

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 1: Warum ein Kommunikationskonzept? Eine Bestandsaufnahme initiieren

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 Gemeindeleitungsmitglied gibt Einblicke, wie die FeG Kaiserslautern-Nord die gegenwärtigen Krisen als Chance genutzt hat, mit Hilfe eines Kommunikationskonzeptes Gemeinde und Glauben neu zu kommunizieren.



Im Herbst 2020 haben wir in der FeG Kaiserslautern-Nord begonnen, unsere Gemeindemedien neu aufzustellen. Anstoß gab neben der veränderten Situation durch die Corona-Pandemie das Ausscheiden von tragenden Mitarbeitenden aus den Diensten „Website“ und „Gemeindebrief“. Direkten Ersatz zu finden, fiel uns auf Grund der notwendigen Gaben für diese Gemeindedienste schwer. Vielleicht geht es Ihrer Gemeinde ähnlich?

„Gemeinde kommunizieren“: Diese fünfteilige Serie gibt Impulse und Anregungen, wie Sie ein Kommunikationskonzept für Ihre Gemeinde erarbeiten können. Die Gedanken und Beispiele stammen in der Regel aus der praktischen Erfahrung der FeG Kaiserslautern-Nord. Wir haben als Gemeindeleitung die Notwendigkeit für ein neues Kommunikationskonzept erkannt und konnten diese „Krise“ als Chance nutzen, Gemeinde neu zu kommunizieren.

CHANCE ZUR VERÄNDERUNG NUTZEN

Vielleicht erging es Ihrer Gemeinde während der Corona-Pandemie wie uns. Ständige Veränderung prägt unser Familien- und Berufsleben, den Alltag und das Miteinander in der Gemeinde. Die Art wie wir unsere Beziehungen pflegen war einige Zeit sehr eingeschränkt. Neue Wege, Gemeinschaft zu erleben, mussten gefunden werden. Dennoch haben wir es gemeinsam geschafft. Wir sind Gott dankbar für das, was uns weiterhin ein Mindestmaß an Gemeinschaft ermöglicht hat, und dass wir diesen Sommer Erleichterung spüren durften!

Nicht nur die Pandemie, sondern auch die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft verändert uns und unser Umfeld. Es scheint in der Welt gelte der Satz „Wer digital nicht präsent ist, existiert nicht.“ – weil er nicht gefunden wird. Gilt das auch für unsere Gemeinden? Sollen wir das Neue wagen, um präsenter zu sein? Hat die Pandemie uns darin wachgerüttelt? Die Antwort darauf ist individuell für die einzelne Gemeinde. Viele Faktoren spielen in dieser Fragestellung eine Rolle. Unbestritten kann die Annahme getroffen werden, dass die ältere werdende Generation

stetig besser mit der Technik zurechtkommt und Jugendliche und junge Erwachsene vollkommen anders miteinander kommunizieren.

Um alle Menschen mit der guten Nachricht von Jesus Christus und den Angeboten der Gemeinde zu erreichen, ist eine gute Öffentlichkeitsarbeit notwendig. Zu einer guten Öffentlichkeitsarbeit gehört ein Medien- und Kommunikationskonzept (in dieser Serie meine ich damit Online- und Printmedien, Apps und Social Media), das nicht einfach die Medien und Inhalte „renoviert und digitalisiert“. Wir wollen die Menschen, die wir erreichen wollen, in den Mittelpunkt stellen. Ganz nach ihren Bedürfnissen und ihrer Art der Kommunikation.

GEMEINDEKOMMUNIKATION DURCHLEUCHTEN

Ein gutes Konzept schaut im ersten Schritt auf die Ziele und Bedürfnisse der Gemeinde. Warum wollen wir kommunizieren? Was wollen wir damit erreichen? Oder ist es „Selbstzweck“ – weil jeder eine Website hat? An wen? Welche Inhalte? Und wo kommen die Inhalte her?

Die Frage an wen, also nach der Zielgruppe, scheint einfach. Doch bei genauem Hinsehen weitet sich der Blick. Neben der offensichtlichen Unterscheidung nach dem Alter stellt sich die Frage nach echten Zielgruppen. Also welche Menschen und „Lebenssituationen“ dahinterstecken. Für jede Zielgruppe ist eine angepasste Kommunikation, in Form und Inhalt, notwendig.

In unserer Gemeinde, der FeG Kaiserslautern-Nord, haben wir uns im Team der Gemeindeleitung diesen Fragen im Rahmen eines Workshops genähert. Ich brachte das notwendige Wissen und Erfahrung in der Vorbereitung und Durchführung von kreativen Workshops aus dem Beruf mit. Eigentlich aus der Produktentwicklung. Die Denkweise und Methoden (z. B. aus dem Design Thinking) lassen sich jedoch ohne weiteres auf die Frage nach einem guten Kommunikationskonzept für Gemeinden übertragen.

Das Team ließ sich auf das Unbekannte ein und wir verbrachten zu fünft einige Zeit mit Haftnotizen, Stiften

Wir wollen die Menschen, die wir erreichen wollen, in den Mittelpunkt stellen. Ganz nach ihren Bedürfnissen und ihrer Art der Kommunikation.

und aufgeschlossenem Denken vor einer Wand im Gemeindehaus. Eine doch eher ungewohnte Arbeitsform für ein Leitungsteam. Mit entsprechender Vorbereitung und Methodenauswahl entstanden durch z. B. Brainstorming, Clustering, Personas² und Priorisierung der Arbeitsergebnisse folgende Ziele, Bedürfnisse und Zielgruppen.

BEDÜRFNISSE UND ZIELE VERBINDEN

Wenn wir an den klassischen Gemeindebrief denken, sind die naheliegenden Ziele zu informieren, Termine bekannt zu machen, besondere Veranstaltungen zu bewerben und – mit am wichtigsten – aus dem Gemeindeleben zu berichten.

In unserem Workshop haben wir früh den Blick geweitet und unsere Gedanken in eine Innen- und eine Außensicht sortiert. Beide tragen und verwirklichen unsere Vision: „Wir möchten unsere Gemeinschaft leben und fördern, und mehr Menschen dazu einladen.“

Innerhalb der Gemeinde sind uns weiter die oben genannten Ziele wichtig. Zusätzlich kamen die Bedürfnisse, gezielt Gemeinschaft innerhalb der Gemeinde zu fördern und Informationen schneller und flexibler zu teilen. In der Außendarstellung wollten wir ein Aushängeschild der Gemeinde schaffen, wo potenzielle Besucher sich umfassend, aber übersichtlich über uns und unsere Angebote informieren und unkompliziert mit uns in Kontakt kommen können.

Vorausschauend auf die Umsetzung haben wir auch neue Aspekte und Möglichkeiten durch Digitalisierung miteinbezogen. Gezielt Gemeinschaft zu fördern, erfordert eine stärkere Vernetzung der Menschen innerhalb der Gemeinde und Transparenz der Kommunikation. Ein Beispiel: Geschlossene Gruppen in Messenger-Apps sind ungeeignet, um Menschen mit gleichen Interessen zu vernetzen. Die Gruppen können ohne Einladung nicht von anderen gesehen werden. Woher weiß der begeisterte Hobby-Fußballer, dass sich jeden Freitag eine Gruppe zum Spielen trifft? Er muss sich durchfragen. Wenn alle vorhandenen Gruppen der Gemeinde für alle sichtbar gemacht werden, erleichtert dies auch den Einstieg ins Gemeindeleben und die Gemeinschaft für neue Besucher.

ZIELGRUPPEN HERAUSFINDEN

In der FeG Kaiserslautern-Nord haben wir grob unterschieden in „Mitglieder und Freunde“ (nehmen regelmäßig am Gemeindeleben teil), „Interessierte“ (nehmen unregelmäßig teil oder haben teilnehmende Kinder in missionarischen Angeboten wie z. B. Pfadfinder) und „Erstbesucher“ (die wir noch gar nicht kennen). Jede Zielgruppe hat eigene Bedürfnisse, z. B. wie oft und welche Inhalte sie erhalten möchten. Gleichzeitig haben wir als Gemeinde verschiedene Ziele für jede Gruppe. Wir möchten in erster Linie alle informieren wer wir sind, wofür wir stehen, und die Möglichkeit anbieten einen Einblick in unser Gemeindeleben zu erhalten.

■ **Mitgliedern und Freunden** möchten wir detailliertere Informationen bieten. Manchmal ist das einfach das „Mehr“ an Veranstaltungshinweisen, die mit der Gemeinde weniger eng Verbundene überfrachten würden. Aber auch persönlichere Berichte werden etwas weniger öffentlich gerne mit der Gemeinde geteilt.

■ **Interessierte** möchten wir außerhalb des Bereichs, an dem sie teilnehmen (z. B. Pfadfinder oder ein Winterspielhaus) weiter mit dem Gemeindeleben in Kontakt bringen und die Lust auf mehr Teilnahme wecken. Wir möchten sie begeistern und für einen lebendigen Glauben gewinnen. Wir denken aber, dass diese Menschen in der heutigen Zeit von Informationsflut nur relevante Inhalte erhalten möchten. Um sie nicht zu überladen, müssen die Inhalte und Kontaktfrequenz sorgfältig bedacht werden.

■ **Erstbesucher** möchten wir ganz persönlich und herzlich begrüßen. Oft bringen diese Fragen oder „christliche Vorerfahrung“ mit, die wir mit einem guten Überblick, wer wir sind, was wir glauben und wofür wir stehen, ansprechen möchten. Wir möchten auf zutreffende Angebote hinweisen und einladen, ohne uns aufzudrängen. ▶



Digitaler Schaukasten als Teil des Kommunikationskonzeptes der FeG Kaiserslautern-Nord.

¹Design Thinking ist eine systematische Herangehensweise an komplexe Problemstellungen, in der der Mensch im Fokus steht. Weitere Infos und Video auf der Webseite des Hasso-Plattner-Instituts: <https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/was-ist-design-thinking.html>

²Persona ist eine Möglichkeit, die Zielgruppe methodisch zu analysieren. Weitere Infos auf der Webseite nativDigital: <https://nativdigital.com/persona-erstellen>

DIE GUTE BOTSCHAFT MUSS IN DIE WELT HINAUS!

- Du glaubst an die verändernde Kraft von Worten?
- Du bist bereit, Verantwortung zu übernehmen?
- Du hast Energie, um Dinge in Bewegung zu bringen?
- Du willst am Ende eines Arbeitstages mit dem Gefühl nach Hause gehen, etwas Sinnvolles getan zu haben?

... und Kommunikation / Vertrieb sind genau Dein Ding?

DAS SIND WIR

Der SCM Bundes-Verlag ist ein Unternehmen der SCM Verlagsgruppe, eines der größten konfessionellen Verlagshäuser in Deutschland und Marktführer im Bereich der evangelischen Publizistik. Er verlegt christliche Zeitschriften für jedes Alter und fast jede Interessenlage.

Wir suchen für die vielfältigen Herausforderungen in der SCM Bundes-Verlag gGmbH versierte **Mitarbeitende (w/m/d)** in den Bereichen:

- **DIREKTMARKETING (PRINT/DIGITAL)**
- **ONLINE MARKETING (SEO, SEA, SOCIAL MEDIA)**
- **FUNDRAISING & KOMMUNIKATION**
- **MEDIAPLANUNG**
- **KUNDENSERVICE (TEIL- ODER VOLLZEIT)**
- **EVENT MARKETING & MANAGEMENT (TEILZEIT)**
- **AUSBILDUNG MEDIENKAUFLEUTE (PRINT UND DIGITAL)**

Du erfüllst nicht alle formalen Anforderungen, aber dein Herz brennt für die Arbeit im christlichen Verlagshaus?
Dann bewirb dich unbedingt online!

www.bundes-verlag.net/stellenangebote

SCM

Bundes-Verlag

SCM Bundes-Verlag
Bodenborn 43 | 58452 Witten

SCM Verlagsgruppe

Fragen beantworten gerne:
Thilo Cunz Telefon 02302 9 30 93-645
Jasmin Goldmann 07031 74 14-483



**evangelisch-
freikirchliches
sozialwerk
essen e.v.**

Das Evangelisch-Freikirchliche Sozialwerk Essen e.V. (Verein in Bekenntnisgemeinschaft mit dem Bund Evangelisch-Freikirchlicher Gemeinden) sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt für den Wohn- und Betreuungsverbund Markus-Haus eine:

erfahrene Führungskraft im Sozialen Management mit sozialpädagogischer Ausbildung und BWL-Kenntnissen für Unternehmensnachfolge in Vollzeit

Der Wohn- und Betreuungsverbund Markus-Haus Essen betreut Menschen mit einer psychischen Erkrankung und/oder einer Suchterkrankung, um ihre Teilhabe und Selbstständigkeit in der eigenen Lebenswelt zu sichern. Dies geschieht im Rahmen der besonderen Wohnform und der Ambulanten Hilfen (Ambulant Betreutes Wohnen, Soziotherapie, Ergotherapie).

Ihre Aufgabe wird sein, sich auf die Gesamtleitung der Einrichtung vorzubereiten, indem Sie zunächst das Führungsteam ergänzen und in enger Zusammenarbeit mit dem therapeutischen Leiter die Organisation unter christlichem Blickwinkel wirtschaftlich und sozial leiten und weiterentwickeln. Dabei verstehen Sie sich als Teil des Führungsgremiums des Trägervereins und kooperieren entsprechend einrichtungsübergreifend mit den Leitern der Christlichen Sucht- und Wohnungslosenhilfe gGmbH Essen und der Senioren- und Pflege gGmbH Essen, die gemeinsam Verantwortung dafür tragen, der Bekenntnisordnung des Bundes Evangelisch-Freikirchlicher Gemeinden in allen Einrichtungen des Vereins zu entsprechen.

Organisatorisch werden Sie schwerpunktmäßig folgende Bereiche verantworten:

- Qualitätsmanagement (inkl. Aufsicht Arbeitssicherheit)
- Prozessmanagement (inkl. Aufsicht Facility Management)
- Finanzen & Controlling (inkl. Investitionsplanungen)
- Unternehmensvertretung nach außen (inkl. Gremien- und Verbandsarbeit)
- Organisationsentwicklung im Sinne des Trägervereins

Ihr Profil:

- lebendige Beziehung zu Jesus Christus und Identifikation mit dem Bekenntnis des Bundes Evangelisch-Freikirchlicher Gemeinden und Mitglied einer Gemeinde, die zum Verband evangelischer Freikirchen (VEF) gehört
- abgeschlossenes Sozialmanagement-Studium oder vergleichbar relevante Qualifikation
- einschlägige Führungserfahrung
- Erfahrung im Umgang mit psychisch Kranken und/oder Suchtkranken wünschenswert
- grundlegende Kenntnisse des Sozialrechts
- grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Organisationsfähigkeit
- hohe seelische Belastbarkeit
- Flexibilität und Improvisationsgeschick
- Teamfähigkeit
- gute Kommunikationsfähigkeit
- Freude an komplexen Sachverhalten

Wir bieten:

- ein multiprofessionelles Team mit persönlicher Atmosphäre
- eine leistungsgerechte Vergütung nach BAT-KF mit umfassenden Sozialleistungen
- eine zusätzlich geförderte Altersvorsorge (KZVK Rheinland-Westfalen)
- eine moderne Arbeitsplatzausstattung
- Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten

Sie fühlen sich angesprochen?

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung per E-Mail oder Post an:

Evangelisch-Freikirchliches Sozialwerk Essen e.V.

Wohn- und Betreuungsverbund Markus-Haus Essen

Geschäftsführender Vorstand Harald Sadowski

Kerckhoffstraße 10-12, 45144 Essen

E-Mail: harald.sadowski@efs-essen.de

Um viele Menschen zu erreichen, ist also eine zielgruppenorientierte Kommunikation notwendig. Aus Sicht der Gemeinde und aus Sicht der Menschen. Neben den Inhalten und der Häufigkeit spielt die Verwendung von verschiedenen Medien eine weitere Rolle. Darüber erfahren Sie im zweiten Teil dieser Serie mehr.

GABEN UND RESSOURCEN SICHTEN

Neben Zielen, Bedürfnissen und ersten Zielgruppen sollten auch die bereits vorhandenen Medien reflektiert werden. Dazu können Sie sich zum Beispiel diese Fragen stellen: Welches Medium erfüllt welche Ziele und Bedürfnisse? Wo sind Lücken? Gibt es doppelte Aufwände?

Gerade die Frage nach dem Aufwand ist für viele Gemeinden wichtig. Auf wie vielen Schultern lastet die Öffentlichkeitsarbeit? Es sind besondere, oft dünn gesäte Gaben notwendig: Schreiben, Fotografie, ein Gespür für Ästhetik, das Erstellen von Layouts für Printmedien, Bildbearbeitung, Webdesign, IT-Administration, ... Daher ist es wichtig, zu Beginn die vorhandenen Gaben zu sichten. Die involvierten wie potenziellen Mitarbeitenden sollten einbezogen werden und nach ihrer Bereitschaft und Kapazität für eine Umsetzung gefragt werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass das Kommunikationskonzept am Ende auch realisierbar und dauerhaft tragfähig ist.

Wie viele Gemeinden hatten wir in der FeG Kaiserslautern-Nord einen monatlich erscheinenden Gemeindebrief auf Papier, eine nicht mehr ganz aktuelle Webseite und als weiteres internes Medium ChurchTools. Dazu kamen Social Media wie Facebook und YouTube. Durch die Situation der fehlenden Mitarbeitenden stellten wir uns die Frage, wie wir unsere Ziele erreichen, aber gleichzeitig Mitarbeitende schonen und im besten Fall sogar entlasten können. Wir wollen mehr Zeit in den Bau von Beziehungen und Gemeinschaft investieren als in die Wartung von Technik. Damit war ein weiteres Kriterium für die weitere Konzeptarbeit gefunden. Wir wollen und können nicht alles selbst machen.

KOMMUNIKATION IST LEITUNGSAUFGABE

Damit ist der Grundstein für ein gutes Kommunikationskonzept gelegt. Natürlich braucht es noch motivierte Leitende und Mitarbeitende, die den Weg auf sich nehmen und über die Umsetzung hinaus das Ergebnis begleiten. Bevor es an die Umsetzung geht, müssen noch ein paar Details bedacht und ausgearbeitet werden. Im nächsten Teil werfen wir einen Blick darauf wie die Zielgruppen angesprochen werden können und was bei der Auswahl von Medien (z. B. Webseite, Newsletter, Gemeindebrief, App) beachtet werden sollte.

MARKUS SCHWEITZER

FeG Kaiserslautern-Nord | feg-nord.de | Informatiker und Mitglied der Gemeindeleitung | markus-schweitzer.de

Markus Schweitzer | Weitere Infos

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

Zielgruppen der FeG Kaiserslautern-Nord:

Mitglieder und Freunde

Sie nehmen regelmäßig am Gemeindeleben teil und bekommen häufig detailliertere Informationen der Gemeinde.

Interessierte

Sie nehmen unregelmäßig am Gemeindeleben teil und sollen weiter mit dem Gemeindeleben in Kontakt kommen, ohne mit Informationen überfrachtet zu werden.

Erstbesucher

Menschen, die die Gemeinde noch nicht kennen, bekommen einen guten Überblick, wofür man steht, wer man ist und bekommen unaufdringlich Hinweise auf zutreffende Angebote.



Infos zu Design Thinking

<https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/was-ist-design-thinking.html>



Infos zu Persona

<https://nativdigital.com/persona-erstellen>

DER NEUE BIBEL-THRILLER
VON DAMARIS KOFMEHL



Bestseller-Autorin

Best.-Nr. 396.134 € 24,-

Die Geschichte über Noah und die Arche neu erzählt

Die Welt ist gottlos und blutrünstig, als der junge Noah von Sklavenhändlern ins Zentrum des Bösen verschleppt wird. Nur eine Handvoll Menschen kennen noch ihren Schöpfer und Noah ist einer von ihnen. Als es kaum noch Hoffnung gibt, hört er inmitten seiner Qualen immer wieder Gottes Stimme ...

Jetzt erhältlich!

Im christlichen Buchhandel oder jetzt bestellen:
07031 7414-177
bestellen@scm-shop.de
www.scm-shop.de



Eine Unternehmerin, ihre lebhaftige Tochter, eine versklavte Sängerin und Männer, die debattieren.

Gunter Stemmler:
Die Theatersynode.
Ein historischer Reise-Roman.
Tredition, Hamburg 2020.

kawohl.de
Ihr christliches Medienhaus
46485 Wesel • Tel. 0281/96299-0



Beratung und Bestellung
Evangelisches Medienhaus GmbH
Fon 0711 222760
info@evmedienhaus.de

Sei Teil einer großen Idee: Gemeinde bauen statt Banken!



Spar- und Kreditbank Witten eG
02302 / 930 300
www.skbwitten.de

Die Bank, die hilft