

Christkatholisches Kirchenblatt, April 2005

Mehr als in der Zeitung stehen - vielfältige Kommunikation in der Kirche **Verbesserung der „Kundenbeziehungen“**

Bei den anderen zwei Landeskirchen mit ihren viel grösseren Mitgliederzahlen, gepaart mit einer kleineren Mitgliederengagement, ergibt sich ein etwas anderes Berufsbild des Informationsverantwortlichen als in der Christkatholischen Kirche. Wir haben den Beauftragten der Evangelisch-reformierten Kirche des Kantons Aargau gebeten, seine Arbeit zu beschreiben.

Das Büro des Informationsdienstes in der zentralen Verwaltung der Evangelisch-Reformierten Landeskirche Aargau in Aarau zeichnet sich durch eine Stereoanlage und ab und zu einen Fernseher aus. Der Informationsverantwortliche darf während der Arbeitszeit Fernsehen schauen, Radio hören und Zeitung lesen: das Beobachten der Medien hinsichtlich kirchlich relevanter Themen gehört zu seinen Aufgaben. Aber sonst sieht das Büro eigentlich aus wie jedes andere in den Landeskirchlichen Diensten, abgesehen von den vielen Papierstapeln, die hin und wieder an das kreative Chaos in einer Zeitungsredaktion erinnern.

Vor sieben Jahren hat die Synode der Reformierten Aargauer Landeskirche (76 Kirchgemeinden, über 400 Angestellten und knapp 200 000 Mitglieder) beschlossen eine eigene Informationsstelle geschaffen, die dann ins Spiel kommt, wenn Ereignisse oder Veranstaltungen von überregionalem Interesse sind.

Die mit 100 Stellenprozenten und 30 Prozent Sekretariat dotierte Stelle unterscheidet ihre Aufgaben in erster Linie nach den angesprochenen Adressaten oder Zielgruppen: Externe Kommunikation richtet sich an die Öffentlichkeit, die deutsch sprechende reformierte oder auch nicht-reformierte erwachsene Bevölkerung im Kanton Aargau. Die interne Kommunikation spricht die angestellten, leitenden und Verantwortung tragenden freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Kirchgemeinden an. Die interne Information betroffener Personen kommt immer vor der externen Kommunikation, dabei ist die sorgfältige Abstimmung von intern und extern wichtig.

Wahrgenommen werden

Die Grundaufgabe der Kommunikation der Landeskirche ist es, nach aussen ein angemessenes Bild von Ereignissen, Aufgaben und Zielen der Kirche und von der Tätigkeit und den Leistungen ihrer Mitarbeitenden zu vermitteln, das in der grossen Informationsflut unserer Zeit auch wahrgenommen wird. Dieses Ziel setzt eine gute interne Kommunikation voraus, die die Gemeinsamkeit und Motivation der eigenen Mitarbeitenden stärkt und sie in ihrer Arbeit unterstützt.

Externe Kommunikation geschieht in erster Linie durch die Zusammenarbeit mit den Redaktionen der Zeitungen, Lokalradios und des Lokalfernsehens im Kanton Aargau. Die ganze Medienvielfalt der Schweiz mit öffentlich-rechtlichen, privaten kommerziellen und nicht-kommerziellen Sendern und immer noch vielen kleinen regionalen oder Lokalzeitungen bildet sich hier ab.

Der Informationsbeauftragte pflegt regelmässigen Kontakt mit den Redaktionen, weist auf wichtige Ereignisse hin, ist für Fragen und Wünsche schnell erreichbar und verfasst selbst Medienberichte, die durch einen gut geführten Medienverteiler auch kleine und lokale Medien erreichen. In besonderen Fällen organisiert er Medienanlässe. Er berät den Kirchenrat in Kommunikationsfragen und bringt Stellungnahmen der Kirchenleitung zu gesellschaftlichen und politischen Fragen in die Medien.

Nicht nur Medienarbeit

Aber die klassische Medienarbeit genügt schon lange nicht mehr. Die Kirche setzt zunehmend auch Instrumente aus der Marketingkommunikation ein: Massnahmen zur Verbesserung der "Kundenbeziehungen" zum Beispiel, insbesondere zu jenen "Kunden", die zwar dazugehören aber nie teilnehmen oder Leistungen in Anspruch nehmen. Dazu gehören auch Werbekampagnen, um die Bekanntheit der reformierten Kirche und ihr Image bei den eigenen Mitgliedern und in der Öffentlichkeit zu verbessern. In diesem Herbst planen die reformierten Kirchen der Nordwestschweiz wieder eine Plakatkampagne begleitet von vielfältigen Aktivitäten in den Kirchgemeinden, um auf die "Die Reformierten" aufmerksam zu machen. Auch ein Imageprospekt, das Leitbild und andere Informationsmaterialien unterstützen dieses Ziel. Sie müssen unbedingt von einem leicht erkennbaren und überall konsequent eingesetzten Erscheinungsbild geprägt sein, für das der Informationsdienst ebenfalls verantwortlich ist.

Der Internetauftritt bekommt für Zusatz- und Hintergrundinformationen immer mehr Bedeutung, ist aber für die *interne Kommunikation* noch wichtiger als für die Öffentlichkeitsarbeit. Die Angebote im Internet wie alle Medien- und Rechtstexte, Unterlagen und Berichte der Synode und des Kirchenrates, Informationen zu Personen, Fachstellen, Diensten und Angeboten wird am häufigsten von den Mitarbeitenden der eigenen Kirchgemeinden genutzt.

Mitarbeiterzeitung

Zur Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Kirchgemeinden wurde vor mehr als fünf Jahren eine monatlich erscheinende Mitarbeiterzeitung geschaffen, das *a+o*, das mit 20 bis 24 Seiten an ca. 2500 Personen geschickt wird. Hier stehen alle Pressemitteilungen, aber auch Meldungen aus anderen Kirche und Institutionen, Berichte aus dem Kirchenrat, der Synode den Gemeinden und anderen Gruppen drin. Gemeinden, Kommissionen und vor allem die Fachstellen der landeskirchlichen Dienste nutzen das *a+o* als Plattform für die Kommunikation mit ihren Ansprechpersonen und Interessierten in den Kirchgemeinden. Das macht die Mitarbeiterzeitung so interessant, dass über 80 Prozent der Empfängerinnen und Empfänger im Schnitt jede Ausgabe 30 Minuten lang lesen.

Ausserdem unterstützt der landeskirchliche Informationsdienst die Kommunikation der verschiedenen kirchlichen Gruppen und der Gemeinden, berät sie, entwickelt Kommunikationskonzepte und bietet Kurse und Weiterbildungsveranstaltungen an. Kommunikation ist ein faszinierende und vielfältige Aufgabe, welche die Kirche auch wegen der häufigen Veränderungen in der Medienlandschaft immer wieder vor neue Herausforderungen stellt.

Frank Worbs
*Informationsbeauftragter der Evangelisch-
Reformierten Landeskirche Aargau*

47 Jahre, Theologe und Leiter Marketing Kommunikation SAWI, war 12 Jahre lang Gemeindepfarrer und journalistisch tätig und leitet nun seit sieben Jahren den Informationsdienst der Reformierten Landeskirche Aargau. Er hat drei Kinder im Alter von 12 bis 16 Jahren und wohnt in Zürich.