

# Richtlinien Poster

## Ausgangslage

Poster werden immer mehr als Kommunikationsmittel verwendet, da sie erlauben sich schnell oberflächlich mit einer Materie zu befassen und – falls das Interesse geweckt wird – sich zu vertiefen und im Rahmen einer Posterpräsentation mit den Autoren ins Gespräch zu kommen. Im Rahmen der Studienganges *Bauingenieurwissenschaften* werden in verschiedenen Phasen Posters verlangt, insbesondere:

- Projektarbeit im 2. Semester des Bachelorstudiums (zwingend)
- Seminararbeit Entwurf im 1. Semester des Masterstudiums (zwingend)
- Semesterarbeiten des Diplomstudiums bzw. Projektarbeiten des Masterstudiums (fallweise)
- Diplom- bzw. Masterarbeit (zwingend)

Die nachstehenden Richtlinien sind aber so abgefasst, dass sie allgemein gelten.

## Aufgaben eines Posters

Ein Poster soll Leute, die eigentlich am Vorbeigehen sind, *fesseln*, so dass sie stehen bleiben. Dann soll es *Informationen vermitteln*, in Portionen, die in dieser Form aufnehmbar sind. Schliesslich soll es *zu Diskussionen* mit dem Autor/der Autorin *anregen*.

Aus diesen drei Funktionen ergeben sich folgende Anforderungen:

### Fesseln

Dies ist in der heutigen, mit Reizen überfluteten Zeit keine leichte Aufgabe.

Ein Poster sollte originell aber nicht überladen sein, bereits aus einer gewissen Distanz (etwa 5 m) wirken, eine Frage aufwerfen oder ein attraktives Stichwort im Titel beinhalten, zum näheren Betrachten einladen.

„You never get a second chance to make a first impression“ – dies gilt genauso für Ihr Poster.

### Informationen vermitteln

Die wichtigsten Mittel dazu sind Wort und Bild, obwohl auch andere Sinne als das Auge angesprochen werden können (Tastsinn durch Ausstellungsstücke, Ton soweit keine Ausstellungs-nachbarn gestört werden, etc.).

Fotos, Zeichnungen und Grafiken eignen sich besser als lange Texte (Ein Bild sagt mehr als tausend Worte). Allenfalls reichen Stichworte oder Aufzählungen und es braucht wenig ganze Sätze. Ein Poster kann nicht eine Zusammenfassung sein, es kann aber z.B. die angewandte Methodik, die wichtigsten Resultate oder offene Fragen darstellen.

Das Poster sollte in zwei bis drei Minuten gelesen werden können. Das bedeutet, die Sprache sollte leicht verständlich und prägnant sein. Anschauliche Wörter, Vergleiche und präzise Bezeichnungen erhöhen die Verständlichkeit. Wer sich vertieft informieren will, sollte Gelegenheit erhalten mit dem Verfasser bzw. der Verfasserin Kontakt aufzunehmen.

### Zu Diskussionen anregen

Die grösste Befriedigung entsteht sicher dann, wenn sich jemand für Ihre Arbeit (oder für Sie) soweit interessiert, dass er/sie sich auf eine Diskussion mit Ihnen einlässt.

Sie können dies fördern indem Sie

- schlüssige, evtl. provokative Thesen und interessante Fragen aufwerfen,
- ein Vokabular verwenden, das dem Zielpublikum entspricht,
- keine unnötigen Barrieren wie nicht geläufige Abkürzungen aufrichten.

## Gestaltungshinweise

### Format

Das Format ist meist durch den Veranstalter vorgegeben. Üblich ist das Format A0 (1189x841 mm), allenfalls A1 (841x595 mm). Bei Querformat ist der gute Lesebereich grösser; bei Hochformat haben mehr Poster auf derselben Abwicklung von Ausstellungsfläche Platz.

### Wenig Text am richtigen Ort

Kaum jemand liest gerne im Stehen, schon gar nicht gebückt oder auf Zehenspitzen. Dadurch ist der gute Lesebereich eingeschränkt. Weniger wichtige Information (Referenzen, Literatur, Verdankungen etc.) sollten deshalb im unteren, ungünstigeren Lesebereich untergebracht werden (Abb. 1).

Längere Texte in Blöcken oder Spalten anordnen. Die ideale Zeilenlänge beträgt 40-50 Zeichen. Bei längeren Zeilen findet das Auge den nächsten Zeilenanfang nicht mehr; bei kürzeren entstehen im Blocksatz unregelmässig grosse Wortabstände.

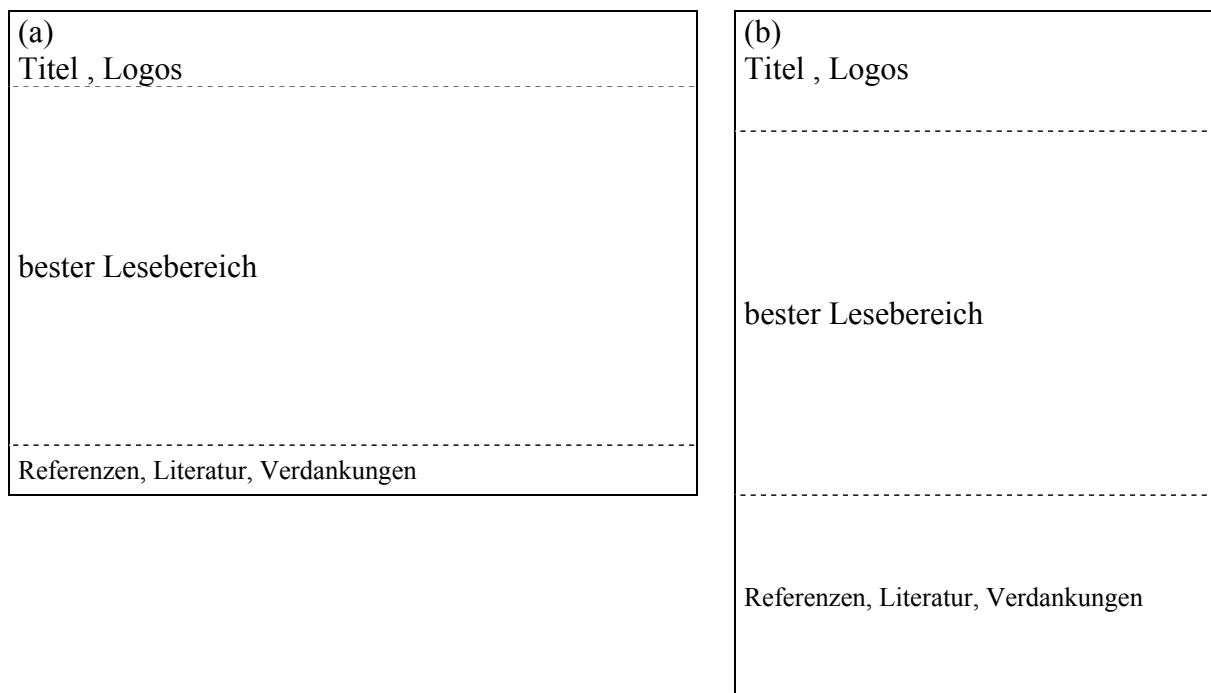


Abb. 1 Posterformate; (a) Querformat, (b) Hochformat

### Vor allem Fotos und Illustrationen zeigen

Viele Sachverhalte lassen sich grafisch darstellen, vor allem wenn der Platz nicht wie in einem Bericht auf A4 Format begrenzt ist.

Illustrationen brauchen eine Legende, so dass man ihren Inhalt zumindest grob versteht, auch wenn man nicht den ganzen Text gelesen hat.

Fotos und Illustrationen brauchen eine gewisse Grösse, um zu wirken (keine Briefmarken).

Achten Sie auf eine genügende Auflösung der Fotos. Sind nur schlechte Vorlagen verfügbar, kann eine zusätzliche Verfremdung (z.B. Rasterung) diesen Umstand verdecken.

### Darstellung von Zahlen und Zahlenreihen

Zahlen und Zahlenreihen sind schwierig zu erfassen. Oft ist die Grössenordnung wichtiger als die genaue Zahl. Je nachdem was gezeigt werden soll (Verhältnisse, Anteile, absolute Werte,



## Corporate Identity

Zeigen Sie, von welcher Institution Sie kommen. Viele Hochschulen, Institute etc. haben einen geprägten Schriftzug und/oder ein Logo. Fragen Sie an, ob Sie diese verwenden dürfen und beschaffen Sie sich die Vorlage in einer guten Qualität. Logos sollten nicht abgeändert werden, sonst verlieren sie ihre Wirkung; auch sind sie nicht auf jedem Hintergrund geeignet. Vermeiden Sie die Anhäufung verschiedener Logos.

## Gut leserliche Schriften verwenden

Als Titel eignen sich Groteskschriften (z.B. Arial, Helvetica), für längere Texte Serifenschriften (z.B. Times, Garamond). Durchgehende Grossbuchstaben sind schlecht lesbar und nur für kurze Titel tauglich. Maximal 2 Schrifttypen und 3 Schriftgrössen verwenden, minimale Schriftgrösse: 1 cm (Ausnahme Referenzen, Literatur, Verdankungen).

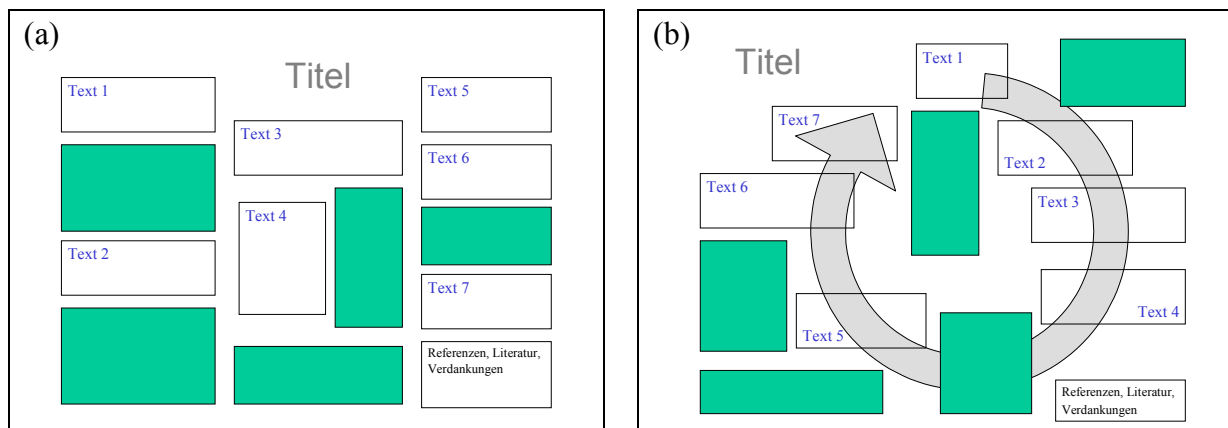


Abb. 3 Beispiele für Leserichtungen; (a) Berücksichtigung der üblichen, spaltenweisen Leserichtung, (b) Leitung der Leserichtung durch Pfeile

## Bilder und Texte horizontal und vertikal anordnen, natürliche Leserichtung beachten

Europäer lesen von links nach rechts und von oben nach unten (Abb. 3 (a)). Wollen Sie davon abweichen, müssen Sie Betrachterinnen und Betrachter z.B. durch Pfeile leiten (Abb. 3 (b)).

## Produktion der Poster

### Grossformatige Plotter

Die modernen grossformatigen Tintenstrahl- und Laserplotter erlauben es auch dem Laien, ein Poster selber zu produzieren. Allerdings sind diese Geräte nicht für jedermann zugänglich, oder sie sind zu teuer. Die Tatsache, dass man einfach korrigieren kann, führt dazu, dass man auch dauernd korrigieren muss (wie bei der Textverarbeitung am Computer). Somit ist fürs Budget ein einmaliger Ausdruck kaum realistisch. Die ersten Probedrucke können allerdings auch auf A4 und schwarz- Weiss erstellt werden.

### Normale A4/A3-Drucker

Eine günstigere Alternative, die durchaus befriedigende Resultate erlaubt, gerade weil alle ändern mit einem grossformatigen Plotter arbeiten, ist das Aufziehen verschiedener kleinerer Ausdrücke auf ein grossformatiges Plakat. Verwenden Sie verschiedene Papiertöne für Plakat und Ausdrücke und zum Aufziehen einen Spray oder Kleber, der das Papier nicht verzieht und keine Flecken hinterlässt.

## **Handschriftliches Poster**

Einen besonderen Reiz haben handschriftliche Poster; viele Gestaltungsrichtlinien sind obsolet, da man weniger Gefahr läuft, zu klein zu schreiben, zu viele Schrifttypen zu verwenden oder andere typografische Sünden zu begehen.

Allerdings braucht es eine saubere und sichere Blockschrift und etwas Übung, was auch nicht jedermann gegeben ist.

## **Checkliste zur Beurteilung der Gestaltung**

Die nachfolgenden Beurteilungskriterien sind ein Versuch, eine weitgehend objektive Beurteilung der Gestaltung zu ermöglichen (nach [5]).

Lassen Sie sich jedoch für die gestalterische Beurteilung Ihres Posters Zeit, schlafen Sie mal drüber und ziehen Sie Dritte für eine Diskussion hinzu.

### **Gliederung**

Ist die Aufteilung nach sachlichen Gesichtspunkten richtig und logisch? Ist der Haupttitel am auffälligsten? Sind gleichwertige Elemente gleich behandelt (z.B. Untertitel, Legenden)?

### **Kontrast**

Ist das Verhältnis von unbedruckter zu bedruckter Fläche angenehm? Welche flächigen Elemente wie Bilder, Grafiken, Illustrationen, Hintergrundtöne wurden eingesetzt? Werden sie durch Text ergänzt, verdrängt oder sagen Text und Bild dasselbe aus? Hat das Poster eine Grau-in-Grau Wirkung oder wirken dunkle und helle Elemente im Wechselspiel?

### **Schriftwahl**

Ist die Schriftgrösse angepasst? Welche Schriften sind miteinander gemischt? Sind die Schriften auch aus einer gewissen Distanz gut lesbar? Wie steht es mit dem Zeilenabstand?

### **Proportionen**

Entspricht das gewählte Format den Anforderungen? Weist die Gestaltung Weissräume auf oder ist alles vollgestopft? Sind die Abstände gleicher Elemente immer gleich? Sind optische Achsen erkennbar?

### **Originalität**

Springt die Gestaltung sofort ins Auge, ist sie zurückhaltend oder extravagant auffällig? Ist die Gestaltung dem Lesepublikum angepasst? Was wurde getan, um den Inhalt schneller lesbar zu machen (Visualisierungen)?

### **Farbgebung**

Passen die Farben zum Inhalt? Stechen die Farben stark hervor oder wirken sie begleitend? Beeinträchtigen die eingesetzten Farben die Lesbarkeit?

### **Leserichtung**

Ist die Leserichtung auf den ersten Blick nachvollziehbar? Sind die einzelnen Textgruppen, welche zusammengehören, als logische Einheit erkennbar?

### **Bilder**

Welche Rolle übernehmen die Bilder? Verdeutlichen oder konkurrenzieren sie den Text? Wie steht es mit der Bildqualität?

### **Vollständigkeit**

Ist der Inhalt vollständig oder fehlt eine wichtige Information?

## Referenzen

### Quellen

Diese Richtlinien wurden massgebend von folgenden Quellen beeinflusst:

- [1] Alean-Kirkpatrick, Pamela: *POWERFUL POSTERS – Guidelines for poster presentations at scientific conferences*,  
[http://www.diz.ethz.ch/docs/powerful\\_posters/](http://www.diz.ethz.ch/docs/powerful_posters/)  
Gute Grundlage, um ein Poster ausgehend von seinen Aufgaben zu entwerfen. Sprache: Englisch, Zielpublikum: Doktorierende.
- [2] Alean Jürg.: *Powerful Posters*, Website Fachschaft Geographie, Kantonsschule Zürcher Unterland, <http://www.kzu.ch/fach/gg/tips/poster.html>  
Basiert auf [1], ist aber auf Deutsch verfasst und für die Mittelschule angepasst. Links zu Beispielen aus einem Wahlfachkurs Geografie und aus der Ausstellung *Prämierte Maturaarbeiten 2002* im Stadthaus Zürich.
- [3] Göldi, Susan: *Kommunikation – Handbuch für Studierende*, 1. Auflage 2001, h.e.p.-Verlag, Bern, pp.125f.
- [4] Isler, Christie & Mandoli, Dina F.: *HOW TO MAKE A GREAT POSTER*, University of Washington, US,  
<http://faculty.washington.edu/mandoli/poster/poster.htm>  
Als Hypertext aufgebaute, ausführliche Anleitung mit guten und schlechten Beispielen. Sprache: Englisch, Zielpublikum: Doktorierende.
- [5] Turtschi, Ralf: *Praktische Typografie*, 3. Aufl. 1996, Niggli AG, Sulgen 1994, pp. 66f.

### Beispiele

Diese Poster sind einfach über das Internet zugänglich und können gemäss den Richtlinien und der Checkliste beurteilt werden. Aus schlechten Beispielen lernt man manchmal mehr als aus guten.

- [6] Patterer, Andreas; Bernhard Frank, Institut für Psychologie, Karl-Franzens-Universität Graz: *psychology meets reality*; Bericht über eine Posterpräsentation,  
<http://www.redfish.to/research/psyposter/>  
Beispiele von Postern, fotografiert während der Postersession.
- [7] Kommission für Glaziologie an der Bayerischen Akademie der Wissenschaften: *Poster Download*,  
<http://www.lrz-muenchen.de/~a2901ad/webserver/webdata/poster/poster.html>  
Beispiele von Postern geografisch-naturwissenschaftlichen Inhalts als Vorschau und zum Runterladen.

URL-Adressen letztmals getestet am 24.10.2006.