



ANGENOMMEN

### Ad-hoc-Ausschuss zur Kommunikationsstrategie

#### Empfehlungen:

Der Zentralausschuss beschloss,

1. die Zielsetzung der Kommunikationsstrategie 2009-2013, nämlich das Profil und das Image des Ökumenischen Rates zu stärken, zu billigen;

**Gebilligt**

2. zu bestätigen, dass die Kommunikationsstrategie die folgenden Zielgruppen ansprechen soll:

- (a) die breitere Mitgliedschaft der ÖRK-Mitgliedskirchen;
- (b) kirchliche und öffentliche Medien;
- (c) die Akteure des ÖRK;

**Gebilligt**

3. zu bestimmen, dass die prägnante Botschaft zur Stärkung des Profils und des Images des ÖRK in den Begriffen „*koinonia, martyria, diakonia*“ wurzeln soll; dies lässt Raum für unterschiedliche Formulierungen dieser Botschaft, die dem jeweiligen sprachlichen, konfessionellen, nationalen oder regionalen Umfeld entsprechen, im Englischen zum Beispiel Einheit, Zeugnis und Dienst;

**Gebilligt**

4. folgende Strategien als Teil des strategischen Fünfjahresplans zu billigen:

- Die Kommunikationsarbeit enger mit der Mittelbeschaffung verbinden.
- Interne und externe Kommunikationskompetenzen im Personal sowie unter den Amtsträgern/innen und Präsidenten/innen des ÖRK und den Zentralausschussmitgliedern ausbilden.
- Strategische Kommunikationsplanung für die ÖRK-Programme anbieten.
- Die Kommunikation in der Fürsprachearbeit ausbauen.
- Wirkung und Reichweite der Kommunikation bei den ÖRK-Mitgliedskirchen verbessern;

**Gebilligt**

5. den Direktor der Kommunikationsabteilung zu ersuchen, im Rahmen der nächsten Zentralausschusstagung einen 90-minütigen Kommunikationsworkshop für alle Zentralausschussmitglieder vorzusehen;

**Gebilligt**

6. die vom Zentralausschuss bereits 2006 als notwendig erkannte Umstrukturierung der Kommunikationsabteilung einschließlich zusätzlicher Mittel zu befürworten, damit der strategische Fünfjahresplan umgesetzt werden kann, und ferner um die Vorlage eines Berichts über die Umstrukturierung auf der nächsten Zentralausschusstagung zu ersuchen;

**Gebilligt**

7. ÖRK-Mitgliedskirchen, die über eine Website verfügen, darum zu bitten, einen Link zur ÖRK-Website einzurichten;

**Gebilligt**

8. die Mitglieder des Zentralausschusses bitten, so bald wie möglich Namen und Adresse der Person in ihrer Kirche zur Verfügung zu stellen, die für Kommunikationsfragen verantwortlich oder zuständig ist (die E-Mail-Adresse von Mark Beach lautet [meb@wcc-coe.org](mailto:meb@wcc-coe.org)).

**Gebilligt**

## **Bericht:**

1. Dieser Bericht und die dazugehörigen Empfehlungen beziehen sich auf das Dokument GEN 09 „ÖRK-Kommunikationsabteilung: Strategischer Fünfjahresplan (2009-2013)“.
2. Die Aufgabe des Ad-hoc-Ausschusses wurde wie folgt definiert: Der Ausschuss soll „auf der Grundlage des dem Zentralausschuss vorgelegten Dokuments und der Diskussionen im Plenum Empfehlungen ausarbeiten“. Die Aussprache im Plenum fand am Donnerstag, dem 14. Februar, statt.
3. Auf seiner Tagung im Jahr 2006 beschloss der Zentralausschuss für die Kommunikationsabteilung u. a.:
  - „dass im Blick auf Leitungsverantwortung, Personal, Methoden, Zielgruppen, Technik und Ressourcen die notwendigen Kapazitäten geschaffen werden müssen, um die beabsichtigten Ziele zu erreichen“.
  - dass „eine umfassende Kommunikationsstrategie ausgearbeitet und das Kommunikationsteam in die Projektplanung und -verantwortung einbezogen werden muss“.
  - „dass die Kommunikationsstrategie Zielsetzungen enthalten muss, die das Profil des ÖRK in der Öffentlichkeit schärfen und sichtbar machen, die stärker auf die ÖRK-Programme aufmerksam machen und die den moralischen Einfluss des ÖRK auf internationaler Ebene hervorheben“.
4. Der Ausschuss stimmt dem Ziel der Kommunikationsstrategie, „Gesamtprofil und Image des ÖRK stärken“ (siehe „Strategie – Teil 1“, Seite 3, GEN 09) zu.
5. Der Ausschuss diskutierte drei wichtige Bereiche und formuliert dazu Empfehlungen:
  - 5.1 Wer sind die Zielgruppen, die wir erreichen wollen?

Diese Frage wird in Gen 09 auf Seite 2 behandelt. Der Ausschuss bestätigt, dass die breitere ökumenische Bewegung der ÖRK-Mitgliedschaft unsere wichtigste Zielgruppe ist. Sie umfasst ungefähr 550 Millionen Menschen. Der Ausschuss ist der Ansicht, dass die kirchlichen und öffentlichen Medien die zweitwichtigste Zielgruppe darstellen, gefolgt von den Akteuren des ÖRK an dritter Stelle. Die Akteure des ÖRK werden in der neuen Kommunikationsstrategie als weniger wichtig erachtet, weil ein großer Teil der Verantwortung für die Kommunikation mit den einzelnen Akteuren bei anderen Mitarbeitenden und Abteilungen liegt (z. B. Vorbereitungsmaterial für Tagungen und Veranstaltungen, Protokolle sowie die Kommunikationsarbeit im Anschluss an Tagungen). Außerdem sind die Akteure bereits Teil der breiteren ökumenischen Bewegung.

## 5.2 Eine prägnante Botschaft?

5.2.1 Der Ausschuss stimmt der Feststellung zu, dass eine prägnante Botschaft entscheidend ist, um Gesamtprofil und Image des ÖRK zu stärken. Der Vorschlag „Einheit, Zeugnis und Dienst“ wurde diskutiert. Der Ausschuss erklärte, dass diese Botschaft zwar für Zielgruppen englischer Muttersprache angemessen ist, jedoch möglicherweise nicht in jedem konfessionellen, nationalen oder regionalen Kontext gut vermittelt werden kann. Deshalb müsse die prägnante Botschaft einerseits die Kernwerte des ÖRK klar kommunizieren, andererseits jedoch so veränderbar sein, dass sie auf unterschiedliche Kontexte angepasst werden kann. Der Ausschuss stimmte überein, dass Einheit, Zeugnis und Dienst ihre theologischen Wurzeln in den biblischen und theologischen Begriffen „*koinonia*, *martyria*, *diakonia*“ haben und dies anerkannt werden sollte, wenn angemessene Übersetzungen und Variationen für den jeweiligen sprachlichen, konfessionellen, nationalen oder regionalen Kontext ausgearbeitet werden.

5.2.2 Ein in der Diskussion im Plenum am Donnerstag erhobener Einwand wurde durch weitere Bemerkungen dem Ausschuss gegenüber verstärkt: Die Tatsache, dass der ÖRK heute weniger als eine Dienst leistende Organisation wahrgenommen wird als früher. Die Rollen des ACT-Bündnisses („Kirchen helfen gemeinsam“) und des Globalen Ökumenischen Aktionsbündnisses wurden als Beispiele dafür angeführt, dass der direkte Dienst des ÖRK in den letzten Jahren reduziert wurde. Eine Warnung, die an den Ausschuss weitergeleitet wurde, lautete: „Wenn wir den Dienst verlieren, verlieren wir die Menschen an der Basis“. Der Ausschuss ist der Ansicht, der Dienst nehme innerhalb des ÖRK noch immer eine bedeutende Rolle ein (z. B. unsere kontinuierliche Rolle in der internationalen Hilfe, in Migrations- und Flüchtlingsfragen, in der Fürsprache und der Friedensarbeit), versteht aber diese Besorgnis.

## 5.3 Die einzelnen Teile der Strategie

5.3.1 Der Ausschuss behandelte die Teile 3 bis 7 der Strategie in GEN 09 und ist mit allen Teilen einverstanden.

5.3.2 Der Ausschuss empfiehlt jedoch, dass der Titel von Teil 4 der Strategie (GEN 09, S. 5) erweitert wird auf „Interne und externe Kommunikationskompetenzen im Personal, unter den leitenden Amtsträgern/innen des ÖRK, den Präsidenten/innen und im Zentralausschuss ausbilden“. Wir sind der Ansicht, dass den Mitgliedern des Zentralausschusses bei der Stärkung von Profil und Image des ÖRK eine wichtige Rolle zukommt. Als erster Schritt zur Unterstützung der Mitglieder des Zentralausschusses schlagen wir vor, dass während der nächsten Tagung des Zentralausschusses ein 90-minütiger Kommunikationsworkshop abgehalten wird.

5.3.3 In Bezug auf die Strategie – Teil 7 (GEN 09 Seite 7) ist der Ausschuss der Ansicht, dass der Kommunikationsdirektor regionale Treffen der leitenden Kommunikationsverantwortlichen der Mitgliedskirchen organisieren sollte, mit geringstmöglichem finanziellen Aufwand für den ÖRK. Ziel dieser Treffen wäre es u.a. zu ermitteln, wie die prägnante Botschaft „*koinonia*, *martyria*, *diakonia*“ in der betreffenden Region am besten vermittelt werden kann und wie die Kommunikationsverantwortlichen dem ÖRK helfen können, sein Profil und sein Image zu stärken.

5.3.4 Ebenfalls in Bezug auf die Strategie – Teil 7 könnte der Kommunikationsdirektor eine Untersuchung des Kommunikationsbedarfs und der Kommunikationskapazitäten der Mitgliedskirchen veranlassen, um festzustellen, wie die ÖRK-Kommunikationsabteilung am besten mit den Mitgliedskirchen an der Aufgabe zusammenarbeitet, das Profil und das Image des ÖRK zu stärken.

6. Das Kapitel Strategie – Teil 8 (GEN 09 Seite 8) befasst sich mit der Notwendigkeit einer Umstrukturierung der Kommunikationsabteilung, um der neuen Kommunikationsstrategie mehr

Ressourcen an die Hand zu geben. Die Notwendigkeit einer Umstrukturierung einschließlich Erhöhung der Ressourcen war bereits in den Beschlüssen des Zentralausschusses von 2006 angesprochen worden. Der Ad-hoc-Ausschuss unterstützt dieses Anliegen und ersucht darum, dass dem Generalsekretär, dem Exekutivausschuss und dem Zentralausschuss in den kommenden 18 Monaten entsprechende Vorschläge unterbreitet werden.

7. Mitglieder des Ad-hoc-Ausschusses haben sich bereit erklärt, auch während der nächsten Zentralausschusstagung wieder an der Kommunikationsstrategie mitzuarbeiten und dem Direktor der Kommunikationsabteilung in den kommenden Monaten mit Reflexion und Unterstützung zur Seite zu stehen.