

Kommunikationskonzept



für den Seelsorgebereich
Leverkusen-Südost

GLAUBEN.
HEUTE.
LEBEN.



Seelsorgebereich Leverkusen Südost

Kommunikationskonzept für den Seelsorgebereich Leverkusen Südost

Katholischer Kirchengemeindeverband Leverkusen-Südost
Steuergruppe Kommunikation | Bergische Landstr. 51
51375 Leverkusen

Mitarbeit:

Adrian Forreiter, Hans-Jörg Ganslmeier, Britta Hoffmann, Simon Kierdorf, Franziska von Kollrepp, Michelle Olion (Kommunikationsberatung Erzbistum Köln), Hendrik Voss, Tobias Wolf, Heidrun Zierke, George Njonge.

Dieses Kommunikationskonzept wurde am 08.02.2023 im Pfarrgemeinderat beraten und am 19.04.2023 vom leitenden Pfarrer in Kraft gesetzt. Eine Überarbeitung erfolgte zuletzt am (21.03.2023).

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung - Wer sind wir?	4
2 Für wen und warum machen wir Öffentlichkeitsarbeit?	8
3 Analyse (IST-Zustand).....	9
3.1. Wie kommunizieren wir aktuell?	9
3.1.1 Print-Medien.....	9
3.1.2 Online	13
3.1.3 Außendarstellung	14
4 Ziele (Soll-Zustand).....	17
4.1 Positionierung:	17
4.2. Ausformulierte Ziele.....	17
5 Maßnahmen.....	20
6 Probleme.....	21
6.1. Das Logo:	21
Anhang.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Maßnahmen und Ihre Priorisierung – Vorschlag der Steuergruppe Kommunikation März 2023	Fehler! Textmarke nicht definiert.

1 Einleitung - Wer sind wir?

Wir sind der Seelsorgebereich Leverkusen Südost, ein Zusammenschluss der katholischen Kirchengemeinden St. Albertus Magnus, St. Andreas, St. Franziskus, St. Johannes der Täufer, St. Joseph, St. Matthias und St. Nikolaus. Unter dem Motto "Glauben. Heute. Leben." versuchen Menschen in unterschiedlichen Stadtteilen Leverkusens den katholischen Glauben in ihrem Leben sichtbar zu machen.

Dieses Motto setzt sich wie folgt zusammen:

- GLAUBEN als Fundament des Lebens, das trägt und stärkt und heilt. Wir wollen Übersetzer sein und Berührung ermöglichen.
- HEUTE, das heißt in Offenheit für Neues, für die Menschen und ihre wirklichen Fragen, so wie sie jetzt da sind, so bunt, aktuell und modern kommuniziert, wie möglich.
- LEBEN in Freude, Bewegung und Begegnung. Beziehung zu Gott und Menschen fördern, es soll erfahrbar werden: Dein Leben hat Relevanz.

Unsere Gemeinden:

Eine Kernfrage für uns als katholische Kirche heißt: Wie können wir die Menschen in den unterschiedlichen Lebenswelten heute erreichen?

In unseren Gemeinden, Stadtteilen und Straßen leben Menschen mit unterschiedlichen Lebensauffassungen, Wertorientierungen und Einstellungen (etwa zu Arbeit, Konsum, Familie, Freizeit, Kirche und Religiosität). Sie unterscheiden sich zudem hinsichtlich ihrer soziodemographischen Merkmale (etwa Geschlecht, Alter, Einkommen, Bildung, Anzahl der Personen im Haushalt, Anzahl der Kinder, Nationalität und Religionszugehörigkeit). Anhand von Sinus-Milieus, einem etablierten sozialwissenschaftlichen Modell, ist der Versuch unternommen worden, Menschen mit ähnlichen Merkmalen entlang zweier Dimensionen (Soziale Lage und normative Grundorientierung) in Gruppen Gleichgesinnter, so genannte

„Milieus“ zusammenzufassen.¹ Für das Erzbistum Köln liegen hierfür Daten vor, in denen bis auf die Ebene der Pfarreien dargestellt wird, in welchen Lebenswelten diese agieren. Wenn man weiß, welche Menschen in den Gemeinden leben, können diese Daten genutzt werden, um Kirchliche Angebote besser auf die unterschiedlichen Lebenswelten der Menschen in Gemeinde und Seelsorgebereich auszurichten („milieusensible Pastoral“) und/oder, um zielgruppenspezifischer zu kommunizieren.²

Einer Studie zu Folge haben nur wenige Milieus (2-3 von 10 Sinus-Milieus) enge Berührungspunkte zur Gemeinde und sind deshalb gut für kirchliche Kommunikation erreichbar.³ Für die Mehrheit der Menschen (in anderen Milieus) müssten folglich neue (crossmediale) Kommunikationswege und Pastorale Angebote geschaffen werden, um in der breiten Gesellschaft und nicht nur in einem kleinen Teil kirchennaher Milieus das Evangelium zu verkünden („milieusensible vs milieuverengte Pastoral“). Neben dem Blick auf die Milieus im Seelsorgebereich würde sich zur Planung von Pastoralen Angeboten und kirchlicher Kommunikation ebenfalls der Blick auf weitere sozio-strukturelle Daten lohnen, etwa Altersstruktur, Familienstand, Kinderanzahl usw. Exemplarisch erfolgt nachfolgend jedoch lediglich ein Blick auf die Milieuverteilung in Seelsorgebereich und Gemeinden.

¹ Für eine Darstellung der Gruppen der Sinus-Milieus vgl. Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss, abrufbar unter https://www.microm.de/fileadmin/microm_Datenhandbuch_2019.pdf, abgerufen am 12.01.23

² Vgl. hierzu: MDG Trendmonitor 2021, abrufbar unter: https://www.dbk.de/fileadmin/redaktion/diverse_downloads/presse_2021/2021-118c-Pressegesprach-MDG-Trendmonitor-Studienzusammenfassung.pdf, abgerufen am 12.01.23

³ Für eine Darstellung kirchennaher und -ferner Milieus siehe <https://www.feinschwarz.net/milieuverengte-pastoral/>, abgerufen am 12.01.23

Tabelle: Überdurchschnittliche/ unterdurchschnittliche Präsenz von Milieus nach Pfarreien (Abweichung vom Bundesdurchschnitt).

	Sozial gehobene Milieus				Milieus der Mitte			Milieus der unteren Mitte / Unterschicht		
	Konservativ-Etabliert	Liberal-Interlektuell	Performer	Expeditives	Bürgerliche Mitte	Adaptiv-pragmatisch	Sozial-ökologisches	Traditionelle	Hedonistische	Prekäre
St. Albertus Magnus	+20%	+31%	+14%	+6%	-8%	+1%	+26%	-22%	-13%	-29%
St. Andreas	+5%	+16%	+16%	+6%	-12%	+9%	+20%	-14%	+1%	-22%
St. Franziskus	-3%	-1%	-18%	-23%	0%	-10%	+5%	+8%	+20%	+7%
St. Johannes d. Täufer	-12%	-14%	-20%	-18%	-2%	-3%	-3%	+11%	+28%	+8%
St. Joseph	-20%	-23%	-24%	-9%	-14%	0%	0%	+13%	+21%	+9,5%
St. Matthias	+2%	+5%	-6%	-7%	-7%	+4%	+12%	-17%	+13%	-11%
St. Nikolaus	+20%	+31%	+15%	-3%	-16%	+13%	+38%	-30%	-13%	-23%

Dieses Kommunikationskonzept soll ein "lebendes Dokument" sein. Die hier nachfolgend beschriebenen Ziele und die hier vorgeschlagenen Maßnahmen sollen regelmäßig (nach 12 Monaten) überprüft werden. Hierzu bietet sich das SMART-Prinzip an.

- Ist das Ziel *spezifisch* (konkret und eindeutig) formuliert worden? (S)
- Ist das Ziel *messbar* erreicht worden? Ist es möglich zu überprüfen, ob das Ziel erreicht wurde? (M)
- Ist das Ziel *attraktiv* genug, es zu erreichen? Ist es für alle Beteiligten erstrebenswert? (A)
- Ist das Ziel *realistisch*? Ist es machbar? (R)
- Ist das Ziel *terminierbar*? Ist es in einem überschaubaren Zeitraum erreichbar? (T)

2 Für wen und warum machen wir Öffentlichkeitsarbeit?

Bei uns im Seelsorgebereich leben viele unterschiedliche Menschen. Diversität ist für uns besonders wichtig, weil wir möglichst jedem und jeder signalisieren möchten, dass wir für sie da sind. Die ärmsten und reichsten Stadtteile Leverkusens sowie Menschen mit völlig unterschiedlichen Beziehungen zu Glaube und Kirche, Bildungsniveau und Herkunft sind Teil von uns. Bei uns leben sowohl Senioren als auch junge Paare und Singles, Familien mit Kindern, Alleinerziehende und viele Jugendliche. Wir möchten in möglichst vielen Milieus präsent sein. Dafür möchten wir möglichst viele Angebote wie Events, Orte, Gruppen schaffen und nutzen. Christ und Christin zu sein bedeutet für uns aber auch, über den Tellerrand zu schauen und in Kontakt und Dialog mit anderen Religionen zu treten. Die Begegnung mit unterschiedlichen Arten zu Glauben sowie vielfältigen Charismen und Talenten bereichert unseren Glauben und unser Zusammenleben. Leverkusen Südost ist bunt und soll genauso nach außen kommuniziert werden. Wir wollen versuchen, möglichst viele Menschen über unterschiedliche Medien zu erreichen.

Zielgruppen:

- *Gottesdienst-Gemeinde*
- *Aktive Gemeindemitglieder*
- *Ehrenamtlich/Hauptamtlich-Mitarbeitende*
- *Interessierte* (darunter verstehen wir: Gemeindemitglieder, die nicht aktiv am Gemeindeleben teilnehmen, Christ/innen aus anderen Gemeinden, Menschen, die nach Diensten der Kirche fragen (in freudigen wie traurigen oder schwierigen Lebenssituationen).)
- *Menschen, die in unseren Stadtteilen leben.*

3 Analyse (IST-Zustand)

3.1. Wie kommunizieren wir aktuell?

3.1.1 Print-Medien

Pfarnachrichten “Kompass aktuell” (erscheint jede Woche samstags)

Im „Kompass aktuell“ sollen die Menschen in unserer Gemeinde alle Informationen rund um das aktuelle Geschehen im Seelsorgebereich bekommen. Sie finden hier die Gottesdienstordnung mit entsprechenden Messintentionen, aber auch Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen in der kommenden Woche und die Adressen für Ansprechpartner und Ansprechpartnerinnen in der Gemeinde.

Zielgruppe:

- Gottesdienst-Gemeinde

Erscheinungsweise:

- Print, nicht online abrufbar
- wöchentlich samstags
- Din A5, 8-seitig geheftet
- Druckhaus Boeken | Auflage 700 Stück

Verantwortliche:

- PAS (Pfarramtssekretärin), aktuell: Monika Reimann (Layout),
- Hendrik Hülz

Pfarrbrief "Kompass" (3mal im Jahr)

Der Pfarrbrief hat in jeder Ausgabe ein neues Oberthema und wurde in den letzten Jahren zu einem "Magazin" weiterentwickelt. Das Schwerpunktthema muss nicht unbedingt kirchlich sein, wenngleich immer Anknüpfungspunkte zu Glaube und lokalen Bezügen gesucht werden. Jeder, der sich berufen fühlt, kann hier Artikel veröffentlichen. Außerdem ist im Pfarrbrief Platz für Termine, Jubiläen, besondere Veranstaltungen und ein geistliches Wort. Neue Mitarbeiter werden vorgestellt und willkommen geheißen, ehemalige Mitarbeiter werden verabschiedet. Die Themen und Texte kommen wie folgt zusammen: Das Pfarrbrief-Team schreibt Gruppierungen und Menschen im Seelsorgebereich an und durch ein Schneeballsystem finden sich die Autoren für den Pfarrbrief. Aktuell ruht die Erstellung des Pfarrbriefes aus personellen Gründen.

Zielgruppe:

- Gemeindemitglieder (Information, Identifikation), Interessierte (Information, positives Kirchenbild, lokaler Bezug).

Erscheinungsweise:

- 3x im Jahr (Weihnachten, Ostern, Sommer)
- Print in alle Haushalte durch ehrenamtliche Boten,
- PDF online auf der Webseite
- Din A4 | ca. 40-60 Seiten
- Pfarrbriefdruckerei | Auflage ca. 14000 Stück

Verantwortliche:

- Adrian Forreiter und ein Team von Ehrenamtlichen (redaktionell und Layout),
- Werbung: Helmut Dick
- Verteilung: ehrenamtliche Verteiler/innen.

Proklamandum (wöchentlich, samstags/sonntags)

Das Proklamandum bringt am Ende des Gottesdienstes wichtige Veranstaltungen und Hinweise zu Gehör. Vorwiegend sind dies Informationen aus „Kompass aktuell“, aber auch neue Infos, z.T. auf den jeweiligen Kirchort abgestimmt.

Zielgruppe:

- Gottesdienst-Gemeinde

Erscheinungsweise:

- mündlich, samstags/sonntags

Verantwortliche:

- PAS Monika Reimann,
- Pastoralteam

Post-/Grußkarten

Pfingsten: Grußkarte für ehrenamtliche Mitarbeiter/innen

Weihnachten: Grußkarten für die Bewohner der Seniorenheime, werden auch in Kirchen ausgelegt.

Geburtstage: Grußkarten für 80./85./90. und alle folgenden Geburtstage.

Zielgruppe:

- Ehrenamtler/innen,
- Bewohner der Seniorenheime,
- Gemeindemitglieder

Erscheinungsweise:

- Pfingsten,
- Weihnachten,
- Anlassbezogen

Verantwortliche:

- PAS Monika Reimann,
- Pastoralteam

Flyer / Plakate

Zur Bewerbung von Gemeindeveranstaltungen werden von verschiedenen gemeindlichen Gruppen und Vereinen Plakate und Flyer erstellt.

3.1.2 Online

Website

Auf der Website des Seelsorgebereichs Leverkusen Südost finden die User aktuelle Infos zu Veranstaltungen, geistliche Impulse, Wissenswertes über die einzelnen Pfarreien und auch Informationen zu Angeboten des Seelsorgebereichs. Von Kirchenmusik über Jugendarbeit bis hin zu Sakramenten wird man hier fündig.

Verantwortliche:

- Adrian Forreiter,
- Simon Kierdorf

Social Media

Der Seelsorgebereich Leverkusen Südost besitzt mehrere Social Media-Kanäle: Instagram, Facebook und YouTube. Hierbei werden die Kanäle unterschiedlich genutzt. Auf Instagram und Facebook wird auf Veranstaltungen hingewiesen, Impulse geteilt, ebenso Reihen, die beispielsweise im Videoformat produziert werden. Verschiedene Gruppierungen und Verbände pflegen zusätzlich ihre eigenen Kanäle. Der YouTube-Kanal hingegen steht mehr für die Live-Gottesdienste zur Verfügung. Außerdem gibt es Grüße und Impulse im Videoformat für besondere Anlässe. Aktuell wird der YouTube-Kanal nicht bedient.

Verantwortlich:

- George Njonge

3.1.3 Außendarstellung

Schriftenstände

An den Schriftenständen finden sich Pfarrbriefe, die Pfarrnachrichten („Kompass aktuell“), Programme des Bildungsforums, Flyer für gemeinde-, dekanats- und bistumsweite Veranstaltungen, z.T. auch Informationen zur Geschichte der jeweiligen Kirche und Verschiedenes. Hier ist auch Platz für überregionale Angebote, z.B. die Aufrufe von Hilfsorganisationen.

Verantwortliche:

- Küsterinnen und Küster

Schaukästen

In den Schaukästen findet man die Aushänge für kommende Veranstaltungen und Termine von Gemeinde-Gruppierungen, dekanats- und bistumsweiten Angeboten, katholischen Verbänden etc.

Jeden Freitagmorgen kommt das gesamte Infomaterial, das ausgehängt werden soll, (per Botendienst) in die einzelnen Kirchen. Dort werden die Schaukästen dann i.d.R. von den Küstern der jeweiligen Kirchen bestückt. Nicht alle vorhandenen Schaukästen werden derzeit gleich bestückt, einige scheinen „brach“ zu liegen.

Anzahl der Schaukästen:

- St. Andreas (4 Kirchplatz, 1 Kirche, 1 Pfarrsaal)
- St. Albertus Magnus (2 Saarstraße, 1 Humperdinckstr. vor dem Pfarrsaal)

- St. Franziskus (1 an Kirche, 1 am Pfarrsaal, 1 am Café Franz, 1 Steinbücheler Str.)
- St. Johannes d. Täufer (2 vor der Kirche, 1 Alkenrather Str.)
- St. Joseph (2 Pfarrkirche)
- St. Matthias (1 am Kirchvorplatz, 1 Brandenburger Str., 1 Teltower Str., 1 Leimbacher Berg)
- St. Nikolaus (2 Pfarrkirche)

Verantwortliche:

- PAS Susanne Albers,
- Küsterinnen und Küster,
- Ehrenamtliche

Leitsysteme / Schilder / Service-Informationen

An den Pfarrbüros / im Pastoralbüro sowie an den Versammlungsstätten (Pfarrsäle etc.) und Kirchen finden Besucher/innen Aushänge und Serviceinformationen (etwa zu Öffnungszeiten).

Tabelle: Seelsorgebereichs-Medien und (primäre) Zielgruppen

Medium, Zielgruppe	Gottes- dienst- Gemeinde	Gemeinde- mitglieder	Ehren- amtliche / Haupt- amtliche	Interess- ierte	Menschen unserer Stadtteile
Kompass aktuell	x				
Pfarrbrief		x			
Proklaman- dum	x				
Post-/ Grußkarten		x	x		
Plakate/ Flyer	x	x		x	x
Webseite		x	x	x	
Social Media		x	x	x	
Schriften- stand	x				
Schau- kästen	x	x		x	x
Leit- systeme, Beschilder- ung, Service- infos	x	x	x	x	

4 Ziele (Soll-Zustand)

4.1 Positionierung:

1. Im Seelsorgebereich Leverkusen-Südost sollen alle Menschen angenommen werden, wie sie sind, egal welcher sozialen und kulturellen Herkunft, welcher Generation und egal welcher sexuellen Orientierung. Wer auf uns zukommt, soll sich willkommen fühlen. Die Gemeinde soll ansprechbar für jeden sein.
2. Im Seelsorgebereich Leverkusen-Südost wollen wir die Kirche und den Glauben zeitgemäß zu den Menschen bringen und in ihrem Leben präsent sein. Wir wollen Traditionen bewahren und zugleich innovative und moderne Angebote schaffen, mit denen wir uns den Herausforderungen des gesellschaftlichen Wandels stellen.
3. Der Seelsorgebereich Leverkusen-Südost soll immer auch ein Anlaufpunkt für Menschen sein, die Hilfe suchen. Auch in Krisenzeiten wollen wir die Menschen nicht alleine lassen, Ansprechpartner sein und ihnen beistehen.

4.2. Ausformulierte Ziele

Interne Kommunikation

- Jeder sollte wissen, mit welchem Anliegen er oder sie in welcher Situation die richtigen Ansprechpartner findet. → *siehe Maßnahme 1*
- Alle Informationen, die an den Kompass aktuell gehen (Druckdatei), sollten auch an alle hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschickt werden. → *siehe Maßnahme 3*

- Alle Informationen, die publiziert werden sollen (Plakate, Werbung für Veranstaltungen, für Instagram usw.), sollen bei EINER Emailadresse einlaufen, auf die jeder Verantwortliche Zugriff hat, damit sich die Mitarbeiter von Social Media und Website ihre Inhalte ziehen können. → *siehe Maßnahme 5*
- Auch ehrenamtlich Engagierte sollen die Möglichkeit haben, einzusehen, wann welche Räume belegt sind und eine direkte Anfrage an das Pastoralbüro zu stellen → *siehe Maßnahme 6*
- Es muss eine Möglichkeit gefunden werden, alle Engagierten zu erreichen, um flächendeckend informieren zu können, auch über die Hauptamtlichen hinaus. → *siehe Maßnahme 2*

Externe Kommunikation

- Die Printmedien benötigen dringend eine konzeptionelle Überarbeitung (im PGR bereits thematisiert) → *siehe Maßnahmen 7, 9, 12*
- Die Pfarrbrief-Redaktion muss personell besser ausgestattet werden. Das Layout ist zeitaufwendig und ehrenamtlich aktuell nicht leistbar. Die Zukunft des Pfarrbriefs ist aktuell unklar. → *siehe Maßnahmen 8, 9, 12*
- Die Website soll nutzerfreundlicher/ansprechender und informativer/aktueller werden. → *siehe Maßnahmen 7, 8, 9*
- Auf unseren Social Media-Kanälen wollen wir präsenter sein und "mehr Gesicht zeigen". → *siehe Maßnahmen 8, 9*
- Bisher erfolgt Social Media-Arbeit eher zufällig und wenig systematisch, hierfür muss ein Konzept unter Berücksichtigung der verschiedenen Ausspielwege erarbeitet werden. → *siehe Maßnahmen 8, 9*

- Die Schaukästen sollen mehr Aktualität erfahren. Bei den Aushängen sollte verstärkt auf Relevanz und Übersichtlichkeit geachtet werden. → *siehe Maßnahmen 10, 11*
- Hinweistafeln in den Versammlungsstätten heißen Besucher/innen willkommen und geben nützliche Informationen. → *siehe Maßnahmen 13, 14*

Bsp: Kirche: Willkommensgruß, Basisinformationen zur Kirche, Öffnungszeiten der Kirche, wo finde ich während des Gottesdienstes die nächste Toilette, gibt es eine Wickelmöglichkeit?, gibt es Kinderbücher zur Beschäftigung?

Bsp: Pfarrsaal: Willkommensgruß, Raumplan, wo finde ich welchen Raum, wo ist die nächste Toilette, gibt es eine Wickelmöglichkeit? Regelmäßige Termine / Raumbelugung laut KaPlan, Hausordnung, wo kann ich die Räume mieten? Öffentliches WLAN vorhanden?

- Serviceinformationen in den Schaukästen ausbauen (Willkommensgruß am Kirchort XYZ, Basisinformationen zur Kirche, Leitbild der Gemeinde "für wen sind wir da, s.u.", Ansprechpartner/innen) → *siehe Maßnahmen 13, 14*
- Einheitliche Werbung: Die Werbeunterlagen sollen angepasst eingesendet werden, damit sie im jeweiligen Medium ausgespielt werden können und die Formate nicht extra geändert werden müssen. → *siehe Maßnahmen 4, 8, 9*

5 Maßnahmen

1. Für die verbesserte interne Kommunikation eine Liste mit allen Ansprechpartnern und deren Funktion inkl. Kontaktdaten anfertigen.
2. Für den Versand zielgruppenspezifischer Informationen (z.B. an alle Ehrenamtlichen, an alle Chormitglieder, an alle, die sich für Kirchenmusik interessieren) ggf. ein Newsletter-Tool nutzen (z.B. cleverreach, sendinblue, OpenCMS), auf das eingewiesene Nutzer/innen (Ehrenamtliche wie Hauptamtliche) zugreifen können.
3. Einrichtung eines E-Mail-Verteilers für alle hauptamtlichen Mitarbeiter.
4. Eine Schulung für das Layout-Programm (vorzugsweise Indesign, Lizenz vorhanden) durchführen (lassen), damit jeder Mitarbeiter, der auf das Tool zur Bearbeitung des Kompass' zugreifen kann, damit arbeiten kann.
5. Ab sofort sollen alle Informationen, die publiziert werden sollen, auf folgende Mailadresse geschickt werden:
kommunikation-andreas@katholisch-lev.de
Der Zugriff auf das Postfach muss allen Verantwortlichen in der Kommunikation ermöglicht werden.
6. Ehrenamtlich Engagierte müssen einen Zugang zu KaPlan (Raumbelegung) bekommen.
7. Der KGV muss Ressourcen zur Überarbeitung und zum Relaunch der Website zur Verfügung stellen.
8. Eine Schulung für Kommunikationsverantwortliche mit Schwerpunkt Social Media soll angeboten werden.
9. Ressourcen für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit müssen geschaffen werden (z.B. Schaffung einer Stelle, Beauftragung einer Agentur, Verstärkte Einbindung und Unterstützung von ehrenamtlich Engagierten, etc.)

10. Aushänge sollen mit Ablaufdatum versehen werden, bzw. Veranstaltungsdatum beachtet werden.
11. Entschieden werden muss zudem, wie "brach" liegende oder weiter entfernt liegende Schaukästen bespielt werden sollen. (Alternativ Abbau in Betracht ziehen).
12. Der Pfarrgemeinderat muss diskutieren, ob das Medium Pfarrbrief auf Seelsorgebereichs-Ebene fortgeführt werden kann und soll (Prozess läuft).
13. Serviceinformationen und Aushänge in/ an den Büros, den Versammlungsstätten und Kirchen auf Zustand (teilweise vergilbt, zerissen,..), Aktualität, einheitliches Erscheinungsbild und Gehalt überprüfen und aktualisieren.
14. Hinweistafeln in den Versammlungsstätten und Kirchen überprüfen und überarbeiten, ggf. vereinheitlichen und neu erstellen. Den Fokus auf "Willkommenskultur" und nützliche Serviceinformationen legen.

6 Probleme

6.1. Das Logo:

Die ursprünglich geplante Entwicklung eines neuen Seelsorgebereichs-Logos ist derzeit ausgesetzt (aufgrund der Neustrukturierung im gesamten Erzbistum Köln wird Leverkusen zukünftig eine pastorale Einheit werden.) Braucht es bis dahin ein neues Seelsorgebereichs-Logo?

Anhang

Maßnahmen und Ihre Priorisierung – Vorschlag der Steuergruppe Kommunikation März 2023

Nr	Maßnahme	Priorität	Stakeholder	Erledigt
1	Eine Ansprechpartner-Liste (Seelsorger, Ehrenamtler, Gruppen, Gremien, Verbände) erstellen, Ehrenamtsliste aktualisieren	B	PAS Frau Hunold, SG Ehrenamt, Engagementförderung	
2	Newsletter-Tool			
3	E-Mail Verteiler für HA Mitarbeiter	A	VL Frau Hoffmann, PAS	
4	Schulung Layout-Programm	C		
5	Zentrale Kommunikations- E-Mail	A		x
6	KaPlan Zugang für EA - Leseberechtigung	A	PAS Frau Tusch	
7	Ressourcen für Website-Relaunch	B	KGV, Simon Kierdorf	
8	Social-Media-Schulung für Kommunikationsverantwortliche	B	SG Ehrenamt; VL Frau Hoffmann, Pater George	
9	Ressourcen für Kommunikation	A	KGV	
10	Aushänge, Schriften mit Ablaufdatum versehen o.Ä.	A	PAS; VL Frau Hoffmann	
11	Brachliegende oder entfernt liegende Schaukästen bespielen	C	KGV	
13	Serviceinformationen und Aushänge	A	Steuergruppe Kommunikation	