

GEMEINDE KOMMUNIZIEREN

Gemeinde kommunizieren

Teil 1: Warum ein Kommunikationskonzept?
Eine Bestandsaufnahme initiieren

Teil 2: Blick nach vorn! Ein Kommunikationskonzept entwickeln

Teil 3: Neues wagen! | Die Umsetzung planen

Teil 4: Los gehts! | Die neue Kommunikation einführen und umsetzen

Teil 5: Und jetzt? | Was nach einer erfolgreichen Einführung kommt



Teil 2: Blick nach vorn! | Ein Kommunikationskonzept entwickeln

Markus Schweitzer gibt in der fünfteiligen Serie „Gemeinde kommunizieren“ Impulse und Anregungen, wie man ein Kommunikationskonzept für die eigene Gemeinde erarbeiten kann. Der Informatiker, Berater und das Gemeindeführungsmittglied gibt Einblicke, wie die FeG Kaiserslautern-Nord die gegenwärtigen Krisen als Chance genutzt hat, mit Hilfe eines Kommunikationskonzeptes Gemeinde und Glauben neu zu kommunizieren.



Mit dem ersten Teil der Serie haben Sie vielleicht bereits Ihren eigenen Blick auf die Ziele, Bedürfnisse und Zielgruppen Ihrer Gemeinde geschärft. Möglicherweise haben Sie auch eine Bestandsaufnahme gemacht. Welche Medien sind vorhanden? Wer betreut diese? Wo gibt es Wünsche für Veränderung? Wo Chancen, Menschen besser zu erreichen?

Wenn Sie das geschafft haben, existiert ein gutes Fundament, um genau jetzt in die Detailarbeit einzusteigen. Falls nicht, können Sie sicher dennoch gut den weiteren Gedanken der Serie folgen und je nach eigenem Tempo „mitmachen“ oder bis zum Ende warten.

KOMMUNIKATION IST LEITUNGSAUFGABE

In der FeG Kaiserslautern-Nord ist das neue Medienkonzept und die Umsetzungs- und Einführungsplanung ebenfalls nicht in einem Stück entstanden. Nach der Planung des Workshops für die Gemeindeleitung haben wir uns diesem großen Thema häppchenweise genähert. In zeitlich begrenzten Arbeitseinheiten während der regulären Treffen des Leitungsteams haben wir die bereits beschriebenen Themen bearbeitet. Was mühsam und langwierig klingt, entpuppte sich als Vorteil. Durch die gegebenen Unterbrechungen an geeigneten Stellen im Arbeitsprozess hatten wir Gelegenheit, innezuhalten. Wir haben reflektiert und konnten beim nächsten Treffen mit klaren Gedanken eine neue Perspektive einnehmen. Dazu haben wir vor dem nächsten Arbeitspaket durch Austausch aufgekommene Fragen und Unklarheiten ausgeräumt und unser gemeinsames Verständnis gefestigt.

Die Pausen zwischen den Treffen boten auch für mich als Moderator gute Gelegenheiten, den ursprünglich durchgeplanten Workshop und die vorgesehenen Methoden zu reflektieren und bei Bedarf anzupassen. Wenn Sie zum ersten Mal solch eine Arbeitsweise verwenden, wird es ziemlich sicher Abweichungen von der Planung geben. Das muss nicht negativ sein! Wenn Sie das Gefühl haben, die Grup-

pe arbeitet gerade hervorragend zusammen und die Ideen sprudeln nur, dann geben Sie lieber etwas mehr Zeit, statt mit Blick auf den Plan hart zu unterbrechen. Allerdings mit Maß. Langes Verweilen in einer Arbeitsaufgabe verlangsamt den Prozess durch zu frühes Bewerten und Verwerfen von möglicherweise guten Ideen.

Pausen zur richtigen Zeit erleichtern auch das im Design Thinking sogenannte „Harvesting“ („die Ernte“). Dabei geht es darum, erarbeitete Ergebnisse und Ideen festzuhalten und all das zu ergänzen, was nicht aufgeschrieben wurde. In der FeG Kaiserslautern-Nord habe ich mich für eine pragmatische Vorgehensweise entschieden. Ein einfaches Fotoprotokoll mit Nacharbeit durch den Moderierenden. Durch diese Rolle hatte ich eine breitere Sicht als die Teilnehmenden und konnte bereits während des Workshops weitere Details festhalten. Im Idealfall geschieht das für alle Teilnehmenden transparent – der Moderierende fängt einen Gedanken auf, schreibt ihn auf eine Haftnotiz und hängt den Zettel an die richtige Stelle. Damit haben alle im Team eine gute Ausgangsbasis für die nächste Einheit.

Die im Folgenden beschriebenen Gedanken sind ebenfalls im Rahmen dieses Workshop-Formates entstanden.

ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN

Im ersten Teil der Serie ging es bereits um die Zielgruppen, die wir erreichen wollen, und ihre Bedürfnisse. Wir haben dort nach der Verbundenheit mit der Gemeinde unterschieden und festgestellt, dass Inhalte und Häufigkeit des Kontaktes sorgfältig bedacht werden sollten.

Unsere Gemeinde bezog Weihnachten 2017 ein eigenes Gemeindehaus. Die Gemeinde hatte die Idee, ihre Freude darüber in mehreren nach außen gerichteten Angeboten mit der Bevölkerung zu teilen. Eines davon besteht bis heute: Das Winterspielhaus – wir nennen es „Café Sockenzone“. Dieses Angebot ist ein gutes Beispiel für eine Veröffentlichung auf Social Media wie Facebook. Damit erreicht man eine große Breite an Menschen. Wir haben wirklich

viele erreicht und verzeichnen noch immer einen hohen Zuspruch von Menschen, die bisher unsere Gottesdienste nicht besuchen. Innerhalb kurzer Zeit nach Bekanntgabe des nächsten Termins ist dieser bereits ausgebucht. Wir kommen mit den Besucherinnen und Besuchern in Kontakt, tun ihnen Gutes. Interessierten erzählen wir von unserem lebendigen Glauben und der Gemeinde. Was wäre passiert, hätten wir nur auf unserer Webseite oder per Flyer geworben?

Die Menschen, die uns auf Facebook folgen, mussten dazu erstmal auf uns aufmerksam werden. Dies geschah teilweise auch durch bezahlte Werbung auf der Plattform. Dort kann man, sehr zielgerichtet, junge Familien in der Umgebung ansprechen. Besonders teuer ist das übrigens nicht. Es lohnt sich daher, zum Start zu investieren. Gleichzeitig ist Social Media eine Herausforderung als Medium – die Nutzenden verhalten sich anders. Durch die vorwiegende Nutzung von Mobilgeräten müssen die Texte vergleichsweise einfach strukturiert und kürzer sein als sonst. Dafür darf die Häufigkeit der Posts (z. B. im Vergleich zu E-Mails) etwas höher sein.

Der Aufwand mehrerer Medien lohnt sich. Wir erreichen Menschen mit Angeboten und Inhalten, die sich zum Sonntagsgottesdienst vielleicht nicht getraut hätten. Gleichzeitig bringen wir sie mit uns in Kontakt, können Beziehungen bauen, und sie für Jesus begeistern. Genau an dieser Stelle gilt es dann wieder, vorsichtig zu sein und die Inhalte gut auszuwählen. Wir wollen nicht überfordern, überladen oder „nerven“. So eignen sich gelegentliche Beiträge zu aufeinander aufbauenden Angeboten (bei uns: Krabbelkreis, Pfadfinder, King's Club) besser als ein wöchentlicher Post zum Sonntagsgottesdienst.

Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig die Berücksichtigung von Zielgruppen und den Eigenheiten des Mediums sind. Besonders, wenn die Angebote nach Außen gerichtet sind.

DIGITALISIERUNGSGRAD PRÜFEN

Eine weitere sinnvolle Dimension zur Betrachtung von Zielgruppen ist der „Digitalisierungsgrad der Gemeinde“. Damit ist nicht die gemeindeeigene technische Ausstattung und Präsenz gemeint, sondern wie viele und welche Menschen der Gemeinde digital erreichbar sind. Sie werden überrascht sein! Es ist lange nicht mehr so, dass alt sein gleichbedeutend ist mit „kein Computer, kein Internet, kein Smartphone“. Wenn Sie diese Dimension betrachten, werden Sie feststellen, wie die Situation in Ihrer Gemeinde ist, und ein paar Vorurteile gerade rücken. Vielleicht können Sie im weiteren Prozess „modernere“ Medien in die Auswahl nehmen als Sie zunächst dachten? Andererseits finden Sie möglicherweise heraus, dass ein Printmedium (noch) unumgänglich ist. Dann gilt es, analoge und digitale Medien kreativ und verantwortungsbewusst zu kombinieren, weiter mit dem Gedanken, alle Zielgruppen optimal auf ihre Art und Weise zu erreichen.

Bei uns wollte ich es ganz genau wissen und habe einfache Statistik betrieben. Wie viele unserer regelmäßigen Besucherinnen und Besucher haben eine E-Mail-Adresse? 89 Prozent! Der Rest teilt sich wie folgt auf: Ehepartner, deren Partner jedoch digital erreichbar sind, und Kinder. Nur ein ganz kleiner Teil von drei bis vier Haushalten war nicht digital erreichbar. Wie diese Erkenntnis in unsere Umsetzung eingeflossen ist, erfahren Sie im nächsten Teil der Serie.

MEDIALE KANÄLE AUSWÄHLEN

Wenn die Zielgruppen und deren Ansprache durchdacht sind kann mit der Auswahl der Medien und der Verteilung der Inhalte darauf begonnen werden. Dabei gilt nicht der Grundsatz, dass alles neu werden muss. Was gut funktioniert, etabliert ist und den erarbeiteten Bedürfnissen entspricht, darf gerne bleiben.

In der Ausgabe 08 der Zeitschrift „Gemeinde.Praktisch.“ gibt es einige Artikel, die Ihnen bei der Auswahl und Ausrichtung der Medien Ihrer Gemeinde gute Impulse geben können. Besonders empfehlen möchte ich Ihnen den Artikel „Hybride Kirche: Remix im Reich Gottes“. Tobias Faix beschreibt dort Vor- und Nachteile von analogen und digitalen Angeboten und die hybride Koexistenz. Die Coronazeit habe einen Wandel angestoßen. Wir können nicht einfach in die alten analogen Formate zurückkehren, aber auch nicht ausschließlich in neuen digitalen Formaten denken. Er beschreibt, dass es dabei nicht um ein „Entweder-Oder“, sondern um ein „Sowohl-als-Auch“ von analogen und digitalen Angeboten geht und welche grundsätzlichen Formen es gibt.

Schließlich dürfen wir nicht vergessen, dass es darum geht, viele altbekannte und neue Menschen zu erreichen und Beziehungen zu bauen. Wir möchten sie im Wandel begleiten und unterstützen. Dabei können bereits vorhandene Medien und Inhalte ein Stück Sicherheit und Vertrautheit geben und so Offenheit für das Neue schaffen.

VOR- UND NACHTEILE PRÜFEN

In der FeG Kaiserslautern-Nord hatten wir, wie im ersten Teil beschrieben, eine andere Ausgangssituation. Wir hatten uns den Zeitpunkt der Neukonzeption nicht ausgesucht. Durch das Fehlen von Mitarbeitenden mit den notwendigen Gaben sind wir in die Auswahl der Medien ergebnisoffen eingestiegen – mit der Freiheit, (fast) alles hinter uns zu lassen.

Wir hatten uns über die vorherigen Schritte einen gemeinsamen Baukasten erarbeitet: unsere Zielgruppen & Bedürfnisse, unsere Ziele & Zweck (der Kommunikation), Inhalte, Formate (analog/digital), Inhaltsquellen (Mitglieder, Pastor, Team) und schließlich Medien. Mit diesen Bausteinen ging es wieder mit Haftnotizen an die Wand, um Ideen zu entwickeln. In drei Teams haben wir unsere Medienlandschaft in drei Varianten entwickelt. Wir haben

AB Bibelheim Bethanien

Ihr Urlaub in einem beeindruckenden Haus in wunderschöner Umgebung!

- Ein einzigartiges Areal in ruhiger Lage am Rande des Nordschwarzwaldes ...
- Ein königliches Ambiente mit Vollverpflegung und einer Kapazität von bis zu 120 Betten.
- Freundliche Zimmer und angenehme Räumlichkeiten für unterschiedliche Gruppengrößen.
- Ein großes Seminar- und Freizeitangebot.
- Eine erholsame Ruhe-Oase für Ihren persönlichen Kurzurlaub.

Bibelheim Bethanien
Römerstraße 30 · 76307 Karlsbad
Telefon: 07202 – 930 70
bibelheim@ab-verband.org
www.bibelheim.ab-verband.org

DGD Diakonie-Krankenhaus Elbingerode
KLINIKEN FACHLICH KOMPETENT – CHRISTLICH ENGAGIERT – HERZLICH ZUGEWANDT

Werte. Gemeinsam. Leben.

Suchtmedizinisches Zentrum • Psychosomatik und Psychotherapie
Innere Medizin • Psychiatrie • Traumatherapie • Adaption
Rehabilitationsklinik für Abhängigkeitserkrankungen

Diakonie-Krankenhaus Harz GmbH
Brockenstraße 1, 38875 Elbingerode
Tel.: 039454 / 8 2000
Mail: info@diako-harz.de
www.diako-harz.de

DGD-Kliniken Mehrals Medizin

Ein aktuelles Kursangebot für Gemeinden zu den herausfordernden Fragen des Lebens

INITIATIVE **Lebensfragen**

Der Kurs – herausgegeben von der Provita Stiftung – bietet Perspektiven, wie das Leben trotz erlebter Brüche gelingen und wie man seelsorgerlich mit Fragen rund um den Schutz und die Würde des Lebens umgehen kann.

Jede Einheit besteht aus einem modularen Baukasten mit Basisinformationen, einem Didaktikvorschlag und Arbeitsmaterialien wie zum Beispiel Videos und Beamerfolien. Das Material kann auf vielfältige Weise eingesetzt werden: in Hauskreisen, in Abendkursen oder als einzelne Themeneinheiten, die z. B. auch in einem Gottesdienst thematisiert werden können.



KURSMATERIAL GRATIS ZUM DOWNLOAD
www.initiative-lebensfragen.de



SCM Bundes-Verlag

Das Buch ergänzt das Kursangebot und gibt auf der Basis des christlichen Glaubens Orientierung zu lebensethischen Themen und hilft sprachfähig zu werden.

NEU
200 Seiten
€ 14,99
Im Buchhandel oder Online

Wir suchen eine Referentin oder einen Referenten für Stiftungsangelegenheiten und Öffentlichkeitsarbeit
www.provita-stiftung.de/jobs

also unsere Medien identifiziert, Zielgruppen zugeordnet und die Ziele und Bedürfnisse die wir mit dem jeweiligen Medium erreichen wollen darauf verteilt. Nach der Zuordnung der Inhalte (teils mehrfach) klebte unser Konzept im Gemeindehaus. Erfreulicherweise war der Kern jeweils sehr ähnlich und die drei Varianten konnten in der Nachbereitung in eine gemeinsame Variante konsolidiert werden. Im Bild sehen Sie eine der Varianten.



Zusätzlich haben wir die Medienlandschaften in den Teams um Gewinne und Hürden ergänzt. Gewinne zeigten an, welche Vorteile wir uns von der Neuaufstellung der Kommunikation erhoffen und erwarten. Von Beginn an wollten wir uns auch bewusst machen, wo die Hürden liegen. Diese können in der Technik und der Mitarbeiterverfügbarkeit liegen. Insbesondere aber im anstehenden Veränderungsprozess. Wo gibt es Vorbehalte? Wo gibt es Menschen, die Hilfe mit den neuen Medien benötigen? Wo muss informiert werden? Wo ist sogar ein Schulungsangebot notwendig?



FOKUS AUF MENSCHEN

Bis zu dieser Stelle haben wir es bewusst vermieden über technische Lösungen oder Design zu sprechen. An dieser Stelle steht noch immer das „Was“ und „Wer“, nicht das „Wie“, im Vordergrund. Das hilft, sich weiterhin auf die Menschen und die Bedürfnisse zu konzentrieren. Ablenkung durch Detaildiskussionen oder Denkschranken werden vermieden. Natürlich müssen allgemeine Begriffe wie Website, App, Newsletter oder Gemeindebrief erlaubt sein. Dennoch kann es von Vorteil sein, wenn einzelne Teilnehmende ein Grundverständnis der möglichen Technologien und Dienste haben. Insbesondere davon, wie man verschiedene Medien miteinander vernetzen kann. Auf abstrakter, für jeden verständlicher Ebene bereichert das die Diskussion!

Sollte diese Kompetenz nicht bereits im Leitungsteam sein, laden Sie bitte nach Möglichkeit eine Person ein, die an der Umsetzung beteiligt sein soll. Damit kann ein Wissensaustausch zwischen Technik und Leitung entstehen, der den Raum der Möglichkeiten erweitert und gleichzeitig das Konzept auf die technische Machbarkeit prüft.

ERST MEDIENLANDSCHAFT, DANN TOOLS

Erst am Ende, wenn die neue Medienlandschaft beschlossen ist, darf der Techniker seinen Gedanken freien Lauf lassen. Am besten erstmal alleine oder mit einer weiteren Person. So können technische Konzepte zunächst theoretisch entstehen und angetestet werden, ohne direkt alles im Detail erklären zu müssen. Ziel sollte es sein, der Leitung Umsetzungsalternativen vorzuschlagen und am besten bereits mit einer Kostenbetrachtung zu versehen.

Zu den Kosten gehört nicht nur der finanzielle Aspekt. Besonders wichtig sind auch die eingesetzten Ressourcen der Mitarbeitenden. Wie viel Zeit und Gedanken sollen mit der Betreuung von Technik und Inhalten gebunden werden? Was bleibt übrig, um gute Beziehungen zu den so erreichten Menschen aufzubauen und zu pflegen?

Tipps dazu und wie Sie die Umsetzung ihrer neuen Medienlandschaft planen, erhalten Sie im nächsten Teil. ■

MARKUS SCHWEITZER | FeG Kaiserslautern-Nord | feg-nord.de
Informatiker und Mitglied der Gemeindeleitung





Lesetipp

„Hybride Kirche: Remix im Reich Gottes“ –
Gemeinde.Praktisch., Ausgabe 08, SCM Bundes-Verlag
gemeinde-praktisch.de/ portfolio-item/
gemeinde-praktisch-2022

Weitere Infos | Kontakt

Markus sucht leidenschaftlich nach Wegen wie Digitalisierung uns dient, um Gemeinschaft zu fördern, Menschen zu erreichen und zu gewinnen. Er bietet als Freiberufler Unterstützung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit an.
markus-schweitzer.de

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir **per sofort** fachlich und persönlich überzeugende

Mitarbeiter/Leiter Betriebsunterhalt

Unsere Stellenausschreibungen finden Sie unter www.sbt.education/Stellen

Sind Sie interessiert?
Seminar für biblische Theologie
Zentrale Dienste
Christoph Kunz
Spirenwaldstr. 356
CH-3803 Beatenberg
Tel. +41 33 841 80 17
christoph.kunz@sbt.education




Seminar für biblische Theologie

Unsere Gäste brauchen DICH!

Wir, das Konferenz- und Freizeitzentrum Flensunger Hof e.V. in 35325 Mücke, sind ein Gruppenhaus mit 180 Betten im Herzen Deutschlands, das Gäste aus Nah und Fern willkommen heißt: Kinder- und Jugendgruppen, Schulklassen, Konfirmanden, Tagungen, Gemeinde- und Familienfreizeiten.

Auf unserem ca. 100.000 qm großen Gelände bieten wir viele Sport- und Freizeitmöglichkeiten an wie z.B. Fußball, Beachvolleyball, Schwimmbad oder unsere Mehrzweckhalle. Unsere Gäste bewirten wir durch unsere eigene Küche.

>> Wir suchen eine Person voller Leidenschaft und Engagement für Aufgaben in unserer Rezeption, im Gästeempfang und in der Assistenz der Geschäftsleitung!
Eine schöne Wohnung auf dem Gelände wäre möglich!

Deine **Bewerbung** schicke bitte an:
leitung@flensungerhof.de oder per Post an:
Flensunger Hof, z. Hd. Björn Steinhilber,
Am Flensunger Hof 11, 35325 Mücke



erlebe die Begegnung

Wir freuen uns schon auf DICH !!



Leitende/r
Pastor/in

Du hast eine klare Vision von der Kraft der Ortsgemeinde für **alle Generationen** und liebst es, **beziehungsorientiert** zu leiten?

Wir sind eine **von Gott begeisterte** Gemeinde mit **starkem Leitungsteam** aus Haupt- & Ehrenamtlichen und wollen gemeinsam mit dir **weiter wachsen!**

Bewirb dich jetzt unter:
www.efg-darmstadt.de/pastor




MITARBEITER (W/M/D) BÜCHERTISCH- MANAGEMENT

Ab Dezember 2022 am Standort Holzgerlingen (BW)

DAS SIND WIR

Die SCM Verlagsgruppe mit Ihren Verlagen ist das größte konfessionelle Verlagshaus in Deutschland und vertreibt christliche Medien wie Magazine, Bücher, Musik und Filme an den konfessionellen und allgemeinen Buchmarkt sowie an eigene Buchhandelsfilialen, mehrere Online-Portale und direkt an den Kunden.

- IHRE AUFGABEN
- Betreuung und Beratung unserer Büchertischkunden
 - Inhaltliche Pflege unseres Onlineshops www.mein-buechertisch.de
 - Erstellen von Newslettern und Büchertisch-Magazinen
 - Organisation und Durchführung von Veranstaltungs-büchertischen und Impulstagen (ggf. auch an Wochenenden)

- IHR PROFIL
- Sie können gut mit Menschen umgehen und haben Freude an christlicher Literatur
 - Sie bringen gute Kenntnisse in WORD und EXCEL mit
 - Sie haben Spaß am selbständigen Arbeiten und sind kundenorientiert
 - Kreativität, Eigeninitiative und strukturiertes Denken zeichnen Sie aus
 - Sie stehen dem christlichen Glauben aufgeschlossen gegenüber und identifizieren sich mit unseren Produkten

Sie erfüllen nicht alle formalen Anforderungen, aber Ihr Herz brennt für die Arbeit im christlichen Verlagshaus? Dann bewerben Sie sich unbedingt online!



SCM Verlagsgruppe

SCM Verlagsgruppe GmbH
Max-Eyth-Straße 41 | 71088 Holzgerlingen
www.scm-verlagsgruppe.de/stellenangebote

Fragen beantwortet gerne:
Martin Marquardt, Telefon 07031 7414-520