

Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das zweimal im Jahr über Kirche und Kommunikation reflektiert
- Projekt im Schnittbereich kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und werblicher Kommunikation
- Radar zur Ortung interessanter Themen und Menschen im kirchlich-medialen Umfeld



Bild: photocase.com

© [pornchic](http://pornchic.com)

Die zehnte Ausgabe von sinnstiftermag erscheint demnächst. Klicken Sie sich wieder ein!

angenommen/abgelehnt – Werbekampagnen für Glaube und Kirche.

Die neunte Ausgabe von sinnstiftermag

Martin Luther hat einmal gesagt: ‚Wes das Herz voll ist, des läuft der Mund über.‘ Soll heißen: Wer echt was erlebt hat, der redet auch davon. Man kann gar nicht anders. Von etwas reden, heißt in modernen Gesellschaften: es öffentlich präsentieren. Auf Plakatwänden, Infoscreens, Homepages oder TV-Kanälen werben gesellschaftliche Akteure um Aufmerksamkeit. Insofern sind die Kirchen zweifach herausgefordert: Zum einen darf man wohl unterstellen, dass ihr Herz voll ist – also werden sie auch etwas zu präsentieren haben. Zum anderen stehen auch sie heute in der Reihe derer, die sich die Aufmerksamkeit der Leute erst verdienen müssen.

In dieser Ausgabe will das sinnstiftermag daher wissen: Wie halten es die Kirchen mit dem Marketing? Sind sie im Spiel oder nicht? Wir sprechen mit der bekannten Designerin Eva Jung, zeigen in der Titelstory Beispiele gelungener Kampagnen und lassen Agenturen und Fachleute zu Wort kommen. Wieder einmal zeigt sich, dass die Außensicht auf die Potenziale der Kirchen viel optimistischer ist als die Innensicht es vermuten ließ.

Das lässt doch hoffen: Vielleicht kann man in Zukunft mehr angenommene als abgelehnte Kampagnen zeigen!

Genießen Sie's!

Ihre sinnstiftermag-Redaktion

[nach oben](#)