

# Kostenplan und Anzeigen

Serie »Visitenkarte der Gemeinde« – Teil 3

Viele Gemeindebriefredaktionen stehen unter dem Druck knapper Finanzen. Der Kostendruck beschränkt gute Ideen und kreative Konzepte. Eine zweite Druckfarbe? Können wir uns nicht leisten! Eine weitere Seite für Termine, kurze Ankündigungen, Hintergrundtexte wie Nachrichten aus dem Kirchenvorstand? Oder eine größere Schrift zugunsten der Lesbarkeit? Eine höhere Auflage, um auch Kirchenferne zu informieren? Kein Geld!

Die Finanzierung des Gemeindebriefes ist eine der wenigen genau kalkulierbaren Ausgaben einer Kirchengemeinde. Neben dem – hoffentlich vorhandenen – Posten im Gemeindehaushalt finanzieren sich Gemeindebriefe vor allem aus Spenden. Die noch vor zehn Jahren durchaus übliche Finanzierung aus Abonnements scheint langsam auszulaufen. Den Gemeindebrief zu verkaufen sollte auch eher eine Notlösung sein, denn die Empfänger sind ja die Kirchensteuer- und Kirchgeldzahler und Kollektengeber. Nur jede neunte Gemeindebriefredaktion wirbt Anzeigen ein.

Beinahe 75 Prozent der Gemeindebriefe werden traditionell bei der örtlichen Druckerei gesetzt oder dort im Satz fertiggestellt, gedruckt, geheftet und gefaltet. Jeder sechste Gemeinde-

brief ist noch oder wieder vollständiges Eigenprodukt der Gemeinde, die dafür den eigenen Kopierer oder Laserdrucker nutzt. Und weil das alles funktioniert, werden nur selten die wirklichen Kosten berechnet.

Zu einer Überprüfung der Kosten kann gehören: den seit Jahren bestehenden Vertrag mit der Druckerei zu aktualisieren und ein Angebot der Konkurrenz einzuholen; die Höhe der Satzkosten mit den Kosten für ein gemeindeeigenes Layoutprogramm abzugleichen, oder sich Angebote für Papier machen zu lassen. Viele Druckereien sind bereit, einen Teil ihrer Leistung – zum Beispiel einzelne Gemeindebriefausgaben – zu spenden, oder als Sponsoren des Gemeindebriefes aufzutreten. Um hier die gegenseitigen Erwartungen einhalten zu können, empfiehlt sich der Abschluss eines Sponsorenvertrages. Immer wieder gibt es auch Angebote von Druckereien, die sich auf kleine Auflagen spezialisiert haben und die gegen Lieferung des fertigen Datensatzes sehr günstig drucken. Dann kann es sinnvoll sein, sich von Grafikprofis eine gute Layoutvorlage erarbeiten zu lassen, die in der eigenen Redaktion gefüllt und fertig bearbeitet werden kann. Solche Investitionen können sich innerhalb eines Jahres durchaus rechnen.

In vielen Gemeinden mit unzähligen Bedenken behaftet ist die Frage nach Anzeigen im Gemeindebrief. Kostbaren Platz verkaufen, um den Gemeindebrief mit zu finanzieren? Wer entscheidet über die Anzeigenkunden? Anzeigen ermöglichen eine Finanzierung im Beziehungsgeflecht

## Mediadaten des Gemeindebriefs:

- Format
- Erscheint wie oft
- Umfang (Seitenzahl)
- Verbreitungsgebiet
- Auflagenhöhe
- Liefertermin für die Anzeige (Anzeigenschluss)
- Preisliste für Anzeigenvorlage
- Dateiversion und Format

der Gemeinde. Solche Anzeigen sind nur attraktiv für Betriebe oder Dienstleister im direkten Umfeld oder mit einem speziellen Angebot für Kirchenmitglieder.

Doch immer gilt: Der Platz im Gemeindebrief gehört den Gemeindebriefmachern oder dem Kirchenvorstand als Herausbergremium. Sie bestimmen, suchen sich den möglichen Kunden aus, sprechen ihn an und machen ein Angebot. Sie bieten den Platz an, eine halbe Seite, eine ganze, eine rechte oder eine linke, eine halbe Spalte oder ein Kasten auf einer Anzeigenseite. Der Kunde muss andererseits wissen, worauf er sich einlässt und erwartet daher eine Liste mit den wichtigsten Angaben zum Gemeindebrief, zu Format und Kosten der Anzeige – den Mediadaten (siehe Kasten oben). Die Preise für eine Anzeige richten sich nach der Höhe der Auflage des Gemeindebriefs und nach der Größe der Anzeige. Wichtig ist auch die Mischung der Anzeigen, denn für die Leser ist es wenig attraktiv, auf einer Seite unter- und nebeneinander die Anzeigen der fünf ortsansässigen Bestatter sowie die einer Tischlerei zu finden.

Ein Anzeigenbeauftragter für den Gemeindebrief kann hier den Überblick behalten und Kontakte pflegen; er muss als Ansprechpartner im Impressum mit aufgeführt werden. Wer das Anzeigengeschäft einmal testen und sich beraten lassen möchte, kann den SONNTAG als Anzeigenkunden werben.

Karin Bertheau

Ohne **SONNTAG**  
*fehlt Dir was!*

DIE evangelische Kirchenzeitung  
für Sachsen – jede Woche neu.

Bitte kostenloses Probeheft  
anfordern unter:

[www.sonntag-sachsen.de](http://www.sonntag-sachsen.de)

Evangelische Verlagsanstalt GmbH  
Blumenstraße 76, 04155 Leipzig  
Tel. 0341 71141-22  
Fax 0341 71141-50

Diese Anzeige könnte in Ihrem Gemeindebrief stehen – machen Sie dem SONNTAG ein Angebot, zum Beispiel 25 Euro für eine Anzeige dieser Größe pro tausend Auflage. Zehn Gemeindebriefredaktionen haben die Chance, die Kirchenzeitung als Anzeigenkunden sowie eine ausführliche Anzeigenberatung zu »erwerben«.