

## **Werkstatt Gemeindebrief (1): Der Name**

Die Titelseite ist die wichtigste Seite einer jeden Publikation. Aufmachung und Name der ersten Seite entscheiden, ob ein Druckwerk gelesen wird oder im Papierkorb landet, ob es gekauft wird oder am Kiosk liegen bleibt. Zeitungen, Zeitschriften und Magazine haben verheißungsvolle und programmatische Namen. Die Gemeindeorgane heißen oft nur „Gemeindebrief“ oder „Mitteilungsblatt der Gemeinde XY“. Viele Gemeindebriefredaktionen haben ihrem Blatt kreative Namen verpasst: beispielsweise „Der Punkt“, „Die Brücke“, „Hahnenschrei“, „vor Ort“ oder „Drei-Kirchen-Blatt“.

In den Häusern Burda und Gruner und Jahr macht man sich intensiv Gedanken um den Namen und das Gesicht der Publikationen, die an den Kiosken der Republik gegeneinander antreten. Die Zeitschrift soll unverwechselbar sein. Die Hand der Kunden soll sogar im Halbschlaf zum „Spiegel“ gehen und gerade nicht zum Konkurrenzblatt. Die Abonnenten sollen im Papierwust des Briefkastens nicht lange suchen müssen, sondern ihren „Focus“ gleich entdecken. Name und grafisches Erscheinungsbild bleiben immer gleich und geben dem Blatt Identität, Unverwechselbarkeit und Gesicht. Der Name wird programmatisch ausgewählt. Wer sich für „werben & verkaufen“ entscheidet, weiß, dass er nun in einem Blatt für Werbung schmökern kann. Wer den „Focus“ kauft, kann sich sicher sein, dass der Fokus des Blattes auf Fakten gerichtet ist. Tageszeitungen sind weniger kreativ, was den Namen angeht. Sie heißen „Hamburger Morgenpost“, „Stuttgarter Nachrichten“ oder „Frankfurter Rundschau“. Nicht mehr als die Gattungsbezeichnung der Publikation und der Erscheinungsort.

Wie die Zeitungen, Zeitschriften und Magazine wollen die Gemeindebriefe natürlich auch die persönliche Handschrift der Gemeinde tragen, unverwechselbar sein und ein inhaltliches und gestalterisches Ganzes sein. Die Programmatik der Gemeindepublikation will sich nicht erst nach langem Lesen erschließen, sondern auf den ersten Blick. Die Konkurrenz im Papierstapel auf dem Couchtisch ist hart. Der Gemeindebrief sollte den Kampf nicht verlieren. Phantasie und Kreativität sind gefragt. Doch auch schon beim Namen? Ich glaube, der Name des Gemeindebriefs ist nur ein Aspekt um Identität und Unverwechselbarkeit und damit Akzeptanz bei den Leserinnen und Lesern zu schaffen.

Ein Gesicht bekommt der Gemeindebrief neben einem schlüssigen inhaltlichen Konzept hauptsächlich durch das grafische Erscheinungsbild. Es sollte von Ausgabe zu Ausgabe den gleichen Regeln folgen, die Anordnung von Schrift und Bild sollte sich nicht ändern, der optische Aufbau gleich bleiben. Wenn die Gemeinde für alle Medien ein grafisches Erscheinungsbild hat, sollte der Gemeindebrief diesem corporate design folgen. Und natürlich muss der Kopf mit dem Namen der Publikation immer gleich bleiben, egal ob das Organ „Gemeindebrief“ oder „Brücke“ heißt. Wenn die Gemeinde ein Logo hat, darf es nicht fehlen. Der Absender, sprich der Name der Gemeinde, und der Gültigkeitszeitraum des Gemeindebriefs gehören auf die Titelseite.

Gemeindebriefe stehen nicht in der direkten Konkurrenz zu anderen Blättern. Dem Verkaufsdruck am Kiosk ist kein Gemeindebrief ausgeliefert. Die Leserinnen und Leser bekommen den Gemeindebrief frei Haus. Durch das unverwechselbare Erscheinungsbild, die Gattungsbezeichnung und die Nennung des Absenders kann der Gemeindebrief als vollwertige Publikation bestehen. Ein Kunstname ist nicht zwingend notwendig. Wo aber ein Name zur Akzeptanz des Blattes sinnvoll ist, sollte nicht darauf verzichtet werden. Ebenso sollten eingeführte Titel nicht aufgegeben werden. Manchmal drängen sich Namen auch gerade zu auf oder erklären eine bestimmte Programmatik kurz und prägnant. Der Name „Drei-Kirchen-Blatt“ für den Gemeindebrief dreier Gemeinden, die zusammen arbeiten, veranschaulicht mehr als zehn Broschüren erklären könnten. Wenn es Sinn macht, ist ein Kunstname gut, sonst reicht auch die Gattungsbezeichnung als Name: „Gemeindebrief der Gemeinde XY“.