



Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit

Referentin: **Gabriele Homburg**
Tel. (0721) 9 12 43-12, g.homburg@caritas-karlsruhe.de

Deputat: **75%**

Finanzierung: **Caritas-Mittel**

1. Kurzbeschreibung der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit (ÖA)

Der Caritasverband Karlsruhe e.V. berichtet über seine Einrichtungen und Arbeitsbereiche sowie deren Angebote in Form von Dienstleistungen, Beratung, Projekten und Veranstaltungen. Darüber hinaus informiert er über soziale Themen und gesellschaftlich relevante Entwicklungen und welche Auswirkungen diese auf die Bürger haben. Dabei hat der Caritasverband Karlsruhe als Ortsverband vornehmlich die lokalen Angelegenheiten im Blick.

Zielgruppen sind potenzielle als auch bereits bestehende Kunden, (haupt- und ehrenamtliche) Mitarbeiter*innen und Auszubildende, Kooperationspartner, private und öffentliche Spender sowie die Öffentlichkeit in Karlsruhe. Sie erhalten zielgruppengerechte Informationen.

Die Öffentlichkeitsarbeit erstreckt sich im Wesentlichen auf Pressearbeit, Werbung und Homepage. Im Bereich der Pressearbeit lädt der Caritasverband Karlsruhe e.V. regelmäßig zu Pressegesprächen, über die dann in den lokalen Medien (Print, Radio, Fernsehen) berichtet werden. Je nach Thema kommen dort auch Caritas-Kunden und deren Angehörige zu Wort. Der Caritasverband Karlsruhe e.V. veröffentlicht Informationen in Form von Pressemitteilungen, redaktionellen Beiträgen und Veranstaltungshinweisen.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist flankierend bei öffentlichen Veranstaltungen tätig, die der Caritasverband Karlsruhe e.V. bzw. seine Einrichtungen organisieren, etwa durch Veranstaltungshinweise, Plakate, Werbematerial, Flyer etc., ggf. durch Präsenz vor Ort, um für Fragen der Medien zur Verfügung zu stehen. Dabei spielt auch die Umsetzung des Caritas-Jahresthemas in Veranstaltungen eine wesentliche Rolle. Auch unterstützt die Stabsstelle die Pfarreien bei der jährlichen Caritassammlung bei der Flyer-Erstellung.

Auf der Homepage stellt der Caritasverband Karlsruhe e.V. sich und seine Angebote vor. Multimediale Inhalte wie Bilder, Grafiken, Radio- und Videobeiträge machen die Seiten für den Kunden attraktiver und lockern komplexe Sachverhalte auf. Pressemitteilungen, Presseberichte, Termine von Veranstaltungen werden auf der Homepage eingestellt.

Im Bereich Marketing und Gestaltung achtet die Öffentlichkeitsarbeit darauf, dass das Layout korrekt eingehalten wird, dass Flyer, Plakate, Anzeigen, Autobeschriftungen, Schilder etc. CI-gerecht erstellt, aktualisiert und auch entsprechend der Öffentlichkeit per Download leicht zugänglich gemacht werden.

Bilder bzw. Fotos werden archiviert und entsprechend gekennzeichnet.



Gabriele Homburg

Folgende Publikationen werden durch die Öffentlichkeitsarbeit regelmäßig herausgegeben und versendet:

- Mitgliederinfo (April, Juli, Oktober)
- Neu: Mitarbeiterinfo (Mai, September, Januar(?))
- Jahresrückblick als Broschüre
- Einstellung des jährlichen Geschäftsberichts auf der Homepage
- Neu: Spenden-Newsletter mit aktuellen Projekten
- Neu, nur in 2020: Corona-Broschüre
- „Caritas auf einen Blick“ als Broschüre zum Aufstellen

Um die Öffentlichkeitsarbeit in allen Bereichen möglichst effektiv zu gestalten, arbeitet die Stabstelle mit den verschiedenen Einrichtungen und Diensten des Caritasverbands Karlsruhe e.V. eng zusammen. Dies gilt auch für die Dienste in gemeinsamer Trägerschaft mit der Diakonie, wie dem Ökumenischen Migrationsdienst (ÖMD) sowie der Verfahrens- und Sozialberatung für Flüchtlinge (VSB). Bei den anderen Diensten in gemeinsamer Trägerschaft hat die Öffentlichkeitsarbeit der Diakonie die Federführung.

Die ÖA kümmert sich u.a. auch um Themen, die das Fundraising betreffen, etwa um das Online-Spendentool auf der Homepage, Spendenflyer, Pressemitteilungen zu Spendenaufrufen und Spendenaktionen, Unterstützung der Caritassammlung, Spenden-Newsletter zu Projekten.

2. Darstellung der Arbeitsschwerpunkte im laufenden Jahr

Das Jahr 2020 war, wie viele andere Arbeitsbereiche auch, durch die Corona-Pandemie gekennzeichnet.

- **Pressegespräche** und Veranstaltungen sind stark reduziert worden und waren nur punktuell möglich. 2020 wurden u.a. zu folgenden Themen Pressegespräche durchgeführt: Geschäftsbericht des CV KA – Soziale Projekte im Bereich digitaler Kommunikation in den Seniorenzentren St. Valentin und St. Franziskus – Spendenübergaben und -projekte, besonders für die Beiertheimer Tafel – Quartiersmanagement – Familienzusammenführung - KurzzeitPfleger Südwest – Vernissage zum bürgerschaftlichen Engagement u.a.
- **Pressemitteilungen** hatten oft die Auswirkungen von Corona im Fokus, etwa Digitalisierungsprojekte in den Seniorenzentren, um die Kommunikation mit den Angehörigen aufrecht zu erhalten, und in den Übergangwohnheimen, um den Spracherwerb und Hausaufgabenbetreuung online über Ehrenamtliche zu ermöglichen, Ergänzung der persönlichen Beratung über Online-Beratung-Tools der Caritas und Spender und Spenden, um den Betrieb der Beiertheimer Tafel aufrecht zu erhalten.
- **Druckerzeugnisse**, wie Flyer, Broschüren, Newsletter, Plakate, Postkarten, Anzeigen sowie Autobeschriftungen und Schilder wurden, wie üblich, erstellt.
Neu für 2020: Sammlung zu Corona-Geschichten im Caritasverband Karlsruhe, veröffentlicht in einer Broschüre
Neu: Mitarbeiterinfo, ein Newsletter für Caritasverband Karlsruhe Mitarbeiter*innen

- **Homepage** wurde immer wieder auch im Hinblick auf Corona-Verordnungen und deren Auswirkungen aktualisiert. Es wurde eine eigene Coronavirus-Unterseite angelegt, die über die Lage und Regelungen in den Einrichtungen auf einen Blick und aktuell zu informieren, etwa über Schließungen, geänderte Öffnungszeiten der Einrichtungen, Regelungen für Kund*innen, Bewohner*innen, Besucher*innen, Besuchs- und Hygienekonzepte etc.)
- Anlegen einer **Liste von Adressdatenbanken und Webseiten**, auf denen der Caritasverband Karlsruhe e.V. zu finden ist (Darstellung der Organisation, der Beratungsdienste, der Einrichtungen, der Angebote). Überprüfen der Seiten auf Korrektheit und Aktualität der Darstellung bzw. des Inhalts.
- Corona-bedingt gab es (verbandsübergreifende) **Veranstaltungen**, wie etwa den Caritas-Gottesdienst oder Veranstaltungen in den Einrichtungen, die das diesjährige Caritas-Kampagnen-Thema „Sei gut, Mensch!“

3. Statistik 2020

- Im Pressespiegel sind etwa 80 Presseartikel archiviert worden. Dabei sind nur die Zeitungen berücksichtigt, die der Caritasverband abonniert hat bzw. regelmäßig erhält. Es fanden Corona-bedingt weniger Pressegespräche, acht, statt.
- Es wurden etwa 80 Pressemitteilungen erstellt.
- Es gab Corona-bedingt weniger Veranstaltungen/Termine im Jahr, daher wurden etwa nur 30 Veranstaltungshinweise an die Presse gesendet.
- Es gab Corona-bedingt weniger gewerbliche Anzeigen, etwa 25 Stück. Nicht mitgezählt sind die Anzeigen in Stadteilblättern, die die Einrichtungen selbst erstellen.
- Es wurden verschiedene Roll-ups, Blow-ups und großformatige Plakate, Schilder, Schaufenster- und Autobeschriftungen erstellt und in Druckauftrag gegeben.
- Flyer wurden inhouse erstellt und gedruckt/ in Online-Druckerei gegeben.
- Das Mitglieder-Info wurde inhouse erstellt und gedruckt.
- Das Mitarbeiter-Info wurde inhouse erstellt und gedruckt.
- Der Spenden-Newsletter wurde inhouse erstellt und in Druck gegeben
- Der Jahresrückblick 2020 wurde inhouse erstellt und in Druck gegeben. Zu finden ist der Jahresrückblick 2020 als Download auf der Homepage ab 2021
- Die Broschüre Corona-Geschichten wurde inhouse erstellt und in Druck gegeben.
- Postkartenaufsteller „Caritas auf einen Blick“ wurde aktualisiert

4. Was der Öffentlichkeitsarbeit 2020 aufgefallen ist

• Digitalisierung schreitet immer mehr voran

Menschen informieren sich je nach Zielgruppe in verschiedenen Medien. Neben den klassischen Druckerzeugnissen, wie Zeitungen, informieren sie sich weiter über Empfehlungen oder über digitale Medien. ÖA muss Informationen über alle Medien zielgruppengerecht streuen.

• Im Fokus: Adressdatenbanken, Webseiten, Bewertungsportale, (Social Media)

ÖA muss verstärkt sein Augenmerk auf Adressdatenbanken, Webseiten und Bewertungsportale richten, damit die Inhalte über den CVKA korrekt und ansprechend dargestellt werden.

- **Fundraising**

Öffentliche Gelder gehen zurück bzw. nicht alle Angebote des Caritasverbands Karlsruhe e.V. können darüber finanziert werden. Daher muss unser Verband Mittel über Spenden von Bürgern, Kirchengemeinden, Stiftungen und Unternehmen akquirieren. Auch sollten langfristige Partnerschaften mit (lokalen) Unternehmen angestrebt werden, mit denen zusammen Konzepte zu entwickeln sind, wie sich die Zusammenarbeit gestalten soll (Citizen Days etc.).

- **Soziale Themen**

Würde des Menschen, gesellschaftliche Teilhabe, Bekämpfung von Armut, bezahlbaren Wohnraum, fehlende Sozialimmobilien in Karlsruhe für Kitas, Seniorenheime, Jugendgästehäuser etc. steigender Anteil von verschuldeten/verarmten Rentnern, Integration von Migrant*innen, der demografische Wandel mit dem einhergehenden Fachkräftemangel sowie gute, bezahlbare Pflege sind nach wie vor aktuelle Themen, die kommuniziert werden müssen. Die Corona-Krise verschärft lediglich die Situation und fördert die Ungleichheit von Arbeits- und Wohnungslosen, allein Erziehenden, Migrant*innen in Gemeinschaftsunterkünften, Menschen mit psychischen Erkrankungen und/oder Behinderungen sowie Pflegebedürftigen; sie müssen mit gezielten Maßnahmen gerade in der Pandemie unterstützt werden.

Gabriele Homburg