



Augen
auf!

Grafiken begeistern unsere Augen

Die Augen sind unser wichtigstes Sinnesorgan. Darüber sind sich fast alle Menschen einig. Das Hören, Schmecken, Riechen oder Tasten sind uns im Allgemeinen weniger wichtig als das Sehen. Schaut man sich die medizinischen Gesichtspunkte an, wundert man sich nicht mehr. Jede zweite Nervenzelle im Gehirn ist direkt oder indirekt am Sehprozess beteiligt und überhaupt befinden sich rund 70 Prozent der menschlichen Sinneszellen in der Augennetzhaut. Diese Tatsache sollte man im Blick behalten, wenn es um die optische Aufmachung eines Messestandes geht.



7 Sekunden

Augen sind schnell. In maximal sieben Sekunden erfasst ein vorbeilaufender Messebesucher die optischen Eindrücke, die ein Stand ihm vermittelt. In dieser Zeit entscheidet er, ob er diese Eindrücke interessant findet und den Stand genauer betrachten möchte – oder ob er weiterrückt. Farben, Bildern und Grafiken sollte aus diesem Grund eine erhebliche Bedeutung bei der Gestaltung eines Standes zugebilligt werden.

Lebhafte und überdimensionierte Grafiken erzielen schon von Weitem eine immense Wirkung. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass Text- und Zahlenpassagen innerhalb der Grafik bereits aus einer Entfernung von zwei bis drei Metern gut leserlich sind. Getragen werden die grafischen Inhalte vom richtigen Schriftbild. Wie ist Ihr Unternehmen

positioniert? Steht es für stabile Tradition oder ist es eher flippig und schillernd? Schriftbild und Typografie der Grafik sollten diese Werte widerspiegeln.

In der Kürze liegt die Würze

Die meisten Grafiken kommen nicht ohne erläuternde Textpassagen aus. Allerdings sollten die Texte so kurz wie möglich gehalten werden und in einer klaren und unverschörkelten Sprache verfasst sein. Satzzeichen am Ende von Überschriften stoppen den Lesefluss. Man verzichtet besser auf sie. Und bevor der Text mitsamt Grafik in die Produktion geht, sollte alles genau Korrektur gelesen werden. Nichts ist ärgerlicher als «Drehverworfungen gazzn ma Sluschs.»

Angebot zur Identifikation

Bei der Realisierung einer Grafik geht es allerdings um noch mehr als um bloße Fakten-Vermittlung und Image-Show. Es geht auch darum, dem Betrachter ein Angebot zur Identifikation zu machen. Wer auf Bildwelten stösst, die seinem Lebensgefühl entsprechen, ihn anregen und inspirieren, identifiziert sich mehr mit den Inhalten und erlebt das, was er sieht, als sympathisch. Man sollte sich daher in die Köpfe seiner Zielgruppen hineindenken und überlegen, was dem jeweiligen Betrachter wichtig ist und was ihm echten Mehrwert liefert. So entstehen besondere und ungewöhnliche grafische Darstellungen, die sich von der Konkurrenz abheben.

*« Jede zweite
Nervenzelle im Gehirn
ist direkt oder indirekt
am Sehprozess
beteiligt. »*

Trauen Sie sich!

Beleuchtete Panels, abnehmbare Beschriftungen, Foto-drucke, Lackfolien oder Stoffbahnen – heute gibt es schier endlose Möglichkeiten, Grafiken zu präsentieren. Je ungewöhnlicher, umso besser. Spannend ist auch der Einsatz von Effekten. Das Publikum liebt es, wenn Bilder sich bewegen. Grafiken, die zum Beispiel mit 3D-Effekten spielen, ziehen alle Blicke auf sich.



