



## VISUAL FLOW: SO WIRD IHRE WERBUNG ZUM BLICKFÄNGER 3 BEWÄHRTE TIPPS UND EINFACHE TRICKS ZUR VISUELLEN GESTALTUNG

Sie wollen niemals mehr mit Ihren Botschaften übersehen werden?

Die Lösung ist die richtige visuelle Gestaltung – egal ob im Hinblick auf Plakate, Werbedisplays, Websites oder gar eine ganze Kampagne. Die Kunst der richtigen Bildkomposition ist das A und O. Visual Flow sollte für Sie kein Fremdwort sein, wenn Sie den Blick des Betrachters gezielt steuern wollen.

Es gibt ein paar bewährte gestalterische Mittel, mit denen Sie die Aufmerksamkeit der Betrachter auf Ihre Botschaft richten können. In die passende Reihenfolge gebracht, können bestimmte Gestaltungselemente die Leserichtung beeinflussen und den Blick auf eine bestimmte Aussage fixieren. Eine Aussage wird so zum Appell, etwas Bestimmtes zu tun oder kann Kunden so beeinflussen, dass sie einen Kauf tätigen.



*Im Folgenden verraten wir Ihnen die drei wichtigsten Insidertipps von Kommunikationsdesignern, die nicht nur für Einsteiger wissenswert sind.*

*Eigentlich ist es ganz einfach, den Blick des Betrachters zu lenken ...*

**1**

**PRÄZISE:**  
FREIFLÄCHE GEZIELT  
EINSETZEN

**2**

**EFFEKTIVOLL:**  
KONTRASTIERENDE  
FARBEN BENUTZEN

**3**

**SPEKTAKULÄR:**  
MIT BEWEGUNG  
ARBEITEN

## 1 Präzise: Freifläche gezielt einsetzen

Der Einsatz von Freifläche ist der einfachste und effektivste Weg, den Blick des Betrachters gezielt zu lenken. Viele Grafiker und Mediengestalter setzen freiflächige Layouts nur selten ein, nicht zuletzt weil ein Auftraggeber ja gerne alle zur Verfügung stehenden Flächen mit Informationen füllen möchte.

Welche Effekte man jedoch mit Leerraum als Gestaltungselement erzielen kann, zeigen plausibel die folgenden Beispielbilder.



Das Bild strahlt jede Menge Unruhe aus. Zwar sehen die Naschereien mit ihren leuchtenden Farben schön aus, aber die Aufmerksamkeit richtet sich nicht schnell auf einen Punkt. Das Foto hat kein Zentrum und deshalb wechselt die Blickrichtung variabel von einem Punkt zum anderen.



In diesem Bild wird die Freifläche getreu dem Leitsatz „Weniger ist mehr“ sehr gezielt eingesetzt. Die Folge: Der Blick wird unmittelbar auf die Lollis fokussiert. Leerraum lenkt den Blick.

Der Betrachter des Bildes sieht genau das, was er sehen soll. Die Augen werden von den verlockenden Lollis geradezu magnetisch angezogen.



Damit eine Headline oder ein Call-to-Action-Button (CTA) ins Auge sticht, sollten Sie diese mit möglichst viel Freifläche gestalten. Damit schaffen Sie einen Fixpunkt, auf den der Blick hinführt. Der Weißraum (es muss sich dabei nicht nur um weiße Flächen handeln) sorgt en passant für ein ausgeglichenes Layout. Freifläche ist somit nicht wirklich leer, sondern eine inhaltlich gewichtige Fläche.

## 2 Effektiv: Kontrastierende Farben benutzen

Der Einsatz von Kontrast ist die zweite Grundlage hinsichtlich der Blickführung. Kontraste in Form von Schärfe oder markante Farbzusammenstellungen lenken relativ effektiv den Blick. Wer ein Bild betrachtet, „scannt“ automatisch die kontrastierenden Farben.

Elementare Bildinhalte werden deutlich sichtbar. Ein Extra-Tipp in dem Zusammenhang: Farbflächen als Kontraste sind geeignet, Muster, Ornamente und Strukturen lenken dagegen eher ab.



Die beleuchtete Skyline fällt sofort ins Auge und hebt sich vor der unscharfen und glatten, ruhigen Fläche des Wassers ab.



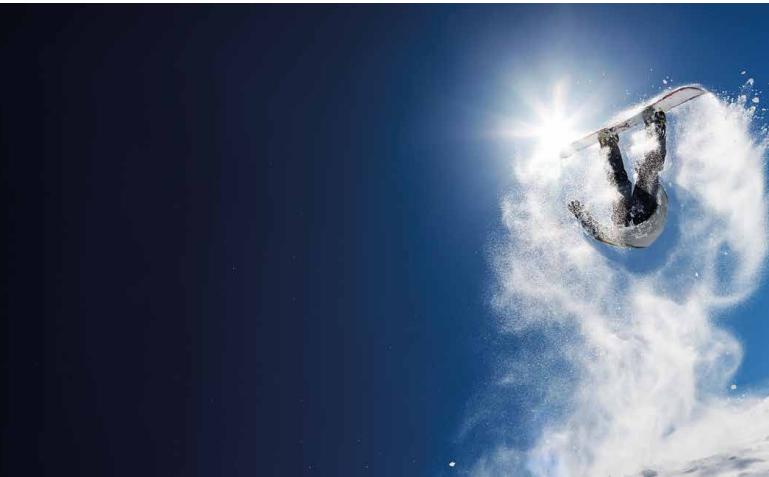
Ein anderes Mittel, um den Blick des Betrachters zu steuern, ist die Anwendung von Farbverläufen. Das Auge folgt unwillkürlich zur helleren oder dunkleren Farbe hin.



Besonders effektiv lässt sich der Kontrast zwischen Farben herausstellen, wenn der Großteil Ihrer Bildobjekte gleichfarbig ist und sich nur ein bestimmtes Element in einer anderen Farbe deutlich abhebt. Ein CTA-Button beispielsweise rückt so ins Zentrum des Blickes und ist natürlich nicht zu übersehen.

### 3 Spektakulär: Mit Bewegung arbeiten

Sobald ein Bild Bewegung und Action darstellt, z. B. jemanden beim Ausüben von Sport oder ein Fortbewegungsmittel, wird das Auge beim Betrachten durch die Dynamik in eine bestimmte Richtung geführt.



Mit dem Bild begleitet der Betrachter den Flug des Snowboarders. Der Blick wird ganz von allein mit in Flugrichtung des Snowboarders gezogen. Das Umfeld des Snowboarders ist klar und fast einfarbig (siehe Punkt 1 „Freifläche“), was es noch mehr erleichtert, dass das Auge nicht vom Inhalt abgelenkt wird.

Der Snowboarder mit seiner Bewegung ist in diesem Fall der Schlüssel, um eine Aussage perfekt zu platzieren.



Bilder von Straßen, Wegen und Flüssen beispielsweise tragen es in sich, das Auge des Betrachters zu leiten, da sie Richtungsanweisungen schon vorgeben. Jeder, der ein Bild mit einer Straße betrachtet, will wissen, wo der Weg hinführt. Diese Richtungsanleitung können Sie nutzen und Ihre Botschaft genau an der Stelle platzieren, an der das Auge ankommt.

### Fazit

Werbung ist heute viel zu oft mit Botschaften und Bildelementen überladen. Die Grundlagen der Gestaltungsregeln werden dabei oft vergessen. Dabei braucht es nur die drei Punkte „Freiraum“, „Kontraste“ und „Bewegung“ für den richtigen Visual Flow.

Wenn Sie die einfachen Kniffe der Bildkomposition beim Fotografieren oder bei der Bildgestaltung berücksichtigen, wird der Betrachter genau das erfassen, was Sie ihn sehen lassen wollen. Und alles ist im Flow ...