

Kommunikationskonzept

Evangelisch-reformierte Kirchgemeinde Mönchaltorf

Von der Kirchenpflege Mönchaltorf mit Beschluss vom 23. Oktober 2019 erlassen.

Dieses Kommunikationskonzept ersetzt alle vorangehenden Reglemente.

1. Verantwortlichkeiten

1 Das Präsidium der Kirchpflege ist verantwortlich für die Erstellung und Umsetzung des Kommunikationskonzeptes der Kirchgemeinde Mönchaltorf.

2 Die Präsidentin oder der Präsident kann Kommunikationsaufgaben an den Ressortvorstand 'Kommunikation' und an das Team 'Kommunikation' delegieren.

2. Grundsätze

1 Kommunikationsgrundsätze dienen als Wegleitung für das kommunikative Handeln. Sie gehören zum Repertoire verlässlicher und sorgfältiger interner und externer Kommunikation.

2 Wir informieren intern vor extern

Wir informieren Behörden und Mitarbeitende vor der Öffentlichkeit oder zumindest gleichzeitig. Direkt Betroffene informieren wir grundsätzlich zuerst.

3 Wir informieren offen und sachlich

Wir informieren über Ereignisse, Entscheide und Prozesse auf gesicherter Basis. Wenn nötig, treffen wir eine einheitliche Sprachregelung. Können wir aus bestimmten Gründen nicht oder noch nicht informieren, geben wir diese Gründe bekannt.

4 Wir informieren aktiv und aktuell

Wir informieren möglichst rasch und aktuell. Den Informationsbedarf ermitteln wir laufend und richten Themen und Inhalte darauf aus.

5 Wir kommunizieren persönlich

Was persönliche Betroffenheit auslöst, wird persönlich kommuniziert. Wir überzeugen und motivieren mit persönlicher Kommunikation.

6 Wir sind auf Krisensituationen vorbereitet

Wir haben die Grundlagen für Krisenkommunikation definiert und wenden diese situationsbezogen an.

7 Wir arbeiten vernetzt

Wir fordern den Informationsfluss und -austausch zwischen kirchlichen Stellen, Behörden und Interessensgruppen.

8 Wir halten das visuelle Erscheinungsbild der Landeskirche ein

Das vorgegebene visuelle Erscheinungsbild der Landeskirche als symbolischer Ausdruck der gemeinsamen Identität bildet den gestalterischen Rahmen aller Kommunikationsaktivitäten. Abweichungen sind mit dem Präsidium der Kirchenpflege abzustimmen.

3. Interne Kommunikation

3.1. Zuständigkeiten und Ziele

1 Die interne Kommunikation ist eine Führungsaufgabe. Die jeweiligen Personen sind verantwortlich dafür, dass die interne Kommunikation wahrgenommen und die entsprechenden Kommunikationsmittel gepflegt und weiterentwickelt werden.

2 Transparenz, Motivation und Identifikation sind die Hauptziele interner Kommunikation. Diese werden gefördert durch ein gutes Klima der Zusammenarbeit, Aufgaben- und Kompetenzklarheit und Raumgebung für die Vielfalt der Persönlichkeiten.

3 Der Begriff ‚Mitarbeitende‘ umfasst alle Angestellten und Freiwilligen.

3.2. Instrumente interner Kommunikation

Zweck	Kommunikationsmittel	Inhalte und exemplarische Beispiele
Mitarbeiterinformation Behördeninformation	Reglemente, Erlasse und Weisungen Webseite (kirchemoenchaltorf.ch) Informationen aus der Kirchenpflege, Kommissionen und Teams Informationen aus dem Gemeindekonvents Organigramme Ziele und Aufgaben der Ressorts Leitfaden für Krisenkommunikation Leitfaden zur Verwendung eines einheitlichen Erscheinungsbildes Klare Ziele für Mitarbeitende Regelmässige Beurteilungsgespräche	Gottesdienstplan Projekte, Angebote und Dienstleistungen Sitzungsterminplan Organigramm Publikationen Protokolle Mitarbeitergespräche Leistungsbeurteilung Fördergespräche Feedbackrunden Gemeinsam Essen Gemeinsame Pausen Legislaturziele
Pflege der Betriebskultur	Brunch für Mitarbeitende und Behörden Nachtessen für Mitarbeitende und Behörden Begrüssung neuer Mitarbeiter Verabschiedung von Mitarbeitern Feedback, Mitarbeitergespräche Gemeinsam feiern (situativ) Retraite (situativ)	Dialogabend Beurteilungs- und Fördergespräch Geburtstagskarte
Aus- und Weiterbildung	Kursprogramme Nationale und regionale Angebote	Landeskirchenforum

4. Externe Kommunikation

4.1. Zuständigkeiten und Ziele

1 Externe Kommunikation ist nach Art. 3 Kirchenordnung dem Evangelium von Jesus Christus verpflichtet. Im Sinne dieses Auftrages hat sie eine Image-, Partizipations- und eine Nutzendimension.

2 Ziel der externen Kommunikation ist die Vermittlung von Information und der Kontakt und der Dialog mit den Mitgliedern unserer Gemeinde, mit Zielgruppen (Milieus) und der allgemeinen Öffentlichkeit. Sie will das Image der Kirchgemeinde in der Öffentlichkeit verbessern, ihr Profil angemessen vermitteln, die Bekanntheit ihrer Angebote und Dienstleistungen erhöhen, ihre Glaubwürdigkeit fördern und Mitglieder einbeziehen. Darüber hinaus soll die externe Kommunikation zur Gewinnung von neuen Mitgliedern beitragen.

3 Externe Kommunikation zu Medien und Pressestellen über Angelegenheiten, die die gesamte Kirchgemeinde betreffen, erfolgt ausschliesslich durch das Präsidium und/oder durch das Ressort Öffentlichkeitsarbeit oder nach ausdrücklicher Freigabe dieser Stellen.

4.2. Instrumente externer Kommunikation

Zweck	Kommunikationsmittel	Inhalte und exemplarische Beispiele
Informationen Kirchgemeinde und interessierte Stellen	Webseite (kirchemoenchaltorf.ch) Kirchgemeindeversammlung Kirchgemeindeseiten in den Mönchaltorfer Nachrichten reformiert.lokal Anzeigetafeln / Schaukästen Dienstleistungsbroschüren Jahresbericht Voranschlag und Rechnung Broschüre Neuzugezogene Beiträge in der Presse	Persönliches Wort Gottesdienstplan Projekte Angebote und Dienstleistungen Info über Kirchgemein- de Publikation der Jah- resrechnung Presseartikel zu aktuellen Themen
Public Relations	Medienarbeit Lokal- und Regionalzeitungen Presseinterviews Einladung zu Anlässen Krisenkommunikation	Aktuelle Themen und Anlässe Kirchliche Stellungs- nahme Einladen der Presse zu wichtigen Anlässen
Werbung	Inserate, Flyer, Broschüren	Veranstaltungen, Kurse, Stellenausschreibungen, Aktivitäten
Direktmarketing und Fundraising	Individualisierter Versand	Migrantenhilfe

	Spendenaufrufe und Kollekten	Diakonieprojekte Aktionen zu Ostern, Weihnachten usw. Pavillon-Erweiterung
Kirchgemeindeversammlungen	Jahresbericht, Voranschlag, Rechnung	Fragen und Antworten Informationen Anträge
Spezielle Ereignisse Kultur und Events	Musikkonzerte, Lesungen und Aktionen Tagungen Spezialgottesdienste	Orgelkonzerte Taizé-Abendgottesdienst
Läutordnung	Glockengeläut	Tagzeitengebet Gottesdienst Abdankungen Zeitansage

5. Krisenkommunikation

1 Grundsätze der Krisenkommunikation basieren auf dem Leitfaden der Landeskirche.

5.1. Ziele der Krisenkommunikation

1 Wie eine Kirchgemeinde bzw. deren Verantwortliche sich in einer Krisensituation verhalten, hat nachhaltige Auswirkungen auf ihre Glaubwürdigkeit und ihr Ansehen in der Öffentlichkeit. Das betrifft die Kirche als Kirchgemeinde und als Institution.

2 Die Ziele sind:

- Wahrung von Glaubwürdigkeit und Ansehen der Kirchgemeinde und damit der Kirche als Ganzes
- Kompetentes und situationsgerechtes Handeln
- Schutz und Unterstützung betroffener Mitarbeitender, Behördenmitglieder und Mitglieder der Kirchgemeinde
- Situationsgerechte interne und externe Kommunikation
- Einhalten gesetzlicher Bestimmungen
- Bewahrung der definierten Abläufe
- Möglichst rasche Rückkehr zur Normalität

5.2. Merkmale und Risiken einer Krise

1 Nicht jede Krisensituation ist automatisch eine Krise. Ob ein vorgefallenes Ereignis sich zu einer Krise entwickelt oder ob gar schon eine Krise vorliegt, hängt einerseits von den konkreten Umständen ab – diese sind oft nicht beeinflussbar. Andererseits hängt es vom Verhalten der Betroffenen und der Verantwortlichen ab – dieses ist oft beeinflussbar.

Manchmal bezeichnet nicht die betroffene Gemeinde eine Situation als Krise, sondern die (mediale) Öffentlichkeit. Dann wird die Behörde von aussen zu Reaktionen gezwungen.

2 Merkmale:

- Das Ereignis tritt überraschend und ohne sofortige Lösungsperspektiven ein – Das Ereignis ist unvergleichbar und mit üblichen Mitteln nicht zu bewältigen – Die Kirchgemeinde ist durch das Ereignis (un-)mittelbar betroffen
- Die Situation erscheint komplex
- Für die Verantwortlichen ist der Handlungsspielraum stark eingeschränkt
- Die Situation kann sich äusserst eigendynamisch entwickeln
- Die Tagesgeschäfte der Schlüsselpersonen werden stark beeinträchtigt
- Die Situation wirkt auf die Verantwortlichen in hohem Mass absorbierend
- Das Interesse nach umfassender Information intern wie extern wächst enorm – Es herrscht eine hohe Aufmerksamkeit der (Medien-) Öffentlichkeit
- Es besteht ein ausserordentlicher Zeitdruck, um die Situation zu klären – Das Ereignis löst schwerwiegende kurz- oder langfristige Folgen aus

3 Risiken:

- Es gibt Gewinner und Verlierer, Gesichtsverlust, Verletzung, öffentliche Anfeindung, Gerüchte
- Es droht eine Lähmung der Entscheidungstragenden
- Es drohen Fehlentscheide durch Überforderung der Verantwortlichen
- Die Behörde entscheidet, handelt und kommuniziert unter Druck (zeitlich, psychisch, politisch, moralisch)

5.3. Krisenstab

1 Erste Vorbereitungsmaßnahme ist die Bildung eines Krisenstabs. Der Krisenstab der Kirchgemeinde konstituiert sich jeweils anfangs der Legislaturperiode neu und besteht aus:

- dem Präsidium der Kirchenpflege
- einem weiteren Mitglied der Kirchenpflege
- einer Pfarrperson

2 Das Präsidium der Kirchenpflege leitet den Krisenstab.

5.4. Vorbereitung auf Krisensituationen

1 Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt sein:

- Zusammensetzung des Krisenstabs ist geklärt
- Verantwortlich für die Kommunikation nach innen und aussen ist das Präsidium
- Adressverzeichnis mit Telefon, Handy, Email ist aktualisiert

- Auflistung aller in Frage kommenden Kommunikationsmittel und der Ansprechpartner/innen: persönliche Information, Communiqué, Medienkonferenz, Webseite der Kirchgemeinde, Informationsveranstaltung, Flugblatt, Mailing, Inserat, Gemeindeseite, Schaukasten
- Im Notfall zur Verfügung stehende Hilfskräfte (z. B. für Sekretariatsarbeiten)
- Verfügbare technische Ausrüstung: Laptop, Handy, Digitalkamera
- Materialien zusammenstellen, z. B. Kurzportrait der Gemeinde, Kennzahlen,
- Bilder

5.5. Vorgehen bei einer Krisensituation

1 Das Vorgehen in einer Krisensituation ist wie folgt festgelegt:

- Das Präsidium der Kirchenpflege verschafft sich alle verfügbaren Informationen und klärt soweit möglich den Sachverhalt.
- Das Präsidium der Kirchenpflege ruft den Krisenstab zusammen.
- Wer muss informiert werden, intern und extern, und auf welchem Weg? (schriftlich festhalten)
- Soll der Kirchliche Informationsdienst beigezogen werden?
- Wer übernimmt welche Informationsaufgabe?
- Wer ist Kontaktperson zu den Medien?
- Liste mit nahe liegenden Fragen aufstellen: Was könnten die Medien fragen? Entsprechende Antworten vorformulieren.
- Medienrechtliche Aspekte prüfen, insbesondere Persönlichkeitsschutz.
- Klärung des weiteren, internen Informationsflusses des Krisenstabs.
- Festsetzen des nächsten gemeinsamen Rapports.

5.6. Grundsätze zur Krisenkommunikation

1 Zusätzlich zu den allgemeinen Kommunikationsgrundregeln gelten folgende Punkte:

Prinzip	Regel	Grund	Folgerung	Aktion
Proaktiv	Mit Informationen nicht zuwarten oder auf Druck von aussen reagieren. Grund: Wo ein Informationsvakuum besteht, begünstigt man das Schüren von Gerüchten und Vermutungen, auch durch Medienleute.	Wo ein Informationsvakuum besteht, begünstigt man das Schüren von Gerüchten und Vermutungen, auch durch Medienleute.	Man muss abschätzen, wer worüber wann zuverlässig informiert.	Als Erste zu informieren, ist das einzige Mittel, die Kommunikationsführung im Krisenfall zu erlangen und zu halten. Relevante und gesicherte Informationen sind sofort und unverzüglich weiterzugeben. Geschwindigkeit vor Vollständigkeit.

„One-Voice“	Es gibt nur eine Person Auskunft (Präsidium Kirchenbehörde/Krisenstab, beauftragte Person für Öffentlichkeitsarbeit oder Medienkontaktperson). Dabei gilt: Je gravierender die Krise, desto wichtiger die Präsenz der höchstmöglichen Organisationsvertretung.	Wertschätzung und gradlinige Information.	Klar kommunizieren kann nur, wer dafür auch Kapazität hat.	Bei einer komplexen Krisensituation müssen Führung und Kommunikation strikte abgesprochen werden. Dies bedingt eine enge Kooperation.
Intern vor extern	Betroffene und Mitarbeitende werden vor oder zumindest zeitgleich mit der Öffentlichkeit informiert. Spezifische Anspruchsgruppen sind zu eruieren.	Identifikation mit der eigenen Institution und persönliche Wertschätzung.	Informationsstufen planen.	Informationskanal klären: Konferenz, Telefon, Gespräch, persönliches Schreiben.
Schnell, transparent und ehrlich	Kommunikation hat zum Ziel, die Glaubwürdigkeit zu erhalten.	Auch nach der Krise ist die Reputation der Gemeinde wichtiges Kapital.	Nichts beschönigen oder verschleiern, niemanden verteidigen.	Informationen erfolgen mit höchstmöglicher Transparenz.
Empathisch	Im Zentrum stehen die Menschen	Von der Kirche wird erwartet, dass Empathie mit Betroffenen spürbar ist.	Wer sich in Gelassenheit vernehmen lässt, wirkt zynisch.	Gesagtes wirkt sensibel; dahinter ist aber eine klare Linie erkennbar.
„No comment“	Persönlichkeitsschutz gilt in einem laufenden Verfahren besonders, gleichwohl gibt es nie nichts zu sagen.	Wer nichts verlauten lässt, sagt einiges über die eigene Haltung. Eine „No comment“-Haltung löst Spekulationen aus und verstärkt die Krise.	Auch bei Mangel an News gesprächsbereit sein.	Selbst das bereits Gesagte offen und erneut ruhig darlegen. Man kann stets sagen, weshalb man nichts sagen kann. Das ist meist nachvollziehbar und wirkt kompetenter und freundlicher als "no comment".
Unparteilich	Was berichtet wird, sind Fakten, keine Schuldzuweisungen. Keine Aussagen über ein laufendes Verfahren.	Fakten helfen zu klären, Vermutungen lösen Gerüchte aus.	Was aber gesichert und relevant ist, soll gesagt werden.	Jede Aussage ist auf deren Wahrheit zu überprüfen, auch unter Stress.

Kontinuierlich	Den Informationsfluss darf man nicht abbrechen lassen.	Die Krisenkommunikation endet erst, wenn die Krise überwunden und die Situation gelöst ist; das dauert zuweilen lange.	Die Medienleute müssen mit einer zeitlichen Perspektive über die Fortsetzung der Kommunikation im Bild sein. Folgetermine sind frühzeitig zu kommunizieren.	Die Medienleute nicht als Gegner verstehen, sondern als Partner bei der Bewältigung der Krise. Das sollen sie auch zu spüren bekommen.
----------------	--	--	---	--

5.7. Hinweise zum Umgang mit den Medien

1 Folgende Prinzipien sind beim Umgang mit den Medien zu beachten:

- Bei Unsicherheit Hilfe anfordern! Der Kirchliche Informationsdienst bietet Hilfe an.
- Informationsmaterial bereithalten, z.B. Gemeindeportrait, Kennzahlen, Bilder, Kernaussagen.
- Liste mit Fragen aufstellen: Was könnten die Medien fragen?
- Antworten vorbereiten und mit Krisenstab und/oder Landeskirche zuvor absprechen.
- Namen und Adressen von Journalist/in und Medium immer notieren.
- Bedenkzeit zu verlangen ist erlaubt: Fragen notieren und zurückrufen, evtl. im Krisenstab und/oder mit der Landeskirche zuvor absprechen.
- Bei der Planung von Communiqués oder Konferenzen den Publikationstermin der Medien berücksichtigen.
- Bei Statements und Interviews klare, einfache und anschauliche Sprache verwenden. Zentrale Begriffe gleichlautend wiederholen, ruhig bleiben.
- Bei Bildern auf Setting achten. Sich nicht hinter Papierstapel und Pult, sondern z.B. im Freien fotografieren lassen. Das Bild wirkt stärker als der Inhalt.
- Beschränkung auf eine Kernbotschaft mit zwei bis drei Aussagen: Was soll von meinem Beitrag beim Publikum haften bleiben? Keine Aussagen machen, die nicht auch schriftlich veröffentlicht werden können.
- Medien sind nicht Sprachrohre für die eigenen Mitteilungen, sondern verarbeiten diese nach eigenen Gesetzmässigkeiten. Dies ist zu akzeptieren.
- Gleichbehandlung: Alle Medien strikt gleich behandeln, auch lokale Medien.
- Medienleute wissen nicht alles, deshalb fragen sie. Sie haben die Aufgabe zu informieren.
- Medienleute arbeiten unter enormem Zeitdruck. Klare Informationen unterstützen die Optimierung der Berichterstattung.
- Gegenlesen: Artikel zum Gegenlesen verlangen, insbesondere Interviews und Zitate

- Gendarstellung: Gegen eine sachverhaltswidrige Berichterstattung besteht das Recht auf Gendarstellung.

5.8. Psychologische und seelsorgliche Betreuung

1 Wenngleich die psychologische und seelsorgliche Arbeit nicht in den Bereich der Kommunikation gehören, sind es genau diese Tätigkeiten, von denen regelmässig in den Medien berichtet wird. Daher sind sie Bestandteil eines Kommunikations- und Handlungskonzepts.

2 Der Krisenstab zieht für psychologische und seelsorgliche Betreuung von Betroffenen so früh wie möglich Fachpersonen bei und betraut diese mit den entsprechenden Aufgaben (Care-Team).

5.9. Rechtliche Gesichtspunkte

1 Rechtliche Gesichtspunkte sind nicht in erster Linie Bestandteil der Kommunikation. Doch insbesondere in Krisensituationen muss Führung, Handlung und Kommunikation rechtlich abgesichert sein.

2 **Dringliches Handeln:** Unter zeitlichem Druck oder durch eine massive Eskalation der Krise kann das Präsidium der Behörde oder der Krisenstab besondere Anordnungen erlassen. Solche Anordnungen können dann erlassen werden, wenn dadurch massive unmittelbare Gefahren abgewendet werden können. Auch unumgängliche, unverzüglich notwendige Ausgaben können vom Krisenstab beschlossen werden.

3 **Persönlichkeitsschutz:** Der Persönlichkeitsschutz gegenüber Betroffenen und ihren Angehörigen umfasst im Wesentlichen den Schutz des Lebens, der physischen und psychischen Gesundheit sowie im Besonderen der persönlichen Integrität. Dies gilt insbesondere auch gegenüber den Medien. Entsprechend gehören Namen von Betroffenen, Fragen nach Schuld und Unschuld oder Informationen über deren Gemütszustände nie an die Öffentlichkeit. Der Persö Persönlichkeitsschutz steht über der Informationspflicht!

4 **Schuldfragen:** Sowohl die Frage nach Schuld oder Unschuld wie auch jene nach der Verantwortlichkeit oder nach der Haftung gehören nicht in die unmittelbare Bearbeitung einer Krise. Entsprechend gehören solche Inhalte nie in den Informationsauftrag eines Krisenstabes. Gegenüber den Medien gilt immer die Unschuldsvermutung, eine juristische Beurteilung ist dringend zu unterlassen.

5.10. Notfallkontakte

1 Notfallnummern:

- Polizei: 117
- Feuerwehr: 118
- Sanität: 144
- Rega: 1414

2 Kirchgemeinde Adressen und Telefonnummern: www.kirchemoenchaltorf.ch (über uns)

3 Landeskirche: Nicolas Mori, Leiter Kommunikation, Blaufahnenstrasse 10, 8001 Zürich