

## Anhang und Checklisten für Grafikdesign-Kurs

Grafikdesign-Anhang

HEALTHCARE MARKETING  
DR. UMBACH & PARTNER  
[www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)  
Training + Consulting

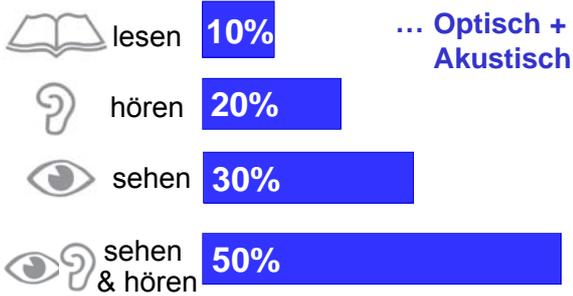
© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 1

## Kurz-Checkliste

- Unerfüllter Bedarf / Problem
- Aufmerksamkeit / Interesse
- Nutzen / Lösung aufzeigen
- Einzigartigkeit / USP
- Beleg / Quelle
- Handlungsimpuls /Aktion
- Logo / Markennamen
- Treffendes positives Vokabular
- Nutzenversprechende Worte
- Klare Kernaussage
- Text in Stichpunkten
- Relevante Zahl
- Zeichen, Buchstaben, Silbe
- Lesefreundliches Schriftbild
- Effektives Layout
- Markenfarbe gewählt
- Optimierte Tabellen
- Einleuchtende Diagramme
- Stimmige Bilder

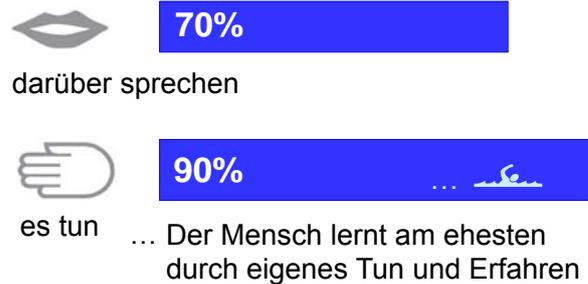
© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 2

## Wahrnehmungsart und Recall



Quelle: Zita Zarf, 21.11.2002. Nach: „Schließen auf die Sprünge helfen“! W. Kowalek, K. Olsch, Herbst 1995  
© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 3

## Wahrnehmungsart und Recall



Quelle: Zita Zarf, 21.11.2002. Nach: „Schließen auf die Sprünge helfen“! W. Kowalek, K. Olsch, Herbst 1995  
© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 4

## Wahrnehmungsart und Wirkung

Sag es mir und ich vergesse es.  
Zeig es mir und ich behalte es.  
Beteilige mich und ich verstehe es.

*Tell me and I forget.  
Show me and I remember.  
Involve me and I understand.*

Benjamin Franklin / Carl Orff

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 5

## 6 Sünden der Kommunikation

- Keine Aufmerksamkeit erlangt
- Zu lange Texte
- Kein Nutzen dargestellt
- Kein Wettbewerbsvorteil erkennbar
- Keine emotionale Ansprache
- Keine Kontinuität

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com) 6

## Checkliste für Dokumente: "Formales"

- Gut lesbarer Text
- Richtige Farbe der visuellen Elemente
- Angemessene Motive der Bilder
- Überschrift vorhanden
- Zwischen-Überschrift vorhanden
- Übersichtliche Anordnung der Elemente
- Horizontales Layout: Bild links, Text rechts
- Vertikales Layout: Bild oben, Text unten
- Bildbeschreibung unterhalb des Bildes
- Leerzeilen zwischen Abschnitten
- Logo und/oder Produkt gezeigt
- P.S. zum Abschluss vorhanden

## Fallstricke beim Beauftragen

Häufige Fehler beim Briefing einer Agentur

- Ziele unklar formuliert
- Unvollständig, da Dinge vergessen
- Mehrere beauftragende Personen
- Fehlerhafte Weitergabe von Daten

## Text-Layout: Fallstricke

- "Betr."
- Schlecht lesbarer Schrifttyp
- Zu breite Textspalten
- Überschrift mit Punkt beendet\*
- Fehlende Untertitel

\* Punkt = Lesebremse

## Lay-out

Schönheit: "Goldener Schnitt"

62

38



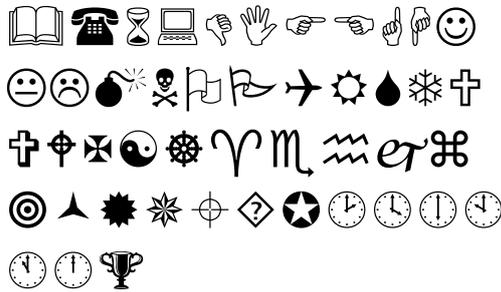
## Website: Fallstricke

- Mangelnde Übersichtlichkeit
- Unklare Navigation
- Unzureichende Dialogmöglichkeiten
- Komplizierte Formulare
- Mangelnde Einbindung in die Gesamt-Kommunikations-Strategie: Botschaft: Web ↔ Anzeigen

## Website: Hinweise

- Konsequentes Branding
- Aktualität ist Trumpf
- Klare Navigation
- Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte
- Erfassen der Besuchsfrequenzen und ggfs. Seiten überarbeiten
- Produkt-Logo auf jeder Seite

## Sonderzeichensatz: Symbole aus Wingdings



## Bequeme Art, Ideen zu finden

### Lass das Internet für Dich arbeiten: Anregungen

[www.google.de](http://www.google.de) Bild  
[www.agefotostock.com](http://www.agefotostock.com)  
[www.kartoo.com](http://www.kartoo.com)  
[www.elance.com](http://www.elance.com)  
[www.clickworker.com](http://www.clickworker.com)  
[www.flickr.com](http://www.flickr.com)  
[www.chacha.com](http://www.chacha.com)  
[www.fotolia.de](http://www.fotolia.de)  
[www.shutterstock.de](http://www.shutterstock.de)  
[www.panthermedia.de](http://www.panthermedia.de)  
[www.corbis.com](http://www.corbis.com)  
[www.gettyimages.de](http://www.gettyimages.de)  
[www.modernista.com](http://www.modernista.com)  
<http://knol.google.com/k>  
<http://www.stockfood.de/>

[www.visuwords.com](http://www.visuwords.com)  
[www.live.com](http://www.live.com)  
[www.cuil.com](http://www.cuil.com)  
[www.ask.com](http://www.ask.com)  
[www.wefind.de](http://www.wefind.de)  
<http://meetinbetween.us>  
[www.ebm-netzwerk.de](http://www.ebm-netzwerk.de)  
[www.ebm-unity.org](http://www.ebm-unity.org)



## Visuelle Darstellung von Information I

**Icon:** Abstrahiertes Bildchen : Symbol einer grafischen Benutzeroberfläche, die eine Datei oder einen Befehl an die Software symbolisiert

**Piktogramm / Bildzeichensystem:** Vereinfachte, international verständliche, grafische Darstellung einer Information  
 - Kennzeichnung von Sportarten für Olympische Spiele  
 - Leitwegesystem für Flughafen, Messen, Kongressen

**Logo / Signet:** Kombination von Buchstaben und Bildelementen

**Vignette:** Zierbild / Schmuckelement als stilistischer Beitrag, um den Text verständlicher zu machen. Heute als "Clipart"

## Visuelle Darstellung von Information II

**Verkehrszeichen:** Signale für Verkehrsteilnehmer

**Emoticon:** Zeichenfolgen aus normalen Satzzeichen, die ein Smiley nachbilden, um bei SMS und Emails Stimmungs- und Gefühlszustände auszudrücken

**Heraldik / Heroldskunst =** Wappenwesen

## Designmanagement

Integriertes Management von Design auf den Ebenen von Führung, Organisation und Strategie, um eine Kreativitätskultur zu unterstützen und eine Organisationsstruktur für Design aufzubauen

"Die geschäftliche Seite von Design"

## Kapitalchen und Versalien

**Kapitalchen** sind ein eigener Zeichensatz\*, ähnlich zu Großbuchstaben (Versalien) in der Höhe von Kleinbuchstaben

**Versalien** sind Großbuchstaben in der Höhe von Kleinbuchstaben ("die schlechtere Alternative")

Wenn man in WORD Kleinbuchstaben als Kapitalchen formatiert, erhält man keine echten Kapitalchen, sondern unechte ("simulierte") Kapitalchen: Kleinbuchstaben werden durch Großbuchstaben ersetzt und anschließend verkleinert mit der Folge, dass sie dünner sind als die übrigen Schrift.

Beispiel: Wort in normaler Schrift oder WORT ALS KAPITÄLCHEN

Hinweise:

\* Etwas breiter sind als verkleinerte Versalien, Strichstärke ebenso breit wie die übrige Schrift  
 Echte Kapitalchen sind nicht in allen Softwares installiert

## Mikrotypographie

"Feinheiten zwischen Buchstaben und Wörtern"

"Handhabung der Satzarten und Auszeichnungen"

"Umgang mit Ziffern, Sonderzeichen und Satzzeichen"

## Sonderzeichen und Satzzeichen

( ) ©  
\$ @  
£ &  
+ { }  
= «»

- Mittelstehender Punkt
- Trennzeichen = Bindestrich (Divis)
- Gedankenstrich
- ~ Tilde
- / Schrägstrich (Virgel)

## Top Zeitschriften

Titel	Auflage (Mio)
· ADAC motorwelt	13,6
RTV (TV-Programm)	8,6
Prisma	4,2
Das Haus	1,9
TV Digital	1,8
house and more	1,6
TV Spielfilm plus	1,5
TV movie	1,3
Hörzu	1,3
TV Direkt	1,2
Auf einen Blick	1,1
Der Spiegel	1,0
Bild der Frau	0,9
Freizeit Revue	0,9
KulturSpiegel	0,9
Stern	0,9
Landlust	0,8
TV Hören und Sehen	0,8

IWW, kress-Report 22/11,  
Verkaufte Auflage  
in Millionen III/2011

Link und Passwort

➔ Login für Klienten

[www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)