

A person is sitting at a wooden desk, working on a laptop. A black cup is on the desk to the left. A notebook with a green sticky note is in the foreground. The person is wearing a light-colored sweater and a watch. The background is slightly blurred.

# Gesamtkonzept Kommunikation Markt Einersheim

Die digitale Mustergemeinde | 08.03.2023

---

Christian Schönfeld

# Markt Einersheim

---

## Ausgangssituation

Die Gemeinde Markt Einersheim hat sich zusammen mit dem Dekanat auf den Weg gemacht, um eine gemeinsame Kommunikationsstrategie für das Dekanat, die Gemeinden und die EJ zu erarbeiten.

Der Beratungsprozess wurde von Christian Schönfeld (Referent im Amt für Gemeindedienst in der ELKB) durchgeführt. Er umfasste 1 Zoom Meeting sowie 2 Beratungsabende.

In einem Erstgespräch per Zoom wurden Fragestellungen sowie der Umfang der Beratung formuliert. Beteiligt war der Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit des Dekanates.

Am ersten Beratungsabend war der Fokus auf eine Ist-Stand-Analyse und die Erarbeitung von konkreten Zielen für den weiteren Prozesse gelegt worden.

Am zweiten Beratungsabend erarbeitete das Team konkrete Umsetzungsschritte.

# Markt Einersheim

---

## Ausgangssituation

Grundlegende Fragestellungen für die Beratung:

- Wie kann die Öffentlichkeitsarbeit im Dekanat zielgerichtet gestaltet werden?
- Wie kann eine gute Zusammenarbeit zwischen Jugend und Dekanat aussehen?

Weitere Fragestellungen

- Zusammenspiel von Dekanatswebsite mit Websites der Kirchengemeinden
- Zuständigkeiten in der ÖA klären
- Welche Kommunikationswege sind sinnvoll?

# Markt Einersheim

---

Hintergrund zum Vorgehen

Für meine Beratungen habe ich einige vorgelagerte Thesen:

**"ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IST MEHR ALS "NUR" DER GEMEINDEBRIEF, DIE WEBSITE ODER DER SOCIAL-MEDIA-AUFTRITT. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DURCHDRINGT ALLE BEREICHE DER GEMEINDEARBEIT, OB WIR DIESE BEWUSST GESTALTEN ODER NICHT."**

Meine Beratung versucht die Öffentlichkeitsarbeit nicht als „Mittel zum Zweck“ zu sehen, sondern eher wie im Marketing als essentiellen Teil der Gemeindegarbeit, der alle Bereiche durchdringt. Von der Verkündigung über die Angebote bis hin zum Kontakt mit verschiedenen Zielgruppen. Es geht dabei um einen Wechsel der Blickrichtung und einen Wandel der Gemeindegarbeit.

(Siehe Buch: [Marketing für Kirchengemeinden | Dieter Bernatzky](#))

# Markt Einersheim

---

Hintergrund zum Vorgehen

Begleitend zu den Beratungen habe ich ein Workbook für Kirchengemeinden erstellt.

Mit diesem kann eine Gemeinde oder eine Dekanat auch eigenständig ein Kommunikationskonzept erstellen.

Das Workbook kann kostenlos heruntergeladen werden:

<https://afg-elkb.de/themen/gemeindebezogene-oeffentlichkeitsarbeit/material/>

Im weiteren werden einige Schritte aus der Beratung vorgestellt.

# Markt Einersheim

## Startbedingungen

In einem ersten Schritt wurde eine Ist-Stand-Analyse der ÖA Landschaft erstellt. Im Blick waren dabei drei zu erreichende Altersgruppen und die Kommunikationskanäle.

# STARTBEDINGUNGEN



- Welche Medien & Plattformen nutzen wir bereits?
- Gibt es bereits eine Strategie?
- Wer ist bisher in der ÖA aktiv bzw. wer kennt sich aus?
- Wen erreichen wir bereits?



# Markt Einersheim

Wer sind wir?

Als zweiter Schritt wurde eine Persona des Dekanats erstellt.

Dies soll Antworten auf folgende Fragen geben: Was ist unser Selbstbild? | Was macht uns authentisch? | Wo müssen wir uns ggf. verändern. Darüber hinaus hilft die Persona bei der weiteren Arbeit z.B. bei der Erstellung von Corporate Design und Identity und der Planung einer Kommunikationsstrategie

Wenn Ihre Gemeinde auf eine Party gehen würde...



# Markt Einersheim

zukünftige Zielgruppen identifizieren

Im 3. Schritt wurden Kernzielgruppen für die künftige Kommunikationsstrategie erarbeitet.

Diese Zielgruppen sollen in Zukunft im Fokus stehen. Die genutzten Kanäle, das Design, die Sprache bis hin zu den Angeboten werden danach ausgerichtet.

wichtig

## ZIELGRUPPE



- Wer ist unsere Hauptzielgruppe?
- Wen stellen wir uns konkret vor, wenn wir schreiben?
- Welche Erfahrungen bzw. Wissen können wir voraussetzen?



# Markt Einersheim

## Kommunikationskonzept am Beispiel von Veranstaltungen

Anhand von 5 „W“ Fragen wurde ein Kommunikationskonzept für die Bewerbung von Beispiel-Veranstaltungen erstellt.

Christian Schönfeld  
Amt für Gemeindedienst



### IN DER ZUKUNFT

1 WER?

WELCHE ZIELGRUPPEN MÖCHTEN SIE ERREICHEN ?

2 WAS?

WELCHE ABSICHT VERFOLGEN SIE DAMIT? INFORMATION, AKTIVIEREN, UNTERHALTEN

3 WOZU?

WELCHEN MEHRWERT ODER NUTZEN BIETEN IHRE INHALTE?

4 WIE?

WELCHE KANÄLE KÖNNEN DAFÜR SINNVOLL SEIN?

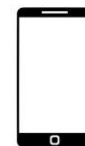
5 WIE?

WIE SETZEN WIR DAS UM?

- Wer leitet die Öffentlichkeitsarbeit?
- Welche Aufgaben müssen erledigt werden?
  - Welche Teams braucht es?
  - Wer bespielt welche Kanäle?
- Wie sind unsere internen Abläufe?

### KANÄLE

Über diese Medien wollen wir kommunizieren.



# Markt Einersheim

Umsetzung der Erkenntnisse auf eine allgemeine Kommunikationsstrategie

Die Erkenntnisse aus den vorherigen Schritten wurden nun gebündelt und eine allgemeine Kommunikationsstrategie entwickelt. Die folgenden Kommunikationsebenen wurde dabei gesondert behandelt:

**Dekanatsinterne  
Kommunikation**

*Kanäle & ToDos*

**Dekanatsweite  
Kommunikation**

*Kanäle & ToDos*

**Externe  
Kommunikation**

*Kanäle & ToDos*

Für jede Ebene wurden Ziele entwickelt, die nötigen Kommunikationskanäle festgelegt und Personen bzw. Schritte für die Umsetzung benannt.

**Beispiel:** Für die Dekanatsweite Kommunikation wurde als Ziel die Informationsweitergabe an Ehrenamtlichen und Multiplikatoren gewählt. Dazu dient ein Highlight Kalender in Papier und in Microsoft Teams. Ein Instagram Kanal soll mit der Zielgruppe „Gemeindeglieder“ gestartet werden. Zu den Abkündigungen werden in Zukunft auch Reminder als Flyer bzw. als Plakat für den Schaukasten erstellt. Dazu wird die App Canva.com genutzt.

# Markt Einersheim

---

## Umsetzung in der Praxis

Um die gewonnenen Erkenntnisse und Maßnahmen auch in die Praxis zu bringen, erstellte der Arbeitskreis ToDos sowie einen Jahresplan.

Darüber hinaus wurden Mitglieder aus dem Arbeitskreis beauftragt, ausgewählte Personen für die Mitarbeit an konkreten Aufgaben in der Öffentlichkeitsarbeit anzufragen.

Der Start für die Umsetzung ist für Februar 2023 geplant.

# Markt Einersheim

---

## Hürden/Hindernisse/Fallstricke

Bei der Konzeption einer Kommunikationsstrategie ist es wichtig, dass die eigenen Ressourcen richtig eingeschätzt werden. Dabei gilt es vor allem an die Ressourcen „Personal“ und „Zeit“ zu denken. Viele Konzepte kommen nicht zur Umsetzung, da die Ziele zu hoch gesteckt werden und letztlich an diesen Faktoren scheitern.

Realistische und schnell umsetzbare Maßnahmen sollten am Anfang stehen um schnell Erfolgserlebnisse zu erzielen. Ambitionierte und langfristige Maßnahmen können dann folgen.

Essentiell ist die Arbeit im Team und die gute Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen. Für eine Gemeinde ist ein Team aus 4-5 und für ein Dekanat 6-10 Personen sinnvoll. Die größten Hindernisse liegen in mangelnder Kommunikation oder unklaren Zuständigkeiten. Das Team sollte klare Abläufe sowie Kommunikationswege erarbeiten und einhalten. Eine Austauschplattform wie z.B. Microsoft Teams inkl. Dateiablage und Kalender ist essentiell für eine gute Arbeit.

# Markt Einersheim

Weitere Materialien und Anlagen

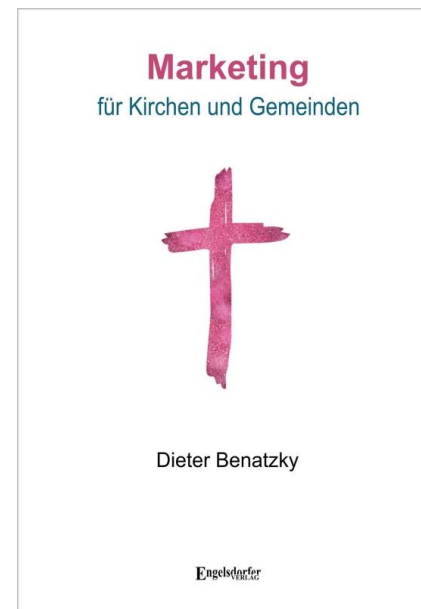
Workbook „Ganzheitliche Öffentlichkeitsarbeit“

[Download](#)



Lese Tipp „Marketing für Kirchengemeinden“

Link: [Marketing für Kirchengemeinden | Dieter Bernatzky](#)



# Markt Einersheim

---

## Fazit um Empfehlung

Ein letztlisches Fazit kann in diesem Beratungsprozess noch nicht gezogen werden, da die Umsetzungsphase erst im Februar beginnt.

Das Team hat sich realistische und umsetzbare Ziele gesteckt und aus dem Prozess neue Erkenntnisse über die bisherige Kommunikation mit den unterschiedlichen Zielgruppen erhalten.

Durch die Größe des Teams und die engagierten Ehren- und Hauptamtlichen ist mit einem guten Ergebnis zu rechnen.

Grundsätzlich ist ein individueller Beratungs- und Konzeptionsprozess für jede Gemeinde bzw. Dekanat sinnvoll, da die Ausgangslage, Ziele und Zielgruppen sowie die Ressourcen sehr unterschiedlich sein werden.