

# ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: WIE ERSTELLEN WIR EIN POSTER/FLYER

Die wichtigsten Hinweise:

## 1) Zielgruppe definieren

Zuerst muss festgelegt werden, wen die Botschaft des Posters/Flyer primär ansprechen soll.

## 2) Kernbotschaft gut sichtbar

Jedes Poster/Flyer braucht eine Kernaussage, also: was möchte ich mit dem Poster/Flyer erreichen? Die Kernbotschaft sollte zu der zuvor definierte Zielgruppe passen. Sie sollte gut sichtbar und prominent auf dem Poster platziert werden – die Intention des gestalteten Posters/Flyer sollte auf den ersten Blick erfasst werden!

## 3) KISS: keep it simple and stupid!

Das bedeutet, dass der Text auf Postern/Flyer möglichst kurz, knapp und präzise formuliert sein sollte, so dass er von jedem sofort verstanden wird.

## 4) Schriftgröße nicht zu klein

Das Geschriebene sollte auf den ersten Blick lesbar sein. Das Wichtigste sollte sofort ins Auge springen.

## 5) einheitliche Schriftart

Damit dass Poster/Flyer nicht zu unordentlich wird, sollte man maximal zwei verschiedene Schriftarten verwenden.

## 6) weniger ist mehr!

Das Poster/Flyer sollte übersichtlich gestaltet werden! Überfrachtete Poster/Flyer schrecken den Leser ab, deshalb lieber Räume frei lassen!

## 7) Bilder/Graphiken im Vordergrund

Vor allem bei Postern/Flyern gilt der Spruch: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!  
Außerdem erregen gut platzierte Bilder die Aufmerksamkeit des Lesers. Der größte Teil des Posters sollte mit einem (oder wenigen) großen, platzfüllenden Bild gestaltet werden.

## 8) ansprechende Farbwahl

Auf einem Poster/Flyer können auffällige Farben verwendet werden. Es sollte aber nicht zu bunt sein, da es sonst schnell überfrachtet wirkt!



## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: WIE ERSTELLEN ICH EIN Pressebericht?

Die wichtigsten Hinweise:

### 1) Überschrift präzise, spannend, auffällig

Der Redakteur einer Zeitung liest zuerst die Überschrift. Diese muss ihn neugierig machen. Deshalb kann sie ruhig plakativ sein!

### 2) alles im ersten Absatz

Der erste Absatz des Artikels sollte alle wichtigen Informationen kurz zusammenfassen und spannend darstellen. Hat man nämlich ein erstes Interesse geweckt, dann wird der Redakteur zunächst nur den ersten Abschnitt lesen. Wenn möglich sollte der erste Absatz nicht mehr als 200 Wörter enthalten. Alle Details können später erwähnt werden.

### 3) Wichtiges Zuerst

Auch im weiteren Verlauf sollte das Wichtigste zuerst genannt werden, gefolgt von im Verlauf immer unwichtiger werdenden Fakten. Redakteure kürzen von hinten nach vorne!

### 4) Gute Bilder erhöhen die Chancen

Gute Bilder erhöhen sie Chancen, dass ein Bericht abgedruckt wird. Dabei sollte die Bildunterschrift die Namen aller Personen im Bilde mit Funktion enthalten.

### 5) Zielgruppe definieren

bei einem Pressebericht ist es wichtig, wen man ansprechen möchte. Dies bestimmt auch, an wen die Meldung verschickt wird.

### 6) Persönlicher Kontakt

Es ist hilfreich einen persönlichen Kontakt zu Redakteuren zu pflegen. Nach Möglichkeit sollten Berichte immer direkt an den Redakteur adressiert sein. Auch eine Anfrage vorab kann sinnvoll sein.

