

1. Welche Ziele kann ein evangelischer Gemeindebrief verfolgen?

Visitenkarte der Kirchengemeinde und ihrer Mitarbeitenden

mit allen wichtigen Kontaktmöglichkeiten:
Name, Funktion, Telefon-Nummer, Email-Adresse
möglichst vollständig

Werbemedium für Gemeindeveranstaltungen

Am besten übersichtlich unter einer Rubrik – und mit allen wichtigen Daten, sodass auch Menschen, die nicht zur Kerngemeinde gehören, wissen, worum es geht: Was? Wann? Wo? Wer?

Informationsquelle über das laufende Gemeindegeschehen

- z. B. Berichte aus dem Kirchenvorstand
- z. B. Berichte von Gemeindeveranstaltungen (bitte kurz und bündig)
- Personalien, Porträts, Interviews, Features, Reportagen, ...

Theologischer Anreger

- Geistliches Wort
- Jahreszeitliche Betrachtungen
- Aktuelle theologische Themen

Wochenplan

- Alle Gruppen und Kreise, am besten sortiert nach Zielgruppen
- Gottesdienst-Plan
- bitte auch hier: mit allen wichtigen Angaben

Unterhaltungsmedium

- z. B. Kinderseite, Rätsel
- z. B. Karikaturen oder Cartoons

Kritischer Beobachter des gesellschaftlichen Geschehens

- Blick über den Tellerrand: Was bewegt die Menschen im Ort zurzeit?
- Worüber wird gesprochen?
- Gibt es eine christliche Dimension des Themas?

Werbemedium

- Kommerzielle Anzeigen erscheinen in immer mehr Gemeindebriefen
- Entlastung des Gemeinde-Etats, aber umstritten
- Zielgruppe: Firmen im Umfeld des Gemeindelebens

(...)

2. Welche Zielgruppen möchte die Redaktion wo und wie ansprechen?

„Heimlicher Riese“ der kirchlichen Publizistik:
60 Prozent aller „Abonnenten“ lesen ihn zumindest in Auszügen

Gibt es spezielle Zielgruppen, die die Gemeinde in den nächsten Jahren
vorrangig erreichen will? Passt der Gemeindebrief dazu?

Z. B.:
Junge Familien Männer im mittleren Alter
Kinder Jugendliche

Ist der Gemeindebrief zurzeit eine Zeitung, die alle Mitglieder interessieren
würde, oder wendet er sich nur an die „Insider“ (Kerngemeinde)?

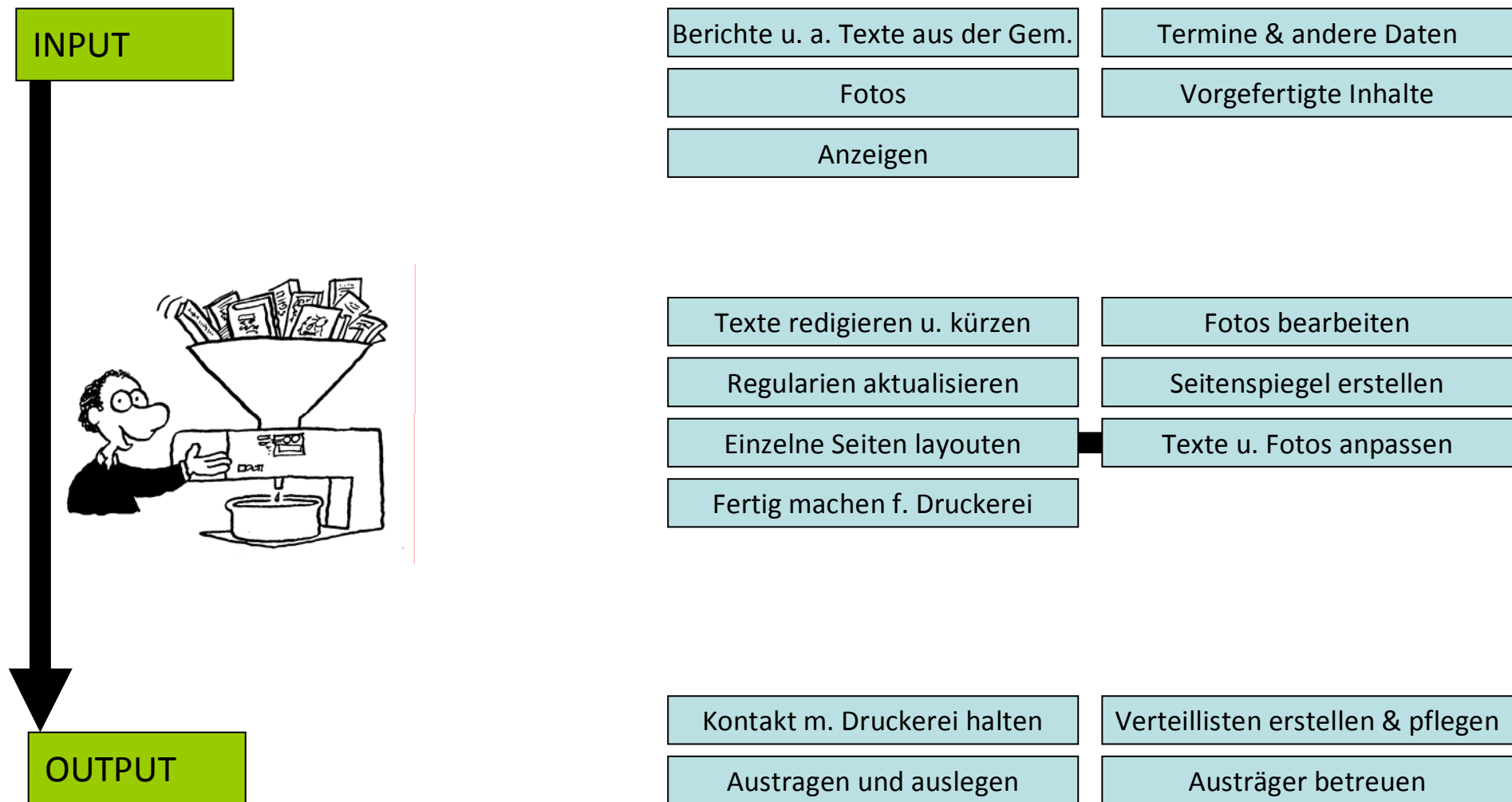
Indizien:
„**Wir** treffen uns...“ | Ankündigungen ohne genaue Orts- und
Zeitangabe | „nach Absprache“

Wie und wo wird die Zielgruppe erreicht?

Bekommen alle Evangelischen ein Exemplar nach Hause?
Was ist mit Interessierten, die nicht zur Gemeinde gehören?
Auslage z. B. in Hotels, Arztpraxen, öff. Einrichtungen, Geschäften?

Welche Zielgruppen spricht der Gemeindebrief mit seiner derzeitigen
Aufmachung und Inhalten an? Passen Anspruch und Wirklichkeit zusammen?

3. Wie entsteht ein Gemeindebrief?



4. Welche Arbeiten gibt es für den Gemeindebrief zu tun?

Der freie Mitarbeiter



Schreibt für seine Gruppe / seinen Kreis Gemeindebrief-Artikel (ggf. auch Fotos) und gibt sie bis Redaktionsschluss an die Redaktion weiter.

Der Jäger und Sammler



Hält Kontakt zu den freien Mitarbeitern, ist Ansprechpartner für Fragen, hat Überblick über das Gemeindegeschehen, erinnert an Abgabetermine, ist „hinterher“, dass alles rechtzeitig da ist.

Der Anzeigenverkäufer



Spricht Geschäftsleute an, hält Kontakt und wirbt um Anzeigen, kümmert sich zusammen mit den Finanzleuten der Gemeinde um Zahlungseingang, Verbuchung, Abrechnung. Hält Kontakt zum Layouter bzgl. Anzeigenplatzierung.

Der Reporter



Wird von der Redaktion zu besonderen (wichtigen, interessanten, ...) Terminen geschickt und schreibt danach Berichte, Interviews, Porträts, Reportagen...

Der Fotograf



Hat Spaß am Fotografieren und besitzt eine Digitalkamera, mit der er auch umgehen kann. Besucht Gemeindeveranstaltungen und macht schöne Fotos.

Der Redakteur



Macht aus den Eingaben der freien Mitarbeiter und Reporter journalistische Texte, korrigiert Fehler und tut vor allem eines: kürzen, kürzen, kürzen. Spaß am Texten und Gefühl für Sprache sind von Vorteil.

Der Setzer / Layouter



Sortiert vorab, wofür wie viel Platz wo bereit gestellt wird (Satzspiegel) und verteilt dann die einzelnen Gestaltungselemente (Text, Bild, Anzeigen, ...) auf den jew. Einzelseiten. Bereitet auch die fertige Druckvorlage vor. Behält das Gesamtkonzept des Briefs im Auge.

Der Drucker



Druckt in Absprache mit dem Layouter

Der Austräger



Wichtiges Bindeglied zwischen Redaktion und Leser, bekommt zuweilen Rückmeldungen. Achtung! Auch Austräger sind ehrenamtliche Mitarbeiter der Gemeinde!

5. Die Gemeindebrief-Redaktion ist ...

... Anwältin des Lesers:

Als Gemeineredaktion sind sie vor allem den Interessen der Leserinnen und Leser verpflichtet – und nicht denen der vielen Gemeindelobbys, der Gruppen und Kreise, der Hauptamtlichen, der Stadt, der Jubilare oder wessen-auch-immer.

Sie tragen dafür Sorge, dass Ihre Zielgruppen ein Produkt in die Hand bekommen, das optisch attraktiv, aktuell und übersichtlich ist, mit interessanten Texten und Fotos aufwartet und gern als Informationsquelle rund um die Gemeinde genutzt wird.

Neben dem Leser sind Sie nur gegenüber Gott, dem Presserecht und dem Kirchenvorstand verantwortlich (ziemlich genau in dieser Reihenfolge).

... oft das einzige Bindeglied zur Gemeinde:

Nicht jedes Mitglied unserer Kirchengemeinden verfolgt das Gemeindeleben aktiv und interessiert. Mindestens ein Drittel bis die Hälfte hält außer der Mitgliedschaft keinen Kontakt zur Gemeinde und ist damit auch ganz zufrieden. Dennoch legen die Allermeisten Wert darauf, regelmäßig informiert zu werden. Der Gemeindebrief bietet beste Möglichkeiten:

- ✓ Die Gemeinde ist in jedem Haushalt physisch präsent und im wahrsten Sinne des Wortes „greifbar“.
- ✓ Der Gemeindebrief ist Anknüpfungspunkt, wenn – zum Beispiel bei veränderten Lebenssituationen – das Interesse an Kirche / Glauben / Gemeinde wieder wächst.
- ✓ Der Gemeindebrief ist Telefonbuch, wenn ein besonders fröhlicher oder trauriger Familienanlass ansteht oder jemand dringend seelsorgerlichen Rat braucht.