M.2
Verwendung und Gestaltung eines Flyers

Die folgenden Informationen beruhen auf Praxiserfahrungen und einer Bestandsanalyse der Arbeitsgruppe Kommunikation für hitzesensible Gesundheitskompetenz des Zentralen Netzwerks für gesundheitsbezogenen Hitzeschutz (ZNGH). Sie sind speziell auf die Kommunikation zu Hitze und Gesundheit ausgerichtet und nicht auf andere Bereiche übertragbar. Die Informationen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Flyer (Handzettel oder Flugblätter) sind kleine, meist beidseitig bedruckte Informationsblätter. Die einfachste Variante besteht aus einer bedruckten Vorder- und Rückseite. Komplexere Varianten von Flyern, auch Folder genannt, können aus mehreren Seiten bzw. Spalten bestehen, die unterschiedlich gefaltet werden (Wickelfalz, Zickzackfalz etc.). In der Regel haben die gefalteten Flyer 4-8 Seiten und sind häufig im DIN-lang-Format.

Flyer können auch für die digitale Verwendung gestaltet werden. Hierbei wird die Datei in der Regel so formatiert, dass die Lesereihenfolge für ein Durchscrollen von oben nach unten auf mobilen Endgeräten optimiert ist. Dies unterscheidet sich von einem Flyer im Print-Format, dessen Falzung die intendierte Lesereihenfolge beeinflusst.

Verwendung eines Flyers

Verwendungsaspekt	Erläuterung
Zielgruppe	Für alle Zielgruppen geeignet.
Setting/Distributionsort	Flyer werden in der Regel kostenlos verteilt oder zur Mitnahme ausgelegt. Die Auslage kann bei Veranstaltungen oder an Informationsständen erfolgen. Die Verteilung kann passiv, z. B. über Briefkästen oder Postversand, erfolgen. Eine aktive Übergabe bietet sich bei persönlichen Beratungsgesprächen an, z. B. durch die Ärztin bzw. den Arzt an die Patientin bzw. den Patienten oder auch an deren Angehörige. Gedruckte Informationsmaterialien, wie Flyer, werden am ehesten genutzt, wenn sie persönlich empfohlen werden. Durch Verbreitung über das Internet können digitale Flyer eine große Reichweite erlangen. Online sind sie schnell zugänglich, für einige Zielgruppen zeitgemäßer und umweltfreundlicher als die Printversion. Zudem entfallen die Druckkosten und der Flyer ist jederzeit und überall verfügbar.
Kommunikationszweck/-ziel	Flyer (insbesondere, wenn diese mehrere Seiten bzw. Spalten haben) bieten in der Regel genügend Platz, um mehrere Themen und Inhalte zu platzieren. Flyer können auch als „Nachschlagwerk“, z. B. für Anpassungstipps im Hitzefall oder das Erkennen von Hitzeerkrankungen, dienen. Printflyer bieten die Möglichkeit, im Gespräch oder bei Veranstaltungen übermittelte Informationen „mit nach Hause“ zu geben und zu einem späteren Zeitpunkt an die Informationen zu erinnern. Dies ist insbesondere dann hilfreich, wenn von der Zielgruppe Informationen bevorzugt in gedruckter Form genutzt werden. Digitale Flyer bieten die Möglichkeit, Wissen direkt bei Bedarf abzurufen sowie zu einem späteren Zeitpunkt einzusehen, ohne auf eine ausgedruckte Kopie angewiesen zu sein. Zudem können digitale Flyer interaktive Elemente wie Links zu weiterführenden Informationen oder Videos enthalten.
Zeitpunkt	Flyer werden in der Regel vorbereitend auf den Sommer sowie während der Sommermonate verbreitet, um die Zielgruppe frühzeitig „ausführlich“ zu informieren und die Gesundheitskompetenz für akute Hitzeperioden zu stärken.

Inhaltliche Gestaltung eines Flyers

Gestaltungselement	Erläuterung
Titel	Ein aussagekräftiger Titel bzw. Slogan verdeutlicht das Thema und die Zielgruppe. Der Titel sollte zum Lesen anregen und das zentrale Thema klar vermitteln. Die (zusätzliche) Verwendung eines Slogans kann eine stärkere emotionale Bindung erzeugen und dafür sorgen, dass die Hauptbotschaft des Flyers im Gedächtnis bleibt. Häufig wird auch mit einer Unterüberschrift gearbeitet, die als weitere Einführung in das Thema oder nähere Erläuterung des Zwecks des Flyers dienen kann.
Text	Die Inhalte eines Flyers sollten kurz, leicht verständlich und relevant sein. Je nach Länge des Flyers können auch mehrere thematische Schwerpunkte gesetzt werden. Diese werden oft in einzelnen Textkästen mit jeweils eigener Überschrift dargestellt. Zudem kann die Lesbarkeit und Struktur durch angemessene Absätze und Aufzählungen verbessert werden.
Call to Action	Eine Handlungsaufforderung auf dem Flyer dient dazu, eine konkrete, positive Reaktion hervorzurufen bzw. Handlung der oder des Lesenden zu initiieren. Diese Aufforderung sollte jedoch nicht belehrend wirken.
Impressum/Kontaktdaten	Durch den Verweis auf eine Ansprechperson, Telefonnummer und/oder Webseite kann Transparenz und Seriosität vermittelt und Vertrauen aufgebaut werden. Des Weiteren wird dadurch die Kontaktaufnahme erleichtert. Im Regelfall besteht eine Impressumspflicht. Der verwendete Platz sollte nicht zulasten der inhaltlichen Informationen gehen. Die Angaben befinden sich häufig auf der letzten Seite bzw. der Rückseite eines Flyers.
Weiterführende Informationen	Hinweise auf zusätzliche Informationen, wie Webseiten oder Broschüren, sind insbesondere bei Flyern, die sich auf wenige Kerninhalte konzentrieren, sinnvoll. Diese bieten Lesenden die Möglichkeit, sich bei Interesse weiter zu informieren. Der Verweis kann durch die Angabe eines prägnanten Kurzlinks oder durch einen QR-Code erfolgen. Die Angaben befinden sich häufig auf der letzten bzw. der Rückseite eines Flyers.
Textumfang	Der mögliche Textumfang hängt von Seitenanzahl und visueller Gestaltung ab. Pro Seite können ca. 500 bis 1.300 Zeichen verwendet werden. Zu viel Text kann das Verständnis erschweren, während zu wenig Text die Aussagekraft des Flyers beeinträchtigen und Inhalte zu sehr vereinfachen kann.

Visuelle Gestaltung eines Flyers

Gestaltungselement	Erläuterung
Farbliche Gestaltung	Die Farbgebung kann verschiedene Funktionen erfüllen. Zum einen kann sie passend zur eigenen Institution oder zur Marke gewählt werden, um eine einheitliche visuelle Identität zu gewährleisten. Zum anderen kann mithilfe der Farbwahl das Thema verdeutlicht und gezielt Emotionen oder Stimmungen transportiert werden, um die Aufmerksamkeit der Lesenden zu gewinnen. Zusätzlich können wichtige Elemente durch farbliche Akzente hervorgehoben und thematische Blöcke voneinander differenziert werden.
Fotos und Illustrationen	Für die Gestaltung sollten aussagekräftige Grafiken gewählt werden, die einen Bezug zum Thema, zum Text und zur Zielgruppe haben. Für eine gute Lesbarkeit sollten hochauflösende und leicht verständliche Fotos oder Illustrationen verwendet werden. Häufig werden mehrere Grafiken verwendet. In der Regel gibt es ein Titelbild sowie mehrere kleine Fotos bzw. Illustrationen, die die Inhalte bzw. die Botschaften von Textabschnitten visuell unterstreichen. Jede Grafik sollte dabei eine klare Funktion erfüllen und gezielt zur Vermittlung der Botschaft beitragen.
Icons, Symbole und Piktogramme	Kleine grafische Elemente tragen dazu bei, die Textlast zu reduzieren. Inhalte werden so betont und sind schneller und ansprechender erfassbar. Sie erhöhen zudem die Verständlichkeit für Personen, die die Sprache nicht (gut) verstehen bzw. lesen können, wie z. B. kleine Kinder oder Touristinnen und Touristen.
Logo	Die gezielte Platzierung des eigenen Logos kann Vertrauen schaffen und Seriosität vermitteln.
Typografische Gestaltung	Die Lesbarkeit hängt unter anderem von der Schriftgröße, der Schriftart und dem Zeilenabstand ab. Für Fließtext wird in der Regel eine Schriftgröße von mindestens 9 pt. empfohlen. Größere Schriftgrößen können für eine bessere Lesbarkeit und Benutzerfreundlichkeit vorteilhaft sein.

Impressum

Herausgeber

Landesamt für Gesundheit und Arbeitsschutz
Nordrhein-Westfalen (LfGA NRW)

Gesundheitscampus 10
44801 Bochum

Telefon 0234 41692-0
poststelle@lfga.nrw.de
www.lfga.nrw.de

Auflage 1.0

Bochum, August 2025

Autorinnen und Autoren

Selina Brünker, Thea Jankowski, Thomas Claßen, Lea-Christine Antoine, Odile Mekel, Raphael Sieber, Katharina Voß

Fachgruppe Grundsatzfragen, gesundheitsbezogener Hitzeschutz, LfGA NRW

Unter Mitwirkung von

Johanna Köster-Lange (ecolo – Agentur für Ökologie und Kommunikation)