

Kreative Werbekampagne

Kirche ist jederzeit für Menschen da



Kreative Werbekampagne

Quelle: Dienstagsmail

Frisch und überraschend - anders als erwartet: So kommt die gemeinsame Werbekampagne der reformierten und katholischen Kirche Zug daher. Die Kampagne soll ein neues Bild von Kirche vermitteln.

Unaufdringlich, aber unmissverständlich wollen die beiden Landeskirchen im Kanton Zug ihre Botschaft unter die Leute bringen. Mit der ökumenischen Kampagne gehen die beiden Kirchen neue Wege, um ihre Botschaften zu vermitteln. Die humorvollen und kreativen Plakate unterscheiden sich deutlich von traditionellen kirchlichen Darstellungen.

«Nahbar, modern und offen: Die Landeskirchen des Kantons Zug wollen ein zeitgemässes Bild nach aussen vermitteln», titelt die lokale [Zuger Zeitung](#). Die Zuger Landeskirchen sind mit drei verschiedenen Plakaten auf den Strassen, in

Bussen, Kinos sowie auf sozialen Medien wie Instagram und Facebook präsent. Die Plakate enthalten drei kurze, prägnante Botschaften: «24/7 da», «Für alle» und «Bei dir». Diese Aussagen beziehen sich auf den Wesenskern der Kirche: Sie ist jederzeit für die Menschen da, unabhängig von Alter, Geschlecht oder Status, und bietet einen verlässlichen Wert in einer Zeit der Unverbindlichkeit.

Die Motive der comichaften Bildelemente greifen die Botschaften auf. Sie sind humorvoll und laden zur Interpretation ein: Der vor einem Christbaum sonnende Mann verweist auf die Anwesenheit der Kirche das ganze Jahr über. Jesus in der Kaffeetasse verweist auf seine Gegenwart im Leben jedes einzelnen Menschen zu jedem Zeitpunkt und an jedem Ort. Das Sujet mit Motorrad, Rollator und Skateboard soll verdeutlichen, dass die Kirche vorurteilsfrei für sämtliche Menschen gleichermaßen da ist.

Kirche ist nahbar und zeitgemäss

Den Humor in die Kampagne einzubringen, entstand im kreativen Prozess. «Wir hinterfragen mit einem augenzwinkernden Ansatz Vorurteile, entlocken ein Schmunzeln und regen bestenfalls zum Nachdenken an», erläutert Simona Starzynski, Kommunikationsverantwortliche der reformierten Kirche Zug. Zusammen mit Arnold Landtwing, Kommunikationsverantwortlicher der katholischen Kirche Zug, hat sie die Kampagne initiiert. Starzynski erklärt: «Wir haben die humorvolle Herangehensweise bewusst gewählt, um die Kirche als nahbar und zeitgemäss darzustellen.» Und Landtwing ergänzt: «Die Kampagne soll nicht nur zum Schmunzeln anregen, sondern auch tiefere Reflexionen über Glauben und Gemeinschaft fördern.» Die Kommunikationsverantwortlichen sind sich bewusst, dass die Kampagne sowohl Applaus als auch Kritik hervorrufen wird. «Etwas Reibung darf gerne sein und führt hoffentlich zu Gesprächen. Wenn das gelingt, haben wir das Ziel erreicht», betont Arnold Landtwing.

Perspektivenwechsel auslösen

Die Kampagne ist ein Ausdruck der langjährigen ökumenischen Zusammenarbeit im Kanton Zug. «Wir spannen in vielen Bereichen zusammen, sei es in der Seelsorge, in Angeboten für unterschiedliche Zielgruppen oder in gemeinsamen Gottesdiensten. Wir betonen das Verbindende im Glauben an Jesus Christus,» erklären Starzynski und Landtwing. Die Kosten für die Kampagne werden aus dem laufenden Budget für Kommunikation und Marketing beider Kirchen bestritten. Die Initiatoren hoffen, dass die Kampagne zu Gesprächen anregt und

möglicherweise einen Perspektivenwechsel bei den Betrachtern auslöst. Sie laden Kritiker explizit zum Gespräch ein und sehen die Kampagne als Möglichkeit, das Bild der Kirche in der Gesellschaft zu erneuern und zu beleben.

Dieser Artikel erschien bei [Dienstagsmail](#)

Zum Thema:

[Unberechtigte Vorwürfe: Freikirchen antworten auf Vorurteile](#)

[Barmherzigkeit erfahren: Kirche als Ort der Annahme und Heilung](#)

[Unerwarteter Weg: «Ich ging tatsächlich in die Kirche, es war nicht so schlimm»](#)

Datum: 02.10.2024

Autor: Markus Baumgartner

Quelle: Dienstagsmail Nr. 838

Tags

[Kirchen und Werke](#)

[Schweiz](#)