



Livenet  
3800 Interlaken  
0848/ 77 77 00  
www.livenet.ch

Medienart: Internet  
Medientyp: Organisationen, Hobby  
Page Visits: 500'000

**Online lesen**

Themen-Nr.: 140.006  
Abo-Nr.: 1093805

APG-Fazit: «hocheffizient»

**«Jesus ist»-Kampagne erreichte Spitzenwerte**

«Wir sind begeistert, wie aus einer anfänglich wilden Idee eine starke Kampagne gewachsen ist.» So das Fazit des Aktionskomitees Christen Schweiz zur «Jesus ist...»-Kampagne.

Ende März dieses Jahres forderten mehr als 1'300 grüne, rote oder blaue Plakate dazu auf, «Jesus ist...» mit einer persönlichen Antwort zu einem Satz zu ergänzen. Zusammen mit Spezialaushängen in den Bahnhöfen von acht Städten wurden damit rund 2,2 Millionen Menschen erreicht. Zusätzlich wurden von Privatpersonen Hunderte von Plakaten in der Schweiz aufgehängt. In Deutschland und Österreich fanden Nachahmer-Aktionen statt.

Hinter der Kampagne stand die Idee, die Bevölkerung in der Deutschschweiz zu ermutigen, über Jesus nachzudenken und die eigene Meinung öffentlich zu diskutieren. Finanziert wurde die Kampagne von privater Seite. Für die grafische und fachliche Umsetzung und Durchführung war die Agentur Heber.Link.Asendorf AG aus Winterthur zuständig. Die mit dem Plakataushang beauftragte Allgemeine Plakatgesellschaft APG bezeichnet in ihrer Begleitstudie die Kampagne als «hocheffizient».

5'317 Statements auf der Website



Screenshot der «Jesus ist...»-Webseite Eine besonders gute Wirkung erzielt habe sie bei Frauen, Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis 29 Jahre. Die Erinnerung der Kampagne lag bei 32 Prozent, was ein Spitzenwert für eine neue Marke oder Kampagne ist. Die APG führt dies vor allem auf die Interaktivität der Kampagne zurück. Wie auf den Plakaten, konnte auch auf der Webseite die eigene Meinung abgegeben werden. Dazu bestand die Möglichkeit, mit einem E-Coach von «gottkennen.ch» in Kontakt zu treten. Einträge auf Facebook wurden im Durchschnitt 63 Mal geteilt.

Insgesamt wurde ein Viertel der Schweizer Bevölkerung mit Plakaten erreicht. Auf der Webseite sammelten sich 5'317 Statements, 405 lokale Events und unzählige Gottesdienste begleiteten die Aktion. Jeder Dritte erkannte im Nachhinein die Plakate.

«Historisch einzigartige Breite»

Zum Patronatskomitee gehörten Personen aus verschiedenen Konfessionen und Denominationen. Das

Datum: 21.10.2016

**Livenet.ch** DAS WEBPORTAL VON  
SCHWEIZER CHRISTEN



Livenet  
3800 Interlaken  
0848/ 77 77 00  
www.livenet.ch

Medienart: Internet  
Medientyp: Organisationen, Hobby  
Page Visits: 500'000

**Online lesen**

Themen-Nr.: 140.006  
Abo-Nr.: 1093805

Komitee habe eine «historisch einzigartige Breite an kirchlichen Verantwortungsträgern aufgewiesen», heisst es im Abschlussbericht des Aktionskomitees. Man habe keine Erfahrungswerte gehabt, nur den Glauben, das Richtige zu tun. Es sei viel über Jesus gesprochen worden: «Der Samen ist gesät. Gott wird Wachstum schenken.»

Zum Thema:

Fazit zu «Jesus ist...»: Matthias Walder: «Die Kampagne war ein Signal»

«Jesus ist ...»: ... von «Watson» gekürt

Wer ist Jesus?: Kampagne scheidet die Geister

Zum Kampagnen-Ende: Macher der Plakataktion «Jesus ist...» ziehen positive Bilanz

Datum: 21.10.2016

Autor: Rolf Höneisen

Quelle: idea Schweiz