



**Text: Andrej Dedic**

**Andrej Dedic**, geboren 1970, gründete 2005 die Moving Board Deutschland GmbH. Moving Boards sind neue und weltweit patentierte so genannte Outdoor-Werbeträger.

## „Wie schöpft aus Ihrer Sicht die Kirche die Möglichkeiten und Chancen des Mediums Schaukasten aus?“

Die Werbeindustrie ist aufgrund des Wettbewerbsdrucks in der Industrie zu Innovationen und Verbesserung bestehender Systeme gezwungen. Daher muss sie folglich alles Althergebrachte ständig hinterfragen. Dies sieht die Kirche in punkto Werbung nicht unbedingt als ihre Aufgabe und stellt daher auch nicht solche Fragen, wie es Werbetreibende tun.

Die Institution Schaukasten, die ein bisher ruhiges und gemächliches Leben an der Mauer der Kirchen hatte, wird nun plötzlich durch Fragen zu ihren Chancen und Möglichkeiten als Außenwerbemedium aus ihrem Schlaf gerissen und reibt sich verwundert die Augen.

Wofür werden Schaukästen an Kirchen genutzt? Mir scheint, die meisten geben ein Sammelsurium von verschiedenen, oftmals lieblos angehefteten Informationen wider, die zwar die grobe Linie kirchlicher Inhalte vorgeben, ansonsten aber so unterschiedlich sind wie die Architektur der Kirchen selbst.

Ich glaube, dass – sollte Kirche endlich und wirklich professionelle Außenwerbung machen wollen – der Schaukasten nur ein kleiner Teil eines großen Konzeptes sein kann. Denn die Zielgruppe der Schaukästen ist eingeschränkt und besteht größtenteils nur aus interessierten Passanten, die am Kirchenleben bereits teilnehmen, oder aus Touristen, die an Besichtigungsterminen interessiert sind.



Ziel der Kirche müsste es aber sein, die sehr große Gruppe der „verlorenen Schafe,“ die zwar feuchte Augen beim Papstbesuch hatte, aber denen der Bezug zur Kirche seit langer Zeit abhanden gekommen ist, in ihre Gemeinschaft zurückzuholen. Dafür sollte die Kirche sich auch nicht zu schade sein, Außenwerbung einzusetzen.

Diese „Ausreißergruppe“ ist Werbebotschaften gegenüber aber oftmals abgehärtet, sehr mobil und nur schwer durch klassische Werbemedien und Aussagen zu erreichen und zu beeindrucken. Aber Werber wären nicht Werber, wenn sie nicht innovative und kreative Lösungen für die Kirche finden würden.

Bis dahin aber kann sich der Schaukasten wieder hinlegen und ein wenig weiter schlafen, angekuschelt an die warme, sonnige Wand der Kirche.

nach oben

