

## Öffentlichkeitsarbeit: Wir haben uns auf den Weg gemacht

### Internetauftritt einer Kirchengemeinde

Bei der Erneuerung unserer Website haben wir bewusst einen Button „Ehrenamt“ eingefügt. Damit soll unsere Wertschätzung für die vielen Ehrenamtlichen in unserer Gemeinde zum Ausdruck kommen. Wir machen deutlich, dass wir jederzeit Menschen zur Mitarbeit einladen und sie für ehrenamtliches Engagement gewinnen wollen. Auch konkrete Beispiele für mögliches Engagement haben wir aufgeführt.

Und: Wir laden zur Kontaktaufnahme mit einem der Pastoren ein. So wird schnell klar: Es gibt feste Ansprechpartner und wir beantworten gerne Fragen. In unserer Gemeinde wird auch die Website ehrenamtlich betreut und gepflegt.



**Sigrid Thiesies** | *Ev.-Luth. Kirchengemeinde Ansgar Hamburg-Langenhorn*

### Präsenz zeigen auf der Freiwilligenbörse

Die Hauptkirche St. Jacobi hat sich entschieden, an der „Aktivoli“-Freiwilligenbörse teilzunehmen. Unsere Gemeinde stellt sich auf diese Weise und in diesem besonderen Kontext der Öffentlichkeit als Ort vieler aktiver Ehrenamtlicher vor. Ehrenamtliche Mitarbeitende stehen zu Bereichen „Kirche hüten“, „Turmcafé“, „Singen“ und „Pilgerarbeit“ Rede und Antwort. Stellwände, sogenannte „Roll-Ups“, zeigen erste Fakten zu den Arbeitsbereichen und Flyer mit näheren Informationen und Kontaktdaten können mitgenommen werden.



Auf diese Weise wollen wir nicht nur neue Freiwillige gewinnen, sondern gleichzeitig unsere Kirchengemeinde mit ihren verschiedenen Bereichen zeitgemäß und ansprechend präsentieren.

**Julia Siebrecht** | *Hauptkirche St. Jacobi Hamburg*

### Darstellung freiwilliger Arbeit in der lokalen Presse

Seit vielen Jahren nutzen wir als Mehrgenerationenhaus unseren gewachsenen und engen Draht zum Wochenblatt. Wöchentlich senden wir kurze Artikel und Ankündigungen an die Redaktion mit der Bitte um Veröffentlichung. Der Zeitaufwand ist gering und es sind keine Kosten damit verbunden. Häufig werden dann Veranstaltungen oder geplante Kurse gut sichtbar platziert. Immer wieder erleben wir, dass Besucherinnen und Besucher angetan sind vom Angebot und der Stimmung im Haus und dann überlegen, sich selbst ehrenamtlich zu engagieren. Auch kommt es vor, dass Redakteure von sich aus über uns schreiben. All dies trägt dazu bei, dass unsere Einrichtung in Billstedt als wichtiger Akteur und im Stadtteil bekannt bleibt.



**Kai Schiffer** | *Mehrgenerationenhaus Billstedt*

## Information und Kontakt



Ina-Marie Mühling



Ursula Kranefuß



Matthias Pregla



Marita Vollmer



### Institut für Engagementförderung

Rockenhof 1, 22359 Hamburg

Tel.: 040 519 000 915

Fax: 040 519 000 899

E-Mail: [info@ife-hamburg.de](mailto:info@ife-hamburg.de)

[www.ife-hamburg.de](http://www.ife-hamburg.de)

Beratung zu konkreten Fragen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erhalten Sie auch hier:  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: 040 519000 130

[www.kirche-hamburg-ost.de](http://www.kirche-hamburg-ost.de)

 Evangelisch-Lutherischer  
Kirchenkreis Hamburg-Ost

## klipp + klar

2014 | Nummer 6

# Gefällt mir!

Ehrenamtliche gewinnen und binden durch  
Öffentlichkeitsarbeit



Anregungen zum Ehrenamt und  
Freiwilligen Engagement



## Öffentlichkeitsarbeit: Ein Bild in den Köpfen verankern



Öffentlichkeitsarbeit will eine **Botschaft** und ein bestimmtes „Bild“ bei möglichst vielen Menschen fest verankern: Wer sich ehrenamtlich für eine gute Sache engagieren will, ist bei uns nicht nur willkommen, sondern findet auch einen **guten Rahmen**. Natürlich nützt die beste Öffentlichkeitsarbeit nichts, wenn Dinge versprochen werden, die gar nicht alltägliche Praxis sind. Das Bild, das nach außen gemalt wird, soll der Realität entsprechen.



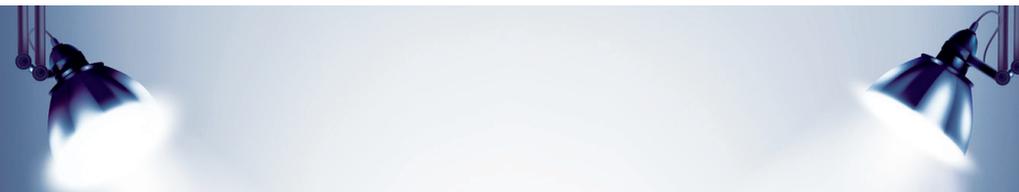
Ein **positives Image** baut sich nicht innerhalb weniger Monate auf. Es braucht einen langen Atem, um von den Ergebnissen guter Öffentlichkeitsarbeit profitieren zu können. Aber es lohnt sich: In einer Gemeinde oder Einrichtung, die einen **guten Ruf** in Sachen Ehrenamt hat, engagieren sich Menschen gerne. Öffentlichkeitsarbeit kann so auf lange Sicht helfen, weitere **Ehrenamtliche zu gewinnen**.



Und: Auch die schon vorhandenen Ehrenamtlichen sind Teil der Öffentlichkeit! Öffentlichkeitsarbeit denkt und schaut deshalb



immer **nach außen und nach innen**. Es macht für das Image einer Einrichtung/Gemeinde sehr viel aus, wie gut sich die Ehrenamtlichen **wahrgenommen, begleitet und ernst genommen** wissen. „Interne“ Öffentlichkeitsarbeit ist deshalb ebenso wichtig wie „externe“.



## **B**ilder entstehen, wenn Öffentlichkeitsarbeit konsequent betrieben wird.

Menschen wissen dann mit der Zeit: Diese Gemeinde oder Einrichtung redet nicht nur vom Ehrenamt – sie weiß auch, wie man ehrenamtliche Arbeit gut gestaltet. Es entsteht ein bestimmtes Image. Und ein gutes Image in Sachen Ehrenamt ist für jede Organisation wertvoll. Jedenfalls dann, wenn sie ernsthaft neben den Hauptamtlichen auch viele freiwillig engagierte Menschen behalten und neu gewinnen will.

## **I**nternet und neue Medien gehören für viele zum Alltag.

Ein Internetauftritt ist so etwas wie ein permanentes Schaufenster: Was hier drin steht, das ist für unsere Gemeinde oder Einrichtung wichtig und das kann man auch bei uns finden. Fehlt der Hinweis auf die Bedeutung des Ehrenamtes in der eigenen Organisation, wird im Normalfall bei den Besucher/innen der Website der (falsche) Eindruck entstehen: Hier gibt es vieles, aber dies ist kein Ort, an dem ich mich ehrenamtlich sinnvoll engagieren kann. Seltsam, wenn gleichzeitig im Gemeindebrief oder in der Zeitung aufgerufen wird: „Dringend Ehrenamtliche gesucht!“.

## **L**angfristiges Denken und Handeln sind Hauptmerkmale von Öffentlichkeitsarbeit.

Es braucht viel Zeit und Ausdauer, die eigene Organisation in unterschiedlichster Weise als einen guten Ort für Ehrenamtliche darzustellen. Viele kleine Botschaften für ganz verschiedene Zielgruppen müssen je nach Anlass gesetzt werden – und das nicht nur einmal, sondern immer wieder. Nur so entsteht ein bestimmtes Image einer komplexen Organisation. Und nur so können mögliche falsche Bilder korrigiert werden.

## **D**ialoggruppen, so werden in der Öffentlichkeitsarbeit die „Zielgruppen“ genannt.

Der Ausdruck macht deutlich, was ein Hauptanliegen jeder Öffentlichkeitsarbeit ist: Einen Dialog mit Menschen führen, in Kontakt treten und ins Gespräch kommen. Die Kommunikation soll im besten Fall beiderseitig sein. Menschen sollen über unsere Organisation sprechen und mit uns in Kontakt treten. Sie sollen sagen, was sie gut finden oder vermissen. So entstehen gute „öffentliche Beziehungen“. Deshalb wird in diesem Zusammenhang auch von „Public Relations“ gesprochen.

## Öffentlichkeitsarbeit: Mit den richtigen Fragen beginnt es

Welche Dialoggruppen wollen wir erreichen?  
Welche Medien nutzt die jeweilige Dialoggruppe?

Was wissen wir über ehrenamtliche Arbeit in unserer Einrichtung/Gemeinde?  
(Personen, Zahlen, Arbeitsbereiche, Erfolge, Problemstellungen ...)

Wird auf der ersten Seite unserer Homepage erkennbar, dass wir eine „Ehrenamts-Organisation“ sind?

Woran merken wir, dass ehrenamtlich Mitarbeitende bei uns zufrieden sind?  
(Kriterien benennen)

Wie stellen wir die Vielfalt ehrenamtlicher Möglichkeiten im Gemeindebrief dar?

Welche Information ist für alle ehrenamtlich Mitarbeitenden interessant und wie vermitteln wir sie?

Welche Informationen sind für die Presse (z.B. Wochenzeitung) wirklich interessant?

Welche Anlässe können wir nutzen, um unsere Freiwilligenarbeit in Foren oder Veranstaltungen zu präsentieren?

Kennen wir unsere Lokalredakteure, Lokalredakteurinnen?

Lohnt es sich, einen internen Bereich für Ehrenamtliche auf der Homepage einzurichten?

## Öffentlichkeitsarbeit: Es geht auch nach innen

Öffentlichkeitsarbeit fängt beim Blick nach innen an. Die schon vorhandenen ehrenamtlich Mitarbeitenden bilden daher eine wichtige eigene Dialoggruppe. Es ist notwendig, auch nach innen Vertrauen, Ehrlichkeit und offene Kommunikation zu erreichen. Warum also nicht eine interne Pinnwand für Anregungen, Anfragen und wichtige Mitteilungen einrichten? Zum Beispiel auf der Internetseite als Bereich, der nur Mitarbeitenden zugänglich ist.