

Bericht

B I.5 Kommunikation

Berichtersteller*in: BDKJ-Bundesvorstand

1 Das Referat Kommunikation ist seit Oktober 2023 mit Christian Toussaint
2 (Stellenumfang von 100% (Oktober bis Dezember 50%)) besetzt und wird durch KJP-
3 Mittel finanziert. Thomas Gies arbeitet als Werkstudent für die Social-Media-
4 Kommunikation. Sarah Grünberg-Lieu ist als Sekretärin für das Referat
5 zuständig. Weitere Unterstützung erhält das Referat von Michael Ziegler als
6 Honorarkraft für die Erstellung des Newsletters und die Betreuung der Webseite
7 und Christian Schnaubelt als stellvertretendem Pressesprecher. Das Referat
8 kommuniziert über verschiedene Medien die Themen und Positionen des BDKJ-
9 Bundesverbandes. Das Kommunikationskonzept umfasst dabei einerseits die
10 außerverbandliche Kommunikation: Hauptzielgruppe sind Multiplikator*innen und
11 Entscheidungsträger*innen in Kirche, Staat und Gesellschaft sowie
12 Journalist*innen. Andererseits adressiert die Bundesstelle ihre Kommunikation
13 auch an Mandatsträger*innen innerhalb des BDKJ, die in ihren Bereichen wiederum
14 Multiplikator*innen für Inhalte des BDKJ sind.

15 Die Arbeit des Referats lässt sich in folgende Bereiche gliedern:

- 16 • Pressearbeit: Verfassen von Pressemitteilungen, Aktualisierung der
17 Presseverteiler, Bearbeitung von Presseanfragen
- 18 • Online-Kommunikation: Redaktion und Pflege der Webseite www.bdkj.de,
19 Redaktion der beiden Newsletter (intern und extern) sowie die Begleitung
20 von weiteren Websites des BDKJ-Bundesverbandes
- 21 • Social-Media-Kommunikation: Planung und Bespielung der Kanäle Facebook,
22 Instagram, Twitter und YouTube sowie Erstellung, Evaluation und
23 Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie
- 24 • Printprodukte: Produktion des Magazins „BDKJ.konkret“ sowie weiterer
25 Produkte wie Flyer und Werbematerialien
- 26 • Corporate Design: Sorge für die Umsetzung des Corporate Designs sowie
27 Entwicklung von Anpassungen, Ansprechpartner für Fragen der Mitglieder
28 zum Corporate Design
- 29 • Strategische Planung der Themen und Kommunikationsziele des BDKJ

30 Das Jahr war erneut geprägt von personellen Veränderungen im Referat für
31 Kommunikation. Stephanie Agethen, die am 1. April 2023 das Referat übernommen
32 hatte, verließ auf eigenen Wunsch den BDKJ zum 31. August 2023. Die
33 Neubesetzung der Stelle mit Christian Toussaint konnte dann zum 1. Oktober 2024
34 erfolgen, bis zum 31. Dezember 2024 aber nur mit 50% Stellenumfang. In der
35 Übergangszeit von August bis Oktober leitete Christian Schnaubelt ? mit 20%
36 Beschäftigungsumfang ? kommissarisch das Kommunikationsreferat.

37 **Wir sind zufrieden mit der trotz der Wechsel und Vakanzen gelungenen Presse- und**

38 **Öffentlichkeitsarbeit. Ein großer Dank geht hierbei an Christian Schnaubelt,**
39 **Thomas Gies und das ehrenamtliche Webteam.**

40 **Uns ist bewusst, dass durch die wiederkehrenden Vakanzen im Referat**
41 **Kommunikation in den letzten drei Jahren einige dringende Themen nicht umgesetzt**
42 **werden konnten und es auch aktuell noch Aufholbedarf gibt. Sehr erfreulich ist,**
43 **dass die Regelarbeit trotz des verminderten Personalumfangs im Referat gut und**
44 **stetig geleistet wurde und wir mit Christian Toussaint einen Referenten gewinnen**
45 **konnten, der die Arbeit des BDKJ gut kennt und somit auch schnell in die Themen**
46 **einsteigen konnte.**

47 *Durch die vielen Veranstaltungen im ersten Halbjahr 2024 sind einige der*
48 *langfristigen Themen noch immer in Bearbeitung, wir hoffen aber, diese in der*
49 *kommenden Zeit angehen zu können.*

50 **5.1 Newsletter**

51 Jede Woche (in der Regel am Mittwochabend) werden ein interner und ein externer
52 Newsletter versendet.

53 Die Erstellung und der Versand erfolgen durch Michael Ziegler in redaktioneller
54 Absprache mit dem Referat Kommunikation. Der interne Newsletter BDKJ.direkt geht
55 an 421 E-Mail-Adressen, der externe Newsletter „Neues aus dem BDKJ“ an 822
56 E-Mail-Adressen.

57 Durch die geplante Einführung einer zentralen Adressverwaltung in der
58 Bundesstelle wird es einfacher, den internen Verteiler aktuell zu halten. Leider
59 hat sich die Einführung durch verschiedene Herausforderungen innerhalb des
60 Jugendhaus Düsseldorf und der afj, mit denen die Software gemeinsam eingeführt
61 wird, stark verzögert.

62 **Der BDKJ.direkt (intern) ist eines unserer wichtigsten Kommunikationsmittel für**
63 **die innerverbandliche Kommunikation. Wir bedauern die Verzögerungen bei der**
64 **Einführung der neuen Adressdatenbank sehr.**

65 *Der Versand der Newsletter wird fortgesetzt. Sobald die zentrale*
66 *Adressverwaltung nutzbar ist, wird auch die Umbenennung des internen Newsletters*
67 *in BDKJ.intern erfolgen. Damit der Verteiler aktuell bleibt, sind wir weithin*
68 *darauf angewiesen, dass ihr uns bei Änderungen in euren Leitungen die neuen*
69 *Kontakte mitteilt.*

70 **5.2 BDKJ.konkret**

71 Durch die Vakanz im Referat sowie den verminderten Stellenumfang von Christian
72 Toussaint während der ersten Monate, konnte bisher die Redaktion für
73 BDKJ.konkret nicht neu besetzt werden.

74 **Der Bundesvorstand prüft aktuell, in welcher Form der BDKJ-Bundesverband**
75 **zukünftig ein redaktionelles Printprodukt herausgeben will. Der Prozess ist**
76 **aktuell noch offen.**

77 *Es wird im Sommer 2024 ein BDKJ.konkret zur 72-Stunden-Aktion geben, welches als*
78 *Printdokumentation der Aktion dienen soll.*

79

5.3 Grundsatzprogramm

80 Nachdem die AG Implementierung Grundsatzprogramm ihre Arbeit mit der
81 Hauptversammlung 2023 beendet hat, haben wir das Thema dem Referat Kommunikation
82 zugeordnet. Es liegen inzwischen folgende Textfassungen vor: Grundsatzprogramm
83 mit Glossar und im Pocketformat (beide als Printprodukte in Bundesstelle
84 bestellbar) sowie Grundsatzprogramm in leichter Sprache. Alle Fassungen stehen
85 auf unserer Website zum Download bereit. Außerdem haben wir auf der Website
86 Methoden bereitgestellt, mit denen ihr in Gremien oder Schulungen zum
87 Grundsatzprogramm arbeiten könnt.

88 **Erneut müssen wir schreiben, dass wir nicht zufrieden sind mit dem Stand der**
89 **Umsetzung. Dies hängt mit der Vakanz im Referat Kommunikation und anderen**
90 **Prioritäten zusammen. Was uns nun noch fehlt sind Beiträge von verschiedenen**
91 **externen Personen, die uns Resonanzen auf unser Grundsatzprogramm geben. Auf**
92 **diese sind wir sehr gespannt.**

93 *Wir hoffen, dass die externen Resonanzgeber dabei helfen, unsere gemeinsamen im*
94 *Grundsatzprogramm formulierten Werte weiterhin intern und extern im Bewusstsein*
95 *zu halten. Wir werden die Resonanzen über unsere Social-Media-Kanäle und auf*
96 *der Website veröffentlichen. Aus unserer Sicht ist eine Beschäftigung mit*
97 *unserem Grundsatzprogramm in den verbandlichen Strukturen weiterhin lohnenswert.*

98 5.4 Kooperationstagung der BDKJ- 99 Öffentlichkeits- und 100 Kommunikationsreferent*innen

101 Die Kooperationstagung hat erfolgreich mit 23 Personen in Würzburg
102 stattgefunden. Organisiert wurde sie von JHD Bildung und Christian Schnaubelt.
103 Themen waren die 72-Stunden-Aktion und Community-Management. Dario Schramm war
104 als Referent zugeschaltet und gab einen Input zum Thema Digitale Kommunikation,
105 wobei er auch seine Erfahrungen bei der Bundesschüler*innenvertretung und bei
106 simpleclub zurückgriff. Zudem nahm auch Marko Orlovic, Social-Media-Referent
107 bei der DBK, als Referent teil und gab einen Einblick in seine Arbeit.

108 **Wir freuen uns, dass das Angebot genutzt wird. Wir sehen die Tagung als einen**
109 **wichtigen Ort der Vernetzung und des Austausches im Bereich Kommunikation, von**
110 **dem die verschiedenen BDKJ-Ebenen profitieren.**

111 *Auch 2024 wird es eine Kooperationstagung geben. Der Termin ist aktuell noch in*
112 *der Abstimmung.*

113 5.5 Pressearbeit

114 Seit dem letzten Bericht wurden 26 eigene Pressemitteilungen versendet. Diese
115 werden regelmäßig von den kirchlichen bzw. kirchennahen Medien aufgegriffen.
116 Vereinzelt ist es auch gelungen, mit unseren Positionen bei überregionalen
117 Medien aufgegriffen zu werden. Zusätzlich gab es noch weitere
118 Pressemitteilungen in Kooperation mit anderen Organisationen im Rahmen von
119 gemeinsamen Projekten wie z. B. der ökumenische Jugendkreuzweg oder die Aktion

120 Dreikönigssingen. Darüber hinaus werden regelmäßig Presseanfragen zu
121 verschiedenen Themen bearbeitet.

122 **Wir sind erfreut, dass trotz der Vakanzen und der Einarbeitung zwei neuer**
123 **Referent*innen im Berichtszeitraum eine regelmäßige Pressearbeit geleistet**
124 **werden konnte. Uns ist es gelungen, bei mehreren Medien als**
125 **Ansprechpartner*innen für einige unsere Themen bekannt zu sein und aktiv**
126 **angefragt zu werden.**

127 *Auch im kommenden Jahr wollen wir aktiv unsere Themen zu Journalist*innen*
128 *transportieren, so dass diese sie in die Öffentlichkeit tragen und auf uns*
129 *zukommen, wenn sie in ihren Redaktionen an diesen Themen arbeiten. Wir wollen*
130 *dazu die Kontakte, die im Kontext der 72-Stunden-Aktion entstanden sind, weiter*
131 *nutzen und uns bemühen, unsere Positionen auch in nicht-kirchennahen Medien zu*
132 *platzieren.*

133 **5.6 Social-Media**

134 Instagram ist unser wichtigster Social-Media-Kanal. Hier folgen uns über 7000
135 Accounts. Auch Facebook und X (ehemals Twitter) nutzen wir regelmäßig, um auf
136 unsere Positionen aufmerksam zu machen. Das Webteam hat in seiner Klausurtagung
137 im Herbst intensiv beraten, wie wir weiterhin mit X umgehen wollen. Aktuell
138 bleiben wir auf der Plattform, weil viele Politiker*innen und Journalist*innen
139 sie aktiv nutzen. Wir haben aber bereits Accounts bei Mastodon und BlueSky
140 gesichert, da dies aus unserer Sicht die wahrscheinlichsten Nachfolger von X
141 sind. Auch Threads halten wir aktiv im Blick. Sollten die aktuell von uns bei X
142 erreichten Zielgruppen wechseln, würden wir dies auch tun. Im Sommer haben wir
143 zum Thema Kürzungen im KJP erstmalig eine Social-Media-Kampagne organisiert.
144 Dazu wurden den BDKJ-Untergliederungen und Jugendverbänden Vorlagen für
145 SharePics zur Verfügung gestellt, die mit eigenen Inhalten ergänzt werden
146 konnten und gleichzeitig gepostet zu einer guten Sichtbarkeit geführt haben.

147 **Wir sind sehr zufrieden mit unserem Auftritt in den sozialen Medien.**
148 **Insbesondere sind wir erfreut darüber, wie gut, die Kampagne zu den KJP-**
149 **Kürzungen umgesetzt und aufgenommen wurde.**

150 *Wir wollen weiterhin aktiv bleiben und neue Entwicklungen im Auge gehalten. Für*
151 *die kommende Zeit ist mehr Videocontent geplant, da dieser eine bessere*
152 *Reichweite erzieht.*

153 **5.7 Website**

154 www.bdkj.de ist ein zentraler Anlaufpunkt, wenn interessierte Personen
155 Informationen zum BDKJ und unseren Positionen suchen. Nach dem Rebrush 2022/23
156 wurden im Berichtszeitraum noch einige kleine technische Anpassungen
157 vorgenommen. Durch Vakanzen und Wechsel in mehreren Referaten steht eine
158 Aktualisierung der Inhalte an vielen Stellen noch aus.

159 **Wir freuen uns, dass nach den letzten technischen Anpassungen bdkj.de nun auch**
160 **gut mobil genutzt werden kann. Es ist für uns ein wichtiger Ort, um zentral**
161 **Informationen zu bündeln.**

162 *Mithilfe aller Referate sollen die Inhalte auf BDKJ.de überarbeitet werden.*
163 *Auch wollen wir zukünftig mehr aktuelle Meldungen auf der Startseite*
164 *platzieren, dazu sollen auch Inhalte aus dem Newsletter genutzt werden.*

165 **5.8 Webteam**

166 Das Webteam unterstützt das Referat und den Bundesvorstand bei der
167 strategischen Planung der digitalen Kommunikation und der Umsetzung dieser bei
168 großen Veranstaltungen. Außerdem übernehmen die Webteam-Mitglieder
169 ehrenamtlich die Wochenenddienste zur Betreuung der Social-Media-Kanäle.
170 Aktuelle Mitglieder des BDKJ-Webteams sind Philipp Jetschina, Isabell Röll,
171 Christian Schnaubelt, Isabell Wollenweber und Michael Ziegler. Unterstützung
172 erhielt das Webteam durch den Werksstudenten Thomas Gies.

173 **Wir danken dem Webteam für seinen Einsatz. Gerade mit Blick auf das volle erste**
174 **Halbjahr 2024 war und ist ein großes Engagement erforderlich. Hier ist weitere**
175 **Unterstützung sehr willkommen.**

176 *Das Webteam soll auch weiterhin das Referat unterstützen. Christian Schnaubelt*
177 *hat angekündigt, das Webteam im kommenden Jahr zu verlassen. Da durch seinen*
178 *Rollenwechsel auch Christian Toussaint als ehrenamtlich Engagierter aus dem*
179 *Webteam ausgeschieden ist, sucht das Referat Kommunikation aktuell nach weiteren*
180 *interessierten Personen.*