

## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Corporate Identity für die Kirchengemeinde	8
Beispielhafte Lösung in Schortens	8
Interview: Gestaltung nachhaltig einfordern	10
Kirche & Medien   Kurzmeldungen	12
Neue Geschäftsmodelle für Kirchenzeitungen	15
Schaukasten-Entwurf   Bunte Blätter im Wind	16
1 x 1 des Schreibens (5)	
Journalistische Darstellungsformen im Gemeindebrief	17
Gottesdienstpreis 2010 Erinnern und gedenken	18
Crossmedia   Was zusammengehört	20
Fortbildung   Medien-Seminare, Termine	21

## GEMEINDEBRIEF

Praxis   Tipps fürs Tippen	22
Gemeindebriefkritik   Profi-Trick   Beispiele	23

## NACHDRUCKMATERIAL | August / September 2010

Sonderseite Farbfotos	31
Monatssprüche August / September 2010	32-33
Erntedank	34-36
Tag des offenen Denkmals	37-38
Mutter Teresa / Friedrich Spee	39
Humor / Für Kinder	40-43
Foto / Grafik	44-53

## SERVICE

Werbemittel-Shop	28
Vorschau	30
Impressum	54



Stefan Lotz

Liebe Leserinnen  
und Leser,

mit einem Beispiel aus der Praxis möchten wir zeigen, dass es sich lohnt, in Öffentlichkeitsarbeit zu investieren. Die Evangelisch-lutherische Kirchengemeinde Schortens (Friesland) nahm zwar einen langen Anlauf – aber heute haben sich die Anstrengungen der zahlreichen Mitstreiter vollauf bezahlt gemacht. Die aus vier Bezirken zusammengewachsene Gemeinde begann vor acht Jahren, ein einheitliches Erscheinungsbild für ihre Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln. Ziel war es, die Kontakte untereinander zu verbessern und Kooperationen zu entwickeln. Das Experiment ist gelungen. Wir stellen die einzelnen Schritte dieses langen Weges vor. Das gemeinsame Leitbild der 9.000 Mitglieder großen Gemeinde lässt sich anschaulich am Gemeindebrief, in Geschäftsdrucksachen, Handzetteln, Plakaten und der Gemeinde-Homepage nachvollziehen. Wir stellen die Bausteine dieses Corporate Designs (CD) vor (Seiten 8 bis 11). Schortens ist ein Musterbeispiel für die gelungene Umsetzung. Unser Praxistipp warnt allerdings auch vor überzogenen Erwartungen. Die Planungen sollten schrittweise erfolgen und die Ressourcen der Mitarbeitenden nicht überfordern. Geduld ist also gefragt. Schortens brachte sie acht Jahre lang auf.

Stefan Lotz

redaktion@gemeindebrief.de