

HINWEISE ZUR GESTALTUNG DES SCHAUkastENS, GEMEINDEBRIEFES, DER ZEITUNG, DER HOMEPAGE

1. Wer auf **DIN A4** schreibt und dann auf DIN A5 verkleinert, macht keine Öffentlichkeitsarbeit, sondern aus Lesern Kunden für Fielmann (oder Rodenstock oder Krane oder Apollo oder ...)!
2. Es gibt ~~VIELE~~ **schöne** und **verschiedene Schriften** – im **GEMEINDEBRIEF**, in der **Zeitung**, auf der **Homepage** erscheinen jedoch immer nur zwei: eine für die Überschriften, eine für den Text. Kurze Texte, große Schriften! Blickfänge schaffen! Beschränkung empfiehlt sich auch bei Farben und Formen – weniger ist mehr!
3. Schachtelsätze, die sich aus - obwohl man sie zerlegen könnte -, vier bis fünf oder noch mehr, durch Kommas getrennten, Teilsätzen zusammensetzen, sind, obwohl sie von meiner hohen Schreibbegabung zeugen, so undurchschaubar, dass sich niemand die Arbeit, sie zweimal zu lesen, machen wird.
4. Die aktuelle Jahreszahl steht auf der Titelseite. In den meisten Angaben der Texte ist sie verzichtbar.
5. Kurz und bündig. Wenn das schon nicht geht: wenigstens linksbündig. Die Schreibmaschine oder der PC machen das von allein – wenn man sie lässt. Für Grafikmontagen hilft auch das Lineal.
6. Nutzen Sie die **TIEFE** des Schaukastens: Dreidimensional (mit Styropor o.ä.) gestaltete Kästen machen neugierig!
7. Ein Tag ohne **BILD** – kein Problem! - Eine Seite ohne Bild oder ohne graphisches Zeichen - eine Bleiwüste und eine Zumutung!
8. KO – was ist das? Knock-Out oder Kosten-Obergrenze oder Klang-Orientierung oder ??? Abkürzungen verstehen zwar Insider – aber die Mehrheit nicht! (Auflösung in diesem Buch: Kirchen-Ordnung)
9. Schreib an die Leser in der Fern', dann erreichst Du alle, auch den Kern.
10. Eine jede Veröffentlichung ohne Impressum ist wie ein Liebesbrief ohne Absender.
11. Fragen Sie sich nach der Gestaltung selbst: Würde ICH hier stehen bleiben und mir z.B. diesen Schaukasten ansehen?

