

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen



Wann steht es an?

In der Startphase



Worum geht es?

Die Entwicklung eines lokalen Pastoralplans ist ein Prozess aller Menschen in der Pfarrei. Entsprechend ist Kommunikation über die Idee, das Vorgehen, die Umsetzung und die Formen der Mitbeteiligung elementar für das Gelingen. Auch die Öffentlichkeitsarbeit, also die Information der Öffentlichkeit, ist ein wichtiger Baustein. Die hier vorgelegte Arbeitseinheit führt zu Absprachen.



Wie lange dauert es?

2,5 Stunden



Wer macht es?

Steuerungsgruppe



Was wird benötigt?

- Moderationskoffer (Karten DIN A5, Metaplankarten farbig sortiert, Eddings), Flipchart
- Visualisierungsmöglichkeit (Aufhängen an einer Wand, Auslage auf einem Tisch), Arbeitsblätter in Kopie

A

B

C

D

E

F



Quelle / Autor

Bischöfliches Generalvikariat Münster, Referat Pastoralberatung

Jan-Christoph Horn

mit Unterstützung von Martin Wißmann, Abteilung Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

A

Arbeitseinheit zur Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit im Entwicklungsprozess eines lokalen Pastoralplans

B

Vorab: Vereinbaren Sie, wie die Ergebnissicherung Ihrer Arbeitseinheit erfolgt.

1. Warum Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralplan-Entwicklungsprozess?

Jede/r notiert auf DIN A5 Karten Gründe dafür, dass Öffentlichkeitsarbeit nach innen (Pfarrei) wie nach außen (Umfeld) sinnvoll ist.

C

Beispiele:

- Viele Menschen in der Pfarrei werden mitgenommen und beteiligt.
- Interessierte werden regelmäßig über den Prozess der Pastoralplanentwicklung informiert.
- Wichtige Meilensteine spiegeln sich in der Öffentlichkeitsarbeit.

Bestimmen Sie miteinander die zwei bis drei wichtigsten, gemeinsamen Gründe und markieren Sie diese. (Schreibphase 5 Minuten – Vorstellung und Austausch 15 Minuten)

2. Wer sind unsere Zielgruppen? An wen müssen wir denken?

Betrachten Sie miteinander das Schaubild in Anlage 1 „Zielgruppen pfarrlicher Kommunikation“. Notieren Sie auf Karten konkret identifizierte Menschengruppen, Einrichtungen usw. für jeden Bereich. Pro Zielgruppe eine Karte, die Karten im Idealfall farblich passend.

Beispiele: Seelsorgeteam, Pfarreirat, Kirchenvorstand, Verantwortliche von Einrichtungen/Gruppen/Gemeinschaften/Verbänden, Religionslehrer, Erzieher, Ehrenamtliche im kirchlichen Bereich, Teilnehmer von kirchlichen Angeboten, Besucher der pfarrlichen Website bzw. der Facebook-Seite, Konsumenten lokaler Medien (Zeitung, Radio), Nachbarn, Passanten, Einwohner, Besucher, Touristen, Fernstehende, Enttäuschte, Ausgetretene, Kirchengegner ...

D

Ergänzen Sie auf 10 Karten exemplarisch, warum die Zielgruppe Interesse am Pastoralplan haben könnte. Was ist relevant, was interessiert nicht?

(20 Minuten)

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

3. Mittel und Wege

Bearbeiten Sie miteinander das Arbeitsblatt in Anlage 2. Sie müssen nicht zu jedem Kommunikationskanal etwas schreiben. Arbeiten Sie lieber gründlich an den Kommunikationskanälen, die Ihnen liegen.

(20 Minuten)

4. Kommunikationskonzept erstellen – Vereinbarungen treffen

- a) Besprechen Sie das Arbeitsblatt in Anlage 3. Sie werden noch nicht für alle Schritte im Prozess alles konkret herunterbrechen können, auch aus zeitlichen Gründen. Das ist nicht schlimm. Holen Sie sich die Tabelle immer wieder hervor, wenn Sie weiterplanen.

Es geht nicht um reine Aufgabenplanung, sondern um strategische Überlegungen. Denn aus medienfachlicher Sicht sind für kommunizierende Akteure mehrere Dimensionen relevant:

- Was möchte man insgesamt kommunizieren?
- Wann ist der richtige Zeitpunkt für welche Aspekte der Gesamtinfo?
- Welche(n) Zielgruppe(n) muss/müssen bei welchen Aspekten angesprochen werden?
- Welche Zielgruppe(n) können Mittlerfunktionen zu anderen Zielgruppen wahrnehmen?
- Über welche Kommunikationskanäle kann man welche Zielgruppe am besten erreichen?
- Welche zielgruppenspezifischen Kommunikationsaktivitäten lassen die verfügbaren Ressourcen zu, wie sind die Prioritäten?
- Am Ende einer strategischen Kommunikationsplanung sollte feststehen, wer wann welche Inhalte über welche Kanäle an welche Zielgruppen kommuniziert.

(30 Minuten)

- b) Weitere Vereinbarungen treffen. Besprechen Sie folgende Fragen. Visualisieren Sie die Fragen auf einer oder mehreren Flipcharts und schreiben Sie Stichworte mit.

1. Wer ist oder wer sind unsere Beauftragten für das Kommunikationskonzept?
2. Wie geschieht die Rückbindung an die Steuerungsgruppe und den Pfarreirat?
3. Wie behalten wir unser Kommunikationskonzept: Muss jetzt etwas gemacht werden?
4. Haben wir einen Medienverteiler? Wie bespielen wir diesen?

(15 Minuten)

5. Kick-Off

Zum Abschluss überlegen Sie, was Ihr erster medialer Kick-Off ist. Das kann etwas Kleines sein oder etwas Großes. Aber es muss etwas sein, worauf Sie Lust haben, was in Ihnen etwas in Bewegung bringt, womit Sie einen ersten Erfolg in Sachen Öffentlichkeitsarbeit erleben dürfen.

(10 Minuten)

A

B

C

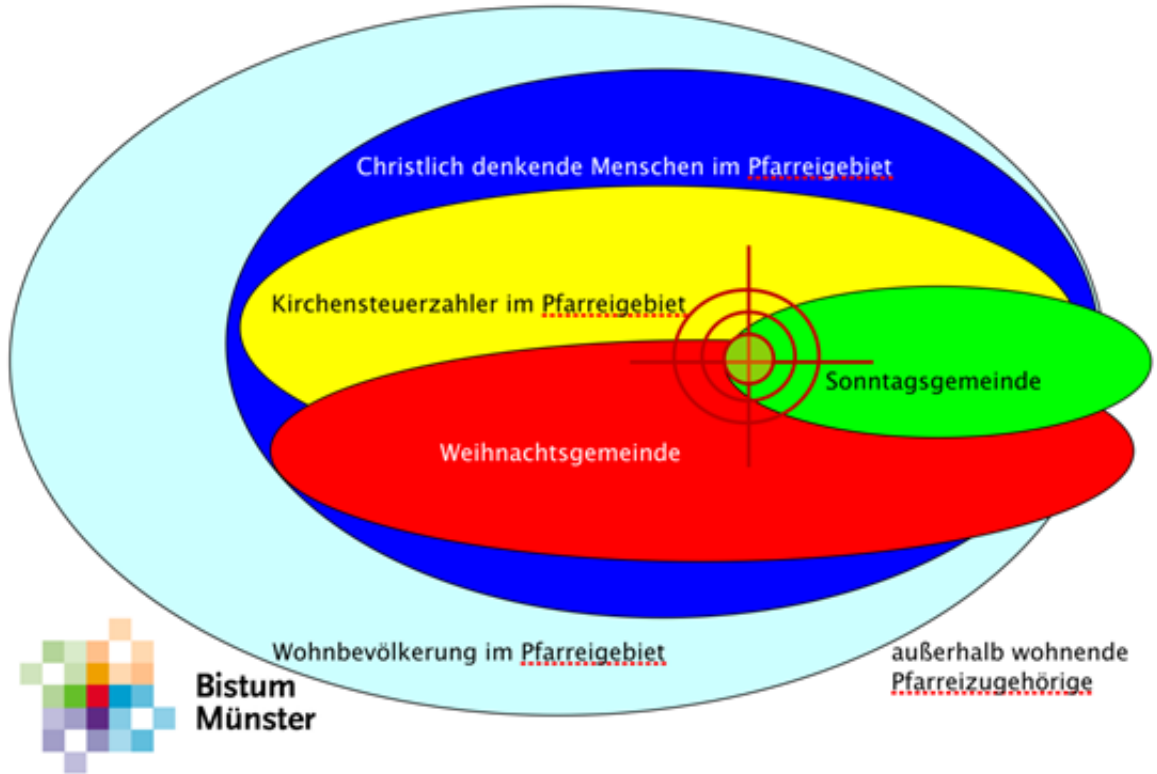
D

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

Zielgruppen pfarrlicher Kommunikation



© Abteilung Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

A

B

C

D

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

Mittel und Wege pfarrlicher Kommunikation

Gehen Sie miteinander durch die Tabelle. Seien Sie ehrlich. Seien Sie realistisch. Legen Sie den Fokus auf die Pastoralplan-Entwicklung (nicht Öffentlichkeitsarbeit allgemein oder für andere Anlässe).

	Potential für welche Zielgruppe?	Haben wir	Können wir	Brauchen wir	Bemerkungen (Entwicklungsbedarf, Kooperationsmöglichkeiten ...)
Persönliche Ansprache					
Telefonkette					
Rundbrief					
Rundmail					
Soziale Medien					
WhatsApp Gruppe					
Publikandum					
Kirchenzeitung					
Wocheninfo					
Pfarrbrief					

A

B

C

D

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

Infostand in der Kirche					
Infostand im Pfarrheim					
Infostand im Pfarrbüro					
Schaukasten					
Giveaway					
Handzettel					
Banner					
Zeitungs- beitrag					
Presse- mitteilung					
Hintergrund- gespräch					
Inserat					
Radiospot					
Videokanal					

A

B

C

D

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

Kommunikationskonzept zu unserem Pastoralplan-Entwicklungsprozess

Vereinbarungen			
Kommunikative Aufgabe: Was müssen wir vermitteln?	Zielgruppe: An wen müssen wir das kommunizieren? (Es gibt in der Regel mehrere Zielgruppen)	Medium:	Wann & Wer:
<p>Initialkommunikation</p> <p>Warum erstellen wir einen Pastoralplan?</p> <p>Warum ist ein Pastoralplan nützlich?</p>	<p>1. ...</p> <p>2. ...</p> <p>3. ...</p> <p>4. ...</p>		
START			

A

B

C

D

E

F

Öffentlichkeitsarbeit – Menschen von Beginn an mitnehmen

1. ... 2. ... 3. ... 4.	1. ... 2. ... 3. ... 4.	1. ... 2. ... 3. ... 4.
Laufende Kommunikation Nach innen Nach außen		Nachberichterstattung
ENTWICKLUNG	PRÄSENTATION	WIRKUNG

A

B

C

D

E

F