



Printbereich

Checkliste Layoutkonzept

Gesamtkonzept

- Text und Grafik (Layout) ist übersichtlich aufgeteilt
- Inhaltlicher Zusammenhang von Bild und Text erkennbar
- Inhalt, Grafik und Papier stimmen „sinnlich“ überein
- Absender/in ist sofort erkennbar
- Die Rückseite ist ebenso gelungen wie die Vorderseite
- Botschaft ist klar ausgedrückt
- Zielgruppe ist klar angesprochen
- Werbung wirkt positiv / motivierend
- Werbung wirkt professionell

Äußere Gestaltung

Grafik

- Logo verwendet
- Gute Fotos statt billiger Clip-arts verwendet
- Grafik spricht die Zielgruppe an
- Grafik drückt die Botschaft aus
- Grafik erzielt die gewünschte Emotion
- Grafik macht neugierig, ist ungewöhnlich, erzielt gewünschten Effekt

Farben

- Farben gezielt verwendet (Rot für Aufmerksamkeit, Grün für Frische, ...)
- Farben zielgruppenorientiert eingesetzt

Schrift

- Text gut lesbar (Durchschuss, Schriftart, Schriftbild, Satzbreite im ansprechenden Verhältnis)
- Nicht mehr als 2(-3) Schriftarten verwendet
- Formatierungen (Modifikationen) wie z. B. Demi, Bold, Oblique, Fett, Unterstrichen etc. sparsam eingesetzt
- Flächenaufteilung getroffen und Raster verwendet
- Schrifteinsatz gut gewichtet (i.d.R.: je mehr Grafik bzw. je größer die Grafik, desto mehr ist der Text Einsatz untergeordnet)



Printbereich

Forts. Checkliste Layoutkonzept

Inhaltliche Aussage und Textgestaltung

- Informationen sachlich richtig
- Rechtschreibung fehlerfrei
- gesellschaftspolitisch korrekt formuliert
- Alle wesentlichen Informationen vorhanden (Ort, Datum, Zeit, Kosten, Absender, ...)
- Auf einem Blick-Information möglich
- Text so weit als möglich reduziert
- Keine (überflüssigen) Wiederholungen vorhanden
- Text der Zielgruppe angemessen und verständlich
- Botschaft ist klar ausgedrückt
- Text erzielt gewünschte Emotionen / Reaktionen

Papier, Druck, Faltung

Papier

- Farbe des Papiers ist gut gewählt (keine Beliebigkeit)
- Kopien sind optimal und wie gedruckt
- Papierqualität ist der Botschaft bzw. dem Anlass angemessen
- Papier ist „griffig“ bzw. schmeichelt der Hand
- Verpackung bei Versand gewährleistet ordentliches Ankommen des Materials

Druck

- Zeitlicher Vorlauf ist großzügig bemessen, um nachbessern zu können
- Der Druck ist von guter Qualität

Faltung

- Die Faltung / das Format passt zum Corporate Design des Hauses
- Das gefaltete Werbematerial ist gut zum Verschicken geeignet
- Die Faltung bzw. Heftung ist ordentlich