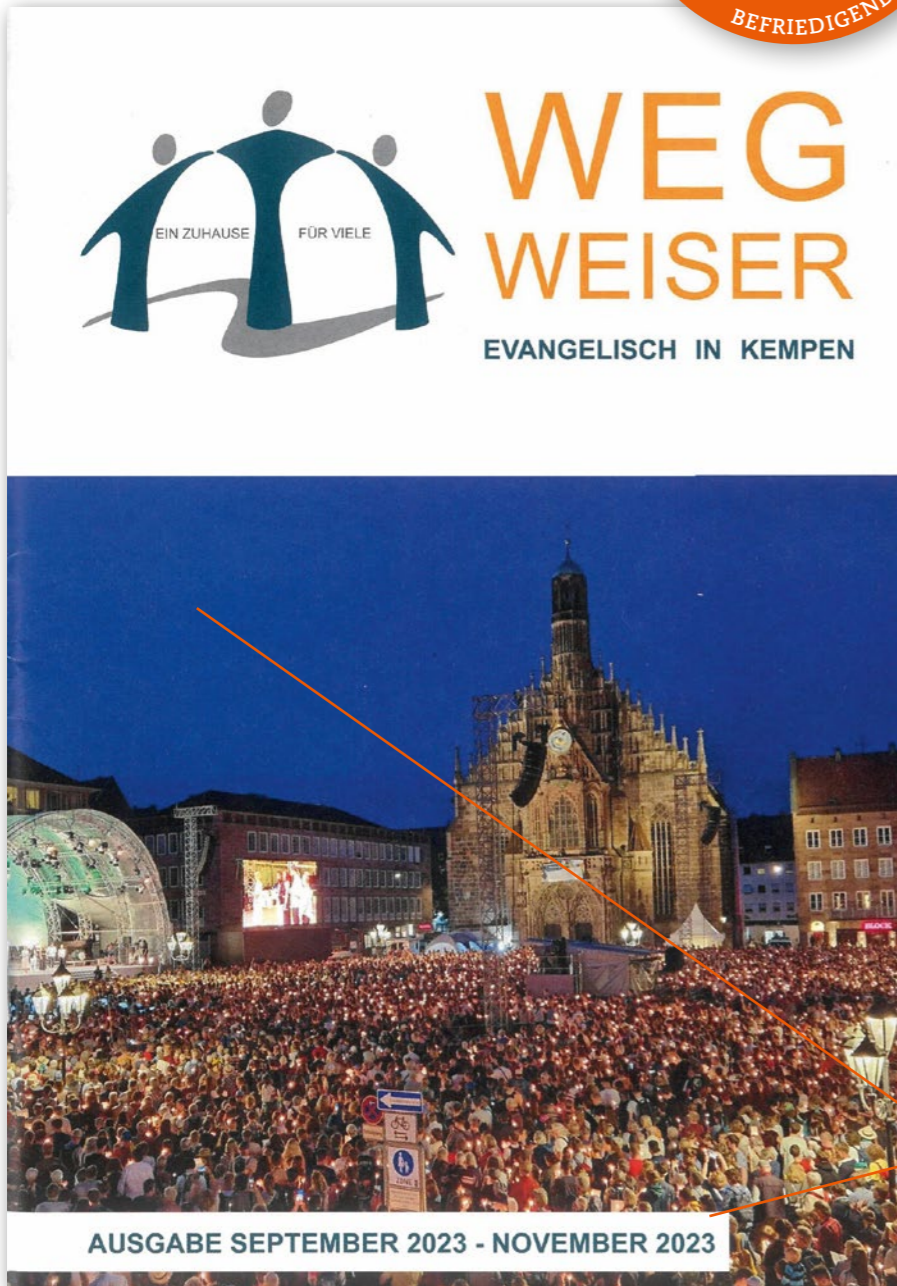


# Prall voll und einladend

Der „Wegweiser“ aus Kempen zeigt den Weg zu Events, aber noch nicht zum Leben

**Titel:** Wegweiser  
**Auflage:** 4.900 Exemplare  
**Umfang:** 64 Seiten  
**Ausgaben:** 4 im Jahr  
**Format:** DIN A5



**Titel**  
 Der Gemeindebrief aus Kempen im Rheinland kommt auf den ersten Blick mit einem sehr typischen Aufmacher daher. Großes, einladendes Titelfoto und klarer Kopf mit Namen der Publikation im Corporate Design der Gemeinde. Auf dem zweiten Blick zögere ich aber doch. In dem weißen „Schlagzeilen-Balken“ unten im Bild ist kein Teaser zu den wichtigsten Inhalten des Hefts, sondern das Erscheinungsdatum. Irritierend auch das Aufmacherfoto: Das Bild zeigt den Kirchentag in Nürnberg! Kann man damit Monate nach dem gewiss beeindruckenden Event im fast 500 Kilometer entfernten Niederrhein zur Lektüre bewegen? Da gibt es spannendere Motive – authentisch und aus Kempen!

**Layout**  
 Ich blättere um: Tatsächlich ist der Kirchentag Thema im Heft, im Geistlichen Wort. Dieses ist wie alle Innenseiten sehr aufgeräumt und klar gestaltet. Das Orange und Dunkelblau des Titels prägen auch innen das Farbklima. Der zweispaltige Blocksatz verleiht dem Werk

Der **aufmerksamkeitsstarke Platz im Bild** wird durch den wenig dramatischen Hinweis des Erscheinungsdatums vertan. Besser sollte hier ein **kleiner Teaser** auf das Spannendste im Heft verweisen.

Die Seiten brauchen „laute“ Eyecatcher – Überschriften, die mich in den Text holen und mir das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen für das Thema des Artikels.

Ruhe. Leider finde ich nirgends Überschriften, die mich in den Text führen. Kein prägnanter Eyecatcher, über den ich stolpere. Stattdessen versuchen die Redakteure den Spagat einer Mischung von Headline und Rubrik. Das gelingt weder in Kempen noch anderswo. Rubriken sind dazu da, Ordnung zu schaffen. Ein einzelnes Stichwort reicht dazu: Ökumene, Kirchenmusik oder Gottesdienst. Zur Lektüre animieren solche technischen Vokabeln nicht. Dazu braucht es Headlines – knackig formuliert und auffällig gestaltet.

**Fotos**  
 Den Bildanteil auf den 64 Seiten Gemeindebrief schätze ich auf maximal 15 Prozent. Für einen Gemeindebrief, der sich nicht nur an die innerkirchliche Bubble richtet, ist dieser Anteil viel zu gering. Wer Kirchenferne ansprechen will, muss bunter und emotionaler mit vielen sprechenden Fotos gestalten. Eine magazinige Aufmachung mit dynamisch platzierten Fotos sind dabei nicht unbedingt ein Muss. Auch wenn die gestalterischen Ressourcen nicht auf Grafikdesignniveau sind, können Bilder dann und wann auch mal den Satzspiegel verlassen. Der Wechsel von großen und kleineren Motiven macht das Heft spannend.

**Allgemeines**  
 Es ist fantastisch, dass es eine Gemeinde schafft, 64 DIN-A5-Seiten mit Inhalten zu füllen! Das spricht

für ein buntes Leben in der Gemeinde. Und trotzdem bin ich enttäuscht. Ich erfahre nämlich herzlich wenig über das Gemeindeleben. Auf dem Großteil der Seiten werde ich eingeladen – zu Gottesdiensten, zu bestimmt spannenden Veranstaltungen. Da wollen aber nicht alle Leserinnen und Le-

ser teilnehmen. Sie würden aber die eine oder andere Geschichte mehr lesen. Gemeindebriefredaktionen müssen erzählen – was die Gemeinde so macht, was Christinnen und Christen so denken, was es mit dem Glauben auf sich hat. Das sind die starken Gemeindebriefthemen! **Dietmar Hauber**



Die Fotos wirken sehr brav. Mit einem **Wechsel von Bildgrößen** könnte dynamischer gestaltet werden.