

# PLAKAT: INFORMATIONSMEDIUM UND WISSENSCHAFTLICHES PRODUKT

## Wozu Plakate?

---

Das Plakat ist ein visuelles Kommunikationsmittel, mit dem wissenschaftliche oder planerische Ergebnisse kompakt und übersichtlich in Wort, Bild und Grafik auf einer wirksamen Fläche dargestellt werden. Layout und Inhalt gehen dabei Hand in Hand. Die Struktur und Komposition der Elemente ist ebenso wichtig für den Vermittlungserfolg wie die darzustellenden Inhalte.

Plakatpräsentationen gehören zum Alltag in vielen Arbeitsbereichen von Stadtplaner\*innen: z. B. die Informationsvermittlung per Plakat über Themen der Stadtentwicklung an Bürger\*innen oder das Plakat oder Poster auf einer Fachkonferenz zur kompakten Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse. Im Studium wird der Umgang mit dem Medium Plakat daher gezielt erprobt, indem die Projektergebnisse neben einer mündlichen Präsentation mittels Plakaten am Ende eines Studienprojektes vorgestellt werden. Die folgenden Schritte skizzieren die Vorgehensweise der Plakaterstellung:

## Ein Plakat erstellen: Vorgehensweise

---

Der (zeitliche) Aufwand für die Erstellung von Plakaten ist hoch, es eignen sich sog. DTP-Programme (Desktop-Publishing) wie Indesign, QuarkXPress, Illustrator oder Scribus. Diese Programme erfordern eine intensive Einarbeitung; diese Fähigkeiten sind aber im Berufsalltag von Vorteil, teilweise sogar unabdingbar.

### 1. Fixierung von Zweck, Ziel und Zielgruppe

Ist eine reine Informationsvermittlung geplant oder eine vertiefende Darstellung von Anlass, Methode und Ergebnissen? Soll ein Fachpublikum oder die (interessierte) Öffentlichkeit angesprochen werden?

### 2. Die wichtigsten inhaltlichen Bestandteile des Plakates herausarbeiten:

Der geplante Inhalt ist maßgeblich verantwortlich für das Layout. Daher sollte dieser zuerst, mit Rückgriff auf das Ziel, inhaltlich grob festgelegt werden. Damit nicht zu viele Informationen eingeplant werden, ist es hilfreich, skizzenhaft den Umfang abzuschätzen. Maßgebliche Bestandteile können sein: Fragestellung, Informationen zur Methodik, Themenschwerpunkte, Daten, Kernergebnisse, formale Informationen wie Projektbeteiligte o. ä. Dabei ist zu überlegen, welche Inhalte gut in Form von Abbildungen, Tabellen, Karten dargestellt werden können.

### 3. Das Layout festlegen

Stehen die Inhalte fest, kann das Layout erstellt werden. Dabei wird abgeschätzt, wie viel Platz für Textblöcke, für Karten, Abbildungen und Tabellen sowie für weitere grafische Elemente (z. B. Logo oder Elemente für Corporate Identity) zur Verfügung steht. Siehe hierzu Abschnitt unten „Gestalterische Anforderungen“. Dabei sollten auch die Formalitäten (Impressum, Quellenangaben, etc.) beachtet werden.

### 4. Die Inhalte konkretisieren

Es gilt, die Texte in passender Länge zu formulieren und einzufügen. Grafiken ergänzen die Texte und werden in passender Größe erstellt. Dabei sind die Grundregeln des wissenschaftlichen Arbeitens, insbesondere auch in Hinblick auf das Urheberrecht, zwingend zu beachten. Die Grafiken müssen lesbar gehalten werden und sollten einheitlich gestaltet sein. Das in Schritt 3 formulierte Layout gibt den Umfang des Inhalts fest vor! Überlange Textblöcke sollten nicht gezwängt oder in kleinerer Schrift abgebildet werden, die Vermittlung der Inhalte leidet darunter.

### 5. Probe und Korrektur

Das Plakat diskutieren und selbstkritisch den Lesefluss und die Vermittlungsfunktion testen. Hilfreich ist, Unbeteiligte das Plakat prüfen zu lassen. Unbedingt einen Probedruck vornehmen. Korrekturlesen nicht vergessen!

### 6. Druck und Präsentation

Druckservice auswählen und Plakat drucken/plotten. Für Abgaben ggf. auf die DIN-Faltung zusammenfalten. In der TU hat der CIP-Pool 29 sehr günstigste und vielfältige Angebote. Ggf. Posterpräsentation ausarbeiten.

## Formale und technische Hinweise

---

- ▷ **Impressum:** Die Frage klären, wer für die dargestellten Ergebnisse verantwortlich ist und als Ansprechpartner\*in fungiert. Mindestangaben sind ausführende/ herausgebende und beteiligte Institutionen, Autor\*innen/ Beteiligte, Zeitraum/ ggf. Tag der Präsentation
- ▷ **Corporate Design:** Die Nutzung eines eigenen, ggf. auch Medien übergreifenden Designs ist denkbar. Bei Logos beteiligter Institute deren Bestimmungen zu Position, Größe, Farbe usw. beachten.
- ▷ **Urheberrecht:** Für Plakate gelten die gleichen Regeln wie in anderen wissenschaftlichen Arbeiten. Siehe hierzu Arbeitshilfe „Urheberrecht“ und „Zitation“. Beachte: auch Schriftarten und Designs haben Urheberrechte
- ▷ **Material:** Nutzung schwerere Papierstärken (ab 120g/m<sup>2</sup>)
- ▷ **Druck:** Drucker nutzen u. U. andere Farbräume als die im Dokument eingestellten und verschiedene Papiere geben Farbe unterschiedlich wieder. Die Bildschirmdarstellung ist definitiv nicht verlässlich! Daher sollte vor jedem größeren Druckauftrag ein Ausschnitt des Plakates auf A4/A3 probegedruckt werden.

## Gestalterische Anforderungen

---

Ein logischer Aufbau hilft der Nachvollziehbarkeit. Die allgemeine Faustregel ist, vom Groben ins Detail zu gehen oder chronologisch bzw. thematisch vorzugehen. Dazu ist es z. B. sinnvoll, auf einem Plakat eine auffällige Zusammenfassung (das „Grobe“) zu platzieren, damit Kurzleser ausreichend erreicht werden. Vertiefende Inhalte können zurückhaltender gestaltet werden (vgl. z. B. Gosling 1999: 53–62).

Pamela Alean-Kirkpatrick (1996) hat für die Plakatgestaltung eine eingängige Grundidee formuliert:

### Look at me!

Plakate müssen zum Lesen einladen, sich von der „Masse“ abheben. Ein Titel der „neugierig“ macht und nicht zu viel Text (max. 30 Prozent) helfen dabei. Durch ein gesundes Maß an „leerer Fläche“ wird der erste Blick nicht überfrachtet. Ein besonderes Element hilft, in den ersten Sekunden einer Betrachtung die Leserin oder den Betrachter „festzuhalten“

### Read me!

Klare, kurze Sätze und Konzentration auf verständliche Schlüsselwörter helfen bei der schnellen Aufnahme von Informationen. Grafiken und Tabellen benötigen selbsterklärende Legenden und Bildunterschriften. Eine Erläuterung ausschließlich im Text ist nicht hilfreich und führt bei einem ersten Querblicken eher zu Verwirrung. Wichtig ist, dass die Lesereihenfolge ersichtlich wird, ggf. unterstützt durch Pfeile o. ä. oder durch geübte und übersichtliche Anordnung der Elemente.

### Ask me!

Ein Plakat soll zum Nachdenken oder auch zur Diskussion anregen bzw. Fragen fördern. Geeignete Anregungen auf dem Plakat unterbringen! Diese können durch ein gemeinsames Brainstorming (Was könnten Betrachter\*innen möglicherweise noch wissen wollen?) gefunden werden.

## Tipps und Tricks zur Gestaltung

- ▷ **Plakatformat:** Das Format (hoch oder quer, A3 oder A0) wird entsprechend der Nutzung oder der Vorgaben (häufig bei Wettbewerben) gewählt. Ein A0- oder A1-Plakat kann in einem großen Raum sinnvoll sein und bei entsprechender Gestaltung auch bei entfernter Betrachtung Interesse wecken. Ein A0-Plakat sollte aber nicht so vollgequetscht werden, als wären es acht A3-Plakate. Genügend Platz und Abstände einplanen. (Maxbauer/ Maxbauer 2003: 27–31, Carter 2013: 325–329)
- ▷ **Aufbau und Unterteilung der Seite:** Es ist hilfreich, das Plakat in mehrere Spalten und Zeilen aufzuteilen (Raster). Bei einem A0-Plakat sind 3–4 Spalten und 4–6 Zeilen denkbar. Jeweils zwischen den Spalten und evtl. auch den Zeilen, in jedem Falle am Plakatrand, sollte ein gleichmäßiger Abstand freigehalten werden. Je nach Layout ist Platz für einen Titel (1–2 Rasterzeilen) und eine Einleitung einzuplanen (meist am oberen Seitenrand). (Gosling 1999: 57–61, Maxbauer/ Maxbauer 2003, Carter 2013: 326–329)

- ▷ **Farbe:** Farbe sollte gezielt zur Veranschaulichung, Betonung oder auch Lenkung eingesetzt werden und dabei nicht die Augen überfordern. Es ist empfehlenswert, ein Farbschema im Vorhinein festzulegen, das ggf. nicht nur auf das Plakat und die Schrift, sondern auf alle verwendeten Grafiken angewendet wird. Bei der Wahl der Schriftfarbe sollte auf genügend Kontrast zum Untergrund geachtet werden. Der Adobe Kuler (<https://color.adobe.com/de/create/color-wheel/>) kann ein Hilfsmittel für die Farbwahl sein. (Gosling 1999: 63–67; Carter 2013: 37–54)
- ▷ **Hintergrund:** Es ist in der Regel einfacher, mit einem einfarbigen Hintergrund zu arbeiten, dessen Farbe angepasst sein sollte an die Farbe grafischer und textlicher Elemente des Plakates. Fotos oder Symbole im Hintergrund können ggf. zu viel Unruhe erzeugen und von den Informationen, die im Vordergrund stehen, ablenken. (Carter 2013: 49, 222–224, 330)
- ▷ **Schrift:** Die gewählte Schrift sollte in angemessener Entfernung lesbar und dem Format und Zweck des Plakates angepasst sein. Empfehlenswert für Plakate ist eine serifenlose Schrift. Bei einem A0-Format sollte eine Schriftgröße von 24 pt und größer, für die Überschrift von deutlich über 100 pt verwendet werden. (Gosling 1999: 29–36, Maxbauer/Maxbauer 2003: 32–33; Carter 2013: 55–67, 328)
- ▷ **Abbildungen und Tabellen:** Die Qualität muss entsprechend dem Format hochauflösend sein. Zu Grafiken gehören Beschriftungen, Legenden und Quellenangaben, die lesbar sind. Es ist auf die Reduktion der Komplexität zu achten und Daten sollten interessant dargestellt werden, z.B. durch Fließdiagramme, Wortwolken, Konzeptkarten; ggf. kann dadurch langer Text ersetzt werden. (Gosling 1999: 37–52; Carter 2013: 85–150)
- ▷ **Originalität und Aufmerksamkeit:** Gezielt und in Maßen von den Regeln abweichen schafft u.U. Aufmerksamkeit! Vielleicht auch interaktive Elemente vorsehen (z.B. verschiebbare Inhalte oder drehbare Anzeigen), die das Publikum aktiv einbeziehen und binden. Um Aufmerksamkeit zu erhalten, sollte immer wieder geprüft werden, wie der Blick durch das Plakat geführt wird (vgl. u. a. Stoklossa 2005).

## Quellen:

---

Alean-Kirkpatrick, Pamela (1996): Powerful Posters – Guidelines for poster presentations at scientific conferences. Zugriff auf [https://www.uni-due.de/imperia/md/content/water-science/6111\\_g01\\_wso809.pdf](https://www.uni-due.de/imperia/md/content/water-science/6111_g01_wso809.pdf) am 16.10.2016.

Briscoe, Marie Helen (1996): Preparing Scientific Illustrations: A Guide to Better Posters, Presentations, and Publications. New York.

Carter, Matt (2013): Designing Science Presentations. A Visual Guide to Figures, Papers, Slides, Posters, and More. Amsterdam, Boston.

Dabner, David (2006): Das Grafikdesign-Buch. Grundlagen und Übungen. München.

Gosling, Peter J. (1999): Scientist's Guide to Poster Presentations. New York.

Maxbauer, Regina; Maxbauer, Andreas (2003): Praxishandbuch Gestaltungsraster. Ordnung ist das halbe Leben. Mainz.

Stoklossa, Uwe (2005): Blicktricks. Anleitung zur visuellen Verführung. Eine Entdeckungsreise in die alltägliche Welt der Wahrnehmung, mit nicht alltäglichen Beispielen aus Werbung und Grafikdesign. Mainz.