

Konzept »Öffentlichkeitsarbeit«

der Evangelischen Jugend im Donaukanal Regensburg

1. Grundbeschreibung

Wie aus der Konzeption der Evangelischen Jugend im Donaukanal Regensburg zu entnehmen ist, betreiben wir eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit. Unsere Angebote und Inhalte sowie unser Profil werden sowohl von der kirchlichen als auch der allgemeinen Öffentlichkeit wahrgenommen.

Zum Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gehören:

- » Corporate Identity (Wiedererkennungswert und definiertes Erscheinungsbild)
- » Kommunikations- und Werbemittel
- » Internetauftritt
- » Social Media
- » Publikationen
- » Werbeveranstaltungen
- » Pressearbeit

1.1 Ziele

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche und Eltern

- » Bewerben der verschiedenen Angebote
- » Bitten um finanzielle Unterstützung bei Eltern und Freunden der Jugendarbeit
- » Gewinnen von Eltern zur Mitgliedschaft bzw. Mitwirkung im Förderverein
- » Gewinnen von neuen Mitarbeitenden und Teilnehmenden

Zielgruppe: Mitarbeitende

- » Weitergeben von Informationen an ehrenamtliche und haupt-/nebenberufliche Mitarbeitende auf Dekanats- und in den Kirchengemeinden
- » Stärken der Identifikation mit dem Profil der Evangelischen Jugend im Donaukanal Regensburg

Zielgruppe: Kirchliche und allgemeine Öffentlichkeit

- » Wahrnehmen der Arbeit der Evangelischen Jugend durch die Entscheidungsträger
- » Wahrnehmen von Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Vernetzung durch Verantwortliche und Mitarbeitende in den Kirchengemeinden
- » Gewinnen von Sponsoren und Kontaktpflege, auch zu Stiftungen und politischen Entscheidungsträgern

1.2 Umsetzung

Die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Jugend im Donaukanal Regensburg wird von einer dafür beauftragten Person aus dem Team der Dekanatsjugendreferent:innen koordiniert. Sie trägt die Gesamtverantwortung für die Bereiche Corporate Identity, Internet, Pressearbeit und Veröffentlichungen.

Ein Arbeitskreis für Öffentlichkeitsarbeit (AKÖ) berät und begleitet diese Person in konkreten Fragen. Er setzt sich zusammen aus Mitgliedern der Dekanatsjugendkammer sowie weiteren Interessierten. Sie bringen bei den Diskussionen über Anschaffungen und Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit unter anderem die Perspektive der jungen Zielgruppen ein und übernehmen wichtige Funktionen in der Netzwerkarbeit. Größere Anschaffungen und Grundsatzentscheidungen bedürfen einer Zustimmung der Dekanatsjugendkammer.

Wenn sich die professionelle Umsetzung von Veröffentlichungen und Projekten der Öffentlichkeitsarbeit nicht durch eigene Mitarbeitende realisieren lässt, werden Fachleute auf Honorarbasis damit betraut. Dabei sind die dafür zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel zu beachten oder eine Finanzierung durch Sponsoring sicherzustellen.

2. Öffentlichkeitsarbeit im Überblick

Die Vielfalt der Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit sind einer Arbeitswertigkeit unterzogen, die durch eine Rangfolge zum Ausdruck gebracht wird. Diese sollte je nach äußeren Umständen, z. B. Personalsituation, besondere Berücksichtigung finden. Aus der dreigliedrigen Abstufung leiten sich folgende Prioritäten ab:

- A – Arbeitsfeld mit zentraler Bedeutung
- B – Wichtiger Arbeitsbereich
- C – Sinnvolle und notwendige Aufgaben mit nachgeordneter Bedeutung

2.1 Allgemeines äußeres Erscheinungsbild

	Was	Zielgruppen	Zuständig
A	Logo, Corporate Identity, Claim »Gemeinsam mehr erleben!«	Kinder und Jugendliche, Eltern, Mitarbeitende, kirchliche und allgemeine Öffentlichkeit → Wiedererkennungswert	Zuständige:r DJR, AKÖ, Fachleute (u. a. Amt für Jugendarbeit → Logorechte!)
B	Printmedien (u. a. Visitenkarten, Briefpapier, Schreibblöcke, Geburtstagskarten)	Ehrenamtliche, Mitarbeitende, Kolleg:innen, Sponsoren, Presse, Geschäftspartner:innen → Außenwirkung und Identifikation mit der Evangelischen Jugend	Zuständige:r DJR, AKÖ, Fachleute
B	Bus mit Werbeaufschrift	Ehrenamtliche, Mitarbeitende, Vermietung an Kolleg:innen, Kirchengemeinden und Einrichtungen → Außenwirkung und Identifikation mit der Evangelischen Jugend	Zuständige:r DJR, AKÖ
C	Merchandise- Produkte	Ehrenamtliche, Mitarbeitende → Außenwirkung	Zuständige:r DJR, AKÖ
C	Give-aways (u. a. Kugelschreiber, Kochschürzen, Geschenke)	Ehrenamtliche, Mitarbeitende, Kolleg:innen → Außenwirkung und Identifikation mit der Evangelischen Jugend	Zuständige:r DJR, AKÖ
C	Banner, Beachflag	Teilnehmende der betreffenden Veranstaltungen, vorbeilaufende Passanten → Außenwirkung	Zuständige:r DJR, AKÖ, Fachleute, Leitung der jeweiligen Aktion

C	Glücksrad	Verleih an Kirchengemeinden und Einrichtungen, Teilnehmende der betreffenden Veranstaltungen, vorbeilaufende Passanten → Außenwirkung	Zuständige:r DJR, AKÖ, Leitung der jeweiligen Aktion
---	-----------	--	---

2.2 Direktkontakte

	Was	Zielgruppen	Zuständig
A	Mundpropaganda als Direktwerbung	»Freunde der Freunde« der Evangelischen Jugendarbeit	Alle
B	Besuche in den Kirchengemeinden, Servicekatalog als breites Angebot	Ehrenamtliche, Mitarbeitende in den Kirchengemeinden Kinder, Jugendliche und Eltern in den Kirchengemeinden je nach Anlass	Alle DJR, Ehrenamtliche (v.a. DJKa und LK)
C	Veranstaltungen (z. B. Bürgerfest, Infostände)	Kinder, Jugendliche, Eltern, Mitarbeitende, kirchliche und allgemeine Öffentlichkeit	AKÖ, Ehrenamtliche, zuständige:r DJR

2.3 Internet

	Was	Zielgruppen	Zuständig
A	Homepage	Ehrenamtliche und Mitarbeitende, interessierte Teilnehmende und Eltern, Kirchengemeinden, Sponsoren, Presse	Zuständige:r DJR, Webmaster, AKÖ
A	Rundmails, Newsletter, WhatsApp Broadcastliste	Ehrenamtliche und andere interessierte Jugendliche, Eltern, Kirchengemeinden, Haupt- und Nebenberufliche in der Jugendarbeit	Zuständige:r DJR
B	Evangelische Termine	Homepagenutzer, Einrichtungen (u. a. Dekanat und Kirchengemeinden), Presse	Zuständige:r DJR
C	Social Media (u. a. Instagram, Facebook, Youtube)	Jugendliche, Ehrenamtliche, Mitarbeitende, sonstige Interessierte →Außenwirkung, institutionsübergreifende Netzwerkarbeit	Zuständige:r DJR

2.4 Pressearbeit

	Was	Zielgruppen	Zuständig
A	Presseinfos und Presseberichte	v.a. Eltern und weitere meist erwachsene Interessierte	Zuständige:r DJR
B	Pressekontakte pflegen, Verteiler aktuell halten	Diverse Zeitungen und Online-redaktionen, Radio- und TV-Sender im gesamten Donaukanal	Zuständige:r DJR
C	Radio- und TV-Beiträge	v.a. Eltern und weitere meist erwachsene Interessierte	Zuständige:r DJR, Ehrenamtliche aus beteiligten Aktionen

2.5 Veröffentlichungen

	Was	Zielgruppen	Zuständig
A	Flyer	Teilnehmende der letzten Jahre und deren Eltern, Kirchengemeinden und Religionslehrkräfte als Multiplikatoren	Zuständige:r DJR
A	Konzeption, Einzelkonzepte	Ehrenamtliche, Mitarbeitende, Kirchengemeinden, Menschen des öffentlichen Lebens, Sponsoren	Geschäftsführende:r DJR, DJKa
B	Imageflyer	Eltern, Teilnehmende, Kooperationspartner, Presse, Sponsoren	Zuständige:r DJR, AKÖ, Fachleute für Layout
B	Imageheft	Teilnehmende der letzten Jahre und deren Eltern, Kirchengemeinden und andere Einrichtungen, Religionslehrkräfte, Sponsoren, Menschen des öffentlichen Lebens (z. B. Politiker:innen)	Zuständige:r DJR (Inhalte, Sponsoren etc.), AKÖ, Fachleute für Layout
B	Gemeindebrief-Infos (u. a. Evangelisch in Regensburg)	Kirchengemeinden, Gemeindemitglieder	Zuständige:r DJR
C	Plakate	v.a. Kirchengemeinden, Kooperationspartner von Veranstaltungen	Leitung der jeweiligen Aktion, zuständige:r DJR
C	Terminkärtchen mit Jahresübersicht	Ehrenamtliche, Mitarbeitende, Kolleg:innen, Kirchengemeinden	Zuständige:r DJR
C	Dankeskarte für Spendenbeiträge	Eltern, Teilnehmende, Sponsoren, Kirchengemeinden	Zuständige:r DJR Förderverein

2.6 Sonstiges

	Was	Zielgruppen	Zuständig
B	AK Öffentlichkeitsarbeit	Ehrenamtliche aus der DJKa und andere Interessierte	Zuständige:r DJR
C	Fundraising mit eigenem Konzept	Sponsoren, Firmen, Privatpersonen, Stiftungen	Zuständige:r DJR, Förderverein

Dieses Konzept wurde von der Dekanatsjugendkammer am 12.06.2024 beschlossen und verabschiedet.