

Der Pfarrbrief für den pastoralen Raum

Grundsatzüberlegungen zur Weiterentwicklung

Der Pfarrbrief – zentrale Säule der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit

Der Pfarrbrief¹ ist die tragende Säule der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit in ganz Deutschland. Für viele Kirchenmitglieder ist er der einzige Kontakt zur Gemeinde. Rechnet man die Auflage aller Pfarrbriefe zusammen, so kommt man auf ca. 7 Millionen pro Ausgabe². Die tatsächliche Reichweite ist schwer zu bestimmen, aber Umfragen bei Kirchenmitgliedern ergaben, dass rund zwei Drittel ihren Pfarrbrief auch tatsächlich lesen. Für Kirchengemeinden ist es daher ein lohnendes Engagement, sich für einen gut gemachten Pfarrbrief einzusetzen.

Der Pfarrbrief – ein wichtiges Medium auch für Kirchenferne

Rund 90% der Kirchenmitglieder haben kaum Kontakt zur Gemeinde („Kirchenferne“), nur rund 10% der Mitglieder nutzen bewusst kirchliche Angebote. Dennoch nehmen rund zwei Drittel den Pfarrbrief wahr, auch wenn ein Großteil der Leser die darin traditionell aufgeführten Angebote nicht nutzt: Die „Kirchenfernen“ haben andere Interessen als die „Kirchennahen“ – allerdings engagieren sich in der Redaktion des Pfarrbriefs in der Regel die „Kirchennahen“.

Bereits das Grundlagenpapier zur Pfarrbriefarbeit der Deutschen Bischofskonferenz aus dem Jahr 1995 wirbt dafür, „dass der Pfarrbrief nicht nur der Kommunikation mit den Kirchgängerinnen und Kirchgängern dient, sondern der Kommunikation mit möglichst allen am Ort lebenden Menschen.“³ Bisher nahmen die meisten Pfarrbriefe als Leserinnen und Leser meist jene Katholiken in den Blick, die regelmäßig am Leben der Pfarrei teilnahmen und sich deutlich stärker als heute in Gruppen, Verbänden und Gremien einbrachten.

Der MDG-Trendmonitor 2010 hat das Leseverhalten von Pfarrbriefen auf Grundlage der damaligen SINUS-Milieus ermittelt. Demnach lesen den Pfarrbrief regelmäßig bzw. hin und wieder:

- Konservatives Milieu 91%
- Traditionsverwurzeltes Milieu 84%
- DDR-Nostalgisches Milieu 65%
- Etabliertes Milieu 82%
- Konsum-materialistisches Milieu 62%
- Postmaterielles Milieu 73%
- Milieu der Bürgerlichen Mitte 71%
- Milieu der modernen Performer 44%
- Milieu der Experimentalisten 37%
- Milieu der Hedonisten 71%

¹ Im weiteren Text wird zur Vereinfachung nur noch der Begriff Pfarrbrief verwendet. Gelegentlich wird auch der Begriff des Gemeindebriefes verwendet.

² Ergebnis der repräsentativen Umfrage von Pfarrbriefservice aus dem Jahr 2014

³ Zielsetzung der Pfarrbriefarbeit, Absatz 2.3 in: Grundlagenpapier zur Pfarrbriefarbeit – Eine Handreichung der Publizistischen Kommission der deutschen Bischofskonferenz, vom 11. Mai 1995 – Erklärung der Kommissionen Nr. 24

Der Pfarrbrief – ein wichtiges Kommunikationsmedium im pastoralen Raum

Seit Jahren werden die Pfarreien und Seelsorgeeinheiten in Deutschland immer größer. In manchen Bistümern werden mehrere Pfarreien zu einer Pfarrei zusammengeschlossen, in anderen bilden Pfarreien Pastoralverbände oder sogenannte pastorale Räume. Dabei kann es durchaus sein, dass in ländlichen Gebieten bis zu 20 selbstständige Gemeinden zu einem pastoralen Raum mit einem leitenden Pfarrer zusammengefügt werden.

Diese Entwicklung hat unmittelbar Auswirkungen auf den Pfarrbrief. Zunehmend lässt sich in diesen Veränderungsprozessen eine Fehlentwicklung in der Pfarrbriefarbeit feststellen: Der Pfarrbrief wird genutzt, um die vermeintliche Selbständigkeit der einzelnen Kirchorte zu bewahren. So kann die Identifikation der Katholiken mit ihrem neuen pastoralen Raum nicht gelingen. Zudem lässt sich die notwendige Qualität eines modernen Pfarrbriefs bei derart kleinteiligen Auflagen nur schwer realisieren, Aufwand und Mitteleinsatz sind hier oft kaum zu rechtfertigen. Auch die Ansprache von „Kirchenfernen“ ist so gut wie aussichtslos, da die Bedürfnisse dieser Leserinnen und Leser bei dieser Art von Pfarrbriefen selten berücksichtigt werden.

Deshalb muss bei der Konzeption von Pfarrbriefen – gerade nach Veränderungen in pastoralen Räumen – die Frage gestellt werden, wie der Kontakt zu allen Gemeindemitgliedern hergestellt und lebendig gehalten werden kann.

Wer sind die Pfarrbriefmacher?

Der Pfarrbrief ist kein Pfarrerbrief. „Herausgeber des Pfarrbriefes ist der Pfarrgemeinderat“, heißt es eindeutig im „Grundlagenpapier zur Pfarrbriefarbeit“ (Kapitel 6.1, Verantwortlichkeit: Pfarrgemeinderat und Redaktion). Der Pfarrgemeinderat sucht sich ein geeignetes Team zusammen und beauftragt dieses mit der Redaktion des Pfarrbriefs. Es gibt aber auch den umgekehrten Fall: Engagierte Gemeindemitglieder schließen sich zusammen, planen ein Pfarrbrief-Projekt und holen sich dann die Unterstützung des Pfarrgemeinderats. Zwei weitere Aspekte beschreibt das „Grundlagenpapier“: Im Sinne der Zielsetzung des Pfarrgemeinderates – die eventuell in einem Redaktionsstatut festgeschrieben wird – arbeitet die Redaktion eigenverantwortlich. Zudem weist sie im Impressum ein Redaktionsmitglied als Verantwortlichen im Sinne des Presserechts (V. i. S. d. P.) aus.

Landauf landab sind Pfarrbrief-Redaktionsteams ausgesprochen vielfältig zusammengesetzt und organisiert. Neben Engagement und Ortskenntnis sind bei den Redaktionsmitgliedern eine Vielzahl von Talenten und Fähigkeiten gefragt: Neben einer flotten „Schreibe“ und Foto-Kenntnissen hilft ein sicherer Umgang mit dem Computer, vielleicht sogar mit speziellen Layout-Programmen. Auch ein Händchen für die Organisation und Moderation von Arbeitsgruppen unterstützt Redaktionsteams dabei, aus dem kreativen Chaos in ein produktives Miteinander zu kommen. Klar ist zweierlei: Zum einen kann nicht jeder alles können. Zum anderen lassen sich Fähigkeiten, die nicht im Redaktions-Team vorhanden sind, zukaufen – zum Beispiel ein gutes Layout oder das ein oder andere exzellente Foto.

Kirchenmagazin und Pfarrnachrichten

Um den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen von regelmäßigen Gottesdienstbesuchern und eher kirchenfernen Gemeindemitgliedern gleichermaßen gerecht zu werden, erstellen viele Pfarreien und Pfarreiverbünde zwei Publikationen. Zum einen gibt es den Pfarrbrief in Form eines Magazins, das alle Katholiken im gesamten pastoralen Raum erhalten. Zum anderen gibt es die „Pfarnachrichten“ (Gottesdienstordnung), die sich vorwiegend mit Gottesdienst- und Veranstaltungszeiten sowie internen Infos speziell an die „Kirchennahen“ (vor allem die Gottesdienstbesucher) richten. Im Idealfall ergänzen sich beide Publikationen nicht nur inhaltlich, sondern sind auch vom Erscheinungsbild (Corporate Design) aufeinander abgestimmt. Wie diese Aufteilung aussehen kann, wird im Folgenden beschrieben.

1. Pfarrbrief als Magazin

Die erste Aufgabe des Pfarrbriefs als Magazin ist es, den Kontakt zwischen der Gemeinde und allen Gemeindemitgliedern zu ermöglichen: Gerade bei den Gemeindemitgliedern, die nur selten Angebote der Kirche nutzen, sollte die Kirche vor Ort immer wieder präsent sein. Der Pfarrbrief ist oft die einzige konstante Verbindung zwischen der Kirche und 90 % ihrer Mitglieder. Deswegen hat ein einladend gestaltetes Pfarrmagazin eine wichtige Funktion bei der Mitgliederbindung – ähnlich wie bei weltlichen Organisationen, wie Krankenkassen, Automobilclubs, Versorgungsunternehmen oder Vereinen. Niemand ist Mitglied oder Kunde dieser Organisationen, um deren Zeitschrift zu erhalten. Und lesen wird die Zeitschrift auch nicht jeder Empfänger. Dennoch investieren die Organisationen viel Geld in diese Zeitschriften, weil sie auf diesem Weg Kontakt zu ihren Mitgliedern beziehungsweise Kunden halten.

Aus diesem Grund verteilen auch erste (Erz-)Diözesen wie Essen, Hildesheim und Köln kostenlose Bistumszeitschriften an alle katholischen Haushalte.

Ähnliches geschieht inzwischen vielfach durch Kirchengemeinden oder Pastoralverbünde, in denen sich der herkömmliche Pfarrbrief in ein zeitgemäßes (Mitglieder-)Magazin gewandelt hat.

Ein Magazin zeichnet sich dadurch aus, dass es nicht nur sachlich informiert, sondern auf unterhaltsame Weise Lust aufs Durchblättern und Lesen macht. Durch eine ansprechende Gestaltung und interessante, leserrelevante Themen wird es gerne in die Hand genommen. Hier liegt vielleicht die größte Herausforderung für Pfarrbriefredaktionen. Ziel ist ein Paradigmenwechsel weg von einer absender- hin zu einer empfängerorientierten Strategie. Statt vor allem rückblickend zu berichten, schaut ein Magazin nach vorne und setzt eigene Themenschwerpunkte.

Pfarrbrief als Magazin (Fortsetzung)

Empfänger

Das Pfarrmagazin sollte mindestens alle Katholiken im Verbreitungsgebiet erreichen. Aus pastoralen oder logistischen Gründen kann sich eine Verteilung an alle Christen oder sogar an alle Haushalte im Verbreitungsgebiet anbieten. Die Verteilung kann durch ehrenamtliche Austräger, gegen eine Aufwandsentschädigung oder durch kommerzielle Verteiler erfolgen. Die Auslage in kirchlichen und öffentlichen Einrichtungen und die Veröffentlichung im Internet sind zusätzliche Verbreitungswege.

Erscheinungsweise

Bei der Erscheinungsweise ist wichtig, dass die Leser das Magazin als regelmäßige Publikation wahrnehmen. Für einen guten Wiedererkennungswert sollte das Magazin mindestens drei bis vier Mal jährlich erscheinen.

Erscheinungsform

Das Format sollte so gewählt sein, dass es ausreichend Platz für eine großzügige Präsentation von Texten, Bildern und Grafiken bietet und Weißräume zulässt. Zudem ist heute bei fast allen Drucksachen Vierfarbdruck Standard.

Inhalt

Jede Ausgabe sollte ein Schwerpunktthema haben. Diese Fokussierung hilft, das Magazin spannend und interessant zu gestalten, und verhindert, dass sich der Leser in einer unübersichtlichen Kleinteiligkeit verliert. Die Titelseite gehört diesem Schwerpunkt. In mehreren Artikeln wird das Titelthema aus verschiedenen Blickwinkeln und in unterschiedlichen journalistischen Darstellungsformen präsentiert. Insgesamt wird der Inhalt des Pfarrmagazins durch die Themen bestimmt, die möglichst viele Menschen vor Ort betreffen und interessieren. Dieses gilt auch für Veranstaltungsankündigungen und Gottesdienstzeiten. Inhalte, die vor allem einzelne kirchliche Gruppen betreffen und wahrscheinlich nur die „Kirchennahen“ interessieren, können vor allem über die Pfarrnachrichten/Gottesdienstordnung oder im Internet abgebildet werden.

Finanzierung

Das Grundlagenpapier zur Pfarrbriefarbeit der Deutschen Bischofskonferenz stellt fest: „Die Finanzierung von Erstellung, Druck und Verteilung des Pfarrbriefs geschieht aus Mitteln der örtlichen Kirchengemeinde. Die Kirchengemeinde stellt die notwendigen Mittel zur Verfügung. Die Mittel werden im Haushalt der Pfarrgemeinde ausgewiesen.“⁴

4 Verantwortlichkeit der Pfarrbriefarbeit, Absatz 6.3 in: Grundlagenpapier zur Pfarrbriefarbeit – Eine Handreichung der Publizistischen Kommission der deutschen Bischofskonferenz, vom 11. Mai 1995 – Erklärung der Kommissionen Nr. 24

2. Pfarrnachrichten / Gottesdienstordnung

Neben dem Magazin in der Pfarrei/im Pastoralverbund/Pastoralen Raum sollte es weiterhin auch die Gottesdienstordnung/Pfarnachrichten geben. Hier muss entschieden werden, auf welcher Ebene die Gottesdienstordnung erscheint. Heraus kristallisiert haben sich drei Möglichkeiten:

1. Jeder Kirchort behält seine Pfarrnachrichten. Darin sollten auch die Gottesdienstzeiten der anderen Kirchorte im Verbund mit aufgenommen werden.
2. Alternativ dazu kann wie bei Tageszeitungen mit einem überregionalen Teil und verschiedenen regionalen Seiten gearbeitet werden. Ein Teil enthält die Nachrichten aus dem Pastoralverbund, die festen Gottesdienstzeiten aller Gemeinden, Kontaktdaten und Öffnungszeiten. Der zweite Teil enthält weiterführende lokale Informationen des jeweiligen Kirchortes und wird nur am jeweiligen Kirchort beigelegt.
3. Die Pfarrei/pastorale Einheit erstellt – meist in der Form einer kleinen Zeitschrift – die Pfarrnachrichten, in der die Gottesdienstzeiten und Informationen zu allen Kirchorten aufgeführt werden.

Empfänger

Die Empfänger der Pfarrnachrichten/Gottesdienstordnung sind in erster Linie die Gottesdienstbesucher. Sie liegen in den jeweiligen Kirchen aus oder sind im Internet zu finden. Auch Pfarrnachrichten sollten ein attraktives Erscheinungsbild haben und zum Layout des Pfarrmagazins passen.

Erscheinungsweise

Die Pfarrnachrichten müssen aktuell sein, daher erscheinen sie in einem Abstand von ein bis vier Wochen.

Erscheinungsform

Da die Pfarrnachrichten überwiegend in den Pastoral- / Pfarrbüros selbst hergestellt werden, bieten sich die DIN-Formate der Druckgeräte/Kopierer an. Zudem sollte geprüft werden, ob das Kopieren im Pfarrbüro tatsächlich billiger ist als ein professioneller Druck.