



Text: Ulrich Fischer

Ulrich Fischer, Dipl.-Theologe, ist verantwortlich für die katholische Fernseharbeit.

„Kann die Katholische Kirche von moderner Markenführung lernen?“

Bin ich katholisch? Oder evangelisch? Immer mehr Menschen müssen zur Beantwortung der Frage nach der eigenen Konfessionszugehörigkeit in ihre Urkundenmappe schauen und noch mehr Zeitgenossen scheint das Ergebnis völlig egal zu sein. Fazit: optimal funktioniert die Pflege der Marke „Katholische Kirche“ offensichtlich nicht. Von moderner Markenführung kann die Kirche deshalb sehr viel lernen – angefangen bei den Basics.

Zuerst lässt sich bei der Nutzung des Markenschildes etwas optimieren. Während McDonalds stolz ein großes, gelbes M an jeder Filiale präsentiert, muss mindestens jeder zweite Gemeindepfarrer zugeben, dass weder von weitem und meist noch nicht mal beim nahen Blick in den „Schaukasten“ erkennbar ist, welche Religion in seiner Kirche praktiziert wird. Wer in Gemeindezentren, Kindertagesstätten, Beratungsstellen oder Hilfswerken segensreich wirkt, wird mangels fehlendem Firmenschild nicht selten geradezu geheim gehalten. Da kann sich was ändern ...

Nicht zuletzt sollten die Strategien der Marketingprofis adaptiert werden, wenn es um das Wichtigste überhaupt geht - mit der Marke einen Eindruck von der Kirche zu vermitteln. Für welche Werte steht sie? Eine Lebenswelt wäre zu beschreiben, zu der es sich lohnt dazu zu gehören. Wie aber lässt sie sich mit moderner Bildsprache ausdrücken? Stell Dir vor, Du musst einen Werbefilm für das Fernsehen produzieren und kurz und prägnant eine Botschaft „rüberbringen“ ...

Ziel einer jeden Marke ist das „Umdenken des Verbrauchers“. Er soll nicht irgendeine, sondern eine konkrete Vorstellung von seiner Kirche bekommen, auf die er stolz sein kann. Dazu muss die Marke immer wieder neu beworben werden. Und auch hier kann die Kirche lernen. Allein sonntags in der Kirche Gottesdienst zu feiern reicht nicht. „Geht hinaus!“ sagt Jesus und verkündet das Evangelium allen Geschöpfen. Eben!

nach oben