

Multimedia: Die frühen Jahre. Vor der Einführung des Tonfilms spielten Live-Musiker die begleitende Filmmusik für Stummfilme. Unten im Foto sehen Sie den Orchestergraben des Tampa Theaters.

Tampa Theater, 1930. Sammlung der Burgert Brothers. Mit freundlicher Genehmigung des Tampa-Hillsborough County Public Library System.

Das Kombinieren verschiedener Medien ist an sich nichts Neues. Bei Stummfilmen wurden – im Verlauf der Handlung gelegentlich Standbilder eingeblendet, um Dialoge zu vermitteln und den Zusammenhang darzustellen. Theaterorganisten sorgten für dramatische musikalische Begleitung. In der heutigen digitalen multimedialen Welt werden Texte, Bilder, Video- und Tonaufnahmen auf einer einzigen Plattform (im Web, auf einem Handheld oder auf DVD) miteinander kombiniert.

Multimedadesign wird in unterschiedlicher Intensität umgesetzt. Eine einfache Slideshow (Online-Variante der klassischen Diashow, bei der Einzelbilder – meist mit animierten Übergängen – hintereinander eingeblendet werden) kann eine ansonsten statische Webseite auflockern, während an einer anderen Stelle im Web Spielbegeisterte virtuelle Welten betreten und an Online-Rollenspielen (sogenannten Massively Multiplayer Online Role-Playing Games, kurz MMORPGs) teilnehmen.

Ganz egal, ob Multimedia nur wenig oder sehr viel eingesetzt wird: Digitale multimediale Elemente können Sie bei der Vermittlung visueller Botschaften erheblich unterstützen. Multimedia ist auf multisensorische Wahrnehmung ausgerichtet. Zusätzlich zur visuellen Komponente werden bei einer multimedialen Gestaltung auch das Gehör und der Tastsinn angesprochen. (Den Geruchssinn konnte man bisher noch nicht auf digitalem Weg ansprechen, aber das kann ja noch kommen ...)

Durch Multimedia wird außerdem Interaktivität ermöglicht. Anstatt nur passiv Informationen zu erhalten, kann sich das Publikum beteiligen und Input und Feedback liefern. In welcher Geschwindigkeit, in welchem Umfang und auf welche Weise er die angebotenen Medien nutzt, bestimmt der Nutzer hierbei selbst.

Es ist noch nicht allzu lange her, dass für die Erstellung multimedialer Komponenten noch eine besondere Ausrüstung und eine Fachausbildung notwendig waren. Und manche Bereiche der multimedialen Gestaltung sind nach wie vor in den Händen von Fachleuten besser aufgehoben. Es gibt jedoch mittlerweile mehrere einfache Werkzeuge des Multimedia-Designs, die auch dem Laien zur Verfügung stehen. Manche sind auf Ihrem Computer sogar bereits vorinstalliert.

13.1 Arbeiten mit Bildern

Wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit des Publikums zu wecken, sind Bilder die eindeutigen Gewinner. Standbilder können in Slideshows oder interaktiven Bildgalerien präsentiert werden und sich auf diese Weise in wirkungsvolle Multimedia-Komponenten verwandeln.

Slideshows

Wenn Sie eine Slideshow aus mehreren Bildern erstellen, sollten Sie den Bildinhalt, die Übergänge und die Bedienmöglichkeiten beachten. Bei einem einfachen Satz an Bildern, die eine Kopfzeile oder einen Textbereich auflockern sollen, sollten Sie hochwertige Fotos wählen, die als zusammengehörig erkennbar sind (– durch ihre Farbe oder ihr Thema) und eine ähnliche Ausrichtung haben.

Falls Sie mit Ihrer Slideshow eine Geschichte erzählen möchten, gehen Sie bei der Auswahl der Fotos ähnlich wie beim Entwurf eines Videos vor. Ein Storyboard mit aufeinander folgenden Skizzen unterstützt Sie dabei, die Handlung zu organisieren und erleichtert Ihnen die Auswahl der Bilder. Wenn Ihre Slideshow eine Beschreibung enthält, bietet Ihnen ein Storyboard ebenfalls Unterstützung. Wählen Sie Fotos mit engem, mittlerem und weitem Winkel aus, um Abwechslung ins Spiel zu bringen. Die eingesetzten Fotos sollten so hochwertig wie möglich sein. Bedenken Sie jedoch, dass ein Bild, das die erzählerische Kontinuität gewährleistet, eine bessere Wahl sein kann als ein aus technischer Sicht optimales Bild.



Übergänge bei Slideshows

Slideshow-Programme bieten viele verschiedene Stile für Übergänge an. Widerstehen Sie jedoch der Versuchung, wie ein Kind im Süßwarenladen alle einmal ausprobieren zu wollen. Je einfacher, desto besser. Wählen Sie einen Übergangsstil aus und bleiben Sie dabei. Mit einem herkömmlichen Schnitt liegen Sie immer richtig. Schließlich möchten Sie, dass bei Ihrer Slideshow die Bilder oder die Geschichte im Vordergrund stehen – nicht die schicken Übergänge, die Sie eingesetzt haben.



Geschwindigkeit

Ob ruhig und langsam oder schnell und ungebändigt: Die Einblendungsdauer Ihrer Bilder und die Geschwindigkeit der Übergänge bestimmen den grundlegenden Charakter Ihrer Slideshow. Wenn Sie möchten, dass die Zuschauer den Inhalt Ihrer Slideshow bewusst wahrnehmen, sollten Sie ihnen genügend Zeit dafür lassen.



Der »Ken-Burns-Effekt«

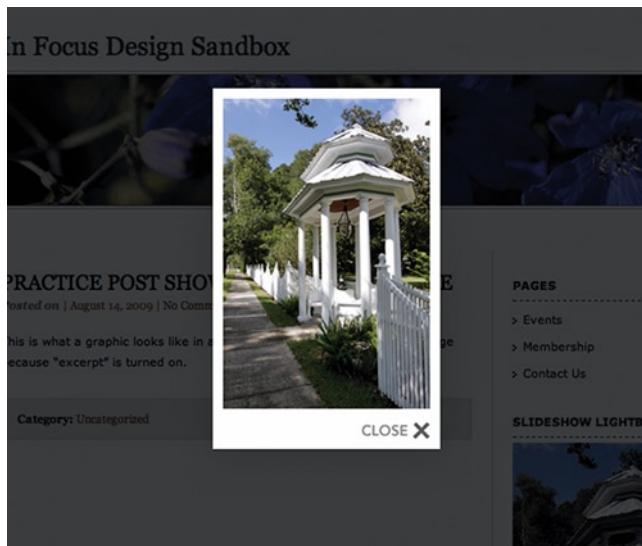
Wenn Standbilder in einer Slideshow vergrößert oder verkleinert werden und durch Schwenken verschiedene Bereiche der Bilder gezeigt werden, spricht man vom Ken-Burns-Effekt. Der berühmte Dokumentarfilmer Ken Burns wandte diese Technik in seinen Dokumentarfilmen an, um historische Fotos, Briefe und Karten zu präsentieren. Dieser Effekt steht in kommerzieller Video-Software zur Verfügung, jedoch sollten Sie ihn mit Vorsicht anwenden. Setzen Sie diese Technik nur dann ein, wenn sie das kommunikative Ziel Ihrer Slideshow unterstützt – nicht nur, weil Sie den Effekt cool finden.

Beschränken Sie sich auf einen einzigen Übergang. Die Bilder sollten die Stars der Show sein – und nicht die Übergänge. Wählen Sie einen Übergangsstil aus und bleiben Sie dabei. Wir empfehlen einen einfachen Schnitt oder eine Überblendung. Verzichten Sie auf explosionsartige oder schwindelerregende Übergänge.

Schleife – ja oder nein?

Sie können eine Slideshow endlos wiederholen lassen oder eine bestimmte Anzahl an Wiederholungen einstellen. Diese Entscheidung sollte davon abhängen, wo Ihre Slideshow erscheinen wird. Falls sie den Hintergrund einer Bannerwerbung bildet, kann eine dezente Schleife angemessen sein. Möchten Sie mit Ihrer Slideshow eine Geschichte erzählen, genügt es, sie einmal abzuspielen. In solchen Fällen ist es immer empfehlenswert, dem Anwender Bedienmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Die Zuschauer schätzen es, wenn sie die Möglichkeit haben, das Video zu starten, abzubrechen, zurückzuspielen, vorübergehend anzuhalten und die Lautstärke zu regulieren.

Bildgalerien. Es gibt viele kostengünstige und kostenlose Plug-ins für Bildgalerien, mit denen Sie Ihre Fotos auf Websites und in Blogs veröffentlichen können. Das Beispiel oben wurde mit dem Plug-in »Lightbox« erstellt.



Interaktive Bildergalerien

Interaktive Bildergalerien geben Ihrem Publikum die Möglichkeit, selbst zu bestimmen, wie sie Ihre Bilder betrachten. Manche Bildbearbeitungsprogramme bieten Ihnen die Option, aus ausgewählten Bildern webfähige Bildergalerien zu erstellen. Sie müssen die Dateien nur noch auf Ihren Webserver laden.

Websites für Photosharing bieten ähnliche Möglichkeiten

Die Registrierung ist in der Regel kostenlos und sobald Sie ein Profil eingerichtet haben, können Sie Ihre Bilder hochladen. Sie können Ihre Bilder in einzelnen »Galerien« anordnen und auf Ihrer eigenen Website einen Link zu einer Ihrer Galerien einrichten. Falls Sie die Bilder lieber auf Ihrer eigenen Webseite präsentieren möchten, bieten manche Photosharing-Websites auch die Möglichkeit, Codezeilen zu generieren, die Sie in Ihre eigene Website kopieren können. Der Code ermöglicht Ihnen, die auf der Photo-

sharing-Website gespeicherten Bilder an gewünschter Stelle auf Ihrer eigenen Website zu präsentieren.

13.2 Videoclips

Im Bereich Video reicht das Spektrum von sorgfältig komponierten Mehrkamera-Produktionen bis hin zu selbst gemachten Clips, die mit dem Handy aufgenommen und auf Videosharing-Websites veröffentlicht werden. Zwischen diesen beiden Extremen gibt es – Video-Interviews und Monologe, kurze Clips über Ereignisse und Aktivitäten sowie Tutorials.

Einfache Videobearbeitungssoftware ist mittlerweile genau so weit verbreitet wie Werkzeuge zur Erstellung von Slideshows, und Laien haben die Möglichkeit, gute Clips zu produzieren. Videos werden nicht so sehr entworfen, sondern eher zusammengestellt, gedreht und nachbearbeitet. In manchen Fällen können Videos jedoch unter der Regie eines Artdirectors produziert werden. Genau wie bei der Fotografie gilt auch hier: Wenn viel auf dem Spiel steht, sollte die Video- und Filmproduktion lieber Fachleuten überlassen werden. Falls Ihnen jedoch nichts anderes übrig bleibt als die Produktion selbst in die Hand zu nehmen, sollten Sie sich an die folgenden Anfängertipps für die Aufnahme und Nachbearbeitung halten.

Allgemeine Tipps für die Aufnahme

1. Fixieren Sie Ihre Kamera mit einem Stativ oder stellen Sie sie auf einen festen Untergrund. Eine wackelnde Aufnahme kommt nur für kurze Zeit gut an.
2. Wählen Sie für die Aufnahme einen hellen, gleichmäßig beleuchteten Ort. Vermeiden Sie hartes, kontrastreiches Licht sowie Hintergrundlicht. Verzichten Sie auf Lichteffekte jeglicher Art.
3. Falls möglich sollten Sie ein paar Testaufnahmen machen, um Regieanweisungen, Ton und Licht zu überprüfen.
4. Nehmen Sie mehr auf als Sie voraussichtlich brauchen werden. Für jede Aufnahme sollten Sie mindestens zusätzliche 10–15 Sekunden aufnehmen. Sie können überflüssiges Material jederzeit kürzen, wenn Ihnen jedoch Material fehlt, können Sie es nicht einfach im Nachhinein herbeizaubern. Zusätzlich aufgenommene oder archivierte Bildsequenzen, die als visuelles Füllmaterial oder zur Schaffung von Übergängen zwischen einzelnen Szenen dienen, nennt man B-Roll.
5. Nehmen Sie jede Szene mit verschiedenen Einstellungen auf: Nahe, Halbnahe, Full Shot, Wide Shot und Totale. Denken Sie an die Möglichkeit, durch Establishing Shots, Detailaufnahmen oder Beauty Shots Kontraste zu schaffen.



Nehmen Sie etwas mehr auf. Zusätzlich aufgenommenes, allgemein einsetzbares Material nennt man B-Roll. Sie brauchen es, um Übergänge zwischen einzelnen Szenen zu erstellen.

6. Vermeiden Sie es, durch Zoomen und Schwenken Übergänge zu schaffen. Ein herkömmlicher Schnitt wirkt natürlicher.
7. Wählen Sie einen Bildaufbau für Ihre Aufnahmen. Wenden Sie die Drittel-Regel an und positionieren Sie Ihren visuellen Mittelpunkt entsprechend.
8. Sie sollten während der Aufnahme nicht sprechen. Ihre Stimme könnte hinterher zu hören sein. Selbst hörbares Atmen kann zum Problem werden.

Aufnahme von Interviews und Monologen (in naher Einstellung)

1. Wählen Sie für die Aufnahme einen ruhigen Ort.
2. Wählen Sie Ihren Sprecher sorgfältig aus. Nicht jeder wirkt bei laufender Kamera interessant, sympathisch oder eloquent.
3. Machen Sie Testaufnahmen, um auf Nummer Sicher zu gehen.

Nachbearbeitung

1. Setzen Sie als Übergänge einfache Schnitte und Überblendungen ein. Wählen Sie einen Übergangsstil aus und bleiben Sie dabei. Die Aufmerksamkeit sollte auf das Video, nicht auf die Übergänge gerichtet sein.
2. Versuchen Sie, die Gesamtdauer des Videos kurz zu halten. Manche Zuschauer werden sich wahrscheinlich bereits nach wenigen Sekunden verabschieden, und die meisten Zuschauer, die mehr oder weniger zufällig auf Ihr Video gestoßen sind, werden nicht länger als eine Minute dabei bleiben.



Dem Anwender die Kontrolle überlassen.

Falls Ihre Website Video- und Audioclips enthält, sollten Sie dem Anwender Bedienmöglichkeiten zur Verfügung stellen. Er sollte zumindest die Möglichkeit haben, die Lautstärke zu regulieren, sowie das Video zu starten und zu stoppen.



Codierung

Die Codierung ist der letzte Schritt bei der Erstellung eines Videos. Da die Auswahl an Dateiformaten sehr groß ist, müssen Sie ein wenig recherchieren, um das richtige Format zu finden. Videosharing-Websites geben – häufig an, welche Dateigröße und welches Format erforderlich sind. Verschiedene Software- und Hardwaremarken röhren die Werbetrommel für ihre diversen Dateiformate.

Vermeiden Sie ein Dateiformat, das nur für bestimmte Computerplattformen oder Softwareprogramme geeignet ist. Ihr Ziel muss es ein, so viele Leute wie möglich zu erreichen. MPEG-4 (Motion Pictures Expert Group) ist ein beliebtes Video-Dateiformat für das Web. Es ist plattformübergreifend einsetzbar und wird von den gängigsten Webbrowsern unterstützt.

Neben dem Dateiformat müssen Sie auch das Bildseitenverhältnis und die Größe der finalen Datei berücksichtigen. Durch die Abstimmung des Bildseitenverhältnisses stellen Sie sicher, dass Ihr Video später ohne Verzerrung oder Verformung abgespielt wird. Die Dateigröße müssen Sie beachten, um die Upload-Spezifikationen einzuhalten und um die Downloadzeit für Ihr Publikum auf ein Minimum zu beschränken. Wenn Sie möchten, dass Ihr Video tatsächlich angeschaut wird, ist eine kurze Downloadzeit von entscheidender Bedeutung.

Die Aufnahme und Nachbearbeitung von Videos ist nicht Ihr Ding?

Die gleichen digitalen Bildagenturen, die Archivbilder zur Auswahl stellen, bieten auch Videoclips an. Videos von der Stange sind nicht in jeder Situation sinnvoll. Falls Sie damit jedoch Zeit und Geld sparen können, lohnt es sich, sich zumindest umzuschauen.

13.3 Arbeiten mit Ton

Es mag im Zusammenhang mit visueller Kommunikation vielleicht etwas fehl am Platz wirken, sich mit Ton zu beschäftigen. Wie Sie jedoch wissen, spielt der Ton im Multimediasdesign eine wichtige Rolle. Er ist in Form der Erzählerstimme oder der normalen Umgebungsgeräusche in einer Videoaufnahme vertreten. Er ist das Musikbett in Web- und DVD-Projekten. Kurze Tonaufnahmen signalisieren als Soundeffekte (SFX) eine Handlung, wie – das Drücken einer Taste oder das Senden einer E-Mail. Der Ton hebt hervor, was wichtig oder unwichtig ist und verleiht einer Aufnahme eine bestimmte Atmosphäre oder Stimmung.

Vor der Erfindung des Fernsehens, in den Glanztagen des Radios, sprach der Ton die Fantasie der Hörer an. Auch heute noch sollten Sie Tonaufnahmen unter diesem Gesichtspunkt betrachten. Genau wie bei Videoaufnahmen gilt auch hier: Wenn Sie keinen Fachmann beauftragen können, sollten



Hörst Du's auch? Der Ton ist eine wirkungsvolle Multimedia-Komponente. Versuchen Sie sich die Geräusche vorzustellen, die zu diesen Bildern passen würden.

Sie Ihre Tonaufnahmen so einfach wie möglich gestalten. Im Allgemeinen sollten die folgenden Tipps befolgt werden:

1. Setzen Sie Umgebungsgeräusche sparsam ein, insbesondere Auslösegeräusche, die – das Klicken eines Buttons begleiten. Wie bei vielen Designelementen kann man auch hier schon mit einem zurückhaltenden Einsatz eine große Wirkung erzielen.
2. Hintergrundmusik sollte die gesamte Stimmung und Botschaft des Projekts unterstützen. Verlassen Sie sich jedoch nicht ausschließlich auf die Hintergrundmusik, um eine bestimmte Atmosphäre zu erzeugen.
3. Stellen Sie Ihrem Anwender Bedienmöglichkeiten zur Verfügung. Er sollte die Möglichkeit haben, die Aufnahme zu starten, abzubrechen, vorübergehend anzuhalten und die Lautstärke zu regulieren. Es ist Ihnen sicher schon einmal passiert, dass Sie ein Web-Soundtrack fast vom Bürostuhl gefegt hat – weil er so überraschend eingesetzt hat oder zu laut war, oder beides.
4. Wenn bei der Tonaufnahme gesprochen wird – in einem Interview oder einer anderen Situation, in der die Verständlichkeit entscheidend ist –, sollte die Aufnahmequalität so gut wie möglich sein. Verwenden Sie das bestmögliche Mikrofon. Es muss nicht das Mikrofon sein, das in Ihrer Videokamera integriert ist. Ihr Publikum wird Ihnen eine schlechte Bildqualität eher verzeihen als einen kaum hörbaren Soundtrack.

Welche Quellen für Tonaufnahmen gibt es?

Umgebungsgeräusche und Hintergrundmusik sowie Auslösegeräusche, die zum Beispiel beim Klicken auf einen Button zu hören sind, werden als Archivmaterial von verschiedenen Websites zum Kauf angeboten. Es gibt auch Websites, die Geräusche und Musik kostenlos anbieten. Denken Sie jedoch daran, dass kostenlose Downloads mit Einschränkungen oder Bestimmungen zur Quellenangabe einhergehen. Beides müssen Sie respektieren.

Wir geben es zwar nicht gerne zu, aber es kann Situationen geben, in denen nicht das Gesehene, sondern das Gehörte der Star der Show ist.

Ebenso kann es Situationen geben, in denen Sie ein Interview aufnehmen müssen, aber keine Videoaufnahmen machen dürfen. Ein hochwertiges digitales Tonaufnahmegerät ist daher ein Muss in Ihrer Ausrüstung.

13.4 Animationen

Generationen von Kindern sind mit Zeichentrickfilmen aufgewachsen und haben jeden Samstagmorgen mit Spannung verfolgt, wie die Katze die Maus jagt und ihr dabei gelegentlich ein Klavier auf den Kopf fällt. Inzwischen sind auch Animationen erwachsener geworden. Das Spektrum reicht von den animierten Bildern, die beim Einschalten Ihres Handys auf dem Display erscheinen, bis hin zu spektakulären CGI (Computer-Generated-Imagery)-Effekten in Blockbuster.

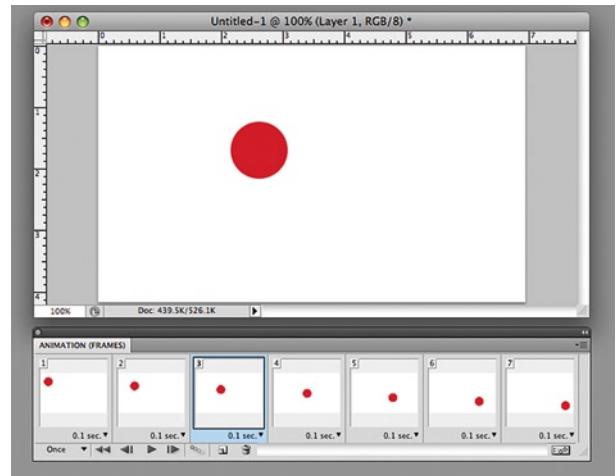
Genau wie bei anderen Multimedia-Komponenten gibt es auch bei Animationen unterschiedliche Stufen der Komplexität. Die Animationen in Dokumentarfilmen und komplexen interaktiven Websites fallen in die Domäne erfahrener Fachleute. Einfachere Animationen, wie zum Beispiel die Übergänge zwischen einzelnen Folien in Präsentationen, werden vom Präsentationsprogramm selbst erstellt.

Falls Sie sich selbst an die Erstellung von Präsentationen heranwagen möchten, stehen Ihnen erschwingliche Programme zur Auswahl. Animationsprogramme zählen zu den anspruchsvollsten Programmen und Sie müssen mit einer steilen Lernkurve rechnen, aber wenn Sie genügend Zeit und Mühe investieren, können Sie die Arbeit damit durchaus meistern. Es ist also für die Durchschnittsperson möglich, einfache animierte Logos, Titelsequenzen für Videos, Banneranzeigen und animierte Webseitenkomponenten zu erstellen, ohne ein Experte im Animationsdesign zu sein.

Tweening schafft Bewegung.

Die einfachsten digitalen Animationen beruhen auf dem gleichen Prinzip wie die ursprünglichen, von Hand gezeichneten Trickfilme. Eine Reihe von Bildern, in der sich jedes Bild nur geringfügig vom vorhergehenden unterscheidet, wird in schneller Abfolge gezeigt, um die Illusion einer Bewegung zu erzeugen. Die Frequenz der digitalen Animation beträgt ca. 30 Bilder pro Sekunde. Es werden also 30 Bilder benötigt, um eine Sekunde animierten Film zu erzeugen. Es würde sehr lange dauern, diese Bilder alle selbst zu zeichnen.

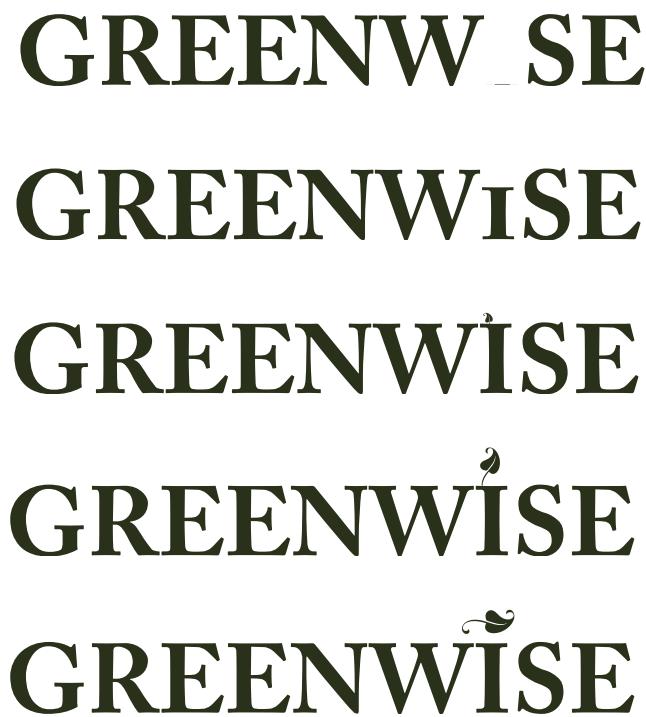
Wenn Sie mit Tweening arbeiten, nimmt Ihnen der Computer zum Glück die Arbeit des Zeichnens ab. Beim Tweening müssen Sie nur entscheidende Veränderungen der Form oder der Bewegung als Schlüsselbilder zeichnen.



Tweening schafft Bewegung.

Computergeneriertes Tweening beruht auf dem gleichen Prinzip wie die ursprünglichen, von Hand gezeichneten Trickfilme. Wird eine Reihe von Bildern in schneller Abfolge gezeigt, entsteht die Illusion einer Bewegung.

Adobe Photoshop CS4 Screenshot(s) mit freundlicher Genehmigung von Adobe Systems Incorporated.



Einfach ist gut. Animationen brauchen

nicht kompliziert zu sein. Bei diesem Logo wächst im Laufe von ein paar Sekunden der Buchstabe »l« empor und es entsteht ein neuer Spross (das Blatt über dem »l«).

Stellen Sie sich zum Beispiel vor, dass im ersten Schlüsselbild ein roter Kreis in der linken oberen Ecke zu sehen ist und der gleiche rote Kreis im letzten Schlüsselbild in der rechten unteren Ecke erscheint. Je nach festgelegter Bildfrequenz wird Ihr Computer nun alle Zwischenbilder generieren, die notwendig sind, um darzustellen, wie der Kreis von der linken oberen Ecke in die rechte untere Ecke wandert.

Tweening ist für einfache Bewegungsabläufe hervorragend geeignet, kann jedoch auch für Änderungen in der Farbe oder Lichtdurchlässigkeit eingesetzt werden; also kann diese Technik zum Beispiel verwendet werden, um ein Objekt langsam ein- oder auszublenden.

Ein Storyboard ist ein sehr gutes Werkzeug, um Tweening zu planen. Anhand von Pfeilen und anderen Richtungsangaben können Sie die Bewegungen sowie die Verhältnisse zwischen Formen und Schrift darstellen. Jede Skizze auf dem Storyboard kann den Inhalt eines Schlüsselbildes beschreiben – einschließlich des zugehörigen Tons.

Ausschlaggebend ist die Zeit

Der Unterschied zwischen Animationen und anderen Grafiken liegt nicht so sehr in der Bewegung, sondern in der Zeit. Animierte Elemente erscheinen, verschwinden und ändern ihre Form im Laufe einer bestimmten Zeit. Geschwindigkeiten und Übergänge sind beim Entwurf von gedruckten Designs oder beim Erstellen statischer Webseiten keine relevanten Themen. Bei Animationen und Videoaufnahmen haben Geschwindigkeit und Übergänge jedoch einen Einfluss auf den gesamten Charakter und von daher auf die Botschaft des Werks. Ein schneller Rhythmus und harte Übergänge verleihen einer Animation oder Aufnahme eine gewisse Intensität und Schärfe. Dezente, sanfte Übergänge haben hingegen eine eher beruhigende Wirkung.

Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt ist die Dauer.

Wie lange soll Ihre Animation dauern? Dies hängt ganz davon ab, welche Aufgabe sie erfüllen soll. Je länger die Animation ist, desto größer ist jedoch auch die Datei. Beachten Sie Beschränkungen der Dateigröße – unabhängig davon, ob sie server-, anwendungs- oder projektbedingt sind. Ihre Animationen sollten sich generell nicht unendlich wiederholen. Lassen Sie sie ein oder mehrere Male durchlaufen und setzen Sie dann einen Schluss-

punkt. Animationen mit scharfen, harten Übergängen eignen sich nicht für Schleifen – es sei denn, Sie möchten, dass der Betrachter Kopfschmerzen bekommt.

Dateiformate für Animationen

Auch hier erfordert die Auswahl eines Dateiformats ein wenig Recherche, um herauszufinden, welches Format sich in Ihrem spezifischen Projekt am besten eignet. Bei animierten Banneranzeigen kann es – Spezifikationen nicht nur bezüglich des Formats, sondern auch bezüglich der tatsächlichen Größe, der Dateigröße und der Art der Schleife geben.

Zu den üblichen Animationsformaten zählen GIF-Animationen und Shockwave-Dateien (Dateiendung .swf).

Maßvoll ist besser

Etwas Animation in einem Layout kann dabei helfen, die visuelle Überladung, der Leser täglich ausgesetzt sind, zu unterbrechen. Passen Sie jedoch auf, dass Ihre Animation nicht selbst zur visuellen Überladung beiträgt. Setzen Sie Animationen maßvoll und zielgerichtet ein. Sie müssen sich sicher sein, dass es das richtige Medium ist, um Ihre Botschaft zu vermitteln. Machen Sie nicht ziellos Gebrauch von Animationen.

13.5 Multimedia und Interaktivität

Der vielleicht spannendste Aspekt im multimedialen Design ist die Möglichkeit, das Publikum einzubeziehen. Für Werbefachleute ist die Interaktivität ein Luxus, von dem eine Generation zuvor lediglich geträumt werden konnte. Jedes Element, das wir bisher besprochen haben, beinhaltet einen gewissen Grad an Interaktivität – seien es die Bedienmöglichkeiten eines Videoclips oder die Möglichkeit, in einer Online-Fotogalerie zu stöbern. Nicht zu vergessen die Klickrate einer Banneranzeige, die auch die Werbekosten bestimmt.

Multimedia kann jedoch noch viel mehr sein. Kehren wir zu unserer multimedialen Infografik aus Kapitel 11 zurück, die den Blutfluss durch das Herz darstellt. Wir stellten uns eine hochwertige 3D-Animation vor, die dem Publikum eine virtuelle Fahrt durch die Adern und Arterien ermöglicht. Wir schlugen auch vor, diese Darstellung mit Ton und einer Erzählerstimme zu erweitern.

Das Multimedia-Erlebnis muss aber hier nicht aufhören: Wir können weit über eine multimediale Infografik hinausgehen. Stellen Sie sich eine Website über das menschliche Herz vor, in der unsere Infografik das Kernstück bildet. Es könnte weitere interaktive Komponenten und Links geben, die zusätzliche Informationen bieten. Die Anwender könnten weiter klicken, um mehr über Blutplättchen, Herzkammern, rote Blutkörperchen etc.