



Methodik

Öffentlichkeitsarbeit mit der Jungschar

1. Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

Unter Öffentlichkeitsarbeit sollen hier Aktionen jeder Art verstanden werden, bei denen die Jungschar (als Gruppe oder über den Mitarbeiter) mit der Gesellschaft in Berührung kommt. Dieser weit gefasste Begriff macht sofort deutlich, dass Öffentlichkeitsarbeit zunächst einmal eigentlich gar nichts Ungewöhnliches darstellt. Jede Gruppe kommt automatisch in Berührung mit ihrer Umwelt und Gesellschaft. Schon die "normale" Gruppenstunde, das verteilte Jungscharprogramm oder die Terminankündigung in der Gemeinde ist im engeren Sinn Öffentlichkeitsarbeit der Jungschar.

Allerdings wollen wir uns an dieser Stelle mit **aktiven** Kontakten nach außen befassen, d. h. bewusst gesuchte Aktionen der Jungschar, um sich als Gruppe in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Dazu gibt es viele Gelegenheiten und Möglichkeiten, die weiter unten beleuchtet werden.

2. Warum Öffentlichkeitsarbeit?

Öffentlichkeitsarbeit bringt viele positive Effekte mit sich, z. B.:

- Der Bekanntheitsgrad unserer Arbeit steigt. Jungschar wird "Stadtgespräch".
- Damit laden wir automatisch in unsere Jungschar ein und bekommen in der Regel neue Kinder dazu.
- Jungschar als gemeindeorientierte Arbeit macht damit auch die Gemeinde am Ort bekannter.
- Durch positive Aktionen (s. u.) steigt das "Image" der Jungschar und damit sinkt automatisch die Hemmschwelle von gemeindefremden Eltern und Kindern uns gegenüber.
- Wir bringen uns positiv in die Gesellschaft ein und können im Gegenzug auch Unterstützung durch die Behörden erwarten (Genehmigungen, Vergünstigungen etc.).
- Letztlich soll (und muss) jede Berührung mit der Öffentlichkeit dazu dienen, Wege für das Evangelium zu bahnen. Eine positive Grundhaltung gemeindefremder Mitbürger erleichtert die Verkündigung ungemein.

3. Was hindert uns daran, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben?

Einige Gründe sind schnell aufgezählt:

- Wir trauen uns oft nicht, an die Öffentlichkeit zu treten (Furcht). Hier helfen kleine Schritte mit kleinen Aktionen, um diese Furcht zu überwinden. Allerdings müssen wir irgendwann den "Sprung ins kalte Wasser" wagen und loslegen!
- Wir haben oft keinerlei Erfahrung mit solchen Aktionen. Da hilft nur eins: Erfahrungen sammeln! Allerdings sollten wir mit kleinen Aktivitäten beginnen, um Schritt für Schritt in die Materie einzudringen.
- Manche haben ein gespaltenes Verhältnis zu dieser Arbeitsweise, weil sie die Gefahr sehen, dass damit Menschen in den Vordergrund rücken und Gott bzw. das Evangelium "Nebensache" wird. Beachtet man jedoch die unter Punkt 2 aufgeführten Gründe für eine Öffentlichkeitsarbeit, dürfte deutlich werden, dass gerade diese Aktionen eine sehr gute Plattform für das Evangelium schaffen. Sollte der einzige Beweggrund allerdings eine Selbstpräsentation sein mit dem Ziel, die eigenen Leistungen herauszustellen, ist die Kritik sicher berechtigt. Wir müssen hier deutlich machen, wozu es uns geht, und uns immer wieder an diese Ziele erinnern.
- Es fehlen die Ideen, was man machen könnte. Hier möchte dieser Artikel helfen und die unten aufgeführten Ideen. Auch ein Austausch im Plenum oder mit Jungscharen, die bereits in dieser Weise tätig sind, bewirkt oft sehr kreative Einfälle.

4. Welche Möglichkeiten bieten sich an?

Grundsätzlich bietet sich eine breite Palette an, angefangen mit sehr einfachen Aktionen bis hin zu arbeitsaufwendigen Maßnahmen. Je nach Erfahrung, Mitarbeiteranzahl, finanzieller und zeitlicher Mittel muss ausgewählt werden.

4.1. Werbemaßnahmen

4.1.1. Grundsätzliches zur Werbung

"Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennen lernt und ihr sagt, was für ein großartiger Kerl er sei, so ist das



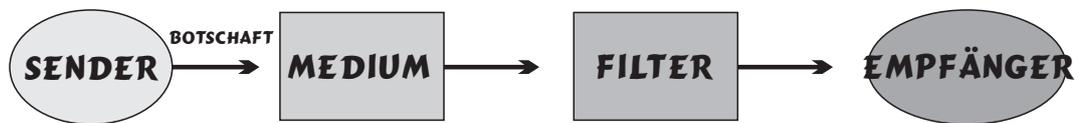
Reklame. Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussähe, dann ist das **Werbung**. Wenn das Mädchen sich aber für ihn entscheidet, weil sie von anderen gehört hat, was für ein prima Kerl er wäre, dann ist das **Public relations!**" (Zitat aus: *Bork, Ernst Wilhelm: PR im Buchhandel*; 1979, S. 5)

Diese Aussage macht deutlich, was wir durch Öffentlichkeitsarbeit (Public relations) erreichen wollen: Menschen in unserer Stadt merken plötzlich, dass

1. es Jungschararbeit überhaupt gibt und
2. Jungschararbeit ein prima Sache ist, zu der man seine Kinder problemlos und gefahrlos bringen kann. Dort lernen sie sinnvolle Dinge für ihr Leben und bekommen eine echte Alternative zu bestehenden gesellschaftlichen Angeboten.

Wir wollen uns dadurch nicht anbiedern, sondern durch positive Aktionen das Interesse auf unsere Arbeit lenken.

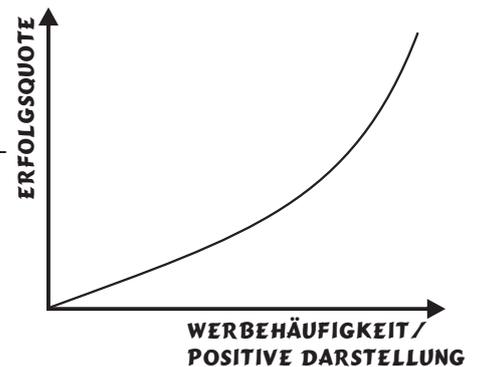
Werbung jeglicher Art ist eine Form der Kommunikation. Dabei möchte die Jungschar ("Sender") eine Botschaft mittels eines "Mediums" (z. B. Printmedium, Aktionen etc.) an die Menschen der Stadt ("Empfänger") richten. Dabei durchläuft jede Wahrnehmung einen oder mehrere "Filter" (z. B. Vorurteile, Meinungen etc.), die die Botschaft beeinflussen und verändern.



Die Aufnahme der Botschaft hängt von vielen Faktoren ab, die hier nicht näher erläutert werden können. Fest steht jedoch, dass die Annahme von Werbebotschaften in starkem Maß abhängig ist von der **Art** und **Häufigkeit** der Darbietung.

Das bedeutet für unsere Arbeit: Öffentlichkeitsarbeit muss **positive Assoziationen** hervorrufen und mehr oder weniger **regelmäßig** stattfinden, um die gewünschten Effekte zu erzielen.

Bei allen Aktionen in der Öffentlichkeit sollten wir uns Gedanken über ein **einheitliches Erscheinungsbild** machen (Wiedererkennungseffekt), d. h. ein Jungscharlogo, Gruppenname o. ä. ist sehr vorteilhaft. Nicht umsonst legen alle Unternehmen großen Wert auf ihr Firmenlogo ...



4.1.2. Grenzen der Werbung

- Wir können mit Werbung nicht
- das Wirken des Heiligen Geistes ersetzen!
 - das Gebet ersetzen!
 - die Eigenwerbung durch die Jungscharler ersetzen!

Diese Grenzen müssen wir klar erkennen und akzeptieren. Die Werbemaßnahmen müssen durch diese drei Punkte begleitet werden, sonst wird auch die beste Werbung nichts bewirken.

Bsp. für ein Logo:



4.1.3. Werbemöglichkeiten

Die "klassischen" Werbeträger sollen hier nur kurz erwähnt werden:

- Printmedien: Einladungen, Plakate ...
- Werbeträger des Jungschar-/Gruppenlogos: T-shirts, Mützen, Stempel, Werbeartikel, Buttons, Aufkleber, Aufnahme, Fahnen ...
- Schaukasten der Gemeinde
- Infos im Lokalradio etc.
- ...

4.2. Pressearbeit

Vor der Presse schrecken viele Mitarbeiter zurück - warum eigentlich? Wir haben hier die hervorragende Möglichkeit, an die Öffentlichkeit zu treten, und sollten diese öfter und intensiver nutzen. Es bieten sich an:

- Anzeigen in Zeitungen (Nachteil: hohe Kosten)
- Redaktionelle Artikel (Vorteil: kostenlos). Hierzu müssen wir jedoch eine Aktion haben, über die es sich lohnt zu berichten (s. 4.3.). Dann nehmen wir rechtzeitig Kontakt mit der Redaktion auf (Reporter anfragen oder eigenen Artikel einreichen, möglichst mit Bildmaterial). In der Regel sind Lokalredaktionen dankbar für solche Tips. Ein Versuch lohnt sich - nicht aufgeben, wenn es beim ersten Mal nicht klappt, sondern immer wieder probieren. Den Bericht eng an die Fakten anlehnen - nicht ausschweifend schreiben.
- "Die gute Tat" öffnet oft die erste Tür. Wenn wir eine Aktion starten, die für die Bürger unserer Stadt Vorteile erbringt, haben wir die Presse meist auf unserer Seite (s. 4.3.).

4.3. Projekte

Projekte sind zeitlich begrenzte Aktionen der Jungschar mit einem bestimmten Ziel. Das können z. B. Werkarbeiten sein, die sich über einen längeren Zeitraum hinziehen, oder auch Aktionen, die zum Ziel haben, Geld zu sammeln zur Unterstützung bestimmter Werke - Letzteres soll hier weiter betrachtet werden. Wichtig ist, dass wir mit solchen Projekten gut an die Öffentlichkeit treten können! Wir erreichen dreierlei: ein attraktives Programm für unsere Jungschar, die Unterstützung einer guten Sache und das Bekanntwerden in der Stadt. Beachten müssen wir:

- Das Projektziel muss stimmen! Es muss transparent sein, was mit dem Geld geschieht (Information!). Es muss nachvollziehbar sein, dass es ein guter Zweck ist, dem das Projekt dient!





- Langfristig vorbereiten! Gerade die Vorinformationsphase muss stimmen und ausführlich sein.

4.3.1. Projektideen

- Ein zentrales Jungscharchprojekt unterstützen (z. B. lief '97 in vielen Jungscharen das Projekt "Wir tun was!" [Unterstützung einer Kindertagesstätte in Brasilien]). Vorteil: Werbe- und Informationsmaterial wird gestellt, das Projektziel kann höher gesteckt sein (gemeinsam erreicht man mehr) und die Jungscharleer merken, dass es ja noch viele andere Jungscharen gibt, die auch dort mithelfen.
- Eine Missionsstation unterstützen. Hier bietet sich an, evtl. eine solche Mission zu nehmen, die ohnehin in der Gemeinde bekannt ist bzw. sogar schon unterstützt wird.
- Ein Missionswerk im Inland unterstützen. Vorteil: Man kann evtl. einen Besuch vor Ort machen mit der Jungscharch. Die Kommunikation ist u. U. einfacher.
- Ein soziales Werk vor Ort unterstützen. Derer gibt es viele; allerdings sollten wir als christliche Jungscharch überlegen, ob unser Projekt nicht auch einer bewusst christlichen Arbeit dienen sollte.

4.3.2. Möglichkeiten von Aktionen, die das Projekt unterstützen

Hier sollten wir unserer Kreativität kaum Grenzen setzen. Einige Anregungen:

Aktionen mit Eintrittsgeldern

- Seifenkistenrennen (evtl. gegen andere Jungscharchgruppen)
- Sportwettkämpfe (z. B. Fußballturnier)
- Aktionstage (z. B. Kletterwand, Kistenstapeln etc.)
- Fahrradrallye (mit Startgebühr und Sponsoren)
- Jungscharch-Kaffee
- Jungscharch-Pizzeria
- ...

Verkaufsaktionen

- Flohmarkt (eigenen organisieren oder Stände auf anderen eröffnen)
- Waffelverkauf (z. B. beim Stadtfest, Gemeindefeier etc.)
- Plätzchen/Kuchen backen (z. B. beim Stadtfest, Gemeindefeier etc.)
- Losverkauf (einige gute Preise als Gewinne; die Jungscharleer bekommen eine Anzahl Lose, die sie zu festgelegten Preisen an ihre Verwandtschaft/Bekanntschaft verkaufen; an einem Stichtag dann die große Losziehung)
- Bilder malen und verkaufen (sollten qualitativ etwas hergeben)
- Second-Hand-Basar (Spielsachen, Kleidung etc.; auf akzeptable Qualität achten)
- Bastelbasar (Sachen basteln und verkaufen)
- Briefmarken-/Münzen-/Telefonkartenbasar (keine Tauschbörse, sondern Verkauf)
- ...

Sonstige Aktionen

- Sponsorenlauf (JSler suchen sich Sponsoren (Eltern, Großeltern etc., Firmen, Geschäftsleute ...), die für gelaufene Kilometer eine Sponsorensomme zahlen ("Vertrag" abschließen). An einem festgelegten und bekannt gegebenen Tag findet der Lauf statt. Alle sind eingeladen und die JSler geben ihr Bestes - je gelaufenen Kilometer erhalten sie die vorher ausgehandelte Summe für das Projekt. Für Betreuung etc. wird gesorgt.)
- Weihnachtsbaumaktion (An Orten, wo dies nicht durch andere Gruppen (Pfadfinder etc.) schon getan wird, sammelt die Jungscharch die alten Weihnachtsbäume ein und bittet um Spenden. LKW organisieren und die Aktion mit dem Ordnungsamt abstimmen; Haushalte rechtzeitig per Wurfsendung informieren)
- Autowaschtag (Die Jungscharch wäscht Autos gegen Spende! Muss aus Umweltgründen abgestimmt werden [bei Feuerwehr fragen, ob man ihre Einrichtung nutzen darf]; auch das Putzmaterial muss top sein)
- Gartenarbeit (die Jungscharch übernimmt die Gartenpflege oder andere Gelegenheitsarbeiten gegen Spende)
- Wald entrümpeln (Die Jungscharch macht den "Frühjahrsputz" im Wald und sammelt Müll ein [mit Ordnungsamt abstimmen]). Für diese Aktion werden Sponsoren gesucht. Pressewirksam!)
- ...

5. Was müssen wir bei allen Aktionen beachten?

- Jungscharch ist geistliche Arbeit! Deshalb müssen die Aktionen mit unseren geistlichen Zielen übereinstimmen und diesen dienen! Dabei sollten wir auch Grenzen beachten, die nicht zu überschreiten sind.
- Vor, während und nach unseren Aktionen heißt es, das Ziel im Auge zu behalten!
- Öffentlichkeitsarbeit darf insgesamt keine 'Eintagsfliege' sein! Wenn wir etwas erreichen wollen, dann müssen wir dauerhaft arbeiten.
- Öffentlichkeitsarbeit lohnt sich in jedem Fall! Viele Jungscharen und Mitarbeiter können hier positiv berichten.

6. Fazit/Zusammenfassung

- Wir sollten ernsthaft überlegen, ob wir nicht verstärkt an die Öffentlichkeit treten wollen/müssen.
- Darüber muss jedoch im Team Einigkeit herrschen.
- Die Gemeinde muss hinter unseren Aktionen stehen!
- Klein anfangen - aber anfangen!
- Erfahrungen sammeln, Kontakte aufbauen, Hemmungen überwinden ...
- Kontinuität ist gefragt! Wir sollten uns dessen bewusst sein, dass wir möglichst dranbleiben müssen, wenn wir die gewünschten Effekte erreichen wollen.

Ralf Kausemann, Bergisch Gladbach