

# Der Schaukasten VS 1.0

## Konzeption und Gestaltung

### 1. Der Schaukasten ist ein Blickfang!

#### Grundsätzliche Gedanken zu einem elementaren Werbe- und PR-Mittel

Er steht bei jeder Kirchengemeinde in Nähe der Kirche: Der Schaukasten. Meist einer oder zwei nebeneinander, gebeutelt durch Wind, Regen, Sonne, Frost. Die Gemeindemitglieder nutzen ihn als informatives „Schwarzes Brett“ für alles, was in ihrer Kirchengemeinde an (hoffentlich) abwechslungsreichen und gehaltvollen Veranstaltungen geboten wird:

Da sind kirchliche Gruppen mit ihren Aktivitäten vertreten, Konzerte, Seniorentreffs, offizielle pastorale Termine bis hin zu den Geburten, Jubiläen, Nachrufen kürzlich Verstorbener und vieles mehr.

Diese bedeutsame Aufgabe sollte nicht so nebenbei erledigt werden, denn wie alle Tätigkeiten bedarf es eines gewissen Zeitaufwandes und Sorgfalt, einen Schaukasten zu betreuen.



#### Folgende Gesichtspunkte sollten Sie berücksichtigen:

1. Alle Informationen sind ordentlich und ansprechend zu platzieren!
2. Stets auf Aktualität achten!
3. Rechtzeitig Materialien für den Aushang besorgen!
4. Schaukasten bei Verschmutzung stets reinigen!

**Öffentlichkeitsarbeit** ist immer die Visitenkarte einer Institution, eines Betriebes oder Vereins nach außen. Wir als Institution Kirche werben nicht für irgendein Konsumgut, sondern für pastorale Inhalte. Der Schaukasten ist ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit und wirkt wie ein Plakat mit wechselnden Inhalten auf alle Passanten. Es liegt an Ihnen, ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen und damit Ihren Inhalten (= Botschaften) „Gehör“ zu verschaffen.

## 2. Schaukasten analysieren (ein Beispiel)

Werfen Sie bitte einmal einen Blick auf Ihren aktuellen Schaukasten und stellen Sie sich folgende Fragen:

- Würde ich stehen bleiben und ein Plakat oder einen Handzettel lesen?
- Steht irgendwo der Betreiber des Schaukastens gut sichtbar vermerkt, also die verantwortliche Kirchengemeinde?
- Gibt es thematische Schwerpunkte und ist eine Ordnung bzw. Struktur in den Aushängen zu erkennen? Oder ist es ein planloses Durcheinander von unendlich vielen Informationen?
- Wie groß sind die einzelnen Aushänge? Kleiner wie das Format DIN A4?

In diesen vier Fragen stecken schon jede Menge Anhaltspunkte für eine ansprechende Gestaltung. Es gäbe noch viel mehr, aber keine Angst! Wir wollen keine Wissenschaft daraus machen. Es geht hier darum, mit kurzen, prägnanten Hinweisen Ihnen zu einem attraktiven Schaukasten zu verhelfen. Wenn Sie im Lauf der Verbesserungen - falls sie notwendig sind - Gefallen an der Schaukastengestaltung finden - umso besser! Sie werden feststellen: Gestalten macht Spaß. Und schön gestalten noch viel mehr!

**Lassen Sie uns die Gestaltung anhand eines Beispiels durchgehen:**



**Dieser Schaukasten ist kein Aushängeschild im Moment!**

**Aber was genau ist der Grund?**



## Die Analyse

### Optische Wirkung und Positionierung

Der Schaukasten mit Metallrahmen macht einen soliden, zweckmäßigen Eindruck und ist nicht beschädigt und beschmiert. Er wirkt rein äußerlich gepflegt. Strategisch günstig positioniert direkt neben dem Treppenaufgang zum Verwaltungsgebäude erreicht er gut sichtbar alle vorbeigehenden Passanten, ebenso die Kirchgänger der nahegelegenen Kirche. Es ist leider keine Beleuchtung vorhanden, jedoch bei Nacht lesbar durch die Straßenbeleuchtung.



### Wie steht es um die Botschaft, das Wichtigste am Schaukasten?

Die Plakatierung ist leicht schief angebracht mit großen, wuchtigen, mehrfarbigen Magnethaltern und macht leider den Eindruck einer hastig angebrachten Plakatierung. Die eingesetzten und wahllos gesetzten freien Pins sind viel zu groß und nehmen den Printmedien ihre Wirkung. Hinzu kommt das Fehlen einer Kenntlichmachung, wer für die Plakatanschläge verantwortlich ist. Auch fehlt es an einem deutlich sichtbaren Logo. Nur bei genauem Studium der Inhalte ist eventuell der Aushänger zu erkennen.

Die Printmedien sind – abgesehen davon, dass sie schief angebracht wurden – beliebig positioniert und bilden keine Einheit. Die Botschaft ist auch keine. Hier will man nicht seinen Weg für kurze Zeit unterbrechen und etwas lesen, da das Gefühl vermittelt wird, der Kasten selbst scheint dem Betreiber eher lästig. Somit auch die Information. Es fehlen außerdem Headlines, die berühmten „Eyecatcher“, welche zum Verweilen anregen. Insgesamt ein negativer Gesamteindruck, der beim Betrachten entsteht. Das muss nicht sein.



### 3. Wie geht's besser?

#### Der Schaukasten als Botschaft

Ein Schaukasten lebt von einem **Blickfang**, der den Passanten innehalten lässt und zum Lesen animiert. Denn es zählt – wie auch in der schrillen Welt der Außenwerbung – der erste Eindruck. Wir benötigen keine komplizierte Gestaltung, sondern gradlinige und schnell erfassbare Inhalte. Wir möchten die Fußgänger zu einem kurzen Stopp verleiten. Das schaffen wir nicht durch Textwüsten und Unübersichtlichkeit.

Der Schaukasten ist das **Aushängeschild der Kirchengemeinde bzw. des Pfarramtes**. Er soll informieren, unterhalten und die Kommunikation mit der Gemeinde anregen. Er ist kein lang anhaltendes Lesemedium. Gemeindebriefe oder umfangreiche, kleinformatige Prospekte sind hier fehl am Platz. Aber er ist dennoch das berühmte „Schwarze Brett“ mit wichtigen Neuigkeiten – wenn sie kurz und bündig formuliert werden.

**Dabei achten wir stets auf Vollständigkeit aller notwendigen Informationen:  
Wer, Wo, Wie, Was und Wann - bekannt auch als die berühmten fünf Ws.**

### 4. Die Konzeption

**Was ist zu tun, um die Anforderungen zu erfüllen und welche Gestaltung fördert die Aufmerksamkeit der Passanten?**

Wir brauchen einen **Blickfang!**  
Das kann ein schönes Plakat sein oder ein flacher, themenbezogener Gegenstand. Nutzen wir auch die **Dreidimensionalität** des Schaukastens.



**So geht's:  
Große Flächen mit Headlines, weniger Text,  
ein 3D-Schmankerl als i-Tüpfelchen, dazu  
Betreiber und Logo!**

## Wir fassen zusammen:

**Große Schriften, kurze Texte** und damit Reduzierung auf schnell erfassbare Informationen.  
Ein großes Bild wirkt Wunder.

**Plakate können mit entsprechenden Gegenständen unterstützt werden**, zum Beispiel ein Konzertplakat mit Spielzeugvioline, Flöte oder Noten bzw. Notenschlüssel. Natürlich keine Wertgegenstände, denn wir wollen auch keinen Vandalismus provozieren.

**Plakate (A3 und größer) und Handzettel (A4 (Folder)) themenorientiert platzieren.** Kein thematisches Durcheinander! Die Abwechslung kommt unweigerlich durch die verschieden gestalteten Printmedien.

**Regelmäßig Inhalte tauschen.** Was vorbei ist, muss raus.

**Ordentliche, sorgfältige Anbringung** der Inhalte mit kleineren, eleganten Magneten aus Edelstahl, die die Wirkung des Printmediums nicht abschwächen und überlagern, zum Beispiel [bei diesem Anbieter](#).



**Bestimmte Zielgruppen** im Auge behalten durch Schwerpunkte/Themen im Aushang.

Am besten wäre es, einen **Halbjahresplan** zu erstellen mit Zuständigkeiten. Gibt es **ein Team** oder ist es eine verantwortliche Einzelperson? Welche **wichtigen, wiederkehrenden Termine und Events** (Weihnachten, Ostern, Pfingsten usw.) gibt es und woher können wir **Ideen und Material** für eine schöne Gestaltung bekommen? Welche **Sonderthemen** können wir behandeln? Zum Beispiel: Ökumene, Lutherjahr, Papstbesuch, Reiseangebot ins Heilige Land, Einweihung eines neuen Jugendraums, besondere kirchliche Feste und vieles mehr.

## 5. Bildung eines Teams

Der Schaukasten ist eine wunderbare Chance, mit allen am kirchlichen Leben Interessierten zu kommunizieren. Nutzen wir sie. In einem Schaukastenteam tragen die Mitglieder zu einem **reichen Ideenfundus** bei. Alles ist willkommen, auch wenn es sich um Themen und Material handelt, das erst in einigen Monaten aktuell wird.



Bild: Microsoft  
ClipArt Gallery



Bild: Microsoft ClipArt Gallery

**Vorschlag:**

Alle Vierteljahr wird der Schaukasten in einer Teamsitzung thematisiert und Ideen für die Inhalte gesammelt. Hier könnte auch die Kommunikation mit Ihren angegliederten Fachdiensten (Kindergarten, Jugend, Seniorenhilfe usw.) organisiert und Aufgaben verteilt werden, wenn es um Beschaffung von Plakaten zu deren Veranstaltungen geht. Erstellen Sie einen Belegungsplan, wer sich um was kümmert.

## 6. Material

Grundsätzlich eignet sich alles an Printmedien ab dem Format DIN A5.

### Warum diese Einschränkung?



**Die Lesbarkeit** kleinerer Formate wird vor allem durch die Schriftgrößen bestimmt, was vor allem für Menschen mit geringerer Sehstärke ein Problem ist. Außerdem wird in der Regel dann für das Medium Plakat/Schaukasten zu viel Text angeboten. Der Betrachter möchte nicht lange anhalten, sondern sich kurz und umfassend informieren (die 5 Ws!). Häufig zu beobachten: Prospekte und Flyer werden mit Vorder- und Rückseiten angebracht. Das ist lieb gemeint, aber ist anstrengend zu lesen.

Arbeiten Sie **plaktiv mit vielen großen Bildelementen**. Wenn Sie Plakate im Format DIN A3 oder DIN A2 haben, nutzen Sie sie! Schaffen Sie Rubriken und drucken Sie Headlines.

Basteln Sie **Schmuckelemente in 3D** oder verwenden Sie Alltagsgegenstände. Beispiel Musikveranstaltung: Ein Notenschlüssel aus farbigem Styropor gibt hier einen tollen Hingucker - oder eine alte Flöte oder ein Bild der Musikgruppe.

Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf. Sie werden sehen, Gestalten macht Spaß. Und ein Team bringt viele Ideen ins Spiel.

## 6. Quellen und Literatur

### Materialien zur Öffentlichkeitsarbeit in Schaukästen finden

Sie bei

<http://www.komm-webshop.de/>

<https://www.buhv.de/kirche/material-oeffentlichkeitsarbeit.html>

[https://www.verlagambirnbach.de/Schaukasten/?module=getCategoryContent  
filter0=Schaukasten](https://www.verlagambirnbach.de/Schaukasten/?module=getCategoryContent&filter0=Schaukasten)



### Online Tipps zur Gestaltung

<http://www.pfarrbriefservice.de/page/praktische-tipps-zum-schaukasten>

<http://www.german-business-portal.de/werben-glas-tipps-schaukastengestaltung/>

### Literatur

Kooperation WerbeDienst (Hrsg.)

#### Visitenkarte hinter Glas

Schaukästen kreativ gestalten

Paperback, 150 Seiten mit zahlreichen Bildern und

Illustrationen

Luther Verlag



## Die Fachstelle Medien der Diözese Rottenburg-Stuttgart

Zu ganz vielen Themen der Öffentlichkeitsarbeit gibt es bei der Fachstelle Veröffentlichungen, die alle Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen der Diözese einmal kostenlos bestellen können bzw. die zum Download im Internet bereit gestellt sind. [Hier geht's zu den Publikationen der Diözese.](#)



### Sie gehören nicht der Diözese Rottenburg-Stuttgart an?

Kein Problem! Selbstverständlich gibt es die kleinen Nachschlagewerke (11 Broschüren) auch für Nichtmitglieder gegen eine geringe Schutzgebühr im [Online-Shop](#) zu bestellen.

### Unser Thema:

Den spezielle Download zu unserem **Thema Schaukasten** gibt es hier: [Eingangsbereich und Schaukasten.](#)



## 7. Ausblick

Mein Arbeitspapier sollte Ihnen Anregungen für die Gestaltung Ihres Schaukastens geben. Noch viel mehr Tipps finden Sie in den angegebenen Publikationen - als Print oder online. Probieren Sie auch eigene Ideen aus und lassen Sie Ihrer Phantasie freien Lauf. Ich würde mich freuen, wenn Sie die eine oder andere Anregung umsetzen und (noch mehr) Spaß an der Gestaltung Ihres Schaukastens finden. Sehr gerne können Sie mir Rückmeldung geben und Erfahrungen mitteilen: peter.then@kirchebb.de.

*Peter Then, PR-Referent Dekanat Böblingen  
im August 2017*

*Hinweis: Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind deren Besitzer verantwortlich.*