

Öffentlichkeitsarbeit in der PG

Basis-Infos und Checklisten für Pfarreiengemeinschaften: Ein Leitfaden für Haupt- und Ehrenamtliche



Checklisten: Was ist für die Pfarrei zu bedenken?

Text und Sprache	3
Bilder	4
Logo und Erscheinungsbild	5
Plakat und Flyer	6
Schaukasten	8
Telefon, E-Mails, Briefe, Medien-Kontakt	9
Internet-Auftritt	11
Pfarrbrief und Magazin	12
Social Media	13
Werbung	15
Newsletter	16
Gottesdienstanzeiger	17
Ortsschilder	18



Grafik: MoteOo/pixabay

Checklisten

Alles im Blick behalten: Sind Sie eher der Typ, der gerne Checklisten abarbeitet um nichts zu übersehen? Zu jedem Thema haben wir für Sie auch eine Checkliste erstellt.

Text & Sprache

Wie schreibe ich verständliche Texte, die gelesen werden? Probieren Sie gerne mal etwas Neues aus – [hier](#) gibt es ein paar Tipps, wie Sie den richtigen Einstieg dazu finden, zum Download.

- Abkürzungen in allen Veröffentlichungen ausschreiben (auch „Pfarreiengemeinschaft“ oder Monatsnamen bei Terminen). Einzige Ausnahmen: Heilige = Hl. oder Sankt = St.*
- Einheitliche Gestaltung: Bei Terminen den Wochentag, das vollständige Datum, die Uhrzeit und den Ort (Pfarrheime oder Kirchen möglichst mit Postanschrift) in immer gleicher Anordnung angeben.
- Begriffe gegebenenfalls erklären, zum Beispiel „Vesper**“, gestaltet von...“: keine Fremdwörter, keine Kirchensprache!
- Einfache, verständliche Sprache
- Positive Formulierungen verwenden: anstatt von „ihr müsst kommen“, lieber „wir freuen uns“, „ihr seid herzlich eingeladen“, ...)
- Texte nicht überfrachten, Luft lassen, „Weniger ist mehr“.

*) Diese Ausnahmen („St. Ulrich“) gelten nicht für Eigennamen, wie beispielsweise „Sankt Ulrich Verlag“ oder „Haus Sankt Ulrich“.

**) Vesper: Abend-Andacht mit Gebeten und Liedern



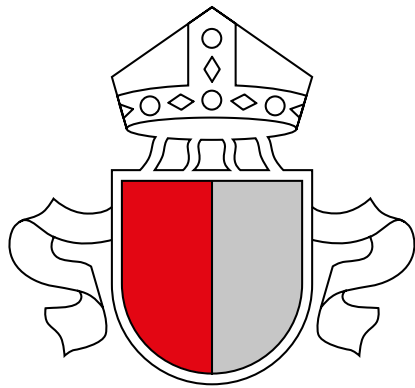
Foto: pixabay

Bilder

„Ein Bild sagt mehr als tausende Worte...“ – wie Sie professionelle, zeitgemäße und aktuelle Bilder machen, wie Sie die richtigen Motive wählen und was es mit den Bildrechten auf sich hat, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Bilder

- Transportiert ein Bild Positives (Helligkeit, Freundlichkeit, Stimmung, Wärme ...)?
- Wecken Abbildungen eventuell missverständliche Assoziationen beim Betrachter?
- Wirkt das Bild in seiner Größe oder wäre ein vergrößerter Bildausschnitt besser?
- Soll ein eigenes Fotoshooting mit einem Profi-Fotografen durchgeführt werden?
- Professionelle, zeitgemäße und aktuelle Bilder auswählen und verwenden
- Quellen- und Autorenangabe nicht vergessen! Quellen: am besten eigene Datenbank anlegen (und mit Bildrechten abspeichern)



BISTUM
AUGSBURG

Logo und Erscheinungsbild

Auf den ersten Blick erkennen, dass es sich um Themen aus der Pfarrei oder Pfarreiengemeinschaft handelt, ist „Aufgabe“ eines „Corporate Design“. Der Wiedererkennungseffekt durch ein professionelles Logo, Schriften, Farben und wiederkehrende Gestaltungselemente spielt nicht nur im kommerziellen Bereich eine wichtige Rolle. Überlegen Sie sich, ob Sie Ihre eigene „Marke“ präsentieren wollen. Infos dazu können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Logo und Erscheinungsbild

- Ein einheitliches, professionelles Auftreten der Pfarreiengemeinschaft sticht ins Auge
- Das Logo soll positive Assoziationen wecken
- Es sollte nicht zu komplex beziehungsweise nicht zu detailreich sein (Schriftart: weniger ist mehr)
- Das Logo sollte in verschiedenen Größen „funktionieren“: vom Kugelschreiber über die Website bis zur Plakatwand
- Das Logo sollte in verschiedenen Varianten „funktionieren“: farbig, schwarz-weiß, grau
- Farben (dem Anlass entsprechend passend, festgelegte Farbauswahl), Gestaltungselemente reduziert verwenden (Kreise, Wellen, Bögen, Zeichen etc.)
- Die Logodatei sollte in verschiedenen Formaten vorliegen: eps, jpg und png für den Einsatz im Druck (CMYK) und auf Bildschirmen (RGB)
- Das Logo (die Bildmarke) sollte auch als Icon (zum Beispiel bei Social Media) eingesetzt werden können
- Verwendung: immer als ganze Einheit verwenden (nicht zerteilen und nicht abändern)
- Um das Logo herum Platz lassen („Schutzraum“)
- Beim Verwenden von fremden Logos muss die Freigabe erteilt werden



Foto: Peter Weidemann in Pfarrbriefservice.de

Plakat und Flyer

Mit Plakaten und Flyern werben Sie für spezielle Angebote wie etwa neue Gottesdienstformen, innovative Veranstaltungen (zum Beispiel Bergexerzitien), Angebote für Kinder (wie Kinderchor), für Familien und für Gäste. Tipps, wie Sie ein Plakat zusammenstellen, welches Format jeweils passend ist und wie Sie es gestalten, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Plakat

- Format: mindestens A4, besser A3, am auffälligsten A1 (zum Beispiel im Plakatständer/Kundenstopper)
- Wenn vorhanden: eigenes Corporate Design durchgängig verwenden
- Gestaltungsgrundlagen beachten (eine/wenige Schriftarten, –größen, sparsam mit Auszeichnungen wie Unterstreichungen, Ausrufezeichen, kursiv, fett, ...)
- Wortwahl und Bildsprache beachten (wenige innerkirchliche Begriffe, auf allgemeines Verständnis achten)
- Große Bildfläche als Blickfang (Eyecatcher)
- Ansprechender, prägnanter, kurzer Titel für das Angebot oder die Veranstaltung
- Ggf. kurzer erklärender Text (was ist es genau, was ist das Besondere?)
- Termin, Ort mit genauer Adresse
- Bei Anmeldung: Kontaktdaten mit Telefon und E-Mail-Adresse, ggf. Kontaktperson
- Allgemeine Website-Adresse immer angeben
- Ggf. auf der Website weitere Informationen hinterlegen (mit Kurz-Link: www.pg-musterhausen.de/tolles-angebot) oder QR-Code
- Keine langen, beschreibenden Texte, weniger ist mehr!
- Impressum (Wer ist verantwortlich?) ►



Checkliste Flyer

- Format: DIN lang wirkt professioneller als DIN A5, Flyer mit 2-Seiten oder mit 4-Seiten für mehr Möglichkeiten/Informationen, ggf. auch 6-Seiter mit Wickelfalz
- Wenn vorhanden: eigenes Corporate Design durchgängig verwenden
- Gestaltungsgrundlagen beachten (eine/wenige Schriftarten, -größen, sparsam mit Auszeichnungen, ...)
- Wortwahl und Bildsprache beachten (wenige innerkirchliche Begriffe, auf allgemeines Verständnis achten)
- Bildfläche als Blickfang (Eyecatcher), kann kleiner als beim Plakat sein
- Ansprechender Titel für Angebot/Veranstaltung
- Ggf. kurzer erklärender Text auf der Titelseite (was ist es genau, was ist das Besondere?)
- Termin, Ort mit genauer Adresse
- Bei Anmeldung: Kontaktdaten mit Telefon und E-Mail-Adresse, ggf. Kontaktperson
- Allgemeine Website-Adresse immer angeben
- Ggf. auf der Website weitere Informationen hinterlegen (mit Kurzlink: www.pg-musterhausen.de/tolles-angebot)
- Impressum (Wer ist verantwortlich)
- Konkrete, längere Beschreibung des Angebots als Fließtext
- Logo schafft Vertrauen und Wiedererkennungswert
- Headline weckt Interesse
- Blickfang erzeugt Aufmerksamkeit
- Infos führen zur Aktion
- Logos von Partnern schaffen Vertrauen/Wichtigkeit

AIDA-Formel

Für Plakate und Flyer gilt ganz besonders die sogenannte **AIDA**-Formel:

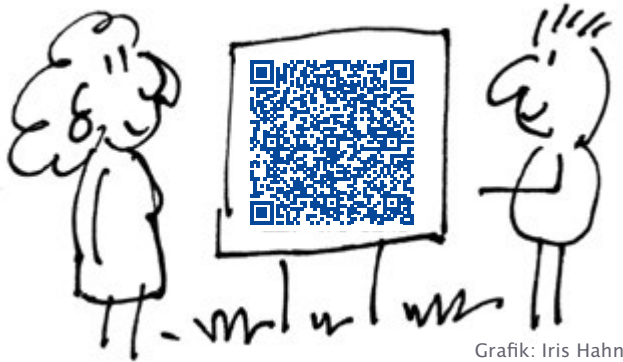
Attention: Aufmerksamkeit erregen (zum Beispiel durch ein außergewöhnliches Bild, eine unerwartete Aussage oder besondere Farbgestaltung)

Interest: Interesse wecken. Der Inhalt, beziehungsweise die Botschaft weckt ein grundsätzliches Interesse

Desire: Wunsch/Verlangen wecken: Die Veranstaltung wird als interessant und hilfreich wahrgenommen

Action: Der Wunsch wird auch konkret ausgeführt, die notwendigen Informationen für die Aktion müssen vorhanden sein. Wann findet die Veranstaltung statt? Wo findet die Veranstaltung statt (auch für Kirchenferne auffindbar)? Wo gibt es weitere Informationen? Wo kann man sich anmelden?

Schaukasten



Der Schaukasten vermittelt oft den ersten Eindruck einer Pfarrei. Bei der Gestaltung geht es nicht unbedingt darum, alles, was die Pfarrei zu bieten hat, unterzubringen, sondern Interesse für einzelne (besondere) Angebote zu wecken – und natürlich auch zu informieren. Witzige Ideen und einfache Tipps, wie der Schaukasten zu einem Blickfang werden kann, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Schaukasten

- Schaukasten gut pflegen (sauber, nicht kaputt, nicht löcherig, ...)
- Aktuelle Angebote und (häufig) wechselnde Gestaltung (evtl. digitaler Schaukasten)
- Plakate sortiert und mit einer gewissen Gestaltung platzieren (ihnen Raum und Luft geben, nicht aneinander „kleben“)
- Gleiche Inhalte immer am gleichen Platz (zum Beispiel Gottesdienst-Termine)
- Spezielle Angebote hervorheben, wie Kinder-/Familien-Gottesdienst, Jugendaktion, etc.
- Gut gestaltete Plakate verwenden (Angebote der PG, von Verbänden, der Diözese)
- Am Schaukasten auf die PG-Website mit QR-Code verweisen
- Gleiche und hochwertige Pins/Magnete; nicht verwendete Pins/Magnete müssen runter von der Pinnwand!
- Kontaktdaten zum Pfarrbüro, Pfarrer einbauen
- Wahl des Schaukasten-Platzes überlegen (Wer kommt vorbei?)



Foto: Markus Weinländer in: Pfarrbriefservice.de

Telefon, E-Mails, Briefe, Medien-Kontakt

Häufig ist das Pfarrbüro der erste Kontakt, den Menschen mit ihrem jeweiligen Anliegen aufnehmen. Ein freundlicher, professioneller Umgang miteinander ist dabei selbstverständlich. Ein paar grundlegende Elemente, was Sie im Umgang mit Anrufen, im Schriftverkehr und auch bei Medienanfragen beachten sollten, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Telefon

- Professionell melden: „Pfarreiengemeinschaft XY, mein Name ist N. N., wie kann ich Ihnen helfen?“
- Oder: „Hallo, hier ist N. N. von der Pfarreiengemeinschaft XY. Ich würde gerne mit Ihnen über den Erstkommuniontermin ihres Kindes XY sprechen“
- Freundliche und deutliche Sprache
- Immer freundlich bleiben
- Vor Absagen oder bei Unklarheiten erst intern klären und dann zurückrufen
- Höflich verabschieden
- Anrufbeantworter mit den Öffnungszeiten oder alternativen Wegen („schicken Sie uns eine E-Mail“)
- Fallback-Anrufbeantworter, wenn während der Öffnungszeiten niemand ans Telefon gehen kann
- Hinweis auf Anrufbeantworter: „Wir rufen Sie gerne zurück“

Checkliste E-Mails

- Professionelle E-Mail-Signatur am Ende jeder E-Mail
- Kontaktdaten Pfarrbüro und Kontaktperson
- Funktion Kontaktperson
- Erreichbarkeit der Kontaktperson
- Logo (wenn vorhanden)
- Link Website-Adresse
- Links auf Social-Media-Kanäle (wenn vorhanden) ►



Checkliste Briefe

- Professionelles Briefpapier (mit Corporate Design, falls vorhanden)
- Briefe sollten auch digital als PDF verschickt werden können (Briefkopf/-papier in Word hinterlegt)
- Kontaktdaten Pfarrbüro
- Öffnungszeiten Pfarrbüro
- Website-Adresse
- Konkreter Ansprechpartner mit persönlichen Kontaktdaten (wenn vorhanden)
- „Freundliche“ Sprache, kein „Behördendeutsch“

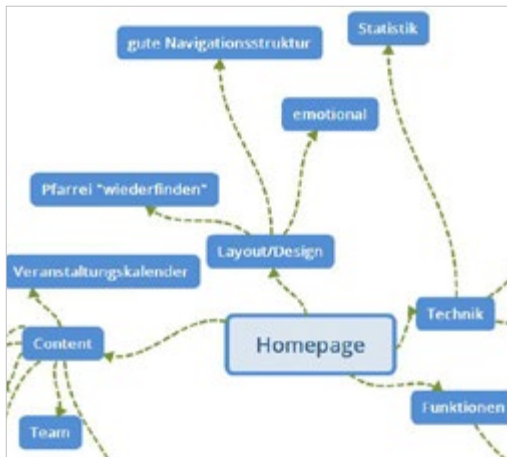
Checkliste 18. Geburtstag

Oft ist es für das Pfarrbüro oder die Kommunikations-AG schwer, die richtigen Worte gerade für heranwachsende PG-Mitglieder zu finden, daher unser Tipp: Die Zielgruppe (18-Jährige) selbst einen Brief schreiben lassen (zum Beispiel eine Schulklasse, Ministranten, die Jugendgruppe)

- Kurzer Text
- Jugendliche Ansprache („Du“)
- Leicht zugängliche Kontaktaufnahme (Angebot für ein Gespräch)
- Hinweis auf „junge“ Kommunikationsmittel wie Instagram, Facebook, Website (wenn vorhanden)
- Ansprechendes Bild des Ansprechpartners (Pfarrer, Jugendreferent/in)
- Evtl. ein einfaches Give-Away (Postkarte, Magnet, Aufkleber ...)

Checkliste Medienkontakt

- Gute Kontaktpflege mit Medienvertreter
- Vor Veranstaltungen Medien benachrichtigen und ggf. einladen (Termin, Ort, Inhalt und Ansprechpartner mitteilen)
- Absprache mit zuständigem Redakteur: Kommt er selber vorbei oder werden ihm der Text und die Fotos zugeschickt? Länge des Textes klären ebenso bis wann, wohin und wie er geschickt werden soll
- Kontakt für Rücksprache angeben
- Wenn der Redakteur kommt: als Ansprechpartner bereit stehen, Platz zuweisen, evtl. Interviewpartner vermitteln etc.
- Immer wieder kurze, pfiffige Ankündigungen an Medien geben. Oft reicht auch ein Bild mit einer Bildunterschrift.



Grafik: Gerhard Kinader

Internetauftritt

Eine gut strukturierte, übersichtliche und ansprechende (professionelle) Homepage ist wichtig. Sie sollte nicht vollgepackt mit möglichst vielen Informationen sein, sondern in erster Linie mit den notwendigsten (Kontakten und Terminen). Dabei lautet das Motto „mehr Bild – weniger Text“ und auf jeden Fall immer aktuelle Inhalte. Zahlreiche Tipps können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Gestaltung und Inhalte der Website

- Willkommensgefühl erzeugen: keine Kirchen-Abbildungen als „Willkommensbild“
- Menschen zeigen, Gesichter zeigen
- Mehr Bild – weniger Text
- Übersichtlicher Aufbau (Seitenstruktur, Menüs)
- Gute/einfache Bedienbarkeit auf mobilen Geräten (responsives Design)
- Aktuelle Inhalte schnell erreichbar (am besten auf der Startseite)
- Aktuelle Gottesdienste direkt auf der Startseite integrieren, nicht nur als PDF bereitstellen
- Einfache Kontaktmöglichkeit – Telefonnummer Pfarrbüro auf der Startseite
- Professionelle Gestaltung und Umsetzung
- Online-Anmeldung für Veranstaltungen

Checkliste Umsetzung der Website

- Einfach zu pflegen (auch über das Bistums-Netzwerk), sollte jede/r können
- Schnittstelle zu Intentio für Gottesdienste (einfache Übernahme)
- Einfache Update-Möglichkeit
- Sicherheitsaspekte beachten (z.B. SSL-Zertifikat)
- Datenschutz beachten (entsprechende Texte hinterlegen, es gilt hier das KDG, nicht die DSGVO)
- Auswertung/Analyse (mit Cookie-Consent-Tool)



Foto: Iris Hahn (pba)

Pfarrbrief und Magazin

Der Pfarrbrief der Zukunft wird mehr ein Magazin sein, das gezielt Themen setzt und so ein kirchenfernes Publikum anspricht. Ein relevanter Inhalt, eine ansprechende Aufmachung und die Verknüpfung mit weiteren Medien sind maßgeblich dafür, dass das Heft bei den Menschen gerne in die Hand genommen wird. Tipps, wie ein bestehendes Heft weiter entwickelt werden kann, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Pfarrbrief

- Der Fokus liegt auf der Kerngemeinde / Inhalt: Ausflüge, Rückblick Veranstaltungen, Ehrungen, Verabschiedungen, Begrüßungen, Ausblick auf anstehende Termine
- Inhaltsverzeichnis für schnellen Überblick (Nützlichkeit, Klarheit)
- Nicht zu textlastig, wichtige/interessante Beiträge sollen gleich erkannt werden
- Nicht nur klassische Gruppenbilder, interessante Perspektiven, Kompositionen, Gruppen mal anders aufstellen
- Bewegung in Bilder bringen
- Kontaktdaten leicht auffindbar: innere Umschlagseiten, Rückseite
- Ansprechpartner mit Bild, Namen und Funktion (auch Pfarrbüro)

Checkliste Magazin

- Für die Zielgruppe interessante Themen und Beiträge
- Reduzierter Anteil an Berichten aus der Kerngemeinde
- Interessante Veranstaltungen und Angebote (z.B. für Familien) im Fokus
- Persönlichkeiten aus der Umgebung z.B. mit Statements einbinden
- Unterhaltungselemente wie Rätsel, Witze, Ausmalbilder
- Praktische Tipps (Filme, Bücher, Rezepte ...)
- Kirchliche Themen können/sollen „gut verpackt“ natürlich auch vermittelt werden
- Inhaltsverzeichnis für schnellen Überblick (Nützlichkeit, Klarheit)
- Nicht zu textlastig! Wichtige und interessante Beiträge sollen gleich erkannt werden
- Nicht nur klassische Gruppenbilder, interessante Perspektiven, Kompositionen, Gruppen anders aufstellen.
- Bewegung in Bilder bringen
- Kontaktdaten leicht auffindbar: innere Umschlagseiten, Rückseite
- Ansprechpartner mit Bild, Namen und Funktion



Social Media

Nicht nur junge Leute bewegen sich heutzutage in den Sozialen Medien. Facebook, Instagram, YouTube etc. spielen im Leben bei vielen mittlerweile eine wichtige Rolle. Vielleicht auch eine Chance für die Seelsorge? Informationen können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Facebook

- Regelmäßige (z.B. wöchentliche) Beiträge veröffentlichen
- Beiträge mit Bildern erzeugen eine höhere Aufmerksamkeit (und damit Reichweite)
- Es können auch passende Beiträge von anderen Seiten (wie Bistum, katholisch.de, Stadt/Gemeinde) geteilt werden
- Als PG auf andere Beiträge (z.B. von Stadt/Gemeinde) reagieren („gefällt mir“) und teilen
- Vorsicht bei der Veröffentlichung von Bildern (Nutzungsrechte, Persönlichkeitsrechte), siehe Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit ([Rechtliche Vorgaben](#))
- Einfaches Teilen von Webseiten, wenn diese mit sogenannten OG-Tags ausgestattet sind: Bild und Text werden als Link automatisch übernommen. So können auch Inhalte der eigenen PG-Website einfach geteilt werden
- Es können Veranstaltungen, Stellenanzeigen etc. eingestellt werden
- Viel Reichweite kann erreicht werden, wenn sehr aktive und gut vernetzte Facebook-Nutzer die PG-Beiträge teilen

Checkliste Instagram

- Regelmäßige (z.B. wöchentliche) Beiträge veröffentlichen
- Gute, ansprechende Bilder sind wichtig
- Kurze Texte als Kommentar
- Passende Hashtags (= #Stichworte) sind wichtig
- Idealerweise einheitliches Gestaltungs- bzw. Bild-Konzept für den gesamten Kanal
- Vorsicht bei der Veröffentlichung von Bildern (Nutzungsrechte, Persönlichkeitsrechte), siehe Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit ([Rechtliche Vorgaben](#)) zum Download ►



Checkliste YouTube

- Eher kurze Videos, Impulse
- Komplette Übertragungen/Aufzeichnungen z.B. von Gottesdiensten sind eher nicht zu empfehlen siehe Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit ([Streaming](#))
- Auf eine gute Qualität der Videos achten (Licht, Kamera, Ton)
- Keine geschützte Musik verwenden, es gibt auch freie Musik für Videos
- Vorsicht bei der Veröffentlichung von Menschen (Persönlichkeitsrechte), siehe Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit ([Rechtliche Vorgaben](#))
- Videos zu verschiedenen Themen können in Kanälen zusammengefasst werden

Checkliste Google My Business

- Einträge für Kirchen, Häuser, Pfarrbüro bei Google beantragen
- Falls noch nicht vorhanden, neuen Standort anlegen
- Adresse oder Standort überprüfen und ggf. korrigieren
- Korrekte Kontaktdaten (Telefon, E-Mail, Website) hinterlegen
- Öffnungszeiten überprüfen und ggf. korrigieren
- Weitere Informationen überprüfen und ggf. korrigieren
- Bilder überprüfen, ggf. gute eigene Bilder hochladen
- Logo hochladen (wenn vorhanden)



Werbung

„Hast du schon gehört ...“ – so fängt er meistens an, der „Anfang vom Ende“. Eine Grundregel besagt, dass sich schlechte Nachrichten immer besser und schneller verbreiten als gute. Daher unser Tipp: Sorgen Sie für eine positive Mundpropaganda – so oft es nur geht! Überraschen Sie. Seien Sie Vorbild. Haben Sie ein offenes Ohr. Stehen Sie hinter den Aktionen und hinter den Leuten. Strahlen Sie selbst Positives aus.

Eine Kleinigkeit oder Aufmerksamkeit als Dank und Anerkennung für eine Hilfe, Gummibärchen für die Kinder oder eine Schokolade mit dem Pfarrlogo sind nur ein paar Beispiele, die schon einen positiven Eindruck auf Kerngemeinde und „Seltenkommer“ machen können. Und dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.

Checkliste Werbemittel „Giveaways“

- Professionell gestalten
- Auf Nachhaltigkeit/Öko achten
- Auflage gut abschätzen (nicht zu viel, aber auch nicht zu wenig)
- Verteilung überlegen (wo sollen die Werbemittel wie verteilt werden)

Checkliste Persönliche Empfehlung

- Für positive Empfehlung/Referenzen sorgen
- Flyer an geeignete Multiplikatoren verteilen
- Flyer/Plakat abfotografieren oder als digitale Version teilen oder „in den Status“ stellen
- Website-Inhalte sollen (technisch) leicht teilbar sein
- Status auf WhatsApp: Post-Bilder im passenden Format zur Verfügung stellen



Factum / ADP,
in: Pfarrbriefservice.de

Newsletter

Ein Newsletter bringt die interessantesten Informationen auf den Punkt, sodass der Leser die wichtigsten Dinge (kurzfristig) erfährt. Er bietet die ideale Chance, zahlreiche Personalisierungen einzubauen und so dem Empfänger das Gefühl einer möglichst persönlichen Betreuung zu geben. Einziges Manko: Leser müssen sich aktiv für den Newsletter entscheiden. Wie Sie einen möglichst professionellen Newsletter erstellen und auf was Sie dabei aufpassen müssen, können Sie [hier](#) herunterladen.

Checkliste Newsletter (Einrichtung)

- Nach Möglichkeit professionelles Tool einsetzen
- Mit Anbieter Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung („AV-Vertrag“) abschließen
- Entsprechenden Hinweis in die Datenschutzerklärung auf der Website einfügen
- Auf Anbieter mit Sitz innerhalb der EU achten

Checkliste Newsletter

- Erscheinungsbild beachten
- Für jede Ausgabe ein neuer Betreff, der auffällt und Interesse weckt, den Newsletter zu öffnen (siehe AIDA-Formel Seite 7)
- Interessante, nützliche Inhalte
- Lustige, witzige Inhalte (z.B. Mesner-Witz) sind attraktiv
- Viele Bilder, wenig, kurzer Text!
- Kein Kirchendeutsch, Begriffe ggf. kurz erklären
- Für weitere Informationen auf die Website verlinken
- Informationen direkt in die E-Mail, nicht in einer Datei als Anhang
- Link auf die Website, ggf. zu Social-Media-Kanälen
- Impressum am Ende des Newsletters
- Link zur Newsletter-Abmeldung notwendig
- Diözesane Vorgaben bzgl. Newsletter beachten ([Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit](#))



Gottesdienstanzeiger

Auch der Gottesdienstanzeiger zählt zu den Kommunikationskanälen in einer Pfarrei/Pfarreiengemeinschaft. Überlegen Sie sich, was Sie den Gläubigen mitteilen wollen. Der Anzeiger sollte nicht zu überfrachtet, aber informativ und ansprechend sein.

Checkliste Gottesdienstanzeiger

- Ansprechender Titel („Unsere Gottesdienste und Veranstaltungen“ statt „Gottesdienstordnung“)
- Logo (wenn vorhanden) ordentlich platzieren
- Terminteil übersichtlich gestalten (einheitlicher, wiederkehrender Aufbau)
- Abkürzungen, wenn möglich, vermeiden
- Gegebenenfalls mit Icons (= Symbole, zum Beispiel Sonne für „bei trockenem Wetter“, Regenwolke für „bei Regen“) arbeiten
- Kurzer Impuls zur Woche
- Ggf. wertiges Papier verwenden
- Eventuell Farbdruck einsetzen
- Kontaktdaten und Öffnungszeiten des Pfarrbüros in jeder Ausgabe berücksichtigen



Grafik: sinntun

Ortsschilder

Hinweisschilder mit gelbem oder lila Kirchensymbol gibt es an vielen Ortseinfahrten. Schilder mit festen Gottesdienstzeiten machen heute meist keinen Sinn mehr, denn die Zeiten variieren häufig. Aber dennoch machen solche Schilder darauf aufmerksam, dass es an diesem Ort einen christlichen Gottesdienst gibt.

Checkliste Ortsschilder

- Gut gepflegtes Aussehen
- Keine konkreten Zeiten (da sich diese, im Gegensatz zu früher, häufiger ändern können)
- Je nach Situation vor Ort gemeinsam mit anderen christlichen Gemeinden auftreten
- Gewohnte Symbole (farbige Kirchen) verwenden (wegen Wiedererkennbarkeit)

*zusammengestellt von Thomas Tiedtke und Petra Pfau,
bearbeitet von Viktoria Zäch*