Gemeindebriefarbeit in der EKvW

Tipps und Grundlagen

Zusammengestellt von Dietmar Hauber, Stuttgart

Die Verantwortung der Redaktion

„Die Presse ist frei“, stellen die Landespressegesetze fest. Trotzdem schreiben, berichten und kommentieren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Redaktionen in keinem rechtsfreien Raum. Die Presse soll nämlich nach dem Gesetzgeber der „freiheitlichen demokratischen Grundordnung" dienen. Und darüber wacht der verantwortliche Redakteur. Dabei geht es ganz und gar undemokratisch zu: Nicht die Mehrheit im Redaktionskreis, der Artikelschreiber, die Verfasserin des Leserbriefs oder der Kirchengemeinderats ist verantwortlich, sondern allein der verantwortliche Redakteur. Er ist vor dem Gesetz persönlich haftbar, dass keine strafbaren Inhalte gedruckt werden.

Es lohnt sich, die Vorschriften der Landespressegesetze einzuhalten und die Schranken der Freiheit zu respektieren. Denn Verstöße können die Freiheit erheblich einschränken: Bis zu einem Jahr Gefängnis für verantwortliche Redakteur, Verleger und Herausgeber drohen bei Verletzungen der Presseordnung. Damit der Schuldige zur Verantwortung gezogen werden kann, muss Name und Anschrift des verantwortlichen Redakteurs im Impressum erscheinen. Natürlich muss diese Person vor dem Gesetz die Verantwortung tragen können. Sie muss ihren ständigen Aufenthalt in Deutschland haben und uneingeschränkt geschäftsfähig sein. Verantwortung für Redaktionen darf nicht von Menschen übernommen werden, die nicht uneingeschränkt strafgerichtlich verfolgt werden können. Außerdem muss der verantwortliche Redakteur mindestens 21 Jahre alt sein. Diese Vorschriften gelten für Druckwerke, die von Jugendlichen für Jugendliche herausgegeben werden, nur eingeschränkt. Sie gelten aber uneingeschränkt für das Mitteilungsblatt des örtlichen Jugendwerks sowie für die Jugendbeilage im Gemeindebrief. Diese Publikationen wollen zwar Jugendliche ansprechen, aber eben nicht nur.

Durch die presserechtliche Verantwortung wird der Chefredakteur aber nicht zum publizistischen Diktator. Der Herausgeber legt die inhaltliche Linie fest. Mit ihrer Richtlinienkompetenz hat die Kirchengemeinde das Recht, die Richtung, das Ziel und die Aufgaben des Gemeindebriefs zu bestimmen. Damit es erst gar nicht zu größeren Konflikten kommen kann, ist eine Redaktionsvereinbarung zwischen Kirchengemeinde – vertreten durch den Kirchengemeinderat oder Kirchenvorstand – und der Gemeindebriefredaktion zu empfehlen. Darin sollten die Aufgaben, die Erscheinungsweise, die Finanzierung und der Umfang des Gemeindebriefs fixiert werden. Eine Regelung des Mandats der Redaktionsmitarbeiter und insbesondere der presserechtlich verantwortlichen Person sollte in der Vereinbarung nicht fehlen. Klarheit schafft folgende Abmachung: „Die Redaktionsmitglieder und der verantwortliche Redakteur werden durch das Presbyterium in schriftlicher Form bestätigt.“

Dietmar Hauber

Der Titel

Wenn ein Gemeindebrief gelesen werden soll, muss die Titelseite Lust aufs Lesen machen. Der Titel entscheidet, der Gemeindebrief akzeptiert wird oder unbesehen im Papierkorb landet. Die Spiegelmacher und Sterngrafiker machen sich Woche für Woche viele Gedanken, wie sie den Titel gestalten. Trotz aller Kreativität bleiben verschiedene Elemente immer gleich. Der „Spiegel“ hat jede Woche seinen roten Rahmen, der „Stern“ zeigt sich am Kiosk seit vielen Jahren mit dem Stern auf dem Titel. So toll Titelseiten auch gestaltet werden, auf die Unverwechselbarkeit und die Identität ist von Ausgabe zu Ausgabe stets zu achten. Auch beim Gemeindebrief. Die Leserinnen und Leser sollten schon am Briefkasten sehen, dass sie ihren Gemeindebrief bekommen haben und nicht irgendein Traktätchen. Der Name des Gemeindebriefs muss stets gleich bleiben, die Anordnung von Schrift und Grafik sollte immer den gleichen Regeln folgen. Auf die Titelseite gehören natürlich auch der Absender und der Gültigkeitszeitraum des Gemeindebriefs.

Doch zwischen diesem Rahmen ist Gestaltungsfreiraum. Das „Pflichtprogramm“ nimmt nur rund ein Viertel des Raums der Titelseite ein. Die restlichen 75 Prozent sollen neugierig machen. Der Aufmacher soll die Leserinnen und Leser auf den Inhalt einstimmen. Viele Gemeindebriefe wecken die Lust zum Lesen mit einem Bild, einer Zeichnung oder einem gestalteten Text. Dabei sollte das Motiv aber auch tatsächlich auf das Heft abgestimmt sein. Den Bezug zum inhaltlichen Schwerpunkt des Hefts oder zu einer Gemeindeveranstaltung schafft Aufmerksamkeit. Das Motto „Da klatschen wir halt auch noch was drauf“ ist überall fehl am Platz, auf der Titelseite aber ganz besonders.

Andere Gemeindebriefe beginnen auf der Titelseite mit Text. Ein geistliches Wort, den Leitartikel oder das Editorial sind beliebt. Doch der Titeltext sollte auf die Titelseite passen. Ein Überlaufen auf Seite 2 schafft nur Verwirrung. Zusätzlich zum Aufmacher kann auch mit einer knappen Inhaltsangabe das Leseinteresse geweckt werden. Die drei oder vier wichtigsten Themen des Inhalts schlagwortartig angerissen, machen von der ersten Seite an neugierig.

In der bunten Welt der Medienrealität ist Farbe normal geworden. Viele Gemeinden wählen für ihren Gemeindebrief farbiges Papier für die Umschlagseiten. Eine gleichbleibende Farbe kann zum Erkennungszeichen werden, wechselnde Farben helfen beim Unterscheiden der Ausgaben. Für Fotos ist farbiges Papier allerdings ungeeignet. Sie wirken darauf gespenstisch, düster, surreal. Wer trotzdem Farbe auf die Seite bringen will, muss dabei nicht arm werden.

Dietmar Hauber

Der Name

Die Titelseite ist die wichtigste Seite einer jeden Publikation. Aufmachung und Name der ersten Seite entscheiden, ob ein Druckwerk gelesen wird oder im Papierkorb landet, ob es gekauft wird oder am Kiosk liegen bleibt. Zeitungen, Zeitschriften und Magazine haben verheißungsvolle und programmatische Namen. Die Gemeindeorgane heißen oft nur „Gemeindebrief“ oder „Mitteilungsblatt der Gemeinde XY“. Viele Gemeindebriefredaktionen haben ihrem Blatt kreative Namen verpasst: beispielsweise „Der Punkt“, „Die Brücke“, „Hahnenschrei“ „vor Ort“ oder „Drei-Kirchen-Blatt“.

In den Häusern Burda und Gruner und Jahr macht man sich intensiv Gedanken um den Namen und das Gesicht der Publikationen, die an den Kiosken der Republik gegeneinander antreten. Die Zeitschrift soll unverwechselbar sein. Die Hand der Kunden soll sogar im Halbschlaf zum „Spiegel“ gehen und gerade nicht zum Konkurrenzblatt. Die Abonnenten sollen im Papierwust des Briefkastens nicht lange suchen müssen, sondern ihren „Focus“ gleich entdecken. Name und grafisches Erscheinungsbild bleiben immer gleich und geben dem Blatt Identität, Unverwechselbarkeit und Gesicht. Der Name wird programmatisch ausgewählt. Wer sich für „werben & verkaufen“ entscheidet, weiß, dass er nun in einem Blatt für Werbung schmökern kann. Wer den „Focus“ kauft, kann sich sicher sein, dass der Fokus des Blattes auf Fakten gerichtet ist. Tageszeitungen sind weniger kreativ, was den Namen angeht. Sie heißen „Hamburger Morgenpost“, „Stuttgarter Nachrichten“ oder „Frankfurter Rundschau“. Nicht mehr als die Gattungsbezeichnung der Publikation und der Erscheinungsort.

Wie die Zeitungen, Zeitschriften und Magazine wollen die Gemeindebriefe natürlich auch die persönliche Handschrift der Gemeinde tragen, unverwechselbar sein und ein inhaltliches und gestalterisches Ganzes sein. Die Programmatik der Gemeindepublikation will sich nicht erst nach langem Lesen erschließen, sondern auf den ersten Blick. Die Konkurrenz im Papierstapel auf dem Couchtisch ist hart. Der Gemeindebrief sollte den Kampf nicht verlieren. Phantasie und Kreativität sind gefragt. Doch auch schon beim Namen? Ich glaube, der Name des Gemeindebriefs ist nur ein Aspekt um Identität und Unverwechselbarkeit und damit Akzeptanz bei den Leserinnen und Lesern zu schaffen.

Ein Gesicht bekommt der Gemeindebrief neben einem schlüssigen inhaltlichen Konzept hauptsächlich durch das grafische Erscheinungsbild. Es sollte von Ausgabe zu Ausgabe den gleichen Regeln folgen, die Anordnung von Schrift und Bild sollte sich nicht ändern, der optische Aufbau gleich bleiben. Wenn die Gemeinde für alle Medien ein grafisches Erscheinungsbild hat, sollte der Gemeindebrief diesem corporate design folgen. Und natürlich muss der Kopf mit dem Namen der Publikation immer gleich bleiben, egal ob das Organ „Gemeindebrief“ oder „Brücke“ heißt. Wenn die Gemeinde ein Logo hat, darf es nicht fehlen. Der Absender, sprich der Name der Gemeinde, und der Gültigkeitszeitraum des Gemeindebriefs gehören auf die Titelseite.

Gemeindebriefe stehen nicht in der direkten Konkurrenz zu anderen Blättern. Dem Verkaufsdruck am Kiosk ist kein Gemeindebrief ausgeliefert. Die Leserinnen und Leser bekommen den Gemeindebrief frei Haus. Durch das unverwechselbare Erscheinungsbild, die Gattungsbezeichung und die Nennung des Absenders kann der Gemeindebrief als vollwertige Publikation bestehen. Ein Kunstname ist nicht zwingend notwendig. Wo aber ein Name zur Akzeptanz des Blattes sinnvoll ist, sollte nicht darauf verzichtet werden. Ebenso sollten eingeführte Titel nicht aufgegeben werden. Manchmal drängen sich Namen auch gerade zu auf oder erklären eine bestimmte Programmatik kurz und prägnant. Der Name „Drei-Kirchen-Blatt“ für den Gemeindebrief dreier Gemeinden, die zusammen arbeiten, veranschaulicht mehr als zehn Broschüren erklären könnten. Wenn es Sinn macht, ist ein Kunstname gut, sonst reicht auch die Gattungsbezeichnung als Name: „Gemeindebrief der Gemeinde XY“.

Dietmar Hauber

Geistliches im Blatt

Wenn Sie die Leserinnen und Leser Ihres Gemeindebriefs mal so richtig langweilen wollen, dann füllen Sie ihn satt mit geistlichen Worten und landeskirchlichen Nachrichten. Für diesen Satz werden Sie mich vielleicht hassen. Doch die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage des Gemeinschaftswerks Evangelischer Publizistik (GEP) von 1995 geben mir Recht. Diese Studie kommt nämlich zum Schluss, dass die meisten Nutzer des Gemeindebriefs ein nur geringes Interesse an geistlichen Beiträgen und landeskirchlichen Nachrichten haben. Doch was sind Gemeindenachrichten ohne den landeskirchlichen Zusammenhang? Und was ist ein Gemeindebrief ohne geistliche Klammer? Beides sind Themen, die eigentlich nicht fehlen dürfen. Ich glaube nicht, dass es die Themen sind, die langweilen. Das Desinteresse der Leserschaft rührt wahrscheinlich eher von der unaufmerksamen Aufarbeitung der Themen durch die Redaktionen. Gut präsentiert kann Geistliches und Landeskirchliches toppen, statt floppen.

Viele geistliche Gedanken, die ich in Gemeindebriefen lese, beginnen auf Seite 2 und laufen auf Seite 3 oder gar 4 über. Andere Redaktionen machen die Titelseite damit auf und lassen die Leser dann munter nach dem Ende im Heft suchen. Beides mal sind die Aufmacherseiten 1 und 3 futsch. Dort müssen die Leserinnen und Leser mit spannenden Geschichten ins Blatt geholt werden. Und zwar mit einem Thema, das die Leser interessiert. Köder, die dem Fisch und nicht dem Angler schmecken, sind nach der GEP-Umfrage eben nicht Andachten, sondern Gemeindenachrichten. Geistliche Gedanken können mitten ins Heft rein oder auf die Rückseite.

Eine Seite für das geistliche Wort reicht. Um mit geistlichen Gedanken zu überzeugen und zu begeistern, braucht es nicht Quantität, sondern Qualität. Eine dreiseitige Bildbetrachtung zu einem schlecht gedruckten Chagallbild („Sie müssen sich die Fläche in der Mitte in leuchtendem Blau vorstellen.“) kann nur langweilen. Der Gemeindebrief ist auch nicht der Ort, um gut oder schlecht angenommene Sonntagspredigten nochmals zu verwerten. Und eine theologisch gekonnte Auslegung des Monatsspruchs wird Otto-Normal-Gemeindemitglied nicht spannend finden. Aber genau für diesen machen Sie Ihren Gemeindebrief!

1,7 Sekunden hat Oliver Bierhoff gebraucht, um den Ball anzunehmen und das erste Golden Goal der Fußballgeschichte zu schießen. Jahre später sind diese Sekunden noch im Gedächtnis der Menschen. Die meisten geistlichen Beiträge im Gemeindebrief verpuffen. Sie entfalten nicht das nachhaltige Aha-Erlebnis. Nicht die theologische Perfektion, sondern das Überraschende kann Energie entfalten. Legen Sie im geistlichen Wort nicht aus, sondern begeistern Sie durch Ihre Gedanken. Schreiben Sie woran Sie an Ostern denken: Ferien, Auferstehung, Frauen am leeren Grab, Schokoladenhasen. Fesseln Sie Ihre Leserinnen und Leser mit einem Gedanken – aber bitte nicht mit allen. Denken Sie im Sommer über die Wellen am Strand nach. Zerstören Sie aber im Nachsatz nicht gleich wieder das schöne Bild. Geben Sie die Chance zum Mitträumen. Am Sandstrand müssen nicht gleich wieder die Themen Armut und Ökologie auftauchen. Das geht auch noch in der nächsten Ausgabe. Dort gibt es wieder Geistliches zu schreiben.

Überraschen Sie die Leserinnen und Leser mit Außergewöhnlichem, mit Geschichten, mit Menschen. Erzählen Sie, wie sich Josef gefühlt hat, als er zwischen Eseln und orientalischen Königen stand und das Kind in der Grippe, das nicht sein eigenes war. Reichlich spekulativ, ich weiß. Doch interessant und gut erzählt hat es die Kraft, die geistliche Gedanken im Gemeindebrief brauchen. Der Funke theologischer Richtigkeit muss ja dabei nicht fehlen. So wird er aber verständlich auch für die, die Sie nie im Gottesdienst sehen. Denn auch die lesen Ihren Gemeindebrief. Zwei Drittel der Gemeindeglieder nämlich nutzen statistisch gesehen Ihr Werk.

Dietmar Hauber

Format und Papier

Die Mitteilungen meiner Gemeinde täten sich bei den Papierstapeln, die sich zwischen meinem Couchtisch und Arbeitszimmer türmen, leichter, wenn sie in einem nicht so alltäglichen Format ankämen. Im medialen Kampf ums Gelesenwerden, kann ein ungewöhnliches Format punkten. Trotzdem flattern die meisten Gemeindebriefe im DIN-A-5-Format in die Haushalte. Klar, wer seinen Gemeindebrief auf dem Kleinkopierer durchnudelt, hat wenig Spielraum. Da bietet es sich an, den gängigen DIN-A-4-Bogen in der Mitte auf DIN A 5 zu falzen und zu klammern.

Der Kreiskirchenamtskopierer bleibt bei Kleinstauflagen eine unschlagbare Konkurrenz für Druckereien, zumal wenn die Kopien nicht abgerechnet werden müssen. Für alle anderen aber lohnt es sich, vom Drucker eine Alternative zum Kopieren kalkulieren zu lassen. Schon ab einer Auflage von 400 Exemplaren kann ein Offsetdruck billiger und vor allem schöner werden. Und die Offsetmaschine ist nicht auf alltägliche, unauffällige DIN-Formate festgelegt. Annähernd jede Seitengröße kann gedruckt werden. Wobei nicht jedes Format Sinn macht. Wenn vom Rohbogen zu viel übrig bleibt, wird der Gemeindebrief schnell unwirtschaftlich und selbst mit Umweltpapier unökologisch. Die Druckereien geben ihre Erfahrungen zum Vorteil für die Gemeindebriefetats gerne weiter. Der Drucker beantwortet auch die Frage nach dem optimalen Nutzen. Denn nicht jede durch vier teilbare Seitenzahl ist auch ideal zum Drucken und Weiterverarbeiten.

Die Druckereien stellen mehrere Seiten der Drucksache auf einen Druckbogen zusammen, und erst nach dem Druck und der Heftung werden die endgültigen Seiten beschnitten. So haben Layouter die Möglichkeit, Grafiken und Bilder „anzuschneiden“, das heißt, die Elemente direkt an den Rand zu stellen. Beim Gestalten ist aber darauf zu achten, dass die Grafik in der Dateivorlage mindestens zwei Millimeter über den Seitenrand hinausragt. Sonst kann es zu störenden Blitzern kommen.

Je größer das Seitenformat, desto großzügiger lässt sich die Publikation gestalten. Im großen Format lassen sich Bilder und Grafiken effektvoller platzieren, Headlines wirkungsvoller anordnen. Andererseits werden große Formate oft von den Leserinnen und Lesern als unhandlich empfunden. Ein Schrecken sind die Zeitgenossen, die „Die Zeit“ in der S-Bahn lesen. Für ein großes Format muss die Redaktion genügend Inhalt zusammenstellen, sonst wird der Gemeindebrief zu lappig. Mit dem Format 29,7 cm hoch und 14,8 cm breit lässt sich gut arbeiten: Die Seiten passen gut auf den Druckbogen und bieten interessante Layoutmöglichkeiten.

In Zeiten des vermeitlich Papier freien Büros entwickeln die Menschen wieder ein Gespür für Papier. Papier hat Ausstrahlung, auch beim Gemeindebrief. Hochglänzendes Papier fühlt sich oft kalt und steril an. Ein lebendig geschriebener Gemeindebrief kann so leicht den Touch einer Versicherungsbroschüre bekommen. Mattgestrichene Papiere und Naturpapiere wirken angenehmer. Viele Gemeinden drucken ihren Gemeindebrief auf farbiges Papier. Das kann zu einem Erkennungszeichen werden. Der Kontrast zwischen Papier- und Druckfarbe sollte aber nicht zu schwach sein. Schließlich soll der Gemeindebrief ja lesbar sein. Von farbigem Papier ist abzuraten, wenn Fotos abgebildet werden. Insbesondere Darstellungen von Personen wirken darauf oft gespenstig. Die beste Qualität bei Fotos ist auf gestrichenen weißen Papieren zu erreichen, egal ob matt oder glänzend gestrichen. Nur: weiß ist eben nicht gleich weiß. Es gibt kleine, aber feine Unterschiede. Unterschiede, die die Atmosphäre der Drucksache prägen. Es lohnt sich, in der Druckerei Papiermuster anzuschauen. Nicht jede Veränderung muss gleich ein Vermögen kosten.

Dietmar Hauber

Die Daten des Anderen

„Meinen Wohnort geht niemanden etwas an.“ Jeder hat das Recht auf seine personenbezogenen Daten. Dieses Persönlichkeitsrecht stellt eine der Grenzen der Freiheit von Gemeindebriefredaktionen dar. Zum Schutz jedes Einzelnen stellt das Datenschutzgesetz der EKD klar: „Zweck dieses Gesetzes ist es, den Einzelnen davor zu schützen, dass er durch den Umgang mit seinen personenbezogenen Daten in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt wird.“

Andererseits ermöglichen Informationen über Ereignisse in der Gemeinde die Anteilnahme am Gemeindeleben. Amtshandlungen in Gottesdiensten zu vollziehen, macht nur dann Sinn, wenn die Gemeinde auch vorher erfährt, wer getauft, konfirmiert, getraut oder bestattet wird. Auf die Veröffentlichung von personenbezogenen Daten kann deshalb nicht ganz verzichtet werden. Aber auch Jubiläen bieten Gelegenheit zur Anteilnahme. Viele Gemeindebriefe veröffentlichen deshalb unter „Freud und Leid“ Geburtstage, zum Teil mit Anschrift der Jubilare.

Unproblematisch ist die Veröffentlichung personenbezogener Daten selten. Wessen Daten sowieso in jeder Zeitung stehen, kann den Abdruck gerade in Ihrem Gemeindebrief nicht verbieten. Wenn Lieschen Müller aber die Veröffentlichung nicht wünscht, dann muss die Redaktion dies respektieren. Und der Betroffene muss die Chance haben, Einspruch gegen die Veröffentlichung zu erheben. Auf dieses Recht sollte die Redaktion mindestens einmal jährlich hinweisen. Nicht veröffentlicht werden dürfen personenbezogene Daten in Blättern, die offen ausgelegt oder in alle Haushalte verteilt werden. Nur wenn der Gemeindebrief gezielt an die Gemeindemitglieder verteilt wird, ist eine Veröffentlichung erlaubt. Dabei sollte aber eher sparsam mit Daten umgegangen werden. Die Missbrauchsmöglichkeiten sollten der Redaktion immer bewusst sein.

Die Nutzung von Daten von Ausgetreten ist nicht gestattet. Eine Veröffentlichung ist deshalb auch nicht erlaubt. Ein Schmerzensgeldanspruch für Betroffene besteht nach einem Gerichtsurteil von 1997 zwar nicht, aber das Landesgericht Zweibrücken hat unmissverständlich klargestellt, dass eine Veröffentlichung von Ausgetretenen rechtswidrig ist.

Dietmar Hauber

Das Bild des Anderen

„Mein Bild gehört mir.“ Dieses Recht an der eigenen Abbildung markiert für Fotografen, Künstler und Zeitungsmacher eine Grenze ihrer Freiheit. So schön und informativ Bilder von Menschen in Publikationen auch sind, die Abgebildeten entscheiden, ob ihr Bild abgedruckt wird oder nicht. Grundsätzlich hat jeder das Recht an seinem eigenen Bild, gesetzlich geregelt in dem noch heute gültigen Kunsturheberrechtsgesetz (KUG) von 1907. Das Gesetz schreibt vor, dass der Abgebildete vor der Veröffentlichung seine Einwilligung geben muss. Dieses Recht am eigenen Bild gilt auch noch nach dem Tod, noch zehn Jahre lang. Die Einwilligung muss dann von den Angehörigen eingeholt werden.

Nur eingeschränkt gilt das Recht am eigenen Bild für Personen der Zeitgeschichte. Der Bundeskanzler, der Bundespräsident und die englische Königin dürfen ungefragt abgebildet werden, sofern ihr Persönlichkeitsrecht nicht verletzt wird. Auch der Pfarrer, die Bürgermeisterin, der Bischofskandidat, der Presbyter, die Diakonin oder Mitglieder der Synode sind Personen der Zeitgeschichte. Ihr Bild kann ungefragt veröffentlicht werden – zumindest in der Zeit, in der sie im Blick der Öffentlichkeit stehen und ein öffentliches Amt bekleiden. Wie jeder andere Mensch, dürfen sie selbst entscheiden, ob und wo ihr Bild veröffentlicht wird. In ihrer Funktion sind auch die Erzieherin, der Mesner und der Referent beim Abend der Erwachsenbildung zeitgeschichtlich relevant, aber nur in dieser Funktion und nicht darüber hinaus.

Ohne Einwilligung dürfen auch Personen abgebildet werden, die nur Beiwerk auf dem Bild sind. In der Fußgängerzone muss nicht jeder Passant um Erlaubnis gebeten werden. Und der romantische Sonnenuntergang mit Angler verletzt kein Persönlichkeitsrecht, wenn dem Petrijünger im Gegenlicht die Konturen verfließen. Auch die Teilnehmer einer öffentlichen Veranstaltung dürfen ohne Genehmigung im Bild gezeigt werden. Fotos vom Gemeindeausflug sind kein Problem, wenn die Abgebildeten in keiner ehrenrührigen oder peinlichen Situation fotografiert wurden. Wer aber mit dem Teleobjektiv in die Menschenmasse hineinhält oder ein Bild so zuschneidet, dass ein Porträtfoto einer Person daraus wird, sollte vorsichtig sein. Damit könnten Persönlichkeitsrechte verletzt werden.

Übrigens: Haftbar ist bei der Veröffentlichung nicht der Fotograf, sondern der verantwortliche Redakteur. Fragen Sie im Zweifelsfall bei dem Fotografen nach, ehe Sie das Bild veröffentlichen. Eine Rechtsverletzung kann teuer werden. Einem Strafprozess kann eine Schadensersatzklage folgen. Dass auch Ihr Gemeindebrief eingestampft werden muss, ist dabei das kleinste Übel.

Dietmar Hauber

Das Eigentum des Anderen

„Finger weg vom Besitz Anderer“, weiß das siebte Gebot. Das Verbot des Diebstahls gilt allerdings nicht nur für materielles, sondern auch für geistiges Eigentum. Das Urheberrecht schützt alle, die Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst geschaffen haben. Der Urheber allein hat das Recht zu bestimmen, ob und wie sein Werk veröffentlicht wird. Das Nutzungsrecht kann der Schöpfer eines Werks auch abgeben, beispielsweise an einen Verlag oder eine Bildagentur. Erst 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers erlöschen die Rechte am Werk. Fotos, Kunstwerke, Lieder und Gedichte lockern die Gestaltung auf und locken zum Lesen. Kunstwerke eignen sich, um geistliche Gedanken zu illustrieren. Wenn die Rechte sauber geklärt sind, kein Problem. Doch ein Bild eingescannt und abgedruckt, kann teuer werden. Bis zu drei Jahre Gefängnis können Verstöße gegen das Urheberrecht zur Folge haben, zivilrechtliche Klagen des Urhebers können folgen.

Die unerlaubte Illustration mit einem Werk Ottmar Alts verletzt das Urheberrecht meist mehrmals: Zum einen hat der Künstler das Recht an seinem Werk, zum anderen hat der Fotograf, der das Bild gemacht hat, das Recht an seinem Foto. Beide haben zudem das Recht, dass ihre Namen im direkten Zusammenhang zum Bild genannt werden. Und wahrscheinlich hat die Redaktion mit ihrem Schwarzweißdruck das farbige Kunstwerk noch unerlaubt verändert. Michelangelo und seine Erben haben zwar für die „Erschaffung Adams“, dem Deckengemälde in der Sixtinischen Kapelle, keine Rechte mehr, aber die Rechte sind trotzdem nicht frei. Das Erinnerungsfoto von der Romreise wurde sicher ohne Genehmigung des Vatikans gemacht; am Bild auf der Ansichtskarte hat der Fotograf die Rechte.

Ähnliches gilt für Geschriebenes: Der Autor hat das Recht an der Veröffentlichung. Dies gilt für Zeitungsartikel genauso wie für Gedichte und Lieder. Veränderungen sind nur mit der Zustimmung des Urhebers erlaubt. Der Dichter kann bestimmen, wie seine Zeilen umbrochen und wie die Wörter geschrieben werden. Zitieren ist jedoch erlaubt. Das Gesetz bleibt aber sehr allgemein: Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe ist „in einem durch den Zweck gebotenen Umfang“ zulässig. Kurze Zitate sind erlaubt, ein ganzes Kapitel oder ein ganzes Gedicht nicht. Wird eine Liedstrophe oder ein Gedicht als eigenständiges, gestaltetes Element gedruckt, so ist es sicher kein Zitat.

Die Suche nach den Urheberrechten kann langwierig sein. Ein Blick ins Impressum des Kunstbands oder der Gedichtsammlung hilft weiter. Leichter haben es Redaktionen, die Bilder, Lieder und Gedichte einkaufen. Foto-CD-ROMs gibt es inzwischen für wenig Geld. Mit der Materialhilfe „Der Gemeindebrief“ und der CD-ROM „Illu-Pool“ gibt es Hilfsmittel zur Illustration. Die Rechte sind dort eindeutig geklärt.

Dietmar Hauber

Das Impressum

Jeder und jede hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern. Grenzen sind dieser Freiheit wenige gesetzt. Eine dieser Schranken markieren die Landespressegesetze. Alle Bundesländer schreiben für Druckwerke ein Impressum vor. Dort müssen Name und Anschrift der Druckerei und des Verlags genannt sein. Wenn das Druckwerk im Eigenverlag entsteht, muss der Herausgeber – eine natürliche oder juristische Person – mit Adresse deutlich gemacht werden. In den meisten Gemeindebriefen wird daher die Kirchengemeinde als Herausgeber im Impressum stehen müssen. Kirchengemeinderat, Kirchenvorstand und Pfarramt sind in aller Regel keine juristischen Personen! Deshalb kann nur die Kirchengemeinde diese Funktion übernehmen.

Im Gemeindebrief als periodischem Druckwerk muss außerdem eine Person ausgewiesen sein, welche die redaktionelle Verantwortung trägt. Sie muss darüber wachen, dass keine Rechte verletzt werden. Der verantwortliche Redakteur ist dafür persönlich haftbar, auch bei Leserbriefen, bei denen man zwar für den Inhalt nicht verantwortlich ist, aber für alle Rechtsverletzungen. Der Hinweis, dass für namentlich gekennzeichnete Artikel der Autor die Verantwortung trägt, schützt den verantwortlichen Redakteur ebenso wenig, auch hier ist der unterzeichnende einzig und allein für den Inhalt verantwortlich. Erscheint ein Gemeindebrief in einem „Mantel“ – zum Beispiel als Beilage in einem Gemeindebrief einer Gesamtkirchengemeinde – so muss aus dem Impressum sowohl der Verantwortliche für den Mantel wie für die Beilage hervorgehen. Falls im Gemeindebrief Werbung abgedruckt wird, so ist zudem ein Anzeigenleiter zu nennen.

Sollen die Leser erfahren, wer am Gemeindebrief mitarbeitet, so können natürlich alle Beteiligten aufgezählt werden. Damit die Autorenbeiträge ankommen und der verantwortliche Redakteur ausfindig gemacht werden kann, ist die Anschrift der Redaktion obligatorisch. Hilfreich ist eine Hinweis, wer das Druckwerk gestaltet. Wer auf umweltfreundlichem Papier druckt, kann dies im Impressum schreiben. Ferner kann erwähnt werden, wie der Gemeindebrief verteilt wird und wie oft er erscheint. Vor allem aber sollte der Redaktionsschluss der nächsten Ausgabe genannt werden.

Dietmar Hauber

Ein Impressum könnte so aussehen:

Impressum

Herausgegeben von der Kirchengemeinde Cdorf, Kirchstraße 10, 45678 Cdorf
Redaktion: Frieder Glücklich (verantwortlich), Annemarie Müller, Klara Maier
Anschrift der Redaktion: Fliedergasse 11, 45678 Cdorf
Gestaltung, Layout: Z-Grafik, Ystadt
Druck: Neumann-Druck, Ystadt
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.
Der Cdorfer Bote erscheint monatlich und wird an alle evangelischen Haushalte verteilt. Redaktionsschluss ist jeweils der 15. jeden Monats.