

Wir bewerten Ihren Gemeindebrief!

» Schicken Sie uns Ihren Gemeindebrief!

Unsere Rubrik „Gemeindebriefkritik“ mit vier ausgewählten Beispielen pro Ausgabe lebt von Fakten. Senden Sie bitte folgende Informationen zu Ihrem Gemeindebrief: Auflage, Erscheinungsweise, Umfang, Format. Soll auch Ihr Gemeindebrief veröffentlicht werden? Schicken Sie zwei Exemplare Ihres aktuellen Heftes an folgende Adresse: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Redaktion „Gemeindebriefkritik“, Postfach 50 05 50, 60394 Frankfurt am Main

Quietschgelb!

Büttelborn: Eine Kirchengemeinde wagt farblich ungewohnte Aussichten



Titel: Gemeindebrief
Auflage: 1.500 Exemplare
Umfang: 24 Seiten
 Ausgaben: 3 im Jahr
Format: DIN A4

Titel
Was als Erstes ausfällt beim DIN-A4-Gemeindebrief aus Büttelborn im Rhein-Main-Gebiet: Die Farbgebung des Titels ballert mal so richtig! Quietschgelb und Violett. Ich weiß noch nicht, ob ich das mag. Doch ich nehme es auf alle Fälle wahr. Und das ist doch gut! Drei Titelfotos erzählen von den wichtigsten Inhalten des Heftes. Dazu Schlagzeilen, dir mir in Textform zurufen, was ich lesen soll. Da sind die Grundregeln für die Titelgestaltung befolgt. Doch wer mit lauten Farben arbeitet, sollte die ge-

Kopf und Fuß spannender gestalten und frecheres Titelbild wählen – und schon ist die perfekte Titelseite fertig.

Die Headlines in den violetten Balken sind zu eingesperrt. Sie brauchen mehr Platz, damit sie ihre Wirkung entfalten können.

stalterische Handbremse auch an anderer Stelle ein wenig loslassen. Fangen wir oben an: Der Kopf lässt sich frecher gestalten als mit bravem zentriertem Satz. Die Zeichnung der Kirche oben links aus den 1950er Jahren ist falsche Nostalgie und kann in den Müll. Die Fotos sollten mehr Pep bekommen. Nun sind sie doch sehr harmonisch-lieb. Frecher wird man beispielsweise mit dem Bildausschnitt. Die Kamera muss näher ran. Details bringen Spannung. Und auch im Fuß kann mehr sprachliche Frische rein.

Layout

Die Innenseiten nehmen das Gelb und das Violett als Schmuckfarbe mit. Das schafft Verbindung von Außen und Innen. Leider bleibt auch hier die Diskrepanz von Laut und Brav. Der gelbe Balken oben kann entleert werden. Die Informationen darin haben keinerlei Nachrichtenwert. Schön finde ich die Violett-Balken-Headlines. Die haben das Talent, laut zu sein. Nun sind sie aber zu eingesperrt. Sie brauchen mehr Platz, mehr Weißraum drumherum, um zur Geltung zu kommen. Dann würden sie lauter rufen „Lies mich!“ und deutlicher die Artikel gliedern. Ich würde den Überschriften auch noch eine Subhead dazustellen – ein oder zwei Zeilen bräuchte es dafür. Damit würde den Leserinnen und Lesern schneller deutlich, was sie im Folgenden Spannendes zur Lektüre geboten bekommen.

Bilder

Die vielen großformatigen Fotos gefallen mir. Nur so funktioniert heutzutage lebendige Berichterstattung. Was fehlt, sind die Bildunterschriften. Für die Betrachter bieten sie einen Einstieg in den Artikel mit seinen Inhalten. Der Redaktion bieten Bildtexte die Chance, die kleinen spannenden



Geschichten und zusätzlichen Informationen, die im Artikel keinen Platz mehr finden, zu erzählen. In der Auswahl des Bildausschnitts und der Präsentation der Fotos sollten die Layouter mehr Spannung reinbringen. Zum Quietschgelb gehört etwas mehr Lautstärke bei den Fotos. Wer mit der Kamera näher rangeht, mehr Details zeigt, erzeugt einen spannenderen Gesamteindruck. Mit dem Blick aufs Kleine zieht man die Leserschaft ins Heft, nimmt sie in die Geschichte mit hinein. Um bei den Fotos lauter zu werden, würde es passen, dann und wann bewusst schräge Motive zu wählen. Wer Quietschgelb mag, liebt auch ungewohnte Perspektiven!

Der Tipp

Am Ende der Analyse stelle ich fest: Ich mag das laute Gelb. Und ich mag das Statement, das eigentlich hinter dem Gelb steht. Ich hätte das ganze Heft gerne etwas lauter, schräger und ungewöhnlicher. Wir Christen müssen nicht zwangsläufig brav sein. Wir könnten auch mal eine andere Geschichte probieren zu erzählen. Nachdem das Quietschgelb in Büttelborn offenbar gut ankommt, wird es Zeit, die Handbremse zu lockern und frecher zu werden. Ein Versuch ist es wert. Es wird nicht jedem gefallen. Doch viele freuen sich über ein wenig mehr Quietschgelb.

Dietmar Hauber

Große Fotos wirken! Detailaufnahmen würden die Leserschaft mehr in die Geschichte hineinziehen. Die Betrachter von Gruppenbildern bleiben immer draußen.