



Glaube und Werbung, wie passt das zusammen? Werbung will anlocken, manchmal mit haltlosen Versprechungen. Glaube dagegen verspricht nichts, was Gott nicht halten kann. Die Plakatserie 2009 der Neuausschließlichen Kirche ist ganz auf diesen Gegensatz ausgerichtet. Dafür bedient sich die Konzeption der neuen Poster bei Motiven der klassischen Werbung.

Werbung funktioniert oft so, dass ein beliebiges Produkt mit Emotionen oder Werten aufgeladen wird, die es selbst gar nicht bieten kann, etwa Status, Attraktivität, Jugendlichkeit. Die Inhalte der Jahresposter vertauschen diesen Sinn: gängige Produkte sind mit religiösen Motiven aufgeladen. Durch diese offensichtliche Verbindung von Produkt und Motiv entsteht beim Betrachter ein Aha-Effekt: Der Blick springt auf das Produkt und dort wird ihm ein religiöses Schlagwort präsentiert, das an dieser Stelle eigentlich keinen Sinn ergibt.

Der darunter stehende Kurztext entschlüsselt die Botschaft: Lieber Betrachter, lass dir nichts einreden – Glaube, Hoffnung, Liebe findest du nicht in der Werbung, sondern bei Gott, im Glauben, in deiner Gemeinde. Die Botschaft ist also: Das, was du suchst, was jeder Mensch sucht, kann dir nicht die Werbung liefern, sondern nur Gott selbst und deine Kirche.

1. Januar 2009

