
PFARRLICHE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

PASTORALPLAN

DEKANAT SILLIAN

Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation der Diözese Innsbruck
MMMag. Fiona Zöhrer, Michael Gestaltmeyr
Sillian, 04.09.2020

EINLEITUNG zum Thema

PASTORALPLAN Dekanat Sillian

Projektteam

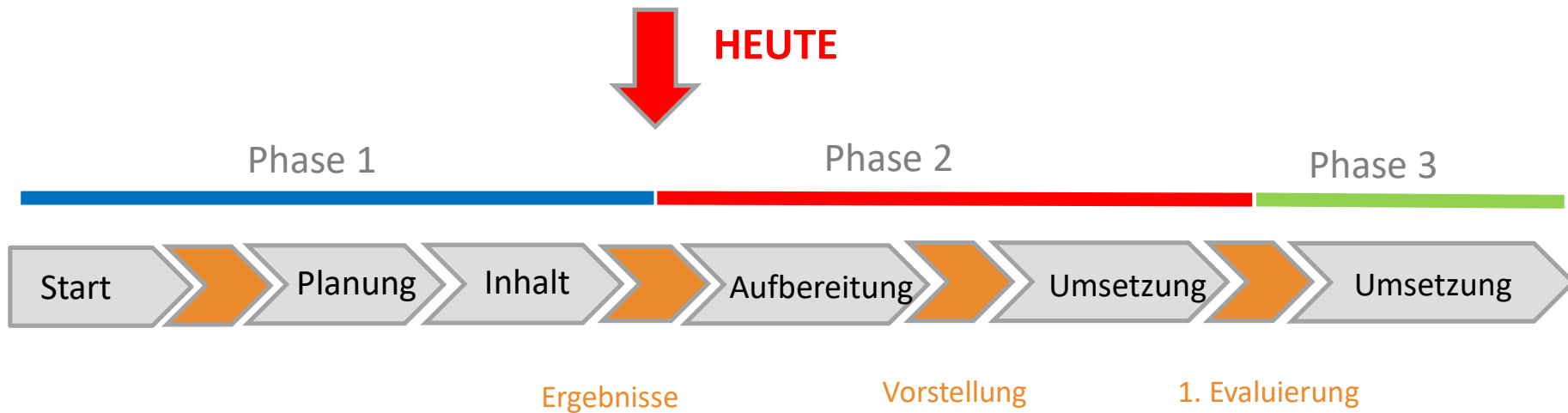
- Dekan
- Dekanatsreferentin
- Steuerungsteam

Aufgabenstellung

- Erhebung von Nöten/Veränderungen in Gesellschaft & Kirche
- Erörterung der Handlungsfelder
- Erarbeitung von konkreten Schritten
- Vorschläge für die Umsetzung vor Ort in jeder Pfarre im Dekanat

ZIEL: Entwicklung und Umsetzung eines zukunftsorientierten Konzeptes für das Dekanat Sillian

EINLEITUNG zum Thema



EINLEITUNG zum Thema

Phase 2 – Rollout und Implementierung



Zielsetzung

- Bekanntmachung der Ergebnisse und Ziele
- Verankerung der Inhalte in den Pfarren und in der Bevölkerung (*von „eurem“ zu „unserem“ Projekt*)
- Gestaltung einer „Marke“ inkl. positiven Wiedererkennungswert
- Begeisterung für das Projekt weitergeben und fördern
- Nachhaltige Umsetzung der konkreten Projekte

EINLEITUNG zum Thema

„Werkzeug“ zur Umsetzung

- Umfassendes Marketing- & Kommunikationskonzept
- Zeit-Maßnahmen-Plan
- Pfarrliche Öffentlichkeitsarbeit vor Ort
- Nutzung von vorhandenen Strukturen und Kooperationen vor Ort
- Unterstützung bei der überregionalen Medienarbeit durch die Abteilung ÖA
- Viele begeisterte „Offline-Influencer“ vor Ort in den Pfarren

KOMMUNIKATION MUSS VOR ORST STATT FINDEN - SELBST AKTIV WERDEN

MARKETING, WERBUNG & KOMMUNIKATION

MARKETING & Kommunikation

MARKETING

- Dt. Absatzwirtschaft
- Aufgabe: Produkte & Dienstleistungen zu vermarkten
- Marktorientierte Unternehmensführung
- Bedürfnisse/Erwartungen/Anforderungen der Stakeholder erfüllen – Marketing-Mix zur Beeinflussung der Entscheidung
- Imagepflege, Analysen, uvm.

MARKETING & Kommunikation

KREATION EINER MARKE

- Definition der eigenen Marke
- Recherche im Vorfeld (Umfeldanalyse)
- Einheitlicher Markenauftritt: Logo, Slogan, Farbwelt
- Zeit-Maßnahmen-Plan
- etc

MARKETING & Kommunikation

FRAGEN ZU KLÄREN

- Wofür steht mein Produkt bzw. meine Marke?
- Wer soll angesprochen werden?
- Wie könnte/möchte die Zielgruppe angesprochen werden?
(Sprache, Content, Medium, etc.)
- Welche Ansprache ist geeignet für die Zielgruppe?
- Welchen Mehrwert hat die Zielgruppe wenn sie das Produkt nutzt?
- Warum soll man sich ausgerechnet für dieses Produkt begeistern ?

PFARRLICHE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

PFARRLICHE Öffentlichkeitsarbeit

„Öffentlichkeitsarbeit hat mit Verkündigung zu tun, der Verbreitung der Frohen Botschaft. Tragen wir das Leben in den Pfarren hinaus, erzählen wir von Gott ...“

ANSPRECHPARTNER

PFARRLICHE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER DIÖZESE INNSBRUCK

Michael Gestaltmeyr

Michael.gstaltmeyr@dibk.at, Tel. 0676-8730 2210

PFARRLICHE Öffentlichkeitsarbeit

PFARRMEDIEN - Offline-Medien

- **Pfarrblatt** (*informieren, ansprechen, wertschätzen -> Kirche sichtbar machen*)
- **Pfarnachrichten** (*Gottesdienste & Veranstaltungen kurzfristig ankündigen*)
- **Schaukasten** (*kurz und prägnant informieren, Aufmerksamkeit im Vorbeigehen erregen*)
- **Plakate** (*Aufmerksamkeit erregen, Bewerbung von Veranstaltungen, „call to action“*)
- **Flyer, Folder & Postkarten** (*Aufmerksamkeit erregen, Informieren und Interesse wecken*)
- **Schriftenstand** (*Präsentation und Verbreitung der Printmedien & gesammelter Informationen*)
- **Aufrufe, Predigten, Persönliche Gespräche** (*Präsentation und Verbreitung der Printmedien, gesammelte Informationen*)
- **Offline-Influencer** (*persönliche Weiterempfehlung, Bewerbung von Themen, die einen berühren*)

PFARRLICHE Öffentlichkeitsarbeit

PFARRMEDIEN - Online-Medien

- Website
- Newsletter
- Rundmail
- Soziale Medien (Facebook, Instagram, Youtube, Whats app, Blog, V-Blog, Podcast etc.)

PFARRLICHE Öffentlichkeitsarbeit

GUT KOMMUNIZIEREN KOSTET GLEICH VIEL, BEWIRKT ABER MEHR!

BOTSCHAFT	WAS möchte ich kommunizieren?
ZIELGRUPPE	WEN möchte ich erreichen?
MEDIUM	WOMIT erreiche ich meine Zielgruppe?
ABSENDER	WER kommuniziert?
QUALITÄT	WIE kommuniziere ich gut, effizient und nachhaltig?
QUANTITÄT	WIE OFT kommuniziere ich?

WAS NACHHALTIG WIRKEN SOLL, GEHÖRT GUT VORBEREITET UND „UNTERFÜTTERT“.

SERVICE für Pfarren

- **Pfarrblattservice**
 - Begleitung von Prozessen zur (Neu-)Gestaltung von Pfarrbriefen
 - Schulungen/Workshops für Pfarren, Seelsorgeräume und Dekanate in allen Arbeitsbereichen für Pfarrblätter (Fotografie, Redaktion, Layout, ...)
 - Rechtliche Informationen zu Urheberrecht, Bildrecht
 - Bereitstellung im Internet von Texten, Bildern, Logos zum Jahreskreis in der Kirche und von Unterlagen diözesanen und österreichweiter Aktionen (Sternsinger, Bruder und Schwester in Not, Caritas, Familienfasttag, Missionarische Pastoral, Lange Nacht der Kirchen, ...)
 - Service bei Internet-Fragen
- **Begleitung** beim Aufbau einer gezielten und nachhaltigen Öffentlichkeitsarbeit für Pfarren, Seelsorgeräume und Dekanate
- **Plakate** zur Gestaltung von Schaukästen
- Vermittlung von FotografInnen, GrafikerInnen, ...
- Alle zwei Jahre „Tag der pfarrlichen Öffentlichkeitsarbeit“

PASTORALPLAN
KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN

KOMMUNIKATION Strategie

STATUS QUO

Pastoralplan

- Inhalte zur Umsetzung bereit

Medienkanäle im Dekanat

- Pfarrbrief
- Website, Facebook, Instagram
- You Tube
- Schaukasten
- Pfarrnachrichten
- Plakate, Flyer, Folder
- Offline-Influcene

Sonstige Medien: Regionalmedien (Zeitungen, Radio, Web), Gemeindenachrichten, etc.

Zeitschiene: Herbst 2020 - Juni 2021

MARKETING & Kommunikation

FRAGEN ZU KLÄREN:

- Wofür steht der Pastoralplan des Dekanats Sillian? (Erklärung in 3 Sätzen)
- Was sind dir Vorteile und warum lohnt es sich mitzumachen?
- Wer soll zuerst angesprochen werden, damit das Projekt angenommen wird?
- Wie können die unterschiedlichen Zielgruppen angesprochen werden?
- Wie motiviere ich die Menschen in meinem Umfeld zum Mitmachen?

KOMMUNIKATION Strategie

EMPFEHLUNGEN ABTEILUNG ÖA und Kommunikation

- **„Marketing-Auftritt“ für einen einheitlichen Außenauftritt mit Wiedererkennungswert**
inkl. Logo, Slogan, Bildwelt, Wording
- **Folder für Vorstellung des Pastoralplans**
einfach, übersichtlich, leicht verständlich
- **Inhaltliche Schwerpunktsetzung für die Umsetzung**
z.B. Kinder- & Jugendarbeit, Weggemeinschaften, Trauerpastoral
- **Zielgruppenorientiertes Angebot**
möglichst viele Personen „mit ins Boot holen“ und aktiv beteiligen an dem Projekt
z.B. Vereine, Schulen, bestehende Formate für Werbung nutzen, andere Pfarren einladen etc.

KOMMUNIKATION Strategie

ZEIT-MASSNAHMEN-PLAN - Diskussionsvorlage Abteilung ÖA und Kommunikation

