



Externe Kommunikation in der neuen Pfarrei

Empfehlung zu Verortung und Struktur der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

1. Ausgangslage/Ziel

Die neue Pfarrei besteht aus vielen bisherigen Gemeinden und damit aus zahlreichen Menschen mit unterschiedlichen Zugängen zu Kirche. Der Raum ist größer geworden und eine einfache Kommunikation über Verkündigungen im Gottesdienst, Pfarrbriefe und Aushänge im Schaukasten reicht nicht mehr aus.

Ziel ist es, eine gemeinsame Identität, Transparenz sowie ein Zusammengehörigkeitsgefühl in der neuen, größeren Pfarrei zu schaffen und Informationen einfach abrufbar zur Verfügung zu stellen. Außerdem wird auch die Kommunikation in den säkularen Raum hinein immer wichtiger, um als gesellschaftliche Stimme hörbar zu bleiben. Dazu braucht es eine professionelle, strategisch geplante Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (externe Kommunikation), damit möglichst viele Gläubige und darüber hinaus die gesamte Öffentlichkeit erreicht werden: klar, abgestimmt, zuverlässig.

2. Positionierung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, ist in jeder neuen Pfarrei mindestens eine Person erforderlich, die hauptberuflich und hauptverantwortlich die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit koordiniert und organisiert. Dazu kann sie Teilaufgaben an weitere Personen delegieren. Aufgrund der Vielzahl der Aufgaben ist eine Vollzeitstelle sinnvoll.

Wichtig ist der unmittelbare Zugang zu allen wichtigen Informationen, die für die Zielgruppen relevant sind. Darum sollte der/die Verantwortliche für die Presse- und Öffentlichkeit direkt an das Team mit Leitungsfunktion angebunden sein – also unmittelbar an den Pfarrer, Pfarreiökonom/in und leitende/n Referenten/Referentin. Kommunikation ist eine Querschnittsaufgabe, daher sollte die verantwortliche Person auch eng an die Teams der Pfarrei angebunden sein, im regelmäßigen Austausch mit dem Pfarreirat stehen und – wenn möglich – an den Besprechungen der Leitungsgremien teilnehmen.

Damit wird gewährleistet, dass externe Kommunikation nicht „nachgelagert“ oder „nebenher“ geschieht, sondern abgestimmt, indem sie mit ihrer Beratungskompetenz frühzeitig einbezogen wird bei strategischen Entscheidungen und in direkter Abstimmung mit Pastoral und Verwaltung.

Um professionell und effektiv arbeiten zu können, definiert die Leitung mit der externen Kommunikation die Kommunikationsziele. Wie diese genau umgesetzt werden, entscheidet die Kommunikation aufgrund ihrer Fachkompetenz eigenverantwortlich und eigenständig. Damit bleibt die Kommunikation handlungsfähig und agil. Zugleich werden Leitung und Verwaltung entlastet und Arbeitsressourcen effizient eingesetzt.

Zusätzlich ist wichtig, dass die Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit eng in das diözesanweite Netzwerk eingebunden sind, in dem sich ÖA-Verantwortliche aus Pfarreien und dem Ordinariat regelmäßig austauschen.

3. Voraussetzung/Qualifikationen

- Mindestens eine hauptverantwortliche Person (in Vollzeit oder zumindest mit klar definierter Gesamtverantwortung) für zentrale Aufgaben der Kommunikation, unterstützt von weiteren Personen mit dezentralen Aufgaben und Zuarbeit.
- Kompetenzen in Text und Redaktion, Kommunikationsfähigkeit, idealerweise Erfahrung in Presse-/Öffentlichkeitsarbeit oder Medienarbeit, Webseitengestaltung mit SESAM.

4. Aufgaben und Kompetenzen

- Erarbeitung und Pflege eines Kommunikationskonzepts für die Pfarrei — mit Zielen, Zielgruppen und Medien auf Grundlage der Pfarreistrategie.
- Steuerung, Redaktion und Koordination der externen Kommunikation (Website, Pfarrmagazin, Social Media, Öffentlichkeitsarbeit, Medienkontakte).
- Beratung des erweiterten Kernteams bei kommunikativen Fragestellungen, insbesondere bei strukturellen Veränderungen, Neuorganisation, Personalentscheidungen, Immobilienfragen, Finanzen und in der Risiko- und Krisenkommunikation.
- Erstellen und Pflege eines einheitlichen kirchlichen Erscheinungsbildes (z. B. Gestaltung, Layout, Design), nach Bedarf in Abstimmung mit der diözesanen Kommunikation.
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Kontaktpflege mit regionalen und kirchlichen Medien, Pressestellen-Funktion auf Pfarreebene.
- Organisation, Koordination und fachliche Führung weiterer hauptberuflicher Mitarbeitender, die in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig sind.
- Schulung, Befähigung und Begleitung von hauptberuflichen und ehrenamtlichen Mitarbeitenden im Bereich der Kommunikation in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

5. Vorteile der empfohlenen Struktur

- **Strategische Steuerung:** Gerade wichtig im Kontext der neuen großen Pfarreien und der durch K2030 initiierten Veränderungen.
- **Sichtbarkeit & Professionalität:** Durch professionelle Öffentlichkeitsarbeit, konsistente Medienarbeit und gute Außendarstellung kann die neue Pfarrei ihre Identität und ihr Profil stärken — sowohl intern (Gemeinschaft, Zusammengehörigkeit) als auch extern (Öffentlichkeit, Medien, Interessierte).
- **Effizienz & Entlastung:** Die Leitung wird entlastet — sie muss Kommunikation und Medienarbeit nicht „mitmachen“; diese Aufgabe wird von einer fachkompetenten Person eigenverantwortlich übernommen.
- **Nachhaltigkeit & Verlässlichkeit:** Die Einbindung der externen Kommunikation als Schnittstelle gewährleistet Kontinuität, gerade wenn Personen wechseln; durch Redaktionsstandards und verantwortliche Strukturen bleibt Kommunikation stabil und verlässlich.
- **Partizipation und Transparenz:** Gerade in neuen, größeren Pfarreien mit vielen Gemeinden und Mitgliedern ist eine abgestimmte Kommunikation entscheidend, um alle mitzunehmen, Beteiligung zu ermöglichen und Vertrauen zu schaffen.

6. Empfehlung

Die Leitung beauftragt eine/n Kommunikationsspezialistin/en mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Pfarrei. Mit Fachexpertise berät der/die Verantwortliche für externe Kommunikation die Pfarreileitung zu Kommunikationsthemen und wird in dazugehörige Entscheidungsprozesse frühzeitig einbezogen. So bleibt die externe Kommunikation der Pfarrei handlungsfähig und flexibel.

Die Leitung überträgt dem /der Verantwortlichen die strategische Verantwortung für die externe Kommunikation; operative Aufgaben werden gebündelt und eigenverantwortlich ausgeführt.

Die Leitung ermöglicht allen in der externen Kommunikation tätigen Personen Schulungen, Fort- und Weiterbildungen in diesem Tätigkeitsbereich.