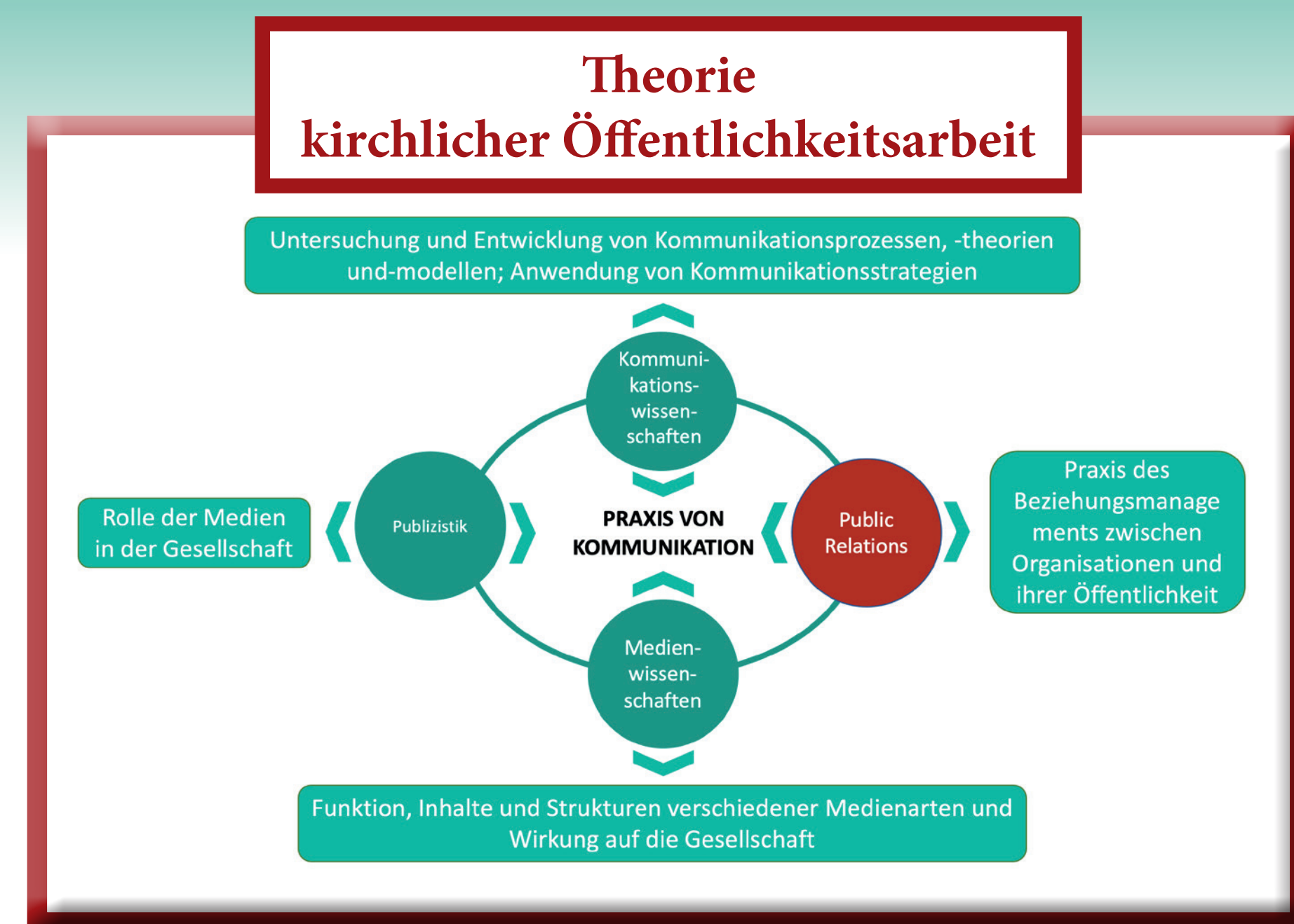


# Zum Potenzial von PR-Konzepten für die evang. Kirche in Deutschland im 21. Jhd.

## Praktische Theologie (PT) & Public Relations (PR)

PT versteht PR traditionell als Publizistik. Jedoch zu bedenken ist der Wandel in der Kommunikation => Komplexität der Wissenschaften der Kommunikation => Publizistik nur eine Teildisziplin

**These: „PR ist mehr als nur Publizistik“**  
– beide Disziplinen gehören zu einer Theorie der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit



## Public Relations (PR) - Geschichte & Begriffsbestimmung

Thomas Jefferson benutzte erstmals den Begriff PR. In Deutschland gilt Johann Hinrich Wichern als kirchlich-karitativer Kommunikationspionier.

**DIE Definition von PR gibt es nicht. In der Literatur finden sich mehr als 2.000 Beschreibungen. Die aktuellste Definition:**  
„Public relations is a decision-making management practice tasked with building relationships and interests between organisations and their publics based on the delivery of information through trusted and ethical communication methods.“ (International PR Association –2019)

## Reklame, Werbung & PR - der feine Unterschied

„Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennenlernt und ihr erzählt, was für ein toller Kerl er ist, so ist das »Reklame«.  
Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussieht, so ist das »Werbung«.  
Wenn sie sich aber für ihn entscheidet, weil sie von an-deren gehört hat, er sein ein feiner Kerl, so ist das »Public Relations«.“  
Alwin Münchmeyer (1908–1990)  
Dt. Kaufmann und Bankier

## Public Relations in der evang. Kirche – Status quo & Anforderungen

- PR-Expert:innen
  - sind da – aber auf Gemeindeebene ist noch Nachholbedarf
  - wünschen sich mehr Gehör und Mut für Aktionen
- Medienlandschaft komplex - das braucht Professionalität
- Christentum und Medien: Gehören zusammen, da Kommunikation ein prägendes Element des Christentums ist.

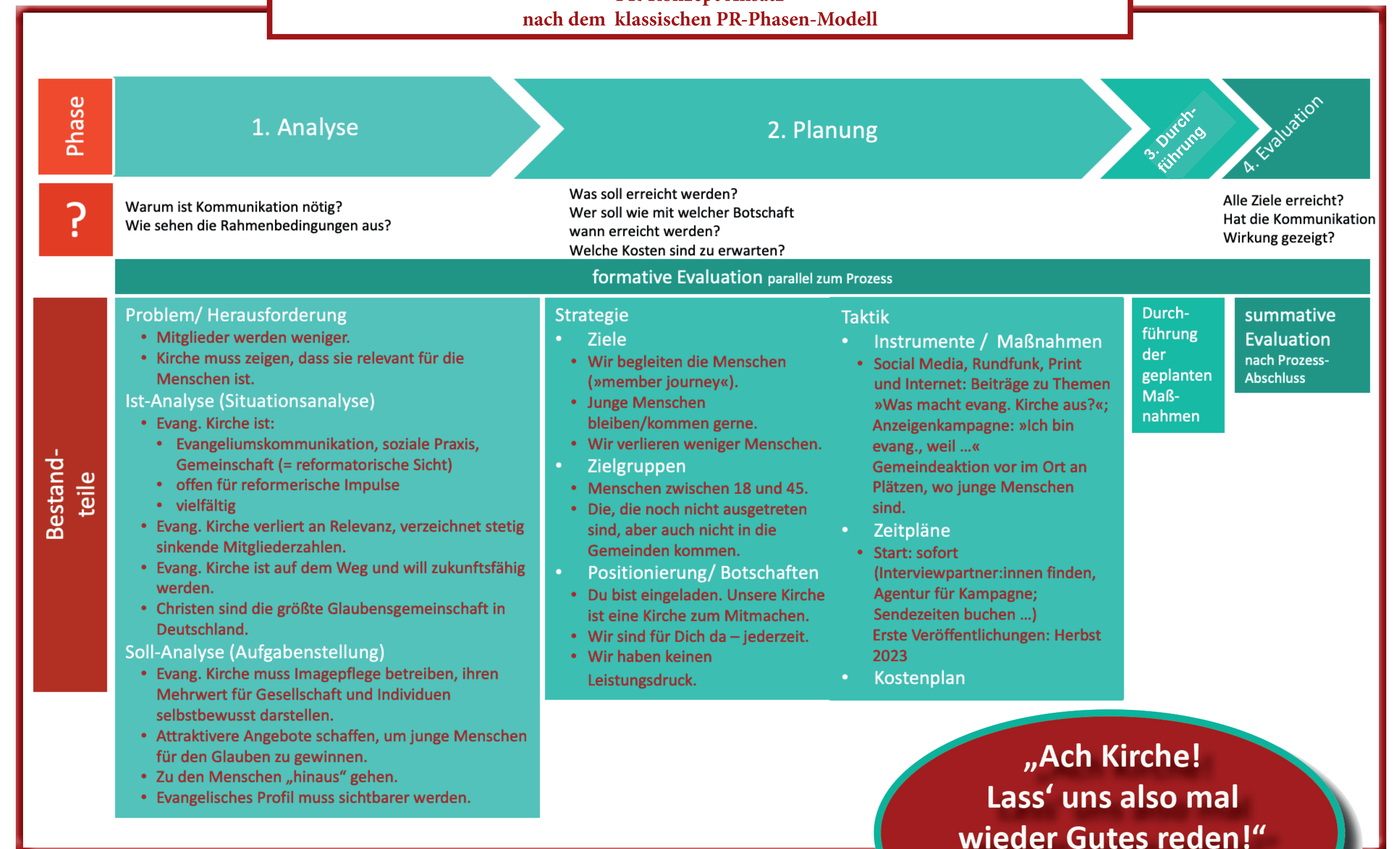
„Ohne Öffentlichkeitsarbeit kann Kirche heute nicht oder nur unvollkommen eine Kirche des Dialogs sein und ihrer Aufgabe, der Verkündigung der Frohen Botschaft, nicht gerecht werden.“ *Holger Tremel*

„Für die Kommunikation zwischen Kirche und Gesellschaft gilt: Ausbau und Professionalisierung der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit in den letzten Jahren haben nicht verhindern können, dass sich Zeugnis und Dienst der Kirche heute schwerer als früher im ‚Zwiesgespräch der Gesellschaft‘ vermitteln lassen. Dem Zuviel an Information steht ein Zuwenig an Kommunikation gegenüber.“ *Landesbischof Johannes Henselmann (1979)*

## Das Potenzial von PR-Konzepten

liegt für eine Organisation darin, dass die Kommunikation mit den jeweiligen Zielgruppen reflektiert und geordnet erfolgen kann. Ein Plan gibt Sicherheit für das jeweilige Vorgehen. Auch wenn am Ende ein Konzept nicht vollumfänglich umgesetzt werden kann, so hat die intensive Beschäftigung mit der eigenen Organisation und ihrem Umfeld meist den Blick geweitet. Somit liegt das Potenzial eines PR-Konzeptes, gerade wenn es das erste Mal für eine Organisation erstellt wird, vor allem auch darin, eine gute Basis für zukünftige Öffentlichkeitsarbeit zu legen.

## PR-Konzept Ansatz nach dem klassischen PR-Phasen-Modell



„Ach Kirche! Lass' uns also mal wieder Gutes reden!“  
Wir haben das Potenzial!

## Schriften der Kirche mit Charakter von PR-Konzepten