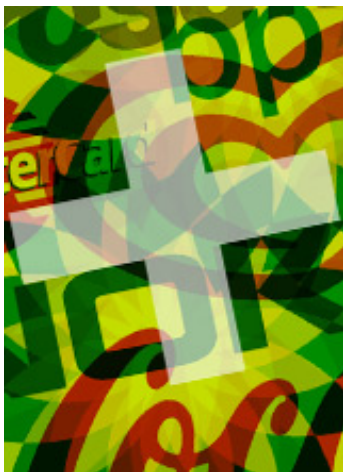


Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das dreimal 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



Die vierte Ausgabe von sinnstiftermag erscheint im **März 2007**. Titel: Erreicht/Unerreicht – Welche Zielgruppen spricht Kirche heute noch an? Klicken Sie sich wieder ein!

Bekannt/Unbekannt – Was kann Kirche von moderner Markenführung lernen?

Die dritte Ausgabe von sinnstiftermag

Darf man Kirche mit Marken vergleichen? Ist nicht Kirche selbst die älteste Marke der Welt? Falls ja – wird diese Marke zeitgemäß geführt und was kann sie von anderen Marken lernen? Diesen Fragen geht die dritte Ausgabe unseres Online-Magazins sinnstiftermag nach.

In der Titelgeschichte stellt Axel Kolaschnik, Professor für Markenkommunikation, Corporate Identity und Corporate Design an der Mannheimer Hochschule für Gestaltung, die These auf, dass die Grenzen zwischen Produkt, Marke und Religion immer mehr verschwimmen.

Professor Heribert Meffert, Spiritus rector der wissenschaftlichen Marketinglehre in Deutschland, nennt im Interview Stärken und Schwächen der Marke Kirche und rät dazu, Marketing nicht als eine auf Werbung gerichtete Manipulationstechnik zu verstehen, sondern als Instrument zur Gestaltung von Austauschprozessen.

Unter der Rubrik „Statements“ finden Sie darüber hinaus neun Kommentare von Marketing- und Öffentlichkeitsverantwortlichen aus Wirtschaft, Kirche und Sport zum Thema Markenführung. Erstaunlich, welches Potenzial sie Marken in der heutigen Zeit zusprechen und welche Potenziale die beiden großen Volkskirchen in Deutschland offensichtlich noch ausschöpfen können.

Ihre sinnstifermag-Redaktion

nach oben