

10 + 1 Gestaltungstipps für Kalender

Jeder CALVENDO-Kalender kann ein Erfolg werden – wenn andere Menschen sich dafür so sehr begeistern, dass sie ihn bestellen.

Bevor Sie sich an die Arbeit machen und einen Kalender entwickeln, sollten Sie sich nicht nur überlegen, was Sie selbst gut finden, sondern vor allem auch, was Ihr Publikum sich wünscht. Denn: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler! Fragen Sie sich und potenzielle Käufer immer wieder, wie Ihr Produkt ankommt und wie Sie es optimieren können. Der Lohn einer solchen Akribie sind viele zufriedene Kunden. Und dieser Lohn macht glücklich!

1. Titelformulierung, Coverbild und Innenseiten samt Kalendarium müssen inhaltlich und gestalterisch gut aufeinander abgestimmt sein und „wie aus einem Guss“ wirken.
Wo thematisch möglich, sollten sich die Innenseiten auf den Jahresverlauf beziehen: der Januar also zum Beispiel eine Winterlandschaft zeigen und der Mai ein blühendes Feld. Oder der Juli ein Feuerwerk der Farben und der Dezember eine Stimmung der Besinnlichkeit. Mit dieser Dramaturgie begleitet der Kalender seinen Besitzer durchs ganze Jahr.
Bei aller Abwechslung: Achten Sie aber auch darauf, dass alle Bilder eine einheitliche Bildsprache sprechen.
2. Formulieren Sie einen Spannung erzeugenden, emotionalen und gut verständlichen Titel, also nicht: „Die Blumen aus dem Garten hinter unserem Haus“, sondern: „Blumengrüße aus der Heimat“.
3. Wählen Sie für das Cover ausdrucksstarke Bilder: klare, auffällige, zentrale Motive (ein Gesicht, einen Baum, ein Produkt etc.), die das Thema gut visualisieren.
Das Coverbild kann, muss aber nicht, das bestes Foto Ihrer Serie sein. Wichtig ist, dass es Aufmerksamkeit, Interesse und Neugier weckt.

Falls Sie mehrere Bilder miteinander kombinieren, dann besser nicht mehr als sechs. Sonst wird alles sehr kleinteilig und unruhig. Übrigens müssen sich die Coverbilder nicht auf den Innenseiten wiederholen, denn das Cover ist kein Inhaltsverzeichnis, sondern eher die Verpackung.

4. Die Produktbilder in den Handelskatalogen (z. B. bei Amazon oder im Verzeichnis lieferbarer Bücher) sind sehr klein. Achten Sie deshalb unbedingt darauf, dass die Schrift auf dem Cover wirklich groß genug ist und dass sie genug Kontrast zum Hintergrund hat: Wählen Sie Weiß oder eine sehr, sehr helle Farbe, wenn Ihr Hintergrund eher dunkel ist. Platzieren Sie Ihren Text nur über sehr ruhige Flächen, eventuell gar nicht direkt aufs Bild, sondern auf eine eigene Fläche. Vielleicht heben Sie das wichtigste Wort typografisch hervor (z. B. „Die Schönheit der Kanaren“)? Vor allem aber testen Sie bitte Ihr Cover an Ihrem Bildschirm im Briefmarkenformat: Ist Ihre Botschaft zu erkennen?
5. Erfüllen Sie mit dem Coverbild die Erwartungen der Käufer! Ein Kalender mit dem Titel „Malediventraum“ sollte Inseln in türkisblauem Wasser zeigen, nicht Hotelanlagen.
6. Ausschlaggebend für den Verkauf sind – außer dem Thema – die (künstlerische) Aussagekraft und die handwerkliche Qualität der Bilder. Prüfen Sie sich: Gefallen Ihnen Ihre Fotos vielleicht vor allem, weil Sie sich so gern daran erinnern, wie und wo Sie sie aufgenommen haben? Das ist für andere kein Kriterium – wenn das ganz Besondere nicht in den Fotos eingefangen ist. Und: Graue, unscharfe und farbstichige Fotos sind selbstverständlich tabu!
7. Nehmen Sie sich Zeit bei der Auswahl des Kalendariums. Das voreingestellte muss nicht das passende sein. Testen Sie verschiedene Kalendarien im Publisher: Welches eignet sich am besten zu Ihren Bildern? Welche Form in welcher Farbe verstärkt Ihre Botschaft? Kleine Kalendarien zum Beispiel geben den Bildern mehr Raum

und stehen dezent im Hintergrund, große sind besser lesbar.
Worauf kommt es bei Ihrem Kalender an?

8. Reicht die Auflösung Ihrer Bilder nicht für das größere DIN-Format, können Sie auch ein Kalendarium mit Rahmen wählen. Vielleicht überbrückt das die entscheidenden Millimeter?
9. Gestalten Sie mit dem Bildausschnitt! Ein Motiv einfach nur in die Mitte zu stellen, kann langweilig wirken. Alles, was sie über Bildaufbau beim Fotografieren gelernt haben, gilt auch für die Kalenderbilder.
10. Passen Sie die Farben des Kalendariums, der Schriften sowie die Schriftart an die Bilder in Ihrem Kalender an, damit ein homogener Gesamteindruck entsteht (z. B. Bilder von Strand und Meer: Kalendarium in Beige und eine leichte Schrift in Dunkelblau). Der bewusste Stilbruch (z. B. liebevolle Marienkäfer-Fotos in Kombination mit einer strengen Bauhaus-Schrift) will gekonnt sein! Beachten Sie bei der Wahl Ihrer Schrift: Es gibt Schriften, die
 - edel wirken können, etwa die Gardener, aber auch die Times New Roman. Sie sind sehr universell einsetzbar.
 - technisch anmuten, so zum Beispiel die Upright oder einfach sehr sachlich, wie die Arial. Sie sind sehr gut für alles aus der Technik, der Technikgeschichte und für vieles aus den Naturwissenschaften geeignet.
 - sehr persönlich, geradezu intim wirken, so die Handschriften und die stark an Handschrift angelehnte Roughly Write. Sie eignen sich im Prinzip für alles, was Emotionalität signalisieren soll, zum Beispiel Regionalkalender („Mein Bergisches Land“).
11. Nehmen Sie sich viel Zeit für die Produktbeschreibung, die Auswahl der Handelskategorien und der Schlagwörter! Prüfen Sie sich selbst: Mit welchen Begriffen würden Sie Ihren Kalender im Internet suchen? Weniger ist mehr! Weil der Handel die Zahl der Schlagwörter in den Katalogen begrenzt. Beschränken Sie sich also auf die prägnantesten, passendsten Begriffe!