

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum Leitfaden für ein Rahmenkonzept

1 Auftrag, Aufgaben und Struktur

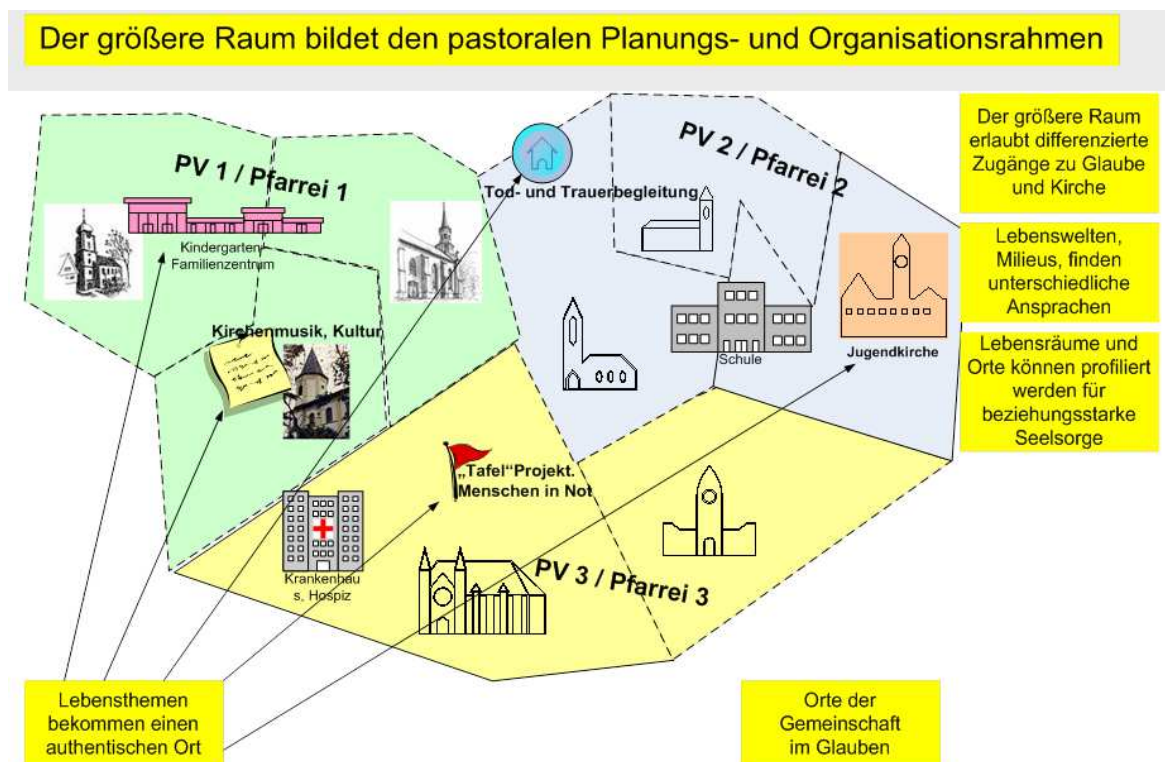
Menschen in Beziehung zu bringen zu einer Organisation und damit zu anderen Menschen – das ist die Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit. Unsere Kirche ist seit ihren Anfängen dieser Aufgabe verpflichtet: als Gemeinschaft der Gläubigen und als Botschafter für Gottes gegenwärtige Liebe zu den Menschen.

Anders als die Pfarrei ist der Pastorale Raum kaum Öffentlichkeitsarbeiter in eigener Sache (vgl. Paradigmenwechsel). Vielmehr bündelt und fördert er die Initiativen der Gemeinden, Einrichtungen, pastoralen Orten und Gelegenheiten auf seinem Gebiet. Damit das gelingt, braucht es Botschafter dieser Initiativen, engagierte Medienverantwortliche und eine koordinierende Ebene (Herausgeber). Letztere gestaltet den organisatorischen Rahmen (Publikationsmöglichkeiten, Rahmenlayout, Finanzen) und setzt Themen. Dabei achtet sie auch auf leise Stimmen und ungewohnte Zielgruppen.

Die folgenden Punkte stellen Fragen vor, zu denen ein Herausgeberkreis arbeiten sollte, um eine gute Öffentlichkeitsarbeit für den Pastoralen Raum zu gestalten. Eine Prüfliste aller Fragen bildet den Abschluss.

1.1 Öffentlichkeitsarbeit für Orte und Gelegenheiten

Der Pastorale Raum ist in erster Linie eine Verwaltungsgröße und weniger eine eigene Identifikationsgröße. Damit ist er auch für die Öffentlichkeitsarbeit in erster Linie ein Planungsrahmen. Anders die verschiedenen pastoralen Initiativen im Raum (siehe Schaubild). Sie sind nah an den Menschen, bieten Identifikation und führen engagierte Mitgestalter zusammen.



Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum Leitfaden für ein Rahmenkonzept

1.2 Engagierte Medienverantwortliche gesucht

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum unterscheidet sich von der Öffentlichkeitsarbeit für eine Einrichtung, ein Gremium oder einen Verband. Denn sie wird nicht geleistet von Menschen, die sich für „ihre Sache“ engagieren und für diese Sache in die Öffentlichkeit wollen. Sie würden von der Vielfalt und Größe des Raumes erschöpft und entmutigt. Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum braucht Menschen, deren Charisma die Gestaltung von Medien ist: journalistisch ausgebildete oder sprachlich ausdrucksstarke Menschen, die von der Vielfalt des Glaubenslebens im Pastoralen Raum fasziniert sind und die „Geschichten“ erzählen möchten, die in dem vielfältigen Engagement der Menschen für die jeweiligen Orte und Gelegenheiten aufscheinen. Medienmacher, die sich freuen, wenn sie mehr als eine standardisierte Doppelseite Pfarrbrief, mehr als einen Internet-Auftritt mit zwei neuen Texten im Monat gestalten können. Menschen, für die es erfüllend ist, dass ihre Werke gelesen, gesehen, genutzt werden.

1.3 Herausgeber als Hüter des Verbindenden

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum braucht ein gemeinsames Rückgrat, braucht Hüter des Verbindenden, einen gemeinsamen Motor. Diese Rolle eines Herausgebers oder Koordinators sollte eng an die zentralen Gremien angebunden sein und kann gut von einem Arbeitskreis oder runden Tisch geleistet werden. Zentrale Aufgaben sind:

- Vieles, was die Menschen in ihrer Gemeinde bisher interessiert hat, wird auch in Zukunft nur die Menschen in dieser Gemeinde interessieren. Der Pastorale Raum weitet jedoch die Angebote. Öffentlichkeitsarbeit kann die thematische Nähe über örtliche Entfernungen hinweg abbilden und damit schaffen. Einzelne Pastorale Orte werden im Pastoralen Raum darauf drängen, selbstständig ihre Informationen weiterzugeben, und sollten dabei auch gefördert werden. Hierzu gehört auch eine Begleitung bei der Suche und dem Wechsel von örtlichen Ansprechpartnern und Botschaftern.
- Dienstleistungen der Kirche für die Menschen am Ort sollten für alle potentiell Interessierten niederschwellig erreichbar sein. Dazu gehört auch die breit verfügbare Information über die Leistungen und die Bedingungen für ihre Nutzung. In der Regel sehen es Pastoralteam und Pfarrbüros als ihre Aufgabe an, diese Informationen zu liefern.
Tipp: Die Gestaltung von Texten für die Homepage, Flyern, Materialien in Schaukästen und Elementen für Pfarrnachrichten und ein Magazin kann durch eine Arbeitsgruppe erfolgen, – zum Beispiel auch als gegenseitige Verständigung im Rahmen der Konzeptarbeit. So entstehen einzelne Elemente und Bausteine, die sich über einen langen Zeitraum hinweg zu verschiedenen Gelegenheiten einsetzen lassen. Es gibt zahlreiche gelungene Beispiele, die mit wenig Aufwand auf die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden können.
- Der Pastorale Raum sollte eigene Publikationen zur Nutzung aller für Informationen aller anbieten. An verschiedenen Orten gelingt dies mit einem gemeinsamen Magazin, das mehrmals jährlich an alle katholischen Haushalte geht. Auch mit einem Internet-Auftritt, einem Newsletter und einer bewusst gemeinsamen Schaukasten-Gestaltung gibt es gute Erfahrungen.
- Zur Organisation der überpfarrlichen Öffentlichkeitsarbeit gehört die Aufgabe der Finanzierung: durch Verabredungen mit den Kirchenvorständen, durch Kooperationen und auch durch die Akquise und Verteilung von Werbegeldern.
Tipp: Besteht der Pastorale Raum als Pastoralverbund, sollten alle beteiligten Gemeinden ihre Öffentlichkeitsarbeit über einen Posten im Pastoralverbundsetat finanzieren. Der

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum

Leitfaden für ein Rahmenkonzept

Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit gibt dann jährlich dem Finanzausschuss Rechenschaft über die Verwendung der Gelder ab.

- Es gibt eine vielfältige Medienlandschaft – Tageszeitung, Lokalradio, Anzeigenblätter, Internet-Portale, soziale Netzwerke – auf sie hin kann der Pastorale Raum die vielen kleineren Interessen bündeln und so eine stärkere Präsenz erreichen. Zur Medienarbeit gehört auch eine aktive Medienbeobachtung – wir empfehlen, dass Pfarrbüros Zeitungsausschnitte für die Chronik (siehe auch 1.7) sammeln. Damit schaffen sie auch die Grundlage für eine Bewertung, welches Bild die Medien von der örtlichen Kirche zeichnen.

1.4 Ein Gremium und eine Person mit Verantwortung

Für die Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Gemeinden und pastorale Orte (und Gelegenheiten) gilt wie für die gemeinsame Information aller das Presserecht NRW: „Auf jedem Druckwerk müssen Name oder Firma und Anschrift des Druckers und des Verlegers ... genannt sein. Auf den periodischen Druckwerken sind ferner der Name und die Anschrift des verantwortlichen Redakteurs anzugeben.“ (Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (Landespressegesetz NRW) §8). Entsprechendes gilt auch für das Internet.

Das erfordert die Entscheidung, wer generell bzw. für bestimmte Medien/Publikationen Herausgeber und wer Verantwortlicher im Sinne des Presserechts ist.

Herausgeber kann ein Gremium des Pastoralen Raumes (der Pastoralverbundsrat, der Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit o.a.) sein. Verantwortlicher im Sinne des Presserechts muss eine Person also bspw. der leitende Pfarrer oder das dafür beauftragte Mitglied im Pastoralteam sein.

Tipp: Idealerweise sind im Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit Vertreter aller Gemeinden und auch weiterer Pastoraler Orte sowie ggf. der Archivpfleger vertreten. Der Arbeitskreis achtet besonders darauf, dass auch die Initiativen im Pastoralen Raum angemessene Wahrnehmung erhalten, die nicht aktiv eigene Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Für die einzelnen Medien sind einzelne Arbeitsgruppen verantwortlich, in denen natürlich auch Mitglieder des Arbeitskreises sein können, aber nicht sein müssen.

1.5 Ein Logo und ein Slogan als gemeinsames Symbol

Ein Logo dient der Identifikation. Bisher diente in der Gemeinde meist der Kirchturm als Identifikationsmerkmal. In den Pastoralen Räumen funktioniert das nicht mehr. Auch die Abbildung aller Kirchtürme dient nicht dazu ein neues, gemeinsames Identifikationsgefühl zu erzeugen. Der Pastorale Raum ist etwas Neues und auch grundsätzlich Anderes (vgl. Paradigmenwechsel). Daher sollte auch ein gemeinsames Logo entworfen und verwendet werden.

Tipp: Gute Erfahrungen gibt es mit Logo-Wettbewerben oder breiter Beteiligung bei der Abstimmung über die Wort-Bild-Marke. Zu beachten ist bei einem Wettbewerb, dass alle Rechte am Logo, auch die Abänderung eines Vorschlags sowie die uneingeschränkte Nutzung in allen Medien und Publikationen (zeitlich und örtlich unbegrenzt), an den Pastoralen Raum übergehen. Ist dies von Anfang an deutlich formuliert, muss der im Wettbewerb beste Entwurf nicht 1:1 übernommen werden, sondern kann in Farbe und Aussehen verändert werden.

Tipp: Gibt es ein Logo, sollte es als Wiedererkennungselement durchgängig eingesetzt werden: auf allen Publikationen, Briefbögen, E-Mail-Signaturen und Hinweisschildern.

Tipp: Ein **Slogan** kann in kompakter Form eine Aussage vermitteln. So bringen Logo und Slogan die Vision des Pastoralen Raumes und des Miteinanders auf den Punkt.

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum

Leitfaden für ein Rahmenkonzept

1.6 **Wen erreichen – und wie?**

Wen sollen Angebote der Öffentlichkeitsarbeit ansprechen: Die regelmäßigen Kirchgänger? Oder (auch) die distanzierteren Katholiken? Oder (auch) die Menschen im Umfeld, die nicht katholisch sind? Wer hier „Alle“ sagt, macht sich nur die Antwort leicht – nicht die Arbeit dafür, diesen Anspruch einzulösen. Pfarrnachrichten erreichen eher die Kirchgänger. Ein Magazin kann und sollte sich zumindest an alle Katholiken wenden. Über das Internet können spezielle, auch außerkirchliche Zielgruppen angesprochen werden. Tageszeitung und Lokalradio erreichen wieder andere Zielgruppen. Ob die Ansprache einer Zielgruppe tatsächlich gelingt, hängt am Zusammenspiel von Medium, Gestaltung, Inhalten, Erscheinungsweise...

Tipp: Eine Hilfe bei solchen Überlegungen gibt die Sinus-Milieustudie des Pastoralen Raumes.

1.7 **Pfarrchroniken gemeinsam schreiben**

Zur Dokumentation der Pfarrgeschichte für nachfolgende Generationen führt der Pfarrer die Pfarrchronik. Auch für diese Aufgabe bildet der Pastorale Raum eine Herausforderung. Die Chronik ist an die Pfarrei gebunden – die leitende Größe für das kirchliche Handeln ist aber der Pastorale Raum.

Tipp: Besteht der Pastorale Raum aus mehreren Pfarreien, empfiehlt es sich daher, eine gemeinsame Rahmen-Chronik zu erstellen. Diese wird in jede Pfarrchronik aufgenommen und um Zeilen zu pfarrlichen Besonderheiten ergänzt. Ein Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit kann aus seiner die Inhalte koordinierenden Arbeit heraus das Material für die Chronik zusammen tragen und so dem Pfarrer – oder dem von diesem beauftragten Chronisten – eine verlässliche Grundlage geben.

Zusammenfassung:

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum bedeutet, eine Nähe der Menschen zu den Einrichtungen, Gemeinden, Pastoralen Orten und Gelegenheiten zu vermitteln. Im großen Raum ermöglicht Öffentlichkeitsarbeit so eine Teilhabe auch über örtliche Entfernungen. Strukturen und Akteure des Pastoralen Raumes ermutigen und unterstützen die örtlich Engagierten dabei, ihre Angebote allen Menschen im Pastoralen Raum nahe zu bringen. Der Pastorale Raum selbst ist dabei vor allem eine Planungsebene. Ein Gremium des Pastoralen Raumes gestaltet die Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit. Zentral dafür sind ein gemeinsames Logo und eigene Publikationen, die die unterschiedlichen Zielgruppen ansprechen. Für diese Publikationen engagieren sich Menschen mit Freude am Medienmachen. Auch die Pfarrchroniken sind solche Publikationen.

Im Konzept für seine Öffentlichkeitsarbeit gibt der Pastorale Raum Antworten auf folgende Fragen:

- Wer koordiniert die Öffentlichkeitsarbeit für den Pastoralen Raum? Gibt es einen „Runden Tisch“, einen Arbeitskreis?
 - Welche Pastoralen Orte und Gelegenheiten, welche Einrichtungen und Gremien sind daran beteiligt?
 - Wer vertritt das Pastoralteam?
 - Sind die Pfarrbüros vertreten?

Öffentlichkeitsarbeit im Pastoralen Raum Leitfaden für ein Rahmenkonzept

- Welche Orte und Gelegenheiten gibt es im Pastoralen Raum? Welche Bedeutung hat Öffentlichkeitsarbeit jeweils für diese Orte?
 - Wer sind die örtlichen Ansprechpartner oder Botschafter?
 - Welche Orte und Gelegenheiten sind ohne eine Stimme?
- Welche Zielgruppen erreicht der Pastorale Raum mit seiner Öffentlichkeitsarbeit bisher? Welche Zielgruppen werden nicht erreicht?
- Welche Publikationen gestaltet der Pastorale Raum (Pfarnachrichten, Magazin, Schaukästen, Presstexte (z.B. für Bistumszeitung „Der Dom“), Homepage usw.)?
 - Wer sind die Macher der jeweiligen Publikationen?
 - Wie ist in der Gestaltung (Layout) der jeweiligen Publikation der Bezug zum Pastoralen Raum erkennbar?
 - Wie ist die Finanzierung der Publikation gesichert?
 - Wer ist Herausgeber?
 - Wer ist verantwortlicher im Sinne des Presserechts?
- Welche Botschaft gibt das gemeinsame Logo? Wie verbreitet ist es?
- Welche Botschaft geben wir an die nachfolgenden Generationen?
 - Gibt es eine gemeinsame Themensammlung für die Pfarrchroniken im Pastoralen Raum?
 - Wer schreibt die örtlichen Chroniken?

Ansprechpartner für Ihre Fragen:

Seminare zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Erzbischöfliches Generalvikariat, Presse- und Informationsstelle, Ägidius Engel,
Tel. 05251 125-1287, @ pressestelle@erzbistum-paderborn.de

Internetauftritt für den Pastoralen Raum:

Erzbischöfliches Generalvikariat, Presse- und Informationsstelle, Christiane Christiansen, Tel. 05251 125-1307, @ christiane.christiansen@erzbistum-paderborn.de

Ansprechpartner für www.pfarrbriefservice.de:

Erzbischöfliches Generalvikariat, Hauptabteilung Pastorale Dienste, Michael Bogedain, Tel. 05251 125-4469, @ michael.bogedain@erzbistum-paderborn.de