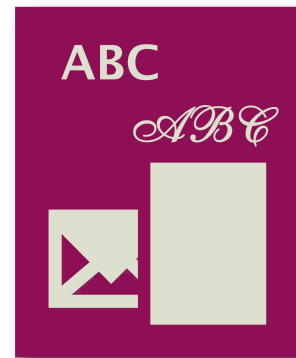




Flyergestaltung

Ein kleiner Exkurs zum Thema Flyer:

- Flyertypen
- Papier
- Gestaltung
- Inhalte



Inhalte

1. Definition und Merkmale	2
2. Falzmöglichkeiten	3
2.1 Falztypen.....	3
3. Papier	4
Gestaltungshinweise	4
4.1 Farben.....	4
4.2 Texte und Schriften.....	6
4.3 Einsatz von Fotos.....	7

1. Definition und Merkmale

In der Werbung versteht man unter dem englischen Wort Flyer (Flieger) ein Flugblatt.

Sein zentrales Merkmal ist seine Kompaktheit. Auf nur einem Blatt müssen die wesentlichen Informationen untergebracht werden.

Einen guten Flyer erkennt man an folgenden Merkmalen:

- **Aussagekräftige Titelzeile**
Aus der Titelzeile soll das Thema des Flyers hervorgehen. Sie muss dem Inhalt vorangestellt werden und deutlich erkennbar sein. Nur so können die Leser schnell erfassen, worüber der Flyer informiert.
Sie können somit selber entscheiden, ob sie das Thema interessiert, ohne den kompletten Flyer erst durchlesen zu müssen.
- **Informationen sind auf wesentliche Eckpunkte zusammengefasst**
Der begrenzte Platz für Inhalte zwingt zur Effizienz. Es ist kein Raum für ausschweifende Texte und zahlreiche Bilder.
Die Kunst der Flyergestaltung besteht also auch darin, Informationen zu kürzen, ohne dass ihre Aussagefähigkeit verloren geht.
- **Inhalte und Gestaltung entsprechen der Zielgruppe**
Wer an seiner Zielgruppe vorbei gestaltet, wird keine Beachtung finden. Es ist ein Unterschied, ob ich mit einem Flyer junges Publikum für eine Discoparty begeistern möchte oder Rentner zu einem Seniorentanz einlade. Während die jungen Menschen eine peppige Gestaltung toll finden, legen Senioren auf schlicht gehaltene Informationen wert.
Auch die Informationen sind so zu wählen, dass sie die Zielgruppe ansprechen.
- **Vorhandensein der Kontaktdaten und Webadresse des Anbieters**
Wer einen Flyer herausbringt, sollte seiner Zielgruppe eine Kontaktaufnahme so leicht wie möglich machen. Da ein Flyer nur sehr knapp informiert, ist es wichtig, Ansprechpartner zu benennen, die Interessenten weiterführende Informationen geben können.
Geben Sie auch, sofern vorhanden, Ihre Webadresse an. Auf der eigenen Internetseite kann man Informationen, die im Flyer nur knapp dargestellt wurden, detaillierter erläutern.

2. Falzmöglichkeiten

Ungefaltete Flyer:

- Größe meist DIN A5, DIN A4 oder DIN A3
- einseitig oder beidseitig bedruckt
- Vorteile: einfache Erstellung, kein Aufwand fürs Falzen
- Nachteile: Inhalte schwer zu strukturieren, bei Briefversand muss Flyer zusammen gefaltet werden



Gefaltete Flyer:

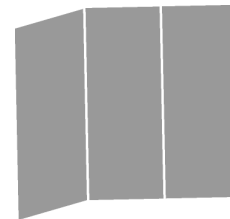
- Größe DIN A3, DIN A4 und kleiner
- beidseitig bedruckt
- zweifach oder mehrfach gefaltet
- Häufige Falztypen: Wickelfalz, Zickzackfalz
- Vorteile: übersichtlich strukturiert und einfach zu versenden, da sie problemlos in gängige Briefumschläge passen
- Nachteile: das Falzen erfordert Arbeitsaufwand bzw. erhöht die Druckereikosten



2.1 Falztypen

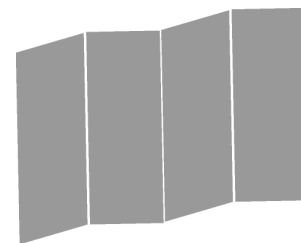
Zweifacher Falz:

- DIN A3, gefalzt auf DIN A4
- DIN A4, gefalzt auf DIN A5
- DIN A5, gefalzt auf DIN A6



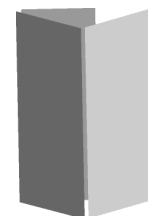
Zickzackfalz:

- Zickzackförmig gefaltet
- DIN- und andere Papierformate verwendbar



Wickelfalz:

- verschiedene DIN-Formate verwendbar



3. Papier

Papiersorten unterscheiden sich unter anderem nach der ihrer Saugfähigkeit und der Stärke.

Saugfähige Papiersorten:

- saugen die Druckfarbe stark auf
- gedruckte Farben wirken hierauf dunkler und stumpf
- Beispiel: Zeitungspapier

Wenig saugfähige Papiersorten:

- sind beschichtet
- saugen die Druckfarbe kaum auf
- gedruckte Farben wirken hierauf heller und brillant
- Beispiel: Hochglanzpapier

Einfaches Druck- und Kopierpapier verfügt über eine mittlere Saugfähigkeit. Bei der Auswahl der Farben muss das Papier berücksichtigt werden, auf das später gedruckt wird. Am besten man druckt einzelne Farben einmal aus und testet ihre Wirkung auf dem jeweiligen Papier.

Papierstärke:

Die Papierstärke beschreibt das Gewicht von einem Quadratmeter Papierbogen. So hat beispielsweise:

- Einfaches Druckpapier ein Gewicht von 80 g / qm
- Zeichenkarton ein Gewicht von 160 g / qm

Papier für beidseitigen Druck sollte mindestens 90 g / qm stark sein.

Gestaltungshinweise

Die Gestaltung hat einzig die Aufgabe, dargebotene Informationen klar und übersichtlich darzustellen. Ein Flyer, der nur der Grafik wegen existiert und keinen Informationsgehalt hat, ist nutzlos.





In der Gestaltung muss eine klare Linie zu erkennen sein. Farben, Texte und Fotos sollen aufeinander abgestimmt werden und der Zielgruppe und dem Thema des Flyers entsprechen.

4.1 Farben





Nicht jede Farbe ist auch eine Druckfarbe. Deswegen gibt es für den Druck eine spezielle Farbpalette:

Die CMYK-Palette. Sie besteht aus vier Grundfarben, die Basis für alle Farbtöne der Palette ist:

Jeder druckbare Farbton wird durch seinen Anteil an C, M, Y und K definiert.

C = Cyan 
 M = Magenta 
 Y = Yellow 
 K = Schwarz 

Hier einige Farbbeispiele und ihre Mischung (in %):

	C	M	Y	K	
Blau	100	70	0	0	
Grün	60	0	90	40	
Rot	0	85	100	30	
Braun	0	60	90	80	

In Grafikprogrammen kann man seine Farben über spezielle Farbwähler auswählen.

Hinweis für den Druck in Druckerei:

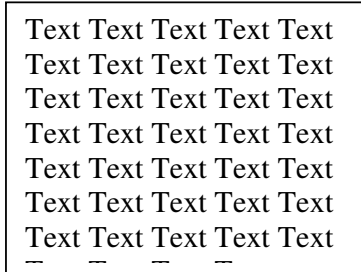
Bestimmte Standartfarben (Vollton- oder HKS-Farben) können Druckereien günstig beziehen. Der Druck wird daher kostengünstiger. Stimmen Sie die Farbauswahl deshalb im Vorfeld mit der Druckerei ab.

Tipps für den gelungenen Einsatz von Farben

Neben der Verwendung von Farben aus dem CMYK-Farbpalette ist zu beachten:

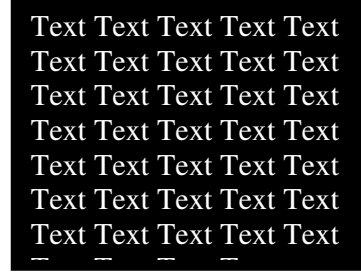
- Keine kunterbunte Gestaltung, es ist besser sich auf ein bis zwei Farben zu beschränken.
- Eingesetzte Farben sollen gut zueinander passen.
- Verzicht auf grelle Farbtöne, wie z.B. reines Cyan , reines Gelb, sie belasten das Auge.
- Hintergrundfarben sollten immer hell, Textfarben dunkel sein. Das erleichtert das Lesen. Zudem soll der Farbkontrast zwischen Text und Hintergrund ausreichend sein. Man vermeide daher z.B. dunkelblaue Schrift auf hellblauem Hintergrund. Am besten ist immer noch die klassische Variante: schwarzer Text auf weißem Hintergrund.
- Keine Farbverläufe verwenden. Sie erschweren das Lesen und verteuern den Druck.

Richtig:
Dunkler Text auf hellem Grund



Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text

Falsch:
Heller Text auf dunklem Grund



Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text

Farben wirken auf jedem Papier anders!
Hochglanzpapier lässt Farben leuchtender erscheinen als mattes Papier. Es können dabei also gleiche Farben ganz anders aussehen. Der Grund dafür ist, dass die Farbpigmente bei glatten Oberflächen kaum vom Papier aufgesogen werden. Unterschiedliche Farbergebnisse sind also in diesem Fall kein Fehler, sondern materialbedingt.

4.2 Texte und Schriften

Das A und O bei der Textgestaltung ist die Lesbarkeit. Dabei sind, wie im vorherigen Abschnitt angesprochen, die Farbwahl entscheidend, aber auch die Textstruktur selbst und die verwendeten Schriftarten.

Zielgruppe dabei beachten:

Wer für ältere Menschen einen Flyer gestaltet, sollte auf jeden Fall für besonders gute Lesbarkeit sorgen. Diese Personengruppe leidet meistens unter Sehschwächen. Schriftgröße 12 pt ist in diesem Fall angeraten. Klare Gestaltung – dunkle Schrift auf hellem Grund. Es ist sehr angenehm, wenn man auch ohne Brille die Informationen erfassen kann.

Wird eine junge Zielgruppe angesprochen, ist die Lesbarkeit nicht unbedingt das erste Gestaltungskriterium. Hier ist die flippige Bildgestaltung meistens wichtig (kommt natürlich auf das Produkt oder die Dienstleistung an, die hier angeboten werden soll). Da kann die Schrift auch etwas kleiner sein und durch das Design teilweise „aufgefressen“ werden.

Texte sind gut lesbar, wenn:

- sie in Abschnitte untergliedert sind, z.B. durch Leerzeilen oder Zwischenüberschriften (Ankerpunkte fürs Auge)
- linksbündig oder als Blocksatz ausgerichtet werden
- die Schriftgröße min. 10 pt (Punkt) beträgt
- klare Schriftarten (am besten serifenlose Schriften) verwendet werden.

Beispiele von Schriftarten

Serifenschriften (weniger gut lesbar)

Times New Roman
Garamond
Serifa BT

Serifenlose Schriften (gut lesbar)

Arial
Verdana
Tahoma

Beispiel Textgestaltung

Falsch !

Die zentriert ausgerichtete Serifenschrift ist nur schwer lesbar. Zudem wurde die Schriftgröße mit 9 pt zu klein gewählt. Auch die zentrierte Ausrichtung wirkt sich ungünstig auf die Lesbarkeit aus, denn jede Zeile hat einen anderen Anfangspunkt. Das Auge muss diesen nach jedem Zeilenwechsel erneut fixieren. Eine Unterteilung in Zwischenüberschriften und Absätze gibt es nicht. Grundsätzlich falsch ist auch die helle Schriftfarbe auf dunklem Grund. Wenn man hier den Faden verliert, findet man nicht mehr zu der Textstelle zurück, wo man beim Lesen unterbrochen wurde. Ein solcher Text ist schlichtweg eine Qual für den Leser und die Augen fangen bereits nach kurzer Zeit an zu schmerzen. Deshalb bedenke, dass nicht jede gestalterische Raffinesse auch gut ist. Das Einfache und Bewährte ist in den meisten Fällen am besten.

Richtig !

Einfache, serifenlose Schrift, in ausreichender Größe und linksbündige Ausrichtung.
Schwarze Schrift auf weißem Grund.

Zwischenüberschrift

Der Text ist durch Absätze und Zwischenüberschriften übersichtlich gegliedert.

Die Zwischenüberschriften sind Ankerpunkte für das Auge und zeigen, was den Leser im folgenden Abschnitt erwartet.

So einen Text kann man gut lesen, das Auge wird geschont.

4.3 Einsatz von Fotos

Fotos lockern Texte auf und veranschaulichen die Informationen, sofern sie themenbezogen und von guter Qualität sind. Wer Fotos in Flyer einbringen möchte, sollte folgende Tipps beachten:

- Fotos für den Druck erfordern eine Mindestbildauflösung von 150 dpi (dots per inch), ideal sind 300 dpi. Je geringer die Auflösung, desto unschärfer wird das Bild.
- Für große Fotos ist auf Flyern kein Platz, sie müssen verkleinert eingebunden werden. Damit die Motive dann noch erkennbar sind, dürfen nur hochwertige Fotos verwendet werden.

- Hintergrundbilder erschweren das Lesen des Textes und sollten, wenn überhaupt, nur stark aufgehellt zum Einsatz kommen.
- Urheberrechte von Fotos beachten! In Flyern kann man eigene Fotos einsetzen. Sind auf den Fotos Personen abgebildet, muss eine Zustimmung dieser für die Veröffentlichung unbedingt vorliegen – am besten schriftlich.
- Profifotos kaufen – besonders gute Fotos werden themenbezogen von Fotografen gestaltet. Diese Dienstleistung können Sie bei Ihrem Fotografen vor Ort in Anspruch nehmen oder im Internet bei entsprechenden Anbietern Fotos kaufen. Aber Vorsicht! Die Nutzungsrechte werden sehr unterschiedlich vergeben. Manche Anbieter erteilen Nutzungsrechte nur für eine begrenzte Nutzung. Diese müssen dann für weiterführende Verwendungen erneuert werden. Diese Profifotos kosten zwar relativ viel Geld, sind aber in ihrer Ausdruckstärke nicht zu toppen. Wer auf Qualität Wert liegt, wird diese Investition nicht scheuen.