

## 5.12 Öffentlichkeitsarbeit in der Kirchgemeinde

---

### 5.12.1 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 die oder den Ressortverantwortlichen gibt es ein Pflichtenheft mit klaren Aufgaben, Kompetenzen und ein Budget für Kommunikation, das sie bzw. er erstellt und kontrolliert.

Beauftragte für Information, Medien, Kommunikation haben 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 (wird von der Landeskirche zur Verfügung gestellt),
- Corporate Identity (oder CD = visuelles Erscheinungsbild): Entwicklung, Umsetzung in allen Publikationen der Kirchgemeinde, Einhaltung, Leitfaden,
- Einführung neuer Kommunikationsmassnahmen, Medien und Werbemittel,
- Prüfen, Konzipieren und Bespielen von Kommunikationskanälen im Online-Bereich wie Internetauftritt und Social Media-Plattformen,
- Verantwortung für die Redaktion der Gemeindeseite in der Zeitung „reformiert.“ und allfälliger weiterer Gemeindepublikation,
- Jahresplanung der Aktivitäten und Ziele der Information und Öffentlichkeitsarbeit,
- Erstellen und Kontrolle eines Budgets für Information und Öffentlichkeitsarbeit.

### **Konkrete Aufgaben**

Die einzelnen Arbeiten muss die Ressortleitung nicht unbedingt selbst ausführen. Sie ist dafür verantwortlich, dass sie koordiniert und erledigt werden. Einzelne Aufgaben können vom Sekretariat, der Redaktion der Gemeindeseite, den Pfarrämtern, den Sozialdiakoninnen und Sozialdiakonen oder freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausgeführt werden. Die Beauftragten haben den Überblick, geben Aufträge und koordinieren die Arbeit:

- Gestaltung und Verfassen der Gemeindeseite in der Zeitung „reformiert.“ oder der Gemeindepublikation,
- Gute grafische Gestaltung von allen Printprodukten gemäss der CI (alle Printprodukte kontrollieren),
- Dokumentationen und Broschüren der Kirchgemeinde,
- Spezielle Kommunikation mit besonderen Zielgruppen: Neuzuzüger,
- Schaukästen oder Anschlagbretter in der Kirchgemeinde,
- Internetauftritt der Kirchgemeinde (Konzeption und Redaktion),
- Auftritte in Social-Media-Plattformen oder Kanälen ((Facebook, Blog, Twitter),
- Auftritte an Messen, Märkten oder Gewerbeausstellungen,
- Führen eines Fotoarchivs (z.B. Bilder von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Gebäuden etc.),
- Interne Kommunikation, evtl. Herausgeben eines Newsletter,
- Pflege der Beziehung zu kontaktlosen Mitgliedern (Kommunikation auf Distanz) mit regelmässigen, persönlich ausgerichteten Massnahmen des Mitgliedermarketings (Konzept und Massnahmen werden von der Landeskirche erstellt).

### **Veranstaltungskommunikation**

- Herausgabe von Veranstaltungsprogrammen – Veranstaltungen im Internet,
- Einladungen, Vorschau an die Medien (regionale Presse, Gratiszeitungen) und an die Landeskirche („reformiert.“, 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 aktuellen Medienverteilers (Postadressen, Ansprechpersonen, E-Mail),

- Medienverteiler enthält: Tageszeitungen (AZ, ZT) elektronische Medien (Radios, Tele M1), Gratisanzeiger, Regionalzeitungen (Listen beim Informationsdienst der Landeskirche erhältlich) – alle wichtigen Partner: Nachbargemeinden, Informationsdienst der Landeskirche, Reformierte 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, Medienkonferenzen (eher selten, 1 mal im Jahr),
- Beobachten der Berichterstattung über die Kirchgemeinde, Sammeln von Artikeln (Pressespiegel).

### **Krisenkommunikation**

- Bei Konflikten und Krisen in der Kirchgemeinde so schnell wie möglich – bevor die Medien Auskunft verlangen! – den Informationsdienst der Landeskirche kontaktieren: 062 838 00 18, in Notfällen: 079 444 97 82.

### **Zusammenarbeit und Vernetzung**

- mit anderen Kirchgemeinden bei regionaler oder ökumenischer Öffentlichkeitsarbeit und Events,
- mit dem kantonalen Informationsdienst (speziell bei Krisen, aber auch Meldungen und Berichte von neuen Aktivitäten, Jubiläen und Ereignissen im a+o),
- mit den Deutschschweizer Reformierten Medien: Meldungen für Ref. Presse und Newsletter ref.ch.

---

## 5.12.2 Voraussetzungen und Kompetenzen fürs Ressort

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

- Unmittelbarer Zugang zur Kirchenpflege: Kirchenpflegemitglied oder Gastrecht,
- Personelle Ressourcen klären: Anteil der Anstellungsprozente oder entschädigte Aufträge,

- Finanzielle Ressourcen klären: die Ausgaben für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sollten im Budget separat ausgewiesen und in einem angemessenen Verhältnis zu den Gesamtausgaben stehen (5–10 %),
- Klärung der Kompetenzen: Wer entscheidet über Pressekontakte und Mitteilungen und tritt gegenüber Medien als Vertreter der Kirchgemeinde auf (in der Regel in Absprache mit dem Präsidium, evtl. dem Pfarramt), redaktionelle Verantwortung für Mitarbeiterbrief, Gemeindeseite und Internet,
- Büro und Infrastruktur mit Internetanschluss, durchgehende Erreichbarkeit,
- Weiterbildung in journalistischer Arbeit und Formen und im Mitglieder-Marketing (Auskünfte dazu beim Informationsdienst der Landeskirche).
- Das Ressort Kommunikation (früher «Öffentlichkeitsarbeit») sollte mit der Stabsstelle Kommunikation der Landeskirche vernetzt sein: Stritengässli 10, 5001 Aarau, Tel 062 838 00 18, Fax 062 838 00 29, info@ref-aargau.ch.

---

### 5.12.3 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ihren Angeboten, ihrem Leben und ihren Entwicklungen zu vermitteln und zum Teilnehmen und Mitmachen zu motivieren. Nicht aktive oder kontaktlose Mitglieder werden mit ihrer Form der Mitgliedschaft wahrgenommen und geschätzt.

#### **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 und der Gesellschaft wirkende 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 geeignete Massnahmen und Kontakte werden die Mitgliedertreue und das Zugehörigkeitsgefühl von nicht aktiven oder kontaktlosen Mitgliedern bestärkt. Sie werden in der von ihnen gewünschten Form der Mitgliedschaft positiv wahrgenommen und geschätzt.
7. Durch eine gute interne Kommunikation wird das Vertrauen zwischen leitenden, angestellten und freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gestärkt und damit die Motivation und das Gemeinschaftsgefühl verbessert.

---

#### 5.12.4 Definition von Zielgruppen und Massnahmen

Die Ziele werden im Hinblick auf die verschiedenen Zielgruppen konkretisiert und mit Botschaften ergänzt. Für jede Zielgruppe werden geeignete Botschaften, Medien und Massnahmen gewählt und eingesetzt. Die erwachsenen Personen teilt man am sinnvollsten nach der Stärke ihrer Kirchenverbundenheit bzw. ihrer Nähe zur Kirche ein. Ihr Informationsverhalten hängt in erster Linie Nähe oder Distanz zur Kirchgemeinde ab.

##### **1. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – interne Kommunikation an erster Stelle**

Den angestellten und freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter persönlich betreffenden Informationen werden die direkt Betroffenen als Erste angehört und informiert.

Wenn der Kreis der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so gross ist, dass mündliche Informationen oder Briefe die rechtzeitige und gleiche Information nicht sicherstellen, müssen schriftliche (Mitarbeiterbriefe) und elektronische Medien (Newsletter per E-Mail) eingesetzt 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 (60–70 %) nimmt keine Leistungen in Anspruch, oder nimmt als Gast allenfalls an einem Kasualgottesdienst teil. Viele haben über Jahre keinerlei Kontakt zur Kirchgemeinde. Gleichzeitig finanzieren diese Mitglieder aber den

grössten Teil des Budgets mit ihren Kirchensteuern. Sie müssen deshalb besonders sorgfältig informiert werden – z. B. durch die monatliche Zeitung „reformiert.“ –, aber auch durch regelmässige, persönlich ausgerichtete Massnahmen des Mitgliedermarketing, die speziell die Beziehungen zu kontaktlosen Mitgliedern fördern (Kommunikation auf Distanz).

- Wichtigste Medien: Berichte in öffentlichen Medien, Gemeindepublikation im „reformiert.“ (Einige interessieren sich dafür, was in der Gemeinde geschieht und lesen die Gemeindeseite und Medienberichte.)
- Regelmässige, persönlich ausgerichtete Kontakte und Massnahmen zur Stärkung der Beziehungen zu kontaktlosen Mitgliedern (dazu wird ein Konzept mit verschiedenen Massnahmen und Textvorlagen von der Landeskirche erstellt.)
- Ziele: Imagepflege, Steigerung der Kirchenverbundenheit und Vorbeugung von Kirchenaustritten.

#### **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:

- Vertrauen in eine religiöse und öffentlich-rechtliche Institution, Kenntnisse über Angebote und Leistungen, und öffentliches Image, Werbung für öffentliche Veranstaltungen,
- Kontakte zu gesellschaftlichen Bezugsgruppen: Gemeinderat und lokale Politik, Vereine und soziale Institutionen,
- Kontakte zu Firmen und wirtschaftlichen Bezugsgruppen, die als Arbeitsort und Arbeitsgeber wichtig für die Lebensumstände der Mitglieder sind: Wirtschaftsvertreter und Gewerbeverein, ortansässige Firmen oder Firmen, die vor Ort Produktionsstätten betreiben,
- Beziehungen zu anderen Kirchen (Ökumene, Allianz) und Religionsgemeinschaften.

#### **Vorgehen / Kommunikationsplanung**

Geplante und koordinierte Kommunikation geht nach diesem Schema vor:

1. Analyse der Ausgangssituation, Bestimmen der Problematik und der Aufgabe
2. Ziele und Botschaften festlegen (s.o.)
3. Zielgruppen festlegen und beschreiben – v.a. ihr Informationsverhalten (s.o.)
4. Den Zielgruppen entsprechende Massnahmen und Botschaften auswählen und planen

5. Budgetieren: Kommunikationsarbeit benötigt Finanzen (bei grösseren Projekten und Veranstaltungen immer Finanzen für Kommunikation / Werbung einplanen)
6. Umsetzen der Massnahmen, Kontrolle des Budgets
7. Wirkungskontrolle: Wurden die Ziele erreicht? Was kann verbessert werden?

### Hilfsmittel und Unterlagen

- Seit 2007 gibt es das von der Aargauer und der Zürcher Landeskirche herausgegebene Handbuch für kirchliche Kommunikationsarbeit Komprax (Kommunikation praktisch). In jeder Kirchgemeinde sollte ein Ordner bei den Ressortverantwortlichen vorhanden sein. Der Informationsdienst der Landeskirche führt eine Liste: Für Fragen und Bestellungen wenden Sie sich bitte an den Informationsdienst der Landeskirche (Kontakt s.o.).
- Zum Ordner Komprax gehört auch ein Leitfaden für Krisenkommunikation. Aber melden Sie sich auch beim Informationsdienst der Landeskirche.
- Die Kirche in Ihrer Kirchgemeinde wird – wie alle anderen 90 reformierten Kirchen im Kanton Aargau – auf einem separaten Internetauftritt mit allen Angaben, Geschichte, kunsthistorischer Einführung, Bildern und Legenden und praktischen Hinweisen dokumentiert: [www.ref-kirchen-ag.ch](http://www.ref-kirchen-ag.ch).
- Für die elektronische Verwaltung der Mitglieder gibt es eine webbasierte Datenbank der Reformierten Medien: Lintu ([www.lintu.ch](http://www.lintu.ch)).
- Für die Einrichtung eines Internetauftritts der Kirchgemeinde gibt es von den Reformierten Medien das Programm Quickpage2 ([www.quickpage.ch](http://www.quickpage.ch)). Damit kann ein Internet-Auftritt ohne Vorkenntnisse und mit minimalem Aufwand realisiert werden.
- Der Gemeindebrief, zweimonatlich erscheinende Zeitschrift (+ CD) mit Texten, Fotos, Bildern und Signeten, erhältlich beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Vertrieb, Postfach 50 05 50, DE-60394 Frankfurt a.M., Telefon +49 – 69 580 98-189.