

Öffentlichkeitsarbeit in Kirchengemeinden



40+

25

13

Schaukasten

- + kann aktuell gehalten werden -
- + Ortsgemeinde erreichbar
- relativ kleine Reichweite - muss aufgesucht werden

Zeitung

- + aktuell - gute Reichweite - mehr als Ortsgemeinde erreichbar
- Zeitung muss meist gekauft werden (außer kostenlose Wochenblätter) - Veröffentlichungen nicht garantiert - Anzeigen kosten Geld

Gemeindebrief

- + gute Reichweite - Ortsgemeinde ist gut erreichbar (meist zugestellt) - traditionell hohe Akzeptanz
- nicht sehr aktuell - Aufwand in der Erstellung ist hoch: Zeitlich und Kosten

Abkündigungen

- + wöchentlich aktuell - Kerngemeinde erreichbar - Reaktionen im Gottesdienst oder an der Kirchentür möglich
- nur Gottesdienstgemeinde - kleine Reichweite - Gottesdienst muss aufgesucht werden

Webseite

- + kann ganz aktuell gehalten werden - viele Menschen zuhause erreichbar
- sehr gute Reichweite, muss aber aufgesucht werden, was die Reichweite mindert

Newsletter

- + relativ aktuell - Menschen oft mobil erreichbar
- meist kleine Reichweite, da Newsletter abonniert werden muss - oft schwierig, genug Inhalt zu finden für einen lohnenswerten Newsletter

Plakate und Handzettel

- + sehr aktuell - gute Verbreitung möglich durch Auslage in Geschäften etc. - Zustellung möglich - persönliche Ansprache möglich
- Verteilung und Aufhängen oder Versand nötig

mobile Webseite / App

- + kann ganz aktuell gehalten werden - Menschen mobil erreichbar - bei Nutzung einer App Zustellung der Nachrichten möglich (Push)
- sehr gute Reichweite - mobile Seite muss aber aufgesucht werden - Apperstellung mit höherem Aufwand verbunden

Facebook

- + sehr aktuell - mobil erreichbar - hohe Reichweite (besond. bei Anzeigen) - hohe Kommunikationsmöglichkeit - Einbinden in Webseite möglich - sehr vielfältige Medien (Bild, Video, 360°)
- Account beim Empfänger Voraussetzung (außer durch Einbinden in Webseite oder App) - eventuell Anzeigekosten

Google Maps

- + hohe Reichweite - Ein Service für Leute mit Navis, die auf dem Weg zu Ihnen sind
- Google-Konto zur Pflege wird benötigt

Youtube

- + sehr aktuell möglich - Menschen mobil erreichbar - App möglich
- Einbinden in Webseite, Facebook, App möglich
- hoher Aufwand - nur Videos (auch 360°)

Instagram

- + sehr aktuell - Menschen mobil erreichbar - Account beim Empfänger nötig (außer bei Einbinden in Webseite)
- nur Fotos und Videos - Account beim Empfänger nötig (außer bei Einbinden in Webseite)

Snapchat

- + sehr aktuell - geringer Aufwand
- nur Fotos und Videos - Account beim Empfänger nötig - nur 24 Stunden sichtbar - Reichweite (noch) nicht sehr groß

Die oberen Wege der Öffentlichkeitsarbeit sind die Traditionellen. Der Zeitstrahl links gibt eine ganz grobe Altersskala an, die stark vereinfacht deutlich machen soll, welches Nutzeralter eher mit den jeweiligen Medien erreichbar ist.

Im oberen Bereich ist eher eine Einbahnstraßen-Kommunikation gegeben, im unteren Bereich kann auch reagiert werden, diese Medien haben einen Rückkanal.

Im unteren Bereich sind die zur Zeit am weitesten verbreiteten Social-Media-Kanäle aufgeführt. Diese unterliegen jedoch auch einer höheren Wahrscheinlichkeit der Vergänglichkeit als im oberen Bereich.

Eine persönliche Ansprache der Menschen und direkte Beziehungsarbeit sind letztlich bei aller Öffentlichkeitsarbeit immer noch das wichtigste und beste Werbemittel.

Legende:

- Aktualität
- Kommunikationsmöglichkeit
- Reichweite
- Accountnotwendigkeit
- Aufwand
- Kosten