

1. Bestandsaufnahme

Von ihrem missionarischen Auftrag und Selbstverständnis her ist Kirche immer auf Öffentlichkeit ausgerichtet. Unter „Öffentlichkeitsarbeit“ versteht das Presbyterium deshalb nicht nur die Weitergabe von Meldungen und Nachrichten, sondern Gemeindeglieder selbst ist von ihrem Wesen her in jeder Hinsicht immer Öffentlichkeitsarbeit. Eine gute sonntägliche Gottesdienstvorbereitung gehört genauso dazu wie die Planung besonderer Projekte.

Dennoch bedarf es natürlich einer mediengerechten Vermittlung der Veranstaltungen. Das zentrale gemeindeeigene Medium ist der **Gemeindebrief**, der viermal im Jahr mit 32 DIN A 5 Seiten ohne Werbung erscheint. Er wird kostenlos an alle evangelischen Haushalte der Gemeinde verteilt. Zugleich wird er ins Internet gestellt und kann von dort heruntergeladen werden, so dass seine Reichweite weit über die Gemeindegrenzen hinausgeht.

Seit einigen Jahren verfügt die Evangelische Kirchengemeinde Trinitatis über einen – permanent sehr aktuellen – **Internetauftritt** (www.trinitatis-duisburg.de). Das vielfältige Informationsangebot beinhaltet unter anderem aktuelle Termine, die Gemeindegliederkonzeption, die Vorstellung des Gemeindelebens und die online-Version des Gemeindebriefes samt Archiv. Das Jugendzentrum Arlberger betreibt darüber hinaus eine eigene Webseite (www.arlberger.de) und ist in **sozialen Netzwerken** präsent (Facebook, Instagram). Eine weitere Webseite ohne Verantwortung durch die Kirchengemeinde wird betrieben vom Netzwerk 55plus (www.netzwerk-55-plus-duisburg-sued.de).

In den sonntäglichen **Abkündigungen** werden die Gottesdienstteilnehmenden über aktuelle Entwicklungen informiert und zu besonderen Veranstaltungen eingeladen. Weitere Publikationen richten sich an besondere Zielgruppen. Es gibt Faltblätter für **Neuzugezogene**, für **Taufeltern** und für **Brautpaare** (s. Kap. VIII.5).

Darüber hinaus gestaltet die Gemeinde zurzeit 5 **Schaukästen** (Norbert-Spitzer-Platz, Jesus-Christus-Kirche, Jugendzentrum, Kirche Am See, Dorfplatz), die auf Veranstaltungen hinweisen und Themen in besonderer Gestaltung ansprechend präsentieren. Auf besondere Veranstaltungen wird auch auf **Handzetteln** und **Plakaten** hingewiesen.

Um **Mitarbeitende** über den Stand des Gemeindelebens und seine Entwicklung zielgerichtet zu informieren, gibt es besondere Veranstaltungen, die sie zu kompetenter Auskunft befähigen.

Veranstaltungen, die sich an ein breites Publikum wenden, werden auch über die örtliche **Presse** bekannt gemacht. Hier bildet das Pressereferat des Kirchenkreises eine wichtige Nahtstelle. Andere Meldungen werden direkt von Gemeindeverantwortlichen an die Presse weitergeleitet. Außerdem kommt die Presse gelegentlich auch ihrerseits auf Verantwortliche der Gemeinde zu, um über bestimmte aktuelle Dinge aus dem Kirchenleben berichten zu können.

Das **öffentliche Erscheinungsbild** der Evangelischen Kirchengemeinde Trinitatis muss möglichst einheitlich sein, ohne dabei die Vielfältigkeit und den Reichtum ihres Profils aufzugeben. Das Presbyterium hat dementsprechend ein **Corporate Design** beschlossen, das für alle Veröffentlichungen bindend ist (s. Kap. VIII.6).

2. Ausblick: Was wollen wir?

In erster Linie beabsichtigen wir, mit der Einführung und der Umsetzung des Corporate Design einen hohen **Wiedererkennungswert** zu erreichen.

Das Presbyterium muss sich Gedanken darüber machen, ob ein neuer Ausschuss „**Öffentlichkeitsarbeit**“ einzurichten ist und wie eine Aufgabenbeschreibung lauten könnte oder ob die bisherige Aufgabenverteilung (Gemeindebriefredaktion, Bearbeitung des Internetauftritts, Handzettel und Plakate durch veranstaltende Gruppen und Kreise) beibehalten werden soll.

3. Ausblick: Was müssen wir künftig aufgeben oder einschränken?

Im Moment sehen wir keinen Grund Teile der Öffentlichkeitsarbeit aufzugeben.

4. Kooperation mit anderen Gemeinden, Werken und dem Kirchenkreis

Hier ist vor allem die sehr gute Zusammenarbeit mit dem Pressereferenten des Kirchenkreises zu erwähnen, die in bewährter Weise weitergeführt werden soll.

5. Zielbeschreibungen

Zielsetzung

Die Evangelische Kirchengemeinde wird in der Öffentlichkeit wahrgenommen.

Maßnahmen / Tätigkeiten / Leistungen

Der Gemeindebrief erscheint regelmäßig und wird allen Gemeindemitgliedern zugestellt.

Alle Veröffentlichungen der Kirchengemeinde orientieren sich am Corporate Design.

Der Internet-Auftritt Trinitatis ist aktuell.

Die Zusammenarbeit mit der Pressestelle funktioniert gut.

Tendenzen / Entwicklungen / Zusammenhänge

Zunahme der Informationssuche im Internet und in sozialen Netzwerken.

Beharrlichkeit in der Nutzung von gedruckten Medien.

| L-Kennzahl: | Anzahl Gemeindebriefe | |
|-----------------|---|-------------------|
| Zielgröße: | 4/Jahr (5/Jahr bei Presbyteriumswahlen) | |
| Gemessene Werte | | Kommentar |
| 2015 | 4 | |
| 2016 | 5 | |
| 2017 | 4 | |
| 2018 | 4 | |
| 2019 | 4 | |
| 2020 | 5 | Inkl. Ostergruß |
| 2021 | 4 | + „Kirchenführer“ |
| 2022 | 4 | |

| L-Kennzahl: | Anzahl der Aktualisierungen des Internet-Auftritts | |
|-----------------|--|--|
| Zielgröße: | Ohne | |
| Gemessene Werte | | Kommentar |
| 2015 | 70 | |
| 2016 | 185 | |
| 2017 | 231 | |
| 2018 | 171 | |
| 2019 | 212 | |
| 2020 | 325 | „Corona“: verstärkte Internet-Präsenz und –Angebot (Texte, Videos usw.) |
| 2021 | 569 | „Corona“; Systembedingt wurde der Aufbau einer komplett neuen Webseite mit Anlage aller neuen Inhaltsseiten nötig. |
| 2022 | 222 | |