

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 5: Und jetzt? Was nach einer erfolgreichen Einführung kommt



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 Gemeindeführungsmitglied gibt Einblicke, wie die FeG Kaiserslautern-Nord die gegenwärtigen Krisen als Chance genutzt hat, mit Hilfe eines Kommunikationskonzeptes Gemeinde und Glauben neu zu kommunizieren. Den Abschluss bildet ein Überblick zur Serie.

Herzlichen Glückwunsch! Wenn Sie bis hier hin den Weg zu einem neuen Medien- und Kommunikationskonzept gegangen sind, haben Sie sehr viel erreicht. Ihre Gemeinde ist stärker vernetzt und in der Kommunikation nach außen transparenter geworden. Das hat viel Zeit und Kraft gekostet. Nun gilt es dranzubleiben!

In diesem letzten Artikel der Serie lesen Sie Gedanken und Beispiele, wie Ihre neuen Medien zukunftsfähig bleiben und was es dazu braucht.

ZUHÖREN IST KOMMUNIKATION

Über Medien wird in der Regel sendend kommuniziert. Die Nutzenden empfangen, lesen und hören. Spätestens nach der erfolgreichen Einführung wird für Sie als Leitende der Aspekt des Zuhörens wichtig. Es geht nun darum, Lob, Feedback, Wünsche, Ärger etc. zu hören, anzunehmen und zu berücksichtigen. Hören Sie auf die Menschen und ihre Bedürfnisse, für die Sie die Gemeindeformen gestalten.

In der FeG Kaiserslautern-Nord haben wir bei der Einführung eine Auswertung des Konzeptes nach einem Jahr Nutzung angekündigt und versprochen. Damit konnten wir Unsicherheit in der Gemeinde begegnen und haben gleichzeitig Lernbereitschaft signalisiert. Selbst das beste Konzept ist nicht vollkommen. Ob und wie gut es funktioniert weiß man erst, wenn man es ausprobiert hat.

Wir haben viel Aufwand in die Entwicklung eines Fragebogens investiert. Das Ziel dabei war, möglichst qualitatives Feedback anstelle reiner Statistik zu erhalten. Dazu gehört zunächst, über wenige Fragen zu ermitteln „Wer“ antwortet. Auch anonym ist über gut gewählte Antwortmöglichkeiten eine Einordnung in die Zielgruppe und eine grobe

Altersspanne möglich. Das Wissen über die Zielgruppe eines Umfrageteilnehmers ist notwendig, um die weiteren Antworten und insbesondere Kommentare richtig einordnen und interpretieren zu können. Fragen sollten möglichst offen und nicht suggestiv sein. Sehen Sie möglichst viele Kommentarfelder für Freitext vor. Die Antworten, die Sie dort erhalten, bringen oft am meisten bei der Auswertung.

Die Auswertung wurde mit der Design Thinking-Methode „Feedback Matrix“ unterstützt. Diese Methode hilft, die Fülle an Kommentaren in vier Bereiche zu strukturieren: „Was läuft gut?“, „Was läuft schlecht?“, „Neue Ideen“ und „Neue Fragen“. Insbesondere die letzten beiden enthalten viel Potenzial für Verbesserungen, Weiterentwicklungsmöglichkeiten und zu lösende Probleme.

NICHT STEHEN BLEIBEN

Das Feedback aus der Umfrage gibt Ihnen erste Hinweise auf notwendige Anpassungen. In der FeG Kaiserslautern-Nord haben wir über die Zeit einiges verändert. Ein fester Erscheinungstermin des digitalen Gemeindebriefes wurde etabliert, die Kalenderansicht in der App verbessert, sodass einzelne Termingruppen (z. B. Kinder, Männer, Frauen) in verschiedenen Farben dargestellt werden. Auch waren Inhalte auf der Website nicht klar abgegrenzt und dargestellt.

Ein Beispiel: Die Beschreibung unserer Angebote enthielt zwar alle notwendigen Informationen, wann der nächste Termin stattfindet, war jedoch unklar. Laut Beschreibung findet eines der Angebote „am zweiten Samstag im Monat“ statt. Nun könnte der Nutzende in den Terminkalender schauen und nach dem Angebot suchen. Aber warum so schwer? Die Rückmeldung aus der Umfrage führte

dazu, dass mit wenig Programmieraufwand der nächste Termin direkt auf der Angebotsseite erscheint. Eine kleine Veränderung für uns, eine große Verbesserung darin, Menschen willkommen zu heißen und den Einstieg zu erleichtern.

Weiter haben wir, insbesondere in der App, ein paar Dinge genauer erklärt und Fragen beantwortet. Aus diesem Bedarf hat sich ein Angebot mit dem Thema „Computer- und Smartphone-Hilfe“ für individuelle Unterstützung – nicht nur zu den Medien – entwickelt. Um kurze Fragen zu klären, gibt es eine Gruppe in der App. Größere Anliegen können persönlich bei einem Treffen etwa alle ein bis zwei Monate in der Gemeinde besprochen werden.

BEDÜRFNISORIENTIERT WEITERENTWICKELN

Vielleicht haben Sie weitere Ideen, die bisher nicht umgesetzt wurden. Eigene Wünsche oder Inspirationen von anderen Gemeinden. Wenn diese auch noch umgesetzt sind, ist es „perfekt“? Seien Sie wachsam! Nicht jede Idee hat ein gesundes Verhältnis von Aufwand und tatsächlichem Nutzen. Viele Ideen begeistern mich technisch. Doch wenn ich sie einige Zeit reifen lasse und einen Schritt zurücktrete, entdecke ich erst, ob sich der Aufwand lohnt. Die Zeit der Reife einer Idee lässt auch Raum für Gottes Reden zu dieser Idee oder Situation, um nicht in die Falle zu tappen, am Ende doch mehr Zeit in die Technik als in Beziehungen zu investieren.

Vielleicht verändern sich in Zukunft Ihre Zielgruppen, die Ausrichtung Ihrer Gemeinde, ihre Angebote? Mit Sicherheit verändert sich die Welt um uns herum – die Pandemie hat es gezeigt. Bleiben Sie aufmerksam und denken Sie darüber nach, wie Sie die Menschen in der Veränderung durch Information, Bau und Stärkung von Beziehungen mit Hilfe Ihrer Medien unterstützen können. Versuchen Sie eine bedarfs- und bedürfnisorientierte Weiterentwicklung zu verfolgen.

ORGANISATION STÄRKEN

Einige Zeit nach der Einführung bemerken Sie möglicherweise die Notwendigkeit die organisatorische Seite des Medienkonzeptes weiterzuentwickeln. Neben kleinen Veränderungen und Optimierungen „damit es runder läuft“ gibt es zwei Hauptaspekte, die man im Blick behalten sollte. Den Redaktionsplan und das Verwalten Ihrer Community. Ob das notwendig ist, hängt maßgeblich von der „Größe“ und Intensität Ihrer Öffentlichkeitsarbeit ab.

Wenn viele Medien (z. B. Website, Newsletter, App, Social Media) gleichzeitig mit Inhalt bespielt werden sollen, bietet sich der Einsatz eines Content-Calendar an. Dieser Kalender stellt den Redaktionsplan der nächsten, z. B. drei, Monate dar. Inhalte werden übersichtlich auf Veröffentlichungstermine geplant und die redaktionellen Abgabetermine davon abgeleitet. Damit stellen Sie sicher, dass Sie keine in der nächsten Zeit wichtige Veröffentlichung verpassen. Weiter wird im Kalender zu jedem Inhalt vermerkt, auf welchen Medien dieser veröffentlicht werden soll. So wird präzise gesteuert, welche Zielgruppe welche Inhalte erhält.

Wenn ein Medium eingesetzt wird, das Reaktionen der Nutzenden erlaubt (z. B. eine App oder Social Media), haben Sie eine Community. Und um die sollten Sie sich kümmern. Was im ersten Moment nach mehr Arbeit klingt, ist auf den zweiten Blick echte Beziehungsarbeit. Kommentare und insbesondere Fragen von Nutzenden auf Facebook und in der App sollten wie in einem guten Gespräch eine zeitnahe Antwort erhalten. So können wir Wertschätzung für die Menschen und ihren Beitrag ausdrücken. So können wir, gerade bei den Erstbesuchern und Interessierten, Beziehungen aufbauen und vertiefen. Vielleicht ermöglicht eine solche Interaktion einen leichteren Gesprächseinstieg, wenn die Person zum ersten Mal die Gemeinde besucht?

Die Organisation zu stärken heißt auch, die Zukunftsfähigkeit der Medien und Inhalte sicherzustellen. Dazu bedarf es, die Mitarbeitende zu stärken und weiterzuent-

wickeln. Besonders für die technischen Aufgaben sollten mittelfristig mehrere Mitarbeitende mit dem gesamten System vertraut werden, um das Wissen zu verteilen und zu erhalten. Eine große Aufgabe, in die neue Mitarbeitende gerne hineinwachsen dürfen.

IN DER GEGENWART ANGEKOMMEN

In der FeG Kaiserslautern-Nord ist auf die beschriebene Weise ein Verbund von Medien entstanden, die sehr gerne genutzt werden. Ein fünfköpfiges Team versorgt die Gemeinde jeden Monat mit einer Ausgabe des „Einblicks“. Das Team erstellt und wirbt Inhalte ein, überarbeitet, korrigiert, layoutet und stellt die Inhalte ebenfalls auf der Website ein. Weitere Mitarbeitende kümmern sich um den Betrieb der Technik und die Erstellung von Print-Flyern (die weiterhin zu unserer Öffentlichkeitsarbeit gehören).

Im Herbst 2022 erfolgte die Auswertung unserer Umfrage und die Ergebnisse wurden der Gemeinde zusammen mit den umgesetzten Verbesserungen vorgestellt. Interessanterweise zeigen die Rückmeldungen, dass für unsere Mitglieder und Freunde die Communi App das Hauptmedium geworden ist. Ein vielleicht unterwartetes Ergebnis, das durch die geschriebenen Kommentare der Umfrage wertschätzend und positiv gestützt wird. Ein Abgleich mit der Mitglieder- und Freundesliste zeigt, dass mehr als

80 % davon als Nutzende in der App vertreten sind. Inzwischen verzeichnen wir mehr als 250 Nutzende in der App. Die Mehrzahl davon stammt aus der Zielgruppe der Interessierten und Erstbesucher, die uns über unsere missionarischen Angebote kennengelernt haben.

Damit sind wir in der Gegenwart des Medienkonzeptes der FeG Kaiserslautern-Nord angekommen. Fertig sind wir nicht. Wir haben noch viele Ideen, die es mit Reife vielleicht zur Umsetzung schaffen.

Fertig im Sinne von „alles ist getan“ ist man im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Medien wohl nie. Besonders, wenn das Ziel, Menschen zu erreichen und zu Jüngern zu machen, stets an erster Stelle steht. Die Menschen, Medien und Werkzeuge werden sich über die Zeit ändern. Die Denkweise bleibt gleich: Wir wollen die Menschen, die wir erreichen wollen, in den Mittelpunkt stellen. Ganz nach ihren Bedürfnissen und ihrer Art der Kommunikation.

Ich hoffe, Sie konnten anhand unserer Gedanken und Beispiele einige gute Impulse für Ihre Gemeinde mitnehmen und vielleicht bereits gewinnbringend anwenden. Ich würde mich freuen, von Ihren Erfahrungen zu hören! ■

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

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.

Anfragen und Rückmeldungen zu Erfahrungen gerne an:
digitalisierung@markus-schweitzer.de | markus-schweitzer.de

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



GEMEINDE KOMMUNIZIEREN

Ein Überblick

1. Bestandsaufnahme

Die Bestandsaufnahme bildet die Grundlage in Form von Anforderungen (Ziele, Bedürfnisse und Zielgruppen) und verfügbaren Ressourcen (Medien, Gaben, Mitarbeitende). Wozu kommunizieren? Welche Inhalte? Wen erreichen? Wie unterscheiden sich die Zielgruppen in ihren Bedürfnissen? Gibt es Kommunikationsunterschiede nach Innen und nach Außen? Vorhandenen Medien werden reflektiert.

2. Konzept entwickeln

Menschen und Informationen stehen im Mittelpunkt. Welche Inhalte für welche Zielgruppen? Wie „digital“ ist die Gemeinde? Gewinne und Hürden werden bedacht. Wo ist Bedarf an Unterstützung im Umgang mit neuen Medien zu erwarten? Der passende Medien-Mix (analog, digital) wird unter Berücksichtigung dieser Aspekte ausgewählt.

3. Umsetzung planen

Eine zukunftsfähige Umsetzung, die Ressourcen spart, ist wichtig! Bei der Technologieauswahl wird abgewogen welche Flexibilität notwendig ist. Webseitenbaukästen schränken ein, nehmen aber viel Arbeit ab (z. B. Updates, Backup, Security). Synergien mit anderen Medien werden eingeplant und Entscheidungshilfen (z. B. Konzepte, Kostenbetrachtung) für die Leitung erarbeitet.

Neue Idee
Der Prozess kann für Weiterentwicklungen erneut angewendet werden, z. B. wenn neue Ideen größer werden. Ziele, Bedürfnisse und Zielgruppen. Welche Medien? Welche Hürden? Ressourcen schonende Umsetzung. Begleitung. Die Denkweise bleibt gleich.

5. Auswerten und Begleiten

Nach der Einführung folgt die Begleitung. Zuhören und reagieren auf Rückmeldungen steht an. Eine qualitative Umfrage liefert eine gute Sicht auf den Zustand und die Akzeptanz des Konzeptes. Neue Ideen und Verbesserungen entstehen und fließen ein. Dranbleiben ist angesagt: Mitarbeitende und Organisation stärken und entwickeln, auf Veränderungen reagieren.

4. Umsetzen und einführen

Die Medien werden gestaltet – das Design leitet Menschen. Durch Klarheit und Wiedererkennbarkeit über alle Medien hinweg entsteht ein „Zuhause-Gefühl“. In der Umsetzung ist Organisatorisches wie Datenschutz, Impressum und Anbieterauswahl besonders zu beachten. Ein Team wird aufgebaut und die Einführung geplant. Die Gemeinde transparent zu informieren, die Einführung zu feiern und zu begleiten trägt zum Erfolg bei.



Berufene Menschen gesucht

Die Evangelisch-methodistische Kirche ist eine weltweite Kirche. Theologische Vielfalt und verbindlicher Glaube sind uns wichtig. Für unsere 432 Gemeinden in Deutschland suchen wir ständig nach berufenen Menschen (m/w/d) in den Bereichen:

- Pastoraler Dienst, Verkündigung und Seelsorge
- Arbeit mit Kindern und Jugendlichen
- Innovative Gemeindeprojekte
- Verwaltung und Organisation



Sie haben Interesse?

... dann schauen Sie doch auf unserer Homepage vorbei:

<https://www.emk.de/berufene-menschen-gesucht>
oder schreiben Sie an: bewerbung@emk.de

Evangelisch-methodistische Kirche, Dielmannstraße 26, 60599 Frankfurt am Main



Wir betreuen in unserer Einrichtung nur Frauen. Dem individuellen Bedarf an einer geschlechtsspezifischen Unterstützung wollen wir durch eine entsprechende Vielfalt an fachlichen Qualifikationen gerecht werden.



Im Sinne unseres diakonischen Auftrages kommen wir gerne auch dem Wunsch nach geistlicher Ansprache nach, bieten Andachten und Seelsorge an.
Ab sofort suchen wir vor diesem Hintergrund eine neue

Mitarbeiterin im Betreuungsdienst auf dem Wohnbereich

Das Aufgabengebiet umfasst die Assistenz in der Alltagsbewältigung und Tagesstruktur.

Wir bieten

- eine Teilzeit- oder Vollbeschäftigung mit Zuverdienst durch Übernahme von Nachbereitschaftsdiensten
- eine Vergütung nach Tarif BAT/kirchliche Fassung/betriebl. Altersvorsorge
- fachliche Weiterbildung und Supervision
- eine klare Ausrichtung des Betreuungsauftrages an christlichen Wertmaßstäben
- Unterstützung durch ein sehr kollegiales Mitarbeiterteam, das sich über die Verstärkung freut
- eine Unterkunft bzw. Unterstützung bei der Wohnungssuche
- 33 Tage Urlaub

Wir wünschen uns von Ihnen

- eine Fachkraftausbildung z.B. zur Gesundheitspflegerin, Heilerziehungs- oder Altenpflegerin ist von Vorteil
- als Nichtfachkraft Erfahrung in der Betreuung psychisch kranker Menschen
- dass Ihre persönliche Glaubensbeziehung zu Jesus Christus im Umgang mit den Bewohnerinnen zum Ausdruck kommt
- die Bereitschaft, im Schichtdienst zu arbeiten

Die Stelle ist unbefristet. Bitte bewerben Sie sich umgehend bei

Frau Krieb oder Frau Roßbach | Haus Bethanien
Kleinschmitthäuser Weg 54 | 40468 Düsseldorf | Telefon 0211 650446-0
E-Mail: zkrieb@wohnheimbethanien.de
Homepage: www.wohnheimbethanien.de



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
- hohes Engagement auch in herausfordernden und komplexen Situationen
- 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