Kategorie
- Kommunikation

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger

Projektphase
- Umsetzung
- Fortsetzung

Flyer

Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

Was sind Flyer?

Flyer (auch Faltprospekt oder Handzettel) werden zu aktuellen Anlässen, für Ankündigungen oder zu Werbezwecken herausgegeben. Die gedruckten Informationsblätter können verschiedene Inhalte transportieren, z. B. kann über neue Mobilitätsangebote, Fahrplanänderungen oder Sonderangebote informiert werden. Durch das Auslegen an öffentlichen Orten, wie z. B. in Bürgerbüros, Mobilitätszentralen, Supermärkten oder Bäckereien, kann jede interessierte Person einen Flyer kostenfrei und einfach mitnehmen. Alternativ kann ein Flyer auch einer Lokalzeitung bzw. eines Wochenblattes beigelegt werden, postalisch an registrierte Nutzerinnen und Nutzer verschickt oder bei Veranstaltungen und Stadtfesten verteilt verteilt werden.

Welche Vorteile bieten Flyer?

Flyer sind vergleichsweise einfach umzusetzen. Sie bieten alle Informationen auf einen Blick und können von der Zielgruppe einfach eingepackt werden, wenn diese mit den Flyern in Kontakt kommen. Wenn die Aufmerksamkeit der Zielgruppe erregt wurde, kann der Flyer später von dieser als Erinnerung und Recherchegrundlage verwendet werden.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung mit Flyern?

Durch die Verwendung prägnanter Überschriften, Farben und Bilder wird Aufmerksamkeit erzeugt. Flyer weisen häufig das Format einer gedrittelten und gefalteten DIN-A4-Seite auf. Der verfügbare Platz für Texte und Abbildungen ist somit begrenzt, sodass ein Flyer in der Regel nur einen spezifischen Inhalt darstellt, beispielsweise Informationen zur Nutzung des Anrufsammeltaxis vor Ort. Aus diesem Grund sollte im Flyer auf weitere Informationskanäle (z. B. Webseite) verwiesen bzw. Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner genannt werden, über die zusätzliche Informationen bezogen werden können. Gleichzeitig können Flyer mit einem relativ geringen Aufwand an neue Informationslagen angepasst werden.

Flyer sollten gut aufbereitete Texte, Grafiken und Abbildungen sowie ein zielgruppengerechtes Layout aufweisen. In der Regel werden externe Fachleute für die Konzeption und Erstellung

einbezogen. Je nach Anzahl, Umfang und Qualität der Flyer variieren die Kosten für die Erstellung. Zentrale Kostenfaktoren bestehen in der professionellen Gestaltung, dem Druck und dem Vertrieb. Ob ein Flyer das geeignete Medium ist, hängt von den zu kommunizierenden Inhalten bzw. dem Zweck der Kommunikationsmaßnahme und der Zielgruppe ab. Die Entscheidung für ein bestimmtes Medium sollte daher am Ende der Konzeption einer Marketing- oder Kommunikationsmaßnahme stehen. Der Einsatz von Flyern ist nicht auf einen bestimmten Zeitpunkt beschränkt. Bei Angebotseröffnung oder -änderungen und während dem laufenden Betrieb kann ein Mobilitätsangebot vorgestellt und beworben werden.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Eine Umsetzungsschwierigkeit besteht darin, dass die durch die Verteilung von Flyern hervorgerufenen Effekte nur schwer messbar sind. Besonderes Augenmerk sollte daher auf der Ausgabe der Flyer liegen. Flyer als Einzelmaßnahme sind in der Regel nur begrenzt wirksam und sollten in einer übergeordneten Marketing- und Kommunikationsstrategie eingebettet werden.

Da der jüngere Teil der Bevölkerung tendenziell digitale Medien im Internet oder auf dem Smartphone bevorzugt, ist ein Flyer als Werbemittel besonders für Erwachsene und Seniorinnen wie Senioren geeignet.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Broschüre (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/broschuere)
Fahrplanheft (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/fahrplanheft)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Social-Media-Kanal (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/social-media-kanal)

Publikationen zum Thema

Mobilitätswende kommunizieren. Factsheet für Kommunen (https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/mobilitaetswende-kommunizieren-factsheet-fuer-kommunen)

Quellen

Kagermeier, Andreas, 2004: Verkehrssystem- und Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum. Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung. Zugriff: http://andreas.kagemeier.de, Publikationen, Publikationen <2005 [abgerufen am 27.06.2024].

Smartmove, 2016: Smart Solutions, Promoting rural public transport use through active mobility consultancy. Zugriff: http://www.smartmove-project.eu*, Knowledge [abgerufen am 24.04.2020].

***Hinweis: Die Seite ist nicht mehr abrufbar (09.05.2022).**