

Kapitel

B I.4 Kommunikation

Antragssteller*innen: BDKJ-Bundesvorstand

1 Unser Referent für Kommunikation mit einem Stellenumfang von 100 Prozent ist
2 Christian Toussaint. Die Stelle ist zu 100 Prozent aus KJP-Mitteln finanziert.
3 Im Referat ist ein Minijob für Social Media mit acht Stunden pro Woche
4 vorgesehen. Dieser war im Berichtszeitraum umbesetzt. Sarah Grünberg-Lieu ist
5 als Verwaltungsfachkraft für das Referat zuständig. Weitere Unterstützung erhält
6 das Referat von Michael Ziegler als Honorarkraft für die Erstellung des
7 Newsletters und die Betreuung der Webseite. Christian Schnaubelt unterstützte
8 bis November 2025 das Referat als Honorarkraft als stellvertretendem
9 Pressesprecher. Seitdem ist auch diese Position unbesetzt. Aufgabe des Referats
10 ist es, die Themen des BDKJ-Bundesverbands über die Presse, Social Media
11 und weitere eigene Kanäle zu kommunizieren. Das Kommunikationskonzept umfasst
12 dabei einerseits die außerverbandliche Kommunikation: Hauptzielgruppe sind dabei
13 Multiplikator*innen und Entscheidungsträger*innen in Kirche, Staat und
14 Gesellschaft sowie Journalist*innen. Andererseits adressiert die Bundesstelle
15 ihre Kommunikation auch an Mandatsträger*innen innerhalb des BDKJ, die in ihren
16 Bereichen Multiplikator*innen für Inhalte des BDKJ sind.

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

- 18 • Pressearbeit: Verfassen von Pressemitteilungen, Aktualisierung der
19 Presseverteiler, Bearbeitung von Presseanfragen und Kontaktpflege mit
20 Pressevertreter*innen

- 21 • Online-Kommunikation: Redaktion und Pflege der Webseite www.bdkj.de sowie
22 weiterer Seiten, Redaktion der beiden Newsletter (intern und extern)

- 23 • Social-Media-Kommunikation: Planung und Bespielung der Kanäle Facebook,
24 Instagram, Bluesky, Mastodon und YouTube sowie Erstellung, Evaluation und
25 Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie

- 26 • Printprodukte: Flyer und Werbematerialien

- 27 • Corporate Design: Sorge für die Umsetzung des Corporate Designs sowie
28 Entwicklung von Anpassungen, Ansprechpartner für Fragen der Mitglieder zum
29 Corporate Design.

- Strategische Planung der Themen und Kommunikationsziele des BDKJ

Die Arbeit des Referates ist geprägt durch die Themen und Veranstaltungen, die uns als BDKJ-Bundesverband das Jahr über beschäftigen.

Wir sind grundlegend zufrieden mit der Presse und Öffentlichkeitsarbeit. Gerade über die Begleitung von Veranstaltungen gelingt es uns, Themen des BDKJ sichtbar zu machen. Die Vakanz auf der Stelle für Social Media macht sich negativ auf unseren Kanälen bemerkbar, da wir hier weniger Inhalte veröffentlichen können, als es eigentlich unser Ziel ist. Wir möchten im nächsten Jahr auf die Wiederbesetzung der Stelle und damit die Intensivierung unserer Social-Media-Kanäle eine Priorität legen. Wir danken den Mitarbeiter*innen im Referat, aber auch unseren Honorarkräften und ganz besonders dem ehrenamtlichen Webteam für die geleistete Arbeit.

Mit dem Relaunch von bdkj.de und allen unseren weiteren Webseiten sind wir aktuell in einen Großprojekt, was uns in den kommenden Monaten intensiv weiter beschäftigen wird. Auch die Vorbereitung und Begleitung von Veranstaltungen wird ein Fokus sein, besonders die 72-Stunden-Aktion 2027. Darüber hinaus nehmen wir uns eine Weiterentwicklung des Corporate Designs vor. Dieses soll mit Blick auf digitale Teilhabegerechtigkeit aktuellen Sehgewohnheiten angepasst und die Nutzung flexibler und barriereärmer gestaltet werden.

5.1 BDKJ.intern & Newsletter

Jeden Mittwoch verschicken wir einen internen und einen externen Newsletter. Die Erstellung und der Versand erfolgen nach Zulieferung der Inhalte durch die Referate, den Bundesvorstand, die Jugend- und Diözesanverbände durch Michael Ziegler in redaktioneller Absprache mit dem Referat Kommunikation. Der BDKJ.intern geht an 301 E-Mail-Adressen, der externe Newsletter „Neues aus dem BDKJ“ an 642 E-Mail-Adressen. Aktuell ist durch ein technisches Problem mit dem Plug-In nicht möglich, den Newsletter direkt über die Website zu abonnieren, es muss stattdessen eine E-Mail geschrieben werden. Die Behebung des Problems haben wir auf der alten Website als zu aufwendig bewertet und sie daher nicht mehr angegangen. Wir vermuten, dass es daher in letzter Zeit mehr Abmeldungen als neue Anmeldungen gab.

Der BDKJ.intern bleibt auch weiterhin eines unserer wichtigsten Kommunikationsmittel für die innerverbandliche Kommunikation. Mit dem Relaunch der Website wird auch die Anmeldung für den externen Newsletter wieder einfacher, daher erhoffen wir uns dann wieder mehr Abonnent*innen.

Wir werden weiterhin wöchentlich die Newsletter versenden. Damit der Verteiler für den BDKJ.intern aktuell bleibt, sind wir laufend darauf angewiesen, dass die Jugend- und Diözesanverbände uns bei Änderungen in ihren Leitungen die neuen Kontakte spätestens zum Zeitpunkt der Aufnahme der Tätigkeit mitteilen (gruenberg-lieu@bdkj.de). Durch den Relaunch der Website werden wir auch das System hinter dem Newsletter umstellen, wir erhoffen uns hiermit eine

71 *Erleichterung der Abläufe.*

72 **5.2 BDKJ.konkret**

73 Wir haben 2025 keinen BDKJ.konkret herausgegeben, da wir dieser Aufgabe eine
74 geringe Priorität beigemessen haben. Für 2026 haben wir mit Blick auf die hohen
75 Kosten bereits entschieden, dass es keinen BDKJ.konkret geben soll.

76 **Wir bedauern, dass es vorerst kein Printprodukt geben wird, mit Blick auf die**
77 **hohen Kosten, den Aufwand bei der Suche nach einem neuen Redaktionsteams und dem**
78 **Aufwand einer inhaltlichen Zuarbeit aus Referaten der Bundesstelle, halten wir**
79 **diese Entscheidung für die richtige.**

80 *Wir wollen trotzdem weiterhin grundsätzlich offen prüfen, ob es zukünftig wieder*
81 *ein redaktionelles, regelmäßiges Printprodukt geben kann. Dafür müssen wir*
82 *Bedarfe, Kosten und Nutzen in Erfahrung bringen und abwägen. Auch für diesen*
83 *Prozess müssen allerdings Ressourcen aufgewendet werden, die aktuell nicht zur*
84 *Verfügung stehen.*

85 **5.3 Kooperationstagung**

86 Die Kooperationstagung hat vom 13. bis 14. November 2025 mit 18 Personen in
87 Frankfurt am Main stattgefunden. Organisiert wurde sie von JHD?Bildung und dem
88 Referat für Kommunikation. Inhaltlich haben wir uns intensiv mit dem Thema
89 Barrierefreiheit im Netz auseinandergesetzt. Referent war Paul Böstro, der eine
90 Agentur leitet, die sich auf das Thema spezialisiert hat. Auch für die
91 Vernetzung und den Austausch über aktuelle Themen war Zeit eingeplant, die
92 intensiv genutzt wurde.

93 **Wir sehen die Tagung als einen wichtigen Ort der Vernetzung und des Austausches**
94 **im Bereich Kommunikation innerhalb des BDKJ, von der die verschiedenen BDKJ-**
95 **Ebenen profitieren. Daher freuen wir uns, dass es 2025 so gut angenommen wurde.**

96 *Nach der Schließung von JHD?Bildung müssen wir prüfen, ob und in welcher Form*
97 *die Tagung stattfinden kann. Dazu wird es immer Sommer weitere Infos geben.*

98 **5.4 Pressearbeit**

99 Seit dem Beginn der letzten Hauptversammlung wurden 26 eigene Pressemitteilungen
100 versendet. Diese werden regelmäßig von den kirchlichen bzw. kirchennahen Medien
101 aufgegriffen. Vereinzelt ist es auch gelungen, mit unseren Positionen bei
102 weiteren Medien aufgegriffen zu werden. Zusätzlich gab es elf Pressemitteilungen
103 in Kooperation mit anderen Organisationen im Rahmen von gemeinsamen Projekten
104 wie z. B. dem ökumenischen Jugendkreuzweg, dem Synodalen Weg oder der
105 Aktion Dreikönigssingen. Darüber hinaus werden regelmäßig Presseanfragen
106 zu verschiedenen Themen bearbeitet. Besonders rund um den Synodalen Weg, das
107 diskutierte Social-Media-Verbot für Jugendliche und das Thema Wehrpflicht gab es
108 viele Anfragen, die nach der Perspektive des BDKJ und von jungen Katholik*innen
109 fragten.

110 **Wir sind zufrieden mit unserer Reichweite in kirchennahen Medien. Die Reichweite**

in weiteren Medien ist weiterhin noch ausbaufähig. Positiv nehmen wir wahr, dass es vermehrt Anfragen durch Landesrundfunkanstalten der ARD gibt, die auf der Suche nach jungen Perspektiven sind.

Uns ist es wichtig, eingehende Presseanfragen schnell und zuverlässig zu bearbeiten, um als guter Ansprechpartner für die Medien wahrgenommen zu werden. Auch wollen wir weiterhin aktiv unsere Positionen zu den Medien transportieren. Hier hat sich vor allen gezeigt, dass bei Ereignissen, auf die wir Bezug nehmen, es sich lohnt, besonders schnell und tagesaktuell zu sein, um mehr aufgegriffen zu werden.

5.5 Social Media

Instagram bleibt unser wichtigster Social-Media-Kanal. Hier folgen uns über 8.000 Accounts. Auch Facebook nutzen wir weiterhin regelmäßig, um bei einer anderen, älteren Zielgruppe auf unsere Positionen aufmerksam zu machen. Wir haben Accounts bei Threads, Mastodon und BlueSky, um ausgewählte Inhalte dort zu teilen. Hier testen wir, welcher Kanal langfristig für uns am sinnvollsten erscheint. **Aufgrund des Hauptausschuss Beschlusses „Digitale Teilhabegerechtigkeit in den Strukturen des BDKJ“**, werden wir besonders prüfen, ob eine Instanz auf Mastodon von uns gehostet werden kann.

Wir wären gerne aktiver auf unseren Kanälen und würden uns gerne mehr zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Ereignissen äußern. Da uns durch die Vakanz in der Minijob-Stelle hier aber Ressourcen fehlen, können wir nur eine grundlegende Bespielung unserer Kanäle sicherstellen. Dies gelingt uns aus unserer Sicht, wir werden wahrgenommen und geteilt.

Wir hoffen, die Stelle im Bereich Social Media neu besetzten zu können und hier wieder aktiver zu werden. Auch steht dieses Jahr wieder eine Überprüfung der Kommunikationsstrategie an, bei der wir prüfen, welche Kanäle wir wie intensiv nutzen wollen. Dabei werden wir im Sinne des Beschlusses zu digitaler Teilhabegerechtigkeit einen besonderen Fokus auf die Barrierearmut, Sicherheit und das Ansprechen unterschiedlicher Milieus auf unterschiedlichen Social-Media-Plattformen legen.

5.6 Website

www.bdkj.de ist ein zentraler Anlaufpunkt, wenn interessierte Personen Informationen zum BDKJ und unseren Positionen suchen. Im Herbst 2025 haben wir mit dem Prozess des Relaunches gestartet. Dies begannen wir früher als ursprünglich geplant, dies war aber sinnvoll, da wir zukünftig mehr Synergien zwischen bdkj.de und 72stunden.de nutzen wollen. Durch den Beschluss der Hauptversammlung für eine 72-Stunden-Aktion 2027 musste hier schnell gehandelt werden. Bei dem Relaunch geht es vor allem um eine technische Aktualisierung des Systems. Dies wird auch zu einer besseren Nutzung auf mobilen Endgeräten und zu mehr Barrierefreiheit führen. Wir wollen die Gelegenheit nutzen und auch alle Inhalte überprüfen und ggf. neu erstellen. Der Relaunch der Website ist aktuell im Zeitplan. Der Zeitplan sieht vor, 72stunden.de bis Mitte April online zu

153 bringen und bdkj.de dann im Sommer zu relaunchen.

154 **Ein Relaunch einer einzelnen Seite ist bereits ein aufwendiger Prozess. Wir**
155 **haben uns dennoch entschieden, zeitgleich sowohl bdkj.de, als auch 72stunden.de**
156 **und einige weitere Seiten des BDKJ neu zu gestalten. Dies spart vor allem**
157 **finanzielle Ressourcen, da die Seiten zukünftig technisch auf demselben System**
158 **laufen und sich nur im Inhalt und Design unterscheiden.**

159 *Der Relaunch der Seiten wird vor allem 2026 viele Ressourcen binden. Die*
160 *Überarbeitung wird mit dem Relaunch nicht abgeschlossen sein, sondern wir werden*
161 *nach und nach weitere Inhalte aktualisieren und ergänzen müssen.*

162 **5.7 Webteam**

163 Aktuelle Mitglieder des BDKJ-Webteams sind Philipp Jetschina,
164 Isabell Wollenweber und Michael Ziegler. Isabell Wollenweber hat nach
165 dem Ausscheiden von Christian Schnaubelt die Leitung des Webteams übernommen.
166 Das Webteam berät das Referat fortlaufenden bei Weiterentwicklung des
167 Kommunikationskonzeptes und unterstützt den BDKJ-Bundesverband bei großen
168 Veranstaltungen sowie am Wochenende bei der Betreuung der Social-Media-Kanäle.

169 **Wir danken dem Webteam für seinen großen Einsatz und freuen uns sehr über die**
170 **große Unterstützung. Gleichzeitig sind weitere Personen im Webteam sehr**
171 **willkommen, da wir in der aktuellen Besetzung nicht in der Lage sind,**
172 **Veranstaltungen und aktuelle Themen in dem Umfang auf Social Media zu begleiten,**
173 **wie es unserem eigenen Anspruch entspricht und wie es der großen Bedeutung**
174 **digitaler Räume angemessen wäre.**

175 *Das Webteam soll auch weiterhin das Referat unterstützen. Daher suchen wir*
176 *aktuell dringend nach weiteren interessierten Personen. Meldet euch dazu gerne*
177 *entweder bei Christan Toussaint oder Lisa.*