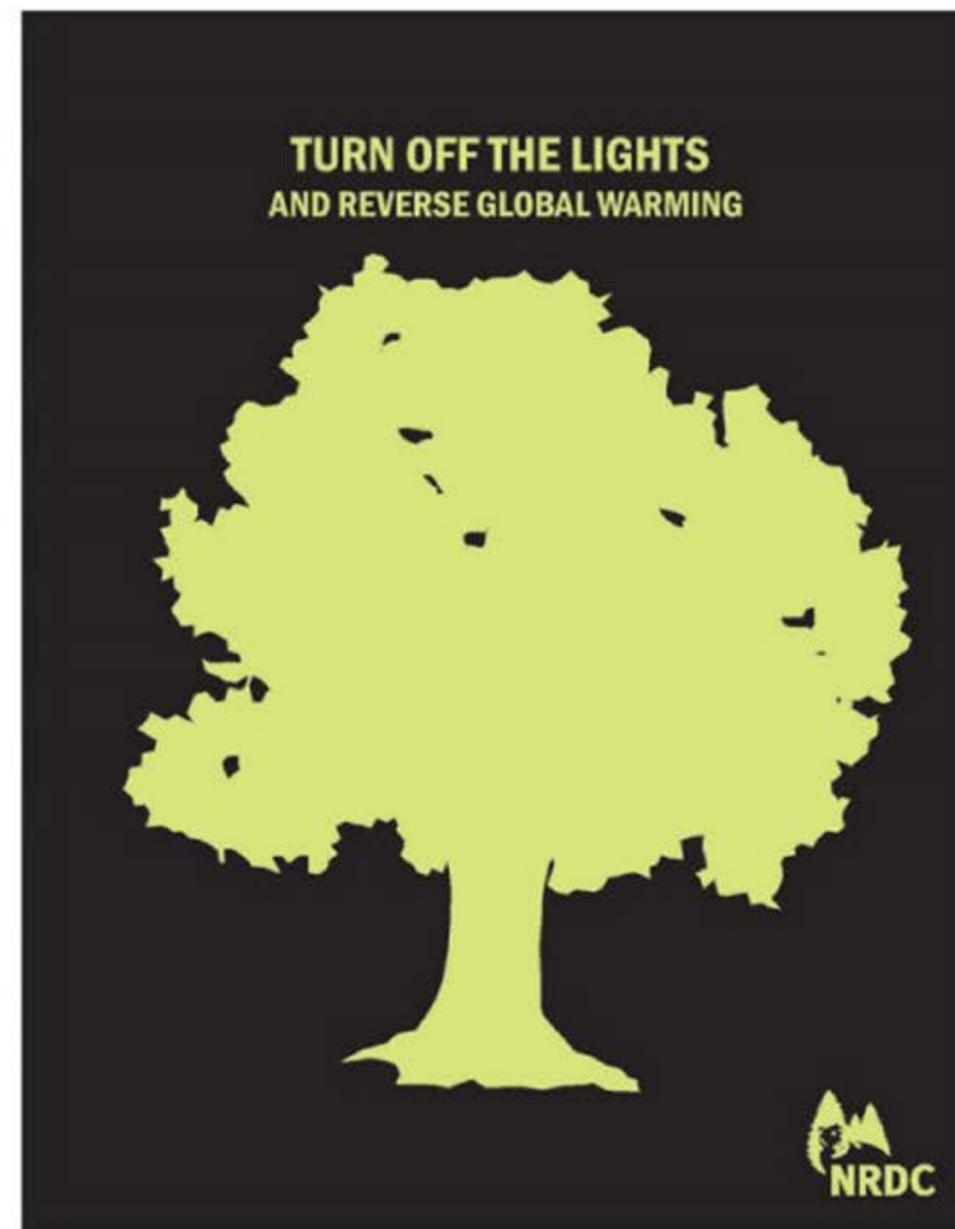
Beispiel: Simplen aber effektiv

- Einfacher geht es kaum / Plakat welches im Dunkeln leuchtet durch fluoreszierende Farbe



Glow-in-the-dark print campaign

lights on



lights off

AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Beispiel: Simpel aber effektiv

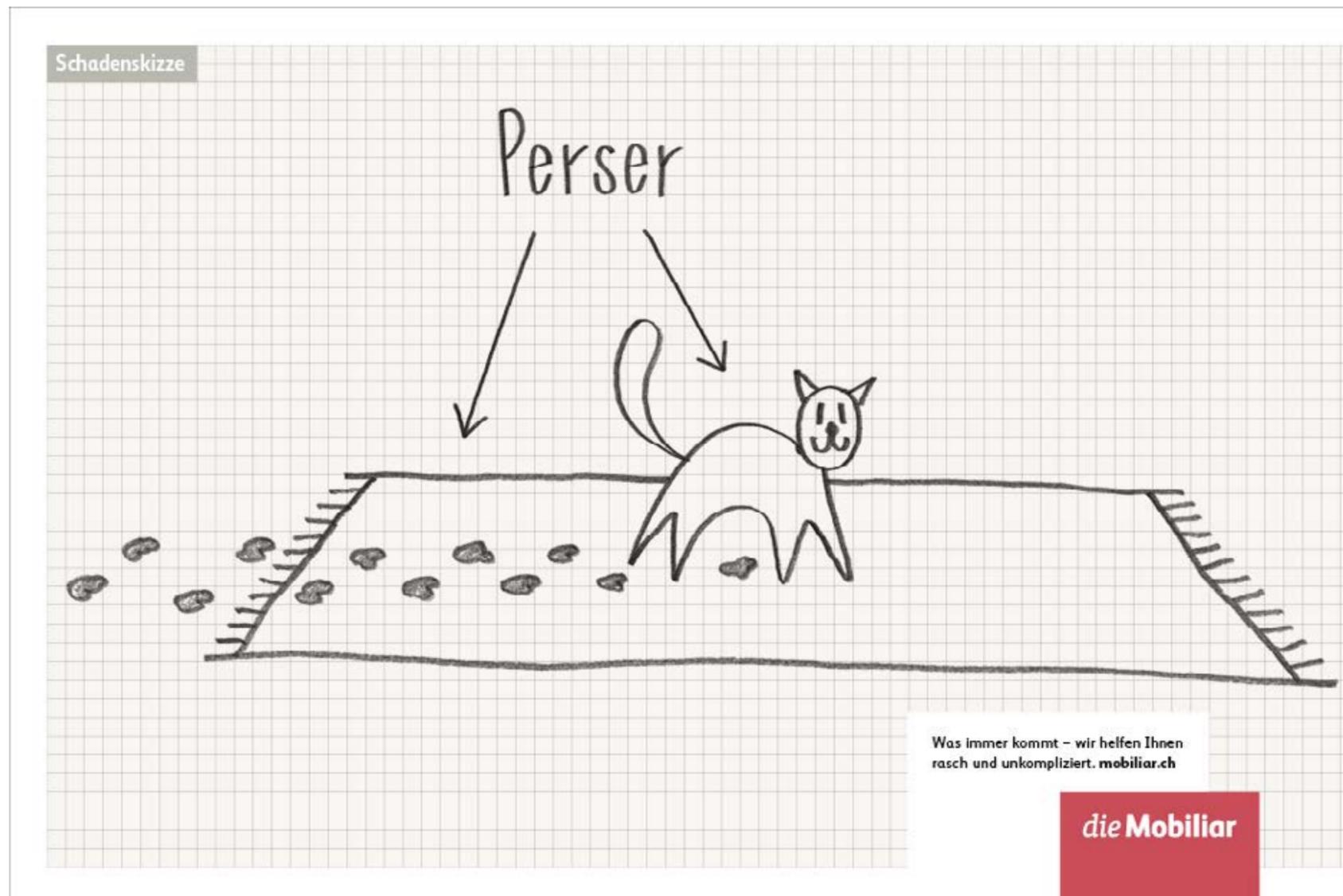
- Einfache Gestaltung, die durch die eingesetzten Farben auffällt
- Auf den ersten Eindruck scheint das Plakat klar, um Details zu erfahren muss man jedoch näher herantreten



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Beispiele: Raum lassen

- Grosszügige Zwischenräume und wenig Elemente
- Eine Botschaft mit Humor herüberbringen und die auch Emotionen auslösen kann



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Beispiele: Raum lassen

- Die einheitliche Farbgebung fasst alle Elemente zusammen
- Die Pose der Tiere ist ungewöhnlich, jedoch wird dies als Verbeugung wahrgenommen und unterstützt die Botschaft



Ein Unternehmen
der Stadt Zürich

**Das Klima dankt.
Die nächste
Generation auch.**

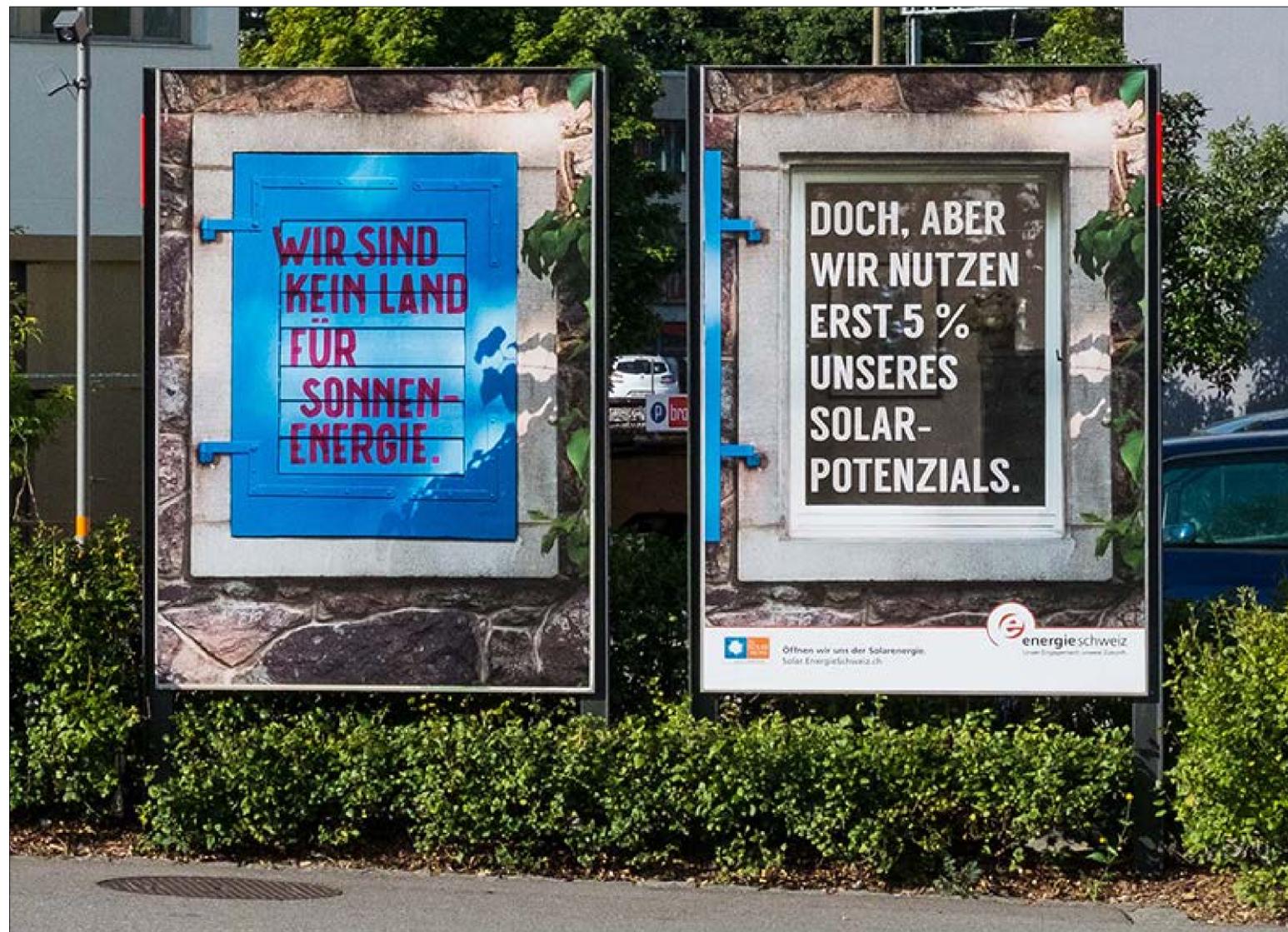
ewz

Heizen und Kühlen mit erneuerbaren Energien: Wasser, Erdwärme und Holz.

AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Beispiel: Standort

- Es ist nicht auf den ersten Blick erkennbar was beworben wird
- Um die Botschaft zu verstehen, müssen beide Plakate nebeneinander stehen



AUF WAS GEACHTET WERDEN SOLLTE

Beispiele: Serie

- Eine Plakatserie, die diverse Motive nutzt, jedoch die Platzierung der Elemente nicht verändert wird
- Jedes Plakat kann eigenständig an einem anderen Ort stehen



DIE PRODUKTION

TECHNISCHE ANFORDERUNGEN

DIE PRODUKTION

Scanner

- Die Vorlage wird hochauflösend abgetastet und elektronisch gespeichert.
- Die Dateiauflösung hängt von der gewünschten Endgröße und dem Druckverfahren ab.



DIE PRODUKTION

Bildauflösung



96 dpi



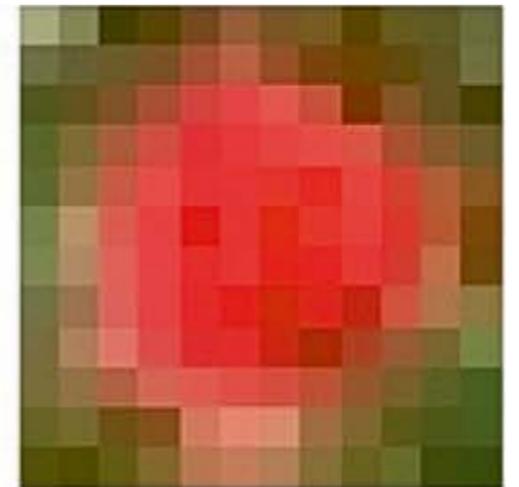
48 dpi



24 dpi



12 dpi



6 dpi

dpi = dot per inch

1 inch = 2.54 cm

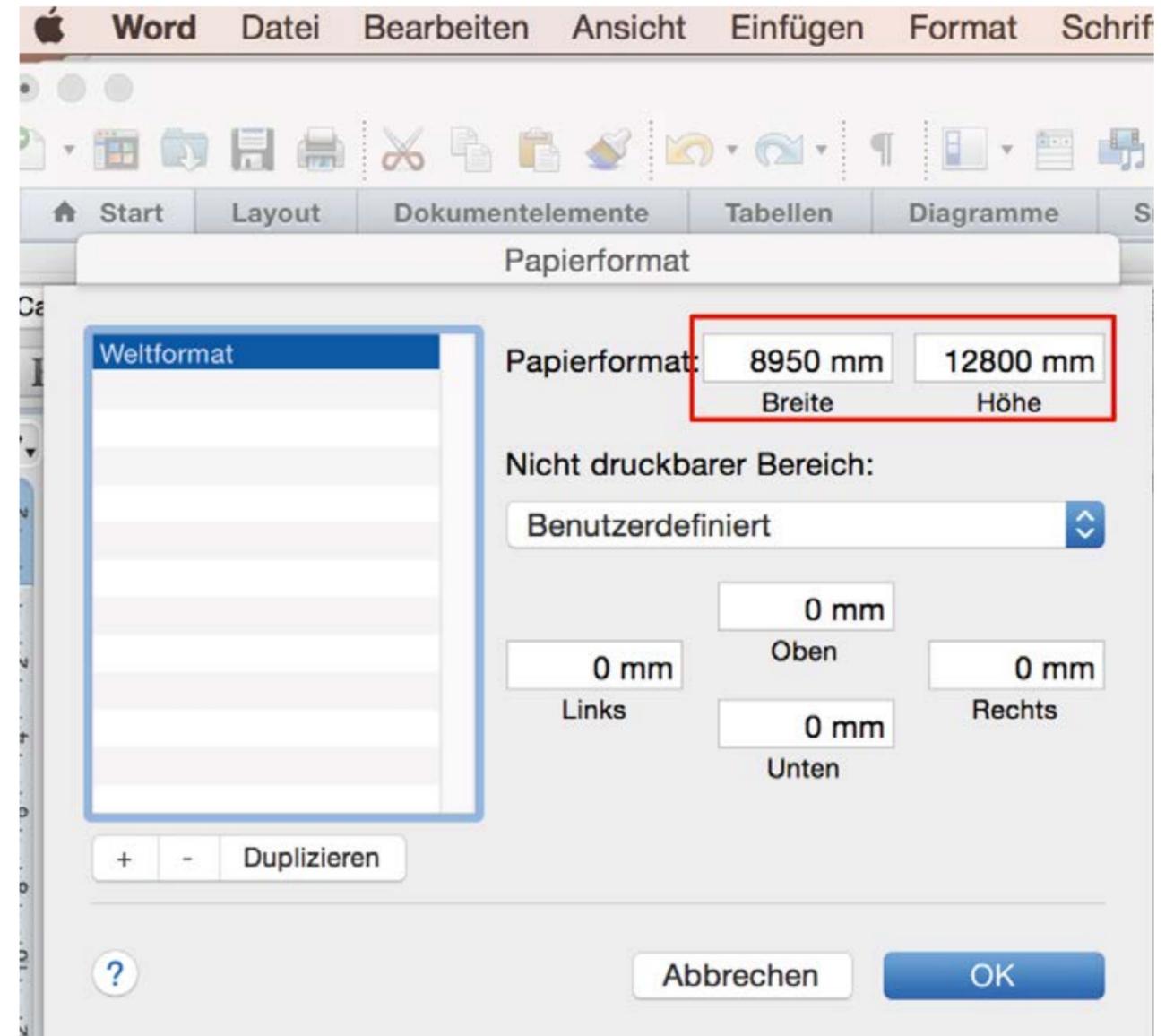
DIE PRODUKTION

Auflösung

- Für ein Plakat im Weltformat sollte eine Auflösung von 300dpi (für eine A3-Vorlage) ausreichen.
- Beispiel für 300 dpi mit Bildgröße 30 cm Breite müssen wir so rechnen:
 $30 : 2.54 \times 300 = 3543 \text{ Pixel}$

Dokumentengröße

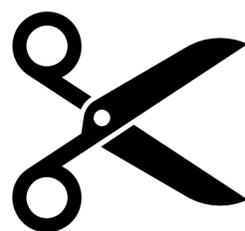
- Word- oder Powerpoint-Datei im korrekten Format einrichten.
- Platzierte Bilder nicht mehr wesentlich vergrößern, da dabei die Auflösung verringert wird.



DIE PRODUKTION

Beschnitt

- Gedruckt wird auf Einzelbögen die später zugeschnitten werden
- Randabfallende Bilder und Grafiken müssen zwingend mit einer Zugabe von 3 mm (Beschnitt) geliefert werden.



RECHTLICHES

DAS GESTALTEN VON PLAKATEN

RECHTLICHES

Bildrechte

- Auch wenn das Internet den Zugang zu zahllose Bildern und Fotos ermöglicht, **dürfen wir uns dieser nicht einfach bedienen. COPYRIGHT ist das Stichwort!** (Copyright ist das anglo-amerikanische Wort für Urheberrecht)
- Sowohl bei einer Verwendung von Bildern in Drucksachen wie Flyern oder Broschüren, als auch bei der Veröffentlichung von Fotos im Internet **gilt das Urheberrecht: Die Bilder gehören grundsätzlich dem Ersteller.**

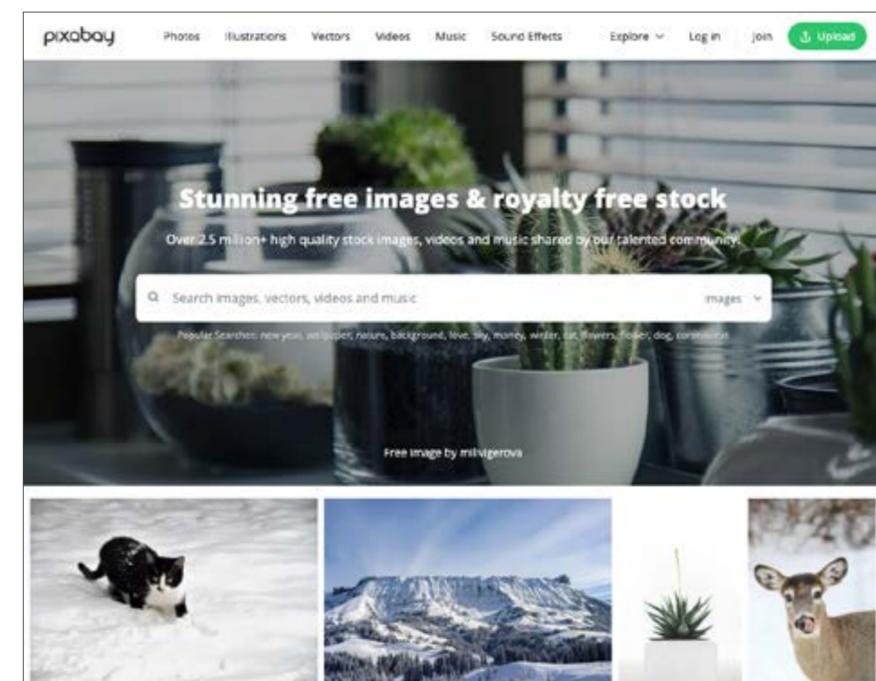
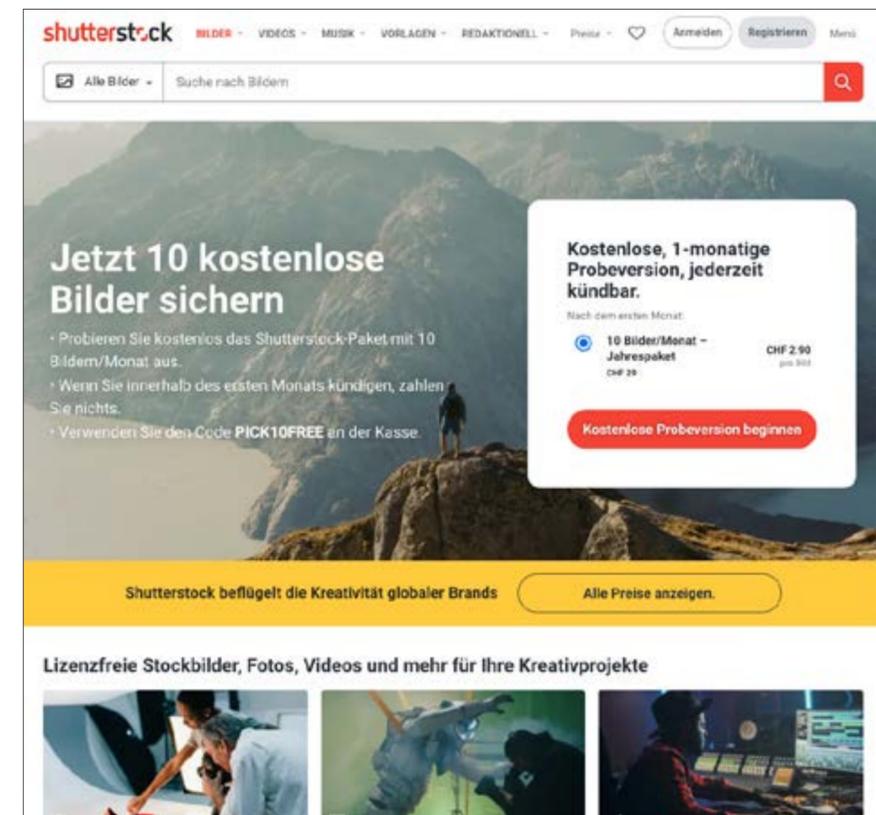
Bei welchen Bildern muss ich die Bildrechte berücksichtigen?

- Wichtig zu wissen ist, dass **JEDES Bild urheberrechtlich geschützt ist – egal ob professionelles Foto oder einfacher Schnappschuss.** Somit gilt, dass eigens aufgenommene Bilder immer und in vollem Umfang verwendet werden dürfen. Hier muss man im Vorfeld nur abklären, ob **die darauf abgebildete Personen einer Veröffentlichung zustimmen** und ob abgelichtete Objekte und Architektur fotografiert werden dürfen.
 - Soll ein Bild veröffentlicht werden, das nicht selbst erstellt wurde, muss die Person, die die Rechte an diesem Bild besitzt (= Urheber – meist der Fotograf oder ein Designer) ausfindig gemacht werden und um **eine schriftliche Erlaubnis zur Weiterveröffentlichung angefragt werden.** Manche Urheber erheben für ein solches Nutzungsrecht allerdings oft einen hohen Preis.
-

RECHTLICHES

Welche Bilder kann ich bedenkenlos verwenden?

- Um Ihre Flyer, Plakate & Co. mit attraktivem Bildmaterial auszuschnürcen, empfiehlt es sich, **kostenpflichtige Bildportale mit lizenzfreien Bildern wie bspw. shutterstock, fotolia oder pixabay zu nutzen**. Bei diesen Anbietern wird **durch den «Kauf» ein Pauschalnutzungsrecht erworben**, wodurch eine nahezu unbegrenzte Verwendung ermöglicht wird.
- Die Details der Bildnutzung werden in den Nutzungsbedingungen sowie den Nutzungslizenzen der jeweiligen Bilddatenbank individuell definiert. Zudem muss den Nutzungsbedingungen entnommen werden, ob und in welcher Form die Fotografen und/oder die Plattform genannt werden muss – **all dies sollte vorab unbedingt recherchiert werden**, um vor bösen Überraschungen wie Abmahnungen oder möglichen Schadensersatzansprüchen gewappnet zu sein!



RECHTLICHES

Wie gebe ich das Copyright korrekt an?

- Wenn es bei dem gewählten Bild nicht um sein Eigenes handelt bzw. die Nutzungsbedingung der jeweiligen Bilderplattform oder ein anderer Urheber ein Copyright vorschreiben, müsste man dieses korrekt angeben. Eine häufig praktizierte Variante des Copyrights ist Folgendes:
«Idyllische Landschaften und Wasserfälle. © Kerstin Weber / Picture Agency, 1993.»
- Wenn man die Vorgaben des Urheberrechts einhält, können die Plakate und Flyer sorglos gestaltet und hochwertig gedruckt werden.

AUF GEHTS!

VIEL GLÜCK WÜNSCHT ROGER BOSSHART
