



Waldstraße 18
77736 Zell a. H.
Tel. 07835/5404-0
Fax 07835/5404-20

Mehr über
Großpietsch Produkt-PR®
und die Unterstützung Ihrer
Pressearbeit durch erfahrene
Fachautoren.

[Click here](#)

Für Rücksprachen
stehen wir Ihnen
gerne zur Verfügung.

[Click here](#)

Mehr als illustratives Beiwerk zum Pressetext

„Technik in Bild“

Bilderwelten sind visuelle Zeichen die Botschaften transportieren. Sie können informieren und emotionalisieren. Im Pressetext erlauben sie eine visuelle Lesbarkeit und führen, ergänzend zum Text, zu höherer Wirksamkeit.

Bilder werden schneller und ganzheitlicher wahrgenommen als Texte. Wie schnelle Schüsse ins Gehirn reicht gewöhnlich der Bruchteil einer Sekunde für eine grobe Vorstellung eines Bildes. In Zahlen sind es 300 Millisekunden, was gerade mal einem Augenzwinkern entspricht. Außerdem aktivieren Bilder stärker als Texte. Deshalb finden Bilder vor Texten Beachtung. Sie erscheinen interessanter und werden folglich bei der Informations- Aufnahme bevorzugt.

So entfallen beispielsweise von der Betrachtungszeit einer Anzeige etwa 76 % auf das Bild, 16 % auf die Überschrift und nur 8 % auf den Text. Ähnliches gilt für Webseiten sowie redaktionelle Beiträge, die zunehmend „geschaut“ und weniger gelesen werden. Bilder lassen sich automatisch und mit geringer, gedanklicher Beteiligung verarbeiten. Um sich später an ein Bild mittlerer Komplexität zu erinnern genügen zirka zwei Sekunden. In dieser Zeit lassen sich nur etwa sechs bis sieben Wörter aufnehmen.

Blickfang

Die höhere Aktivierung des Gehirns stimuliert das langfristige Erinnern. Darüber hinaus können Bilder wesentlich bessere, emotionale Erlebnisse vermitteln als Texte. Untersuchungen über die Lesegewohnheiten beim Konsumieren von Zeitschriften bestätigen dies. Bilder sind der Blickfang auf einer Seite und ziehen den Leser in die Story. Viele Leser blättern eine Zeitschrift zunächst nur durch. Meist zur ersten Orientierung. Fällt ihnen eine Überschrift oder ein Bild ins Auge, lesen sie den Beitrag beziehungsweise beginnen sie, den Beitrag zu lesen. Also muss ein Artikel die Beachtung des Lesers zunächst wecken, um ihn in der Flut der Beiträge überhaupt zu bemerken. Um dies zu erreichen, muss der Artikel durch einen guten Aufmacher, sprich: ein Foto, eine Illustration oder durch eine Info-Grafik auffallen. Nur wenn der Aufmacher oder die Schlagzeile gefällt, wird der Artikel genauer betrachtet.



Blickverlauf

Der Blickverlauf beim „Schauen“ redaktioneller Beiträge ist, wie viele Studien bestätigen, bei allen Menschen nahezu gleich. Zunächst bleibt der Blick in der Regel beim Aufmacher-Bild hängen und dies, je größer, je aussagekräftiger und emotionaler das Bild ist. Das gilt sowohl für Fotos, Grafiken oder Illustrationen. Sind mehrere Bilder auf der Seite, wandert der Blick vom Aufmacherbild zum nächst größeren Bild. Anschließend werden die Bild-Unterschriften betrachtet, auf der Suche nach Informationen und Erklärungen zum Bild. Erst dann richtet sich die Aufmerksamkeit auf den restlichen Text. Farbiges zieht nun mal Blicke stärker auf sich, als Schwarz-Weißes. Das gilt aber auch für Bilder. Ist ein Farbbild und ein Foto in Schwarz-Weiß in der gleichen Größe auf einer Seite, fällt zuerst das bunte Bild ins Blickfeld. Deshalb wollen Redaktionen mit Bildern gezielt die Beiträge aufbauen. Beim Lesen des Textes finden zuerst die Überschrift, gegebenenfalls Unter-Überschriften und der Vorspann Beachtung. Erst wenn der Leser durch das Anlesen des Artikels neugierig gemacht ist liest er weiter. Deshalb ist Technik in Bild mehr als illustratives Beiwerk zum Presstext.

Darüber hinaus leistet Technik in Bild im redaktionellen Teil von Zeitschriften einen wirksamen Beitrag zur Image-Pflege. Solche Illustrationen geben den besonderen Blickwinkel eines Unternehmens wider. Sie wecken die Aufmerksamkeit des Lesers und sorgen für eine positive Wahrnehmung. Hinter Technik in Bild verbirgt sich ein enormes Potential, mit dem die Unternehmens-Kommunikation deutlich effizienter gestaltet werden kann.



Übrigens:

E-Mail-Newsletter sind smart und effizient. Sie können auch für Messeeinladungen eingesetzt werden.

@Z⁴

Technik in Bild

