

Katholikenrat im Bistum Fulda

Tue Gutes und rede darüber Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde

Tag der Pfarrgemeinderäte
Samstag, 12. Februar 2011, Bonifatiushaus Fulda



Dokumentation



Tag der Pfarrgemeinderäte, Samstag, 12. Februar 2011, Bonifatiushaus Fulda
Tue Gutes und rede darüber
Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde

Programm

- 10.00 h Begrüßung (Richard Pfeifer)
10.15 h Vertrauen und Transparenz: so geht Öffentlichkeitsarbeit, Johannes Simon, Würzburg
10.45 h Ab geht's in die Workshops

11.00 - 12.30 h Zugänge zur Öffentlichkeitsarbeit I.

- WS 1** Pfarrbriefredaktion (Claus Schreiner, CS Media, Kürnach)
WS 2 Tipps für Pfarrbriefmacher / Pfarrbrieflayout u. d. Internetportal www.pfarrbriefservice.de (Johannes Simon, Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde, Diözese Würzburg)
WS 3 Der Schaukasten - Ort der Verkündigung (Michael Bogedain, Bildungsarbeit mit Medien, Diözese Paderborn)
WS 4 Unsere Pfarrgemeinde in der Zeitung! Vom ersten Kontakt zur Pressemitteilung (Steffen Jahn, BDKJ, FD)
WS 6 Das Internet für die Kommunikation in der Pfarrei nutzen (am Beispiel der Pfarreihomepage: www.sanktlaurentius.org) (Michael Bergmann, Programmierer, Großkrotzenburg)
WS 7 SMS- / Mail- Nachrichten für Gemeindemitglieder; insbesondere Jugendliche (Projekt Öffentlichkeitsarbeit des KR, Thomas Weber)
WS 8 Büchereien u. Medientipps - Partner u. Instrumente der Öffentl.keitsarbeit (Leoni Heister, Mainz)
WS 9 Interne ÖA - Netzwerke der Kommunikation in Pfarrei und Pastoralverbund (Andreas Groher, Bad Soden-Salmünster)

13.00 h Mittagessen / Infostand der Arbeitsstelle Büchereiarbeit, Diözese Fulda

14.15 -15.45 h Zugänge zur Öffentlichkeitsarbeit II.

- WS 1** Pfarrbriefredaktion (Claus Schreiner, CS Media, Kürnach)
WS 2 Tipps für Pfarrbriefmacher / Pfarrbrieflayout u. d. Internetportal www.pfarrbriefservice.de (Johannes Simon, Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde, Diözese Würzburg)
WS 3 Sehen und gesehen werden - Gestaltung von Plakaten (Michael Bogedain, Bildungsarbeit mit Medien, Diözese Paderborn)
WS 4 Unsere Pfarrgemeinde in der Zeitung! Vom ersten Kontakt zur Pressemitteilung (Steffen Jahn, BDKJ, FD)
WS 6 Das Internet für die Kommunikation in der Pfarrei nutzen (am Beispiel der Pfarreihomepage: www.sanktlaurentius.org) (Michael Bergmann, Programmierer, Großkrotzenburg)
WS 7 SMS- / Mail- Nachrichten für Gemeindemitglieder; insbesondere Jugendliche (Projekt Öffentlichkeitsarbeit des KR, Thomas Weber)
WS 8 Büchereien und Medientipps - Partner und Instrumente der Öffentl.keitsarbeit (Leoni Heister, Mainz)
WS 9 Interne ÖA - Verantwortung übernehmen in Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamt (Mathias Ziegler, Fulda)

15.45 h Pause

Vergewisserung im Plenum

- 16.00 h Öffentlichkeitsarbeit und Pfarrgemeinderatswahl (Andreas Groher, Mathias Ziegler)
16.45 h Eucharistiefeier (Kapelle) zum Abschluss des PGR-Tages (Zelebrent Domkapitular Rudolf Hofmann)

„Tue Gutes und rede darüber“ Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde



Sehr geehrte Damen und Herren,

über die sonntägliche Predigt hinaus haben wir in Kirche und Gemeinde vielfältige Kommunikationsformen entwickelt, die sowohl nach innen als auch nach außen gerichtet sind und Menschen von unserer Guten Botschaft überzeugen sollen. Unser Tag der Pfarrgemeinderäte will auf die Pfarrgemeinderatswahl am 29./30. Oktober 2011 aufmerksam machen und gleichzeitig auf die Wichtigkeit einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit für die Weitergabe des Glaubens hinweisen.

Glaube im kirchlichen Verständnis lebt von der Erfahrung der Gemeinschaft und mithin von Kommunikation im umfassenden Sinn. Gemeinsam Kirche zu sein bedeutet, gemeinsame Werte zu leben und sich dieser Überzeugungen immer wieder zu versichern. Der Erfolg einer Organisation, egal ob Kirche, Partei, Unternehmen hängt entscheidend davon ab, wie Kommunikation über das Gemeinsame, das sie trägt, gelingt.

Dabei muss sich Kommunikation daran messen lassen, ob ihr Inhalt überprüfbar und erfahrbar ist. Das bedeutet gleichzeitig, dass die Sprecher und „Verkünder“ einer Botschaft das, was sie sagen, auch leben. Deshalb hängt die Glaubwürdigkeit unserer Kirche und Gemeinde entscheidend von der Art und Weise unserer Kommunikation ab.

Auf diesem Hintergrund ist Öffentlichkeitsarbeit nicht nur die Herausforderung, möglichst gut und professionell eine Website, eine Pressemeldung oder ein Plakat zu gestalten. Sie hat weiterhin die Aufgabe, Gemeindemitgliedern, ehrenamtlich Engagierten und interessierten Außenstehenden die richtigen Informationen zur richtigen Zeit mitzuteilen. Außerdem ist es ihre Verantwortung, sich um die Glaubwürdigkeit von Kirche zu sorgen.

Diesem weiten Feld der unterschiedlichen Schwerpunkte der Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde versucht unser PGR-Tag gerecht zu werden ■

„Tue Gutes und rede darüber“ das ist das Motto zu dem Sie heute als Pfarrgemeinderäte zusammengekommen sind. Zunächst wollen wir Sie auf einen kleinen Ausflug mitnehmen und uns ansehen, was Öffentlichkeitsarbeit und kirchliches Handeln verbindet

Als Reiseführer haben wir uns einen gewissen Lukas ausgesucht, der es – wie Sie aus seinem Weihnachtsevangelium wissen – bestens versteht, durch lebendiges Erzählen das Wesen von Kirche anschaulich zu machen.

Lukas führt uns in die Stadt Jericho und macht uns bekannt mit einem nicht ganz koscheren Typen namens Zachäus. Der hat mit zweifelhaften Finanztransaktionen Karriere und eine Menge Geld gemacht. Er ist wenig beliebt und tut sich schwer mit gesellschaftlichen Kontakten in Jericho.

Dass er von Natur aus zu kurz geraten ist, tut sein Übriges: Herr Zachäus befindet sich in einem kommunikativen Abseits. Und das ist umso tragischer, als just in dieser Situation ein charismatischer Gast in die Stadt kommt: Jesus.

Lk 19

1 Dann kam Jesus nach Jericho und ging durch die Stadt.

2 Dort wohnte ein Mann namens Zachäus; er war der oberste Zollpächter und war sehr reich.

3 Er wollte gern sehen, wer dieser Jesus sei, doch die Menschenmenge versperrte ihm die Sicht; denn er war klein.

4 Darum lief er voraus und stieg auf einen Maulbeerfeigenbaum, um Jesus zu sehen, der dort vorbeikommen musste.

Wir - meine Damen und Herren – wissen, dass diesem Jesus durchaus zuzutrauen wäre, auch so eine harte Nuss wie Zachäus zu knacken. Zumal dieser - der Erzählung zufolge - einen weichen Kern besitzt.

Doch wir sehen es kommen – und die Geschichte bezieht daraus ihre Spannung – ein kommunikationstechnische Desaster droht: Zachäus bekommt keine Insiderinformationen und er geht hinter der Menge unter.

Lk 19

5 Als Jesus an die Stelle kam, schaute er hinauf und sagte zu ihm: Zachäus, komm schnell herunter! Denn ich muss heute in deinem Haus zu Gast sein.

6 Da stieg er schnell herunter und nahm Jesus freudig bei sich auf.

Na Gott sei Dank sieht Jesus ihn doch - ZUFÄLLIG – **IRGENDWIE!** Und: Jesus spricht Ihn direkt an, dort wo er ist.

Genau um das **direkte Ansprechen** geht es heute – genauer: um die vielfältigen Möglichkeiten, wie Kommunikation gelingen kann nicht nur zufällig irgendwie. Öffentlichkeitsarbeit hat etwas mit Verständigung zu tun. Deshalb führt uns die Erzählung von Zachäus mitten in die Fragen dieses Tages:

- Wie kann Kommunikation in der Öffentlichkeit so gestaltet werden, dass sie möglichst viele und die richtigen Menschen erreicht?
- Wie geht Öffentlichkeitsarbeit, die auch die erreicht, die uns nicht ständig über die Füße laufen?
- Wie erreichen wir Menschen von heute, nicht nur die im Schatten des Kirchturms, sondern dort wo sie leben?

Aus der Erzählung wissen wir: Herrn Zachäus hat die Begegnung mit Jesus und seinem Evangelium gut getan. Sie endet mit einem Hausbesuch und einer Veränderung im Wesen des Zöllners, die die Jerichoer Bürgerschaft positiv zu spüren bekommen hat.

Was hätte Jesus wohl dem Jerichoer Pfarrgemeinderat empfohlen? - Vielleicht: „Tue Gutes und rede darüber“ – Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde ■

(Andreas Groher/Mathias Ziegler)

Hingeschaut

so geht Öffentlichkeitsarbeit

Liebe Leserin, lieber Leser,

Öffentlichkeitsarbeit in den Pfarrgemeinden und Pfarreiengemeinschaften zu machen bedeutet Kontakte zu knüpfen, Beziehungen zu pflegen und bewährte und neue Wege zu nutzen durch Medien mit den Menschen in Kontakt zu bleiben.

Gottes Gute Nachricht verständlich und einladend zu verkünden, die Lebens Themen der Menschen aufzugreifen und mit ihnen gemeinsam Sinn und Orientierung zu entdecken - dazu kann jede und jeder einen Teil beitragen.

Die Zeiten sind schwerer und unübersichtlicher geworden. Umso bedeutender ist das Engagement in den Pfarreien, denn hier ist der wesentliche Schnittpunkt, wo Menschen vom Glauben erfahren und Glaubenserfahrungen machen.

Ich wünsche Ihnen, dass es Ihnen oft gelingt Gutes zu tun und darüber in angemessener Weise zu reden.

Möge Sie Gottes Nähe und Kommunikationsgabe begleiten
Johannes Simon
Leiter Referat Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde



Vor und nach der Wahl gilt

Der Pfarrgemeinderat als öffentliches Gremium

Vor und nach der Wahl heißt es im Pfarrgemeinderat in Sachen Öffentlichkeitsarbeit: Dranbleiben! Der Pfarrgemeinderat ist ein öffentliches Gremium. Seine Sitzungen sind nicht geheim. Und: Sie dürfen auch nicht geheim bleiben! Wird über sie berichtet, dann wächst der Kontakt der Mitglieder zur Gemeinde und der Kontakt der Gemeinde zu den Mitgliedern. Gerade in den Zeiten des Umbruchs, des Neuanfangs auf der Ebene von Pfarreiengemeinschaften kommt der Öffentlichkeitsarbeit eine unverzichtbare Stellung zu.

Die Kontakte der Katholiken zu ihrer Kirche differenzieren sich seit Jahren aus. Etwa 15 von 100 Katholiken gehen regelmäßig zu den Gottesdiensten und Veranstaltungen der Pfarrei und Pfarreiengemeinschaft. Die anderen 85 kommen zu besonderen Gelegenheiten oder Gottesdiensten. Anlässe wie Eheschließung, Tod eines Verwandten, ein Konzert oder ein Kuraufenthalt führen gelegentlich zu Kontakt mit ihrer Kirche. Viele der 85 zahlen „einfach“ ihre Kirchensteuer und spenden für lokale Projekte. Auch für und von diesen 85 ist der Pfarrgemeinderat gewählt. Auch diese 85 tragen auf ihre Weise zum Gelingen von Kirche vor Ort bei.

Viele verwechseln Öffentlichkeitsarbeit mit Selbstbeweihräucherung. Das geht schief. Ein markantes Wort sagt: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Konkret übersetzt heißt das: Welche Themen aus unserer Arbeit sind für die Menschen interessant? Diese bringen wir in den Presseartikel, den Pfarrbrief, auf die Homepage. Was für die Menschen Bedeutung hat, sie bewegt und beschäftigt, kommt an und zählt. Die Frage Jesu an die Menschen „Was willst du, dass ich dir tue?“ ist auch für die Öffentlichkeitsarbeit eine Schlüsselfrage.

Tue Gutes und rede darüber

Fulda 12.2.2011

Referat
Öffentlichkeitsarbeit in der
Pfarrgemeinde

Eine Einrichtung im
Medienreferat
der Diözese Würzburg

Bischofsleite 44
97478 Knetzgau

Tel. 09527/ 8 11 53
Fax 09527/ 8 11 92

Mail:
Johannes.Simon@
bistum-wuerzburg.de

www.pfarrbriefservice.de



Impulse Öffentlichkeitsarbeit Fulda 12.2.2011 von Johannes Simon

Auszug aus dem Grundlagenpapier zur Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde (15. März 2001, Die deutschen Bischöfe, Publizistische Kommission)

3.2.1 Der Pfarrgemeinderat als Leitungsgremium

... Die Gemeinde vor Ort lebt von aktiven kleinen, überschaubaren Gruppen, die der Pfarrgemeinderat kennen und in ihrer Eigenständigkeit stärken und vernetzen sollte.

Als öffentliches Vertretungsgremium der ganzen Gemeinde ist es ihm ein wichtiges Ziel, Transparenz zu schaffen und sowohl eigene Themen und Projekte wie auch die anderer Gruppierungen und Initiativen professionell in der Öffentlichkeit darzustellen. Der Pfarrgemeinderat mit dem Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit trägt in besonderer Weise dazu bei, dass dies gelingt.

3.2.2 Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit

Die Verbände, Gruppierungen und Einrichtungen sind für ihre Öffentlichkeitsarbeit selbst verantwortlich. Um diese Vielfalt in der Öffentlichkeitsarbeit der Pfarrgemeinde angemessen, ausgewogen und professionell darzustellen, braucht es ein koordinierendes und unterstützendes Team. Dazu eignet sich in besonderer Weise der Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit. Er gibt zum Beispiel den Pfarrbrief heraus, in dem sich die verschiedenen Gruppierungen und Einrichtungen in eigener Verantwortung darstellen können. Ebenso kann er durch die Einrichtung einer Homepage für die Pfarrgemeinde ein Instrumentarium anbieten, welches die einzelnen Gruppen und Verbände nutzen und gestalten können. Hier hat der Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit eine koordinierende und motivierende Funktion. Um diese Aufgaben effektiv und professionell wahrzunehmen, ist eine entsprechend ausgestattete Haushaltsstelle dauerhaft einzurichten.

...



4. Methoden und Medien der Öffentlichkeitsarbeit

Um die Menschen in der Gemeinde und auch darüber hinaus zu erreichen, nutzt die Öffentlichkeitsarbeit verschiedene Methoden und Medien. Trotz des Einsatzes verschiedener Medien sind persönliche Kontakte unverzichtbar.

Der persönliche Kontakt bietet die Chance zum Dialog, auf Kritik und Einwände kann unmittelbar reagiert werden und er fördert die Beziehungen der Menschen untereinander.

Einige Beispiele für persönliche Kontakte:

- Einzelbegegnungen
- Veranstaltungen
- Pfarrversammlungen
- Besuchsdienste
- Feste
- Gratulationen
- Ausstellungen
- Tage der offenen Tür
- Pressegespräche

Die Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde nutzt Medien im lokalen wie im überregionalen Bereich.

Einige Beispiele für lokale Medien:

- Pfarrbrief
- Gemeindegewisser
- Begrüßungsbrief
- Gottesdienstordnung
- Homepage
- Schriftenstand
- Schaukasten
- Plakate
- Handzettel
- Persönlicher Brief
- Werbung im Kino
- Lokale Presse
- Lokalradio
- Lokalfernsehen

Einige Beispiele für überregionale Medien:

- Homepage
- Kirchenzeitung
- Fachzeitschriften
- Zeitschriften und Magazine
- Öffentlich rechtlicher Rundfunk
- Privater Rundfunk
- Internet

Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit wird die unterschiedlichen Medien und Methoden nutzen. Dabei muss im konkreten Einzelfall geprüft werden, welche Methode oder welche Medien für die Öffentlichkeitsarbeit notwendig und sinnvoll sind. Hierbei stellt die Bedeutung des jeweiligen Ereignisses das entscheidende Kriterium für die Auswahl dar.

Den vollständigen Text und mehr finden Sie unter:

<http://www.pfarrbriefservice.de/konzeption/grundlagentexte/index.html>



Impulse Öffentlichkeitsarbeit Fulda 12.2.2011 von Johannes Simon



Es geht zuerst und letztlich immer um Beziehungsaufbau, Beziehungspflege und persönliche Kommunikation: „Was zählt in der Gemeinde, sind Gesichter.“ In Pfarrei und Pfarreiengemeinschaft prägen Persönlichkeiten und Überzeugungen: „Wie können wir unserer Pfarrei ein Gesicht geben?“ „Wie können wir in Kontakt mit möglichst vielen Menschen auf verschiedene Weise kommen und diesen Kontakt halten und pflegen?“ Dazu braucht es persönliche Kommunikation, Gespräche, Begegnungen und Veranstaltungen, Gottesdienste und Aktionen. Das persönliche Auftreten, der Umgangsstil, die Arbeitsmethoden, die Präsentation von Inhalten und die Sitzungskultur sind ein paar Stichworte, aus denen sich zum Beispiel das Gesamtbild des Pfarrgemeinderates zusammensetzt. Wie jemand von und über den Pfarrgemeinderat spricht, hängt von allen Mitgliedern ab. Auch beim Sonntagnachmittagskaffee mit den Verwandten und Freunden geschieht Öffentlichkeitsarbeit, wenn Themen aus der Sitzung nach- und vorbesprochen werden. Je bunter die Zusammensetzung des Pfarrgemeinderates ist, desto größer die Chance die bunte Vielfalt der Menschen heute zu erreichen und Beziehungen zu knüpfen.



Wer einmal den Veranstaltungskalender in der Lokalzeitung anschaut, stellt fest, dass inzwischen eine Vielfalt von Möglichkeiten beispielsweise den Sonntag zu gestalten miteinander konkurrieren. Kirche muss sich durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit in diesem Umfeld platzieren und eine dauerhafte und vielfältige Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Presse, Pfarrbrief, Plakat, Homepage, Handzettel und persönliche Werbung sind einige Bausteine, mit denen Kirche sich in der Öffentlichkeit platzieren kann. Wer in den Medien nicht präsent ist, existiert für viele Menschen in einer Mediengesellschaft nicht (mehr).

Wenn Menschen, die hauptamtlich oder ehrenamtlich in der Pfarrei mitarbeiten, einmal ihre eigenen Blickachsen verschieben und sich fragen ... „Was bekäme ich von unserer Pfarrei mit, wenn ich nicht im PGR wäre?“ „Wie würde ich diesen Artikel lesen, wenn ich schon einige Jahre lang keinen Gottesdienst mehr besucht hätte?“ „Wie würde ich diese Einladung zur Firmvorbereitung als junger Mensch wahrnehmen, dessen Eltern keinen Kontakt zur Kirche bewusst pflegen?“ „Was würde mich überhaupt von der Kirche interessieren zu erfahren?“ ... dann ergeben sich plötzlich ganz neue Perspektiven.



Jesus wird einmal „Meister der Kommunikation“ genannt, weil er auf Augenhöhe den Menschen begegnet, sich für die Menschen interessiert und aus ihrem Lebens- und Erfahrungshorizont heraus die Botschaft vom Reich Gottes verkündet. An ihm gilt es Maß zu nehmen und „meisterhaft“ Kommunikation zu betreiben, die Vertrauen signalisiert und aufbaut. Vertrauen zu den Menschen und zu den Medienpartnern. Jesus wählte eine Sprache, die die Menschen verstanden haben. Jesus knüpfte an der Alltagswelt der Menschen an und zeigte ihnen, wie das Leben im Lichte des Wortes Gottes gelingen kann.

Gut gemacht

Eine Pfarreiengemeinschaft bringt drei existierende Pfarrbriefe aus bislang eigenständigen Pfarreien zu einem gemeinsamen Heft zusammen und informiert so die Katholiken umfassend über das Neueste aus Pfarreiengemeinschaft und Pfarreien.

Eine Einladung an alle Eltern, deren Kinder im letzten Jahr getauft wurden, zu einem gemeinsamen Nachmittag schafft neue Kontakte. Die Krabbelstube bekommt danach zahlreiche neue Gäste.

Die Gottesdienstordnung auf der gemeinsamen Homepage zeigt in der Übersicht, wo und wann zum Beispiel am nächsten Sonntag Gottesdienste sind und wer diese leitet.

Die Beerdigungen in der Pfarreiengemeinschaft werden als Wortgottesdienst mit anschließender Bestattung gestaltet. Einmal im Monat verbindet eine zentrale Eucharistiefeier als Requiem die Trauernden der Pfarreiengemeinschaft.

Der Begrüßungsbrief der Pfarreiengemeinschaft wird gemeinsam mit der evangelischen Kirche konzipiert und anschließend durch einen ökumenischen Besuchsdienst an die Neuzugezogenen überreicht.

Im Pfarrbrief aller Pfarreiengemeinschaften eines Dekanates wird für ein regionales Gottesdienstprojekt, Konzerte und besondere Ereignisse geworben. Es wird deutlich: Nicht jede Pfarrei oder Pfarreiengemeinschaft muss alles selbst machen. Vernetzung bringt auch Entlastung und Vielfalt.

Ihre Idee wäre?

www.pfarrbriefservice.de

Für Sie immer die „Erste Hilfe“!

kreativ · kommunikativ · kostenfrei



Johannes Simon
Referent für
Öffentlichkeitsarbeit
in der
Pfarrgemeinde,
Würzburg



Richard Pfeifer, Vor-
sitzender des Katholi-
kenrates und
Manuela Kühner,
Sekretärin in der Ge-
schäftsstelle

...zum Beispiel der
Internetworkshop





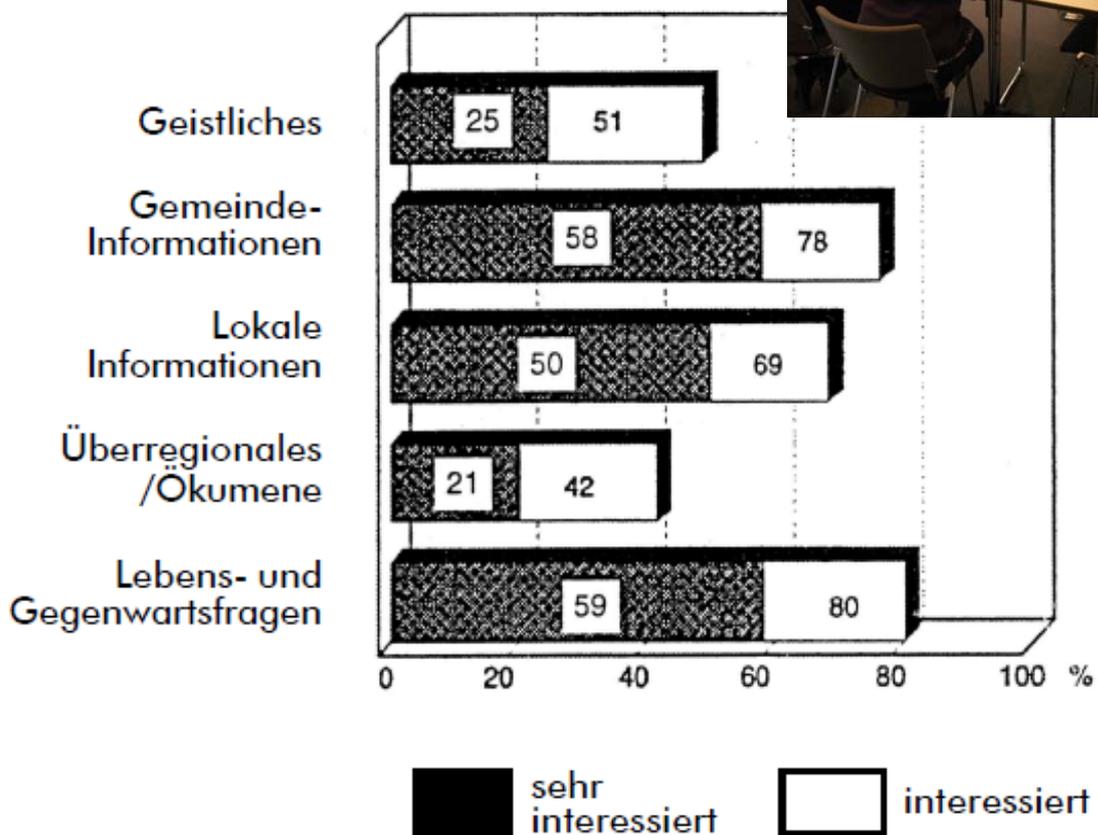
Tag der Pfarrgemeinderätegut besucht

Workshops

Pfarrbriefredaktion

Gemeindebriefe/Pfarrbriefe gestalten

Im Pfarrbrief interessiert mich ..



Gemeindebriefe/Pfarrbriefe gestalten

In einer einzigen Ausgabe können nicht alle Themen behandelt werden. Über das Jahr verteilt sollten jedoch die meisten Aspekte - möglichst mehrfach - angesprochen worden sein.

Klare und offene Informationen

- Entscheidungen der Gemeindeleitung
- Finanzen
- Schwerpunkte der Gemeindearbeit
- Veränderungen in der Pastoral, z.B. Pastoralplan 2012
- Personalien - Interessantes über bekannte und unbekannte Gemeindemitglieder
- Dank und Anerkennung
- ...

Berichte aus dem Leben der Gemeinde

- Aus den Gruppen
- PGR und Ausschüsse
- Kindergarten
- Religionsunterricht
- Kirchenmusik
- ...

Service

- Informationen über geplante Veranstaltungen (mit Einladung)
- Familiennachrichten (Freud und Leid)
- Gottesdienstzeiten
- Pfarrchronik
- Öffnungszeiten der pfarrlichen Einrichtungen wie Pfarrbüro, Bücherei, ...
- Hinweise auf wertvolle Sendungen, Internetportale, ...
- ...

Unterhaltung und Humor

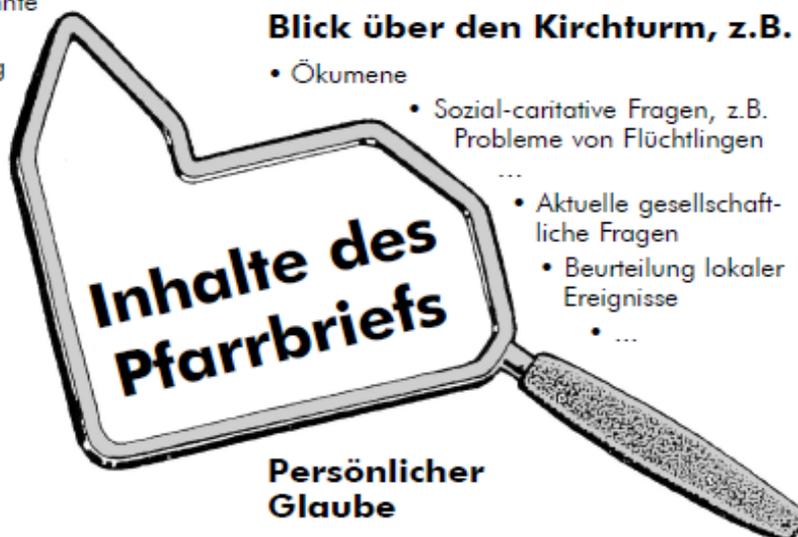
- Glossen, Witze, Karikaturen
- Rätsel, Preisausschreiben
- Bastelideen
- ...

Zielgruppenseiten (abwechselnd)

- für Kinder
- für Familien
- für Jugendliche
- für Senioren
- für ...

Blick über den Kirchturm, z.B.

- Ökumene
 - Sozial-caritative Fragen, z.B. Probleme von Flüchtlingen
 - ...
- Aktuelle gesellschaftliche Fragen
- Beurteilung lokaler Ereignisse
- ...



Persönlicher Glaube

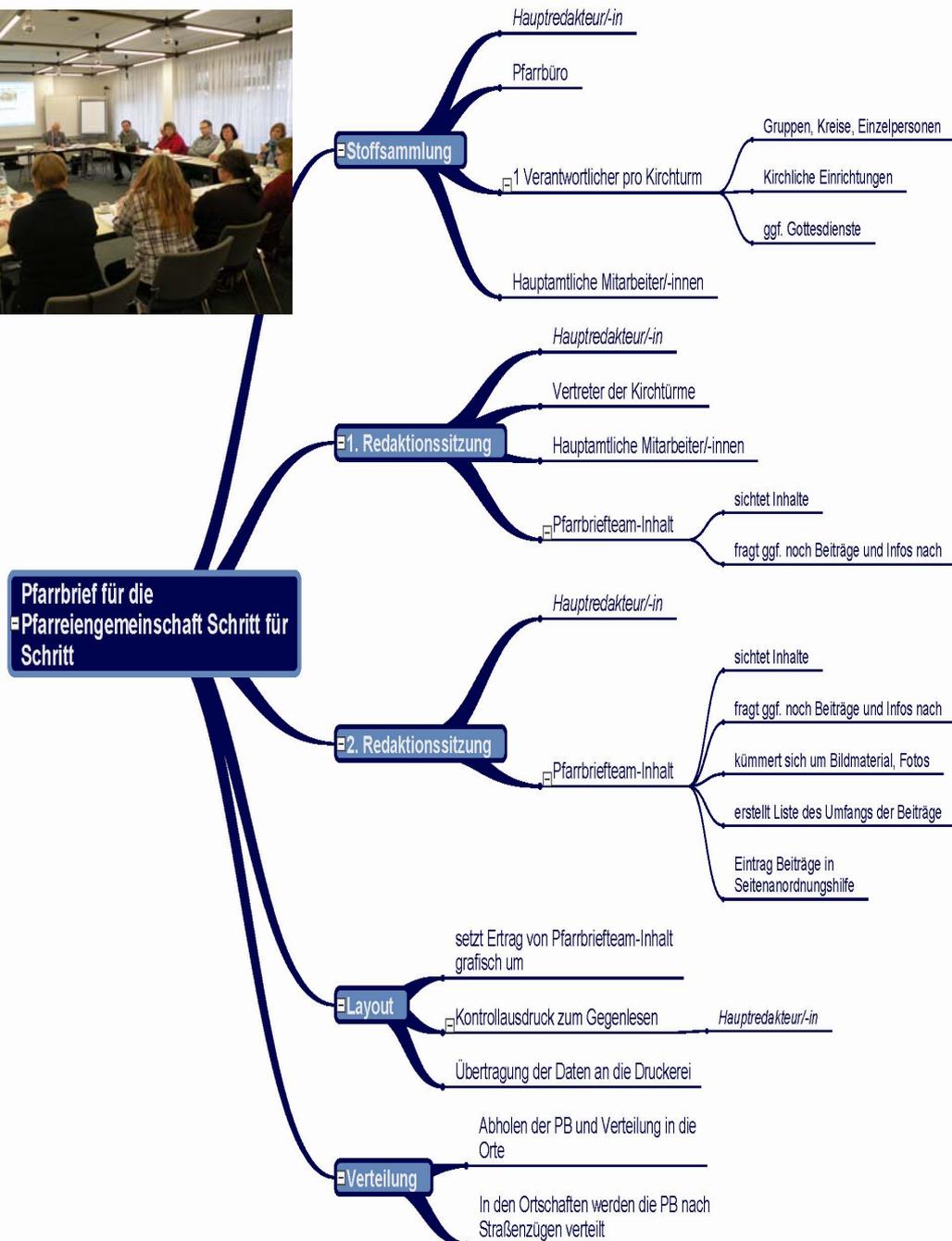
- Geistliches Wort
- Besinnung und Meditation
- Hilfen zum persönlichen Glauben
- Orientierung
- ...

Forum

- Leserbriefe
- Kommentare
- Meinungen zu aktuellen Fragestellungen in der Gemeinde oder am Ort
- ...

Tipps für Pfarrbriefmacher

Pfarrbrieflayout mit pfarrbriefservice.de



Michael Bogedain

Der Schaukasten - Ort der Verkündigung



**Der Schaukasten
ist zum Schauen da
wäre er zum Lesen da,
wäre es ein Lesekasten !**



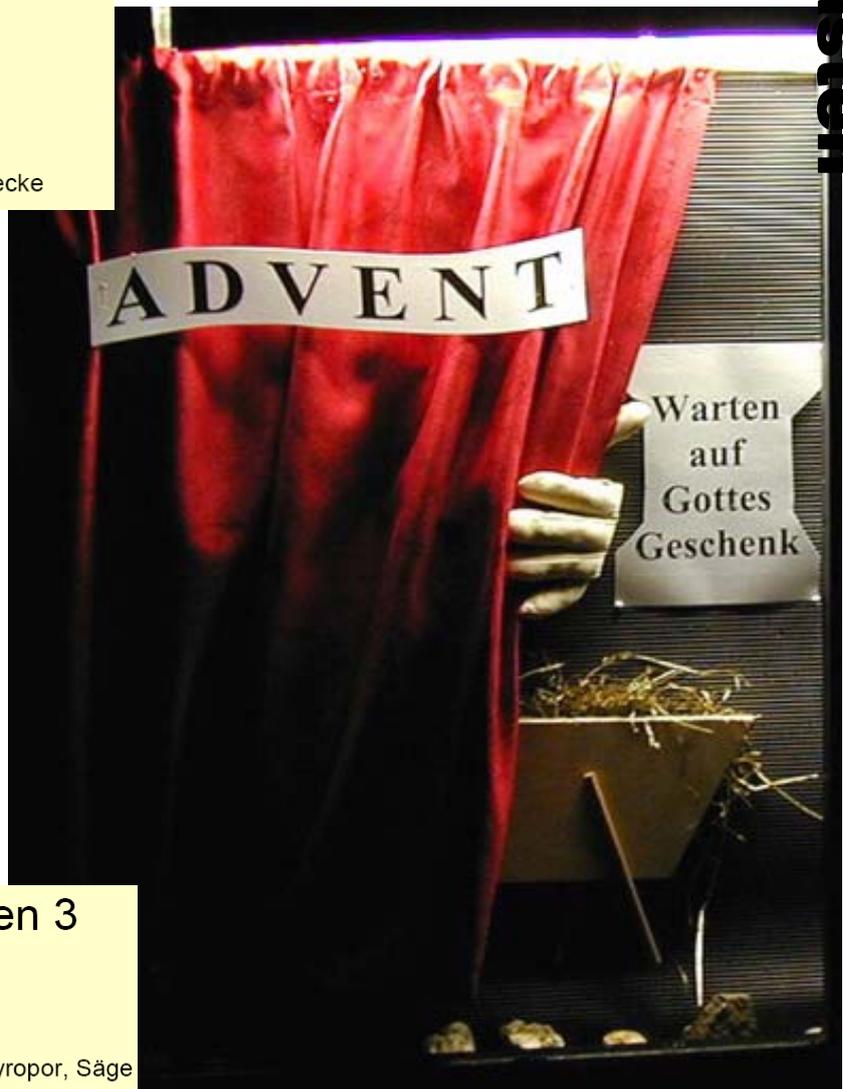
Grundüberlegungen 1

- Zielgruppe
 - Gottesdienstbesucher
 - Auch Kirchenferne
- Standort
 - wo Menschen erreicht werden
 - Gehrichtung beachten
 - Beleuchtung



Grundüberlegungen 2

- Größe
 - nach Standort
 - Tiefe mind. 15 cm
- Gestaltung
 - dreidimensional
 - ein Thema
- Aufteilung
 - 2/3 gestaltet
 - 1/3 Infospalte
 - Bodenbrett
 - Tiefe nutzen durch Gitter an der Decke



Grundüberlegungen 3

- Voraussetzungen schaffen
 - Material zur Verfügung stellen
 - Magnete, Pappe, Stoff, Kleber, Styropor, Säge
 - Kosten erstatten
- Wer gestaltet den Schaukasten?
 - Team
 - handwerklich geschickt
 - gemeinsame Jahresplanung
 - Gruppen der Gemeinde motivieren



Michael Bogedain

Sehen und gesehen werden Plakatgestaltung in der Gemeinde



Wirkung und Aussagekraft eines Plakates hängen von folgenden Faktoren ab

- Vor der Gestaltung sollte man sich über die notwendige Größe im Klaren sein
- Wird ein Bild großflächig verwendet ist es eindeutig der Blickfang. Der Text sollte gut lesbar und informativ sein.
- Wenn der Text der Blickfang ist, müssen Schriftarten und Schriftgrößen gewährleisten, dass die wesentliche Aussage schnell lesbar ist und aus der Fläche deutlich heraussteicht. Die Schrift muss auch aus der Ferne gut lesbar sein.

Wirkung von Schriften beachten:

- Antiquaschriften – Mit Serifen bspw. Times oder Garamond
- Groteskschriften – ohne Serifen bspw. Arial oder Verdana

Plakate können mit WORD erstellt werden, besser sind aber Programme wie PUBLISHER oder InDesign

Informationen werden zu über 80 % über das Sehen aufgenommen

Plakat und Flyer sind nicht das Gleiche

Plakate werden beim Vorbeifahren oder – gehen nur kurz wahrgenommen. Daher sollten sie mit einem Blickfang (Bild oder Text) Aufmerksamkeit wecken. Erst im zweiten Schritt sollten die nötigen Informationen transportiert werden (z.B. Ort und Datum der Veranstaltung).

Wirkungsvolle Plakate haben eine klare Anordnung.

Ein wichtiges Gestaltungselement ist die Farbe. Sie beeinflusst Schriftwirkung, Plakatfläche und Bildwirkung.

Vor der Gestaltung sollten mit einem Stift auf einem Blatt Papier unterschiedliche Entwürfe erstellt werden (sribbeln). Erst wenn hieraus ein Entwurf ausgewählt worden ist, geht es an die Gestaltung ■

Steffen Jahn

Pressekontakt

Unsere Pfarrgemeinde in der Zeitung!

Vom ersten Kontakt zur Pressemitteilung



In der Pfarrei wird viel Gutes getan, viele Menschen sind mit großem persönlichem Engagement aktiv und setzen sich für ihre Pfarrgemeinde und für andere ein.

Mit den Angeboten sollen verschiedene Gruppen angesprochen werden. Kinder, Schüler, Jugendliche, Erwachsene, Familien oder Senioren, die Bandbreite ist groß.

Natürlich sollen die Angebote auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, Veranstaltungen die stattgefunden haben, sollen in der Presse auch Würdigung erfahren.

Aber nur darüber reden reicht leider nicht...

Wie erreichen Sie eine breitere Öffentlichkeit?

Erfolgreiche Pressearbeit für die Pfarrgemeinde - eine Anleitung in 7 Schritten:

Analyse

Zunächst sollte festgestellt werden, wer mit der Pressearbeit erreicht werden soll.

Ist es eine Vorankündigung (a) oder ein Termin? Oder handelt es sich um einen (Nach-) Bericht? (b)

Vorankündigung:

Handelt es sich um ein allgemeines Angebot für alle Altersklassen? Ein Angebot für Kinder, Familien, Schüler? Können die Zielgruppen gemeinsam angesprochen werden oder muss es eine getrennte Information erfolgen? (weil die Zielgruppen nicht gleichzeitig erreichbar sind z.B.)

Ist die Zielgruppe im Gottesdienst erreichbar?

Nachbericht:

Wo soll eine Veröffentlichung stattfinden? Im Pfarrbrief oder der lokalen Presse? Im Radio und im TV?

Wer wird mit dem Medium erreicht und wie macht man sich dort interessant?

Ansprechpartner/Presseverteiler

Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Fax oder eine E-Mail auf dem Weg vom Autor in die Redaktion verloren geht, liegt bei mind. 50%. Deshalb:

- Sammeln Sie Telefonnummern und E-Mailadressen! (Müssen aktuell gehalten werden!)
- Sprechen sie Pressevertreter an. Fragen sie nach den Kontaktdaten!
- Legen Sie einen Presseverteiler in Ihrem Postfach an
- Lassen Sie sich Ansprechpartner benennen
- Wer kennt wen? (Bsp.: Die Tochter vom Bruder des Nachbarn macht ihr Volontariat bei der Zeitung!)

Interessant sein

Hunderte E-Mails erreichen eine Redaktion täglich. Deshalb wird für den begrenzten Platz sorgfältig ausgewählt. Oft durchlaufen Nachrichten oder Meldungen drei oder mehr Stationen bis entschieden ist, ob sie aufgegriffen werden! Viele Faktoren spielen dabei eine Rolle. Das aktuelle Tagesgeschehen beeinflusst die Auswahl genauso wie das Thema, der Absender oder die Form. Trotzdem gilt: Je interessanter eine Meldung desto höher die Wahrscheinlichkeit!

Wie wird eine Meldung interessant?

- Aktualität (heute, vergangenes Wochenende)
- das Thema (etwas außergewöhnliches, Spende)
- Personen (Bischof, Bürgermeister, Gäste etc.)
- der Anlass (Jahrestage, Festtage, Bsp. Erstkommunion)
- die Masse (Bsp. 400 Sternsinger)
- der Ort (Jugendgottesdienst „Unter Tage“)

Die Form

Je übersichtlicher eine Pressemitteilung aufgebaut ist, desto besser! Keine Spielereien mit Schriften etc. Es geht um den Text.

Eine Begriffsdefinition:

Nachrichten bilden das Gerüst der Tageszeitung, ob als **Meldung** oder längerer **Bericht**. Sie informieren in knapper und sachlicher Form über aktuelle Ereignisse, die von allgemeinem Interesse sind. Bei Nachrichten wird das wichtigste gleich am Anfang vorweggenommen. Das ist notwendig, um den Lesern die schnelle Orientierung und die Auswahl unter den vielen Artikeln in der Tageszeitung zu erleichtern.

Meldungen und Berichte folgen einem strengen Aufbau, der sich stark von literarischen Texten oder Schulaufsätzen unterscheidet. **Meldungen** sind die kürzeste Form von Zeitungsartikeln. Sie stellen Vorgänge kurz und sachlich dar und sind in der Regel Einspalter, die zwanzig Zeilen nicht übersteigen. Der **Bericht** ist eine Nachricht in ausführlicher Fassung. Er berichtet über Ereignisse umfassender und vermittelt auch Zusammenhänge, Vorgeschichte und Hintergründe.

Der Text

Der Einstieg muss das Wichtigste beinhalten. An einem guten Einstieg oder Vorspann basteln Journalisten häufig besonders lang. Der Vorspann muss den Leser in die Nachricht einführen, in knapper Form die wichtigsten Informationen zusammenfassen und gleichzeitig zum Weiterlesen anregen.

Am besten sind verständliche, treffende Formulierungen in klaren, kurzen Sätzen. Besser als eine lange Satzkonstruktion sind mehrere kurze Sätze mit einfachen Nebensätzen für den Einstieg. Nach den ersten Sätzen entscheiden die Leser, ob sie den Artikel lesen oder abbrechen komplizierte Sätze schrecken eher ab.

In jeder Nachricht ob kurze Meldung oder Be-

richt sollen nach Möglichkeit die sieben W-Fragen beantwortet werden:

*Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum?
Welche Quelle?*



Fotos

Mit einem guten Foto erhöht sich die Wahrscheinlichkeit der Berücksichtigung in der Presse enorm. Wichtig ist dabei, dass das Bild technisch gut „gemacht“ und aussagekräftig ist. Wenn möglich sollte man dabei auf Gruppenfotos verzichten.

- Keine Fotos im Text (Fotos immer als Anhang in E-Mails)
- Auflösung 300dpi bei ca. 500-800kB
- maximal 3 Fotos als Anhang einer Nachricht

Zum Schluss

Ein Bericht sollte immer nur so lange sein, wie es das Thema es hergibt. Ein gutes Foto wertet den Bericht auf. Je mehr Informationen zusammengetragen wurden (Hintergrundinformationen oder Meinungen von Anwesenden) desto einfacher kann der Redakteur daraus einen Text machen■

Das Internet für die Kommunikation in der Pfarrei nutzen

Tagesordnung

- Internet Nutzung heute
- Begriffsklärung
- Gesellschaftliche Entwicklung
- Nutzungsbeispiele für Pfarreien
- Der Internetauftritt
- Schritte zur Internetnutzung

12.02.2011

© Michael Bergmann – Internet in der Pfarrei

2

Internetnutzung heute

- Was wissen Sie vom Internet?
- Nutzen Sie das Internet?
- Wozu braucht man das Internet?
- Welche Vorteile und Nachteile hat das Internet?

12.02.2011

© Michael Bergmann – Internet in der Pfarrei

3

Begriffsklärung

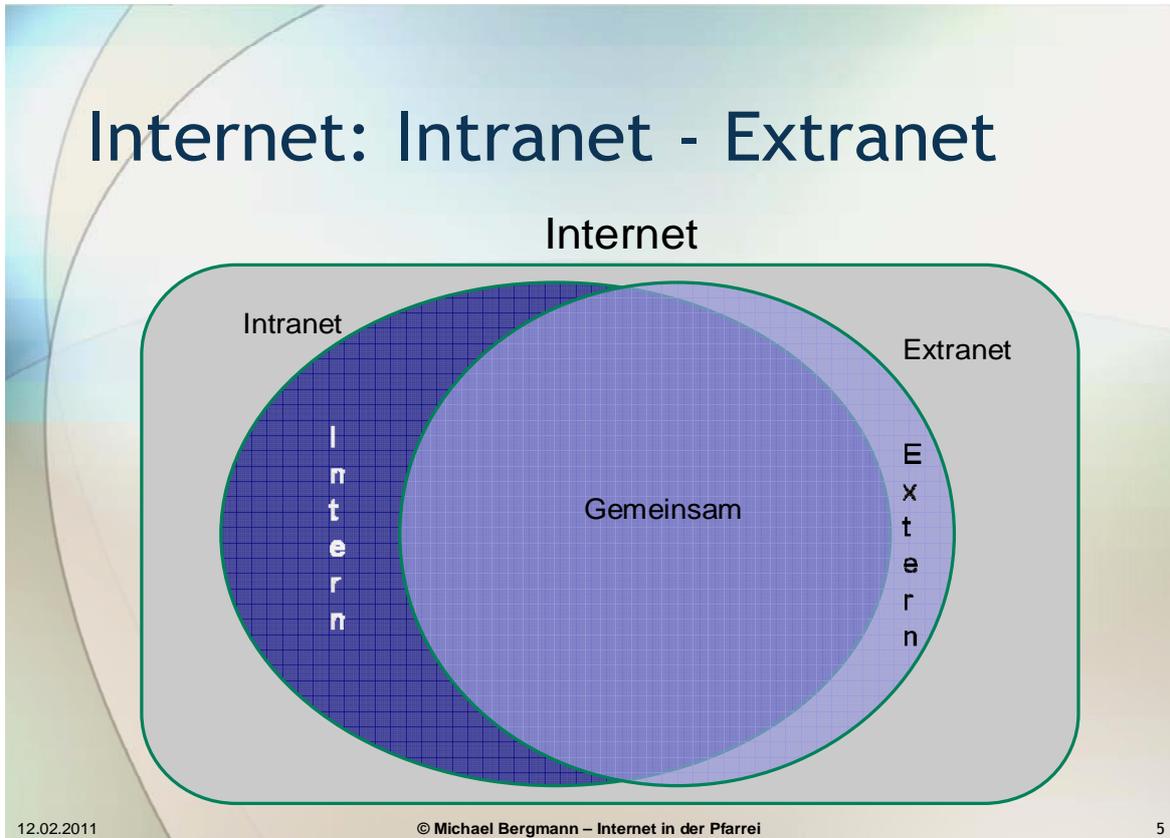
- | | |
|--------------------|-----------------|
| • Internet | • URL |
| • Intranet | • Domain |
| • Extranet | • Sub-Domain |
| • Internetauftritt | • Hit (Zugriff) |
| • Internetpräsenz | • Nutzer |
| • Homepage | • Provider |
| • Website | • Webspaces |

12.02.2011

© Michael Bergmann – Internet in der Pfarrei

4

die komplette Powerpointpräsentation finden Sie unter www.bistum-fulda.de
oder senden Sie eine Mail an katholikenrat@bistum-fulda.de



weiterführende Links:
www.bistum-fulda.de
Internetprovider bieten „Pakete“ an
michael.bergmann@sanktlaurentius.org

Internetauftritt

- Statisch oder dynamische Seiten
- Die Homepage
- Gruppenbezogene Seiten
- Einrichtungen im Internet
- Interactive Seiten
- Geschützte Seiten

12.02.2011

© Michael Bergmann

Was ist zu tun?

- Was wollen wir erreichen
- Welches Konzept passt zu uns?
 - Statisch, dynamisch, intern, extern ...
- Suche von Interessierten?
- Gründung eines Aktionsteams
- Klein anfangen

der Pfarrei

8

Zusammenfassung

- Das Internet ist nicht mehr zu ignorieren
- Es gibt viele Möglichkeiten
- Sie können „klein“ anfangen und nach und nach ausbauen
- Internet Urheberrechte beachten
- Allgemeiner „Haftungsausschluss“ wichtig

12.02.2011

© Michael Bergmann – Internet in der Pfarrei

9

**Thomas Weber
Valentin Zentgraf**

SMS- / Mail-Nachrichten für Gemeindemitglieder; insbesondere Jugendliche

Grundsatz zur Kommunikation

Öffentlichkeitsarbeit ist auch Kommunikation mit den eigenen Gemeindemitgliedern und mit allen Mitmenschen in unserer Umgebung. Ohne Kommunikation untereinander können wir nicht innerhalb der Gemeinde leben und arbeiten. Weiterhin gibt es ohne Kommunikation auch keine Möglichkeit, Menschen die Botschaft von Jesus zu vermitteln.

Kommunikationsziele

- Wir benötigen Kommunikation in unseren Gemeinden, um Strukturen und Organisation aufrecht zu erhalten; rein für die Arbeitsebene.
- Um unseren Glauben im täglichen Gemeindeleben selbst untereinander zu leben, zu stärken und uns auszutauschen, benötigen wir Kommunikation untereinander.
- Für die Glaubensweitergabe an andere Mitmenschen benötigen wir ebenfalls eine Kommunikationsschiene.

Kommunikationsmedien

Es gibt unterschiedliche Kommunikationsmedien, die zur Übertragung von Informationen genutzt werden können. Z.B.:

- Telefon, Faxgeräte, Handy, SMS
- Druckmedien (Pfarrbrief, Zeitung, Brief)
- Plakate (optische Wahrnehmung)
- Internet (Homepage), Mail

Unterschiedliche Mediennutzung

Menschen nutzen je nach Alter und Umfeld unterschiedliche Medien, die wir auch für unterschiedliche Zielgruppen in der Gemeindearbeit zur Verfügung stellen müssen.

Für eine erfolgreiche Kommunikation mit Jugendlichen müssen wir z. B. das Handy, Mail und das Internet nutzen – die Medien, die Jugendliche "erreichen".

Adressen für die Kommunikation

Um Mitmenschen anzusprechen, benötigen wir eine Zieladresse für jeden einzelnen.

Aus der Werbung kennen wir die Sammlung von Adressen über Gewinnspiele, was ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor geworden ist.

In Pfarrgemeinden sind wir mit Adresspflege und deren Aufbewahrung noch weit zurück und nehmen uns auch hier Chancen für Kommunikation.

Die Adresspflege muss deshalb verbessert und unabhängig von mitwirkenden Personen zentral abgelegt sein.



Nutzung von SMS- Nachrichten für Jugendliche

Je nach Empfängergruppe gesteuert kann dieses Medium für unterschiedlichste Informationsübertragungen genutzt werden:

In den zur Verfügung stehenden 160 Zeichen einer SMS können alle Text- und Zahlenarten übertragen werden bis hin Cartoons und Smilies ☺, mit deren Hilfe Jugendliche ihre Gefühle zum Ausdruck bringen, ohne sie in Worte fassen zu müssen. Hierdurch haben sie die Möglichkeit, sich zu öffnen und Gefühle zuzulassen.

Mögliche SMS-Inhalte können sein:

- Bibelworte, die es schon in SMS – Kurzform gibt.
- Einladungen zu Veranstaltungen (Treffen, Jugendgottesdienste, Firmtreffen, Messdienerntreffen, ...)

- Individuelle Geburtstagsgrüße, automatisch am Tag des Geburtstages.
- Freudige Informationen zum Ferienbeginn.
- Aufmunternde Worte beim Schulanfang.
- Grüße in den Ferien u.s.w

Auf diese Weise kann eine Gemeinde im ständigen Kontakt mit ihren Jugendlichen bleiben, auch wenn mal für eine gewisse Zeit die Aktivität nur von einer Seite kommt.

Die Jugendlichen merken über den regelmäßigen Kontakt, dass sie nicht in Vergessenheit geraten sind und dass sich jemand um sie kümmert („Der gute Hirte kennt seine Schafe und läuft jedem einzelnen nach.“).

Jede SMS-Nachricht sollte je nach Gruppe einen festen Gruß- Absender haben, damit hier eine Identifikation und Sicherheit über den Absender geschaffen wird. Dies können auch eingeführte Kürzel sein, um Textzeichen einzusparen.

Vorteile:

- Nahezu alle Jugendliche verfügen über ein Handy und sind somit potentiell erreichbar für SMS-Botschaften.
- Jugendliche haben das Handy immer dabei und freuen sich über Nachrichten.
- Positive Nachrichten verbinden sie mit dem Absender in positiver Art.
- Alle Nachrichten bleiben auf dem Handy bis zur Löschung gespeichert und werden von den Jugendlichen in den Frei- und Wartezeiten mehrmals durchgesehen und gelesen. Somit wird eine SMS öfter wahrgenommen.
- Die SMS wird privat nur vom Besitzer gelesen und so erreicht die Kirche auch den Jugendlichen mit dieser Nachricht individuell und nicht im Gruppendruck, wo Kirche vielleicht z.Z. nicht so „cool“ ist.
- Ein einfacher und automatisierter Massenversand ist möglich, somit ist der Arbeitsaufwand für den Versender verhältnismäßig gering, erreicht jedoch eine große Anzahl.
- Der Versandzeitpunkt für mehrere Nachrichten kann vorab lange vorbereitet werden, also auch der Versand zu bestimmten festen Terminen bindet den Versender nicht an einen festen Zeitpunkt.

Weitere Einsatzmöglichkeiten in Gemeinde und Bistum

Da das Handy in allen Alters- und Bevölkerungsgruppen immer mehr verbreitet ist, kann dieses Kontaktmedium noch weiter eingesetzt werden.

Es können in einer Umsetzungsplattform mehrere unterschiedliche Empfängergruppen angelegt werden, die je nach Wunsch und Interesse unterschiedliche Informationen bekommen können.

Weitere mögliche Empfängergruppen:

- Kinder- oder Jugendgruppen oder deren Eltern
- Chor- und Gesangsgruppen
- Messdiener
- Firmbewerber in der Vorbereitung
- Schon gefirmte Jugendliche eines Firmjahrganges
- Kolping, KfD Ortsgruppe od. Bistumsebene
- Allgemein interessierte Gemeindemitglieder
- Katholikenratsmitglieder
- Jugendorganisationen des Bistums

Rückinformationen an den SMS-Versender

Um in einen direkten individuellen Dialog mit dem Empfänger zu kommen, gibt es die Möglichkeit, die versendete SMS mit einer Rück-SMS zu beantworten.

Diese Rück-SMS geht in ein Mail-Konto ein, wo mit entsprechendem Zugang der SMS-Versender diese individuell beantworten oder einen direkten persönlichen Kontakt suchen kann.

Auf diese Weise können über einen allgemeinen Massenversand von Nachrichten und Botschaften persönliche Kontakte hergestellt werden.

Weiterhin können Meinungen und Anregungen zu gewissen Themen aus den entsprechenden Gruppen eingeholt werden. Die Gemeindemitglieder werden so aktiv mit eingebunden.

Zur Neutralität sollte eine separate „Free – Mail“ (web.de, gmx.de, ...) für diesen Zweck eingerichtet werden. Auf diese Weise können beim Wechsel des Betreuungspersonals alle Daten erhalten bleiben.

Kosten für die Versendung

Der SMS- Versender kann unkompliziert über das Internet SMS- Kontingente kaufen.

500 – Paket, 30,-€, 6 Cent / SMS
1000- Paket, 55,-€, 5,5 Cent / SMS

Es gibt keine Grundgebühren und Vertragsbindungszeiten.

Für den Empfänger entstehen keine Kosten.

Möchte man gewisse Empfängergruppen an den Kosten beteiligen kann man über einen Kostenbeitrag von ca. 6,- € ein Jahr lang 2 mal in der Woche eine SMS versenden.

Über Kontakte in Vereinen oder mit Werbung in Gottesdiensten und an Pfarrfesten könnten für gewisse Gruppen mit einem Kostenbeitrag Jahreskontingente verkauft werden und diese Art von Kommunikation mitten aus der Gemeinde getragen werden.

Sammeln der Kontaktdaten

Die Kontaktdatensammlung und deren Pflege ist ein wichtiger Punkt. Für jede Empfängergruppe sollte eine zuständige Betreuungsperson gefunden werden. Diese kümmert sich um die Kontaktdaten und kann die SMS-Nachricht erzeugen. Weiterhin kann diese Person auch die Rück-SMS per Mail bearbeiten.

Alle 6 Monate sollte eine SMS- gesendet werden, die eine Abbestellung dieser Nachrichtentart über eine Rück-SMS ermöglicht.

Um die rechtliche Einverständniserklärung der Empfänger einzuholen und zu dokumentieren kann ein Formular genutzt werden, auf dem der Empfänger seine Daten einträgt und mit seiner Unterschrift die Erlaubnis für diesen Dienst erteilt.

Ganze Gruppen kann man mit einer Excel-Datei erfassen. Diese kann man für den automatischen Import in die Internetplattform nutzen.

Mit der weiteren Erfassung der E-Mail-Adresse des SMS-Empfängers kann bei Rückantworten ein individueller Kontakt ohne

Kosten aufgebaut werden.

Weitere Daten wie Geburtstag und Festnetz-Rufnummer sind ebenfalls für eine spätere Kommunikation nützlich.

Technische Umsetzung

Für den durchgeführten Test wurden mehrer Internetplattformen untersucht und getestet. Die genutzte Plattform ist neutral und seriös. Sie wird gewerblich genutzt und bietet gute Möglichkeiten.

Die Firma:

Netxp GmbH, <http://www.netxp.de>

Das Software- Produkt zum Versenden heißt: SMS Creator www.smscreator.de

Organisatorische Umsetzungshilfen

Für die Adresspflege und das Versenden gibt es 2 Möglichkeiten.

- Ein kostenloses Programm zum Download. Hier werden alle Daten auf dem lokalen Rechner gehalten.
- Die Online-Plattform über das Internet. Hier werden alle Adressen auf der Plattform im Internet gepflegt. Diese sind alle geschützt.

Die 2. Version hat den Vorteil, dass alle Daten von mehreren Betreuungspersonen mit Zugangsberechtigungen bearbeitet werden können. Auf diese Weise ist auch ein einzuplanender Wechsel der Betreuungspersonen vorbereitet und führt nicht zum Stillstand der Aktivitäten oder Adressverlust.

Praktische Umsetzung

Es werden live SMS Adressen angelegt und an die Workshop- Mitglieder gesendet.

Eine gute Kommunikation

Im Arbeitskreis Kirche und Medien des Katholikenrats wurde dieses Konzept erarbeitet und allgemein zur Verfügung gestellt. Kontakt über die KR-Geschäftsstelle. ■

Leoni Heister

Büchereien als Partner und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit



Katholische öffentliche Büchereien (KÖBs) gehören wie selbstverständlich zum Erscheinungsbild im Gemeindeleben. Und doch werden sie selten als „Teil der Pfarrgemeinde“ wahrgenommen, wissen Pfarrgemeinde- und Verwaltungsräte oft nichts über die Arbeitsweise der Bücherei noch über die positive Öffentlichkeitswirkung, die wiederum der Pfarrgemeinde zugute kommen. Woran liegt das?

Im Laufe der Workshops wurde deutlich, dass dies auch an den folgenden Punkten liegt:

- Die Büchereien verfügen nicht über eine Verbandstruktur und –organisation wie z.B. Kfd oder Caritas und die Büchereiteams sind für die öffentliche Wahrnehmung in der Pfarrgemeinde selbst verantwortlich.
- Büchereien sind kein Gremium wie Pfarrgemeinde- und Verwaltungsrat, Liturgieausschuss und andere im Gemeindeleben fest verankerte Säulen. Die Büchereiteams sollten daher mindestens an zwei PGR-Sitzungen teilnehmen und in den Räten feste Ansprechpartner haben, die die Interessen der Bücherei wahrnehmen.
- Büchereien können mit einer sehr bewussten und offensiven Öffentlichkeitsarbeit Sorge dafür tragen, dass sie im Gemeindeleben wesentlich stärker wahrgenommen werden als bisher. Dies kann durch Jahresbericht im Pfarrbrief, Aushängen, Besuchen von Sitzungen, Einladung der Räte in die Bücherei erreicht werden.
- Büchereien können mit ihrem zentralen

Dienstleister Borromäusverein durch sein konventionelles Angebot an Flyern, aktuellen Medientipps aus der Perspektive des christlichen Menschenbildes und Literaturempfehlungslisten zu bestimmten Themen punkten. Dieser inhaltliche Service steht auf borromäusverein.de und medienprofile.de jedem offen und kann mit Internetangeboten der Gemeinde verlinkt werden.

- Büchereien können mit der borromäus gmbh (Gesellschafter ist der Borromäusverein) profilierte Medienauswahl in der Gemeinde zum (Zu-) Greifen nah anbieten. Dazu ist der Abschluss des kostenfreien BorroPartnerProgramms notwendig. Die Aufnahme ins Büchereiverzeichnis des Borromäusvereins bietet zudem die Möglichkeit, örtliche KÖB in dieser Onlinesuche zu finden und aktuelle Veranstaltungs- und Leistungsdaten zu platzieren.

Fazit

Katholische öffentliche Büchereien können durch eine offensive und informative Öffentlichkeitsarbeit ihre Rolle als Kommunikationszentrum und Treffpunkt in der Pfarrgemeinde stärken und festigen. Sie sollten dazu den Dialog mit den gemeindlichen Gremien suchen und kontinuierlich pflegen. Und sie sollten die unterstützenden Angebote des Borromäusvereins nutzen und fortlaufend einsetzen ■



einige Eindrücke aus den Übungen mit „tumbling Tower“ und „alter ego“



Andreas Groher Mathias Ziegler

Netzwerke der Kommunikation in Pfarrei u. Pastoralverbund

Verantwortung übernehmen in Zusammenar-
beit von Haupt- und Ehrenamt

Ablauf des Workshops - eine Übersicht

Netzwerk Freikommunikation

Der Pfarrgemeinderat ist Ort der Kommunikation in der Pfarrei. Welche Chancen, welche Misserfolge kennen Sie, welche Erfahrungen haben Sie gesammelt?

Kommunikationspartner

Interne Kommunikationspartner sind z. B. die Gruppen der Pfarrei, Gemeindemitglieder, Küster, Hauptamtliche, Kindergärten ...

Externe Kommunikationspartner sind z. B. Kommune, Schule, Krankenhaus, Pastoralverbund, Betriebe am Ort, Presse ...

Aufgabe des Pfarrgemeinderates ist es, die Kommunikation zu internen und externen Kommunikationspartnern bewusst zu gestalten.



Die externe Öffentlichkeitsarbeit versucht dabei die Öffentlichkeit über das Selbstverständnis der Gemeinde zu informieren und um Vertrauen zu werben. Die interne Öffentlichkeitsarbeit ermöglicht den Kommunikationspartnern, sich zugehörig zu fühlen. Dies wird zum Teil auch über eine interne Sprache ermöglicht. Der Stil, mit der interne Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird, gibt Auskunft über die Atmosphäre, die in einer Organisation herrscht.

Alter Ego

Mit der Kommunikationsübung stellten die Workshopteilnehmer ein Krisengespräch in der Pfarrei dar und trugen Lösungsan-



Für mich die wichtigste Botschaft zur Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrei heute war:

(hier eine Auswahl der Rückmeldungen)



An die 85 % Kirchenferne denken bei Pfarrbrief, Internet etc.

Blick auf die Zielgruppe, die ich erreichen will, ist wichtig - und dabei nicht nur an die „Kerngemeinde“ denken

„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“

Team im Pastoralverbund bilden

Hilfe bei der Erstellung eines Pfarrbriefes:
www.pfarrbriefservice.de

Sehr inspirierender Tag → Danke schön

Pfarrbrief-Fortbildung, bitte!

organisieren, optimieren und evtl. auch Outsourcing!

keine Pfarrei ohne Homepage

Menschen in ihrer Sprache/ mit ihrem Medium ansprechen

Mehr bzw. offene die Kommunikation untereinander - miteinander zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen

„Vor Ort das Bild der Kirche prägen!“

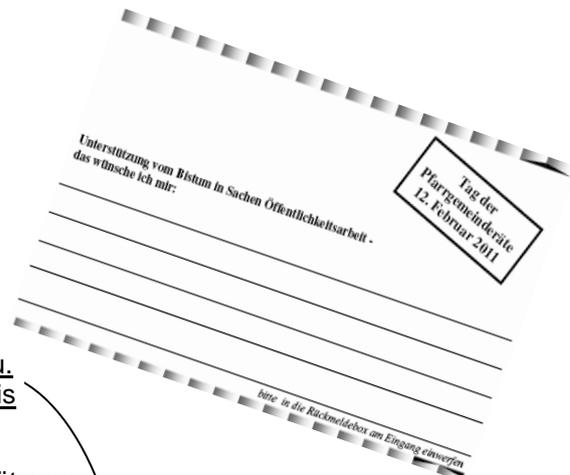
Öffentlichkeitsarbeit = Seelsorge

Professionalität in der Pressearbeit

weltweite Kommunikation verändert Denken und Leben

Unterstützung vom Bistum in Sachen Öffentlichkeitsarbeit - das wünsche ich mir:

(hier eine Auswahl der Rückmeldungen)



Fortbildung und Erfahrungsaustausch

- gute Beispiele von Öffentlichkeitsarbeit im Bistum veröffentlichen.
- weitere Fortbildungen mit praktischen Hilfen.
- Anregungen für die Arbeit im Pfarrgemeinderat
- wie leite und organisiere ich Gruppenstunden?
- wo gibt es gutes Info-Material?
- diese Workshops wieder anbieten!
- Präsentationsseminar anbieten
- neue Formen der Mitarbeitergewinnung (Diaspora!)

Wertschätzung u. Selbstverständnis

- Wertschätzung der Räte nicht nur in der Zeitung publizieren sondern auch im Umgang in der Gemeinde praktizieren
- Ermutigen und stärken!
- Öffentlichkeitsarbeit ist Seelsorge!

ÖA konkret

- Computerkurs: Einrichten einer Internetseite (Inhalte, Technik, Rechtliches) getrennt für Anfänger und Fortgeschrittene
- Workshop: Optimierung - vorhandene Internetpräsenz
- Fotobearbeitung für Printmedien und Internet
- Hilfen, Seminare für Pfarrbriefredaktionen
- Veröffentlichung von Protokollen (was darf sein)
- Werbung auf Plakaten, in Zeitungen und Veröffentlichungen
- Fortbildungstage mit Infos und Erfahrungsaustausch z. B. was zu beachten ist bei Kopierrechten, Fotorechten, Lizenzrechten
- Dialog im Bistum: Was bewegt Gemeinde. Wo kann Dialog gefördert werden? Wie kann Gemeinde sich öffnen?
- Presseseminar

Unterstützung der ÖA vor Ort

- Vorformulierte Berichte/Artikel zur Veröffentlichung im Pfarrbrief z.B. zu Hochfesten, Heiligenfeste
- Pool von Texten, Bildern, Geschichten, die für den Pfarrbrief verwendet werden können, wobei die Rechte nicht mehr abgeklärt bzw. berücksichtigt werden müssen (Beteiligung des Bistums beim überdiözesanen Internetportal www.pfarrbriefservice.de)
- Referenten, die auch in die Pfarreien kommen und vor Ort Verbesserungsvorschläge machen / Vorgehen erarbeiten.
- Bistumshomepage übersichtlicher gestalten mit praktischen Tipps für Verantwortliche vor Ort.

- in Dekanat / Pastoralverbund Infos (z.B. für Pfarrbriefe) anbieten: Familienbund, Päpstl. Missionswerk d. Frauen, und Veranstaltungen
- in Dekanat oder Pastoralverbund: Pfarrbrief-Fortbildungs-Unterstützungstag mit mehr Austausch zwischen den Pfarreien.
- Ehren- und Hauptamtliche: Öffentlichkeitsarbeit ist gemeinsames Anliegen

Zusammenarbeit in Dekanat u. PV



Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrei ist Beziehungspflege

Tag der Pfarrgemeinderäte im Fuldaer Bonifatiushaus

Am Samstag fand in Fulda der Tag der Pfarrgemeinderäte statt. Unter dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ informierten sich 120 Pfarrgemeinderäte und weitere Ehrenamtliche aus den Pfarrbriefredaktionen zum Thema der pfarrlichen Öffentlichkeitsarbeit. Der Studientag fand im Fuldaer Bonifatiushaus statt.

„Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrei bedeutet, Kontakte zu knüpfen, Beziehungen zu pflegen, bewährte und neue Wege zu nutzen, durch Medien mit Menschen in Kontakt zu bleiben“, so Pastoralreferent Johannes Simon (Würzburg).

Der Pfarrgemeinderat sei ein öffentliches Gremium, sagte Simon. Werde über seine Arbeit berichtet, dann wachse der Kontakt zu den Mitgliedern der Gemeinde. Gerade in Zeiten des Umbruchs und Neuanfangs komme der Öffentlichkeitsarbeit eine unverzichtbare Stellung zu. Der Referent ermutigte die Pfarrgemeinderäte, mit einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit unterschiedliche Medien und Methoden zu benutzen, um in der Pfarrei Transparenz zu schaffen und eigene Themen und Projekte professionell darzustellen. Gerade im Rahmen der im Bistum Fulda anstehenden Pfarrgemeinderatswahl bedeute dies, im Sinne des Mottos die Öffentlichkeit über die gute und wichtige Pfarrgemeinderats-Arbeit mit den unterschiedlichsten Medien zu informieren. Den Teilnehmern wurden in neun Workshops eine breite Palette an praktischen Tipps, Erfahrungen und Ideen für die pfarrliche Öffentlichkeitsarbeit vermittelt.

Claus Schreiner, Kürnach, gab einen Einblick in die Arbeit und Aufgaben der Pfarrbriefredaktion. Zum Pfarrbrieflayout bot Johannes Simon, Würzburg, einen Workshop an. Michael Bogedain aus Paderborn informierte über Gestaltungsmöglichkeiten von Plakaten und Schaukästen. Die Gestaltung einer Homepage stand im Vordergrund des Workshops von Michael Bergmann, Großkrotzenburg. Thomas Weber aus Neuhoof warb für den Einsatz von SMS- und Mailnachrichten für Gemeindemitglieder. Die Wichtigkeit, Kontakte zur örtlichen Presse herzustellen und zu pflegen, stellte Steffen Jahn, Fulda in seinem Workshop vor. Zur internen Öffentlichkeitsarbeit boten Andreas Groher, Bad Soden-Salmünster und Mathias Ziegler, Fulda, einen Workshop an und Leonie Heister, Mainz, informierte über Büchereien als Partner und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. Seinen feierlichen Abschluss fand der Tag mit einer Eucharistiefeier, die Domkapitular Rudolf Hofmann mit den Teilnehmern zelebrierte.

„Wir sind hoch erfreut über das große Interesse an diesem Thema. Gerade in der Vorbereitung der Pfarrgemeinderatswahl war dieser Tag eine gute Gelegenheit, sich über die heutigen Möglichkeiten einer effektiven Öffentlichkeitsarbeit zu informieren. Die außerordentlich positive Rückmeldung der Teilnehmer war ein hohes Lob an die Leiterinnen und Leiter der Workshops und, dass das Angebot den Bedürfnissen der Pfarrgemeinderäte entsprach“, so Richard Pfeifer ■