

EINFÜHRUNG

Interesse steuert die Wahrnehmung.

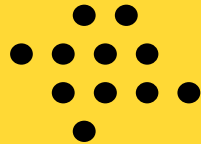
Kommunikation gibt Informationen weiter.

Die Gestaltung einzelner Inhalte und Aussagen muss so angepasst werden, um dem Gegenüber den Eindruck des Neuen und des Zeitgemäßen zu vermitteln.

KONTRASTE

groß
klein

viel



wenig



Ruhe



Spannung



bunt



einfarbig

hell



dunkel

etc.

KONTRASTE

Kontraste steuern die Wahrnehmung.

Spannung entsteht durch Kontraste.

Das Zusammenführen zweier Werte nach den Gesetzen der Kontraste verändert und verstärkt die Wirkung beider Werte.

Werte kombiniert mit gleichen Werten ergeben langweilige Gleichförmigkeit.

Das Bedruckte muss in einem Spannungsverhältnis zum Unbedruckten stehen.

Je komprimierter
die Darstellung
und konzentrierter
die Aussagen,
desto besser ist die
Aufnahme und
Verarbeitung.

Gestalten Sie Ihre Unterlagen so, dass der

**Lerninhalt sinnvoll gegliedert und
Wichtiges einfach zu erkennen ist.**

Überflüssige Effekte vermeiden.

Konzentration auf das Wesentliche.

TYPOGRAFIE

... bedeutet Übersichtlichkeit und schnelle Erkennbarkeit der Botschaft.

- Bildschirmpräsentationen und Folien sollten ca. 7 „Begriffe“ pro Chart beinhalten
- kurze Texte
- Gliederungen
- abwechslungsreich

SCHRIFT

**Weniger
ist mehr!**

Schriften-Kategorien:

Serifen-Schriften	- klassisch	Schrift
serifenlose Schriften	- sachlich	Schrift
Hand- oder Schreibschriften	- spielerisch	<i>Schrift</i>

Berücksichtigung der textlichen Aussage

Harmonie zwischen der Anmutung einer Schrift
und ihrem spezifischen Charakter

Mehr als 2 verschiedene Schriftstile sind zu vermeiden

Bei der Wahl der **Satzart** muss die Lesbarkeit im Vordergrund stehen. Vermeiden Sie reine Ornamentik.

Die **Zeilenbreiten** sowie die **Zeilenabstände** sind so zu wählen, dass eine leichte Lesbarkeit erzielt wird.

FARBE

... ist Teil der Ausdruckskraft der Botschaft

Farbe transportiert den Inhalt, die Aussage, die Philosophie.

Farbe belebt die visuelle Botschaft, betont sie, macht sie besser wahrnehmbar und leichter erfassbar.

Farbe ist im Vergleich zu Schwarz-Weiß wesentlich stärker.

Information besteht aus Innovation in Verbindung mit dem Gewohnten.

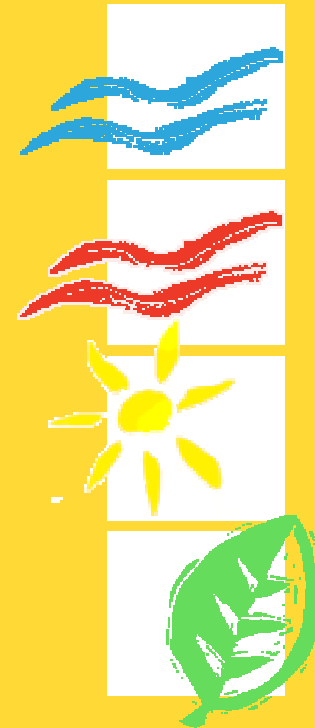


kaltes Wasser - Farbassoziation?

warmes Wasser - Farbassoziation?

Sonne - Farbassoziation?

Natur - Farbassoziation?



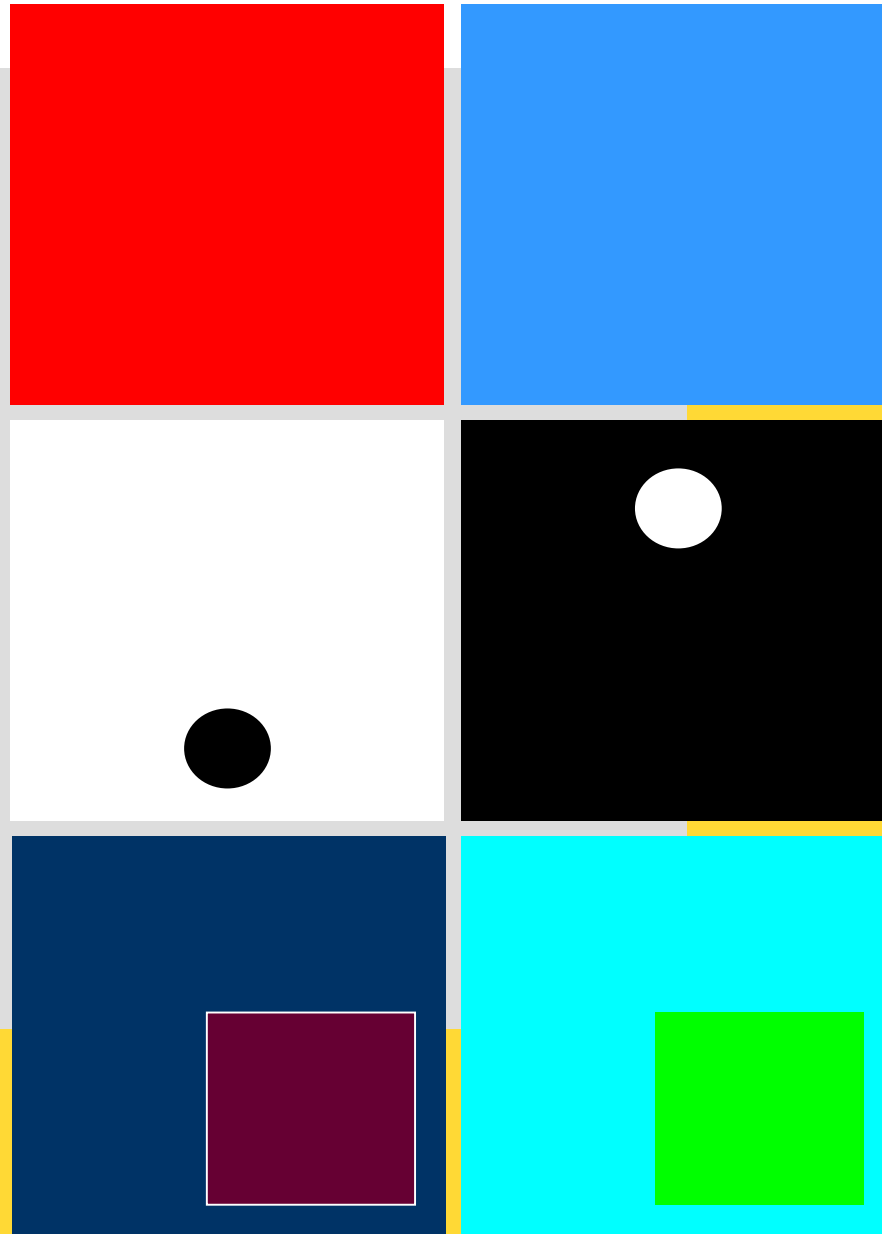
FARBE

- ... löst ein Wärmegefühl aus, wenn sie einen gewissen Anteil Orange oder Rot enthält. Sie scheint Kälte auszustrahlen, wenn sie ein gewisses Mengenverhältnis von Grün oder Blau in sich trägt.
- ... bewirkt eine Gewichtsempfindung:
helle Farben wirken leichter, dunkle Farben schwerer.
- ... stellt eine Beziehung zu Geschmack oder Geruch her:
kalte Farben wirken „bitter“, warme Farben eher „süß“.
- ... „wertet“: je dunkler desto bedeutender, edler.

wärmer oder kälter

leichter oder schwerer

edler oder peppiger



Gestaltungs-Grundlagen

BILDER

... sagen mehr als tausend Worte

Reihenfolgeeffekt

Bilder werden in der Regel vor dem Text betrachtet.

Aktivierungseffekt

Sie lösen eine stärkere innere Aktivierung (Erregung) aus .

Gedächtniseffekt

Bilder werden grundsätzlich besser in Erinnerung behalten.

Manipulationseffekt

Die Wirkung von Bildern wird weniger kontrolliert.

Wörter in bildhafter Darstellung
können die gleichen Effekte auslösen.

ANIMATION

Bewegungsabläufe unterstützen das Verständnis

Bewegungsabläufe sollten, wie alle Effekte, **gezielt und reduziert** eingesetzt werden.

Sie verdeutlichen die Zusammenhänge, fassen zusammen und gestalten den Vortrag spannend.

Verwenden Sie passende Bewegungen.

Vermeiden Sie unnötige Effekte.

Auch hier gilt: Weniger ist mehr !

TON

Töne, Klänge oder Musikstücke steuern die Aufmerksamkeit.

Verwenden Sie Töne, um Anfang und / oder Ende zu kennzeichnen.

Ein Klang kann innerhalb der Präsentation „wachrütteln“.

Der verwendete Ton muss stimmig zum Inhalt sein.

Zuviel Töne lenken vom Inhalt ab.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass durch

gezielte Plazierungen

der Einsatz von Bildern



Farben

Hervorhebungen im Text

eine spezifische Ansprache

die richtige Wahrnehmung der wichtigsten Elemente der Botschaft erreicht werden sollte.

AUFBAU

**alles
Überflüssige
vermeiden**

Wichtig dagegen ist:

Ständige, aber nicht übertriebene Animation

Dynamik statt Statik

vorwiegend im Rastersystem arbeiten

originell, pfiffig, ungewöhnlich

typisch, mit „Seele“ und „Persönlichkeit“