

**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 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 e.V. als Ortsverband vornehmlich die lokalen Angelegenheiten im Blick.

Zielgruppen sind potenzielle als auch bereits bestehende Kunden, Mitarbeiter\*innen und Auszubildende, Kooperationspartner, private und öffentliche Spender sowie die Öffentlichkeit in Karlsruhe. Sie sollen zielgruppengerecht Informationen über uns erhalten. Im Bereich der Pressearbeit lädt der CV KA regelmäßig zu Pressegesprächen zu bestimmten Themen ein, über die dann in den lokalen Medien (Print, Radio, Fernsehen) berichtet werden. Je nach Themenstellung kommen dort auch Caritas-Kunden\*innen und deren Angehörige zu Wort. Der CV KA selbst gibt Informationen an die Presse in Form von Pressemitteilungen, redaktionellen Beiträgen und Veranstaltungshinweisen weiter. Unterstützt wird die Präsenz des CV KA auch durch Anzeigen, Plakate u.a.



**Gabriele Homburg**

Die Öffentlichkeitsarbeit ist flankierend bei öffentlichen Veranstaltungen tätig, die der Caritasverband bzw. seine Einrichtungen organisieren, etwa durch Veranstaltungshinweise, Plakate, Werbematerial, Flyer etc. sowie durch die Präsenz vor Ort, um für Fragen der Öffentlichkeit und 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.

Auf der Homepage stellt der CV KA 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.

Folgende Publikationen werden durch die Öffentlichkeitsarbeit regelmäßig herausgegeben und versendet:

- das dreimal im Jahr erscheinende Mitgliederinfo
- der Jahresrückblick als Broschüre
- Darstellung des jährlichen Geschäftsberichts auf der Homepage

Um die Öffentlichkeitsarbeit in allen Bereichen möglichst effektiv zu gestalten, arbeitet die Stabstelle mit den verschiedenen Einrichtungen und Diensten des CV KA 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 arbeitet eng mit der seit 2019 geschaffenen Stabstelle Fundraising zusammen, um öffentlichkeitswirksam zu Spendenmittel aufzurufen und über lokale Projekte zu informieren. Eine weitere enge Zusammenarbeit mit der seit November 2019 geschaffene Abteilungsleitung IT wurde seit November begonnen, um Themen wie digitale Kommunikation anzugehen und 2020 schrittweise umzusetzen. Durch den steigenden Fachkräftemangel, besonders in der Altenpflege, ist eine engere Zusammenarbeit mit der Personalabteilung in Arbeit, um auch hier (digitale) Personalgewinnungsprojekte umzusetzen. Ebenso kümmert sich die Öffentlichkeitsarbeit bisher rudimentär um die Steigerung von Spendeneinnahmen (online-Spenden, Spendenflyer, Spendenaufrufe in der Presse – Caritassammlung, Weihnachtsaktionen Beiertheimer Tafel, Projekte), wobei der inhaltliche Teil sukzessive an das Fundraising in 2020 übergeben wird.

## **2. Darstellung der Arbeitsschwerpunkte im laufenden Jahr**

Die Planung und Organisation von Pressegesprächen nehmen einen Großteil der Arbeit der ÖA in Anspruch: 2019 wurden u.a. zu folgenden Themen Pressegespräche durchgeführt: Geschäftsbericht des cvka – Thema Wohnen in der Arbeit des Caritassozialdienstes – Spendenübergaben und -projekte, besonders für die Beiertheimer Tafel – Entwicklung bei der Beiertheimer Tafel – Quartiersmanagement und Lotsenprojekt – Einführung der Kurzzeitpflege Südwest als solitäres Angebot – Pflegeangebote aus einer Hand – Beschäftigungsförderungsangebote zur Eingliederung von Langzeitarbeitslosen – Neuer Startpunkt Elterncafé St. Michael – Jubiläum des Familienzentrum Caritashaus – Best of Poesie: Generationenübergreifendes Projekt über das Erinnern und die analoge/digitale Darstellung in einer Vernissage im Seniorenzentrum St. Franziskus u.a.

Insgesamt wurden 120 Artikel archiviert, die in den lokalen Medien über den cvka 2019 erschienen. Da der cvka nur begrenzt Kenntnis über die Veröffentlichung in den lokalen Medien hat, kann von einer höheren Anzahl ausgegangen werden.

Da es mitunter schwierig ist, dass eingeladene Pressevertreter\*innen zu Pressegesprächen kommen, wurden 2019 vermehrt Pressemitteilungen an die Medien versendet und auf der eigenen Homepage veröffentlicht. Insgesamt wurden 2019 über 100 Pressemitteilungen geschrieben.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Umstellung der Homepage auf Responsive Design, d.h. auf die Anpassung der Darstellung an das entsprechende Nutzerendgerät. Da das Leseverhalten auf einem Smartphone anders ist als auf einem größeren Monitor, wie etwa einem Laptop, wurde mit der Verschlinkung der Homepage und einer nutzerfreundlicheren Bedienung begonnen. Der Prozess wird Mitte 2020 beendet sein.

Fundraising wurde dahingehend unterstützt, dass Dankespostkarten für Spender, Spendenprojekte auf der Homepage, Vereinfachung der Online-Bezahlung sowie ein Ständer „Caritas auf einen Blick“ erstellt wurden.

### 3. Was der Öffentlichkeitsarbeit 2019 aufgefallen ist

- **Analog braucht digital**

Menschen informieren sich verschieden: Über Zeitungen, über Empfehlungen, digital über Homepage, über soziale Medien u.a. Informationen müssen präzise und ansprechend sein – lange Texte werden oft nicht mehr gelesen. Der cvka hat unterschiedliche Kunden mit unterschiedlichen Informationsverhalten. Daher muss in Zukunft zielgruppenspezifischer ÖA gemacht werden und verschieden, über soziale Netzwerke bis hin zum klassischen Presseartikel

- **Engere Zusammenarbeit von ÖA und Fundraising-IT-Personal-QM-Datenschutz**

Nach der Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen ÖA und den Einrichtungen, muss 2020 der Fokus auch auf andere Bereiche liegen. Fundraising und ÖA, um zusammen für soziale Projekte und deren Finanzierung zu werben. ÖA und IT, um gemeinsam die Themen Social Media, Digitales Schaufenster, Online-Buchungen über Tools auf Homepage (Buchen von Pflegeplätzen etc.) u.a. voranzubringen. ÖA und Personal, um Personalgewinnung gemeinsam voranzubringen und digitale Bewerbungstools zu nutzen. Ebenso Konzepte erstellen und bewerben, um Bestandsmitarbeiter weiter an den cvka zu binden (z.B. BGM)

- **Soziale Medien**

Viele Menschen kommunizieren und informieren sich über soziale Medien, sie sind nicht über Zeitungen zu erreichen. Welche Angebote macht der CV KA diesen Menschen? Siehe auch oben.

- **Konzentration von Pressethemen bzw. Pressegesprächen**

Der CV KA wächst: mehr Einrichtungen, mehr Angebote. Die lokale Presselandschaft bleibt weitgehend gleich. Damit die Medien zu einem Pressegespräch kommen, sollte man nicht zu oft einladen, da sonst ein Sättigungsgrad erreicht werden kann. Aufgefallen ist, dass auch 2019 weniger Pressevertreter\*innen kamen. Sinnvoll wäre es daher auch zu „übergeordneten“ Themen einzuladen, die mehrere Einrichtungen oder Dienste betreffen, wie etwa die Pflegesituation in Karlsruhe und die Verbund-Angebote des CV KA oder wie der CV KA auf Fachkräftemangel von Pflegekräften und Erzieher\*innen mit welchen Konzepten reagiert oder warum Familienzentren für Stadtteile von wachsender Bedeutung sind.

- **Ehrenamt**

Ehrenamtliche aus dem CV KA sind meist aus den Kirchengemeinden und im Allgemeinen ältere Menschen. Diese Gruppe geht zurück und der CV KA sollte zukünftig zielgruppenspezifischer werben, damit auch jüngere Menschen und Menschen, die nicht in Kirchengemeinden aktiv sind, angesprochen werden. ÖA könnte hierbei unterstützend tätig sein.

- **Personal**

Fachkräfte werden gesucht und gutes Personal soll gebunden werden. ÖA und Personalabteilung haben kaum Berührungspunkte, sollten aber im Zuge des Fachkräftemangels enger zusammenarbeiten und Konzepte entwickeln/Veranstaltungen planen, wie CV KA als attraktiver Arbeitgeber mit Werten öffentlich wirksam dargestellt werden kann. Auch hier, siehe oben.

- **Fundraising**

Öffentliche Gelder gehen zurück bzw. nicht alle Angebote des CV KA können darüber finanziert werden. Daher muss der CV KA Mittel über Spenden von Bürger\*innen, 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.). 2019 wurde dazu eine Stabstelle Fundraising geschaffen, siehe oben

- **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 Rentner\*innen, Integration von Migranten\*innen, der demografische Wandel mit dem einhergehenden Fachkräftemangel sowie gute, bezahlbare Pflege sind nach wie vor aktuelle Themen, die kommuniziert werden müssen.

#### **4. Statistik 2019**

- Im Pressespiegel sind etwa 120 Presseartikel archiviert worden. Dabei sind nur die Zeitungen berücksichtigt, die der Caritasverband abonniert hat bzw. regelmäßig erhält.
- Es gab auch verschiedene Radio- und Fernsehbeiträge, die allerdings nicht gezählt wurden. Auf unserer Homepage wurde auf den Videobeitrag dann verlinkt, wenn wir den Hinweis und die Erlaubnis von dem Medium erhalten haben.
- Es fanden 15 Pressegespräche statt
- Es wurden etwa 100 Pressemitteilungen erstellt.
- Etwa 100 Veranstaltungshinweise mit längerem Text wurden erstellt und an die Presse gesendet.
- Es gab etwa 40 gewerbliche Anzeigen. Nicht mitgezählt sind die Anzeigen in Stadteilblättern, die die Einrichtungen selbst machen.
- 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.
- Der Jahresrückblick wurde inhouse erstellt und in Druck gegeben. Zu finden ist der Jahresrückblick als Download auf der Homepage ab 2020
- Postkartenaufsteller „Caritas auf einen Blick“ wurde erstellt.
- Es wurden etwa 150 Termine des CVs auf die Homepage gestellt.

*Gabriele Homburg*