

Kommunikationsarbeit in der Kirchgemeinde

Informationsdienst, Frank Worbs, Aarau, Dezember 2006,

1 Das Ressort Information und Öffentlichkeitsarbeit

In der Aargauer Landeskirche wird «Information und Öffentlichkeitsarbeit» (oder kurz «Kommunikation») in allen Kirchgemeinden als eigenes Ressort geführt. Die verantwortliche Person «Information und Öffentlichkeitsarbeit» oder «Kommunikation» sollte Mitglied der Kirchenpflege sein oder an deren Sitzungen teilnehmen können.

Nehmen mehrere Personen gleichzeitig verschiedene Aufgaben der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit wahr, müssen deren Aufgaben und Kompetenzen klar geregelt und ein guter Informationsaustausch unter ihnen gewährleistet sein.

Für den/die Ressorverantwortliche/n gibt es ein Pflichtenheft mit klaren Aufgaben, Kompetenzen und ein Budget für Kommunikation, das er/sie erstellt und kontrolliert.

1.1 Aufgaben und Verantwortung

Der/die Beauftragte für Information, Medien, Kommunikation hat die Verantwortung für folgende Handlungsfelder:

Strategie und Struktur

- Pflichtenheft Ressort «Information und Öffentlichkeitsarbeit»
- Planung und Strategie der Kommunikation: Kommunikationskonzept für die Kirchgemeinde
- Leitfaden für Krisenkommunikation
- Corporate Identity (CI = visuelles Erscheinungsbild): Entwicklung, Umsetzung in allen Publikationen der Kirchgemeinde, Einhaltung, Leitfaden
- Einführung neuer Kommunikationsmassnahmen, Medien und Werbemittel
- Verantwortlichkeit für Redaktion der Gemeindeseite / Gemeindepublikation (Redaktionsreglement)
- Jahresplanung der Aktivitäten und Ziele der Information und Öffentlichkeitsarbeit
- Erstellen und Kontrolle eines Budgets für Information und Öffentlichkeitsarbeit

Konkrete Aufgaben

Die einzelnen Arbeiten muss er/sie nicht unbedingt selbst ausführen. Er/sie ist dafür verantwortlich, dass sie koordiniert erledigt werden. Einzelne Aufgaben können vom Sekretariat, der Redaktion der Gemeindeseite, den Pfarrämtern, den Diakonischen Mitarbeitenden oder freien Mitarbeitenden ausgeführt werden. Der/die Beauftragte hat den Überblick, gibt Aufträge und koordiniert die Arbeit.

- Redaktion der Gemeindeseite oder der Gemeindepublikation
- Gute grafische Gestaltung von allen Printprodukten (CI kontrollieren)
- Dokumentationen und Broschüren der Kirchgemeinde - Kommunikation mit Neuzuzüglern
- Schaukästen - oder Anschlagbretter in der Gemeinde
- Internetauftritt der Kirchgemeinde (Konzeption und Redaktion)
- Auftritte an Messen, Märkten oder Gewerbeausstellungen
- Führen eines Fotoarchivs (enthält z.B. Portraits von allen Mitarbeitenden, Gebäuden etc.)
- Interne Kommunikation evtl. Herausgeben eines Mitarbeiterbriefs

Veranstaltungskommunikation:

- Herausgabe von Halbjahres- oder Winterprogrammen – Veranstaltungen im Internet.
- Einladungen, Vorschau an die Medien (AZ, AZ-Live, Aarauer Woche) und an die Landeskirche (Kirchenbote, a+o)
- Organisation und Koordination der Berichterstattung von Veranstaltungen und Ereignissen
- Bewerben von ausgewählten Veranstaltungen mit besonderen Mitteln: Inserate, Plakate, Flyer etc.

Medienarbeit / Medienverteiler

- Führen eines differenzierten und aktuellen Medienverteilers (Postdresen, Ansprechpersonen, Fax-Verteiler und oder E-Mail-Verteiler (heute Standard, Fax zusätzlich)
- Medienverteiler enthält: Tageszeitungen (AZ, ZT) elektronische Medien (Radios, Tele M1), Gratisanzeiger, Regionalzeitungen (*Listen beim Informationsdienst der Landeskirche erhältlich*) – alle wichtigen Partner: Nachbargemeinden, Landeskirche, Ref. Presse, politische Behörden
- Kontakte mit Medienvertretern, Pflege der Beziehungen zu den Redaktionen
- Berichterstattung über wichtige Ereignisse im Leben der Kirchgemeinde (personelle Mutationen, Rücktritte, Wahlen, etc.), Veränderungen bei Leistungen, Strukturen und Organisation
- Organisieren von Medienanlässen, Pressekonferenzen (eher selten, 1 mal im Jahr)
- Beobachten der Berichterstattung über die Gemeinde, Sammeln von Artikeln (Pressespiegel)
- *Bei Konflikten in der Kirchgemeinde, über die Medien Auskunft wünschen, sollte die Kommunikationsstelle der Landeskirche beigezogen werden.*

Zusammenarbeit und Vernetzung

- mit anderen Gemeinden bei regionaler oder ökumenischer Öffentlichkeitsarbeit und Events
- mit dem kantonalen Informationsdienst (bei Krisen, Meldungen und Berichte im a+o)
- mit den deutschschweizer Reformierten Medien: Meldungen für Ref. Presse.

1.2 Voraussetzungen und Kompetenzen

Der/die Verantwortliche ist eine Person, die Erfahrung oder Sensibilität im Umgang mit Medien, Texten oder Gestaltung hat. Für ihre Arbeit sind einige Voraussetzungen unumgänglich:

- Unmittelbarer Zugang zu der Kirchenpflege: Kirchenpflegemitglied oder Gastrecht
- Personelle Ressourcen klären: entschädigte (Anstellungsprozente) oder freiwillige Arbeit
- Finanzielle Ressourcen klären: die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit sollten im Budget separat ausgewiesen und ausreichend sein
- Klärung der Kompetenzen: Wer entscheidet über Pressemitteilungen und tritt gegenüber Medien als Vertreter der Kirchgemeinde auf (in der Regel in Absprache mit dem/der Präsident/in, evtl. dem Pfarramt), redaktionelle Verantwortung für Mitarbeiterbrief, Gemeindeseite und Internet
- Büro und Infrastruktur: Fax (mit Gruppenversand), PC, Internetanschluss
- Weiterbildung in journalistischen- und PR-Methoden (*Auskünfte dazu beim Informationsdienst*)

Das Ressort Kommunikation (früher «Öffentlichkeitsarbeit») sollte mit der Stabsstelle Kommunikation der Landeskirche vernetzt sein: Augustin Keller-Str. 1, 5001 Aarau, Tel 062 838 00 18, Fax 062 838 00 29, info@ref-aargau.ch.

Bitte Namen, Adresse, Telefon, Fax, E-Mail mitteilen.

1.3 Ziele der Informationsarbeit

Die Ziele der Information und Öffentlichkeitsarbeit müssen im Selbstverständnis und den grundsätzlichen Zielen der Kirchgemeinde verankert sein, wie sie am besten in einem Leitbild erarbeitet und formuliert sind.

Ziel der Information und Öffentlichkeitsarbeit ist es, den Zielgruppen (Mitgliedern, Öffentlichkeit) ein angemessenes und attraktives Bild von der Kirchgemeinde, von ihren Mitarbeitenden, ihren Angeboten, ihrem Leben und ihren Entwicklungen zu vermitteln und zum Teilnehmen und Mitmachen zu motivieren.

Konkrete Ziele der Information und Öffentlichkeitsarbeit:

1. Die Kirchgemeinde pflegt ein Bild in der Öffentlichkeit (Image), das ihr ein erkennbares und verständliches Profil gibt und ihren Stärken entspricht.
2. Sie verwendet konsequent ein einheitliches leicht erkennbares Erscheinungsbild (CI), das sie als Teil der Reformierten Kirche identifiziert.
3. Die Kirchgemeinde informiert offen, schnell und transparent über Entscheidungen, Ereignisse, Entwicklungen und Finanzen. Sie schafft damit Vertrauen in ihre Tätigkeit als im Dienste der Menschen wirkenden öffentlich-rechtliche Institution.
4. Die Kirchgemeinde kommuniziert und wirbt für das vielfältige Angebot an Veranstaltungen und Mitwirkungsmöglichkeiten, so dass (nicht nur interessierte) Mitglieder das Angebot kennen und zum Teilnehmen oder Mitwirken motiviert werden.
5. Die Kirchgemeinde unterscheidet die verschiedenen Zielgruppen ihrer Kommunikation und wählt die für jede Zielgruppe passenden Massnahmen aus. (s.u.)
6. Durch eine gute interne Kommunikation wird das Vertrauen zwischen leitenden, angestellten und freiwilligen Mitarbeitenden gestärkt und damit die Motivation und das Gemeinschaftsgefühl verbessert.

1.4 Definition von Zielgruppen und Massnahmen

Die Ziele werden im Hinblick auf die verschiedenen Zielgruppen konkretisiert. Für jede Zielgruppe werden geeignete Medien und Massnahmen eingesetzt. Die erwachsenen Personen teilt man am sinnvollsten nach ihrer Kirchenverbundenheit ein. Ihr Informationsverhalten hängt in erster Linie von der Stärke ihrer Verbundenheit mit der Kirchgemeinde ab.

1. Die Mitarbeiter/innen - interne Kommunikation an erster Stelle

Den freiwilligen oder angestellten Mitarbeitenden muss mit der internen Kommunikation besonders Sorge getragen werden. Sie sollten nach Möglichkeit immer als Erste informiert werden. Wenn es geht persönlich oder mündlich. Bei sensiblen und Mitarbeitende persönlich betreffenden Informationen werden die direkt Betroffenen als Erste informiert und gehört.

Wenn der Kreis der Mitarbeitenden so gross ist, dass mündliche Informationen oder Briefe die rechtzeitige und gleiche Information nicht sicherstellen, müssen schriftliche (regelmässige Mitarbeiterbriefe) oder elektronische Medien (evtl. auch als E-Mail) geprüft werden.

2. Die aktiven Mitglieder (Kerngemeinde)

Aktiv teilnehmende Mitglieder informieren sich gerne regelmässig und ausführlich. Dem muss mit zusätzlichen Informationen - z.B. im Internet - entsprochen werden. Dafür können spezielle Ziele aufgestellt werden.

3. Die passiven Mitglieder (Gesamtgemeinde)

Der grösste Teil der Mitglieder nimmt keine Leistungen in Anspruch, finanziert aber den grössten Teil des Budgets mit ihren Kirchensteuern. Sie müssen deshalb besonders sorgfältig informiert werden. Viele wollen wissen, was in der Gemeinde geschieht.

- Wichtigste Medien: Berichte in öffentlichen Medien, Gemeindepublikation im Kirchenboten
- Ziele: Imagepflege, Steigerung der Kirchenverbundenheit und Vorbeugung von Kirchengliedern

4. Die gesellschaftliche Öffentlichkeit / Partner

Die Ortsbevölkerung, die nicht zur Kirchgemeinde gehört und gesellschaftlich relevante Gruppen und Institutionen, Partner der Kirchgemeinde. Die wichtigsten Ziele der Öffentlichkeitsarbeit sind:

- Ziele: Vertrauen in eine religiöse und öffentlich-rechtliche Institution, Kenntnisse und öffentliches Image, Werbung für öffentliche Veranstaltungen
- Kontakte zu Bezugsgruppen wie Vereine, soziale Institutionen und zu gesellschaftlich relevanten Gruppen (Wirtschaft, Gewerbeverein oder lokale Politik)
- Beziehungen zu anderen Kirchen (Ökumene, Allianz) und Religionsgemeinschaften

1.5 Vorgehen

Geplante und koordinierte Kommunikation geht nach diesem Schema vor:

1. Analyse der Ausgangssituation, Bestimmen der Problematik und der Aufgabe
2. Ziele festlegen (s.o.)
3. Zielgruppen festlegen und beschreiben - v.a. ihr Informationsverhalten (s.o.)
4. Den Zielgruppen entsprechende Massnahmen auswählen und planen
5. Budgetieren: Kommunikationsarbeit benötigt Finanzen (Bei grösseren Projekten und Veranstaltungen immer Finanzen für die Kommunikation (Werbung) einplanen)
6. Umsetzen der Massnahmen, Kontrolle des Budgets
7. Kontrolle: Wurden die Ziele erreicht? Was kann verbessert werden?

1.6 Weitere Hilfsmittel:

- Die Aargauer Landeskirche verteilt 2007 das von Zürcher Landeskirche herausgegebene Handbuch für kirchliche Kommunikationsarbeit an die Verantwortlichen in den Kirchgemeinden: *Komprax (Kommunikation praktisch)*. Für Fragen und Bestellungen wenden Sie sich bitte an den Informationsdienst der Landeskirche (Kontakt s.o.)
- Der Gemeindebrief, zweimonatlich erscheinende Zeitschrift (+ CD) mit Texten, Fotos, Bildern und Signeten, erhältlich beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Vertrieb, Postfach 50 05 50, D - 60394 Frankfurt a.M., Telefon +49 – 69 580 98-189