

1. Was uns hier nicht gefällt:

Große Sommerparty
Kinderhüpfburg
von der Sparkasse
Öffnungszeiten:
Mo. bis Do.: 11.00 bis 12.00 Uhr
14.00 bis 15.30 Uhr
Freitag: 11.00 bis 12.00 Uhr
in Brockwitz
mit der Freiwilligen
Mandolinengruppe
aus Annaberg/Buchholz

Große Tombola
1. Preis:
ein Fahrrad
gesponsort vom
einem polnischen
Supermarkt

gesponsort vom
Autohaus Feldmann
und von der
Bäckerei Altmann

Eintritt für Vereinsmitglieder frei !
am 13.09.2006 von 10.000 Uhr
bis 14.00 Uhr im Vereinsgasthaus

Sie müssen zu **viele Informationen** auf einem viel **zu kleinen Format** hervorheben.

Der Inhalt bestimmt nicht die Form, sondern **die Form erdrückt den Inhalt**.

Die **informationen kämpfen um die besten Plätze** und die Gestaltung gegen das vorgegebene rechteckige Format.

Die Kinderhüpfburg **rollt** über die „Große Tombola“, wird aber von der „Großen Sommerparty“ und der „Freiwilligen Mandolinengruppe“ aus Annaberg/Buchholz **gebremst**, die zum Lückenfüller **verkommt**.

Einzig der Koch macht als Schiedsrichter einen souveränen Eindruck, aber **als Speisekarte sind die Informationen eher nicht geeignet. Auch nicht als Werbung für die Sponsoren.**

2. Wie es besser gemacht werden kann: (vorerst: Kinderhüpfburg - statt Rinderhüpfburg)

Gestaltung einer Vorlage für den SW-Kopierer oder SW-Drucker
auf farbigen Papier:

Große Sommer

Party

am Samstag
25. August 2007 - 10.00 bis 24.00 Uhr
in Brockwitz Niederseite

- **für die Kleinen:**
Kinderschminken, Bastelstraße,
Kinderhüpfburg, Leckereien
- **für die Großen:**
Tanz und Unterhaltung mit der
Freiwilligen Mandolinengruppe
aus Annaberg-Buchholz
- **und für alle:**
Große Tombola mit dieser Einlagung:

Eintritt frei !	von der Freiwilligen Feuerwehr Brockwitz Tel.: 02523/12356
	Name:----- Vorname:-----
	Mit diesem Abschnitt können Sie an unserer Tombola teilnehmen.

Bevor Sie mit der Gestaltung beginnen, checken Sie nach unserem „6 mal w-Prinzip“:

wer - wie - was - wann - wo - warum

1. Wer lädt ein, 2. Wie wird die Information verteilt, 3. Was für Inhalte werden übermittelt,
4. Wann findet was statt, 5. Wo findet es statt und wo kann man sich informieren, 6. Warum sollte man sich beteiligen und dafür interessieren ?

Sie wollen, dass sich die Öffentlichkeit für Ihre Sommerparty interessiert ?
Sie wollen, dass diese Veranstaltung von vielen Gästen besucht wird ?

Wir geben Ihnen dazu folgende Tipps zur Gestaltung:

1. Wählen Sie ein gängiges DIN-Format. Das hilft Kosten für den **SW-Kopierer** sparen.
2. Lehnen Sie sich in der Gestaltung nicht gegen das rechteckige Format auf. Sie schränken damit den für Ihre Informationen notwendigen Gestaltungsraum ein. Beachten Sie bei der Gestaltung die uns gewohnte Leserichtung von links nach rechts.
3. Gliedern sie vorerst **gedanklich** den Gestaltungsraum in drei Teile. Sie müssen mindestens drei gewohnte **Erwartungen der „Leser“** berücksichtigen:

1. Der Rahmen oder der Anlass der Veranstaltung: „Grosse Sommerparty“
2. Wann und in welchem Zeitfenster findet was statt: Am 25. August 2007 von 10.00 bis 24.00 Uhr in Brockwitz, Niederseite
3. Was wird geboten: Für die Kleinen, für die Großen, für alle.

Diese Informationen erwartet nicht nur der „Leser“, sondern er braucht sie auch zur Orientierung für sein mögliches Interesse an Ihrem Angebot.

4. Jetzt können Sie diese **gedankliche Gliederung gestalterisch umsetzen**: Für die wirkungsvolle Umsetzung von Fotografien ist der SW-Kopierer nicht geeignet. Sie können also nur die **Schrift**, oder auch **Strichgrafiken** und **Freiflächen** für Ihre Gestaltung einsetzen.

1. Geben Sie der „Grossen Sommerparty“ ein eigenes Gesicht. Wir haben das mit einer Strichgrafik „Sonne“ und einem, ansonsten auf unserer Gestaltung einmaligen Schrifttyp, kombiniert.
2. Benutzen Sie zur Gestaltung weiterer Informationen nur einen einheitlichen Schrifttyp. Verwenden Sie zur Hervorhebung wichtiger Informationen unterschiedliche Schriftgrößen der gleichen Schrift und gestalten Sie mit Zeilenabständen oder Absätzen. Versuchen Sie **mit Blöcken** zu gestalten. Für „wann“ und „wo“ haben wir einen eigenen Block erzeugt, in dem der Veranstaltungsort „Brockwitz“ zur besseren Orientierung hervorgehoben ist.
3. Gliedern Sie Ihr Angebot nach **Interessengruppen** und heben Sie, wie bereits erläutert, **Wesentliches** hervor. Wir haben diese Hervorhebung mit Punkten auf der rechten Freifläche zusätzlich unterstützt.

5. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Informationen nicht sofort im Papierkorb des Empfängers landen. Geben Sie einen **Anreiz zur Aufbewahrung** und wie in unserem Beispiel, auch zum **Besuch der Veranstaltung**: Dafür soll der Abschnitt des Flyers zur Teilnahme an der Tombola sorgen. Er enthält auch den Namen und die Rufnummer des Veranstalters. Sie geben dem „Leser“ damit die Möglichkeit für einen **selbstgewollten Dialog**. Wenn er seinen Namen in diesen Abschnitt einträgt, wird er sich mit einem Ihrer Angebote identifiziert haben.

6. **Schlussbemerkung**:

Sie haben sicherlich bemerkt, dass **Inhalt und Form eine Einheit** bilden sollen. Sie können auch mit einfachen Mitteln, tolle Ergebnisse erzielen, wenn Sie das **vorhandene Interesse der Öffentlichkeit** (Ihrer „Leser“) bedienen. Aus diesen Grunde haben wir in unserem Beispiel auf die Erwähnung der Sponsoren verzichtet.