

...ist durch den Kirchenvorstand ein wichtiges Stück weitergeschrieben worden: In seiner Tagung am 23. und 24. März in Fulda sprach er sich dafür aus, das Corporate Design der Kirche auf der Basis des Signets »Kreuz und Flamme« zu entwickeln.

Das Nebeneinander der beiden Signets »Kreuz in der Weltkugel«, das in Deutschland und zum Teil im europäischen Ausland Verwendung findet, und »Kreuz und Flamme« als das internationale Zeichen der Evangelisch-methodistischen Kirche ist schon lange beklagt worden. Die Zentralkonferenz 2000 in München hatte salomonisch beschlossen, dass »Kreuz und Flamme« »vermehrt Verwendung finden« soll.

Neuen Auftrieb erhielt die Frage durch den Aufbau des neuen Medienwerkes und damit verbunden die von vielen immer wieder aufgeworfene Frage, wie sich die Kirche in der Öffentlichkeit präsentieren solle auf Briefbögen und Stempeln, auf Verteilblättern über die Kirche, im Internet und in vielen anderen Veröffentlichungen und Beschilderungen.

Nach engagierter Aussprache wurde der Beschluss gefasst, das Corporate Design der Evangelisch-methodistischen Kirche in Deutschland soll auf der Grundlage entwickelt werden, dass »Kreuz und Flamme« zukünftig als Signet gilt. Gleichzeitig wurde die Kommission für Medien und Öffentlichkeitsarbeit beauftragt, ausgehend von diesem Beschluss ein öffentlichkeitswirksames Corporate Design zu entwickeln, das der Zentralkonferenz im Herbst 2008 zur Beschlussfassung vorliegen soll.

Bischöfin Rosemarie Wenner hob die Zielrichtung der Entscheidung noch einmal hervor: »Kreuz und Flamme« soll nicht ab sofort ausschließlich verwendet werden. Gemeinden, die ihr Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit auf dem »Kreuz in der Weltkugel« aufgebaut haben, können auf dieser Basis weiterarbeiten. Für diese Übergangszeit werden Vorschläge unterbreitet.

Die Geschichte geht also noch weiter aber ihr Ende kommt in Sicht.

Karl-Heinz-Hecke

