

*Gute und weniger gute
Plakat- und Schriftgestaltung
erkennen und verbessern.*

Logo- und Plakat- gestaltung

*Ergänzung zu
**Typografie
und
Computer***

*Ein Leitfaden
für Schriftanwender*

*Informationsblätter
Anwendungsbeispiele
Testbogen
Übungsblätter*

www.das-blaue-netz.de
post@das-blaue-netz.de

Auszug

Original mit 21 Seiten
als PDF-Datei erhältlich!
post@das-blaue-netz.de

Auf vielen Anzeigen in Zeitungen, auf Prospekten, auf Plakaten, Bannern und sonstigen für Werbung benutzten Flächen, in Internetauftritten in Privat- oder Geschäftsanzeigen findet man viele, nicht auf Lesbarkeit und Aufmerksamkeit optimierte Schriftzüge. Entweder passt die Schrift nicht zum Thema, oder sie lässt in der Anordnung auf dem Feld nicht genügend Platz um gut zu wirken.

Neben subjektiven Bewertungskriterien des Auftraggebers, wie Farb- und Formvorlieben, gibt es für die Beurteilung eines Logos, eines Entwurfs, auch sachliche Merkmale, die über dem persönlichen Geschmack des Auftraggebers bzw. der für den Auftraggeber tätigen Personen stehen müssten.

Diese „sachlogischen, gestalterischen Merkmale“ sind ein objektivierbarer „Roter Faden“, eine Richtschnur für jeden guten Entwerfer und **Argumente bei der Kundenpräsentation!** Schließlich muss sich aber auch ein Entwerfer oder ein Gestalter mit seinen eigenen Vorstellungen auseinandersetzen wollen. Der eigene Geschmack des Gestalters darf aber nicht im Vordergrund stehen! Anregungen und Vorschläge auf den nächsten Seiten.

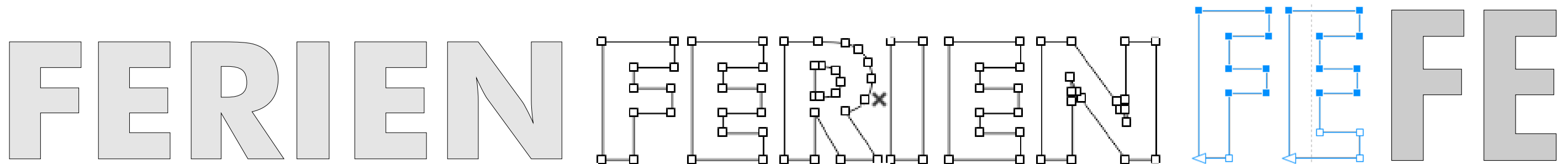
Siehe auch Seite 29 - 31, 44, 45 und 46 in „Typografie und Computer“



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



Um den Text in die vorhandene Fläche zu bringen, hat man versucht, diese möglichst ganz auszufüllen. Die Schriftzüge wurden gedehnt, gezogen und gestaucht. Links: Original Zeitungsanzeige. Die Schrift ist verzerrt, die Proportionen stimmen nicht. Mitte: Nachgestellt mit der Schriftfamilie **Futura**. Verschiedene Buchstabenabstände, von eng bis gesperrt. Farbtöne in der Helligkeit dem Hintergrund angepasst (*Lesbarkeit*) Rechts: Worte **HITS** und **FERIEEN** über die Funktion „Umwandeln in Kurven“ und ziehen der Knotenpunkte mit dem „Hilfsmittel Form“ nach oben verlängert, (Corel-Draw) Proportionen nachgearbeitet. Mein Favorit bleibt die Mitte!



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



Als ChinThaiHaus gesehen in Limburg 2022



Alle drei Logos/Plakate sind in Farbe, Größe und Schrift nach Fotos der Originaldateien mit Corel-Draw nachgestellt. **Thai Chin Haus Schrift:** Foto importiert, mit Corel Trace in Kurven gewandelt. Thailändische Speisen Schrifttype **Nyala**. Schrift Bozen Verkehrsverbund : **Arial**. Schrift Königskinder: **Iskoola Pota** (ähnlich Garamond). Schrift Immobilien: **Lucida Sans**
An den Königskindern gefällt mir die Königskrone in der ein Haus eingebunden ist. Das Logo existiert auch in ausgetauschter Farbgebung.



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



Werbefahner Vorankündigung einer Veranstaltung. Farblich und Hell-Dunkel gut abgestimmt, Schrifttypen Jugendstilschrift welche gut zu dem Hippysymbol passt. Gesehen in Fulda, 2024.

Jugendstilschriften sind z. B.

Arnold Böcklin, DESDEMONA, Eckmann, Harrington, METROPOLITAN,



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



HARBORWALK
COPPERPLATE GOTHIC BOLD

Alle drei Logos/Plakate sind in Farbe, Größe und Schrift dem Thema, der Werbeaussage gut angepasst. Segelschiff: Foto importiert, mit Corel Trace in Kurven gewandelt. Schrift Sielhafenmuseum nachgesetzt mit

Gill Sans MT Condensed.

FLUGTAG und WALLDORF sind in der Schrift Square gesetzt. Guter Kalt-Warm-Kontrast der durch die dynamischen, zentrisch angeordneten „Strahlen“ verstärkt wird. Die quadratisch anmutenden Schriften sollen einen technischen Charakter transportieren.

Untenstehende FLUGTAG Schriftzüge haben alle die selbe Schriftgröße!

FLUGTAG (Square)

FLUGTAG (Euromode)

FLUGTAG (Eurostile)

FLUGTAG (Microgrammma)



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



Originalanzeige aus dem Mitteilungsblatt der Gemeinde. 2024 „Alles so schön bunt hier!“ Zu viele Einzelteile, die nichts zum Inhalt beitragen. Die Anzeige ist überladen und wirkt wild. Auch hier gilt: Weniger ist mehr! Hell-Dunkel-Kontrast? Farbkontrast?



Erster Versuch einer Verbesserung unter Beibehaltung der Schrifttype und der Farben. Suche die Unterschiede! zum Original! Trennpunkte statt Sternchen.



Zweiter Versuch einer Verbesserung unter Beibehaltung der Schrifttype. Farben und Hintergrund verändert. Schrift durchgehend mit Kontur versehen um die Lesbarkeit zu verbessern. Versuch Anzeige deutlicher lesbar und wirkungsvoller zu gestalten. Trennpunkte statt Sternchen.

SOMMERPARTY
SOMMERPARTY
SOMMERPARTY

Schrifttype
Impakt

Diese fette, schmale Schrift darf in kleinen Schriftgrößen nicht zu eng gesetzt werden, weil sie sonst nicht mehr lesbar ist. Es ist notwendig den Buchstabenabstand zu vergrößern (sperren). In dem Beispiel Sommerparty ist die Schrift mit 200% gesperrt!! Die Schriftumrandung hebt den Schriftzug deutlicher vom Hintergrund ab. Lesbarkeit, Hell-Dunkel-Kontrast! Die Punkte zwischen den Wörtern stellen die klassische Trennmethode bei Begriffen dar und sind meist besser als die Trennung mit Kommas. **18-22 UHR • SOFTDRINKS • SNACKS**



Plakatgestaltung an Praxisbeispielen. Fehler und Verbesserungen



Originalanzeige aus dem Mitteilungsblatt der Gemeinde. 2024 „*Alles so schön bunt hier!*“ Zu viele Einzelteile, die nichts zum Inhalt beitragen. Die Anzeige ist überladen und wirkt wild. Auch hier gilt: Weniger ist mehr! Hell-Dunkel-Kontrast? Farbkontrast? Verwendete Schrifttypen „*Viel zu dünn auf der Brust*“ ;-). Kaum Reklamewirkung.



Versuch einer Verbesserung. Suche die Unterschiede! zum Original! Bitte beachten: Die Anzeige ist im Original nur 9 cm x 13 cm groß! Die Fläche selbst hat hier einen Rand, damit sich die Werbung von dem grauen Zeitungspapier abhebt!



Eigener Entwurf.

Der Frosch ist das Laudenbacher „Markenzeichen“ und sollte daher an markanter Stelle stehen.



Versuch einer Verbesserung. Suche die Unterschiede! zum Original! Bitte beachten: Die Anzeige ist im Original nur 9 cm x 13 cm groß!

Gelesen oder gesehen ist nicht das Selbe, wie erkennen, was verbesserungswürdig ist. Wie bei der Fotografie, muss man das Auge schulen, damit das Gehirn gute Beispiele abrufen kann. Der Bildausschnitt, -- oder eben das Bildformat -- die Aufteilung der Elemente auf der ausgewählten Flächengröße, müssen zueinander passen, damit die gewünschte Wirkung eintritt.

Es gibt aber immer mehr als eine Lösung für die gleiche Gestaltungsaufgabe. Von zufriedenstellend bis gut oder besonders gelungen, gibt es immer eine große Spannweite!

