Der Schaukasten in der Gemeinde - Handout

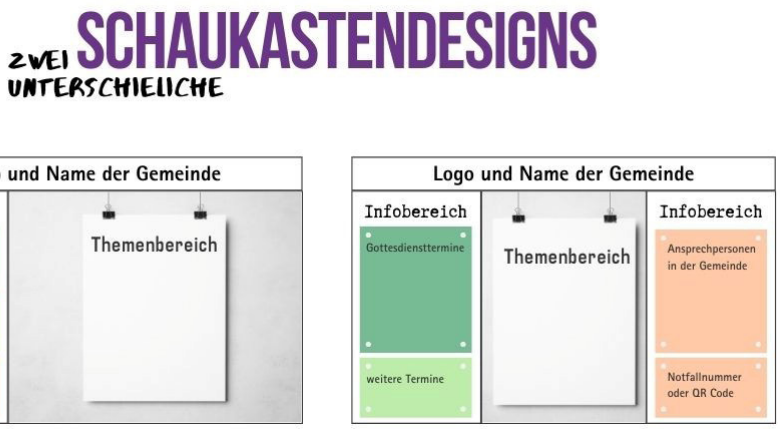
- Der Schaukasten ist neben der Website, dem Gemeindebrief und den Social-Media-Kanälen das „Schaufenster“ der Gemeinde
- Er ist ein Element der gemeindlichen Öffentlichkeitsarbeit
- Der Schaukasten soll
  - informieren
  - Denkanstöße geben (provozieren)
  - Zur Kommunikation anregen
  - Einladen (zum Handeln anregen)
  - Verkündigen (Gemeinde/Kirche hat eine Botschaft)
- Dies kann und soll er aber nicht alles auf ein Mal, sondern nacheinander, in wechselnder Gestaltung geschehen.
- Ein Schaukasten ist zum Hinschauen, nicht zum Durchlesen gedacht.
- Der Gemeindebrief gehört also nicht in den Schaukasten, sondern in den Briefkasten.
- Der Schaukasten ist aktuell: Die Inhalte sollen zur Jahreszeit, zum aktuellen Datum und zu gesellschaftlichen Themen passen.
- Der Schaukasten will Aufmerksamkeit erregen, d.h. die Gestaltung sollte bestenfalls in 14-tägigem Rhythmus wechseln.
- Je nach Standort und Zielgruppe bekommt der Schaukasten seine Gestaltung – an der Kirche muss er anders aussehen als an der Bushaltestelle.

Zur Gestaltung

- Geben Sie dem Schaukasten ein Thema
- Der Schaukasten braucht einen Blickfang, damit im Vorbeilaufen schon etwas wahrgenommen werden kann
- Große Schriften, kurze Texte, nicht zu viele Variationen = Weniger ist mehr
- Freiräume dürfen bewusst gelassen werden um Inhalte in Szene zu setzen
- großflächige Plakat oder Bilder dienen als Blickfang
- Klare Gestaltungselemente

Christian Schönfeld - Referent für Gemeindebezogene Öffentlichkeitsarbeit
Wirkstatt evangelisch in der Evang.-Luth. Kirche in Bayern I info.wirkstatt@elkb.de I www.wirkstatt-evangelisch.de

- Farben sind wichtig – die Farben müssen aber zusammenpassen (Farbfächer können helfen)
- Verwendung eines schlichten und unaufdringlichen Hintergrundes (magnetisch oder Styropor mit farbigem Karton oder Tuch überzogen)
- Ggf. die dritte Dimension verwenden, nicht nur Plakate und Zettel
- Den Schaukasten kann man aufteilen in einen bleibenden Teil und einen wechselnden 1/3 – 2/3 oder 1/4 – 3/4
- Halten Sie eine „Überbrückungsgestaltung“ bereit



Zielgruppe(n) - Dialoggruppen

- Der Schaukasten richtet sich an eine genau definierte Zielgruppe / Dialoggruppe (Wer alle erreichen will, erreicht niemanden)
- Jede Zielgruppe/Dialoggruppe hat ihre eigene Sprach- und Bilderwelt
- Ein Schaukasten muss optisch angepasst an die genutzten Medien der Zielgruppe sein.

Ein Stoffhintergrund wirkt auf junge Erwachsene anders als auf die Generation 50+.

Ein gestaltetes Plakat (ähnlich einer Kinowerbung) mit den aktuellen Daten oder einem Impuls wirkt z.B. für die Zielgruppe junge Erwachsene modern und ansprechend.

Materialien

Zur Grundausstattung der Schaukastengestaltenden gehören Kleber, Stifte, Papier, ggf. farbiger Karton, Schere, Cutter und Schneidematte, Styroporplatten, ggf. Stoffe für den Hintergrund, doppelseitiges Klebeband oder Klebepads.

Außerdem kann man viele Materialien aus dem Dekobereich auch im Schaukasten verwenden: Blumen, Steine, Holz etc.

Die moderne Alternative
Der Schaukasten kann auch rein aus digital erstellten und gedruckten Fotoplakaten bestehen.

Bilderdatenbank
Achten Sie hier bitte darauf wirklich lizenzfreie Bilder oder gekaufte Bilder zu verwenden. Nutzen sie z.B. Canva.com um gleich Plakate mit lizenzfreien Bildern zu gestalten oder die Bilddatenbank Fundus. Bei Fundus können Sie lizenzfreie Bilder im Rahmen der evangelischen Kirche bekommen.