

# Beispielhaft mit Kuschelfaktor

Wer kein Magazin, aber einen guten, soliden Gemeindebrief gestalten will, guckt nach Frankfurt-Nied

Titel: Evangelisch in Nied  
 Auflage: 3.000 Exemplare  
 Umfang: 28 Seiten  
 Ausgaben: 6 im Jahr  
 Format: DIN A5  
 Verteilung: evangelische Haushalte  
 Jahresetat: 4.300 Euro



Aufgeräumtes und klares Layout: zweispaltig und große Überschriften.



**Titel**  
 Wohlfühloose. Das ist der erste Gedanke, wenn ich den Gemeindebrief aus dem Frankfurter Vorort Nied in die Hand nehme. Das Foto der Kirche ist in dasselbe harmonische Farbklima getaucht wie der Rest der Seite. Geschwungene Linien im Foto und im Layout unterstreichen den Wohlklang. Beim zweiten Blick überlege ich, was mir das Bild eigentlich sagen will. Eine leere Kirche, kein Mensch. Wenigstens ist sie aufgeräumt. Und jetzt? Die Redaktion hat ein paar Schlagzeilen auf den Titel gestellt. Doch die helfen mir auch nicht weiter. Es heißt: Zukunft der Kirchenmusik in Nied. Wollen wir hoffen, dass die Musik nicht unter Ausschluss der Öffentlichkeit geschieht. Im Grunde haben die Layouter alles richtig gemacht. Kopf, Aufmacherfoto, Schlagzeilen. So sieht ein perfekter Titel aus. Nur das Bild ist nicht stimmig. Es ist schön – doch es führt nicht in die Inhalte ein.

Der Titel ist so richtig schön kuschelig. Doch eine Kirche ohne Menschen? Ist das das richtige Signal?

**Layout**  
 Das Layout begeistert mich. Das ist solide, gute Gestaltung. Klare Linien, aufgeräumter zweispaltiger Satz, konsequente Typographie. Beispielhaft für Gemeinden, die einen lebendigen Gemeindebrief und doch kein Magazin gestalten wollen. Auffällige, klare Headlines, die über zwei Spalten gezogen sind, bieten mir einen schnellen Einstieg in die Lektüre. Bilder lockern auf und schaffen Spannung auf den Seiten. Sehr schön ist die reduzierte Farbigkeit. Die Rubrikentitel und die Balken mit den Seitenzahlen schaffen harmonische farbliche Akzente, ohne die Betrachter zu erschlagen.

**Bilder**  
 Die Frankfurter drucken auf Recyclingpapier. Bei einem solchen Papier ist nicht dieselbe Brillanz wie bei einem gestrichenen Papier zu erreichen. Doch das ist nicht schlimm. Die Fotos wirken. Sie bilden mit dem leicht gräulichen Weiß des Papiers und den beiden Violettönen von Rubriken und Headlines eine harmonische Einheit. Ich fühle mich wohl, wenn ich das Heft in der Hand habe. Spannende Bildausschnitte wecken mein Interesse. Die Fotoformate durchbrechen belebend den Satzspiegel. Und ausreichend große Bilder ziehen meinen Blick auf die Seite.



**Der Tipp**  
 Dieses Heft ist im Grunde beispielhaft. Naja, das Titelfoto. Daran können die Frankfurter noch wachsen. Eigentlich ist das ganz einfach. Die Redaktion wählt ein Titelthema. Daraus entwickeln sie ein ansprechendes Foto für die Seite 1. Fertig. Und dann steht das „sehr gut“. Toll

finde ich übrigens, dass die Frankfurter auf Recyclingpapier mit dem Blauen Engel drucken. Nachhaltigkeit hat auch etwas mit unseren Drucksachen zu tun. Ein schöner Nebeneffekt: Das gewählte Papier fühlt sich richtig klasse an!

Dietmar Hauber



Großformatige Fotos schaffen spannungsreiche Akzente.