

Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit:

Entwurf für die Gründungsvereinbarung der Kirchengemeinde An der Elz, Pfarrei St. Johannes Emmendingen

Die „Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit“ wurde im Rahmen des Kirchenentwicklungsprozesses 2030 im Katholischen Dekanat Endingen-Waldkirch gebeten, sich mit dem Arbeitsauftrag der Projektleitung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit auseinanderzusetzen.

Acht Personen (vier ehrenamtlich aus vier verschiedenen Kirchengemeinden, vier hauptamtlich aus vier verschiedenen Berufsgruppen / fünf Frauen, drei Männer) trafen sich in sechs Abendterminen, um einen Entwurf für die neue Kirchengemeinde zu erstellen.

Der Entwurf benennt neben grundsätzlichen Überlegungen konkrete Maßnahmen, die vor allem für den Übergang in die neue Kirchengemeinde (im Jahr 2025) und deren Beginn (2026) ausschlaggebend sind – im Bewusstsein, dass Öffentlichkeitsarbeit eine dauerhafte Aufgabe ist, die von der Leitung verantwortet werden muss und deren Aufgabe und Ziele regelmäßig und dynamisch angepasst werden müssen.

Die Nummerierung bzw. Aufzählung entspricht der Nummerierung des Arbeitsauftrages.

Zukunftsvision in Adjektiven (2b.)

(„Einigen Sie sich auf drei Adjektive, die im Sinne einer positiven Zukunftsvision Ihr Thema in der „Pfarrei neu“ beschreiben.“)

Folgende drei Adjektive beschreiben im Sinne einer positiven Zukunftsvision das Thema in der „Pfarrei neu“:

subsidiär – flexibel – einfach hilfreich

Grundlegende Kernaussagen zum Thema (2c.)

(„Formulieren Sie grundlegende Kernaussagen zum Thema Ihrer Werkstatt.“)

Die Öffentlichkeitsarbeit der Kirchengemeinde An der Elz

...informiert, spricht an, wirbt, lädt ein, unterstützt.

...macht neugierig.

...motiviert (zum Engagement).

...macht die Werte und Angebote der Katholischen Kirche und der Kirchengemeinde An der Elz bekannt.

...wird von vielen gerne getragen.

...ist anschlussfähig und zeitgemäß.

...ist dialogisch.

...ist vielfältig (Kanäle, Medien, Träger) und transportiert Vielfalt.

Diözesane Werte und strategische Ziele (Zusatz)

(„Daher bitten wir um einen Abgleich der eigenen Ziele mit denen des Diözesanforums.“)

Diesen diözesanen Werten und strategischen Zielen kommt in den Vorschlägen der Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit eine wegweisende Rolle zu:

- **Strategisches Ziel 10**

Als Erzdiözese stärken wir unsere Kommunikationskompetenz nach innen und nach außen. Im Dialog mit Gesellschaft, Kultur, Wissenschaft und Politik entwickeln wir mit dem Maßstab des Evangeliums unsere Kommunikationsinhalte.

- **Strategisches Ziel 3**

Als Erzdiözese fördern wir die Vielfalt des kirchlichen Lebens.

- **Strategisches Ziel 2**

Als Erzdiözese Freiburg gehen wir auf die Menschen zu und setzen uns ohne Vorbehalte mit ihren konkreten Bedürfnissen, Nöten und Fragen auseinander. Wir gestalten unsere Angebote dialogisch und sprechen eine Sprache, die verständlich ist. Wir schaffen Räume und Gelegenheiten, die Relevanz des Evangeliums für das eigene Leben zu erfahren und bieten dazu u. a. seelsorgliche, caritative, spirituelle und liturgische Angebote.

Im Entwurf der Werkstatt Öffentlichkeitsarbeit für die Gründungsvereinbarung kommt außerdem folgenden diözesanen Werten eine wichtige Bedeutung zu:

- **partizipativ**

Allen Getauften kommt in der Kirche die gleiche Würde zu. Dies prägt auch unseren Leitungs- und Arbeitsstil. Leitungsverantwortliche delegieren nicht nur Aufgaben, sondern auch Vollmachten; sie übertragen Zuständigkeiten eindeutig und gewährleisten nötige Gestaltungsfreiräume. Wir begegnen uns partnerschaftlich, treten miteinander in einen offenen Dialog und gehen konstruktiv mit Konflikten um. Wir beteiligen Betroffene an Entscheidungsprozessen und beziehen Beratungsgremien ein. So arbeiten wir auch mit Menschen zusammen, die sich in anderen Institutionen, Verbänden oder Gruppen als der Kirche engagieren.

- **ressourcenbewusst**

Bei der Planung aller Aufgaben kommt es mehr denn je darauf an, uns an unseren »Ressourcen« zu orientieren. Diese bilden zunächst die Menschen, die sich engagieren, ferner die zur Verfügung stehenden Gelder und andere Sachmittel. Ehrenamtliche und hauptberufliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben das Recht, nicht überfordert oder ausgenutzt zu werden. Dies erfordert die Bereitschaft, Schwerpunkte zu setzen und sich da, wo es geboten ist, von Aufgaben zu verabschieden. Wir prüfen alle Personal- und Sachausgaben. Wir achten auf einen umsichtigen und nachhaltigen Einsatz der Mittel, der auch unserer Verantwortung für die Schöpfung Rechnung trägt.

- **subsidiär**

Aufgrund ihrer von Gott geschenkten Würde haben alle Menschen das Recht und die Pflicht, das, was sie aus eigener Initiative und mit eigenen Kräften leisten können, selbst zu regeln. Dies gilt auch für Gemeinschaften, Instanzen und Ebenen des kirchlichen Lebens. Deshalb hat in unserer Erzdiözese Eigenverantwortung Vorrang. Die Freiheit zur Entscheidung vor Ort sowie die Stärkung von Selbstbestimmung und Selbstverantwortung der jeweiligen Ebenen prägen unser Arbeiten und Zusammenleben. Die übergeordnete Ebene unterstützt dann, wenn die untergeordnete Ebene Hilfe zur Selbsthilfe benötigt.

Dieser diözesane Wert wird mit den Handlungsempfehlungen der Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit zwar nicht explizit angestrebt, mithilfe der angeführten Maßnahmen (und abhängig von Thema bzw. Arbeitsfeld) jedoch erreicht:

- **missionarisch**

Wer sich vom Wort Gottes angesprochen und inspiriert weiß, möchte seine Freude am befreienden Glauben mit anderen in geschwisterlicher Gemeinschaft teilen. In einer zunehmend säkularen und pluralen Gesellschaft, in der den Menschen eine Vielzahl unterschiedlicher Sinnangebote begegnet, reden wir profiliert und klar positioniert von unserem Glauben, der im Licht des Evangeliums unser Leben deutet, es gestaltet und ihm Sinn verleiht.

Drei Kriterien: Mobilität, Nachhaltigkeit, Ökumene (2.)

(„Die Projektleitung hat drei Kriterien definiert, die jede Werkstatt bei der Ausarbeitung ihres Themas mitdenken soll. Diese sind: Mobilität, Nachhaltigkeit und Ökumene.“)

Die Werkstatt für Öffentlichkeit formuliert zu den Kriterien folgende Erläuterungen:

Mobilität: Web und Information - Angebote im Netz und digitale Präsenz ermöglichen Teilnahme und Zugang auch über größere Distanzen. Die Maßnahmen der Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit erleichtern Menschen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, die Information und Teilnahme / Teilhabe.

Nachhaltigkeit: Überprüfung und Standards - Notwendigkeit, Auflagenhöhen und eine nachhaltige Herstellung von (Print-)Produkten werden bei allen Themen und Veranstaltungen in den Blick genommen. Als sinnvoll erachtet wird eine Formulierung von Nachhaltigkeitsstandards für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Kirchengemeinde An der Elz.

Ökumene: Gegenseitige Information - Das Kriterium Ökumene spielt bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bisher eine untergeordnete Rolle. Fortgeführt werden soll das gegenseitige Verweisen auf Angebote und die gegenseitige Information. Eine „ökumenische Öffentlichkeits-

arbeit“ ist auf Grundlage der bisherigen Erfahrung zunächst weniger vorstellbar, da hier (bisher) die inhaltlichen Grundlagen und die Anknüpfungspunkte im Bereich Kirchenentwicklung auf lokaler und diözesaner Ebene fehlen.

Bewährte Maßnahmen (2a.)

(„Was vor Ort gut läuft, muss erhalten / bestehen bleiben.“)

Die Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit hat zur Beantwortung eine Umfrage unter den leitenden Pfarrern durchgeführt.

Als „gute“ Maßnahmen wurden dort angegeben:

- Website (wenn klare Verantwortlichkeit besteht)
- Instagram / Facebook
- Youtube-Kanal (v.a. für Gottesdienst-Livestreams)
- Pfarrbrief
- Vierteljahresheft / Infoheft (gratis)
- Newsletter
- Zusammenarbeit mit der lokalen Presse (hier wird v.a. die Zusammenarbeit mit den Wochenzeitungen und die Wirksamkeit von Veröffentlichungen dort hervorgehoben) und Kommunen (Nachrichten der Gemeinde)
- (digitaler) Schaukasten

Notwendige Schritte für den Übergang in und den Beginn der Kirchengemeinde An der Elz

Mithilfe der Umfrage, diözesaner Empfehlungen und Erfahrungen aus der Mitarbeit in den Kirchengemeinden des Dekanats hat die Werkstatt folgende Prioritäten für die Öffentlichkeitsarbeit der neuen Kirchengemeinde ausgemacht:

1. Festlegung / Planung von personellen Ressourcen (Stellen) und materiellen Ressourcen (Budget)
2. Erstellung Corporate Identity / Corporate Design
3. Erstellung einer Webpräsenz als Dach für Orientierung, Kontakt, Vernetzung / als Portal (SESAM)
4. Ausbau der Social Media-Präsenz
5. Aufbau bzw. Fortführung von lokalen und thematischen Präsenzen im Web (siehe Beispiel Hochzeitsnavigator, siehe „Gemeinden“, „Liturgische Zentren“, etc.)
6. Angebot von bzw. Teilnahme an Schulungen (innerhalb der Kirchengemeinde An der Elz und außerhalb)

Anmerkung: Die personellen Ressourcen für die Umsetzung der priorisierten Maßnahmen müssen voraussichtlich bis 1.1.2026 aus dem Dekanat Endingen-Waldkirch kommen.

Zentrale bzw. exemplarische (erste!) Maßnahmen (2d.)

(„Formulieren Sie zum Thema Ihrer Werkstatt drei zentrale bzw. exemplarische (erste) Maßnahmen.“)

Entwurf 1 / Vorschlag 1:

- a) Corporate Identity und Logo entwerfen.
- b) Website als Dachpräsenz / Portal anlegen.
- c) ÖA-Team installieren, welches sich an den Strukturen der Pfarrei neu orientiert und weitere Schritte plant.

Entwurf 2 / Vorschlag 2:

- a) Corporate Identity und Logo entwerfen.

- b) Hauptamtliche und ehrenamtliche Mitarbeiter:innen für SESAM befähigen – in der und für die Kirchengemeinde An der Elz, fachliche Kompetenz und Vernetzung stärken
- c) SESAM-Team bilden.

Terminierung

Aufgrund der Wahl des neuen Pfarreirates im Oktober 2025 müssen bis Sommer / Herbst 2025 bereits erste Maßnahmen umgesetzt sein. Das betrifft vor allem die Maßnahmen 1 bis 4. Deshalb wird, unabhängig davon, welcher Entwurf umgesetzt wird, folgende Zeitschiene vorgeschlagen:

- Frühjahr 2025 (Februar / März): Erstellung Corporate Identity / Corporate Design
- Sommer 2025 (Mai / Juni / Juli): Beginn Aufbau der Webpräsenz als Dach für Orientierung, Kontakt, Vernetzung / als Portal
- Herbst 2025 (September): Social Media-Kampagne zur Wahl des Pfarreirates - damit Start der Kanäle der Kirchengemeinde An der Elz
- Die Festlegung und Planung von personellen Ressourcen hängt von diözesanen und lokalen Planungen ab und kann deshalb hier nicht konkretisiert werden. Allerdings gibt die Werkstatt eine Empfehlung (siehe Rahmenbedingungen 3.).

Exkurs: Interne Kommunikation

Die Auseinandersetzung mit der internen Kommunikation ist nicht Arbeitsauftrag der Werkstatt. Die hier formulierten Empfehlungen und Maßnahmen betreffen deswegen nur die externe Kommunikation der neuen Pfarrei. Voraussetzung für eine gelingende externe Kommunikation ist aber eine funktionierende interne Kommunikation.

Diskutiert wurden in der Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit die Auswahl und Einführung einer Kommunikationsplattform für Mitarbeitende und weitere Maßnahmen der internen Kommunikation (Stichworte: Regelkommunikation, Kommunikationstools etc.). Für eine gute interne Kommunikation sind materielle und personelle Ressourcen notwendig.

Rahmenbedingungen (3.)

(„In vielen Themenfeldern entwickelt sich die Kirche von einer hauptamtlich getragenen zu einer stärker als bisher ehrenamtlich geprägten Kirche.“)

Diese Entwicklung muss im Bereich der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit gut im Blick behalten werden. Die Empfehlungen der Werkstatt für Öffentlichkeitsarbeit für konkrete Maßnahmen beruhen deshalb auf folgenden Grundsätzen, Annahmen und Empfehlungen:

1. Die interne / externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ist Aufgabe der Leitung.
2. Die Strukturen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit / Kommunikation werden professionalisiert. Damit soll auch erreicht werden, dass (ehrenamtliches) Engagement vor Ort erleichtert wird.
3. Das hauptberufliche Deputat ist auf die Befähigung und Unterstützung der Ehrenamtlichen ausgerichtet.
4. Formuliert Standards („Orientierungsrahmen“, „Leitfaden“) unterstützen und erleichtern lokales oder temporäres Engagement. Was vor Ort getan werden kann, soll und darf dort geschehen.
5. Bei jeder Maßnahme wird überlegt und entschieden: Was wird zentral erledigt / gesteuert, was liegt in lokaler / thematischer Eigenverantwortung?
6. Für Austausch und Vernetzung werden Ressourcen eingeplant.
7. Eine Stelle für Öffentlichkeitsarbeit / externe Kommunikation (Stellenumfang 100%) ist an das Leitungsteam angebunden, um strategische Entscheidungen treffen zu können.
8. Öffentlichkeitsarbeit wird in haupt- und ehrenamtlichen Teams auf allen Ebenen strukturell verankert – etwa durch einen festen Tagesordnungspunkt in den jeweiligen Teamtreffen und geklärte Zuständigkeiten.