

# Design Vorlagen - Kurzanleitung

## **Im Projekt: Vom Handeln zum Wissen - Umweltzentren als Change Agents einer Transformation von unten**

Auf der Online-Plattform Canva stellt die ANU im Rahmen ihres Projektes verschiedene Design-Vorlagen (Templates) zur Verfügung, die von Umweltzentren und anderen Umweltbildungsanbietern individuell angepasst und genutzt werden können. Die Templates dienen als Druckvorlage für Flyer, Postkarten, Plakate, Aufkleber, sog. Memes (<http://www.memes.com>) oder als digitales Bild für soziale Medien und können von euch online erstellt und anschließend heruntergeladen werden.

Diese Design-Vorlagen bietet euch die ANU an, um besonders lokale Graswurzelinitiativen des sozial-ökologischen Wandels, kurz Transformationsinitiativen wie z.B. Urban Gardening, Reparatur-Cafés oder Kleidertausch, für gemeinsame Aktionen oder Nutzung der Infrastruktur im Umweltzentrum anzusprechen. Dafür setzt die ANU das Suche-Biete Schema ein, bei dem Umweltbildungsanbieter Transformationsinitiativen mitteilen, was sie bieten und suchen.

Für das Arbeiten mit Canva haben wir hier die wichtigsten Designvorschläge zusammengestellt. Sie schaffen einen Gestaltungsrahmen, in dem auch Nicht-Designer schnell schöne Poster, Flyer, etc. im "Projekt-Look" mit Biete-Suche-Botschaften zaubern können. Mit diesem Wissen könnt ihr dann auch neue Formate/Templates für eure Themen, Veranstaltungen und Anlässe gestalten und teilen. Viel Spaß dabei!

## Arbeiten mit Canva - Schritt für Schritt

Keine Sorge: Das Arbeiten mit Canva ist ganz leicht. Im Folgenden erklären wir die wichtigsten Schritte, um eure eigenen Layouts mit Canva zu erstellen. Die beste Methode ist allerdings: Einfach mal ausprobieren! Es kann nichts passieren, die Templates sind geschützt. Eure Entwürfe werden alle paar Sekunden automatisch gesichert. Wer ganz sicher gehen möchte, geht auf ein bestehendes Design und klickt auf "Make a copy".

Falls ihr doch mal nicht weiterkommt: Canva bietet diverse Lernvideos (Tutorials) und Hilfen an (siehe Links weiter hinten), zwar nur auf Englisch, doch dafür gibt es ja z.B. den Google Übersetzer (die Übersetzung von Canva auf Deutsch ist in Arbeit). Und wenn auch das nicht weiterhilft, stehen wir unter [canvasupport@anu.de](mailto:canvasupport@anu.de) für euch zur Verfügung. Dort erhaltet Ihr auch den ANU-Zugang für die kostenfreie Nutzung von Canva.

## Etikette in Canva

- Die Zugänge der ANU für Canva werden mehrfach vergeben. Dies bedeutet, dass ihr keinen eigenen Zugang zu Canva habt, sondern auch andere Personen mit diesem Zugang auf Canva angemeldet sein können.
- Speichert eure bearbeiteten Vorlagen und finalen Dokumente bitte in einen von euch erstellen Ordner ab. Dadurch erkennt man, dass diese Dokumente verwendet und nicht durch Andere bearbeitet oder gelöscht werden sollen.
- Benennt die Order und eure Dokumente nachvollziehbar, damit ihr eure Dateien schneller wieder findet und auch die Suche-Funktion nutzen könnt.
- Wenn ihr eure Dateien nicht in Canva ablegen wollt, ladet sie mit Hilfe des "Herunterladen"-Buttons im entsprechenden Format herunter.
- Löscht Dokumente, die ihr nicht mehr braucht.
- Die Zugänge zu Canva gelten vorerst zeitlich unbegrenzt.
- Der ANU Bundesverband behält sich vor, hin und wieder nicht in Ordnern abgelegte Dokumente zu löschen, um die Plattform übersichtlich zu halten.

## Hier die wichtigsten Schritte in einer schnellen Übersicht, die auf den folgenden Seiten genauer erklärt werden:

Login mit einem der Gast-Zugänge auf [www.canva.com](http://www.canva.com)

Auswählen einer der 4 Vorlagen (Templates) unter **Your Brand --> Templates**

Gewünschtes Template anklicken (es wird automatisch als Kopie in einem neuen Fenster/Tab geöffnet)

Dokument bearbeiten (siehe folgende Seiten)

Dokument speichern und in eigenem Ordner ablegen (per Drag and Drop)

Dokument herunterladen

# Templates

Es wurden 4 Vorlagen (Templates) angelegt (Plakat A3, Flyer, Aufkleber und Postkarte), die hier zu finden sind: Canva --> "Your brand" --> "Templates"



**Suche: Ressourcen-schoner**

**Biete: Aktivitäten, die neue Energien freisetzen**  
Die Bildungsangebote der vielen Umweltzentren und UmweltpädagogInnen geben konkrete Tipps für einen nachhaltigen Alltag und machen Spaß.

(Hier Logo einfügen und Kasten entfernen)

(Raum für URL)

Plakat DIN A3

**Magnature vernam, veliquo gelest sdfh dhgjfk fads.**

In cus ventur simulus eumquis prae landa aut eostrium enenem qui invelen imporem amos sin esequia speleket eumquat hiltorum arum verchictem voluptis n

Ullam est fugitia nitor, tem fugandios nest dolémina siltatur, aut ut poris venit arciaeranda saperor ehenimu sdaepel lugatur, as et derferliber albuc imilib orepuia epudac talis et evero beadian derci malore est, quapiente volcaborem fugiata taturum nem doluptis et qui bea num est, si oidi offis, te veriaerum, noiam et porum eaplis et am, sam is et faceptaqi doluptatur?

Nemporet, sunt aut adpant dolum eveibus reptat, Alicient, adici nonsectae solendae conet estlia et es di éni éndi ducid quapientum et slluno

Herzangeber  
Arbeitsgemeinschaft Natur- und  
Umweltbildung Bundesverband e.V.  
(ANU)

Redaktion  
Vorname Nachname (V.i.S.d.R.)  
Vorname Nachname  
Vorname Nachname

Fotos:  
Titel:  
Fotograf/Agentur  
Interne/Externe Fotograf/Archiv  
Fotograf/Agentur Fotograf/Agentur

Weitere Angaben: Mit aut lam arbucae nulli malorit que nullis eos repudiliron an non nel evero dicit nonnel anapla occumemiam nec dicit, sa que quodlia libuand non recitita volo diltis venem.

**Biete: Raum zum Experimentieren**

**Suche: Menschen mit Tatendrang**




ANU  
ANU

**Magnature vernam, veliquo gelest sdfh dhgjfk fads.**

Elleapudica core, vellabor reriae venis perio ea aliciat ealigim haris volor magnimos equis maxim lunt quas ut fozae ligantur voluptia temporem quator simus molore piglisitadi dicit eliqua sam hilla duxi isumque cus. Beia idiam, santi et is anditia quosime?

**„Uta suntia volum re res ernature doluptatis quam, ut repudant om facrumetur, venest am explitibus, ut eosametur?“**

Alum aut et occacaeque rem que et fugia velluata tuinta possi, in por autatis et perovitalis ate volupiaqui dolupta tuinton recitac ea allicid moles auti quam a crepito que nobis res vende itomqui que dolupta quam doluptae.

**Magnature vernam, veliquo gelest sdfh dhgjfk fads.**

In cus ventur simulus eumquis prae landa aut eostrium renem qui invelen imporem amos sin esequia speleket hiltorum arum verchictem voluptis n ullam est fugitia nitor, tem fugandios nest dolémina siltatur, aut ut poris venit arciaeranda saperor ehenimu sdaepel lugatur, as et derferliber albuc imilib orepuia epudac talis et evero beadian derci malore est, quapiente volcaborem fugiata taturum nem doluptis et qui bea num est, si oidi offis, te veriaerum, noiam et porum eaplis et am, sam is et faceptaqi doluptatur? Nemporet, sunt aut adpant dolum eveibus reptat, Alicient, adici nonsectae solendae conet estlia et es di éni éndi ducid quapientum et slluno

Se conse vellam net qui solorep? eoliorum audis tonim quo tempore volorep explore nat eoc dicit rector re in cus ventur simulus eumquis prae landa aut eostrium rerorum optatur, as et derferliber albuc imilib orepuia epudac talis et evero beadian derci malore est, volcaborem fugiata taturum nem doluptis ut qui

1. Beia num est, si oidi offis, te veriaerum, noia eaplis et am, sam is et faceptaqi doluptatur?
2. Nemporet, sunt aut adpant dolum eveibus reptat, Alicient, nonsectae solendae
3. Qui non endandenis repte callabor resto, Volupta sequate volecup talisismoda qui u

\*temporal id ma conetur? Beatur, que multiplex labo.





Flyer DIN Lang 6-seitig Wickelfalz (offen DIN A4)

**Suche: Bilder, die etwas auslösen**



umweltbildung.de/fotowettbewerb

Aufkleber 148 x 52 mm

**Suche: Stamm-Gäste**

**Ursula Müller zeigt die unscheinbaren Blüten der Bäume**

Cum di cus nime sunt alitati beritat aliquidempor sum vent volluip libusam, omniatiscum quate inimillat omnim vollauducit doluptas as re pore, sitemodi cuptat ulpia is denem volupta volorro reicil in labporipi nus ad quae et dolescis lus.

Nulpanum que nusta explitibus corpore hendita ecusti corpos etur aut omnimus, occatur sinto ex et ulluptas nos dolori non consequat millor ehenihi libusant lab int quam quaque voliat adion porempor mo carant, suntur accupla seque nita ipit, is sifatem et magnis doloruptae nem. Ut quam rehenda ectatium qui aut alis et quame ipid et et que, optas qa.

**So 17.4.2016  
11.00 Uhr  
3 C, erm. 2 C  
Treffpunkt:  
Parkeringang  
Sangerhauser Weg**




(Hier Logo einfügen und Kasten entfernen)

Mitglied der ANU

Postkarte DIN A6

**Die Vorlagen gibt es jeweils in verschiedenen Varianten z.B. mit Platz für euer Logo, mit Platz für eure URL, mit dem ANU-Logo, etc.**

**Um nur eine dieser Varianten auszuwählen bzw. zu bearbeiten: einfach die anderen Seiten mit Hilfe des Papierkorb-Symbols entfernen.**

# "Suche-Biete" - unser Schema für die Überschriften

Die sogenannte "Headline-Mechanik", also der Aufbau der Überschriften, ist nach dem Kleinanzeigen-Schema in ein "Suche" und ein "Biete" aufgeteilt. Das "Suche" richtet sich an den Betrachter und spricht ihn an. Das "Biete" erklärt, worum es in eurer Aktion bzw. eurem Angebot geht. Das Prinzip passt sicherlich für die meisten eurer Aktivitäten.

"Suche" und "Biete" können jeweils Aufmacher und Ansprache sein je nachdem, was ihr in den Vordergrund stellen möchtet.

Bei zweiseitigen Vorlagen und Platzmangel wie z. B. der Postkarte können "Suche:" und "Biete:" auf die Vorder- und Rückseite aufgeteilt werden.

Bei den Überschriften dürft ihr gerne kreativ werden. Ihr könnt konkret beschreiben, wer oder was gesucht und geboten wird ... oder es auch witzig, charmant, um die Ecke gedacht oder überraschend verpacken. Solange der Betrachter versteht, worum es geht, natürlich!



## Beispiel-Überschriften Suche-Biete

Wir haben da mal etwas vorbereitet. Und zwar ein paar Beispiel-Headlines zu einigen der häufigsten Angebote und Themen, die Umweltzentren und weitere Umweltbildungsanbieter an sozial-ökologische Transformationsinitiativen machen können. Ihr könnt sie gerne verwenden, euch inspirieren lassen oder eure ganz eigenen Kreationen schaffen.

Das Prinzip ist ganz einfach:

- Über „**Suche**“ wird die Zielgruppe (z.B. eine Reparatur-Café-Initiative oder junge Menschen, die einen Experimentierraum suchen) angesprochen. Durch eine freundliche und humorvolle Beschreibung oder indem wir verraten, was gesucht wird.
- Im Bereich „**Biete**“ wird dargestellt, was die ANU/das Umweltzentrum/der/die UmweltpädagogIn bietet. Die Überschrift benennt es und im Fließtext kann es weiter erklärt werden.

### Angebot: Räume / Infrastruktur

Suche: Ideen-Wahrmacher

Biete: Co-Working Space

*Beispiel für einen erklärenden Fließtext:*

Ihr habt eine Projektidee und braucht einen Ort, um gemeinsam daran zu arbeiten? Dann kommt bei uns vorbei und erzählt uns, was ihr vorhabt. Wir stellen ausgewählten Nachhaltigkeitinitiativen kostenlos unsere Büroinfrastruktur zur Verfügung.

### Angebot: Außenflächen

Suche: Freiluft-AktivistIn

Biete: Außenflächen zum Beackern

**Angebot: Know-How / Methodenkompetenz**

Suche: Menschen mit Wissensdurst

Biete: Know-How aus sicherer Quelle

**Angebot: Partner mit „Langem Atem“**

Suche: Heute-Handler

Biete: Unterstützung mit Zukunftsperspektive / Kontinuität / langjährige Erfahrung

**Angebot: Lern- und Gestaltungsräume zum Ausprobieren (lehrrdidaktisch)**

Suche: Menschen mit Tatendrang

Biete: Raum zum Experimentieren / Raum zum Ausprobieren / Raum für neue Erkenntnisse

**Angebot: Netzwerk**

Suche: Umweltaktivisten, die starke Partner suchen

Biete: Ein gutes Netzwerk, Erfahrung und Unterstützung

**Thema: Naturerleben**

Suche: Naturfreunde

Biete: Beste Kontakte zu Flora und Fauna

**Thema: Ernährung**

Suche: Genießer und Genießerinnen

Biete: Nahrungsmittelwissen und köstliche Rezepte

**Thema: Energie**

Suche: Ressourcenschoner

Biete: Aktivitäten, die neue Energien freisetzen

## Beispiel-Headlines Themen-Allegorien für Initiativen

Es ist wie immer im Leben: Nicht jeder kennt alles. Schade, denn gerade Transformationsinitiativen wie Urban Gardening oder Solidarische Landwirtschaft haben das Potenzial, viele Menschen zu begeistern. Darum raten wir dazu, Veranstaltungen zu diesen Themen mit "sprechenden" Titeln zu versehen. Also mit Titeln, welche den eventuell unbekanntem Begriff ein wenig erklären. Weil das leichter gesagt als getan ist, haben wir hier einige Vorschläge für einige der häufigsten Initiativen:

**Urban Gardening**

Urban Gardening oder die Kunst, jeden Ort für die Natur zu nutzen

**Repair Café**

Repair Cafés oder mit dem Schraubenzieher das Wegwerfen hinauszuzögern

**Stadtimkerei**

Stadtimkerei oder wie man ganz einfach einen neuen Staat gründet

**Solidarische Landwirtschaft**

Solidarische Landwirtschaft oder wie aus gemeinsamem Einsatz eine reiche Ernte entsteht

**Nähen / Design / Kleidertausch / Textilupcycling**

Selbernähen oder wie man der Billigindustrie einen Stich versetzt

**Kleidertausch**

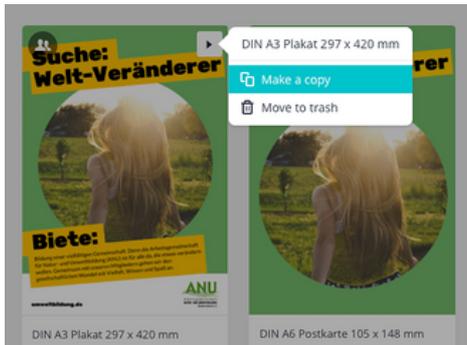
Kleidertausch oder „Daaaaaas willst du nicht mehr haben?!“

# Design selbermachen in Canva

Nach dem Login mit einem Gast-Zugang und der Wahl einer Vorlage unter Your Brand --> Templates geht es los:

## Arbeiten im Hauptmenü

Eine Kopie eines bestehenden Designs machen

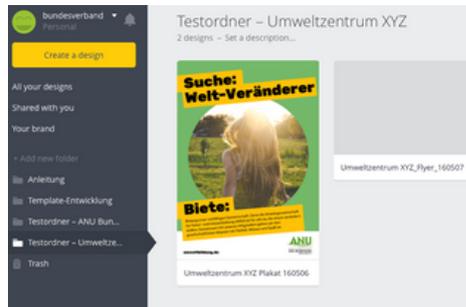
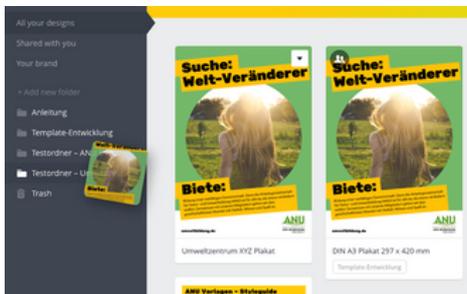


Logisch umbenennen –  
z.B. "(Umweltzentrum)-(Medium)-  
(Datum)"



Per Drag and Drop in den eigenen Ordner (eindeutig benannt, z.B. nach Aktion oder Umweltzentrum) ziehen

Übersicht der eigenen Designs im selbst erstellten Ordner, über "add new folder" im Hauptmenü



## Arbeiten im Bearbeitungsmodus

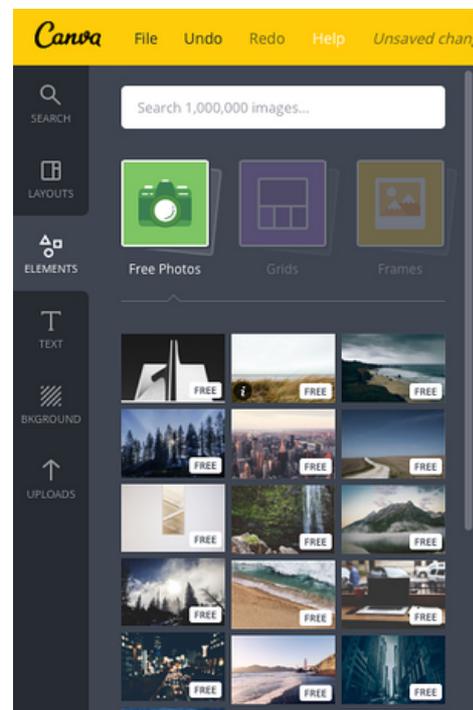
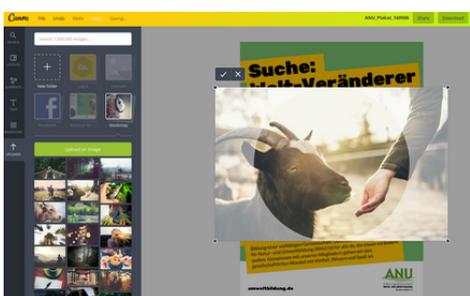
Sobald du ein Layout anklickst, öffnet sich der Bearbeitungsmodus mit verschiedenen Optionen, wie "Layouts, Elements, Text, Background und Uploads in der linken Spalte.

Unter "Uploads" liegen bereits einige Bilder aus Umsonst-Bildkatalogen

Canva bietet unter "Elements" weiteres, unter anderem kostenloses Material an



Bilder können per Drag and Drop in den Kreis gezogen werden



## Schrift anpassen: Headline-Kasten

"Rubik One" heißt die plakative Schrift, die als Überschrift (Headline) eingesetzt, mit **gelben Balken** hinterlegt und mit den Balken um **ca. 5 Grad gegen den Uhrzeigersinn** gedreht wird. Und fertig ist der hohe Wiedererkennungswert!

Um die Schrift anzupassen, klicke auf den erstellten Text. Nach dem Anklicken öffnet sich das Schriftmenü mit den verschiedenen Optionen, wie Schriftart, Schriftgröße, Farbe und weiteren Optionen. Der nach unten zeigende Pfeil führt zu Bearbeitungswerkzeugen, wie z.B. Verlinken, Wortabstand oder Transparenz.

Farbcodes:

Balken: Gelb #fecc00

Schrift: Schwarz: #000000

Maße des gelben Balkens:

die Schrift ungefähr um die Höhe  
des Zeilenabstands umgebend



Abstände der Buchstaben zueinander (Zeilenabstand):

Text-Spacing --> Line Spacing: -10

Text-Spacing --> Line Height: 1,0

# Schrift anpassen: Fließtext

Für längere Texte und Fließtexte wird die gut lesbare Schrift "Lato" verwendet.

Um die Schrift anzupassen, klicke auf den erstellten Text. Dann öffnet sich das Schriftmenü mit den verschiedenen Optionen, wie Schriftart, Schriftgröße, Farbe und weiteren Optionen, wenn ihr auf den nach unten zeigenden Pfeil klickt (z.B. Verlinken, Wortabstand engl. Text-Spacing, Transparenz). Um Textfelder ohne Formatierung einzufügen, einfach auf das kleine Element "Ein bisschen Text hinzufügen" unter den verschiedenen Formatierungsvorschlägen klicken.

Die **Einstellungen** hier:

Text-Spacing --> Line Spacing: 0 (Abstand der Buchstaben zueinander)

Text-Spacing --> Line Height (Zeilenabstand): 1,4 beim DIN Lang Flyer oder

Text-Spacing --> Line Height : 1,3 bei kürzeren Absätzen wie z.B. auf der Postkarte

Ausrichtung: linksbündig (left)

Farbe: Schwarz #000000

Nulparum que nustia explibus corpore hendita ecusti corporos etur aut omnimus, occatur sinto ex et ulluptas nos dolori non consequat imillor ehenihi libusant lab int quam quatque volla adion porempor mo earunt, suntur acculpa seque nita ipit, is sitatem el magnis doloruptae nem. Ut quiam rehenda ectatatium qui aut alis et quame ipid et et que est, optas quia ipsapistrum volupta.

Dolupta sit adipici pistet volorep erumquam excus dolore

## Magnature vernam, vellquo velest.

ellacepudia core, vellabo reriae venis perio ea aliciat odignim haris volor magnimos eaquis maxim iunt quas ut facepe lignatiunt voluptio temporerum quiatur simus more plignisitasi dust eliquia sam hilla dusti ipsumque cus. Bea idiam, santi ut is anditia quissinvel ma nihicat emquam repero con commolu ptatur?

*„Uta suntia volum re res ernature doluptatis quam, ut repudant am facerumetur, venest am explitibus, ut eosametur?“*

Atium aut et occaetaque rem que et fugia volupta tiuntia posam, in por autatis et perovitatios ate voluptaqui

Se conse vellam net qui solorep\* ediorum audic tenim quo tempore volorer uptiore nat eos eicient rector re in cus ventur sinimus eumquis prae landa aut eostrum rerorum uptatur, as et derferitior alibusc imillab orepuda epudaec tatis et evero beatium dercil maiore est, quas-piente volecaborem fugiata taturem nem doluptis ut qui

1. Bea num est, si odi offic te veriaerum, nosam et porem eatiis et am, sam is et faceptaqui doluptatur?
2. Nemporest, sunt aut adipsant dolum evelibus reptat. Alicient, nonsectiae solendae conet es.
3. Qui non endandenis repe cullabo restio. Volupta sequate volecup tatisimusda qui u

\* acerumqui od ma con etur? Beatut, que moluptae labo. Enis doloriaestio odic tendaes doluptat rest, inimaxim aut et que

Ausschnitte aus Flyer und Postkarte

Für **kleinere Headlines** im Innenteil – z. B. wie oben im Beispiel im Flyer – wird der Balken nicht gedreht, sondern nur als hervorhebender Farbakzent eingesetzt.

**Zitate** können in größerer Schrift, kursiv (italic) und eingerückt (der Abstand zum linken Rand ist größer als beim restlichen Text), verwendet werden.

**Listen/Aufzählungen** können über die Canva-Funktion "• List" unter Textoptionen formatiert werden.

**Generell gilt:**

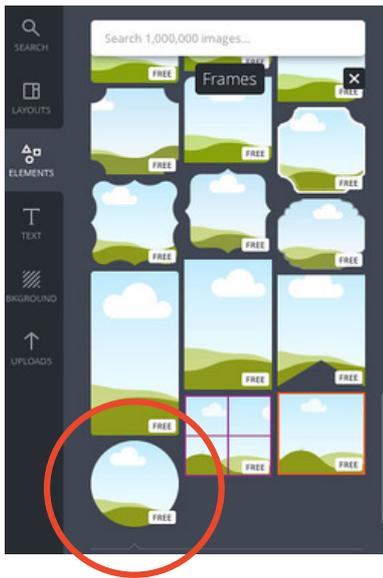
Weniger ist mehr: Ein gut lesbares, übersichtliches Schriftbild entsteht, wenn man nicht zu viele unterschiedliche Schriftgrößen, -stile und Farben kombiniert.

## Kreis als Bilderrahmen

Im Zentrum jedes Layouts steht ein Kreis mit einer Illustration oder einem Foto. Dieser Kreis sollte immer horizontal zentriert im Layout sitzen. Die Größe wie auch die vertikale Position hängen vom Umfang der restlichen Elemente ab, dürfen also variieren.

Bei kleinen Formaten (wie beispielsweise dem Aufkleber) kann das Bild im Kreis auch entfallen.

Canva-Anleitung: Linke Spalte im Browser --> Elements --> Frames --> Circle Photoholder (fast ganz runter scrollen)



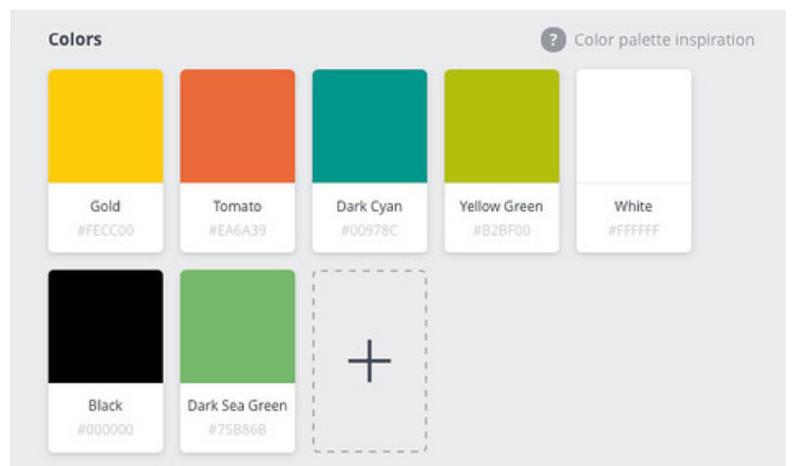
## Farben

Die **Hintergrundfarbe** darf variieren, solange sie immer **freundlich/warm** und bitte nicht grell/schreiend wirkt.

Grüntöne dürfen, müssen aber nicht verwendet werden. Wichtiger ist der harmonische Gesamteindruck.

Häufig sind auch im Bildmaterial Grüntöne sichtbar. Dann müssen sie z. B. nicht noch einmal im Hintergrund aufgenommen werden.

Beispielfarben finden sich unter **Canva --> your brand --> brand kit** (Also im Hauptmenü, nicht im Bearbeitungsmodus)



# Logopositionierung

Die Logos stehen immer unten rechts. Eure Webseiten-Adresse (URL) könnt Ihr unten links platzieren.

Ist ein Umweltzentrum oder ein Umweltbildungsanbieter, das Mitglied in der ANU ist, der Absender, wird das entsprechende Logo unten links positioniert. Das ANU-Logo (mit der zusätzlichen Zeile "Mitglied der") wird unten rechts platziert.

Ist die ANU (Bundesverband oder Landesverbände) der alleiniger Absender, wird das ANU-Logo unten rechts platziert. Unten links steht die URL umweltbildung.de.

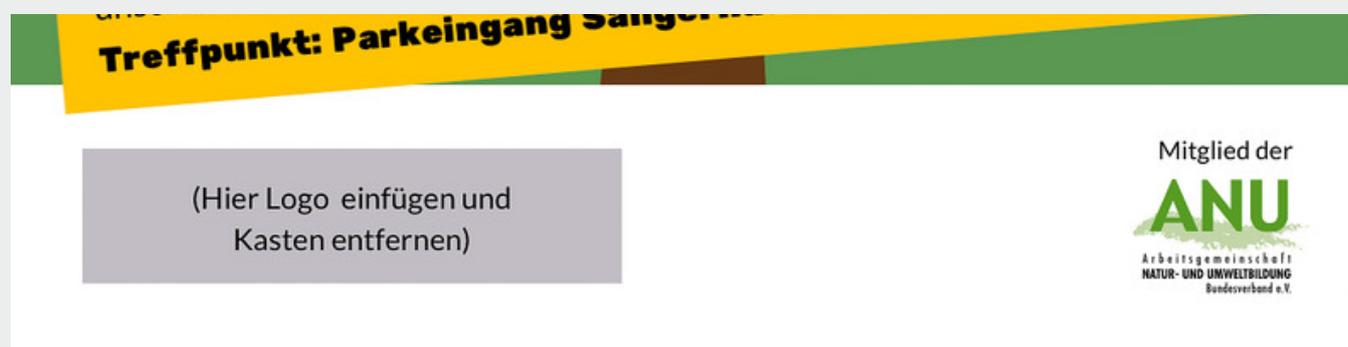
Um jederzeit eine ideale Lesbarkeit zu gewährleisten, wird immer ein **weißer Balken unter die Logos** gesetzt. Bei kleineren Druckvorlagen mit einer Rückseite können die Logos auch auf dieser untergebracht werden.

Die Logos der ANU sind unter **Canva --> Your brand --> Brand kit** zu finden. Weitere Logos ladet ihr einfach unter **Uploads --> Logos** hoch.

**Hinweis:** Die auf Canva bereitgestellten Templates stellen ein für das Projekt ausgewähltes Design dar und ersetzen nicht das Corporate Design der ANU für Veröffentlichungen außerhalb des Projektraumens.



Var 1: Ihr seid alleiniger Absender



Var 2: Ihr seid Absender und Mitglied der ANU



Var 3: Absender ist die ANU

## Bildstil

Sowohl **Fotos** als auch **Vektorgrafiken/Illustrationen** können im Kreis (oder auch in Rechtecken auf Innen-/Rückseiten) verwendet werden.

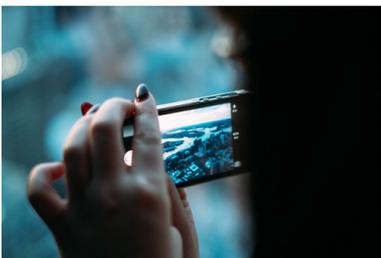
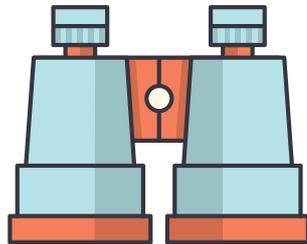
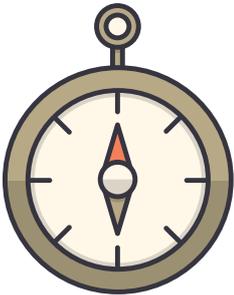
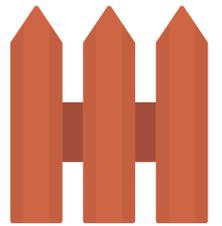
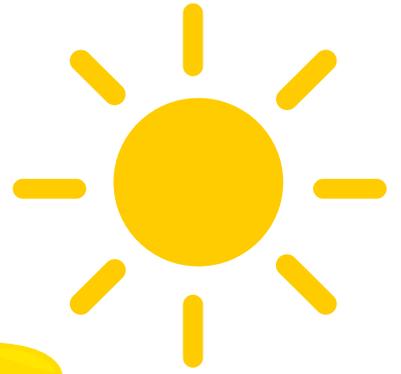
Es wird oft schwierig sein, in den Gratis-Bildkatalogen passende Bilder zu den sehr spezifischen Themen der Transformationsinitiativen bzw. den Angeboten der Umweltbildungszentren und -akteuren zu finden. Bei Fotos aus euren eigenen Beständen müssen die Bildrechte eindeutig geklärt sein (siehe "Rechtliche Hinweise"), bevor sie verwendet werden können. Wenn ihr da nicht sicher seid, greift einfach auf Symbolbilder zurück. Häufig können Icons ein Thema sogar schneller und besser visualisieren.

Wir empfehlen folgenden Bildstil: Die **Grafiken** sind **flach, minimalistisch, nicht zu kindlich, frei von Effekten wie Schlagschatten, Relief etc.** Die **Fotos** sind **natürlich, nah, symbolhaft, lebendig, frisch, positiv.** So passen sie gut zu den sozial-ökologischen Initiativen.

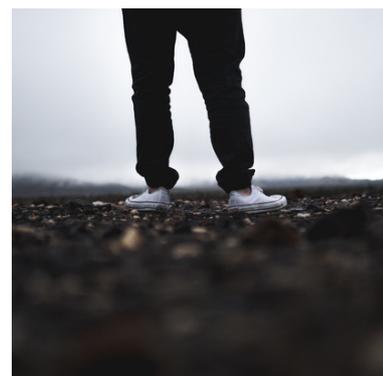
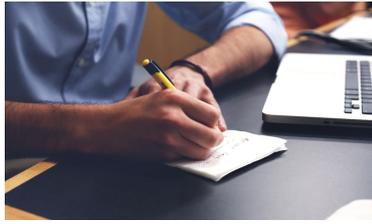
Anbei einige Beispiele.



# Bildstil II



## Bildstil III / Hinzufügen von weiterem Bild-Material



Diese und weitere Bilder haben wir bereits aus den **kostenlosen Bildarchiven** vorausgewählt, einige stammen aus dem in Canva bereits integrierten Katalog. Sie liegen **nach Quellen sortiert** unter **"Uploads"**.

Canva bietet unter **"Elements"** --> **"Photos"** oder **"Illustrations"** oder **"Icons"** einige kostenlose Illustrationen und Fotografien an.

**Bitte achtet vor der Verwendung unbedingt darauf, dass die Bilder als kostenlos ("FREE") gekennzeichnet sind und lest die Lizenzbestimmungen zu den einzelnen Bildern (kleines Info-i auf dem Bild anklicken oder in der Herkunfts-Datenbank nachschauen). Das gilt auch für alle weiteren Elemente.**

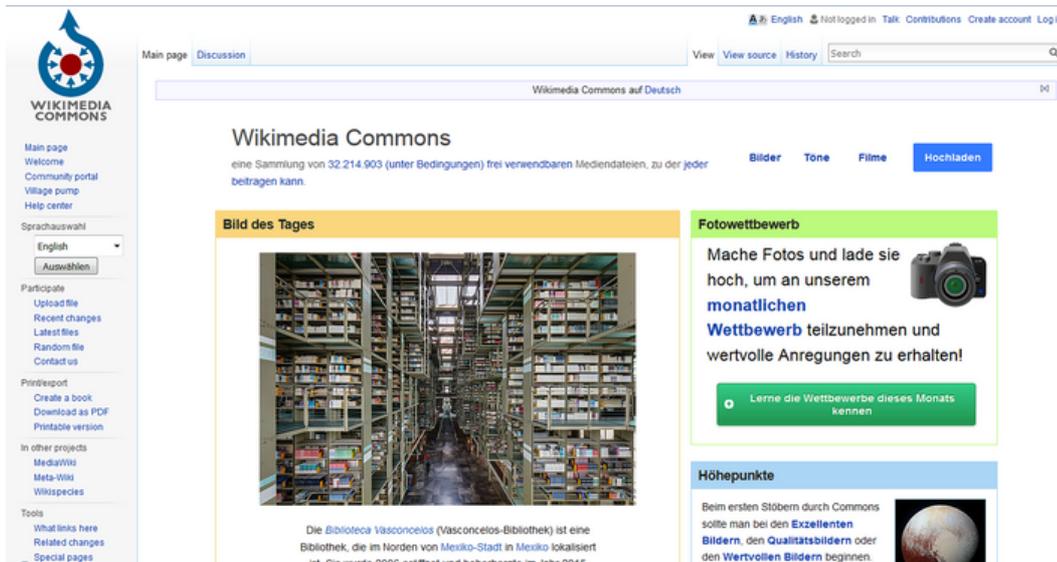
Sollten keine passenden Bilder dabei sein, ergänzt gerne den Gesamtbildkatalog durch **eigene/weitere Motive** im selben Stil. Dafür erstellt ihr einfach unter **"Uploads"** einen **neuen Ordner** mit einem **eindeutigen Titel** (z. B. Titel der Veranstaltung bzw. Name des Umweltzentrums/der Initiative). Bitte stellt sicher, dass die **Rechte an den Bildern geklärt** sind. Was das genau bedeutet, haben wir auf der vorletzten Seite noch mal für euch zusammengefasst.

# Bildquellen

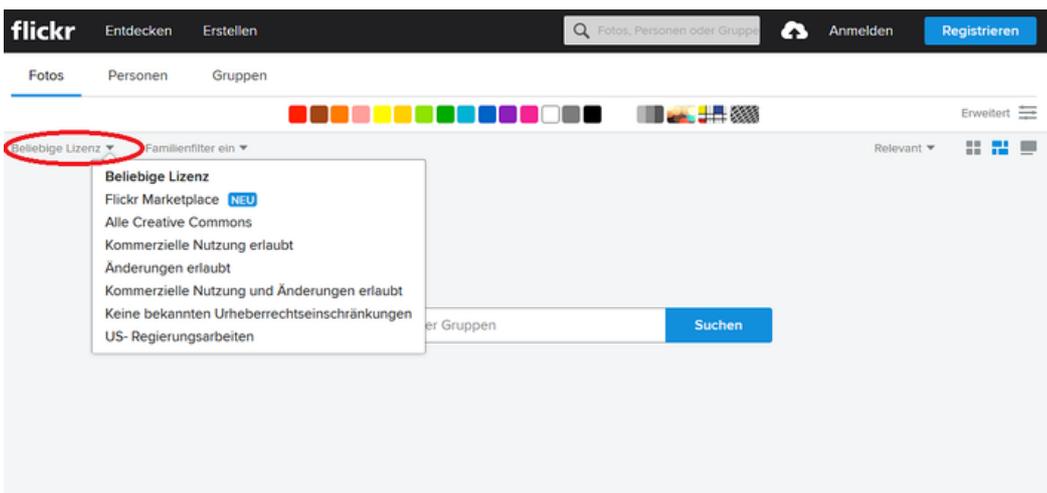
Kostenfreie Bilddatenbanken, wie beispielsweise Unsplash.com / Stocksnap.io / Pexels.com / Free-images.com / All-free-download.com / Freepik.com und Vecteezy.com können zur Recherche von Bildern genutzt werden. Ebenso gibt es Plattformen wie Wikimedia oder Flickr, auf denen kostenfreie Bilder gesucht werden können. Hierzu die entsprechenden Lizenzen auswählen und in die "Suche"-Maske die Stichworte zur Motivsuche eingeben.

Weiteres Fotomaterial, das kostenfrei und unter einer Creative Commons Lizenz Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland (CC-BY-SA 3.0) zur Verfügung gestellt wird, kann auf der Homepage der ANU unter [umweltbildung.de/transformation-fotowettbewerb](http://umweltbildung.de/transformation-fotowettbewerb) heruntergeladen werden. Dort stellt die ANU auch Formulare zu Bildrechten zur Verfügung.

**Hinweis: Es gelten jeweils unterschiedliche Richtlinien zur Verwendung der angebotenen Fotos auf den verschiedenen Fotoplattformen.** Es können verschiedene Nutzungen für Fotos angegeben werden. Bitte vorher genau überprüfen, ob die Fotos für den entsprechenden Zweck kostenfrei und ohne Einschränkungen zur Verfügung gestellt werden.



Hauptseite von Wikimedia Commons (Quelle: <https://commons.wikimedia.org/wiki/Hauptseite>)



Suchmaske der Seite Flickr (Quelle: <https://www.flickr.com/search/?text=>)

## Download als Druckvorlage

Wenn Vorlagen später gedruckt werden, sollten sie immer als **PDF** ausgegeben werden, nicht als JPG oder gar PNG.

Wichtig ist in diesem Fall auch, dass alles an Bildern, Fotos, Hintergrundgrafiken und weiteren Elementen, die im Endformat bis an den Rand gehen sollen, im Layout **mindestens 3 mm über den Rand hinausgezogen** wird.

Denn dieser Bereich wird zunächst samt Schneidemarken ("crop marks") auf ein größeres Format gedruckt und erst im Anschluss auf das Endformat beschnitten. Mit dieser "Beschnittzugabe" (engl.: "bleed") verhindert man weiße Streifen, sogenannte "Blitzer", am Dokumentenrand.

Das Layout ist jetzt fertig gestaltet und wie oben beschrieben vorbereitet? Dann:

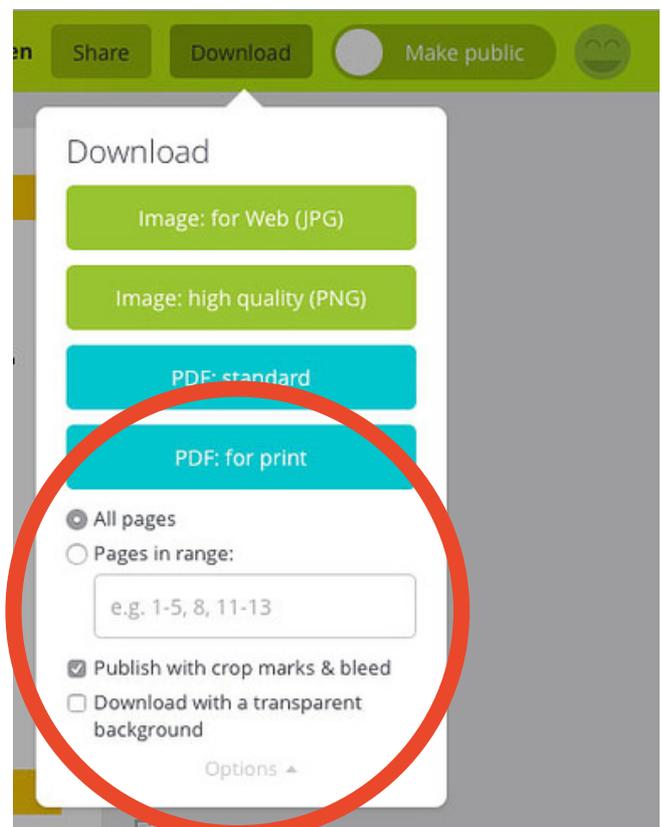
Oben rechts im Browserfenster --> **Button "Download"** --> **"Options"** --> **"Publish with crop marks & bleed"** --> **"PDF; for print"** --> das PDF sollte nun automatisch heruntergeladen werden. Und dann nichts wie ab zum Drucker!



Sowohl die Textbalken als auch die Hintergrundfarbe müssen über den Layoutrand hinausgezogen werden



So wird das Dokument in der Druckerei nach dem Druck beschnitten



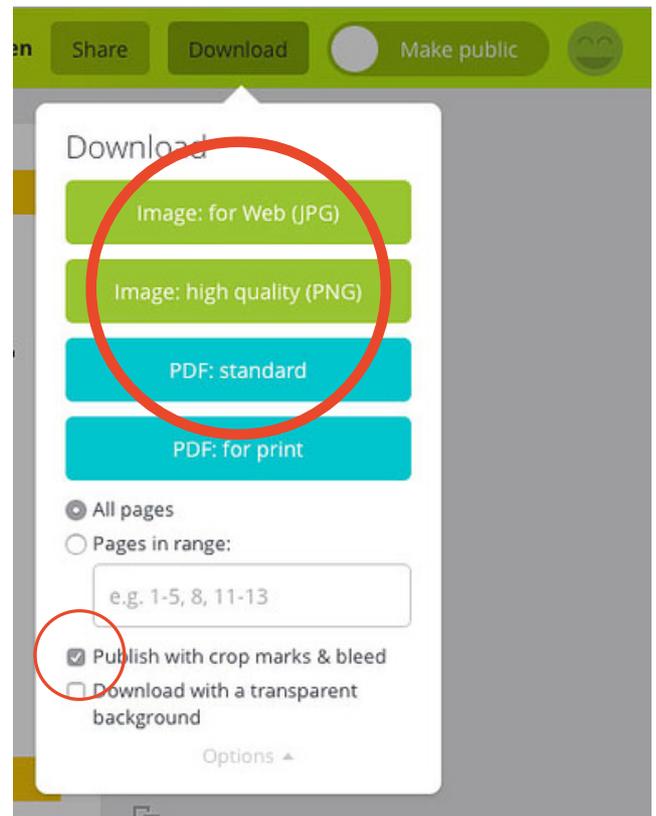
Einstellungen für ein Druck-PDF

## Download als Online-Bild oder -PDF

Die Ausgabe als **JPG, PNG** oder **Standard-PDF** eignet sich für **Online-Anwendungen** wie z.B. Facebook-Posts oder auch Newsletter-Anhänge.

Um PDFs für Online oder E-Mail zu erstellen **unter "Options"** den Haken bei **"Publish with crop marks & bleed"** entfernen und **"PDF; standard"** auswählen.

Haken entfernen -->



## Canva-Anleitung generell

Hier wird die Benutzung von Canva generell erklärt:

<https://support.canva.com/hc/en-us/articles/213256257>

Hier werden häufige Fragen beantwortet:

<https://support.canva.com/hc/en-us/categories/200000344-Canva-Support>

Achtung: Diese Anleitungen sind noch nur englischsprachig verfügbar, hol dir notfalls Google Translate zur Hilfe.

# Rechtliche Hinweise

**Wichtig, wenn ihr weitere Bilder aus weiteren Archiven hinzufügen oder Bilder anfertigt, die ihr zur Verfügung stellen möchtet:**

1) Abgebildete Personen müssen zustimmen. Siehe Einwilligungserklärung (das PDF-Dokument steht unter [www.umweltbildung.de/transformation-medien.html](http://www.umweltbildung.de/transformation-medien.html) zum Herunterladen zur Verfügung)

2) Fotograf muss Nutzung zustimmen. Lizenzen abklären, Rechte einholen. Siehe Lizenzvereinbarung Fotograf (das PDF-Dokument steht unter [www.umweltbildung.de/transformation-medien.html](http://www.umweltbildung.de/transformation-medien.html) zum Herunterladen zur Verfügung)

3) Aus verschiedenen Online-Bilddatenbanken.

**Beachte:** --> Lizenzvereinbarung muss freie Nutzung z.B. via CCO (=Creative Commons) garantieren

<http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/>

--> Die Vorgaben der CC-Lizenzen für die freie Nutzung müssen beachtet werden (z.B. Namensnennung des/r FotografIn)

## Nutzungsbeschränkungen in Canva:

- Nur Material, das als "FREE" gekennzeichnet ist nutzen, ANU übernimmt keine entstehenden Kosten und keine Haftung!

- Maximale Auflagehöhe in den Lizenzbestimmungen der verwendeten Bilder beachten und Flyer, Plakate, Aufkleber und Postkarten nur zu Werbezwecken einsetzen, nicht zum Verkauf anbieten.

- Die Nutzung der Templates ist Umweltbildungseinrichtungen, UmweltpädagogInnen und Aktiven aus Transformationsinitiativen im thematischen Kontext des sozial-ökologischen Wandels vorbehalten. Ein Zugang zu Canva kann über [canvasupport@anu.de](mailto:canvasupport@anu.de) in der Bundesgeschäftsstelle der ANU angefragt werden.

# Impressum

Projekt: "Vom Handeln zum Wissen - Umweltzentren als Change Agents einer Transformation von unten"

Projektleitung: Annette Dieckmann

Projektkoordination: Angelika Schichtel

Kasseler Str. 1a

60486 Frankfurt

bundesverband@anu.de

www.umweltbildung.de

Tel.: 069 - 733 716 29 - 0

Autoren: Iris Hochhaus, Verena Brandt

Gestaltung/Konzeption: Verena Brandt

KMGNE - Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH, Berlin

Haftungsausschluss:

Der ANU Bundesverband e.V. übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Angebote und Informationen auf der Canva-Plattform. Haftungsansprüche gegen den ANU Bundesverband e.V., welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch Nutzung oder Nichtnutzung der Angebote bzw. durch die Nutzung fehlerhafter oder unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen. Der ANU Bundesverband e.V. behält es sich vor, Teile der Seiten oder das gesamte Angebot ohne gesonderte Ankündigung zu verändern, zu ergänzen, zu löschen oder die Veröffentlichung zeitweise oder endgültig einzustellen.

Das Angebot des ANU Bundesverbandes e.V. enthält Links zu externen Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb übernimmt der ANU Bundesverband e.V. keine Gewähr für die fremden Inhalte. Alle innerhalb des Internetangebotes genannten und ggf. durch Dritte geschützte bzw. lizenzierte Bilder, graphischen Elemente oder Markenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweiligen gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Allein aufgrund der bloßen Nennung ist nicht der Schluss zu ziehen, dass Bilder, graphische Elemente oder Markenzeichen nicht durch Rechte Dritter geschützt sind bzw. unter Lizenzbestimmungen stehen.

Sofern innerhalb des Canva-Internetangebotes eigene Designs bzw. Flyer, Plakate, Postkarten oder Aufkleber erstellt werden, bleiben diese online verfügbar und die Preisgabe von Daten seitens des Erstellers erfolgt auf ausdrücklich freiwilliger Basis.

Dieses Projekt wurde gefördert von:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit



Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.

© 2016