

Logos für die Pastoralräume

Die Kirchen sind wie Unternehmen und Organisationen auf Kommunikation und eindeutige Erkennbarkeit angewiesen. Logos sind Erkennungsmarken. Es sollte sich auf den ersten Blick assoziativ erschließen, wer sich hinter einem Logo verbirgt.

In der Vergangenheit hat das Bistum vier verschiedene Logos benutzt, oft sogar nebeneinander. Viele Mutationen kamen hinzu. Die Eindeutigkeit war dahin. Die Begriffe Bistum und Diözese sind außerkirchlich für viele nichtssagend. Ein neues Logo war dringend nötig.

Wie sich das Bistum Mainz seit 2023 präsentiert

Der Begriff „Katholisch“ bringt nun auf den Punkt, um wen es geht.

Die Tradition des Bistums wird mit den Mainzer Rad fortgeführt.



Wie sich die Katholische Kirche bislang in der Fläche des Bistums präsentierte

Die Pfarreien des Bistums sind eigene Rechtsträger. In der Struktur der Pfarreileitung und der Räte leisten sie ihre Aufgaben und präsentieren sich. Pfarreien, Pfarrgruppen, Pfarreienverbände, Dekanate haben eigene Logos entwickelt und genutzt. Diese hatten keine Verbindung zum Bistumslogo.

Status quo des Veränderungsprozesses

Die Dekanate gibt es nicht mehr. Pfarreien-Neugründungen sind in Planung. Neben den bestehenden Pfarreien gibt es weiterhin Pastoralräume. Diese sind keine eigenen Rechtsträger. **Für die noch bestehenden Pfarreien gelten weiterhin ihre eingeführten Logos und Kommunikationsformen.**

Wie Pastoralräume neue Identitäten schaffen

Dass die Schaffung von Pastoralräumen eine große Herausforderung werden würde, war absehbar. Eine große Hürde bestand in der Festlegung der Zusammenschlüsse. Dieser Prozess ist abgeschlossen. In der Folge wurden Namen für die Pastoralräume festgelegt und Verantwortliche gefunden. Ein Gemeinschaftsgefühl muss erst wachsen.

Die bisherigen Pfarreien empfinden sich nicht immer ausreichend integriert. Die Namen der Pastoralräume stoßen in manchen Fällen nicht auf volle Zufriedenheit. Die neue Identität eines Pastoralraums mit Leben zu füllen, ist ein Prozess.

Was ist Corporate Identity?

Corporate Identity repräsentiert die Summe aller charakteristischen Merkmale einer Organisation als kulturelle Identität (eigenes Selbstverständnis). Oft werden folgende Aspekte unterschieden:

- Corporate Design
- Corporate Communication
- Corporate Culture
- Corporate Behaviour
- Corporate Language
- Corporate Philosophy
- Corporate Soul

Weitere wichtige konstitutive Faktoren für die CI sind die Unternehmensgeschichte, die Organisationsstrukturen, die Vision und das Leitbild (Ziele und Selbstverständnis).

In der Praxis werden diese Bereiche nicht scharf voneinander getrennt. Das Corporate Image gehört nicht zur Corporate Identity. Es zeigt das Fremdbild des Unternehmens und die Wirkung von dessen Leistungen auf, wohingegen die Corporate Identity das Selbstbild verkörpert.

Was ist Corporate Design?

Unter Corporate Design, kurz CD, wird die visuelle Identität verstanden. Corporate Design findet Anwendung u. a. bei der Gestaltung von Firmenzeichen (Unternehmenslogo, Firmensignet), Corporate Wear (Arbeitskleidung), Briefbögen, Visitenkarten, Onlineauftritten, der Corporate Architecture der Betriebsgebäude, Farbgebung.

Vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Identity

Wie die Pastoralräume visuell erkennbar sind

Die Pastoralräume wollen nach innen zusammenwachsen und nach außen gemeinsam auftreten. Es ist wie bei der Einführung einer neuen Marke. Ein Kommunikationskonzept ist nötig, ferner ein Logo. Im Zuge der Entwicklung des neuen Bistumslogos wurde der Bedarf eigener Signets für die Pastoralräume mitbedacht. Das neue Logo will für alle Beteiligte im Bistum eine bessere Zusammengehörigkeit erreichen und eine größere Reichweite schaffen.

Die Bildmarke der Pastoralraum-Logos ist ebenfalls zweifarbig wie beim Bistumslogo. Das Bistum nimmt sich bewusst zurück (das Rad ist grau) und stellt den Pastoralraum in den Fokus (der Name des Pastoralraums ist rot, ebenso das Kreuz). Z. B.:



Allen Pastoralräumen wurden kostenfrei individualisierte Anpassungen zur Verfügung gestellt.

Die Verwendung dieser Logos wird nicht vorgeschrieben, aber unbedingt empfohlen. Die Logos sind nach Regionen und Pastoralräumen geordnet unter folgendem Link zu finden: <https://kurzelinks.de/er4f>. Hier finden sich auch weitere Informationen. Eigenmächtige Veränderungen des Logos sind nicht gestattet.

Die Logos sind für alle Medien und Kanäle, die der jeweilige Pastoralraum einsetzbar.

- Website des jeweiligen Pastoralraums
- Social Media (nur Bildmarke)
- Presse- und Medienarbeit
- Print- und Schau-Medien
- Interne Kommunikation
- Videos, Rundfunk und Fernsehen
- Veranstaltungskommunikation & Werbung
- Kooperationen / Geschäftspartner / Sponsoring

Bei Anpassungsbedarf für Geschäftsbriefe, Visitenkarten, Leitsysteme und mehr wenden Sie sich bitte an medienkoordination@bistum-mainz.de, alexander.matschak@bistum-mainz.de oder susanne.metzger@bistum-mainz.de.

Wie Pfarreien nach einer Neugründung zu einem Logo kommen können

Die neuen Pfarreien werden wie die bisherigen Pfarreien eigene Rechtsträger sein. Sie werden einen Pfarreinamen und ein Patronat im Titel führen.

Die neuen Pfarreien brauchen ab ihrer Einführung neue Logos, neue Geschäftsbriefe usw. Dafür werden Anpassungen der Pastoralraum-Logos mit Patronat entwickelt und vom Bistum kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die Nutzung wird empfohlen.