



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG

**WELCHE ZIELGRUPPE(N) WOLLT IHR
ANSPRECHEN?**

Beispiele: Sänger:innen, versierte Tenöre,
an Chormusik und Kultur interessierte
Menschen ...

02

**WOFÜR GENAU WOLLT IHR
WERBUNG MACHEN?**

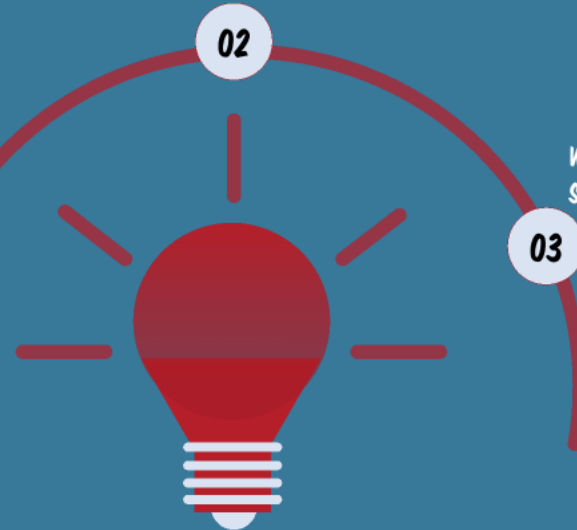
Beispiele: Für die Teilnahme
an der offenen Probe, für
neue Chormitglieder, für das
nächste Konzert ...

01

**WELCHE KERNBOTSCHAFT LÄSST
SICH DAFÜR FORMULIEREN?**

Beispiele: "Ab in den Chor!";
"Singt mit!"; "Alles swingt!"

03



**ÜBERLEGT EUCH VORAB, WOFÜR GENAU IHR WERBUNG
MACHEN WOLLT UND WAS EURE KERNBOTSCHAFT IST**



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG

**KÖNNEN UND SOLLEN EXTERNE DIENSTLEISTUNGEN
IN ANSPRUCH GENOMMEN WERDEN?**

... zum Beispiel professionelle Grafiker:innen,
Druckereien, Dienstleister für Flyerverteilung o.Ä. -
plant ggf. auch diese Kosten ein.

**WIE VIEL DARF DIE WERBUNG
MAXIMAL KOSTEN?**

Ermittelt euer
Maximalbudget und haltet
z.B. in einer Liste fest,
welche Kosten ihr wofür
genau einplant.



**WIE SOLL SICH DAS BUDGET
VERTEILEN?**

Soll z.B. mehr Geld in die
Produktion von Flyern
investiert werden oder eher in
Online-Werbung?

**ERSTELLT ANHAND DIESER LEITFRAGEN EINEN
BUDGETPLAN FÜR EURE WERBUNG**

**TIPPS FÜR DIE
BUDGETPLANUNG**

TIPPS FÜR DIE BUDGETPLANUNG



Erstellt rechtzeitig einen übersichtlichen Budgetplan und behaltet ihn im Blick. So lässt er sich auch bei neuen Möglichkeiten flexibel anpassen.



Setzt Prioritäten! Überlegt, was euch für eure Werbung am wichtigsten ist und legt dort finanziell den Schwerpunkt.

Auch wenn nur wenig Geld für Werbemittel zur Verfügung steht - werdet kreativ und recherchiert, wo sich möglichst viel mit wenig Aufwand und Kosten bewirken lässt.



Dazu gehört auch, herauszufinden, welches Potential es in den eigenen Reihen und im Umfeld gibt: Welche Kooperationspartner, Sponsoren und andere Einnahmequellen kommen in Frage?



**KÖNNEN UND SOLLEN EXTERNE DIENSTLEISTUNGEN
IN ANSPRUCH GENOMMEN WERDEN?**

... zum Beispiel professionelle Grafiker:innen,
Druckereien, Dienstleister für Flyerverteilung o.Ä. -
plant ggf. auch diese Kosten ein.

**WIE VIEL DARF DIE WERBUNG
MAXIMAL KOSTEN?**

Ermittelt euer
Maximalbudget und haltet
z.B. in einer Liste fest,
welche Kosten ihr wofür
genau einplant.



**WIE SOLL SICH DAS BUDGET
VERTEILEN?**

Soll z.B. mehr Geld in die
Produktion von Flyern
investiert werden oder eher in
Online-Werbung?

**ERSTELLT ANHAND DIESER LEITFRAGEN EINEN
BUDGETPLAN FÜR EURE WERBUNG**

**TIPPS FÜR DIE
BUDGETPLANUNG**



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG

VON WEM SOLLEN DIE WERBEMATERIALIEN ERSTELLT WERDEN?

Je nachdem sollten rechtzeitig professionelle Grafiker:innen angefragt oder Chormitglieder mit der Gestaltung der Materialien beauftragt werden (z.B. mit Tools wie Photoshop oder Canva).

WELCHE WERBEMITTEL EIGNEN SICH FÜR EUCH?

Beispiele: klassisch sind Plakate, Postkarten oder Flyer/Werbebrochüren zur Auslage; vielleicht sind auch (Online-)Anzeigen möglich.

01

02

03

WANN MÜSSEN DIE WERBEMITTEL FERTIG SEIN?

Macht euch einen Plan, bis wann wann die Werbemittel fertiggestellt werden müssen, um zum richtigen Zeitpunkt unter die Leute gebracht werden zu können (z.B. rechtzeitig vor eurem Konzert).

**PLANT, WELCHE WERBEMATERIALIEN IHR
WANN ERSTELLEN WOLLT**



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG



ORIENTIERT EUCH BEI DER GESTALTUNG EURES WERBEMATERIALS AN DER "AIDA"-REGEL

TIPPS FÜR DIE GESTALTUNG

TIPPS FÜR DIE GESTALTUNG



Je nachdem, was Ihr als Kernwerbebotschaft formuliert habt, könnt ihr für die Gestaltung eine Hierarchie in der Anordnung von Slogan, Aufrufen und Textinfos bilden.



Achtet darauf, dass die Gestaltung so übersichtlich wie möglich ist - haltet die Infos kurz, knackig und präzise!

Insgesamt sollten auf eurem Werbematerial alle entscheidenden Infos zu finden sein. Auch hier zählen Antworten auf die W-Fragen: Wer? Wann? Wo? Was? Wie?



Integriert passende Verweise: Baut QR-Codes zur Website ein, verlinkt bei Online-Werbung direkt die richtige Unterseite, den Ticketshop o.Ä.



Seid redaktionell sorgfältig und achtet darauf, dass alle Angaben korrekt sind und sich keine Fehler eingeschlichen haben.



Last but not least: Setzt auf den Wiedererkennungswert! Inszeniert euren Chor mit einheitlichen Elementen (Logo, Schriftart, Farbgebung ...) stets erkennbar als Absender.



ORIENTIERT EUCH BEI DER GESTALTUNG EURES WERBEMATERIALS AN DER "AIDA"-REGEL

TIPPS FÜR DIE GESTALTUNG



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG

WELCHE VERTEILMÖGLICHKEITEN GIBT ES DORT?

Wo darf und kann plakatiert werden, lassen sich Flyer verteilen und auslegen, Online-Werbung in Newslettern oder auf Websites einstellen ...?

WEN ERREICHEN WIR WO?

Wo ist eure Zielgruppe unterwegs? Beispiele: Bei Kulturveranstaltungen, im Supermarkt, in der Musikschule ...

01

02

WELCHES MATERIAL BENÖTIGEN WIR DAFÜR?

Welche Plakat-Größen, Maße für Online-Grafiken oder Menge an Flyern zur Auslage sind gefragt?

03

**RECHERCHIERT, WIE IHR DIE WERBUNG AM
BESTEN UNTER DIE LEUTE BRINGEN KÖNNT**

**TO DO FÜR DIE
VERTEILUNG**

TO DO FÜR DIE VERTEILUNG



Recherchiert zuerst, wo sich eure Zielgruppe überall erreichen lässt: Vom Bäcker bis zur Musikschule, vom Frisör bis zur Kirchengemeinde ...



Bietet bei Bedarf Werbekooperationen zur gegenseitigen Sichtbarmachung an, um passende Partner ins Boot zu holen. Wo kann euer Chor auch für die anderen werben?

Bringt in Erfahrung, welche Werbung (Print oder online) dort gut möglich ist: Flyerauslagen? Werbung im Newsletter? Das Aufhängen von Plakaten? Welche Formate?



Knüpft und nutzt persönliche Kontakte, die für euch vielleicht ebenfalls mit auf Facebook, in ihrem Newsletter, in ihrem Schaufenster werben ...



WELCHE VERTEILMÖGLICHKEITEN GIBT ES DORT?

Wo darf und kann plakatiert werden, lassen sich Flyer verteilen und auslegen, Online-Werbung in Newslettern oder auf Websites einstellen ...?

WEN ERREICHEN WIR WO?

Wo ist eure Zielgruppe unterwegs? Beispiele: Bei Kulturveranstaltungen, im Supermarkt, in der Musikschule ...

01

02

WELCHES MATERIAL BENÖTIGEN WIR DAFÜR?

Welche Plakat-Größen, Maße für Online-Grafiken oder Menge an Flyern zur Auslage sind gefragt?

03

**RECHERCHIERT, WIE IHR DIE WERBUNG AM
BESTEN UNTER DIE LEUTE BRINGEN KÖNNT**

**TO DO FÜR DIE
VERTEILUNG**



DEUTSCHER CHORVERBAND

BUDGET

**WERBEMITTEL-
PLANUNG**

GESTALTUNG

WERBEBOTSCHAFT

**(CHOR-)WERBUNG
KURZ UND KNACKIG!**

VERTEILUNG