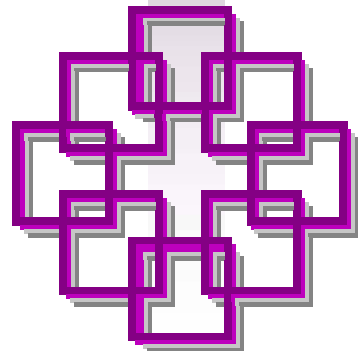


Leitfaden *Gemeindebrief*

Evangelisches Dekanat Rodgau
Öffentlichkeitsarbeit

Kai G. Fuchs



Inhaltsverzeichnis

1. Konzeptionelle Überlegungen

- Welche Ziele vertritt der Gemeindebrief? 3
- Welches Konzept steht dahinter?
- Was ist unser Gemeindebrief?

- Welche Zielgruppe(n) soll der Gemeindebrief vorrangig erreichen? 3
- Wer soll ihn überhaupt lesen?

- Wie heißt Ihr Gemeindebrief? 3

- Wer bezahlt den Gemeindebrief? 4

- Was kann man mit Anzeigen im Gemeindebrief verdienen? 4

2. Gestalterische Überlegungen

- Welches Format soll Ihr Gemeindebrief haben? 5
- Wie soll er denn aussehen? 5
- Welches Layout soll Ihr Gemeindebrief haben? 6
- Wie arrangiere ich Bild- und Textelemente? 6
- Wie bekommt unser Gemeindebrief ein Grundgerüst? 7
- Was steht in unserem Gemeindebrief wo? 8
- Braucht unser Gemeindebrief Farbe? 8
- Wie gestalten wir die Titelseite? 9
- Logo? Logo! 9

3. Die inhaltliche Gestaltung

- Was steht denn nun drin im Gemeindebrief? 10
- Quantität oder Qualität? 10

4. Die Produktion

- Vom Computer in die Briefkästen 11

1. Konzeptionelle Überlegungen

- Welche Ziele vertritt der Gemeindebrief?
- Welches Konzept steht dahinter?
- Was ist unser Gemeindebrief?

Der Gemeindebrief kann in der Arbeit der Kirchengemeinde zahlreiche Funktionen erfüllen:

- **Visitenkarte der Gemeinde** mit wichtigen Kontaktmöglichkeiten - diese bitte vollständig: Name, Funktion, Telefon, eMail-Adresse.
- **Werbemedium** für Veranstaltungen
- **Informationsquelle** für alle Leser (nicht nur für Insider)
- **Unterhaltungsmedium**
- **Wochenplan**
- **Theologischer Anreger**
- **Kritischer Beobachter** des gesellschaftlichen Geschehens
- (...)

- Welche Zielgruppe(n) soll der Gemeindebrief vorrangig erreichen?
- Wer soll ihn überhaupt lesen?

Ziel des Gemeindebriefes ist es generell, Informationen über die eigene Kirchengemeinde möglichst weit unter den Mitgliedern zu streuen. Das entspricht schließlich auch den demokratischen Strukturen der EKHN.

Außerdem ist der Gemeindebrief der „heimliche Riese“ unter den kirchlichen Publikationen. 60 Prozent aller Beziehenden lesen ihn zumindest in Auszügen.

Deswegen sollten Sie sich überlegen:

- Ist Ihr Gemeindebrief zurzeit eine Mitglieder- oder eine Mitarbeiterzeitung? Wie gehen sie mit so genannten „Kirchenfernen“ um? Interessiert sie Ihr Gemeindebrief?
- Wie und wo erreichen Sie Ihre Zielgruppe?
- Der Gemeindebrief muss nicht nur verteilt werden. Als Auslage, etwa in Arztpraxen, im Café, in Rathäusern, Apotheken, Geschäften, Hotels oder Pensionen taugt er allemal auf. Auf diese Weise informieren Sie auch Nicht-Mitglieder.

- Wie heißt Ihr Gemeindebrief?

Lassen Sie, wenn Sie mögen, Ihre Fantasie spielen, fangen Sie in der Gemeindebriefredaktion mal an zu spinnen. Bestimmt fällt Ihnen ein Name ein, der weniger nüchtern daherkommt als „Gemeindebote“, „Gemeinde aktuell“ oder einfach nur „Gemeindebrief“.

Natürlich sollte der Name nach Möglichkeit einen Bezug zum Gemeindeleben, zum Konzept der Öffentlichkeitsarbeit oder des Gemeindebriefes haben.

→ Wer bezahlt den Gemeindebrief?

Es gibt verschiedene Modelle der Finanzierung:

- aus Gemeindemitteln
- aus Spenden
- aus Anzeigenverkäufen

Gerade letzte Finanzierungsquelle ist in den vergangenen Jahren stark auf dem Vormarsch. Oft gehen vehement geführte Diskussionen zwischen Befürwortern und Gegnern der Anzeigenfinanzierung voraus.

Dahinter stecken Grundsatzfragen, die jede Gemeinde für sich klären sollte:

- Verkaufen Sie generell Anzeigen?
- Zu welchen Teilen sollen sich die Gemeindebriefkosten aus welchen Quellen decken?
- Wenn ja, an wen? Gute Geschäftspartner der Gemeinde (Gemeindefest, Kirchenrenovierung, Mobiliar...) oder solche, die Ihr Geld im kirchlichen Spektrum (Taufen, Trauungen, Beerdigungen) verdienen, sind am ehesten bereit zu investieren. Sprich: Bestatter, Floristen, Brautmoden, aber auch Metzgereien, Bäckereien, Partyservice.
- Schließen Sie bestimmte Anzeigenkunden von vornherein aus? Wer entscheidet darüber?
- Auf welchen Seiten platzieren Sie Anzeigen, auf welchen nicht? Tabu sind - zumindest zum normalen Preis - alle rechten Seiten sowie die erste und zweite, vorletzte und letzte Seite.

→ Was kann man mit Anzeigen im Gemeindebrief verdienen?

Bei einem Gemeindebrief im DIN A 5 - Format können Sie mit etwa 100 Euro als Anzeigenpreis für eine ganze Seite kalkulieren. Entsprechend: 50 Euro für eine halbe und 25 für eine viertel Seite.

Anzeigen, die kleiner als eine viertel Seite sind, machen mehr Arbeit als es die ganze Sache wert ist.

Überlegenswert sind gestaffelte Preise, die die Werbenden vom Kauf großer Anzeigen überzeugen (z. B. 40 € für 1/4 - 60 € für 1/2 - 100 € für 1/1 Seite). Das tut auch dem Gesamtlayout des Gemeindebriefes gut.

Achtung!

- Für Einnahmen aus Anzeigenverkäufen dürfen keine Zuwendungsbescheinigungen ausgestellt werden.
- Mehr als 10 - 15 Prozent der Gesamtseitenzahl sollten Sie nicht für Anzeigen einplanen.



2. Gestalterische Überlegungen

→ Welches Format soll Ihr Gemeindebrief haben?

Klassisch ist die DIN A 5 - Variante, weil sie einfach zu produzieren, handlich im Umgang und problemlos in jedem Briefkasten zu versenken ist.

Wer aus der Norm herausragen will, löst sich von den DIN-Vorgaben und entwickelt ein eigenes Format. Dies wirkt sich allerdings auf den Preis aus: zum einen, weil größere Papierbögen in der Druckerei passend zugeschnitten werden müssen, zum anderen, weil dann simples Kopieren als Variante der Vervielfältigung nicht mehr möglich ist.

Zudem bieten alle gängigen Layout-Programme für Computer DIN-Vorlagen an.

→ Wie soll er denn aussehen?

Hand aufs Herz: Die Zeiten, da wir noch geschnibbelt und geklebt haben, sollten langsam der Vergangenheit angehören.

Layout-Programme sind heutzutage für relativ kleines Geld zu haben bzw. in gängigen Office-Paketen (Windows) oftmals vorhanden.

Ein einigermaßen geübter Nutzer von Microsoft Word kann sich in den „Publisher“ ohne große Probleme einarbeiten. Professionellere Programme bieten zwar jede Menge Schnickschnack, den Sie aber vermutlich nie benötigen werden. Zudem sind sie erheblich teurer und stellen häufig bestimmte Systemvoraussetzungen, die Ihr PC zu Hause oder im Gemeindebüro nicht erfüllt.

Die Word-Menüführung eignet sich dagegen eher für Dokumente, die keines großen Layout-Aufwandes bedürfen. Word ist ein Schreib- und kein Layoutprogramm. Wer den Gemeindebrief mit Word bastelt, kann eigentlich auch weiter schnipseln. Der zeitliche Aufwand ist in etwa der gleiche.



Wenn sie sich für ein Layoutprogramm entschieden und sich ein wenig eingearbeitet haben (das funktioniert am besten nach der Devise „Learning by Doing“), können Sie sich fragen, wie der Gemeindebrief nun Gestalt annehmen soll.

→ Welches Layout soll Ihr Gemeindebrief haben?

Das Layout ist sozusagen das Gesamt-Gestaltungskonzept oder die „Handschrift“, die der Gemeindebrief trägt.

Es geht also um die Punkte

- Text- und Bildelemente (Wo lese ich? Wo schaue ich?)
- Seitenlayout (Gibt es ein Grundgerüst, an dem sich jeder Seitenaufbau orientiert?)
- Satzspiegel (Welcher Inhalt gehört auf welche Seite? Was bekommt einen Stammplatz?)
- Farbe (sowohl des Druckes als auch des Papiers)
- Gestaltung der Titelseite
- Verwendung von „Logos“

Betrachten wir die einzelnen Punkte näher:

→ Wie arrangiere ich Text- und Bildelemente?

Nichts ist schlimmer als eine Seite voller Text, die durch nichts aufgelockert wird. Der Fachmann bezeichnet sie als „Bleiwüste“ - und Wüsten vermeidet man besser, auch als Leser.

Bilder, Grafiken oder Zeichnungen lockern den Textfluss auf. Ein Bild sagt bekanntlich mehr als tausend Worte. Außerdem sind Bilder die idealen Anreger zum Weiterlesen.

Doch auch hier gilt: Die Dosis macht das Gift! Das gilt nicht nur für Anzahl, sondern auch für Größe und Qualität der einzelnen Bilder. „Ausgewogenheit“ heißt hier die Devise. Orientieren Sie sich an dem, was Ihnen gefallen würde - das gefällt meistens auch dem Leser.

Neben grafischen Elementen können bei einem mehrspaltigen Layout - dazu kommen wir gleich - auch Zwischenzeilen den Appetit des Auges, das bekanntlich mitisst, stillen.

Zu jedem Meinungsbeitrag - auch zum geistlichen Wort - gehören Name und Bild des Verfassers.

Überschriften bringen ein Thema auf den Punkt. Also nicht „Interview mit...“ oder „Bericht von...“. Machen Sie's wie der Spiegel und verwenden Sie eine - gern auch provozierende - Schlagzeile aus dem Text, die den Tenor des Geschriebenen wiedergibt.

→ Wie bekommt unser Gemeindebrief ein Grundgerüst?

Das Seitenlayout ist - wie gesagt - das Grundgerüst, an dem man jeder Gemeinde, außer der Titelseite, erkennen und zuordnen kann.

Dazu gehört nicht nur die Aufteilung von Text und Bild. Im Folgenden werden Sie die einzelnen Schritte hin zu einem einheitlichen Seitenlayout kennen lernen:

1. Einheitlichkeit ist oberstes Gebot. Legen Sie für Ihre „Musterseite“ einheitliche Text- und Seitenränder fest. Der eigentliche Text ihres Gemeindebriefes spielt sich nur zwischen den gezogenen Linien ab!

2. Hat Ihr Gemeindebrief Kopf- und Fußzeile, hat er Seitenzahlen? Kopf- und Fußzeile helfen dem Leser sich zu vergegenwärtigen, wo er gerade ist. Sie nur auf die Seitenzahl zu beschränken, ist schade.

Zur Mindestausstattung von Kopf- und Fußzeile gehören

- Seitenzahl
- Logo
- Name des Gemeindebriefes
- Ausgabe
- Rubriken

Mit einer Linie unter der Kopfzeile sorgen Sie für mehr Klarheit.

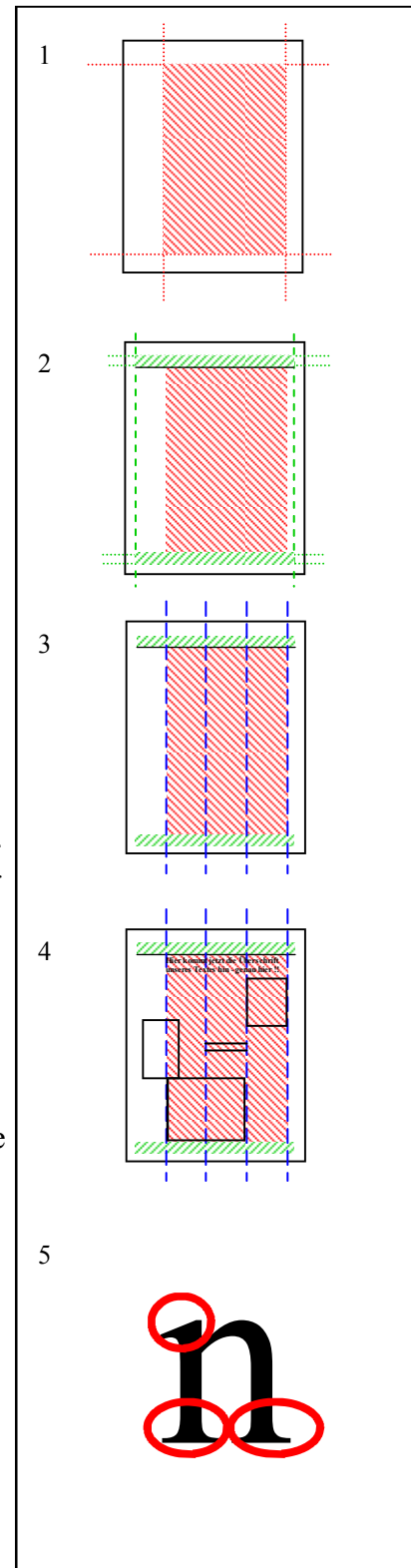
Wohin sie diese Informationen setzen, bleibt Ihrem Geschmack überlassen. Wichtig ist nur, dass sich diese Informationen außerhalb unseres rot schraffierten Textkastens, besser im grünen, befinden.

3. Ist der Gemeindebrief für Sie nur eine einzige Fläche? Ändern Sie das - arbeiten Sie mit Spalten. Die lockern auch das Layout auf.

4. Spätestens jetzt wird es Ihnen erheblich leichter fallen, Ihre grafischen Gestaltungselemente (Fließtext, Überschriften, Bilder und Bildunterschriften, Grafiken, Zwischenzeilen, Infokästen etc.) zu platzieren.

5. Beschränken Sie sich auf zwei Schriftarten: Eine „serife“ wie „Times New Roman“ für den Fließtext und eine „sans-serif“ (wie Arial) für Überschriften, Bildtexte, Zwischenzeilen.

(Serifen sind die kleinen Keile, die man bei vielen Schriften an den Enden der Buchstaben findet und die dem Leser bei längeren Texten helfen, in der Zeile zu bleiben.)



→ Wie bekommt unser Gemeindebrief ein Grundgerüst?

6. Flattersatz („Linksbündig“, ausgefrante rechte Ränder) wirken im Gegensatz zum Blocksatz aufgelockert, sollten aber sparsam dosiert und für bestimmte Rubriken reserviert werden (kurze Meldungen, Meinungsbeiträge oder Info-Kästen, ...)

Bitte nicht: zentriert oder gar rechtsbündig, wenn es nicht aus irgendwelchen Gründen unbedingt sein muss.



7. Auch bei der Schriftgröße ist Einheitlichkeit wichtig. Grundsätzlich gilt: lieber die Schrift etwas kleiner, dafür ein größerer Zeilenabstand. Große Schrift signalisiert: Zielgruppe 70 plus. Diese Zielgruppe liest aber auch Zeitung, kommt also trotz schlechteren Kontrastes zwischen Text- und Papierfarbe mit einer Schriftgröße von 8 bis 9 pt gut zurecht. Arial 12 ist viel zu groß!

→ Was steht in unserem Gemeindebrief wo?

Diese Frage beantworten Sie bei der Planung des Satzspiegels für die nächste Ausgabe. Der Tageszeitungsredakteur tut übrigens am Morgen nichts anderes.

Beantworten Sie sich nacheinander folgende Fragen:

- Was ist so wichtig für alle in der Gemeinde, dass es einen festen Stammplatz braucht? Zum Beispiel: Kontaktadressen und Sprechzeiten des Gemeindebüros, des Pfarrers, anderer Haupt- und wichtiger Ehrenamtlicher, Gottesdienste, Gruppen und Kreise, Inhaltsverzeichnis, Impressum, ...)
- Was können Stammplätze sein? (Titelseite und zweite Seite, letzte und vorletzte Seite, mittlere Seiten). Zeichnen Sie dazu alle Seiten verkleinert auf ein Blatt Papier. Achten Sie darauf, wie der Leser die Seiten vor sich hat: erste und letzte Seite einzeln, gerade (links) und ungerade (rechts) Seiten nebeneinander. Weisen Sie jetzt die Inhalte zu.
- Dann sortieren Sie: Was muss man auf den ersten Blick finden? Wofür reicht der zweite Blick?

→ Braucht unser Gemeindebrief Farbe?

Farbe im Druck ist teuer und tut eigentlich auch nicht Not. Viel wichtiger sind kontrastreiche, klare Bilder und ein guter Druck.

Bei unseren vor allem finanziellen Möglichkeiten eignet sich schwarz-weiß am besten. Es gibt aber Gemeinden, die zu besonderen Anlässen in der Gemeinde (Jubiläen, ...) oder zu Weihnachten eine farbige Titelseite springen lassen.

Auch ohne besondere Anlässe können Sie Farbe ins Spiel bringen: durch farbiges Umschlagpapier. Der komplette Gemeindebrief sollte nicht auf farbigem Papier gedruckt sein, der Umschlag wird so aber zum Blickfang. Ob Sie wegen des Wiedererkennungseffektes bei einer Farbe bleiben oder von Ausgabe zu Ausgabe wechseln, bleibt Ihnen überlassen.

Und noch eines zum Thema Umschlag: Stärkeres Papier für die Umschlagsseiten ist gut für den haptischen Eindruck des Lesers und lässt den Gemeindebrief „nobler“ wirken.

→ Wie gestalten wir die Titelseite?

Die Titelseite Ihres Gemeindebriefes hat einen dreifachen praktischen Nährwert:

- Sie sorgt für die Wiedererkennung des Gemeindebriefes gleich am Briefkasten
- Sie klärt über den Absender auf.
- Sie weckt Interesse am Weiterlesen.

Vermeiden Sie vor allem auf der Titelseite zu häufige Experimente. Das verwirrt den Leser. Die Titelseite muss auf den ersten Blick verraten, wer der Absender ist und worum es geht.

Das beginnt schon ganz oben: Der „Kopf“ der Titelseite besteht in der Regel aus einer so genannten „Wort-Bild-Marke“, also aus einer Kombination aus Wort (Titel) und Bild (Gemeindelogo, Facettenkreuz).

Einigen Sie sich auf ein Logo auf der Titelseite. Für ein weiteres ist hier kein Platz.

Standard auf der Titelseite sind außerdem die Auflagennummer (mit Monatsangabe), der Jahrgang sowie der Name der Kirchengemeinde und gegebenenfalls die Internetadresse.

Jetzt geht es an die kreative Gestaltung. Das Cover soll Appetit „auf mehr“ machen. Redaktionen von inhaltslosen Gemeindebriefen kommen spätestens jetzt in Schwierigkeiten: Wenn jedes Mal das Gleiche drin steht - wie kriegen wir dann unterschiedliche Coverseiten hin?

Die Titelseite sollte also einen möglichst reichhaltigen Inhalt widerspiegeln: Pfarrerin oder Pfarrer sollten hier noch nicht zu Wort kommen, entscheiden Sie sich stattdessen für ein Telfoto und ein kurzes Inhaltsverzeichnis mit maximal drei Schwerpunkten der aktuellen Ausgabe.

→ Logo? Logo!

Genau wie Sie die Apotheke oder die Telekom auf den ersten Blick erkennen, sollten auch Ihre Leser gleich auf den ersten Blick „Evangelisch“ erkennen. Ein Logo ist keine Sünde, sondern sorgt dafür, dass der Leser Ihren Gemeindebrief als Produkt einer hoch angesehenen „Marke“ (und das ist „Evangelisch“ tatsächlich) erkennt.

Aber: bitte nicht zu viel des Guten! Wenn schon das Facettenkreuz nicht reicht, dann beschränken Sie sich auf ein Gemeindelogo. Nicht jeder Gruppe braucht ihr eigenes Erkennungszeichen.

Und bitte: Niemals zwei Logos auf einer Seite. Wenn Sie das Gemeindelogo auf der Titelseite verwenden, dann vielleicht das Facettenkreuz in den Kopfzeilen? Oder umgekehrt?

3. Die inhaltliche Gestaltung

→ Was steht denn nun drin im Gemeindebrief?

Die Verpackung macht nur Appetit, den Hunger stillt der Inhalt. Das ist bei der Tageszeitung genau wie beim Gemeindebrief.

Den Hunger der Leser stillen Sie am besten ...

- mit einer ausgewogenen Mischung von Themen. Das müssen nicht nur Themen aus der Gemeinde sein. Sie können sich auch politischen und gesellschaftlichen Themen annehmen. Warum nicht eine Geschichte mit dem alt eingesessenen Hausarzt, dem örtlichen Krankenkassenchef und Patienten über die Gesundheitsreform oder mit dem Arbeitsamtsleiter über die Hartz-Reformen?
- mit einer Mischung aus journalistischen Darstellungsformen: Bitte nicht immer nur Berichte von Ausflügen: Features und Porträts von Mitarbeitern, Interviews und kurze, knackige Meldungen machen den Gemeindebrief interessanter.

Grundsätzlich gilt: Je größer die Themenvielfalt, desto mehr Leser interessieren sich. Deutlich formuliert heißt das: Permanente Gemeindenabelschau interessiert außerhalb der Gemeinde niemanden - womit wir wieder bei der Frage wären, ob unser Gemeindebrief eine Mitglieder- oder eine Mitarbeiterzeitung ist. Schwerpunktthemen setzen Akzente und geben dem Gemeindebrief ein starkes Profil.

Gemeindebriefe, die nicht über den Kirchturm des eigenen Gemeindelebens hinausblicken, wirken auf die 95 Prozent nicht eingeweihten Leser als weltfremd.

→ Quantität oder Qualität?

Das Wichtigste vorab: Sie sind die Anwälte, die die Interessen der Leser vertreten. Achten Sie auf Inhalt und Form, feilschen Sie mit dem Finanzausschuss um jeden Cent für den Gemeindebrief. Sie leisten eine der wichtigsten Arbeiten in der Gemeinde, denn sie sind oftmals der letzte Brückenkopf zu den „Kirchenfernen“.

Diskutieren Sie in der Redaktion: Was gehört in den Gemeindebrief, was nicht? Ist der Text brauchbar gemacht? Ist der Inhalt es wert, Platz auf den wenigen Seiten zu erhalten?

Die Redaktion ist „Herrin über den Gemeindebrief“ und trägt zusammen mit dem Kirchenvorstand die Verantwortung. Sie ist dem Leser gegenüber verantwortlich - und nicht gegenüber den diversen Lobbys in der Gemeinde oder im Ort.

Leserbriefe sind ein gutes Zeichen für einen lebendigen Inhalt. Veröffentlichen Sie andere Meinungen! Danksagungen gehören nicht in den Gemeindebrief - auch nicht an das Ende eines Textes. Vorgefertigte Beiträge erkennen Leser mit sicherem Instinkt. Sie lassen sich nicht vermeiden, den größten Teil des Gemeindebriefes sollten sie aber mit Hausgemachtem bestreiten.

Wenn die Zuarbeit der „Reporter“ nicht funktioniert, bringen Sie ruhig ein wenig „Zucht“ in die Redaktion. Was nicht bis Redaktionsschluss da ist, wird nicht mitgenommen. Wem seine Sache wirklich am Herzen liegt, der wird sich beim nächsten Mal sputen, die Fristen für die Veröffentlichung einzuhalten.

4. Die Produktion

→ Vom Computer in den Briefkasten

Hier in Kürze die wichtigsten Fragen, die ebenfalls zu den konzeptionellen Überlegungen gehören:

- Wie wird der Gemeindebrief produziert? Ist die Qualität der Produktion ausreichend? Es ist heutzutage tatsächlich möglich, Bilder zu veröffentlichen, auf denen sich die Abgelichteten auch wieder erkennen.
- Wie wird er verteilt? Lässt sich hier vielleicht Geld einsparen, das vielleicht in eine Digitalkamera günstiger investiert wäre?
- Wie hoch ist die Auflage? Diese Frage hängt unmittelbar mit Ihrer Entscheidung über die Zielgruppen zusammen.
- Wie oft erscheint Ihr Gemeindebrief? Diese Frage ist relevant bezüglich der Aktualität. Möchten Sie die schönen Bilder vom Sommerfest in der Novemberausgabe sehen? Erörtern Sie diesbezüglich auch die Erscheinungstermine.
- Wie ist das Volumen? Sprechen Sie mit Ihrer Druckerei. Warum nicht ein, zwei Blatt mehr, wenn die Redaktion und ihre freien Mitarbeiter plötzlich anfangen zu blühen. Dies allerdings nur, wenn die Beiträge auch entsprechend sind. 24 Seiten ohne Inhalt sind noch schlimmer als 16 Seiten.