

FIT FÜR DIE VEREINSARBEIT  
19. APRIL 2018 | GORGSMARIENHÜTTE

# GESTALTUNG VON EINLADUNGEN UND FLYERN

# KURZE VORSTELLUNGSRUNDE

- **Name**
- **Verein / Initiative**
- **Funktion darin...?**
- **Erfahrung mit grafischer Gestaltung?**
- **Wenn ja, mit welchem „Werkzeug“ (Software)?**
- **Erwartung(en) an den heutigen Abend**

# AUSGANGSLAGE

---

◉ **Was** ..... BOTSCHAFT

wollen

◉ **wir** ..... DER VEREIN / DIE INITIATIVE

◉ **wem** ..... ZIELGRUPPE

◉ **auf welchem Wege**..... MEDIUM

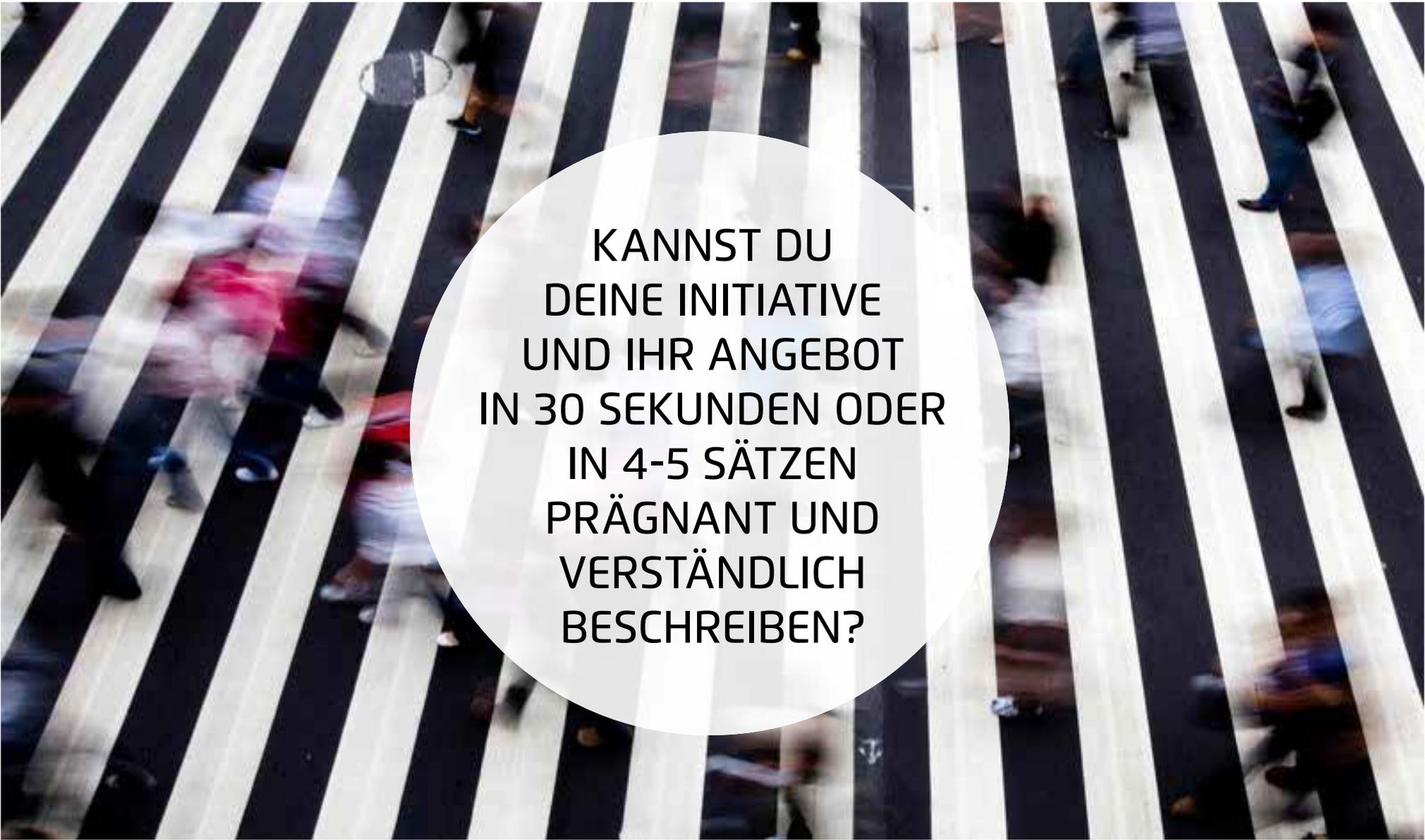
◉ **wie**..... METHODE

◉ **mit welchem Effekt**..... WIRKUNG

mitteilen?



# WER SIND WIR?



KANNST DU  
DEINE INITIATIVE  
UND IHR ANGEBOT  
IN 30 SEKUNDEN ODER  
IN 4-5 SÄTZEN  
PRÄGNANT UND  
VERSTÄNDLICH  
BESCHREIBEN?



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.

3. ETAGE:

**Für wen ist es gedacht?**

Nennt Eure typische Zielgruppe.



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.

3. ETAGE:

**Für wen ist es gedacht?**

Nennt Eure typische Zielgruppe.

4. ETAGE:

**Was ist das Besondere daran?**

Benennt, was Euch von ähnlichen Initiativen abgrenzt (optional)



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.

3. ETAGE:

**Für wen ist es gedacht?**

Nennt Eure typische Zielgruppe.

4. ETAGE:

**Was ist das Besondere daran?**

Benennt, was Euch von ähnlichen Initiativen abgrenzt (optional)

5. ETAGE:

**Was ist der Gewinn?**

Zeigt den persönlichen Nutzen für die Partner oder, welches Bedürfnis Ihr deckt.



1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.

3. ETAGE:

**Für wen ist es gedacht?**

Nennt Eure typische Zielgruppe.

4. ETAGE:

**Was ist das Besondere daran?**

Benennt, was Euch von ähnlichen Initiativen abgrenzt (optional)

5. ETAGE:

**Was ist der Gewinn?**

Zeigt den persönlichen Nutzen für die Partner oder, welches Bedürfnis Ihr deckt.

6. ETAGE:

**Wie weiter?**

Beschreibt, wo Ihr zu finden seid, wie man Kontakt aufnehmen kann.





1. ETAGE:

**Wer seid Ihr?**

Stellt Euch kurz und prägnant vor.

2. ETAGE:

**Was ist Euer Angebot?**

**Was tut Ihr?**

Stellt Eure Leistung bildhaft dar.

3. ETAGE:

**Für wen ist es gedacht?**

Nennt Eure typische Zielgruppe.

4. ETAGE:

**Was ist das Besondere daran?**

Benennt, was Euch von ähnlichen Initiativen abgrenzt (optional)

5. ETAGE:

**Was ist der Gewinn?**

Zeigt den persönlichen Nutzen für die Partner oder, welches Bedürfnis Ihr deckt.

6. ETAGE:

**Wie weiter?**

Beschreibt, wo Ihr zu finden seid, wie man Kontakt aufnehmen kann.

# AUSGANGSLAGE

---

◉ **Was** ..... BOTSCHAFT ✓

wollen

◉ **wir** ..... DER VEREIN / DIE INITIATIVE ✓

◉ **wem** ..... ZIELGRUPPE ✓

◉ **auf welchem Wege** ..... MEDIUM

◉ **wie** ..... METHODE

◉ **mit welchem Effekt** ..... WIRKUNG

mitteilen?

# MEDIEN & METHODEN

---



- Logo / Wortbildmarke
- Slogan
- Corporate Design
- Plakat
- **Flyer / Folder / Einladungen**
- Website
- Social-Media-Auftritt
- Pressearbeit
- Imagevideo
- Guerilla Marketing

► Logo / Wortbildmarke



Quelle: q-gmbh.de

## ► Logo / Wortbildmarke



### Ein gutes Logo

- spiegelt die Persönlichkeit einer Initiative wieder
- hat Symbolkraft
- ist ein Hinweis auf die Marke, keine Abbildung
- steht über kurzfristigen Trends
- ist in allen Medien einsetzbar
- ist so einfach wie möglich, aber so komplex wie nötig
- ist einprägsam
- wertet Euren Auftritt auf
- wird von einem einheitlichem Erscheinungsbild (Corporate Design) gestärkt

Quelle: q-gmbh.de

► Slogan

1. FC Köln  
1. FSV Mainz 05  
Bayer 04 Leverkusen  
Borussia Dortmund  
Borussia Mönchengladbach  
Eintracht Frankfurt  
FC Augsburg

FC Bayern München  
FC Schalke 04  
Hamburger SV  
Hannover 96

Hertha BSC  
RB Leipzig  
SC Freiburg  
SV Werder Bremen  
TSG 1899 Hoffenheim  
VfB Stuttgart  
VfL Wolfsburg

Spürbar anders.  
Der Karnevalsverein.  
Die andere Familie.  
Echte Liebe.  
Die Fohlenelf.  
Die Adler.  
Eine Region - Ein Verein -  
Eine Leidenschaft.  
Mia san mia.  
Wir leben dich.  
Nur der HSV.  
Unsere Stadt. Unser Verein.  
Unsere Leidenschaft!  
Die Zukunft gehört Berlin.  
Die Roten Bullen.  
Die Breisgau-Brasilianer.  
Lebenslang Grün-Weiß.  
Ein Team. Ein Weg. Einmalig.  
Furchtlos und treu.  
Arbeit. Fußball. Leidenschaft.

Das visuelle Erscheinungsbild  
einer Unternehmung / eines Vereins / einer Initiative

**Es ergibt sich aus dem Zusammenspiel von:**

- Logo
- Hausfarbe(n)
- Hausschrift
- evtl. typografisch gestalteter Form des Slogans
- Gestaltungsraster (Raumaufteilung)
- stilistische Vorgaben für Abbildungen,  
Fotos und andere Illustrationselemente

## ► Corporate Design

Das CD ist bestimmend für das Design sämtlicher Auftritte einer Unternehmung / Initiative und zieht sich im Idealfall wie ein roter Faden durch alle Massnahmen wie:

- Geschäftsausstattung (Briefpapier, Umschläge, Visitenkarten)
- Broschüren, Flyer, Folder
- Website
- E-Mails
- Präsentationen (z.B. PowerPoint, Keynote)
- Inserate, Plakate, Anzeigen
- Werbespots (Radio, TV, Kino)



## ► Plakat



### 1. Anvisiert:

Die Motive und Aussagen müssen zur Zielgruppe passen, die man erreichen möchte

### 2. Linientreu:

In einer Plakatreihe muss ein roter Faden erkennbar sein

### 3. Weniger ist mehr:

Ein Plakat muss in Sekundenschnelle erfasst werden können

### 4. Anecken:

Ein Plakatmotiv muss überraschend und unerwartet sein

### 5. Geschichten erzählen:

Ein Plakat muss so gestaltet sein, dass es den Blickverlauf der Betrachter lenkt

## ► Plakat



### 6. Klare Ansagen:

Eine Headline muss kurz und direkt sein

### 7. Im Fokus:

Zur Verbildlichung der Aussage sollte nur ein klares Motiv genutzt werden

### 8. Lesbarkeit:

Die Lesbarkeit eines Plakates darf durch die Gestaltung nicht beeinträchtigt werden

### 9. Mit freundlichen Grüßen.

Der Absender der Werbebotschaft muss deutlich erkennbar sein

### 10. Ortsbezogen:

Die Gestaltung eines Plakates sollte immer auch den Standort mit einbeziehen

# SEX

**Da ich nun deine Aufmerksamkeit habe: Am 24. September ist Bundestagswahl.  
Bitte geh wählen, denn das ist wie Zähneputzen. Macht man's nicht, wird's braun.**

**Barbara.**



A

I

D

A

ATTENTION  
AUFMERKSAMKEIT

A

„Attention“: Das Werbemedium soll die Zielgruppe anziehen, um ihr Bewusstsein insoweit zu beeinflussen, als dass sie sich für Eure Botschaft interessiert.

I

D

A

ATTENTION  
AUFMERKSAMKEIT

A

„Attention“: Das Werbemedium soll die Zielgruppe anziehen, um ihr Bewusstsein insoweit zu beeinflussen, als dass sie sich für Eure Botschaft interessiert.

INTEREST  
INTERESSE

I

Das Interesse für Euer Angebot zu wecken, ist die zweite Aufgabe, „Interest“.

D

A

ATTENTION  
AUFMERKSAMKEIT

A

„Attention“: Das Werbemedium soll die Zielgruppe anziehen, um ihr Bewusstsein insoweit zu beeinflussen, als dass sie sich für Eure Botschaft interessiert.

INTEREST  
INTERESSE

I

Das Interesse für Euer Angebot zu wecken, ist die zweite Aufgabe, „Interest“.

DESIRE  
LUST

D

Hieraus soll der Wunsch entstehen, das Produkt oder die Dienstleistung haben oder unterstützen zu wollen, „Desire“.

A

ATTENTION  
AUFMERKSAMKEIT

A

„Attention“: Das Werbemedium soll die Zielgruppe anziehen, um ihr Bewusstsein insoweit zu beeinflussen, als dass sie sich für Eure Botschaft interessiert.

INTEREST  
INTERESSE

I

Das Interesse für Euer Angebot zu wecken, ist die zweite Aufgabe, „Interest“.

DESIRE  
LUST

D

Hieraus soll der Wunsch entstehen, das Produkt oder die Dienstleistung haben oder unterstützen zu wollen, „Desire“.

ACTION  
HANDLUNG

A

Dies wiederum soll zum Ziel führen, die gewünschte Handlung zu erreichen, „get Action“.

**A**

1. Das richtige Format wählen

2. Klare, knackige Überschrift

3. Farbe / Bild / Grafik als Eyecatcher

**I**

4. Weniger ist mehr (KISS)

5. Grafiken / Bilder,  
welche die Botschaft unterstützen

**D**

6. Das Angebot / Informationen

7. Vorteile / Nutzen herausstellen

**A**

8. Aufruf zu handeln

9. Kontaktinformationen

# BEGRIFFSBESTIMMUNG

**Flyer ► 1-2 Seiten**

**Folder ► 4-12 oder (selten) mehr Seiten**

Falzmöglichkeiten:

- Einbruchfalz
- Wickelfalz
- Zickzackfalz
- Altarfalz
- Altarfalz (geschlossen)
- Kreuzfalz
- Kombifalz

# FLYER

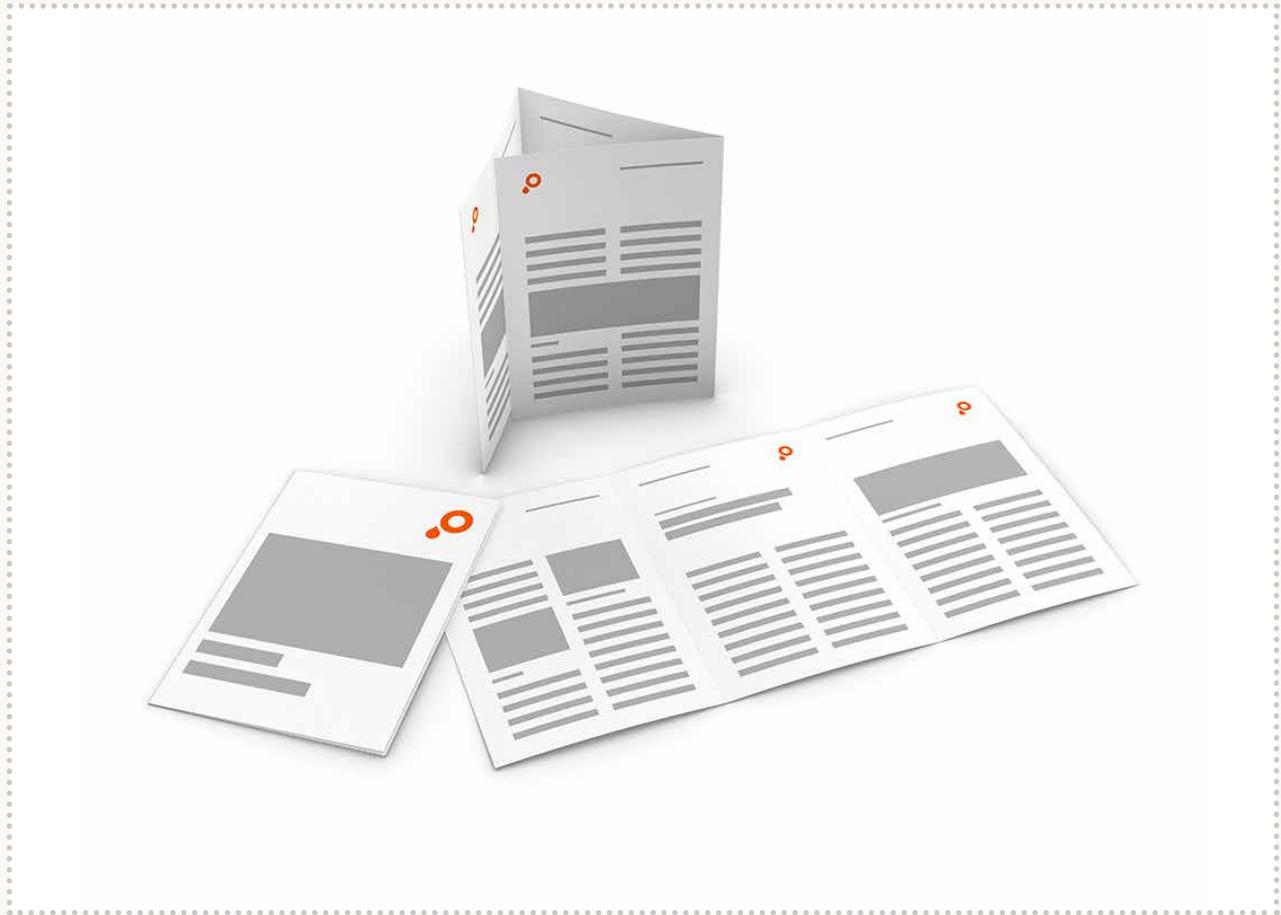


## FOLDER: FALZMÖGLICHKEITEN



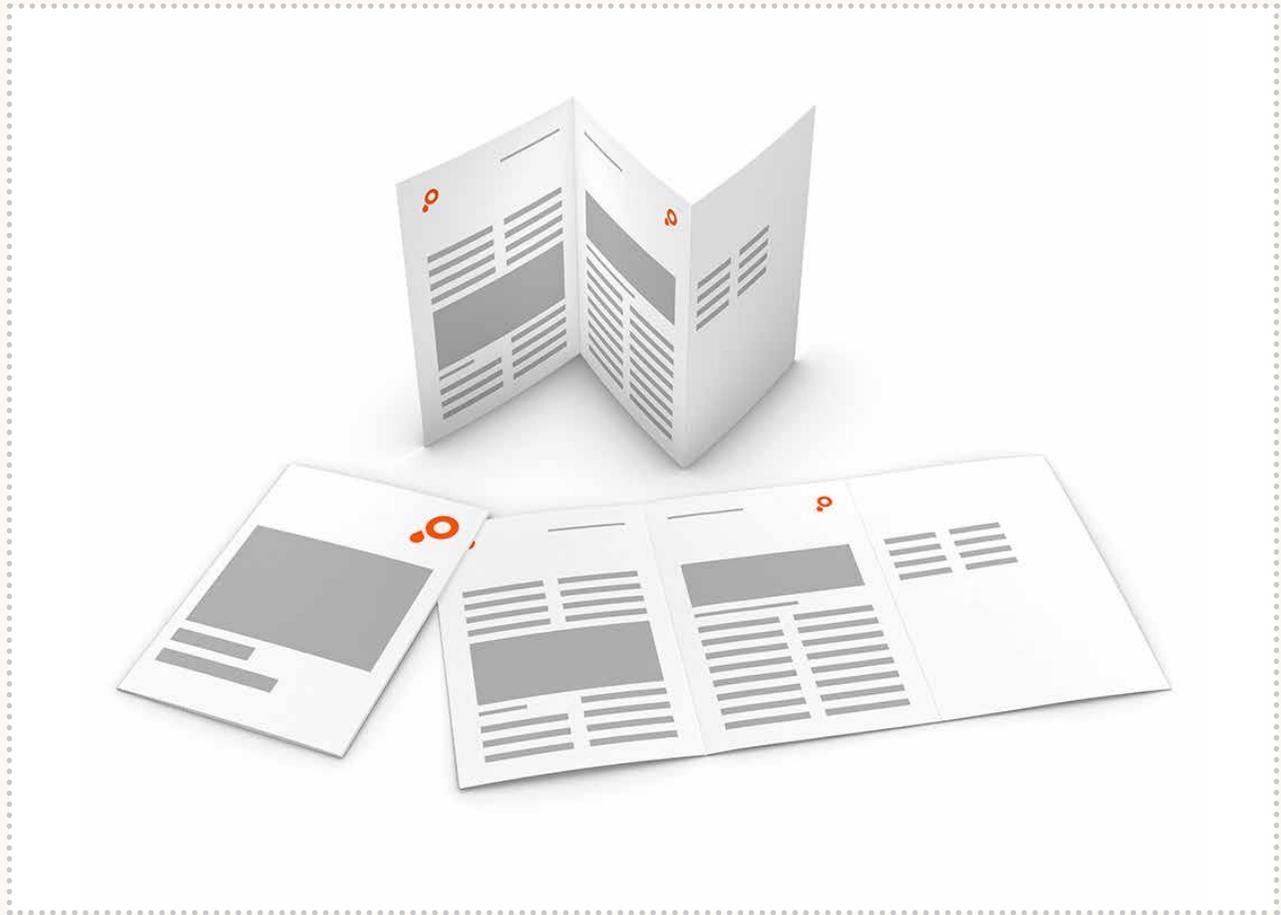
- Einbruchfalz

# FALZMÖGLICHKEITEN



- Wickelfalz

# FALZMÖGLICHKEITEN



- Zickzackfalz

# FALZMÖGLICHKEITEN



- Altarfalz

## FALZMÖGLICHKEITEN



Quelle: saxoprint.de

- Altarfalz (geschlossen)

## FALZMÖGLICHKEITEN



- Kreuzfalz

# FALZMÖGLICHKEITEN



Quelle: saxoprint.de

- Kombifalz

# GESTALTUNGSELEMENTE

## Bilder

### KOSTENLOS

[pixabay.de](https://pixabay.de)  
[picjumbo.com](https://picjumbo.com)  
[thestock.im](https://thestock.im)

- als Eyecatcher / Stimmungsmacher
- emotionale Ansprache
- einprägsam (Illustrationen, Icons)

### KOSTENPFLICHTIG

[photocase.de](https://photocase.de)  
[fotolia.de](https://fotolia.de)  
[istockphoto.com](https://istockphoto.com)

# GESTALTUNGSELEMENTE

## Texte

- Überschriften
- Fließtext
- Auflistungen
- Bildunterschriften

## LESEUMSTÄNDE

- Wer liest wo unter welchen Bedingungen?
- Wieviel Zeit hat er / sie dafür?

# SCHRIFTEN

## Schriftkategorien

### Serif

Times New Roman

**Sindelar**

### Slab Serif

Museo Slab

**Alfa Slab One**

### Display

**3RD MAN**

**Airstrip four**

### Sans Serif

Arial

**Trebuchet**

### Script

**Chalkduster**

*Zapfino*

# SCHRIFTEN

## Schriftfamilien und Schriftschnitte

Arial

Arial regular

*Arial italic*

**Arial bold**

***Arial bold italic***

# SCHRIFTEN

## Schriftfamilien und Schriftschnitte

### Myriad Pro

Myriad Pro Light

Myriad Pro Light Condensed

Myriad Pro Regular

Myriad Pro Regular Condensed

**Myriad Pro Semibold**

**Myriad Pro Semibold Condensed**

**Myriad Pro Bold**

**Myriad Pro Bold Condensed**

*Myriad Pro Light Italic*

*Myriad Pro Light Condensed Italic*

*Myriad Pro Regular Italic*

*Myriad Pro Regular Condensed Italic*

***Myriad Pro Semibold Italic***

***Myriad Pro Semibold Condensed Italic***

***Myriad Pro Bold Italic***

***Myriad Pro Bold Condensed Italic***

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Vollkommenheit, Reinheit, Unschuld, Ehrlichkeit, Frieden

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Vollkommenheit, Reinheit, Unschuld, Ehrlichkeit, Frieden

Lebendigkeit, Fröhlichkeit, Optimismus, Aktivität, Kreativität,  
Begeisterung, Neid, Missgunst

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Vollkommenheit, Reinheit, Unschuld, Ehrlichkeit, Frieden

Lebendigkeit, Fröhlichkeit, Optimismus, Aktivität, Kreativität, Begeisterung, Neid, Missgunst

Energie, Aufregung, Aktivität, Freude, Spaß, Geselligkeit, Zufriedenheit, Wärme

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Vollkommenheit, Reinheit, Unschuld, Ehrlichkeit, Frieden

Lebendigkeit, Fröhlichkeit, Optimismus, Aktivität, Kreativität, Begeisterung, Neid, Missgunst

Energie, Aufregung, Aktivität, Freude, Spaß, Geselligkeit, Zufriedenheit, Wärme

Leidenschaft, Dynamik, Lebensfreude, Liebe, Erotik, Aktivität, Wut, Hass, Aggressivität

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Vollkommenheit, Reinheit, Unschuld, Ehrlichkeit, Frieden

Lebendigkeit, Fröhlichkeit, Optimismus, Aktivität, Kreativität, Begeisterung, Neid, Missgunst

Energie, Aufregung, Aktivität, Freude, Spaß, Geselligkeit, Zufriedenheit, Wärme

Leidenschaft, Dynamik, Lebensfreude, Liebe, Erotik, Aktivität, Wut, Hass, Aggressivität

Vertrauen, Zuverlässigkeit, Vernunft, Sicherheit, Seriosität, Technik, Sauberkeit, Sachlichkeit, Ruhe, Harmonie, Treue, Lüge, Konsequenz

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Mystik, Spiritualität, Übersinnlichkeit | hellere Abstufungen stehen für Weiblichkeit, Einsamkeit

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Mystik, Spiritualität, Übersinnlichkeit | hellere Abstufungen stehen für Weiblichkeit, Einsamkeit

Natur, Umweltbewusstsein, Gesundheit, Hoffnung, Stolz, Unzufriedenheit

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Mystik, Spiritualität, Übersinnlichkeit | hellere Abstufungen stehen für Weiblichkeit, Einsamkeit

Natur, Umweltbewusstsein, Gesundheit, Hoffnung, Stolz, Unzufriedenheit

Sicherheit, Geborgenheit, Bodenständigkeit, Zuverlässigkeit, Reife, Fruchtbarkeit, Naturverbundenheit

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Mystik, Spiritualität, Übersinnlichkeit | hellere Abstufungen stehen für Weiblichkeit, Einsamkeit

Natur, Umweltbewusstsein, Gesundheit, Hoffnung, Stolz, Unzufriedenheit

Sicherheit, Geborgenheit, Bodenständigkeit, Zuverlässigkeit, Reife, Fruchtbarkeit, Naturverbundenheit

Stärke, Autorität, Seriosität, Individualität, Stabilität, Eleganz, Trauer, Zauberei

# FARBEN

## Bedeutung und Charakter

Mystik, Spiritualität, Übersinnlichkeit | hellere Abstufungen stehen für Weiblichkeit, Einsamkeit

Natur, Umweltbewusstsein, Gesundheit, Hoffnung, Stolz, Unzufriedenheit

Sicherheit, Geborgenheit, Bodenständigkeit, Zuverlässigkeit, Reife, Fruchtbarkeit, Naturverbundenheit

Stärke, Autorität, Seriosität, Individualität, Stabilität, Eleganz, Trauer, Zauberei

Seriosität, Neutralität, Bescheidenheit, Einfachheit

# PAPIERE

## Gestrichene Papiere

- Bilderdruckpapiere: glatte, geschlossene Oberfläche  
hohe Detailwiedergabe, hohe Bildqualität
- glänzend, matt
- Affichenpapier für Plakate im Außenbereich

## Ungestrichene Papiere

- Insgesamt matter, spezielle Haptik
- Offsetpapiere (mit Kopierer oder Bürodrucker bedruckbar)
- Recyclingpapiere
- Chromo- und Feinstkarton für Karten, Anhänger o.Ä.

## ► Flyer / Folder

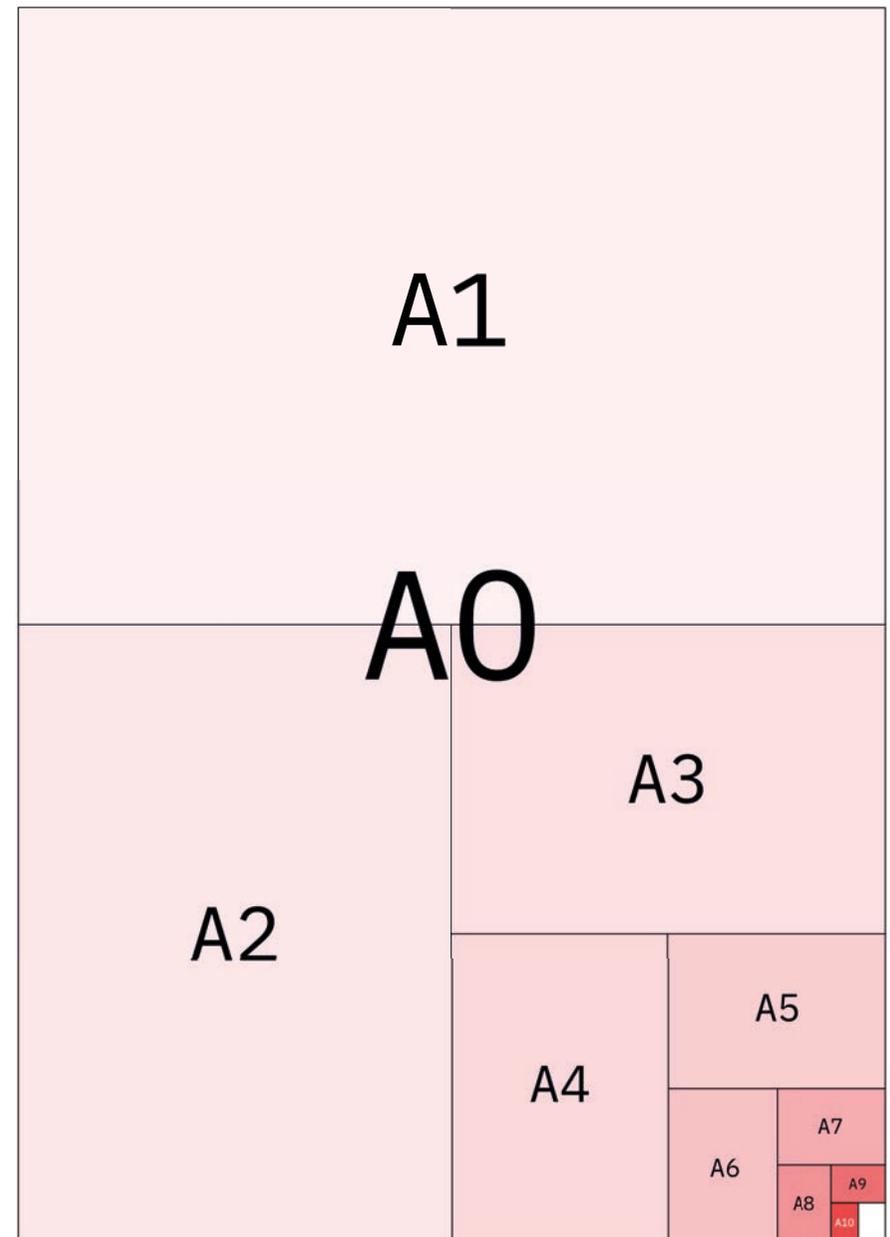
A0 = 1 m<sup>2</sup>  
im Seitenverhältnis  
1 : 1,414

## FORMATE

### DIN-Formate (A-Reihe)

<b>A0</b>	841 mm x 1189 mm
<b>A1</b>	594 mm x 841 mm
<b>A2</b>	420 mm x 594 mm
<b>A3</b>	297 mm x 420 mm
<b>A4</b>	210 mm x 297 mm
<b>A5</b>	148 mm x 210 mm
<b>A6</b>	105 mm x 148 mm
<b>A7</b>	74 mm x 105 mm
<b>A8</b>	52 mm x 74 mm

Quellen: robos.de | typefacts.com



**PAUSE**

# PRAXISBEISPIEL: GESTALTUNG EINES 6-SEITIGEN FOLDERS

## **Inhalt:**

Darstellung einer Aktion zum fairen Handel:  
FAIRE GEMEINDE

## **Beantwortung von 5 Fragen:**

- Worum geht es bei der Aktion? >>> 2/3 Seite
- Warum sollte man mitmachen? >>> 1/2 Seite
- Wie kann man mitmachen? >>> 2/3 Seite
  
- Welche Kriterien müssen erfüllt sein? >>> 3/4 Seite
  
- Wo bekomme ich weitere Infos? >>> 2/3 Seite
  
- 1 Foto von den Akteuren >>> 1/2 Seite
  
- 2 Statements von VIPs >>> je 1/3 Seite

# PRAXISBEISPIEL: GESTALTUNG EINES 6-SEITIGEN FOLDERS

## **Inhalt:**

Darstellung einer Aktion zum fairen Handel:  
FAIRE GEMEINDE

## **Beantwortung von 5 Fragen:**

**plus:**

**Visual Key**

**Unterstützende,  
auflockernde  
grafische Elemente**

**Logo des Trägers**

Worum geht es bei der Aktion? >>> 2/3 Seite

Warum sollte man mitmachen? >>> 1/2 Seite

Wie kann man mitmachen? >>> 2/3 Seite

Welche Kriterien müssen erfüllt sein? >>> 3/4 Seite

Wo bekomme ich weitere Infos? >>> 1/2 Seite

1 Foto von den Akteuren >>> 1/2 Seite

2 Statements von VIPs >>> je 1/3 Seite

5

6

1

Rückseite

Vorderseite

97 mm

100 mm

100 mm

301 mm

297 mm

214 mm

210 mm

2

100 mm

3

100 mm  
301 mm  
297 mm

4

97 mm

214 mm  
210 mm





# FAIRE GEMEINDE

Eine Aktion  
für Kirchengemeinden  
im Bistum Osnabrück

# FAIRE GEMEINDE

Eine Aktion  
für Kirchengemeinden  
im Bistum Osnabrück



**MACH MIT!**

## Worum geht es bei der Aktion FAIRE GEMEINDE?

Mehr als eine Milliarde Menschen auf der Erde leben am Rande des Existenzminimums; rund 30.000 Menschen sterben täglich an Ursachen, die mit Armut und Hunger in Verbindung gebracht werden. Ungerechte Welthandelsstrukturen geben den Ländern des Südens keine ausreichende Ernährungssicherheit und verhindern häufig eine existenzsichernde Produktion.

Auch die Auswirkungen des raschen Klimawandels treffen besonders die, die am wenigsten dazu beigetragen haben, nämlich die Menschen im Süden.

Das Eintreten für weltweite Gerechtigkeit und die Bewahrung der Schöpfung ist gemeinsamer Auftrag aller Christen. Als gelebte praktische Solidarität wird dieser Einsatz zu einem wichtigen Moment unserer kirchlichen Glaubwürdigkeit.

Mit dem Kauf- und Konsumverhalten in unseren Pfarreien und den dazu gehörenden Einrichtungen können wir wichtige Beiträge leisten: zum Schutz unserer Umwelt und für gerechtere globale Lebensbedingungen. Jede einzelne Gemeinde entscheidet durch ihren Einkauf und ihr Umweltverhalten mit darüber, welche Produkte wie hergestellt werden. Sie nimmt darauf Einfluss, ob die Produzenten in den südlichen Ländern einen fairen Preis für ihre Produktion erhalten, der ihnen und ihren Familien ein würdevolles Leben ermöglicht.

## Warum sollten wir mitmachen?

Im Bistum Osnabrück gibt es eine Vielzahl an Gemeinden, die sich bereits im fairen und ökologischen Bereich engagieren. Die Aktion möchte ihnen Anerkennung zollen und ihr Engagement öffentlich machen. Gemeinden, die sich bisher noch nicht engagieren, sollen angeregt, ermutigt und unterstützt werden, faire und ökologische Aspekte in ihrem Kaufverhalten zu berücksichtigen.

Unterstützung bekommen die Gemeinden durch einen praktischen Leitfaden, in dem sich Argumente für faire und ökologische Produkte, ein Überblick über verschiedene Sozial- und Umweltsiegel, ein Einkaufsführer, hilfreiche Links und weitere Informationen rund um das Thema öko-fairer Einkauf befinden.

## Wie können wir mitmachen?

Eine Gemeinde handelt glaubwürdig und zukunftsorientiert als „Faire Gemeinde“, wenn sie eine Selbstverpflichtung eingeht.

Diese Selbstverpflichtung orientiert sich an sechs fairen und sechs ökologischen Kriterien, wobei mindestens fünf von der Gemeinde (zwei ökologische und drei faire oder umgekehrt) eingehalten werden müssen. Auch eigene Ideen können mit einfließen. Für die Teilnahme an der Aktion ist ein Beschluss des Pfarrgemeinderats Voraussetzung.

Wer mitmacht, wird „fair-siegelt“ und bekommt für das Engagement eine Auszeichnung in Form einer Urkunde, die zum Beispiel im Gemeindezentrum, in der Kirche oder über die Presse öffentlich gemacht werden kann und den Einsatz der Gemeinde für weltweite Gerechtigkeit sichtbar macht.

# Wie sehen die Kriterien aus?

## FAIRE KRITERIEN

1. Faire Verköstigungen bei Veranstaltungen
2. Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen zum Fairen Handel
3. Faire Geschenke (Präsentkörbe, Produkte aus fairem Handel...)
4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Gemeindebrief, Internetseite)
5. Fair gehandelte Blumen als Schmuck i.d. Kirche oder bei festlichen Anlässen
6. Eigene faire Aktivitäten

## ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

1. Vermeidung von Einweggeschirr und Einwegflaschen
2. Umsetzung von Energiesparmaßnahmen (energiesparende Leuchtmittel etc.)
3. Einsatz regional und biologisch erzeugter Produkte
4. Verwendung von Recyclingpapier
5. Nutzung von Ökostrom
6. Eigene ökologische Aktivitäten

Nähere Erläuterungen zu den einzelnen Kriterien sind in einer Selbstverpflichtungserklärung formuliert, die unter [www.faire-gemeinde-os.de](http://www.faire-gemeinde-os.de) heruntergeladen werden kann.

# FAIRE GEMEINDE

Eine Aktion  
für Kirchengemeinden  
im Bistum Osnabrück

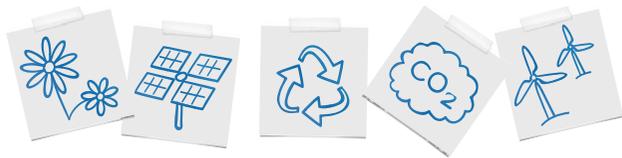


# MACH MIT!

# Wie sehen die Kriterien aus?

## FAIRE KRITERIEN

1. Faire Verköstigungen bei Veranstaltungen
2. Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen zum Fairen Handel
3. Faire Geschenke (Präsentkörbe, Produkte aus fairem Handel...)
4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Gemeindebrief, Internetseite)
5. Fair gehandelte Blumen als Schmuck i.d. Kirche oder bei festlichen Anlässen
6. Eigene faire Aktivitäten



## ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

1. Vermeidung von Einweggeschirr und Einwegflaschen
2. Umsetzung von Energiesparmaßnahmen (energiesparende Leuchtmittel etc.)
3. Einsatz regional und biologisch erzeugter Produkte
4. Verwendung von Recyclingpapier
5. Nutzung von Ökostrom
6. Eigene ökologische Aktivitäten

Nähere Erläuterungen zu den einzelnen Kriterien sind in einer Selbstverpflichtungserklärung formuliert, die unter [www.faire-gemeinde-os.de](http://www.faire-gemeinde-os.de) heruntergeladen werden kann.



## Wo erhalte ich weitere Informationen?

Bischöfliche Kommission  
für Mission, Entwicklung und Frieden im Bistum Osnabrück  
Referat Missionarische Dienste/missio im Seelsorgeamt  
Domhof 12  
49074 Osnabrück  
Tel: 0541-318-218  
Fax: 0541-318-213  
[MissionarischeDienste@bistum-os.de](mailto:MissionarischeDienste@bistum-os.de)

Süd Nord Beratung  
Marcel Callo Haus in Osnabrück  
Kleine Domsfreiheit 23  
49074 Osnabrück  
Tel: 0541-318-820  
[info@suednordberatung.de](mailto:info@suednordberatung.de)

Weitere Informationen und Materialien auch im Netz unter  
[www.faire-gemeinde-os.de](http://www.faire-gemeinde-os.de)

Auf Anfrage gibt es die Möglichkeit, Infoabende zu vereinbaren.

CESTAD/DRG Max Gütek AGD \_ gutundgruen.de | Klimaneutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier

# FAIRE GEMEINDE

Eine Aktion  
für Kirchengemeinden  
im Bistum Osnabrück



# MACH MIT!

Bistum  
Osnabrück



## Worum geht es bei der Aktion FAIRE GEMEINDE?

Mehr als eine Milliarde Menschen auf der Erde leben am Rande des Existenzminimums; rund 30.000 Menschen sterben täglich an Ursachen, die mit Armut und Hunger in Verbindung gebracht werden. Ungerechte Welthandelsstrukturen geben den Ländern des Südens keine ausreichende Ernährungssicherheit und verhindern häufig eine existenzsichernde Produktion.

Auch die Auswirkungen des raschen Klimawandels treffen besonders die, die am wenigsten dazu beigetragen haben, nämlich die Menschen im Süden.

Das Eintreten für weltweite Gerechtigkeit und die Bewahrung der Schöpfung ist gemeinsamer Auftrag aller Christen. Als gelebte praktische Solidarität wird dieser Einsatz zu einem wichtigen Moment unserer kirchlichen Glaubwürdigkeit.

Mit dem Kauf- und Konsumverhalten in unseren Pfarreien und den dazu gehörenden Einrichtungen können wir wichtige Beiträge leisten: zum Schutz unserer Umwelt und für gerechtere globale Lebensbedingungen. Jede einzelne Gemeinde entscheidet durch ihren Einkauf und ihr Umweltverhalten mit darüber, welche Produkte wie hergestellt werden. Sie nimmt darauf Einfluss, ob die Produzenten in den südlichen Ländern einen fairen Preis für ihre Produktion erhalten, der ihnen und ihren Familien ein würdevolles Leben ermöglicht.



Die Aktion „Faire Gemeinde“ wurde von Gemeindemitgliedern mehrerer Pfarrgemeinden, der Katholischen LandvolkHochschule Oesede, der Bischöflichen Kommission für Mission, Entwicklung und Frieden sowie der Süd Nord Beratung ins Leben gerufen.

## Warum sollten wir mitmachen?

Im Bistum Osnabrück gibt es eine Vielzahl an Gemeinden, die sich bereits im fairen und ökologischen Bereich engagieren. Die Aktion möchte ihnen Anerkennung zollen und ihr Engagement öffentlich machen. Gemeinden, die sich bisher noch nicht engagieren, sollen angeregt, ermutigt und unterstützt werden, faire und ökologische Aspekte in ihrem Kaufverhalten zu berücksichtigen.

Unterstützung bekommen die Gemeinden durch einen praktischen Leitfaden, in dem sich Argumente für faire und ökologische Produkte, ein Überblick über verschiedene Sozial- und Umweltsiegel, ein Einkaufsführer, hilfreiche Links und weitere Informationen rund um das Thema öko-fairer Einkauf befinden.

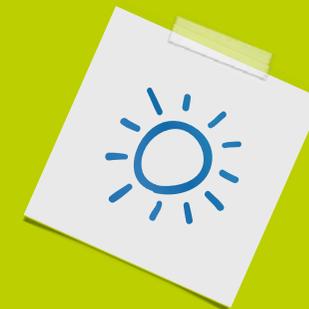


## FAIRE GEMEINDE

## Wie können wir mitmachen?

Eine Gemeinde handelt glaubwürdig und zukunftsorientiert als „Faire Gemeinde“, wenn sie eine Selbstverpflichtung eingeht.

Diese Selbstverpflichtung orientiert sich an sechs fairen und sechs ökologischen Kriterien, wobei mindestens fünf von der Gemeinde (zwei ökologische und drei faire oder umgekehrt) eingehalten werden müssen. Auch eigene Ideen können mit einfließen. Für die Teilnahme an der Aktion ist ein Beschluss des Pfarrgemeinderats Voraussetzung.



Wer mitmacht, wird „fair-siegt“ und bekommt für das Engagement eine Auszeichnung in Form einer Urkunde, die zum Beispiel im Gemeindezentrum, in der Kirche oder über die Presse öffentlich gemacht werden kann und den Einsatz der Gemeinde für weltweite Gerechtigkeit sichtbar macht.



## Worum geht es bei der Aktion FAIRE GEMEINDE?

Mehr als eine Milliarde Menschen auf der Erde leben am Rande des Existenzminimums; rund 30.000 Menschen sterben täglich an Ursachen, die mit Armut und Hunger in Verbindung gebracht werden. Ungerechte Welthandelsstrukturen geben den Ländern des Südens keine ausreichende Ernährungssicherheit und verhindern häufig eine existenzsichernde Produktion.

Auch die Auswirkungen des raschen Klimawandels treffen besonders die, die am wenigsten dazu beigetragen haben, nämlich die Menschen im Süden.

Das Eintreten für weltweite Gerechtigkeit und die Bewahrung der Schöpfung ist gemeinsamer Auftrag aller Christen. Als gelebte praktische Solidarität wird dieser Einsatz zu einem wichtigen Moment unserer kirchlichen Glaubwürdigkeit.

Mit dem Kauf- und Konsumverhalten in unseren Pfarreien und den dazu gehörenden Einrichtungen können wir wichtige Beiträge leisten: zum Schutz unserer Umwelt und für gerechtere globale Lebensbedingungen. Jede einzelne Gemeinde entscheidet durch ihren Einkauf und ihr Umweltverhalten mit darüber, welche Produkte wie hergestellt werden. Sie nimmt darauf Einfluss, ob die Produzenten in den südlichen Ländern einen fairen Preis für ihre Produktion erhalten, der ihnen und ihren Familien ein würdevolles Leben ermöglicht.



*„Die Notwendigkeit, die strukturellen Ursachen der Armut zu beheben, kann nicht warten ... Solange die Probleme der Armen nicht von der Wurzel her gelöst werden, indem man auf die absolute Autonomie der Märkte und der Finanzspekulation verzichtet und die strukturellen Ursachen der Ungleichverteilung der Einkünfte in Angriff nimmt, werden sich die Probleme der Welt nicht lösen ... Die Ungleichverteilung der Einkünfte ist die Wurzel der sozialen Übel.“*

Papst Franziskus, Apostolisches Schreiben Evangelii Gaudium



Die Aktion „Faire Gemeinde“ wurde von Gemeindemitgliedern mehrerer Pfarrgemeinden, der Katholischen LandvolkHochschule Oesede, der Bischöflichen Kommission für Mission, Entwicklung und Frieden sowie der Süd Nord Beratung ins Leben gerufen.

## Warum sollten wir mitmachen?

Im Bistum Osnabrück gibt es eine Vielzahl an Gemeinden, die sich bereits im fairen und ökologischen Bereich engagieren. Die Aktion möchte ihnen Anerkennung zollen und ihr Engagement öffentlich machen. Gemeinden, die sich bisher noch nicht engagieren, sollen angeregt, ermutigt und unterstützt werden, faire und ökologische Aspekte in ihrem Kaufverhalten zu berücksichtigen.

Unterstützung bekommen die Gemeinden durch einen praktischen Leitfaden, in dem sich Argumente für faire und ökologische Produkte, ein Überblick über verschiedene Sozial- und Umweltsiegel, ein Einkaufsführer, hilfreiche Links und weitere Informationen rund um das Thema öko-fairer Einkauf befinden.

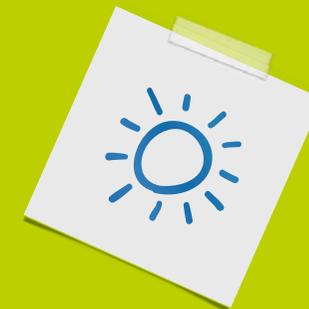


## FAIRE GEMEINDE

## Wie können wir mitmachen?

Eine Gemeinde handelt glaubwürdig und zukunftsorientiert als „Faire Gemeinde“, wenn sie eine Selbstverpflichtung eingeht.

Diese Selbstverpflichtung orientiert sich an sechs fairen und sechs ökologischen Kriterien, wobei mindestens fünf von der Gemeinde (zwei ökologische und drei faire oder umgekehrt) eingehalten werden müssen. Auch eigene Ideen können mit einfließen. Für die Teilnahme an der Aktion ist ein Beschluss des Pfarrgemeinderats Voraussetzung.



Wer mitmacht, wird „fair-siegelt“ und bekommt für das Engagement eine Auszeichnung in Form einer Urkunde, die zum Beispiel im Gemeindezentrum, in der Kirche oder über die Presse öffentlich gemacht werden kann und den Einsatz der Gemeinde für weltweite Gerechtigkeit sichtbar macht.

*„Durch die Initiative „Faire Gemeinde“ wird eine praktische, weltumspannende Solidarität möglich. So können wir als Kirche dem Auftrag des Evangeliums nachkommen und Gerechtigkeit konkret mitgestalten. Faire Gemeinden fördern unsere Glaubwürdigkeit. Ich freue mich, wenn sich in unserem Bistum viele Gemeinden und Pfarreiengemeinschaften an der Aktion beteiligen, und unterstütze die Initiative ausdrücklich.“*

Bischof Franz-Josef Bode





# HANDWERKSZEUG / SOFTWARE

- **professionelle Grafikprogramme**

[adobe.com/de  
teamsoft.de](https://adobe.com/de/teamsoft.de)

Adobe InDesign CC (Teil der Creative Suite)  
aktuell nur noch als Abo erhältlich

[quark.com/de](https://quark.com/de)

QuarkXpress 2017

[coreldraw.com.de](https://coreldraw.com.de)

Corel Draw 2018

[affinity.serif.com/de  
/designer/](https://affinity.serif.com/de/designer/)

Affinity Designer

- **Textverarbeitungsprogramm mit guten Layout-Funktionen**

[www.apple.com/de  
/pages/](https://www.apple.com/de/pages/)

Apple Pages

## KLEINE DATEIFORMAT- KUNDE

### **PDF (Portable Document Format)**

- das bekannteste und universellste Containerformat
- kann Text, Grafiken und Schriftarten einbetten
- interaktive Formulare beinhalten
- zeigt Inhalte in einem festen Layout an
- unabhängig von Auflösung, Plattform und Programm
- relativ kleine Dateigröße.

### **EPS (Encapsulated-PostScript-Format)**

- kann Raster- und Vektordaten sowie Schriften enthalten
- Standard bei der Weitergabe von Grafiken
- kann nur mit den entsprechenden, professionellen Programmen geöffnet und dargestellt werden.

### **JPG (Joint Photographic Experts Group)**

- Datenformat und Komprimierungsverfahren
- bis zu 16,7 Millionen Farben
- keine Transparenzen (Hintergrund ist immer weiß!)
- das wohl gängigste Grafikformat für Websites
- relativ kleine Dateigrößen durch verlustbehaftete Kompression
- eher als Ausgabeformat für Monitore geeignet

## KLEINE DATEIFORMAT- KUNDE

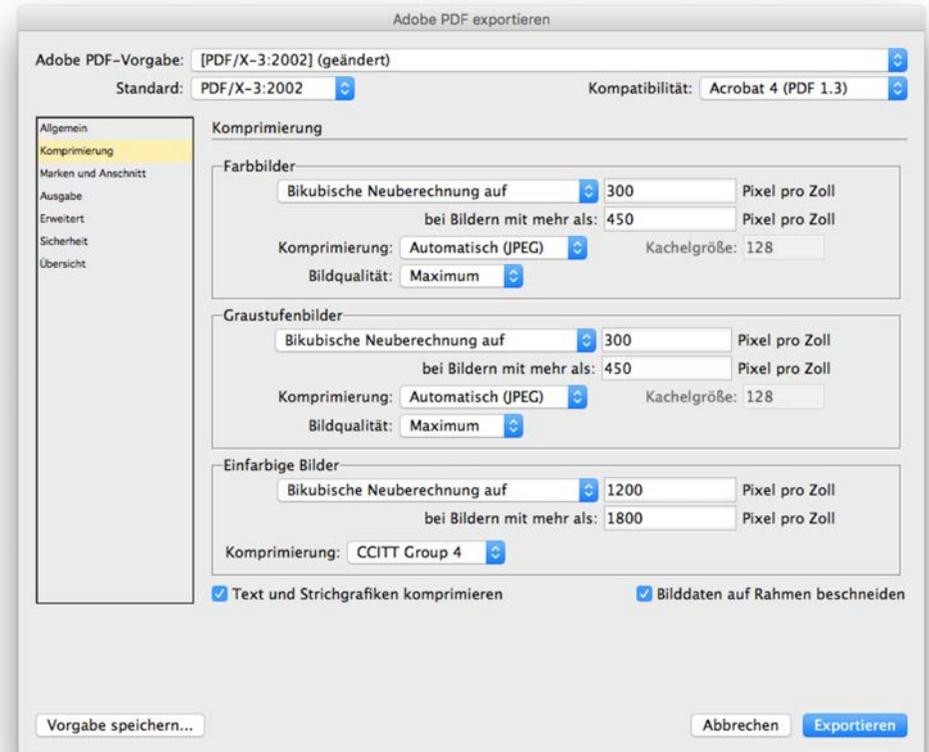
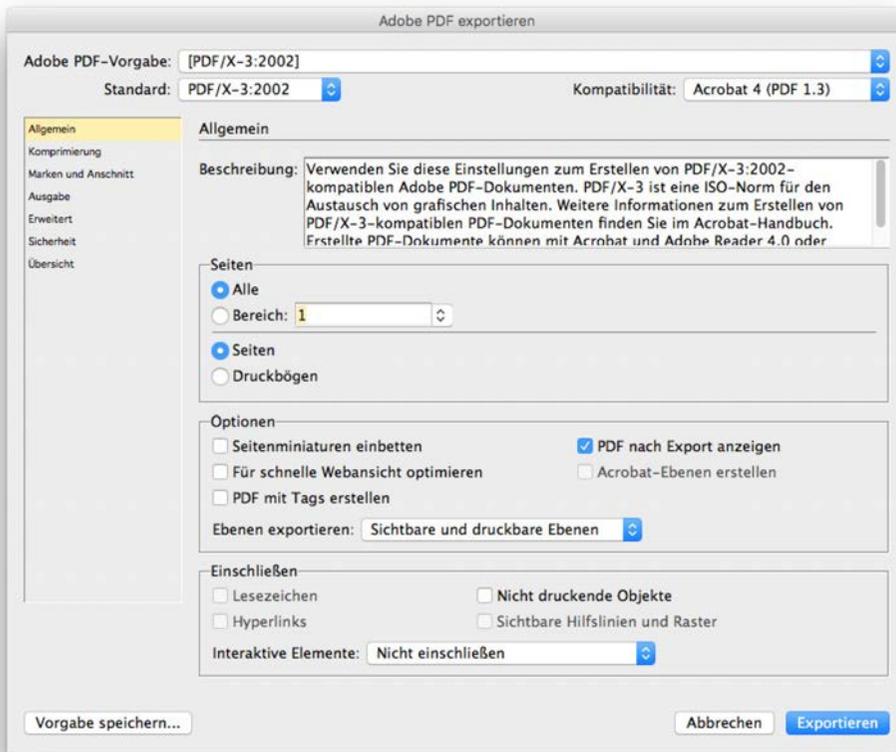
### **TIF-Format (Tagged Interchange File Format )**

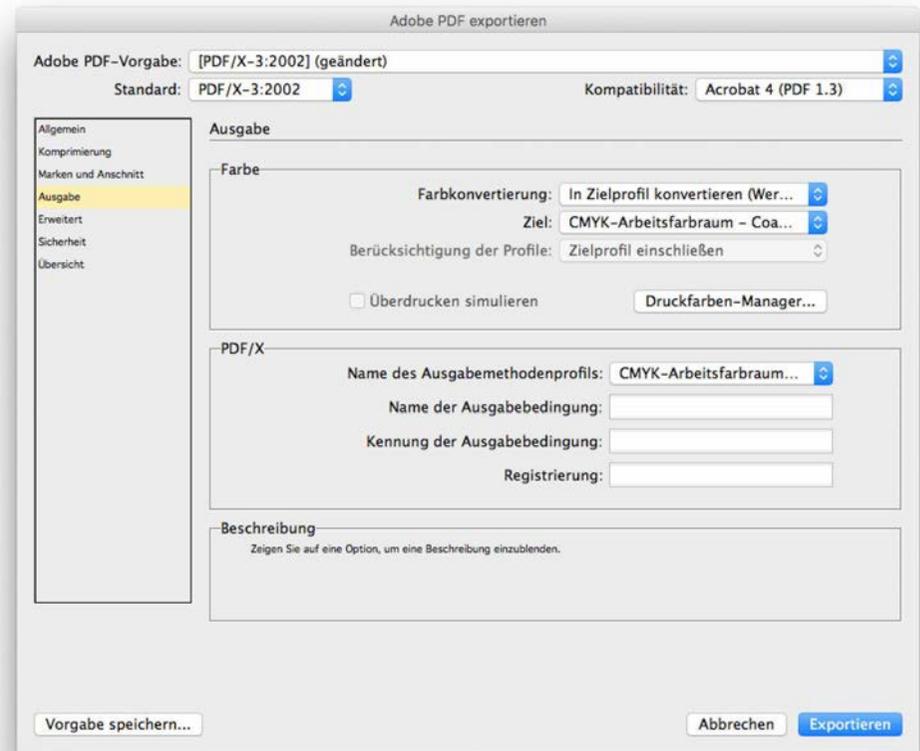
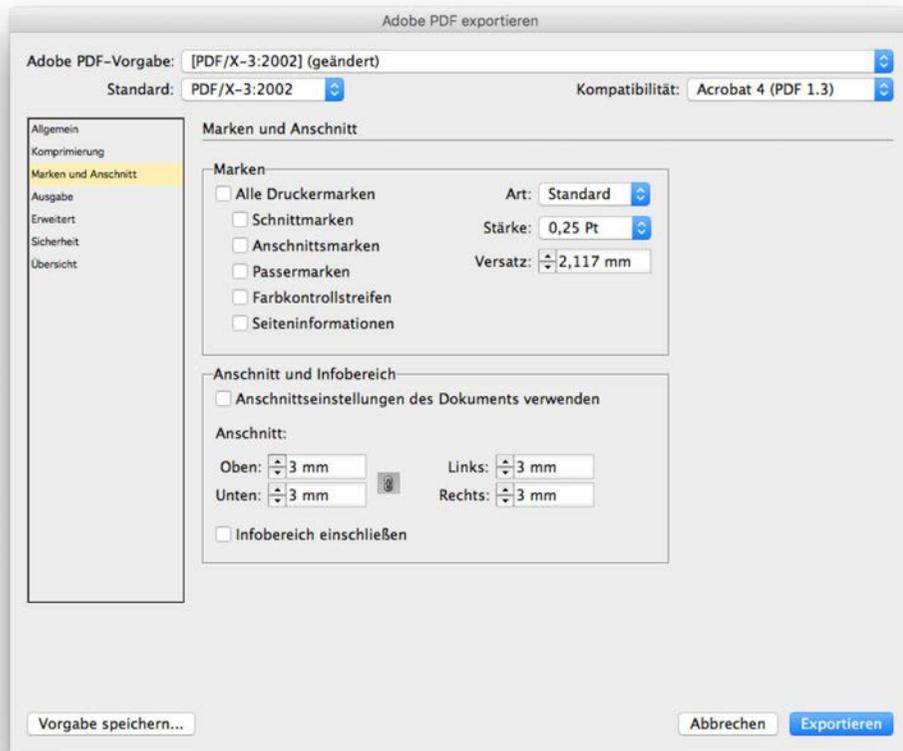
- das gängigste Dateiformat für Rastergrafiken plattformübergreifend
- farbiges TIFF unterstützt Millionen von Farben, Grafiken können verlustfrei komprimiert werden
- hohe Qualität, aber große Dateigröße
- Vorteil gegenüber JPG-Format:  
TIF kann Transparenzen darstellen

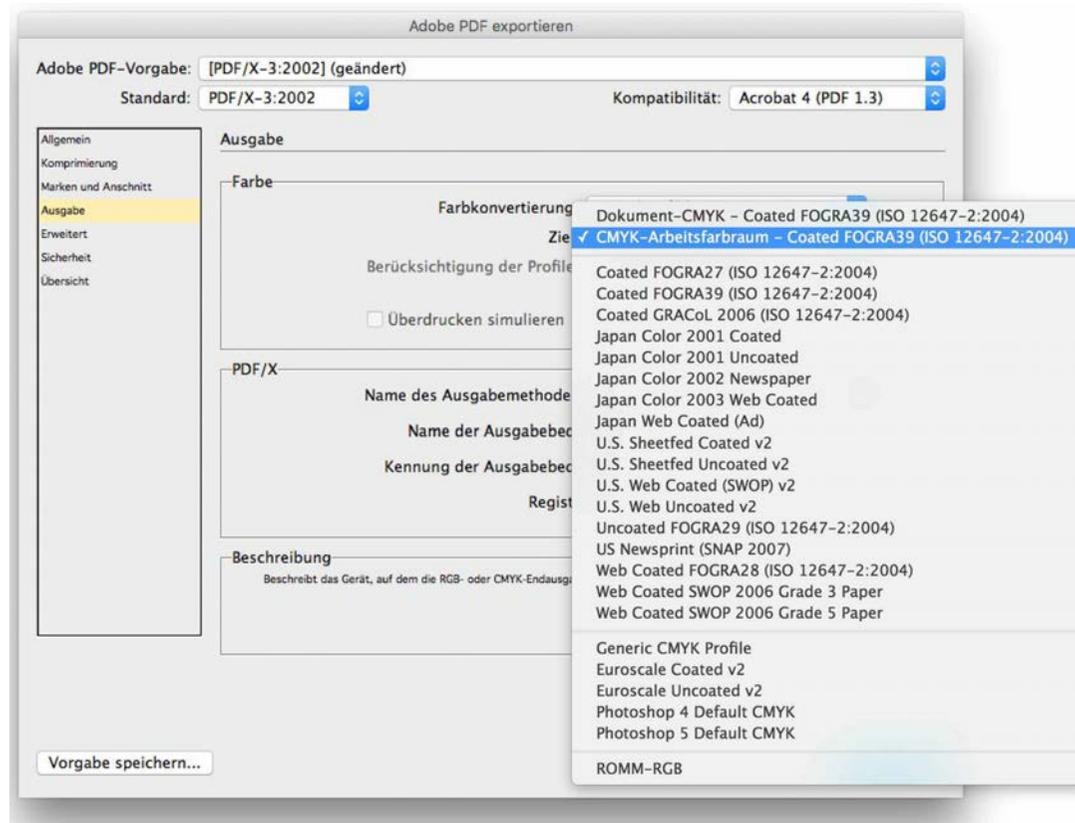
### **PNG (Portable Network Graphics)**

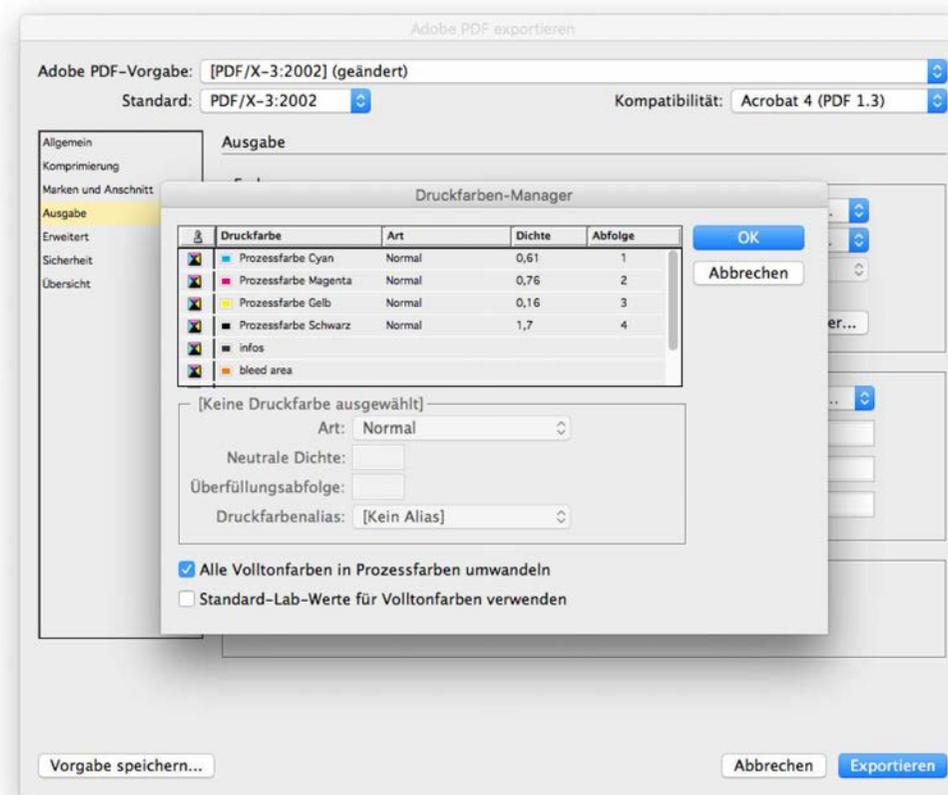
- kann ebenfalls Transparenzen darstellen
- Dateigröße relativ klein
- verlustfreie Komprimierung möglich
- hauptsächlich eingesetzt bei Web-Grafiken, beispielsweise bei Infografiken

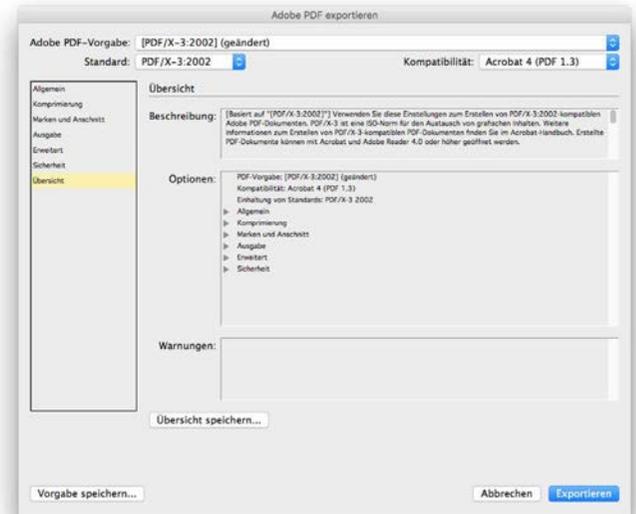
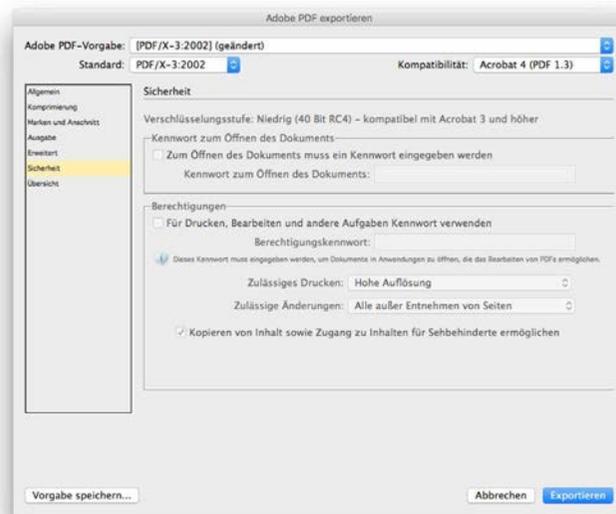
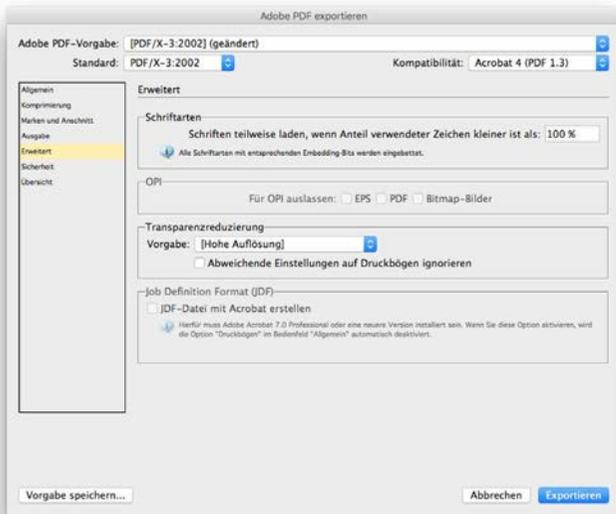












# WAS DIE DRUCKEREI WISSEN MUSS

- **Auflage**
- **Endformat**
- **Offenes Format**
- **Seitenanzahl**
- **Farbigkeit**
- **Papier**
- **Weiterverarbeitung:**
  - Falz
  - Perforation
  - Veredelung
  - Banderolierung
  - Lieferung gefalzt / ungefalzt
- **Rechnungs- und Lieferadresse**

# WAS DIE DRUCKEREI WISSEN MUSS

2.500 Stck.	• Auflage
100x210mm 297x210mm	• Endformat • Offenes Format
6	• Seitenanzahl
4/4	• Farbigkeit
170g/qm Mundoplus	• Papier
2fach-Wickelfalz	• Weiterverarbeitung: Falz
---	Perforation
---	Veredelung
á 50 Stck.	Banderolierung
gefalzt	Lieferung gefalzt / ungefalzt

# WIE UND WO DRUCKEN LASSEN?

- **Große Auflagen:**  
Offsetdruck
- **Kleine Auflagen und personalisierte Drucksachen:**  
Digitaldruck
- **Wie umweltfreundlich?**  
Papier  
Farben  
Klimaneutraler Druck  
Klimaneutraler Versand
- **Lokal/regional oder Internet?**  
Preise?

lokay.de  
print-pool.com

dieumweltdruckerei.de  
saxoprint.de  
flyeralarm.de

► Guerilla-Marketing







# AUSGANGSLAGE

---

◉ **Was** ..... BOTSCHAFT ✓

wollen

◉ **wir** ..... DER VEREIN / DIE INITIATIVE ✓

◉ **wem** ..... ZIELGRUPPE ✓

◉ **auf welchem Wege** ..... MEDIUM ✓

◉ **wie** ..... METHODE ✓

◉ **mit welchem Effekt** ..... WIRKUNG ✓

mitteilen?

FIT FÜR DIE VEREINSARBEIT  
19. APRIL 2018 | GEORGMARIENHÜTTE

GESTALTUNG VON  
EINLADUNGEN UND FLYERN

**DANKE FÜR  
EURE AUFMERKSAMKEIT!**

**[www.kulturhochdrei.de](http://www.kulturhochdrei.de)**