

Flyer erstellen

»» *Ich werfe Zettel, dir mir irgendjemand in die Hand drückt, immer gleich weg.*

»» *Praktisch – alles auf einen Blick.*

»» *Flyer verteilen – peinlich.*

Flyer (auch »Handzettel«, »Flugblätter«) dienen in der Regel der Werbung bzw. der Öffentlichkeitsarbeit von Firmen, Organisationen und Institutionen. Sie werden kostenlos verteilt oder liegen zur Mitnahme aus. Obwohl sie nur aus einem, meist gefalteten Blatt Papier bestehen, zählen sie zu den Printmedien. Die Aufgabe, im Unterricht einen Flyer herzustellen, fordert dazu heraus, das Gelernte knapp, präzise, adressatenbezogen und werbewirksam zu formulieren. Sie ist daher auch sinnvoll, wenn Handzettel nicht »in echt« hergestellt werden, wie z. B. beim Auftrag, einen Flyer zu entwerfen, mit dem Jugendliche zu einem kirchlichen Angebot (► S. 129) eingeladen werden können.

Für die Gestaltung sind Überlegungen zu den »vier Seiten einer Nachricht« hilfreich: (1) Welche *Informationen* sollen vermittelt werden? (2) Was soll über den/die *Auftraggeber* des Handzettels ausgesagt werden? (3) Welches *Ziel* wird im Hinblick auf die Adressaten verfolgt? (4) Was soll über die *Beziehung* des »Senders« zu den Adressaten ausgesagt werden?

In Bezug auf den Adressatenkreis müsste man bei dem genannten Beispiel fragen: Welche Vorinformationen können vorausgesetzt werden? Soll nur eine bestimmte (Alters-)Gruppe von Jugendlichen angesprochen werden oder richtet sich das Angebot an »alle«? Durch welches kulturelle und soziale Milieu sind die Adressaten geprägt? Welche Art von Text- und Layout-Gestaltung gilt bei der Zielgruppe als professionell und zeitgemäß? Das heißt nicht, dass man sich unbedingt an solche »Vorgaben« halten muss, manchmal ist es durchaus sinnvoll, verbreitete Sehgewohnheiten bewusst zu unterlaufen.

TIPPS ZUR GESTALTUNG VON FLYERN

- Man sollte sich auf wenige Kernaussagen konzentrieren und diese knapp und präzise formulieren.
- Um das Kommunikationsziel auch zu erreichen, sollten die Assoziationen, die zentrale Begriffe des Textes wecken (können), genau bedacht werden. Auch auf die emotionale Wirkung kommt es an.

Nicht legitim ist es allerdings, bei der Kritik an anderen Meinungen, Personen und Gruppen den sachlichen Grundton zu verlassen.

- Im Hinblick auf das Layout empfiehlt sich die Konzentration auf ein zentrales Symbol anstelle von vielen kleinen Grafik-Elementen. Mitbedenken sollte man auch Fragen des »corporate design« (einheitliche Selbstpräsentation zur Erhöhung des Wiedererkennungseffektes), falls ein Flyer z. B. im Auftrag einer Organisation bzw. Institution gestaltet werden soll (z. B. Verwendung des Schullogos).

Soll der Flyer im Rahmen eines Projektes tatsächlich auch hergestellt und verteilt werden, sind noch weitere Aspekte zu bedenken:

- Bei der Entscheidung für oder gegen einen farbigen Druck (2- bzw. 4-Farben-Druck) sind neben der Wirkung auch die Kosten zu bedenken. Auch ein Schwarz-Weiß-Druck kann sehr wirkungsvoll sein. In diesem Fall empfehlen Grafik-Experten in der Regel ein Layout in klaren Kontrasten, anstatt zu viele unterschiedliche Grau-Abstufungen zu verwenden.
- Es sind auch rechtliche Fragen zu bedenken z. B. muss bei der Verwendung von Bildern darauf geachtet werden, dass diese (kostenlos) veröffentlicht werden dürfen (Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte ...); auch für Texte müssen ggf. Abdruckgenehmigungen eingeholt werden. Beim Verteilen von Flyern ist sowohl in der Öffentlichkeit als auch auf Privatgeländen eine Genehmigung einzuholen und zu klären, ob ein Impressum notwendig ist. Dass insbesondere Flyer, die über ein religiöses bzw. weltanschauliches Thema oder eine Gemeinschaft informieren, inhaltlich genau geprüft werden müssen, ist schon aus ethischen Gründen unerlässlich, falsche Darstellungen können aber auch juristisch relevant werden.

Einklappseite	Rückseite	Titel
---------------	-----------	-------

Inhaltsseiten	Inhaltsseiten	Inhaltsseiten
---------------	---------------	---------------