

Neue Akzente in der Werbung für den Katholikentag – animierte Icons setzen Leitwort „leben teilen“ um

Donnerstag, 10. Juni 2021

Ökumenisch, analog, gesellschaftsrelevant: So will sich der 102. Deutsche Katholikentag vom 25. bis zum 29. Mai 2022 in Stuttgart präsentieren. Veranstalter ist das Zentralkomitee der deutschen Katholiken, die Diözese Rottenburg-Stuttgart der Gastgeber. Das Leitwort „leben teilen“ spreche vom Leben in allen Facetten, sagte der Präsident des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, Prof. Thomas Sternberg, bei der Vorstellung der Werbelinie zum Katholikentag. Es vermittele auch: „Nur geteiltes Leben ist ganzes Leben.“ Der Kommunikationsdesigner Prof. Rüdiger Quass von Deyen von der Agentur KD1 präsentierte ein optisches Konzept, das „leben“ und „teilen“ in eine Icon-Sprache übersetzt.

„Die Pandemie hat unsere Gesellschaft maßgeblich verändert“, sagte Sternberg, der als ZdK-Präsident Vorsitzender der Katholikentagsleitung ist. „Wir erleben uns über Screens und in Livestreams. Ich glaube, da ist eine große Sehnsucht bei vielen, endlich wieder anderen Menschen direkt zu begegnen.“ Nach einem fast vollständig digitalen Ökumenischen Kirchentag sei es nun an der Zeit, den Katholikentag zu einem analogen Großereignis zu machen. „Dieser Katholikentag wird so ökumenisch sein wie keiner zuvor – alle sind eingeladen! Er wird so wichtig sein, wie er nach einer Pandemie nur sein kann. Und er wird die Kraft entwickeln, die Menschen zuversichtlich stimmen kann.“ Die Rückkehr zu einem analogen Fest solle nach der Erfahrung des ÖKT flankiert werden mit digitalen Elementen, um möglichst vielen Menschen eine Teilnahme am 102. Katholikentag zu ermöglichen.

Um sich für eine lebendige Gesellschaft stark zu machen, müsse die Leitfrage sein: „Wie wollen wir künftig miteinander leben?“ Sie werde in Stuttgart zu einem großen Thema, in einer Zeit des Aufbruchs, so Sternberg. „Es gibt kein Zurück in die Zeit vor der Pandemie. Die lange Durststrecke, die wir als Gesellschaft durchleben mussten, hat uns gezeigt, dass wir über vieles neu nachdenken müssen.“ Dazu gehöre die Frage, ob die gelebte Solidarität mit anderen Menschen in der Pandemie neue Kräfte geweckt habe. „Wir diskutieren heute anders über Einsamkeit, über Familien und ihre Belastung, über die Rechte der jungen Generation auf eine lebenswerte Zukunft.“ Zudem werde sich zeigen, wie die Weltgemeinschaft zu neuer Solidarität zurückfinde.

In Stuttgart werde aber auch diskutiert werden, wie es um Mitbestimmung in der Kirche und den Synodalen Weg stehe. „Und nicht zuletzt teilen wir unseren Glauben in Gespräch, Gebet, Gemeinschaft.“

Der Bischof der gastgebenden Diözese Rottenburg-Stuttgart, Dr. Gebhard Fürst, sagte: „Wir freuen uns darauf, das große Engagement der Katholikinnen und Katholiken in Württemberg zeigen zu können - sei es, was die Weltkirche anbelangt, einem der Schwerpunkte unserer Diözese; sei es, was das Rottenburger Modell anbelangt, das eine starke Beteiligung der Laien bis hin zur Hoheit über den Haushalt beinhaltet; oder sei es – zurückgeführt auf unseren Diözesanpatron, den Heiligen Martin – die gelebte Nächstenliebe.“ Er hoffe, so Bischof Fürst, dass es im Mai 2022 möglich werde, „Gemeinschaft zu erleben, Meinungen auszutauschen und zusammen ein großes Fest des Glaubens zu feiern. Danach sehnen sich nicht nur die Katholikinnen und Katholiken der Diözese Rottenburg-Stuttgart, sondern alle Menschen. Und ich freue mich ganz besonders, dass wir die ersten Gastgeber dieses großen Festes der Christen in Deutschland nach der Pandemie sind.“ Prälat Dr. Klaus Krämer, Diözesanbeauftragter für den Katholikentag, fügte hinzu: „Wir stecken bereits mitten in den Vorbereitungen.“ Man wolle viele Menschen zur Teilnahme und Mitwirkung motivieren. „Diesen Motivationsprozess planen wir gerade mit großer Energie und konkreten Aktionen.“

Rüdiger Quass von Deyen, Kommunikationsdesigner aus Köln, stellte anschließend die Werbeline für den Katholikentag in einer Präsentation vor. Getragen habe ihn der Grundgedanke, „dass Teilen zur Grundhaltung christlicher Weltverantwortung gehört“, sagte Quass von Deyen. „Teilen beginnt vor der eigenen Haustür und erstreckt sich über die ganze Erde. Das setzen wir mit der Werbebotschaft zum Katholikentag um.“ Im Fokus stehe dabei, mit der Icon-Sprache neue Akzente zu setzen. Sie funktioniere, weil sie Menschen einerseits an Bekanntes erinnere, andererseits Überraschungseffekte und Lebendigkeit schaffe. Die Dreifaltigkeit, das Buch der Bücher und die christliche Botschaft als animiertes Icon – das funktioniere gleichzeitig „auf mobilen Endgeräten, in den sozialen Medien und auf Werbeflächen in der Stadt“. Es führe zurück zu den zentralen Aussagen des Christlichen, ohne sie engzuführen: „Der Katholikentag will ja auch kirchenferne Menschen und Menschen anderer religiöser und weltanschaulicher Orientierung neugierig machen.“

Die digitale Pressemappe zum Katholikentag ist unter www.katholikentag.de/digitale-pressemappe abrufbar. Sie enthält unter anderem die vollständigen Statements der heutigen Pressekonferenz.

Ein Download der Kampagne ist unter <https://www.katholikentag.de/downloads> möglich.