

Ist Ihre Anzeige gut?



Hin- und herhüpfen: Regression

Das Auge hüpfert auf der Seite oder im Text hin und her, entnimmt Ihrer Anzeige aber immer noch keinen Inhalt.

Was steht da eigentlich: Fixation

90% der Lesezeit nimmt die Fixation ein. Das Auge verweilt in einer kurzen Ruhepause und verschafft dem Gehirn Zeit das Gelesene zu verstehen.

Im Auge des Betrachters.

Alles was gedruckt wird wurde gestaltet. Ob "gut" oder "schlecht", ist nicht nur Geschmackssache. Es liegt im wahrsten Sinne des Wortes im "Auge des Betrachters". Und noch mehr als das: In seinen unbewussten Reaktionen.

Der Inhalt ist zweitrangig

Das grundsätzlich angewendete Design: die Aufteilung der Flächen, die Verwendung von Logo, Schrift und Farben und der "Schriftsatz" entscheiden ob Ihre Anzeige gesehen und danach gelesen wird. Der Inhalt Ihrer Anzeige ist dabei Anfangs Nebensache.

Alles läuft nach Plan

Der menschliche Lesefluss ist in drei Phasen aufgeteilt: Sakkaden, Regression und Fixation.

Was sieht interessant aus: Sakkaden

Die schnellstmögliche und unbewusste Bewegung der Augen sind die Sakkaden. Diese erfassen beim Lesen ganze Wortbilder oder Teile davon und der geübte Leser muss keine einzelnen Buchstaben lesen um die Inhalte der Wörter zu erkennen.

Sakkaden lassen den Leser im Text, aber auch auf einer ganzen Anzeigenseite, von einem interessante Punkt zum nächsten springen.

Gute Lesbarkeit

Das Schriftbild ist entscheidend. Die Harmonie von Wort-, Zeichen- und Zeilenabstand bestimmt die Lesbarkeit des Textes und ist entscheidend für die Lesedauer und die Aufnahme des Inhaltes.

Fehler bei der Anzeigengestaltung

- unklare Gliederung der Anzeige: das Auge findet keinen interessanten Punkt an dem es hängen bleiben mag.
- "alles ist wichtig", groß und fett.
- keine "Spannung" in der Gestaltung: "Ruhe" und ein "Mittelpunkt" fehlen, die das Auge durch die Anzeige führen.
- Schlecht lesbarer Text. (Schriftbild)
- Unklare Aussage: was soll die Anzeige bewirken?

Lieber einmal richtig

Lassen Sie sich von Ihrem Designer ein Anzeigenkonzept erstellen. Einmal erstellt begleitet es Sie und sichert hohe Wiedererkennung über Jahre, auch bei wechselnden Inhalten und Formaten.



Carola Väth
Dipl. Kommunikations-
designerin (FH)

grafisch |
büro für grafikdesign
www.grafisch.cc