MIGRApolis
HOUSE of RESOURCES

# In 5 Schritten zum eigenen Flyer

Anna Heinzel

**Impressum** © 2021

**Herausgeber**:
MIGRApolis *House of Resources* Bonn
c/o Bonner Institut für Migrationsforschung
und Interkulturelles Lernen (BIM) e.V.
Brüdergasse 16-18, 53111 Bonn

Tel: 0228 - 929 77 603
Mobil: 01520 - 864 38 04
hor-bonn@bimev.de
www.hor-bonn.de

**Projektleitung:**
Dr. Philip Gondecki-Safari

Gefördert durch:
Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Bundesamt für Migration und Flüchtlinge
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

BIM e.V. unterstützt die Initiative kulturelle Integration

**Layout:**
René-Marius Westfehling

**Bildnachweis:**
Lizensiert nach CC0-Pexels-Lizenz, BAMF, Nenungspflichtige Autoren gekennzeichnet

**Inhalt**
Die einzelnen Beiträge geben die Ansichten der jeweiligen Autor*innen und Verfasser*innen und nicht notwendigerweise die Meinungen des BIM e.V. oder der Förderer wieder.

**E-Publikation**
Digitale Fassung der Broschüre zum kostenlosen Download auf: www.hor-bonn.de

**Förderung**
Nicht-kommerzielle Publikation, gedruckt mit Mitteln des HoR BN,
gefördert durch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)
über das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF)

## Einleitung: Flyer selber erstellen - aber wie...?

Flyer sind effiziente und kostengünstige Werbemittel, die sich gerade für kleine Vereine und Initiativen als werbewirksames Medium herausgestellt haben.

Doch nicht jeder Flyer ist zuverlässig gut und bewirkt das, was er bewirken soll: Um Informationen zu verbreiten, auf Angebote aufmerksam zu machen, Veranstaltungen zu bewerben oder zu Aktionen aufzurufen, muss ein Flyer sinnvoll durchdacht sein und verschiedene grafische und psychologische Aspekte berücksichtigen (Vgl. Windeck 2013: 18).

Die Erstellung eines Flyers erfordert Zeit, gestalterisches Geschick und personelle Ressourcen. Insbesondere gemeinnützigen Vereinen und ehrenamtlichen Initiativen fehlen häufig entsprechende Kapazitäten, um ihre Leistungen und Angebote in Form einer guten Öffentlichkeitsarbeit angemessen zu bewerben (Vgl. Franck 2017: 1f).

Dieser Leitfaden gibt einen Einblick, wie ein Flyer auch ohne fachliches *Know-how* und hohen finanziellen Aufwand gelingen kann..

Wir wünschen viel Spaß auf dem Weg zum eigenen Flyer.

## Schritt 1: Konzept erstellen

Nehmen Sie sich zu Beginn ausreichend Zeit und investieren Sie in ein gut durchdachtes und in sich schlüssiges Konzept für Ihren Flyer. Definieren Sie klar und deutlich, was Sie mit Ihrem Flyer vermitteln wollen, warum Sie es vermitteln möchten und welche Zielgruppe erreicht werden soll (Selbstaendigkeit 2020; Entwicklungspolitisches Netzwerk Hessen 2020). Das Konzept ist Grundlage für alle weiteren Gestaltungsschritte und ermöglicht Ihnen einen fokussierten Blick auf Ihr Vorhaben (Vgl. Weinberger 2016: 41f).

**Ziel definieren: "Was soll der Flyer bewirken?"**

Die Erstellung eines Flyers sollte immer ein konkretes Ziel verfolgen. Identifizieren Sie dieses als ersten Schritt und versuchen Sie sich auf *ein* klares Ziel zu konzentrieren. Wenn Sie mit einem Flyer gleich mehrere Ziele verfolgen, kann das schnell unübersichtlich und dadurch unattraktiv auf die Leser*innen wirken. Die Gefahr besteht, dass Ihr Flyer nicht weiter beachtet wird und dadurch sein Ziel verfehlt.

Ziele und Anlässe für einen Flyer können z.B. sein (Vgl. Selbstaendigkeit 2020):

- Allgemeine Informationen verbreiten: Informieren Sie z.B. mittels eines allgemeinen Vereinsflyers über Ihren neu gegründeten Verein oder Ihre neueste Vereinsaktion
- Vorstellung von Angeboten und Leistungen: Bewerben Sie z.B. ein neues Beratungs- oder Bildungsangebot.
- Bewerben von Veranstaltungen: Machen Sie auf Ihre Veranstaltungen aufmerksam und laden Sie dazu ein.

## Zielgruppe

Überlegen Sie sich, wen genau Sie auf Ihren Flyer aufmerksam machen möchten, um dadurch Ihr Ziel bestmöglich erreichen zu können. Ein Flyer richtet sich nie an eine breite Öffentlichkeit. Je spezifischer Ihr Ziel oder Ihr Anlass für Ihren Flyer ist, desto mehr sollten Sie sich auf eine bestimmte Zielgruppe fokussieren. Möchten Sie z.B. ein Ferienangebot für Jugendliche anbieten, überlegen Sie, wer am meisten von Ihrem Angebot profitiert und wer dieses besonders dringend benötigt. Durch diese Fragen können Sie Ihre Zielgruppe schnell ermitteln. Im o.g. Beispiel wären es Jugendliche, die in den Ferien eine Freizeitbeschäftigung suchen sowie deren Eltern als Beziehungsberechtigte.

Nachdem Sie Ihre Zielgruppe identifiziert haben, versuchen Sie deren Bedürfnisse zu erkennen, um den Flyer passgenau auf die Zielgruppe zu entwickeln. Versetzen Sie sich hierfür in die Lage Ihrer Zielgruppe und denken Sie nicht aus Sicht Ihrer Organisation oder Ihres Vereines; wechseln Sie die Perspektive. Junge Menschen, die eine Ferienbeschäftigung suchen, legen z.B. mehr Wert auf aussagekräftige Bilder, die Spaß und Spannung vermitteln, als auf eine detaillierte Information zum Anbieter.

Überlegen Sie genau, wen Sie mit dem Flyer erreichen möchten, ansonsten laufen Sie Gefahr an Ihrer eigentlichen Zielgruppe vorbei zu kommunizieren (Vgl. Weinberger 2016: 43ff).

## Design

Das Design des Flyers wird also wesentlich von den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe beeinflusst. Um die richtige Wahl zu erleichtern, überlegen Sie, welchen Anspruch Ihre Zielgruppe an das Erscheinungsbild und die Inhalte des Flyers hat. Daraus ergibt sich, ob Sie z.B. eher ein kleines oder großes Format wählen, Stichpunkte oder Fließtext nutzen, Extras wie Anmeldebögen integrieren oder auf welches Farb- und Formkonzept Sie zurückgreifen (Vgl. Weinberger 2016: 57). Beim Beispiel der Ferienfreizeit für Jugendliche wäre es denkbar, neben den wichtigsten Informationen einen Anmeldebogen zu integrieren, der abgetrennt und eingeschickt werden kann.

Auch wenn Sie sich auf Ihre Zielgruppe konzentrieren, bleiben Sie trotzdem Ihrem Corporate Design treu, falls sie ein solches für Ihren Verein bereits entwickelt haben. So erkennen Interessierte auf den ersten Blick, dass Ihr Verein hinter dem Flyer steht. Ein hoher Wiedererkennungswert ist in der Öffentlichkeitsarbeit grundsätzlich erstrebenswert (Vgl. 99Designideen 2020).

## Schritt 2: Text und gestalterische Elemente auswählen

Machen Sie durch die Auswahl des Textes und die gestalterischen Elemente (Bilder, Grafiken, Clipart oder Zeichnungen) auf den ersten Blick sichtbar, was Sie anbieten (z.B. Ferienfreizeit). Ein Flyer soll in kürzester Zeit bei der Zielgruppe Interesse wecken, informieren und aktivieren (Vgl. Gmeiner 2012: 21).

Stellen Sie sich vor, Ihr Flyer liegt neben vielen anderen in einer Auslage. Wie kann Ihrer aus der Menge hervorstechen?

Nutzen Sie kurze, aber aussagekräftige Informationen, Slogans oder Überschriften, um die Kernbotschaften und Inhalte schnellstmöglich zu transportieren. Der erste Eindruck zählt! Mit gut gewählten Bildern und Slogans wecken Sie nicht nur Aufmerksamkeit und Interesse, sondern lösen auch Emotionen aus. Dies ist wichtig, um Ihre Zielgruppe zu der von Ihnen gewünschten Handlung zu aktivieren (z.B. sich zur Ferienfreizeit anzumelden) (Vgl. Franck 2017: 177f).

Durch gut gewählte Unterüberschriften oder Schlagwörter können Sie dem Flyer Struktur und einen Roten Faden verleihen (Vgl. Williams/Tollett 2011: 131).

Vermeiden Sie auf jeden Fall zu viel Text und Hintergrundinformationen. Nutzen Sie hierfür Ihre Webseite oder weiterführende Broschüren und eine Verknüpfung mit QR-Codes (Vgl. Franck 2017: 177).

Ein gutes Stilmittel, um viele Informationen in einen Flyer zu verpacken, stellen zudem Infografiken dar: Bei ansprechendem Design wecken sie gleichzeitig ein hohes Interesse bei den Leser*innen (Vgl. Print24 2020).

Wenn Sie eigenes Bildmaterial nutzen, achten Sie darauf, dass dieses eine hohe Qualität aufweist. Unprofessionelle oder qualitativ minderwertige Fotos wirken sich negativ auf den Gesamteindruck des Flyers aus. Wenn Sie kein eigenes Bildmaterial zur Verfügung haben oder auf Nummer sicher gehen wollen, wählen Sie dieses aus freizugänglichen und kostenlosen Onlineplattformen aus (z.B. pixabay oder pexels). Achten Sie immer darauf, dass Sie im Besitz der Bildrechte sind und die Persönlichkeitsrechte anderer durch die Bildauswahl nicht verletzt werden (Vgl. Marketing im Pott).

Bei CC-lizenzierten Bildern, also Bilder der gemeinnützigen Organisation Creative Commons, ist auf die spezifische Lizenz zu achten und dementsprechend zu referenzieren (Vgl. Eggers 2018: 37).

## Schritt 3: Grafische Umsetzung

Gemeinnützigen Vereinen und ehrenamtlichen Initiativen fehlen oft die finanziellen Mittel, um einen Flyer von einem professionellen Grafiker erstellen zu lassen. Mit ein bisschen Geschick, einem guten Auge und Spaß an Gestaltung und Grafik, können Sie Ihren Flyer jedoch auch selbst erstellen.

Nutzen Sie idealerweise die richtige Software für den richtigen Prozess, z.B.

- pixelbasierte Freeware wie GIMP (oder das professionelle Photoshop) für die Bildbearbeitung,
- vektorbasierte Programme wie Inkscape (oder das professionelle Illustrator) für die Erstellung und Bearbeitung von Grafiken und Logos
- Desktop-Publishing-Software wie Scribus (oder professionelle Tools wie das günstige Affinity oder den vergleichsweise kostspieligen Markführer InDesign) für ein Layout des Flyers.

Auch eine Erstellung von Flyern ausschließlich in vektorbasierter Software (z.B. Inkscape) ist möglich, kann jedoch zu zahlreichen Problemen bei Größenanpassungen oder Rasterungen führen.

Einführungstutorials zum Kennenlernen und Bedienen der verschiedenen Software-Lösungen finden Sie im Internet.

### Druckdatei

Worauf sollten Sie besonders achten, um eine gute Druckdatei zu erstellen? Viele Online-Dienstleister, Druckereien oder Autoren geben hierzu ausführlich Auskunft und leiten Sie bei der Erstellung Ihres Flyers durch das neue Terrain.

Die wichtigsten Punkte auf einen Blick (Vgl. Entwicklungspolitisches Netzwerk Hessen; Williams/Tollett 2011: 77ff, Hansteinmedia):

**Fotos und Grafiken**

- Nutzen Sie nur hochwertige Fotos und Grafiken mit einer Auflösung von mind. 300 dpi.
- Freies Stockfoto-Material in hoher Qualität finden Sie z.B. auf www.pexels.de

**Farbe**

- Wählen Sie geeignete Farbkombinationen und harmonische Farbverläufe. Die Farben können auffällig, sollten aber nicht zu grell sein.
- Verwenden Sie als Farbprofil CMYK und achten Sie auf den maximalen Farbauftrag, den der Dienstleister vorgibt (i.d.R. unter 300%).

**Schrift**

- Probieren Sie für die Überschrift eine ungewöhnliche Schriftart aus und wählen Sie eine große Schriftgröße.
- Entscheiden Sie sich für den weiteren Text für eine Schriftart und wechseln Sie die Schriftgröße nicht mehr als zwei- bis dreimal.
- Vermeiden Sie Standartschriftarten wie Times New Roman oder Arial.
- Nutzen Sie den K-Kanal für schwarze Schrift, um eine hohe Farbtiefe zu erreichen.
- Zur korrekten Darstellung betten Sie die Schriftart in das Dokument ein.

**Form und Harmonie**

- Berücksichtigen Sie einen Außenrand von min. 3mm sowie einen Rand zur Falz von min. 5mm - hierbei sollten Sie auch Beschnitte einkalkulieren.
- Verwenden Sie eine Linienstärke von min. 0,125 pt.
- Setzen Sie Text, Grafiken und Bilder harmonisch zueinander.
- Achten Sie auf ausreichend Kontrast zwischen Hintergrund und Text.
- Nutzen Sie bei Bedarf Flyer-Vorlagen.

Weitere ausführliche Hinweise für eine optimale Druckdatei liefert z.B. die Checkliste von Saxoprint: https://www.saxoprint.de/druckdatenanleitung

Achten Sie darauf, dass Ihr Flyer insgesamt stimmig wirkt. Das heißt keineswegs, dass er langweilig oder seriös wirken soll. Je mehr er ein Blickfang ist, desto besser. Behalten Sie bei der Gestaltung jedoch immer Ihr Ziel im Auge.

Platzieren Sie die zentrale Werbebotschaft und Handlungsaufforderungen gut sichtbar und von anderen Elementen abgehoben.

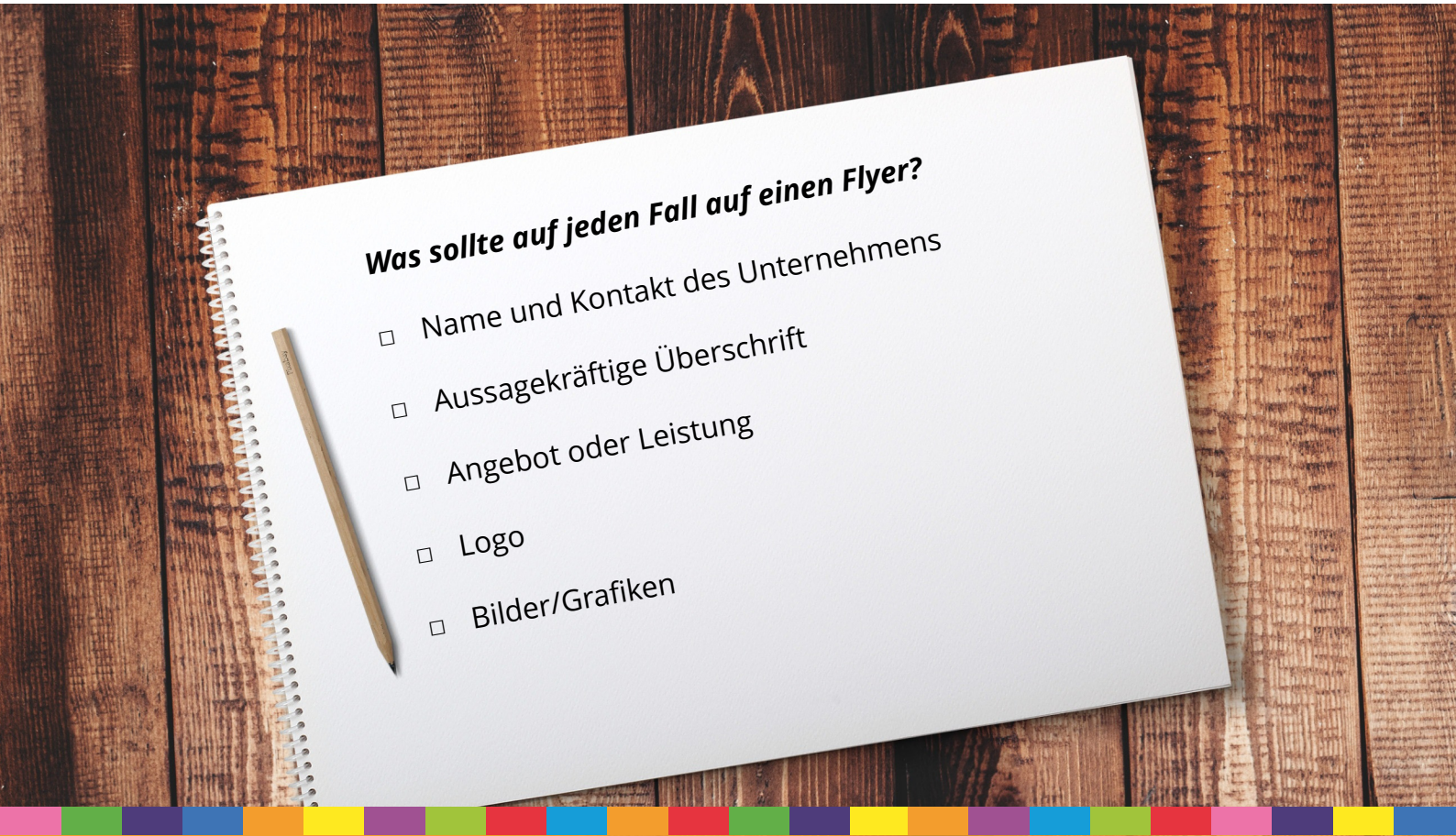
Wenn Sie möchten, dass sich jemand zu einer Veranstaltung anmeldet, dann sollten die Kontaktdaten zur Anmeldung hervorstechen. Möchten Sie Veranstaltungen bewerben, fügen Sie Lageplan oder Anfahrtsskizze des Veranstaltungsortes hinzu.

Denken Sie auch bei der grafischen Gestaltung immer aus Sicht Ihrer Zielgruppe (Weinberger 2016: 52ff).

Wenn Sie zum ersten Mal mit einem Grafikprogramm arbeiten, werden viele Begriffe und Einstellungen neu für Sie sein. Lassen Sie sich nicht entmutigen. Sobald Sie sich mit den Grundlagen vertraut gemacht haben, werden Sie schnell merken, welche Vorteile Ihnen Digitale Grafikprogramme beim Erstellen eines Flyers verschaffen und welchen Spaß es machen kann, ein eigenes Design zu entwickeln oder sich etwas abzuschauen.

*Sind Sie mit der Gestaltung des Flyers fertig, denken Sie unbedingt daran, einer anderen Person den Flyer zur Korrektur vorzulegen!*

Oft fällt einem neutralen Betrachter noch etwas ins Auge, was Sie selbst nicht gesehen haben. Zahlendreher oder Rechtschreibfehler wirken unprofessionell und sind auf diese Weise gut vermeidbar.



## Schritt 4: Bestellen und Drucken

Viele Online-Druckereien (z.B. www.wir-machen-druck.de oder www.vistaprint.de) bieten Ihnen eine unkomplizierten und kostengünstigen Druck für Ihre Produkte an.

Dennoch sollten Sie auf einige Punkte achten:

Vergleichen Sie z.B. die Preise und suchen sich den besten Anbieter für Ihr Produkt aus. Obwohl der Preis für eine hohe Stückzahl oft deutlich niedriger ist, überlegen Sie gut, welche Auflage Sie tatsächlich benötigen.

Es ist verlockend eine größere Auflage zu wählen, um auf der sicheren Seite zu sein. Dies spiegelt aber häufig nicht den tatsächlichen Bedarf wider. Letztendlich ist es nicht unwahrscheinlich, dass Sie auf einem Großteil der Flyer selber sitzenbleiben und dieser im Papierkorb landet.

Versuchen Sie auf umweltschonende Aspekte zu achten. Dies gilt auch für die Auswahl des Druckpapiers. Hier bietet sich Recyclingpapier an, welches mittlerweile fast alle Anbieter im Sortiment haben.

Zeigen Sie ruhig, dass Sie Gutes tun und Ihnen ein ressourcenschonender Umgang wichtig ist. Vermerken Sie die Verwendung von Recyclingpapier, z.B. auch auf Ihrem Flyer. Dadurch können Sie ein gutes Image für Ihren Verein kreieren oder auch Vorreiter für andere Akteure sein (Vgl. Williams/Tollett 2011: 115, Entwicklungspolitisches Netzwerk Hessen).

## Schritt 5: Fertig – was nun?

Wenn Sie den fertigen Flyer in der Hand halten, ist ein großer Teil geschafft. Doch um Ihr Ziel zu erreichen, muss der Flyer Ihrer Zielgruppe noch in die Hände fallen.

Vertrauen Sie nicht darauf, dass Ihr Flyer von selbst gefunden wird. Werden Sie aktiv und verteilen Sie ihn an unterschiedlichen Orten, an denen sich Ihre Zielgruppe aufhält.

Nutzten Sie auch Kontakte und Auslageplätze von Netzwerkpartnern, die ebenfalls mit Ihrer Zielgruppe im Austausch stehen. Effektiv ist auch das persönliche Verteilen Ihres Flyers und Ansprechen Ihrer Zielgruppe. Nutzen Sie hierfür Gelegenheiten wie Veranstaltungen oder Feste (Vgl. Gmeinder 2012: 28).

Sie werden merken, welche positiven Auswirkungen eine zielgerichtete und bedarfsorientierte Konzeption und Gestaltung eines Flyers haben kann. Folgen Sie den in diesem Leitfaden skizzierten Schritten und gestalten Sie Ihre Werbemittel demnächst selbst.

Viel Spaß auf dem Weg zu Ihrem ersten eigenen Flyer!

## Quellenverzeichnis und weiterführende Literatur


Eggers, C. W. (2018): *Quick Guide Bildrechte. Was Sie zur Bildnutzung in Marketing & PR wissen müssen.* Springer. Wiesbaden

Franck, N. (2017): *Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Verbände, Vereine und Institutionen.* Springer. Wiesbaden

Gmeiner, A. (2012): *Die 7 Todsünden bei Werbung mit Flyer, Flugblatt, Postwurf: Die besten Tipps zur Flyergestaltung: einfach – schnell – erfolgreich!* Books on Demand. Norderstedt

*Marketing im Pott*: unter https://www.marketingimpott.de/blog/der-perfekte-flyer-5-tipps-fuer-eine-gelungene-marketingaktion/ [24.04.2020]

Weinberger, A. (2016[4]): *Flyer. Optimal texten, gestalten, produzieren.* Stiebner Verlag GmbH. Grünwald

Williams, R. u. J. Tollett (2011): *Design & Typografie. Die überraschend einfachen Gesetze guten Designs.* Addison-Wesley Verlag. München

Windeck, A. (2013): *Werbephänomen Flyer: Sprachliche Konzeption und Prototypen.* Diplomica Verlag GmbH. Hamburg

## Onlinequellen


Entwicklungspolitisches Netzwerk Hessen, URL: https://www.epn-hessen.de/beratung/oeffentlichkeit-mitgestalten/praxishilfe-flyer/ [Stand: 24.02.2020]

Hansteinmedia, URL: https://www.hansteinmedia.com/flyer-erstellen/flyer-designer.html [Stand: 24.04.2020]

Saxoprint, URL: https://www.saxoprint.de/druckdatenanleitung [Stand: 24.04.2020]

Selbstaendigkeit, URL: https://selbststaendigkeit.de/selbststaendig-machen/marketing/corporate-design/flyer-erstellen [Stand: 24.04.2020]

Print24, URL: https://print24.com/de/blog/tutorial/tutorial-die-7-goldenen-tipps-zur-flyer-gestaltung/ [Stand: 24.04.2020]

99designideen, URL: https://99designs.de/blog/design-tipps/tipps-flyer-design/ [Stand: 24.02.2020]

MIGRApolis HOUSE of RESOURCES

bim

Gefördert durch:

Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat

Bundesamt für Migration und Flüchtlinge

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages