

Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit für den Kirchengemeinderat

- Öffentlichkeitsarbeit ist alles, was das Bild der Gemeinde in der Öffentlichkeit - intern oder extern - prägt und beeinflusst.
- Öffentlichkeitsarbeit wirkt immer sowohl nach innen (in die Gemeinde) als auch nach außen.
- Öffentlichkeitsarbeit ist keine Werbung!
- Mithilfe der Öffentlichkeitsarbeit können Sie:
 - Transparenz und Glaubwürdigkeit schaffen (Was macht die Kirche mit ihrem Geld?)
 - Zur Imagepflege / Mitgliederbindung beitragen
 - Zur Teilnahme einladen, sich als offene Gemeinde zeigen
 - Anwaltschaftlich sprechen („Tue den Mund auf für die Stummen und Schwachen“)
 - Ein Kritisches Korrektiv gegenüber der öffentlichen Meinung sein
- Machen Sie die Öffentlichkeitsarbeit selbst im KGR immer wieder zum Thema indem Sie...
 - bei allen anstehenden Veranstaltungen und Projekten immer mit bedenken und vereinbaren, wie Sie diese kommunizieren wollen.
 - die Mitarbeitenden, die für Kirche Öffentlichkeitsarbeit betreiben (Gemeindebrief, Homepage, Schaukasten, Fundraising...), mindestens einmal im Jahr zu einer Sitzung einladen, um gegenseitige Bedarfe und Unterstützungsmöglichkeiten zu klären.
- Öffentlichkeitsarbeit sollte auf mehrere Schultern verteilt und nicht einer Person (z.B. Pfarrer/in) alleine überlassen werden.
- Der Köder muss dem Fisch schmecken - nicht dem Angler: Nachrichten sollten für die eigentlichen Adressaten (die breite Öffentlichkeit) interessant sein, nicht für die Absender (z.B. Mitarbeitende des Bibelkreises) oder einen sehr kleinen, internen Kreis.
- Überlegen Sie sich vor der Kommunikation eines Themas, welche Zielgruppe Sie damit erreichen wollen und welche Informationskanäle sich dafür eignen - evtl. gibt es auch geeignete Multiplikatoren für die Zielgruppe, die man gewinnen kann. (z.B. „Auf- und Ausbau der Jugendarbeit“; Zielgruppen: Lehrer/-innen; Eltern, kommunale Einrichtungen, Jugendzentren, Bibliotheken, Sportvereine etc.)
- Im Falle einer Krise, die in der Öffentlichkeit für größeres Aufsehen sorgen könnte (z.B. Gebäudeverkauf, kritische Vorfälle bei Personalfragen), sollten sich Gemeinden von ihrer/ihrem Bezirks-Öffentlichkeitsbeauftragte/n oder direkt vom ZfK kommunikativ beraten lassen.
- **Presse:** Pflegen Sie einen kontinuierlichen und vertrauensvollen Kontakt zu den Redaktionen bei Ihnen vor Ort. Im direkten Gespräch mit Redakteuren/innen bzw. freien Journalisten/innen lassen sich gelegentliche Missverständnisse etc. am besten klären. Empfehlenswert sind verbindliche Ansprechpersonen bei Presseanfragen.
- **Der Gemeindebrief** ist ein wichtiges „Bringmedium“ der Gemeinde, sofern er in alle evangelischen Haushalte verteilt wird, und wird durchaus auch von „Kirchenfernen“ wahrgenommen.
- Auf **der Website** der Gemeinde erwarten die Menschen wichtige Grundinformationen (Pfarrer/Pfarrerinnen mit Foto, Ansprechpartner mit Foto, Öffnungszeiten des Pfarramts, Lage der Kirche, Gottesdienstzeiten, Veranstaltungen, Gruppen und Kreise). Wichtig ist, dass die Homepage immer aktuell gepflegt wird, damit die Daten von Suchmaschinen (Google) gefunden werden können.
- **Schaukasten/schwarzes Brett:** wichtig sind Aktualität und Sauberkeit, kreative Gestaltung und wechselnde Angebote.