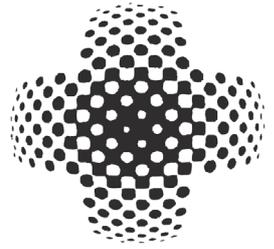


# Weltweit Gemeinden helfen

INTERVIEW MIT DEN KOMMUNIKATISTEN ZUM NEUEN CLAIM DES GUSTAV-ADOLF-WERKS

Die Vertreterversammlung des Gustav-Adolf-Werks (GAW) beschloss im September 2013, dem GAW einen Claim zu geben. Claim bezeichnet in der Fachsprache einen Slogan bzw. eine Kernbotschaft. Er soll helfen, die Wahrnehmung und die Profilierung des GAW zu stärken. Ein Jahr dauerte der Entwicklungs- und Entscheidungsprozess. Ein Jahr, in dem die Kommunikatisten – eine Werbeagentur aus Leipzig – uns begleitete. Wir sprachen darüber mit Torsten Kell und Jürgen Schrödl.

Weltweit  
Gemeinden  
helfen  
**GAW**



**S**ind Sie zufrieden mit Ihrer Arbeit?

**Jürgen Schrödl:** Zunächst gratulieren wir dem GAW zu seiner Entscheidung. Wir haben diesen Prozess befördert und zu einem professionellen Ergebnis geführt. Dabei haben wir viel Vertrauen gespürt.

**Torsten Kell:** Der Claim wird dem GAW neue Impulse verleihen. In den Hauptgruppen, in der gesamten Evangelischen Kirche in Deutschland und, nicht zu vergessen, in den Gemeinden in der Diaspora. Das ist jetzt schon spürbar.

**Woran?**

**Kell:** Die Projekte für 2014 stehen an. Die Hauptgruppen warten ungeduldig auf Zuarbeiten, wie sie mit dem Claim und dem überarbeiteten Logo umgehen sollen. Das ist ein gutes Zeichen. Es zeigt, dass der Veränderungsprozess mitgetragen wird und in Gang kommt.

**Kann man von Aufbruchsstimmung sprechen?**

**Schrödl:** Absolut. Eine neue Kommunikation wirkt sehr motivierend. Es wird eine neue Etappe eingeläutet. Denn jetzt geht die Arbeit ja erst richtig los. Wir haben den Grundstein für die neue Marke GAW gelegt, nun muss sie mit Leben erfüllt, in den gesamten Auftritt integriert werden. „Weltweit Gemeinden helfen“ – das ist Ansporn und Versprechen zugleich.

**Rückblickend: Was war entscheidend für den Entwicklungsprozess?**

**Schrödl:** Der Workshop im November 2012. Der war für beide Seiten wichtig. Einerseits sicherte die Delegation von Hauptgruppenvertretern eine breite Beteiligung innerhalb des GAW. Andererseits erhielten wir ein umfassendes Stimmungsbild. Dadurch konnten wir viele Aspekte in unsere Überlegungen einbeziehen.

**Kell:** Wir wollten auf keinen Fall von oben herab eine Idee präsentieren, die keine Basis innerhalb des GAW findet. Dennoch ist letztendlich entscheidend, was die Adressaten mit den Botschaften anfangen können. Beide Perspektiven haben Gewicht. Das haben wir in den Diskussionen immer wieder in die Waagschale geworfen.



**Torsten Kell (47),** seit 2007 Geschäftsführer der Leipziger Agentur Kommunikatisten, ausgebildeter Mediengestalter (1998)

**Jürgen Schrödl (48),** Leipzig, arbeitet seit 1999 als Werbetexter und Konzeptioner, seit 2008 Vorsitzender des Texterverbands (1998)

**Schrödl:** Uns als außenstehende, neutrale Institution in den Prozess einzubeziehen, war sicher ein weiterer entscheidender Punkt. Intern zerreibt man sich oft in derlei Prozessen, verliert das Wesentliche aus den Augen. Außerdem bringen wir unsere Kompetenzen ein. Kommunikation ist ein komplexes Gebilde.

**Sie sprechen vom GAW als Marke. Ist das für eine gemeinnützige, kirchliche Organisation wie wir nicht etwas zu hoch gegriffen?**

**Schrödl:** Marken verankern sich in den Köpfen von Zielgruppen. Das GAW, das hat die Analyse ergeben, hat ein differenziertes Selbst- und Fremdbild. Dieses Bild gilt es zu schärfen. Da unterscheidet sich das GAW nicht von Milka oder Mercedes. Die Grundprinzipien gelten für alle Anbieter. Das GAW ist Anbieter von Hilfe für evangelische Gemeinden in anderen Ländern. Dafür braucht es finanzielle Mittel. Als starke Marke innerhalb der evangelischen Kirche erreicht das GAW höhere Bekanntheit, schafft mehr Vertrauen und bildet Präferenzen heraus. Das wird sich langfristig auszahlen. Wichtig dabei ist die konsequente Führung der Marke. Trotz der föderalistischen Strukturen ist ein gemeinsames Auftreten des gesamten GAW jetzt mehr denn je gefragt.

**Wie kann ein gemeinsames Auftreten erreicht werden?**

**Kell:** Wir arbeiten gerade an einem Corporate Design (Anm. der Red.: einheitliches Erscheinungsbild) für das GAW. Das heißt, wir entwickeln Gestaltungs-

regeln, mit denen die Hauptgruppen ihre Kommunikation vor Ort selbstständig umsetzen können, und dennoch das Gesamtbild des GAW gewahrt bleibt. Es wird klare Vorgaben geben, die jedoch genügend gestalterischen Spielraum bieten. Funktionalität und Einfachheit haben Vorrang. Wie gesagt, wir stecken mitten in der Arbeit. Die ersten Abstimmungen haben stattgefunden. Ende Januar 2014, zur Geschäftsführertagung in Leipzig, wird das fertige Dokument vorgestellt.

**Schrödl:** Ein guter Anfang für ein gemeinsames Auftreten wurde ja mit den Internetseiten des GAW bereits gemacht. Viele Hauptgruppen nutzen den vereinheitlichten strukturellen und gestalterischen Aufbau der Internetseite, können aber Inhalte selbst bestimmen und pflegen. Die Eigenständigkeit des Auftretens ist also gegeben, dennoch wird das GAW als deutschlandweites Hilfswerk wahrgenommen. Wir empfehlen den Hauptgruppen, die sich diesem System noch nicht angeschlossen haben, in dieser Phase den Schritt zu tun. Es nützt der gemeinsamen Sache.

#### Jede Hauptgruppe hat nun ein eigenes GAW-Logo?

**Kell:** Wir haben von Anfang an gesagt, die Hauptgruppen müssen sich in dem neuen Logo deutlich wiederfinden. Deshalb gibt es die Dachmarke, die für die Anwendung der Hauptgruppen um die jeweilige Regionalbezeichnung ergänzt wird. So betonen wir erneut die Eigenständigkeit, das regionale Wirken der Hauptgruppen, stellen aber gleichzeitig den Bezug zum gesamten Gustav-Adolf-Werk her. Das sind die Puzzle-teile, die künftig mehr und passgenauer ineingreifen sollen, um das Gesamtbild GAW deutlicher werden zu lassen.

#### Wie war und ist Ihre Sicht auf den Namen „Gustav-Adolf-Werk“?

**Schrödl:** Der Name stand für uns zu keiner Zeit zur Debatte. Zugegebenermaßen lässt der Name einige Interpretationsspielräume. Die Diskussionen haben gezeigt, welche Assoziationen damit teilweise verbunden werden. Aber den Namen zu ändern, wäre aus kommunikativer Sicht ein Tabubruch gewesen. Der Name hat eine starke Tradition. Das ist der Gründername. Der musste und muss bleiben.

**Kell:** Durch den Claim erläutern wir für alle, die noch nichts Genaues mit dem Gustav-Adolf-Werk anzufangen wussten, was das Gustav-Adolf-Werk im Kern ist. Als Marke rücken wir das Kürzel GAW in den Mittelpunkt, so wie es bereits häufig verwendet wurde und wie es sich auch im internen Sprachgebrauch durchgesetzt hat. Die Unternehmensbezeichnung Gustav-Adolf-Werk – Diasporawerk der Evangelischen Kirche in Deutschland läuft zusätzlich auf allen Kommunikationsmitteln mit. Es ist also nicht verloren gegangen, es wurde nur neu aufgeteilt.

Vielen Dank.



**Was bedeutet die Reformation – in Deutschland, in anderen Ländern weltweit? In dieser Kolumne zur Reformationsdekade denken Protestanten aus verschiedenen Kirchen darüber nach. Das Thema für das Jahr 2014 lautet: Reformation und Politik.**

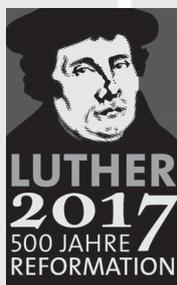
Kennen Sie unsere „Schwimmbadkirche“ in St. Petersburg? Eigentlich heißt sie St. Petri. Der Beiname entstand in der sowjetischen Zeit. Damals wurde die Gemeinde enteignet und die Kirche zum zentralen Schwimmbad der Stadt umgewandelt. Als die Kirche in den 1990er Jahren wieder zurückgegeben wurde, roch sie nach Chlorwasser und im Altarraum stand der Sprungturm ...

Vor dem blutigen und leidvollen 20. Jahrhundert hatten die Politiker in St. Petersburg die Straße der Toleranz gebaut und in dieser Straße ganze fünf evangelische Kirchen gegenüber der orthodoxen Kasaner Kathedrale. Die Politiker von damals glaubten fest, dass Russland ein wichtiger und untrennbarer Bestandteil Europas ist.

Die Politik der Sowjetmacht zielte auf totale Eliminierung der Kirche. Nichts sollte an ihre einstige Präsenz in der Gesellschaft erinnern. Noch wichtiger war es, alle Spuren des christlichen Glaubens in den Menschen zu tilgen, um das entstandene Vakuum mit der Propaganda neu zu füllen. So glaubten die Politiker dieses Zeitalters der Repressalien, Kriege und Beängstigung.

Gott sei Dank, hat es nicht funktioniert. Unzählige Menschen sind zu Opfern geworden, aber Glaube und Hoffnung ließen sich nicht gänzlich beseitigen. Die Gemeinde St. Petri wurde nach der Wende wieder gegründet. Man begann sich auf die eigenen Wurzeln zu besinnen und entdeckte das reiche Erbe der Gemeinde neu. Menschen begegneten Menschen, die Gott auch in den schlimmsten Zeiten nahe gewesen waren. Unter dem nicht wieder abgerissenen Schwimmbekken in der Petri-Kirche entstand die Krypta (siehe Foto), die als Gedenkstätte dient. Sie soll uns an unsere Märtyrer erinnern, aber auch daran, dass Glaube, Hoffnung und Liebe uns auch in dunkelster Stunde tragen können.

Was glauben unsere Politiker heute? Was immer es sein mag, ich hoffe, dass sie die alten Fehler nie wiederholen werden und dass die Menschen nie wieder für politische Zwecke instrumentalisiert werden. Ich glaube, dass der Herr Herzen verändern kann und dass die Politiker für Ordnung, für Gerechtigkeit und für das Leben stehen werden, auch in meiner Heimat Russland.



Dietrich Brauer, Bischof der Evangelisch-Lutherischen Kirche Europäisches Russland