

Fromme Worte, freches Design

Trotz E-Mail und SMS sind die niedrigpreisigen **Karten** wieder groß im Kommen. Das liegt an mutigen Designs, die die alte christliche Botschaft neu ins Bild setzen

Markt

Der christliche Glaube ist ein Geheimnis der Seele, aber auch das Innerste und Privateste hat und braucht seine Anlässe zum Feiern und Grüßen. Geburt(stage) und Namenstage, Hochzeit, Ostern oder Weihnachten lassen auch Kirchendistanzierte

aus der erlebten Medien- und Alltagswelt: King Kong und Containerschiffe; Gebrauchsanweisungen und Kneipeneingänge. Der Betrachter stutzt, staunt ... und begreift sofort, was Glaube ist.

Das „No kitsch, please!“-Konzept scheint aufzugehen, und Präsenz legt auch gleich nach: mit den fröhlich-frechen Postkartensets „Geburtstag“ (ebenfalls von Eva Jung) oder „Mensch Jesus“, wo uns Gottes Sohn als Lonely Cowboy, Fahrlehrer und Frauenverstehrer näher gebracht wird. Gut

zu signalisieren. Es bedarf jedoch größerer Anstrengungen, diese innovativen Editionen dann auch im Handel so zu platzieren, dass sie ins Auge fallen.“ Denn gerade außergewöhnliche Kreationen wie die Geburtstags-Klappkarte mit Gottes Segen und dem aufgenähten kleinen Handtäschchen oder den Geburtstagsgruß mit einer Prise Sand vom Ostseestrand muss der Kunde auch in die Hand nehmen können!

Die Akzeptanz der frechen Karten mit der christlichen Botschaft ist im Handel durchaus gegeben. Solche Alternativen zum Althergebrachten begrüßt auch Karl

Lang von der Buchhandlung in der Marktkirche in Hannover: „Die machen richtig Freude und sind meist erstklassig gemacht. Doch extrem erfolgreich sind sie noch nicht. Das liegt wohl an unserem eher konservativen Publikum.“

Großer Beliebtheit bei Buchhändlern und Kunden gleichermaßen erfreuen sich die Gruß-, Impuls-

und Textkarten des **Verlags am Eschbach**, die weniger auf zeitgenössische Grafik oder Comics setzen, sondern mit höchst unkonventionellen Fotomotiven ihre Botschaften zeitgemäß illustrieren und bei aller Originalität auf den ersten Blick nachvollziehbar bleiben. Auch die „Leipziger Karten“ des erst 1990 gegründeten **Thomas Verlags** sind bei aller erfrischenden Originalität gleich auf den ersten Blick nachvollziehbar und verbinden die Fotos auch mit zeitgenössischen Texten von Günter Kunert, Rolf Zuckowski oder Michael Ende. Zu den Rennern und Trendsettern in Sortiment und Papeterie gehört schließlich auch der **ars liturgica Buch- & Kunstverlag Maria Laach**. Neu in seinem umfangreichen Programm mit farbenfrohen Gruß- und Fototextkarten sind unter anderem die Karten zur Erstkommunion

gelistet werden die „Godcards“ „auch bei Galerien und Geschenkartikel-Läden, die über den geschlossenen Kreis der Kirche hinausgehen“, berichtet Wiesner. Er will sein bereits 770 Artikel umfassendes Non-Book Sortiment ausbauen.

Die Titelflut sieht **Johannis-Verlagsleiter** Karlheinz Kern mit gemischten Gefühlen: „Unsere Kunden erwarten, dass zu jeder neuen Saison möglichst viele neue Karten im Angebot sind. Leider geht dabei die Tendenz immer mehr dahin, dass man sich für die letztjährigen, damals bestaunten Karten kaum mehr interessiert.“

Doch auch Johannis will mit Gott und Karten Farbe und Witz ins Kirchenjahr bringen. Karlheinz Kern: „Trotz des Hauptgeschäftes mit eher traditionellen Karten versuchen wir laufend, durch besondere Gestaltungen und neue Themen frischen Wind



Karten: „No kitsch please“

über den Rand ihrer diesseitigen Alltäglichkeit hinausschauen. Grußkarten mit christlichen Botschaften zum guten und erfüllten Leben sind denn auch ein drehzahlsicherer Umsatzfaktor.

Die Gratwanderung zwischen „fresh inspiration“ und religiöser Botschaft mit und ohne Goldprägung sucht (und meistert) der Verlag **Präsenz Kunst & Buch** ganz aktuell mit seinen neuen „Godcards“. Verleger Stefan Wiesner: „Es ist ein Segment, das so noch nie jemand ausprobiert hat. Die Resonanz im Handel hat gleich beim Start im Frühjahr unsere Erwartungen weit übertroffen, und deshalb haben wir für den Herbst 2008 noch einmal kräftig nachgelegt.“

In über zwei Dutzend der neuen „Godcards“ kombiniert Kommunikationsdesignerin Eva Jung geistliche Psalmen und Zitate von Gustav Mahler oder Albert Schweitzer mit Motiven und Metaphern

