

Tipps!

In dieser Rubrik verraten wir Ihnen abwechselnd aus den Bereichen Typografie, PowerPoint, Word und Datentransfer Tipps und Tricks, die auch Ihnen bei der täglichen Arbeit nützlich sein werden.

Typografie

PowerPoint

Word

Datentransfer

In der letzter Zeit fiel uns auf, dass immer mehr Firmen die Arial als Hausschrift verwenden. Die Arial ist eine serifenlose Schrift, die in den gängigen Betriebssystemen der Bürorechner vorinstalliert ist und beim Dokumententransfer keine Probleme hervorruft. Daher ist die Wahl, die Arial als Hausschrift zu wählen, verständlich.

Allerdings ist es kaum möglich mit dieser Schrift Projekte typografisch interessant zu gestalten, da diese Variante der Arial lediglich aus drei Schriftschnitten (regular, bold und black) besteht. Bei der Produktion von Printprodukten empfiehlt es sich, anstelle der Arial die Helvetica zu verwenden. Die Arial entstammt der Helvetica, daher ähneln sich die Schriften sehr. Die Helvetica glänzt allerdings durch ein eleganteres Schriftbild sowie eine größere Auswahl an Schriftschnitten.

Helvetica

Projekt	Light
Projekt	Neue 45 Light
Projekt	Neue 35 Thin
Projekt	Bold
Projekt	Rounded Bold
Projekt	Black
Projekt	Condensed



Anhand des Großbuchstabens „R“ ist ein signifikanter Unterschied zu erkennen. Die Helvetica besticht durch geschwungene Formen.

Im Allgemeinen hat die Helvetica einen feineren Duktus (Schriftaufbau) als die Arial.

Schau an!

Damit wir Ihnen immer wieder kreative Ideen präsentieren können, schauen wir natürlich auch auf die Werbung anderer Firmen und kommentieren sie ... In dieser Rubrik möchten wir Ihnen unterschiedliche Arten von Medien vorstellen und sagen, was unserer Meinung nach daran gut und schlecht ist. Dieses Mal hat Tobias Witek ein Plakat von der Firma Tom Tailor entdeckt.



Quelle: Praxishandbuch Werbung

Was meinen Sie zur Rechtschreibreform?

Plauderspalte

Jeden Monat stellen wir Ihnen jeweils das Neueste aus dem Hause frau**jansen** kommunikation vor.

Tina Meier und Silke Loos haben im Oktober an einem spannenden Workshop zum Thema Außenwerbung teilgenommen. Im Folgenden stellen wir Ihnen einige Thesen des Vortrages zum Thema Plakatgestaltung vor:

- Bei der Verwendung von Gesichtern als Motiv, muss die Produktplatzierung in enger räumlicher Nachbarschaft sein.
- Die Headline muss mindestens 5% der Plakathöhe betragen.
- Darstellung der wesentlichen Textbotschaft in nicht mehr als 5 Worten.



Beispiel für ein Plakat mit geringer Zahl an Textelementen. Der Text ist innerhalb von 2 Sekunden erfassbar.



Beispiel für ein Plakat mit mehr als 15 Textelementen. Die Erfassungszeit für den Text beträgt im Vergleich zu obigem Plakat mehr als das Dreifache.

Quelle: contrast AG

Unser Fazit und wichtigstes Prinzip für die Plakatgestaltung:
Weniger ist einfach mehr!

Nächster Newsletter im
Januar/Februar 2006

Sollten Sie den Newsletter nicht weiter erhalten wollen, sagen Sie uns bitte Bescheid. Danke.