

Nach der Pfarrgemeinderatswahl

Impulse, Strategien und Chancen für eine gelingende Öffentlichkeitsarbeit

Veröffentlicht: Donnerstag, 21 Januar, 2010 - 08:00

Vor der Pfarrgemeinderatswahl geht oft ein Ruck durch die Pfarrei: Kandidaten werden gesucht. Kandidaten werden vorgestellt. Die Wichtigkeit des Gremiums wird betont. Frauen und Männer berichten lebendig über ihre Erfahrungen, die sie in der Zusammenarbeit im PGR gemacht haben und welche Themen dort aktuell waren. Jetzt nach der Neuwahl und Konstituierung heißt es in Sachen Öffentlichkeitsarbeit: Dranbleiben! Der Pfarrgemeinderat ist ein öffentliches Gremium. Seine Sitzungen sind nicht geheim. Und: Sie dürfen nicht geheim bleiben! Wird über sie nicht berichtet, dann fehlt der Kontakt der Mitglieder zur Gemeinde und der Kontakt der Gemeinde zu den Mitgliedern. Gerade in den Zeiten des Umbruchs, des Neuanfangs auf der Ebene von Pfarreiengemeinschaften kommt der Öffentlichkeitsarbeit eine unverzichtbare Stellung zu. Kurz und knapp dazu einige Impulse für den Start nach der Wahl oder eine Standortbestimmung der eingeübten Praxis:

Öffentlichkeitsarbeit ist kein Selbstzweck und keine Selbstbestätigung



[1]

© Factum/adp

Viele verwechseln Öffentlichkeitsarbeit mit Selbstbeweihräucherung. Das geht schief. Ein markantes Wort sagt: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Konkret übersetzt heißt das: Welche Themen aus unserer Arbeit sind für die Menschen interessant? Diese bringen wir nach jedem Treffen in den Presseartikel, den Pfarrbrief, auf die Homepage. Nicht in erster Linie, was den Mitgliedern wichtig ist, zählt, sondern was für die Menschen Bedeutung hat, sie bewegt und beschäftigt, kommt an. Die Frage Jesu an die Menschen „Was willst du, dass ich dir tue?“ ist auch für die Öffentlichkeitsarbeit eine Schlüsselfrage.

Öffentlichkeitsarbeit ist mehr als Medienarbeit

Es geht zuerst und letztlich immer um Beziehungsaufbau, -pflege und persönliche Kommunikation: „Was zählt in der Gemeinde, sind Gesichter.“

In Pfarrei und Pfarreiengemeinschaft prägen Persönlichkeiten und Überzeugungen, weniger abstrakte Daten und nach allen Seiten wasserdichte Formulierungen:

Wie können wir unserer Pfarrei ein Gesicht geben?

Wie können wir in Kontakt mit möglichst vielen Menschen auf verschiedene Weise kommen und diesen Kontakt halten und pflegen?

Dazu braucht es persönliche Kommunikation, Gespräche, Begegnungen und Veranstaltungen, Gottesdienste und Aktionen. Medien dienen dazu, die direkte Kommunikation auszuweiten und unterstützen diese.

Öffentlichkeitsarbeit fängt im eigenen Haus, bei den Mitgliedern an

Welches Bild ein Pfarrgemeinderat vermittelt und prägt, zeigt sich bei Veranstaltungen, bei Begegnungen und jeder Sitzung. Jedes Mitglied ist wichtig und eine Öffentlichkeitsarbeiterin oder ein Öffentlichkeitsarbeiter. Das persönliche Auftreten, der Umgangsstil, die Arbeitsmethoden, die Präsentation von Inhalten und die Sitzungskultur sind ein paar Stichworte, aus denen sich das Gesamtbild zusammensetzt. Wie jemand von und über den Pfarrgemeinderat spricht, hängt von allen Mitgliedern ab. Auch beim Sonntagnachmittagskaffee mit den Verwandten und Freunden geschieht Öffentlichkeitsarbeit, wenn Themen aus der Sitzung nach- und vorbesprochen werden.

Öffentlichkeitsarbeit ereignet sich im kirchlichen und gesellschaftlichen Horizont

Ohne Zweifel: Wir leben in einer Mediengesellschaft! In dieser spielen „Köpfe“ eine Rolle: Der Papst. Der Bischof. Die Kanzlerin. Der Ministerpräsident. Wer in den Medien vorkommt, existiert für die Menschen. Das gilt auch für den Pfarrgemeinderat, den Vorstand, die hauptamtlichen Seelsorgerinnen und Seelsorger. Hier gilt es ein persönliches Profil zu entwickeln. Wo Aktionen und Veranstaltungen, verbunden durch Gesichter, in den verschiedenen Medien kommuniziert werden, wird langfristig und nachhaltig ein Erscheinungsbild geprägt und Präsenz gezeigt.

Öffentlichkeitsarbeit muss die Mediengewohnheiten der Menschen bedienen

Wer eine einfache und verständliche Sprache spricht und schreibt, erreicht alle Menschen, auch solche, die

wenig lesen und Übung darin haben. Pfarrei und Pfarreiengemeinschaft liegen mit ihren Veröffentlichungen im Wettbewerb mit anderen Vereinen und Gruppen. Die Leserinnen und Leser sind heute eine professionelle, angemessene Aufmachung in Bild und Text gewohnt. Dem sollten auch die kirchlichen Medien gerecht werden.

Öffentlichkeitsarbeit – eine Zusammenfassung:

- Sich als öffentliches Gremium begreifen lernen und danach handeln.
- Die richtigen Fragen stellen: Was treibt Menschen um? Was bewegt sie bei uns?
- Im lebendigen Kontakt mit den Menschen sein.
- Nicht nur Angebote und Projekte gut vorbereiten, sondern im Vorfeld und Nachgang auch die dazugehörige Öffentlichkeitsarbeit organisieren.
- Sich manchmal aus der Perspektive von Neuzugezogenen und den treuen Kirchenfernen betrachten: Sind unsere Informationen vollständig? .. einladend? .. verständlich?
- Vertrauen haben zu den Menschen und den Medienpartnern.

Johannes Simon, Referent für die Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde beim Medienreferat der Diözese Würzburg

Auszug aus dem Grundlagenpapier zur Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde (15. März 2001, Die deutschen Bischöfe, Publizistische Kommission)

3.2.1 Der Pfarrgemeinderat als Leitungsgremium

... Die Gemeinde vor Ort lebt von aktiven kleinen, überschaubaren Gruppen, die der Pfarrgemeinderat kennen und in ihrer Eigenständigkeit stärken und vernetzen sollte.

Als öffentliches Vertretungsgremium der ganzen Gemeinde ist es ihm ein wichtiges Ziel, Transparenz zu schaffen und sowohl eigene Themen und Projekte wie auch die anderer Gruppierungen und Initiativen professionell in der Öffentlichkeit darzustellen. Der Pfarrgemeinderat mit dem Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit trägt in besonderer Weise dazu bei, dass dies gelingt.

3.2.2 Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit

Die Verbände, Gruppierungen und Einrichtungen sind für ihre Öffentlichkeitsarbeit selbst verantwortlich. Um diese Vielfalt in der Öffentlichkeitsarbeit der Pfarrgemeinde angemessen, ausgewogen und professionell darzustellen, braucht es ein koordinierendes und unterstützendes Team. Dazu eignet sich in besonderer Weise der Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit. Er gibt zum Beispiel den Pfarrbrief heraus, in dem sich die verschiedenen Gruppierungen und Einrichtungen in eigener Verantwortung darstellen können. Ebenso kann er durch die Einrichtung einer Homepage für die Pfarrgemeinde ein Instrumentarium anbieten, welches die einzelnen Gruppen und Verbände nutzen und gestalten können. Hier hat der Sachausschuss

Öffentlichkeitsarbeit eine koordinierende und motivierende Funktion.

Um diese Aufgaben effektiv und professionell wahrzunehmen, ist eine entsprechend ausgestattete Haushaltsstelle dauerhaft einzurichten.

...

4. Methoden und Medien der Öffentlichkeitsarbeit

Um die Menschen in der Gemeinde und auch darüber hinaus zu erreichen, nutzt die Öffentlichkeitsarbeit verschiedene Methoden und Medien. Trotz des Einsatzes verschiedener Medien sind persönliche Kontakte unverzichtbar.

Der persönliche Kontakt bietet die Chance zum Dialog, auf Kritik und Einwände kann unmittelbar reagiert werden und er fördert die Beziehungen der Menschen untereinander.

Einige Beispiele für persönliche Kontakte:

- Einzelbegegnungen
- Veranstaltungen
- Pfarrversammlungen
- Besuchsdienste
- Feste
- Gratulationen
- Ausstellungen
- Tage der offenen Tür
- Pressegespräche

Die Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde nutzt Medien im lokalen wie im überregionalen Bereich.

Einige Beispiele für lokale Medien:

- Pfarrbrief
- Gemeindewegweiser
- Begrüßungsbrief
- Gottesdienstordnung
- Homepage
- Schriftenstand
- Schaukasten
- Plakate
- Handzettel
- Persönlicher Brief
- Werbung im Kino

Lokale Presse
Lokalradio
Lokalfernsehen

Einige Beispiele für überregionale Medien:

Homepage
Kirchenzeitung
Fachzeitschriften
Zeitschriften und Magazine
Öffentlich rechtlicher Rundfunk
Privater Rundfunk
Internet

Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit wird die unterschiedlichen Medien und Methoden nutzen. Dabei muss im konkreten Einzelfall geprüft werden, welche Methode oder welche Medien für die Öffentlichkeitsarbeit notwendig und sinnvoll sind. Hierbei stellt die Bedeutung des jeweiligen Ereignisses das entscheidende Kriterium für die Auswahl dar.

Medienbausteine für die Öffentlichkeitsarbeit:

- Pfarrbrief
- Schaukasten
- Zusammenarbeit mit der örtlichen Presse
- Plakate
- Vermerkeblatt in der Kirche
- Direkte Anschreiben/Einladungen
- Artikel an das Sonntagsblatt
- Handzettel
- Gemeindegewisser/ Begrüßungsbrief
- Werbung im Lokalradio & Lokalfernsehen
- Spendenwerbung
- Schriftenstand
- Werbung im Kino
- Homepage im Internet
- und noch ganz andere Einfälle ...

Die Reihenfolge stellt keine Wertung dar.

Links

[1] <https://www.pfarrbriefservice.de/image/grafik-farbig-wahl-1>