M.3
Verwendung und Gestaltung eines Posters

Die folgenden Informationen beruhen auf Praxiserfahrungen und einer Bestandsanalyse der Arbeitsgruppe Kommunikation für hitzesensible Gesundheitskompetenz des Zentralen Netzwerks für gesundheitsbezogenen Hitzeschutz (ZNGH). Sie sind speziell auf die Kommunikation zu Hitze und Gesundheit ausgerichtet und nicht auf andere Bereiche übertragbar. Die Informationen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Poster sind meist großformatig und aufmerksamkeitsstark gestaltet. Sie sind in der Regel einseitig bedruckt, variieren je nach Kontext in faktischer Größe und Format. Für gedruckte Poster ist die Betrachtungsdistanz entscheidend: Soll das Poster aus nächster Nähe gelesen werden, genügt oft ein kleineres Format (DIN A3 - A2). Ist das Poster in großer Entfernung angebracht, bedarf es eines größeren Formats, um die Lesbarkeit sicherzustellen und Aufmerksamkeit zu erzeugen (ab DIN A1). Ab einer Größe von mindestens DIN A1 im Aushang spricht man auch von Plakaten. Viele Poster in der Kommunikation zum Thema Hitze und Gesundheit sind in DIN A2. Poster können auch digital eingesetzt werden, z. B. auf Monitoren in Wartebereichen. Hierbei muss auf die entsprechende Datei- und Bildschirmauflösung sowie das Seitenverhältnis geachtet werden.

Verwendung eines Posters

Verwendungsaspekt	Erläuterung
Zielgruppe	Für alle Zielgruppen geeignet.
Setting/Distributionsort	In der Regel werden Poster an Orten aufgehängt, an denen sich Personen der Zielgruppe (regelmäßig) aufhalten. Dies können z. B. stark frequentierte öffentliche Räume, Aufenthalts- und Wartebereiche in (Fach)Praxen, Krankenhäusern und Einrichtungen oder Arbeitsräume von Mitarbeitenden sein.
Kommunikationszweck/-ziel	Poster bieten die Möglichkeit, mit großflächiger, auffälliger grafischer Gestaltung auf ein Thema aufmerksam zu machen. Die Inhalte sind dabei in der Regel begrenzt und beschränken sich auf einen einzigen Themenschwerpunkt und einen Call to Action (Handlungsaufforderung).
Zeitpunkt	Poster werden in der Regel während des Sommers verbreitet, um die Zielgruppe für das zu dem Zeitpunkt akute Thema Hitze zu sensibilisieren.

Inhaltliche Gestaltung eines Posters

Gestaltungselement	Erläuterung
Titel	Ein aussagekräftiger Titel verdeutlicht das Thema und die Zielgruppe. Der Titel sollte Interesse wecken und das zentrale Thema klar vermitteln. Alternativ kann ein einprägsamer Slogan verwendet werden, der eine bestimmte Emotion auslöst. So lässt sich die Botschaft des Posters ansprechend transportieren, wodurch eine stärkere Verbindung zur Zielgruppe entsteht und die Aussage besser im Gedächtnis bleibt.
Call to Action	Eine Handlungsaufforderung auf dem Poster dient dazu, eine konkrete, positive Reaktion hervorzurufen bzw. Handlung zu initiieren. Diese Aufforderung sollte jedoch nicht belehrend wirken.
Impressum/ Kontaktdaten	Durch einen Verweis auf Ansprechpartnerin bzw. Ansprechpartner, Telefonnummer und/oder Webseite, kann Transparenz und Seriosität vermittelt und Vertrauen aufgebaut werden. Des Weiteren wird dadurch die Kontaktaufnahme erleichtert.
Weiterführende Informationen	Hinweise auf zusätzliche Informationen wie Webseiten oder Broschüren sind besonders relevant für Poster mit wenig textlichen Inhalten. Dadurch ist bei Interesse der Zugang zu

	weiteren Informationen möglich. Der Verweis kann durch die Angabe eines prägnanten Kurzlinks oder durch einen QR-Code erfolgen. Diese Angaben befinden sich häufig im unteren Bereich eines Posters.
Textumfang	Da Poster häufig den Fokus auf Aufmerksamkeitsgenerierung und schnelle Erfassbarkeit legen, sind die Inhalte (Botschaft und Call to Action) in der Regel nicht länger als 200 Zeichen.

Visuelle Gestaltung eines Posters

Gestaltungselement	Erläuterung
Farbliche Gestaltung	Die Farbgebung kann verschiedene Funktionen erfüllen. Zum einen kann sie passend zur eigenen Institution oder zur Marke gewählt werden, um eine einheitliche visuelle Identität zu gewährleisten. Zum anderen kann mithilfe der Farbwahl das Thema verdeutlicht und gezielt Emotionen oder Stimmungen transportiert werden, um die Aufmerksamkeit der Lesenden zu gewinnen. Zusätzlich können wichtige Elemente wie Titel und Call to Action durch farbliche Akzente hervorgehoben werden. Klare Kontraste sorgen für gute Lesbarkeit, auch auf größere Distanz.
Fotos und Illustrationen	Für die Gestaltung sollten aussagekräftige Grafiken gewählt werden, die einen Bezug zum Thema und zur Zielgruppe haben und die Inhalte des Textes verdeutlichen. Für eine gute Lesbarkeit sollten hochauflösende und leicht verständliche Fotos oder Illustrationen verwendet werden und jede Grafik eine klare Funktion erfüllen. In der Regel werden wenige, dafür aufmerksamkeitsstarke Grafiken gewählt.
Icons, Symbole und Piktogramme	Kleine grafische Elemente tragen dazu bei, die Textlast zu reduzieren. Inhalte werden so betont und sind schneller und ansprechender erfassbar. Sie erhöhen zudem die Verständlichkeit für Personen, die die Sprache nicht (gut) verstehen bzw. lesen können, wie z. B. kleine Kinder oder Touristinnen und Touristen.
Logo	Die gezielte Platzierung des eigenen Logos kann Vertrauen schaffen und Seriosität vermitteln.
Typografische Gestaltung	Die Gestaltung der Schrift sollte eine gute Lesbarkeit aus angemessener Entfernung zum Poster gewährleisten. Eine gute Lesbarkeit auch aus großer Distanz erhöht die Aufmerksamkeit für das Poster. Für Poster im DIN A2-Format, welches häufig im Bereich Hitze und Gesundheit verwendet wird, wird eine Schriftgröße von 35 pt. bis 42 pt. oftmals als gut lesbar empfunden.

Impressum

Herausgeber

Landesamt für Gesundheit und Arbeitsschutz
Nordrhein-Westfalen (LfGA NRW)

Gesundheitscampus 10
44801 Bochum

Telefon 0234 91535-0
poststelle@lzg.nrw.de
www.lzg.nrw.de

Auflage 1.0

Bochum, August 2025

Autorinnen und Autoren

Selina Brünker, Thea Jankowski, Thomas Claßen, Lea-Christine Antoine, Odile Mekel, Raphael Sieber, Katharina Voß

Fachgruppe Grundsatzfragen, gesundheitsbezogener Hitzeschutz, LfGA NRW

Unter Mitwirkung von

Johanna Köster-Lange (ecolo – Agentur für Ökologie und Kommunikation)