



Tipps für eine gute Öffentlichkeitsarbeit.

Autorin
Katharina Braun,
Bistum Aachen

Stand
12.12.2025

Eine gelungene Kommunikation in die Gesellschaft hinein, kann dazu beitragen, die Aufmerksamkeit auf Ihren Verein, Ihre Organisation oder Ihr Projekt in Ihrer Kirchengemeinde zu lenken.

Ganz gleich, ob es darum geht, neue Engagierte zu begeistern, Förderer zu gewinnen oder eine Veranstaltung zu bewerben: Durch eine gute Außenkommunikation können Sie Ihre aktuellen oder langfristigen Ziele gut strukturieren und verfolgen.

Sie können beispielsweise:

- den Namen Ihres Verbands regional oder überregional bekannt machen.
- das öffentliche Bewusstsein für Ihr Thema und Ihre Arbeit vor Ort schärfen.
- neue Förderer gewinnen.
- über aktuelle Angebote informieren.
- Ihre Expertise zeigen.

Welche Möglichkeiten gibt es, auch mit wenig Ressourcen, gute Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben?

Es gibt verschiedene Wege, auf sich aufmerksam zu machen: Von den sogenannten „klassischen Medien“ wie Zeitungen oder Info-Stände bis hin zu eigenen Veranstaltungen. Auch soziale Medien wie Instagram und Facebook bieten eine große Reichweite für interessante Themen.

Gute Öffentlichkeitsarbeit kann durchaus viel Zeit in Anspruch nehmen. Und Zeit ist knapp. Für eine effektive Kommunikations-Strategie kann es daher sinnvoll sein, sich auf einige wenige Mittel und Kanäle zu konzentrieren. Diese können Sie dann aber mit voller Energie angehen. Hier einige Möglichkeiten:

Zeitungen

Ein Bericht in der Zeitung oder eine Veranstaltungsankündigung: Es kann sich lohnen, gute Beziehungen zu den lokalen Redaktionen aufzubauen und zu pflegen. Wenn Sie ein spannendes Thema haben, haben Sie auch etwas zu erzählen. Gehen Sie mit Ihrer Geschichte proaktiv auf Journalistinnen und Journalisten zu, damit diese darüber berichten.

Events

Öffentliche Infostände bei Gemeindeveranstaltungen, Vorträge in örtlichen Einrichtungen oder Sommerfeste sind eine gute Möglichkeit, den Menschen Ihre Inhalte, Themen und Ziele näher zu bringen und ggf. neue Mitstreiter zu gewinnen. Im persönlichen Gespräch wird das Engagement für Ihr Thema besonders deutlich.

Printmaterialien

Broschüren, Flyer oder Veranstaltungsplakate: Klassische Printmaterialien eignen sich je nach Anlass gut, um möglichst viele Menschen mit Informationen zu versorgen. Ein Mix aus unterschiedlichen Printmaterialien hat den Vorteil, dass Sie auch unterschiedlich stark in die Tiefe gehen und verschiedene Zielgruppen individuell ansprechen können.

Soziale Medien

Scheuen Sie sich nicht vor Instagram, Facebook und Co. Soziale Medien können eine große Reichweite haben und Ihren Themen eine repräsentative Plattform bieten. Auch berufliche Netzwerke wie Xing oder LinkedIn erreichen viele Menschen.

Websites

Eine eigene Website haben heute fast alle mittleren und großen Organisationen. Hier lassen sich Ihre Ziele, Inhalte oder Neuigkeiten gut präsentieren. Dabei ist es wichtig, dass Sie auf Aktualität und suchmaschinenoptimierte Texte achten, damit Sie besser gefunden werden. Neben Zielen und Inhalten lassen sich hier auch Informationen zu Spendenmöglichkeiten oder Mitgliederwerbung gut platzieren. Das Erstellen einer eigenen Homepage ist häufig kostenlos möglich. Die anfallenden monatlichen Kosten sind je nach Anbieter kostengünstig.

Newsletter

Sie haben einen großen E-Mail-Verteiler? Super, dann könnten Sie auch über den Versand eines Newsletters nachdenken. Dieser kann regelmäßig versendet werden oder nur zu bestimmten Anlässen.

Bevor Sie nun starten, lohnt es sich eine kurze Bestandsaufnahme zu machen:

Welche Kanäle nutzen Sie bereits?

Sie haben bereits eine eigene Webseite oder versenden einen Newsletter? Dann werfen Sie doch mal einen Blick auf die Statistiken. Website-Besucher, Klickzahlen oder Follower in den sozialen Medien geben Ihnen schnell Aufschluss darüber, welche Kanäle gut funktionieren. Daraus können Sie dann für sich ableiten, welche Wege der Öffentlichkeitsarbeit sich lohnen und welche nicht.

Was möchten Sie mit Ihrer Kommunikation bewirken?

Überlegen Sie gemeinsam, welche Wünsche Sie mit Öffentlichkeitsarbeit verbinden. Was wollen Sie damit erreichen? Daraus können Sie die für Sie geeigneten Methoden und Maßnahmen ableiten.

Wer macht was?

Teilen Sie sich die Aufgaben. Dabei können Sie berücksichtigen, wer welche Erfahrung und Interesse hat. Natürlich spielen auch zeitliche Kapazitäten dabei eine Rolle.

Sie tun Gutes, nun sprechen Sie drüber!

Auf einen Blick

- Analysieren Sie Ihre IST-Situation, bevor Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit beginnen.
- Definieren Sie Ihre Zielgruppe(n) und überlegen Sie, wie Sie die Menschen am besten erreichen.
- Überlegen Sie, welche Ziele und Inhalte Sie an die relevanten Zielgruppen kommunizieren möchten und legen Sie Botschaften fest.