

WORKBOOK

25

CANVA
INTENSIVKURS
TEIL 03



INHALT



- 01** Schriften und ihre Wirkung
- 02** Bewegter Content für Instagram
- 03** Fragen und Feedback



Wünsche dir nicht, dass es
einfacher wäre. Wünsche dir,
dass du besser darin wirst.

JIM ROHN



K A P I T E L

01

DIE TYPOGRAFIE

DEFINITION & ZIEL

Schriften sind ein **wesentliches Gestaltungselement** im Design und tragen maßgeblich dazu bei, **wie eine Marke oder eine Botschaft wahrgenommen wird**. Sie transportieren Emotionen, **unterstreichen die Identität** eines Unternehmens und **beeinflussen die Lesbarkeit** von Inhalten.

Das Ziel eines bewussten Schrift-Designs ist es, eine **klare visuelle Sprache** zu schaffen, **die Professionalität, Wiedererkennbarkeit und Konsistenz vermittelt**.

SCHRIFT ALS STIMME DEINER MARKE

Eine gut gewählte Typografie kann Vertrauen aufbauen, den Stil einer Marke definieren und die Nutzererfahrung positiv beeinflussen. Im Folgenden erfährst du, wie Schriften wirken und worauf du bei der Auswahl und Kombination achten solltest.

Damit dein Design professionell und stimmig wirkt, solltest du einige grund-legende Prinzipien beachten.

- **Lesbarkeit zuerst:** Stelle sicher, dass deine Schrift auf allen Geräten gut lesbar ist.
- **Maximal 2-3 Schriftarten:** Zu viele unterschiedliche Schriften wirken unruhig.
- **Klare Hierarchie:** Nutze verschiedene Schriftgrößen und Gewichtungen, um wichtige Inhalte hervorzuheben.
- **Passend zur Marke:** Die Schrift sollte deine Markenpersönlichkeit widerspiegeln und konsistent verwendet werden.
- **Übung in Canva:** Erstelle eine Auswahl möglicher Schriftarten, teste Kombinationen, ändere Größen und Farben, um ein Gespür für den passenden Stil zu entwickeln.

TYPOGRAFIE

SCHRIFT ALS STIMME DEINER MARKE

Hier sind einige Beispiele der Schriftwirkung.



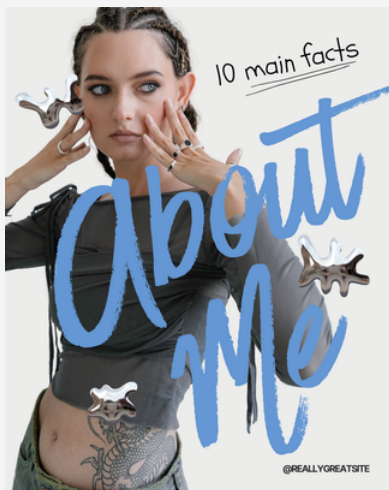
klassisch, elegant



modern, professionell



persönlich, kreativ



extrovertiert, auffallend



klar, minimalistisch



nicht zu empfehlen

K A P I T E L

02

BEWEGTE FORMATE FÜR INSTAGRAM

DEFINITION & ZIEL

Bewegte Formate sind eine der **effektivsten Möglichkeiten**, um deine **Zielgruppe auf Instagram zu begeistern** und in den Bann zu ziehen. Videos, Stories und Reels bieten dir die Chance, deine Marke **auf lebendige und ansprechende Weise zu präsentieren**. In diesem Kapitel zeigen wir dir, wie du diese Formate nutzen kannst, um deine Botschaften **klar und emotional zu vermitteln**. Du wirst lernen, wie du mit einfachen Mitteln deine Reichweite erhöhen und das Vertrauen deiner Community gewinnen kannst. Ich werde dir direkt in Canva einige praxisnahe Beispiele vorstellen.



MIT BEWEGUNG AUF INSTAGRAM BEGEISTERN

Vorteile von Canva im Vergleich zu Snapchat:

- **Gestaltungsmöglichkeiten:** Canva bietet professionelle Designvorlagen, Snapchat fokussiert auf spontane Fotos/Videos mit Effekten.
- **Zielgruppe & Zweck:** Canva eignet sich für langfristige, kreative Projekte, Snapchat für schnelle, informelle Inhalte.
- **Langfristige Nutzung:** Canva-Inhalte können gespeichert und wiederverwendet werden, Snapchat-Inhalte sind nur kurz sichtbar.
- **Teamarbeit:** Canva ermöglicht einfache Zusammenarbeit, Snapchat ist eher auf individuelle Nutzung ausgelegt.



FRAGEN, WÜNSCHE, ANREGUNGEN?

Schreib mir sehr gerne eine Mail.



W Ü N S C H E

WAS BRAUCHT IHR?

• **Feedbackfragen:**

- Was war für dich heute am wertvollsten?
- Gibt es Themen, die du dir für die nächsten Sessions wünschst?
- Welche Funktionen von Canva interessieren dich am meisten und möchtest du vertiefen?

• **Wünsche für kommende Calls:**

- Welche Canva-Tools möchtest du besser kennenlernen?
- Möchtest du mehr über die Erstellung von Designvorlagen oder animierten Posts erfahren?
- Gibt es bestimmte Designtrends oder Plattformen, die dich gerade besonders interessieren?

Indem du die Gruppe mitbestimmen lässt, kannst du sicherstellen, dass die Calls auf ihre Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten sind.



REMINDER

Pause machen ist auch
ein wichtiger Job.

DU VERDIENST NUR DAS BESTE





Ich danke dir für deine Zeit!

Die von mir erstellten Unterlagen sind nur für Präsentationszwecke bestimmt. Die Verwendung, Nutzung, Bearbeitung und insbesondere die Weitergabe an Dritte, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Merle Stock-Kolkhorst. Alle Inhalte unterliegen der Sorgfaltspflicht der Nutzer und sind vertraulich zu behandeln.



Merle Stock-Kolkhorst

Dipl. Kommunikationsdesignerin (fh)
Driffort 5 / 32369 Rahden

Telefonnummer

0176. 8102 61 25

E-Mail-Adresse

hello@merlestock.de