

Gestaltungsempfehlungen für wirkungsvolle Werbemittel

Titel	Der Titel sollte die Aufmerksamkeit und das Interesse Ihrer Zielgruppe wecken. Setzen Sie ihn kurz und aussagekräftig.
Schriftgrösse	Je grösser die Schrift gewählt wird, desto besser wird die Botschaft auch von Weitem aufgenommen.
Text	Weniger ist mehr. Vermeiden Sie lange Sätze und viele Zeilen und konzentrieren Sie sich auf die Hauptbotschaft. Bei Veranstaltungen: Was; Wann; Wo.
Farbkontrast	Starke und hervorstechende Farben eignen sich am besten, um die gewünschte Aufmerksamkeit zu erzielen und die Barrierefreiheit zu gewährleisten. Dennoch sollten die Farben (Hintergrund und Schrift) miteinander harmonisieren und es sollte ein guter Farbmix gewählt werden. Die ETH-Farben finden Sie im Corporate Design .
Grafiken/Bilder	Um eine erhöhte Aufmerksamkeit zu erzielen, empfehlen wir, Grafiken oder Bilder zu verwenden. Diese sollen die Hauptbotschaft im Titel unterstützen und fördern. Achten Sie bei der Bildwahl auf eine gute Qualität und das korrekte Seitenverhältnis, damit das Bild nicht verzerrt dargestellt wird.
Call to Action	Um den Effekt der Bewerbung zu erhöhen, bauen Sie eine «Call to Action» ein und fordern Sie die Zielgruppe zum Handeln auf. Zum Beispiel «Jetzt informieren unter» oder «Heute noch anmelden».
Kontaktinformationen	Erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit der Kontaktaufnahme, indem Sie alle möglichen Kommunikationskanäle bekanntgeben: Telefon, E-Mail, Website und Social Media.
QR-Code	QR steht für «Quick-Response». QR-Codes wirken professionell und modern. Verwenden Sie diese nur für die analoge Kommunikation. Auf Bildschirmen sind sie teilweise schwer zu scannen.
ETH Corporate Design	Weitere hilfreiche Informationen zu Schriftarten und Farben der ETH finden Sie im ETH Corporate Design .
Gestaltungsvorlage	Gestaltungsbeispiele und -vorlagen im Corporate Design werden von der Hochschulkommunikation zur Verfügung gestellt.
Produktion Werbemittel	Ihre Werbemittel können Sie direkt über den Print and Publish Webshop bestellen, produzieren und versenden lassen.

Beispiele im Vergleich

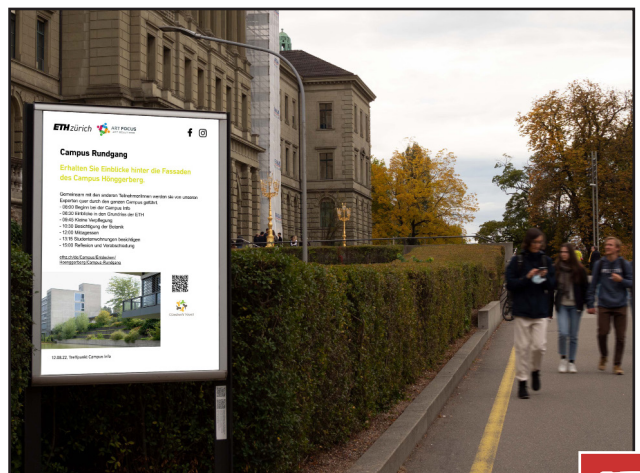
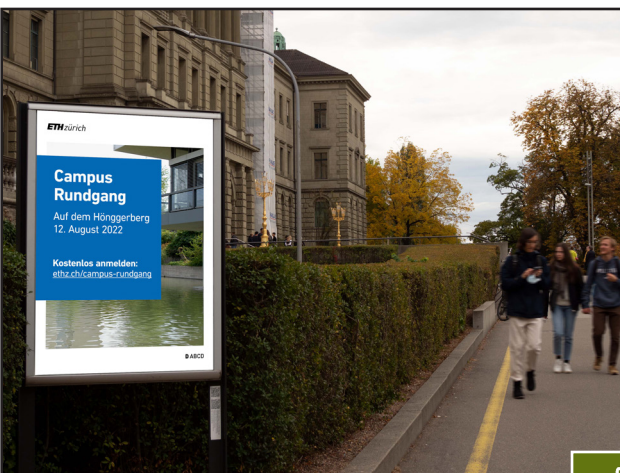
Analog



D AB



12.08.22, Treffpunkt Campus Info



Digital

