

# Mitgliedermagazine mit Millionenaufgabe

Eine bundesweite Umfrage liefert erstmals umfangreiche Daten zum Basismedium Pfarrbrief. *Von Christian Klenk und Thomas Rinklake*

**Abstract** Pfarrbriefe haben die höchste Reichweite unter allen kirchlichen Medien: Rund zwei Drittel der Katholiken lesen die Mitteilungen ihrer Pfarrei regelmäßig oder zumindest ab und zu. Trotz dieses Erfolgs blieben die Pfarrbriefe bisher ein eher unscheinbares Medium. Dank einer zwischen Januar und März 2014 durchgeführten bundesweiten Befragung von rund 900 Pfarrbriefredaktionen gibt es nun umfangreiche Daten darüber, wie Pfarrbriefe in Deutschland formal und inhaltlich gestaltet werden, wie die häufig ehrenamtlich arbeitenden Redaktionsteams gegliedert und ausgestattet sind und wie gut das Internetportal *Pfarrbriefservice.de* von den Machern angenommen wird. Mit Hilfe der Ergebnisse dieser Studie sollte die Unterstützung der Redaktionen weiter verbessert werden.

Das Unscheinbarste entfaltet in der Kirche die größte Wirkung. Was nach einem Einstieg in die Weihnachtspredigt klingt, in der vom Kind in der Krippe berichtet wird, bezieht sich in diesem Fall auf die Medienangebote der Kirche. Der Pfarrbrief und die gedruckte Gottesdienstordnung, von engagierten Gemeindemitgliedern oder der Pfarrsekretärin meist mit einfachsten Mitteln aber umso mehr Leidenschaft produziert, haben von allen kirchlichen Medien die höchste Reichweite. Das ist keine neue Erkenntnis, sondern ein längst bekanntes Faktum. Laut dem *MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation* nutzen 31 Prozent der repräsentativ befragten Katholiken die gedruckten Mitteilungen ihrer Kirchengemeinde oder Seelsorgeeinheit häufig, weitere 33 Prozent zumindest ab und zu (vgl. MDG 2010, S. 87). Kein anderes Medienangebot, das über kirchlich-religiöse Themen informiert, erreicht Katholiken besser als dieses Basismedium. Zum Vergleich: Bistumszeitungen werden laut *Trendmonitor* nur von 11 Prozent der Gläubigen häufig und von 18 Prozent ab und zu gelesen. Und TV-Gottesdienste, die mit hohem technischem und finanziellem Aufwand im Massenmedium Fern-

*Dr. Christian Klenk,  
Dipl.-Journ., ist  
Wissenschaftlicher  
Mitarbeiter an  
der Katholischen  
Universität Eichstätt-  
Ingolstadt.*

*Thomas Rinklake,  
Dipl.-Soz., ist Berater  
und wissenschaftlicher  
Mitarbeiter bei der  
XIT GmbH in  
Nürnberg.*

sehen dargeboten werden, haben unter den Katholiken nur acht Prozent regelmäßige und 28 Prozent gelegentliche Zuschauer. Die Vergleiche ließen sich fortsetzen.

Was den großen Publikumserfolg der Pfarrbriefe ausmacht, ist zum einen der Nachrichtenfaktor Nähe: Die Gläubigen identifizieren sich innerhalb der Kirche nunmal in erster Linie mit ihrer Pfarrei und interessieren sich besonders dafür, was die Kirche vor Ort zu bieten hat. Zum anderen ist es die Form der Distribution: Pfarrbriefe müssen in der Regel nicht abonniert werden – sie kommen stattdessen häufig als Push-Medium frei Haus zu den Gläubigen, indem sie von Ehrenamtlichen ausgetragen und in die Briefkästen der Kirchenmitglieder (zuweilen auch in jene der nicht-katholischen Haushalte) geworfen werden.

Kein Wunder, dass dieses erfolgreiche Prinzip der Mitgliederkommunikation nun auch von diözesanen Stellen adaptiert wird: Das Bistum Essen hat Ende 2012 das „Ruhrwort“ und damit die zu abonnierende Wochenzeitung eingestellt und verschickt seither sechsmal im Jahr das Magazin „Bene“ an alle 530 000 katholischen Haushalte im Ruhrbistum (vgl. Klenk 2012)<sup>1</sup>, die Zeitschrift „Jes“ gibt es seit Juni 2014 für das gesamte Bistum Hildesheim. Andere Diözesen denken über ähnliche Projekte nach oder haben schon Konzepte in der Schublade.<sup>2</sup>

Doch zurück zur Urform des „Mitgliedermagazins“<sup>3</sup>. Trotz ihrer bekanntermaßen hohen Reichweite sind Pfarrbriefe erstaunlicherweise bis heute innerhalb der katholischen Kirche „ein unscheinbares und häufig unterbewertetes Medium“ (Büsch 2008, S. 374). Zwar beschäftigten sich zwei Grundlagenpapiere der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz 1995 und 2001 mit Pfarrbriefen und der Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde. Doch es fällt auf, dass der Pfarrbrief „in den daraus schlussfolgernden Überlegungen keine seiner Auflage und

*Trotz ihrer hohen Reichweite sind  
Pfarrbriefe bis heute innerhalb der  
katholischen Kirche ein unscheinbares  
und häufig unterbewertetes Medium.*

- 1 Ergänzend bietet eine vom Bistum unabhängige Redaktion seit Beginn dieses Jahres die Wochenzeitung „Neues Ruhrwort“ an.
- 2 Mit den neuen Mitgliederzeitschriften wird sich Communicatio Socialis in seiner nächsten Ausgabe ausführlicher befassen.
- 3 Der Terminus ist im Zusammenhang mit Pfarrbriefen bisher eher unüblich. In Anbetracht der zunehmenden Professionalisierung der Publikationen in Form und Inhalt sowie der Distributionsweise – zugestellt oder frei zugänglich für alle Kirchenmitglieder (im jeweiligen Verbreitungsgebiet) – kann man Pfarrbriefe durchaus als Mitgliederzeitschrift betrachten.

Reichweite angemessene Rolle spielt“ (ebd., S. 373). Insbesondere überdiözesane strategische Überlegungen zur kirchlichen Medienarbeit fokussieren auf die professionellen Angebote – Bistumszeitungen, Rundfunk, Nachrichtenagentur und Internet. Das Medium „von Laien für Laien“ spielt nur am Rande eine Rolle.

Immerhin: Bei einer Delphi-Befragung zu Zustand und Zukunft katholischer Medien (vgl. Klenk 2013) unterstrichen die beteiligten 210 Experten die heute schon große und künftig wohl noch wachsende Bedeutung von Pfarrbriefen (vgl. ebd., S. 218ff.). Diese wurden auf einer Prioritätenliste als wichtigstes lokales bzw. regionales Medienangebot der Kirche eingestuft. Die Redaktionen in den Pfarreien sollten daher, so das Votum der Experten, von den Diözesen in ihrem Wirken stärker unterstützt werden.

Mal mehr, mal weniger geschieht dies bereits heute: Die Pressestellen oder Seelsorgeämter in den Ordinariaten bieten Hilfestellung beispielsweise in Form von Seminaren und Handreichungen. Im Erzbistum Köln wurde vor einem Jahr eigens ein Kommunikationsmanager für die Pfarrbriefarbeit installiert. Die wichtigste Unterstützung bietet das im Jahr 2002 von sieben Diözesen gestartete und mittlerweile von 23 Bistümern getragene Internetportal *Pfarrbriefservice.de*. Die Plattform gibt Tipps rund um die Arbeit einer Pfarrbriefredaktion, stellt Materialien wie Texte, Bilder und Themenpakete zum Abdruck zur Verfügung, liefert Layoutvorlagen oder Best-Practice-Beispiele gelungener Publikationen zur Nachahmung. Die Nachfrage nach diesen Angeboten ist beständig gewachsen: Derzeit verzeichnet das Portal jeden Tag im Schnitt rund 9000 Zugriffe.

Das Team von *Pfarrbriefservice.de* war es auch, das den Anstoß gab, das Medium, seine formale und inhaltliche Prägung sowie die Produktionsbedingungen und Verbreitungswege in einer bundesweiten Befragung zu beleuchten. Ziel der von Januar bis März 2014 durchgeführten Studie war es insbesondere, Kenntnis über besonders häufig verbreitete Formen der Pfarrbriefkommunikation zu erlangen und noch mehr über die Fähigkeiten und Bedürfnisse der Macher zu erfahren.

Die Schwierigkeit einer angemessenen Unterstützung der Pfarrbriefarbeit ist zweifellos die Vielfalt der Publikationsformen und Herstellungsweisen. Der Grad der Professionalisierung ist bei den Pfarrbriefen höchst divergent. Die Qualität der Publikationen reicht vom kopierten DIN-A4-Blatt mit Gottesdienstzeiten und Veranstaltungsterminen bis hin zur aufwändig recherchierten und layouteten sowie hochwertig gedruckten Zeitschrift. Neben dieser Heterogenität bestand bisher ein wei-

teres Problem darin, dass es an verlässlichen Zahlen mangelte was die Formen und die Verbreitung des Mediums in Deutschland anbelangt. Den einzigen Versuch einer Erhebung für ganz Deutschland unternahm Ende der 1970er-Jahre der Kommunikationswissenschaftler Heinz Starkulla. Auf Basis seiner bundesweiten Befragung mit Rücklaufquoten in den Diözesen zwischen 7 und 87 Prozent führte er eine grobe Hochrechnung durch, wonach die Gesamtauflage aller etwa 7900 Pfarrbrief-Titel bei elf Millionen Exemplaren lag (vgl. Starkulla 1985).

Diese und andere Zahlen sind freilich fast vier Jahrzehnte nach ihrer Erhebung veraltet und unbrauchbar. In der Zwischenzeit haben zwar einzelne Diözesen für ihren Bereich Erhebungen durchgeführt – allerdings mit unterschiedlichen Instrumentarien und in verschiedenen Zeiträumen.<sup>4</sup> Hochrechnungen und Verallgemeinerungen auf Basis dieser regionalen Studien waren folglich mit einer gewissen Skepsis zu betrachten. Die nachfolgend vorgestellte Studie sollte dieses Desiderat beseitigen.

## Zur Methodik der Befragung

Die Erhebung der Daten erfolgte als standardisierte, schriftliche Befragung. Angeschrieben wurden 5157 Pfarrämter der beteiligten Bistümer<sup>5</sup>, wobei die Adressgenerierung und der Versand durch *Pfarrbriefservice.de* erfolgten.<sup>6</sup> Die Erhebungseinheiten der Befragung waren nicht zwingend die einzelnen Pfarrämter, sondern die Organisationseinheiten, in denen die Pfarrbriefe erstellt werden – also gewissermaßen die Pfarrbriefredaktionen. So kommt es beispielsweise vermehrt vor, dass Pfarrbriefe nicht nur für eine Pfarrgemeinde erstellt werden, sondern für einen Gemeinde- oder Pastoralverbund. Dieser Umstand wurde bei der Adressgenerierung bereits so weit wie möglich berücksichtigt. Nach Ende eines achtwöchigen Erhebungszeitraums konnten 903 beantwortete Fragebögen ausgewertet werden. Hier zeigt sich mit Blick auf die Frage nach den Gemeindeverbänden, dass dies für drei Viertel der antwortenden Gemeinden zutrifft.

4 *Umfrageergebnisse liegen vor von den (Erz-)Diözesen Würzburg (1997), Paderborn (1999), Köln (2000/2001) und Eichstätt (2011). Eine Übersicht zu den Studien findet sich bei Klenk (2013, S. 208f.).*

5 *An der Befragung beteiligten sich Pfarrbriefredaktionen aus 21 deutschen (Erz-)Bistümern sowie aus dem Erzbistum Luxemburg.*

6 *Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Medien-Dienstleistung GmbH, München, durchgeführt. Die eigentliche Befragung und die Auswertung lag in den Händen des Marktforschungsinstituts XIT, Nürnberg.*

Die Antworten von 903 Pfarrgemeinden entsprechen einer Rücklaufquote von etwa 17 Prozent.<sup>7</sup> Ist das ein guter Wert? Sind die Ergebnisse aussagekräftig? Diese Fragen müssen diskutiert werden. Wir bewegen uns hier auf dem Gebiet der empirischen Sozialforschung, und bei aller methodischen Raffinesse, die der Werkzeugkoffer des Sozialforschers bereithält, bleibt eine Unsicherheit, die dem Naturwissenschaftler eher fremd ist. Es ist nun mal ein Unterschied, ob man misst, bei wie viel Grad Celsius Wasser kocht, oder ob man in den Pfarrgemeinden nicht zweifelsfrei benannte Ansprechpartner zu erreichen versucht, um sie über etwas zu befragen – nämlich den Pfarrbrief – was ja im Übrigen bis heute nicht unmissverständlich definiert ist.

Um die Rücklaufquote angemessen qualifizieren zu können, wäre es eigentlich erforderlich, etwas über die Ausfallgründe zu wissen: Weshalb haben 83 Prozent der angeschriebenen Pfarrämter nicht geantwortet? Sind die Ausfälle zufällig oder nicht? Hängt die Nichtbeantwortung mit dem Angebot von *Pfarrbriefservice.de* zusammen? So macht es inhaltlich durchaus einen Unterschied, ob der Fragebogen nur „auf dem Dienstweg“ im Erhebungszeitraum nicht bei den Entscheidern ankommt, oder ob zahlreiche Befragte nicht antworten, weil sie mit *Pfarrbriefservice.de* hochzufrieden oder auch extrem unzufrieden sind und daher keine Veranlassung für eine Beantwortung sehen. Die Größe der Stichprobe und der Wert der Rücklaufquote alleine reichen also nicht aus, um die Aussagekraft zu bestimmen.

Bei persönlichen oder auch telefonischen Befragungen gibt es die Möglichkeit, die Ausfallgründe teilweise qualifizieren zu können, da die Interviewer im Kontakt mit den Befragten stehen. Dies ist bei schriftlichen Befragungen naturgemäß nicht der Fall. Trotzdem gibt es Möglichkeiten, die Aussagekraft der erhobenen Daten näher zu bestimmen, indem die Struktur der Antwortenden eingehender begutachtet wird. Hier zeigt sich unter anderem, dass die Rückläufe aus verschiedenen Bistümern erfolgen und auch die Größe der Verbreitungsgebiete der antwor-

*Nach Ende des Erhebungszeitraums konnten 903 beantwortete Fragebögen ausgewertet werden. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 17 Prozent.*

---

<sup>7</sup> Regional war die Beteiligung höchst unterschiedlich. 117 Pfarrbriefredaktionen schickten im Bistum Augsburg einen ausgefüllten Fragebogen zurück, in den Diözesen Görlitz und Luxemburg waren es nur je vier Fragebögen. Die Rücklaufquoten lagen zwischen 46 % (Erfurt) und 4 % (Aachen).

tenden Gemeinden eine gewisse Streuung sowohl von kleineren als auch größeren Gebieten aufweist. Insofern spricht viel dafür, dass die 903 ausgewerteten Fragebögen die Realität über weite Strecken abbilden. Hinzu kommen mit Blick auf die eingangs ausgeführten Überlegungen folgende Fragen: Welchem Zweck dient die Befragung? Was soll in Erfahrung gebracht werden?

Bei dieser Befragung geht es nicht darum, die Ergebnisse bis auf die Ebene der Nachkommastelle abzubilden. Bei der Bundestagswahl ist dies wichtig, denn dort geht es unter anderem um den Einzug ins Parlament, der mit der Fünf-Prozent-Hürde von einem exakten Wert abhängt. Bei der Befragung von *Pfarrbriefservice.de* geht es eher darum, das empirische Spektrum abzubilden und „das Typische“ herauszuarbeiten. Das Ziel besteht darin, zu erkennen, welche Konstellationen in der Pfarrbrieferstellung auftreten und welche besonders häufig sind. Dadurch wird die Diskussion um Genauigkeiten und „Repräsentativität“ bis auf Ebene der Nachkommastelle ein Stück weit entschärft.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Datenbasis der Befragung solide und dazu geeignet ist, Antworten auf die Ausgangsfragen zu liefern. Unabhängig davon sollte eine Diskussion erfolgen, welche Schlüsse und Aktivitäten aus der Größe der Rücklaufquote gezogen werden.

## Typische Gottesdienstordnung, typischer Pfarrbrief

In der Befragung wurde nicht nur nach Pfarrbriefen gefragt, sondern auch nach der Erstellung von Gottesdienstordnungen. Ausgangspunkt war die Frage, ob und wie sich diese beiden Medien praktisch unterscheiden und wo die jeweils eigenen Akzente liegen. Tabelle 1 zeigt die Merkmale typischer Gottesdienstordnungen bzw. typischer Pfarrbriefe in der Zusammenfassung.

Bei der näheren Analyse fallen verschiedene Punkte auf. Zum einen gibt es verschiedene *Gemeinsamkeiten*:

- ▶ Jeweils mehr als vier Fünftel der befragten Organisationseinheiten haben eine Gottesdienstordnung bzw. einen Pfarrbrief, wobei der Pfarrbrief etwas häufiger vorzufinden ist.
- ▶ Das Verbreitungsgebiet ist jeweils nahezu gleich groß und umfasst rund 2800 bis 2900 Haushalte.
- ▶ Das typische Papierformat bleibt der Klassiker DIN A 5, wobei dieses Format für die Pfarrbriefe noch etwas häufiger genutzt wird als bei den Gottesdienstordnungen.
- ▶ Die Finanzierung erfolgt zu nahezu gleichen Anteilen über den Haushalt der Pfarrei oder des pastoralen Raums.

Die typische Gottesdienstordnung	Der typische Pfarrbrief
Verbreitungsgebiet: 2800 Haushalte	Verbreitungsgebiet: 2900 Haushalte
83 % der Pfarrgemeinden haben eine Gottesdienstordnung	88 % der Pfarrgemeinden haben einen Pfarrbrief
Zustellung: Auslage in der Kirche (90 %), Versand als E-Mail (18 %), kostenfreie Verteilung an alle kath. HH (9 %)	Zustellung: Auslage in der Kirche (75 %), kostenfreie Verteilung an alle kath. HH (49 %) bzw. an alle HH (22 %)
Format: DIN A5 Hochformat (65 %)	Format: DIN A5 Hochformat (79 %)
Umfang: 4 Seiten	Umfang: 24 Seiten
Gefaltet (58 %)	Geheftet (78 %)
Gleiches Papier für Titel-/Rückseite (77 %)	Gleiches Papier für Titel-/Rückseite (52 %)
Standard-Kopierpapier, weiß (77 %)	Standard-Kopierpapier, weiß (64 %)
Druck Titel- und Rückseite s/w (87 %)	Druck Titel- und Rückseite farbig (61 %)
Druck für Rest der Publikation s/w (90 %)	Druck für Rest der Publikation s/w (63 %)
Druck: Bürodrucker/Kopierer (61 %)	Druck: Offset-Druck (63 %)
Druckort: Eigenproduktion (79 %)	Druckort Offset-Druck vor Ort (41 %), Internet (30 %)
Bildanteil: 73 % unter 10 %	Bildanteil: 49 % zwischen 10 und 25 %
Finanzierung über Haushalt der Pfarrei/ des pastoralen Raums (85 %)	Finanzierung über Haushalt der Pfarrei/ des pastoralen Raums (87 %)
Druckkosten je Exemplar: 0,10 Euro	Druckkosten je Exemplar: 0,35 Euro
Auflagenhöhe: 450	Auflagenhöhe: 1800
Erscheinungshäufigkeit: wöchentlich (41 %)	Erscheinungshäufigkeit: mehrmals im Jahr
Herausgeber: Pfarrer/Pfarrbüro (89 %)	Herausgeber: Pfarrer/Pfarrbüro (61 %)
Heft wird erstellt von Pfarrer/ Pfarrbüro (85 %)	Heft wird erstellt von Redaktionsteam (64 %)

Tab. 1: Merkmale einer typischen Gottesdienstordnung bzw. eines typischen Pfarrbriefs

Daneben gibt es jedoch diverse Aspekte, in denen deutliche *Unterschiede* zu verzeichnen sind:

- ▶ Die Zustellung erfolgt sowohl bei der Gottesdienstordnung, als auch beim Pfarrbrief mehrheitlich durch Auslage in der Kirche. Daneben spielt im Fall des Pfarrbriefs auch die kostenfreie Verteilung an alle katholischen Haushalte (49 Prozent) bzw. sogar an alle Haushalte (22 Prozent) eine Rolle. Dies ist bei Gottesdienstordnungen mit 9 bzw. 5 Prozent wesentlich seltener der Fall.
- ▶ Bemerkenswert ist, dass bei den Gottesdienstordnungen ein knappes Fünftel der Gemeinden zurückmelden, dass die Gottesdienstordnung (auch) als E-Mail verschickt wird.
- ▶ Die typische Gottesdienstordnung ist gefaltet und hat einen Umfang von vier Seiten, wohingegen der typische Pfarrbrief geheftet ist und mit 24 Seiten sechsmal so umfangreich ausfällt wie die Gottesdienstordnung.
- ▶ Die Gottesdienstordnung wird in der Regel in Eigenproduktion am Bürodrukker oder Kopierer vervielfältigt. Für den Pfarrbrief ist für knapp zwei Drittel der Gemeinden der Offset-Druck das Mittel der Wahl. Dabei erfolgt der Offset-Druck vielfach vor Ort (etwa 40 Prozent), doch auch die Organisation des Offset-Drucks via Internet ist mit 30 Prozent eine relevante Größe.
- ▶ Je Titel verzeichnet die typische Gottesdienstordnung eine Auflagenhöhe von 450 Exemplaren. Der durchschnittliche Pfarrbrief ist in seiner Auflage praktisch viermal so stark und kommt auf rund 1800 Exemplare.

## Erscheinungsweise, Inhalte und Auflage

Gottesdienstordnungen und Pfarrbriefe weisen sehr unterschiedliche Erscheinungsweisen auf. Der wesentliche Unterschied wurde vorab bereits benannt: Gottesdienstordnungen werden häufig wöchentlich veröffentlicht, wohingegen Pfarrbriefe seltener, wohl aber mehrmals im Jahr, erscheinen. Abbildung 1 zeigt, dass es jedoch auch innerhalb der Medientypen eine Vielfalt gibt. Gottesdienstordnungen kommen zwar in etwa 40 Prozent der Fälle wöchentlich heraus, darüber hinaus jedoch gibt es die unterschiedlichsten Modelle der Frequenz des Erscheinens. Das gilt auch für die Pfarrbriefe: Manche Pfarrbriefredaktionen erstellen nur eine Nummer im Jahr, einige geben auch für diesen Medientyp einen wöchentlichen Veröffentlichungsturnus an.

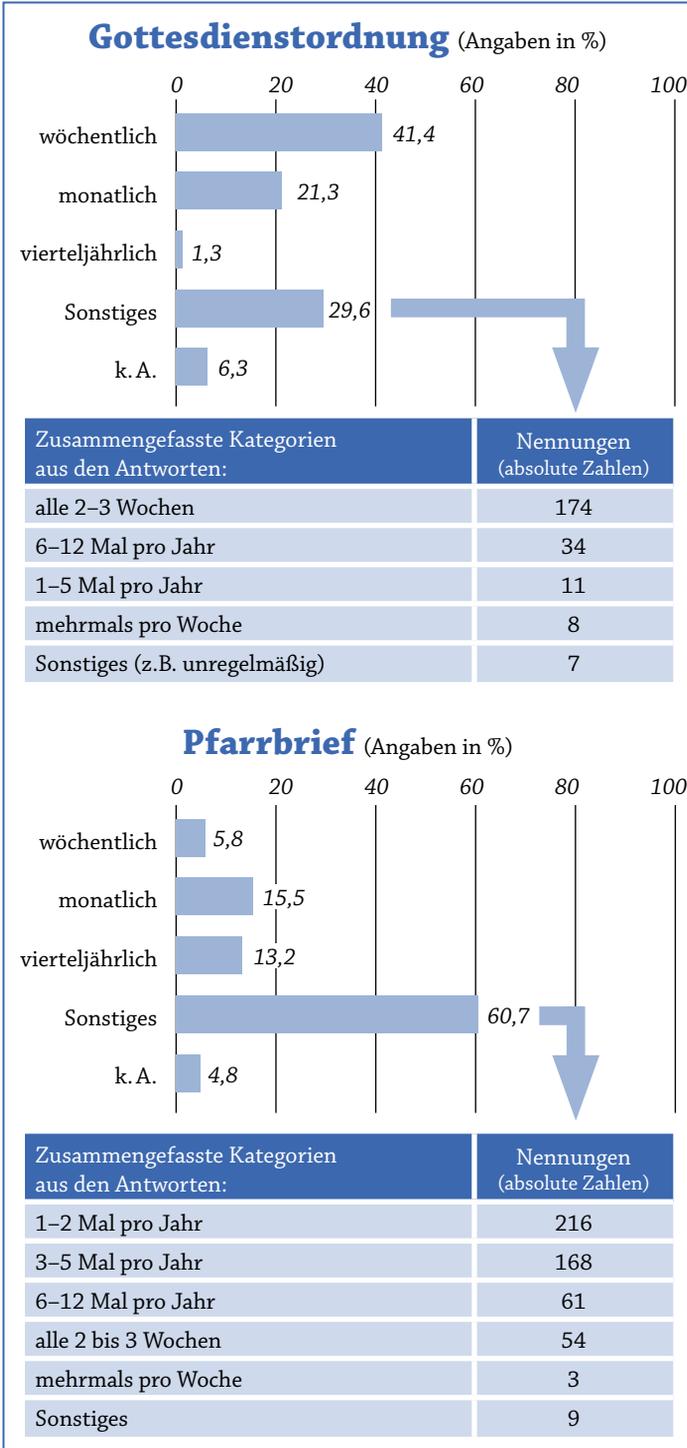


Abb. 1:  
Erscheinungsweise  
von Gottesdienst-  
ordnungen und  
Pfarrbriefen

Dass die Pfarrbriefe alles in allem aber deutlich seltener als Gottesdienstordnungen erscheinen, diese Beobachtung überrascht kaum, vor allem wenn man sich die zentralen inhaltlichen Unterschiede der beiden Medien vergegenwärtigt. Die Gottesdienstordnung ist im Fragebogen definiert als eher kurz gehaltene Information zu Terminen, Veranstaltungen etc. Der Pfarrbrief hingegen wird im Vergleich als umfangreicheres Medium verstanden, das häufig einen Rück- und Ausblick auf Veranstaltungen bietet, thematische Schwerpunkte behandelt, Glaubens- und Lebensthemen aufgreift.

Die Abfrage ausgewählter Inhalte in der Studie zeigt, dass Ankündigungen und Rückblicke bei den meisten Pfarrbriefen zum Standardrepertoire gehören. Auch wird deutlich, dass rund 85 Prozent der Pfarrbriefe regelmäßig oder zumindest gelegentlich Schwerpunktthemen behandeln (vgl. Abb. 2). Der vermutete inhaltliche Fokus von Pfarrbriefen bestätigt sich an dieser Stelle somit recht deutlich.

Nachdem die Erscheinungsweise und die inhaltliche Ausrichtung skizziert wurden, bleibt die Frage, welche Auflagenstärke der Pfarrbrief als Medium aufweist. Abschließende Zahlen hierzu liegen nicht vor, weil auch mit dem Design dieser Studie keine Vollerhebung möglich war. Allerdings ist es möglich, durch die Kombination verschiedener Parameter einen Korridor zu ermitteln, in dem die Gesamtauflagenhöhe mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit verortet werden kann. Kombiniert man die Zahl der Katholiken in allen Bistümern, die amtlich bekannte durchschnittliche Haushaltsgröße, das aus der Umfrage bekannte Verbreitungsgebiet, die Quote der Gemeinden, die einen Pfarrbrief erstellen sowie die durchschnittliche Auflagenhöhe je Titel, so dürfte sich die Gesamtauflage aller Pfarrbriefe – pro Erscheinungsintervall – auf 6,6 bis 7,5 Millionen Exemplare belaufen. Damit ist das Medium Pfarrbrief in der Summe das reichweitenstärkste Printmedienangebot der Katholischen Kirche. Bemerkenswert ist, dass diese Hochrechnung nahe an älteren Hochrechnungen liegt, die an anderer Stelle getätigt wurden.<sup>8</sup>

*Die Gesamtauflage aller Pfarrbriefe in Deutschland dürfte sich – pro Erscheinungsintervall – auf 6,6 bis 7,5 Millionen Exemplare belaufen.*

<sup>8</sup> In Publikationen der Deutschen Bischofskonferenz war zuletzt von einer Gesamtauflage von 6,75 Millionen Exemplaren die Rede gewesen, ohne dass diese Zahlenangabe durch eine Voll- oder Repräsentativerhebung belegt werden konnte; vgl. z. B. DBK 2012, S. 39.

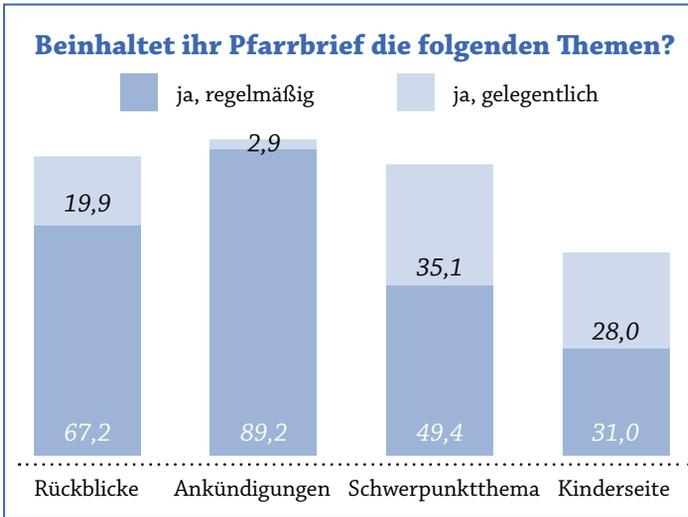


Abb. 2:  
Ausgewählte  
Pfarrbriefinhalte  
(Angaben in %)

## Eckdaten zur redaktionellen Arbeit

Wie wird die Pfarrbrieferstellung organisiert und geleistet? In zwei Dritteln der Gemeinden erfolgt die Erstellung des Pfarrbriefs durch ein festes Redaktionsteam. Durchschnittlich besteht dieses Redaktionsteam aus fünf Personen, wobei es sich um vier Ehrenamtliche und einen Hauptamtlichen bzw. eine Hauptamtliche handelt. Der Pfarrbrief ist also eine Plattform umfangreichen ehrenamtlichen Engagements. Die Redaktionsteams investieren dabei nicht nur Zeit, sondern auch Energie und Motivation: Die zur Pfarrbrieferstellung notwendigen Kenntnisse haben sie sich meist selbst angeeignet. Die Besetzung von Redaktionsteams durch mindestens ein Mitglied mit einem professionellen Hintergrund (z. B. Journalist, Mediengestalter, Grafiker) ist die Ausnahme, „Learning-by-doing“ dagegen die Regel (vgl. Abb. 3).

## Pfarrbriefe und das Internet

Es ist bereits deutlich geworden, dass der Pfarrbrief ganz offensichtlich ein wichtiges kirchliches Kommunikationsmedium mit einer großen Reichweite ist. Die typischen Verbreitungswege wurden ebenfalls beschrieben. Daneben verfügen die Pfarrgemeinden selbstverständlich (potenziell) über weitere Kommunikationswege. Der Blick soll hier auf die Frage gerichtet werden, ob und in welchem Ausmaß weitere – vor allem elektronische – Medien genutzt werden. Dabei zeigt sich, dass gut 80 Prozent der Pfarreien eine eigene Webseite haben. Wenngleich hier nichts über die Qualität und Aktualität der Webseiten gesagt werden

kann, so zeigt dies deutlich, dass dieser Teil der Internetkommunikation zu einer gewissen Routine geworden ist. Knapp 70 Prozent veröffentlichen den Pfarrbrief im Übrigen auch im Internet. Hier bleibt die zunächst unbeantwortete Frage im Raum, in welcher Form dies geschieht, sind doch bei einer unveränderten Veröffentlichung von Pfarrbriefen im Internet durchaus rechtliche Besonderheiten zu beachten.

Newsletter werden nur von knapp 11 Prozent der an der Umfrage beteiligten Pfarreien versendet, und auch Facebook-Accounts werden nur von etwa 11 Prozent der Pfarreien gepflegt (weitere 4 Prozent planen dies). Die große Mehrheit von gut drei Vierteln der Gemeinden pflegt jedoch keinen Facebook-Account und hat dies auch nicht vor. Die Aktivitäten im Web 2.0 und in den sozialen Netzwerken spielen offenbar noch eine nachgeordnete Rolle. Darauf deuten auch die Rückmeldungen auf die Frage hin, ob Gottesdienstzeiten als Applikation für das Handy veröffentlicht

*Aktivitäten im Web 2.0 und in den sozialen Netzwerken spielen noch eine nachgeordnete Rolle: Nur 11 Prozent der Pfarreien betreiben eine Facebook-Seite.*

werden, was nur von einer Minderheit von knapp 4 Prozent bejaht wird. Hier besteht noch Luft nach oben. Doch eins ist zu bedenken: Die Technik macht es Anwendern inzwischen ziemlich einfach, Webseiten, Facebook-Accounts und „Apps“ zu erstellen. Doch nicht alles, was technisch möglich ist, ist unmittelbar sinnvoll. Entscheidend ist die Frage, welche Ziele die Pfarrgemeinden beispielsweise mit einem Facebook-Account und/oder einer Handy-App verfolgen. Nur wenn Zielklarheit herrscht, können die elektronischen Medien einen echten Nutzen stiften.

### *Zufriedenheit mit [Pfarrbriefservice.de](http://Pfarrbriefservice.de)*

Bis hierher ist viel zu Fragen rund um die Pfarrbrieferstellung erörtert worden. Die Umfrage hat hierzu viel Wissen und Diskussionsmaterial generiert. Der Auftraggeber *Pfarrbriefservice.de* versteht sich als Unterstützungsplattform bei der Pfarrbrieferstellung und bietet hierzu diverse Dienstleistungen an. Drei Viertel der befragten Pfarreien haben schon einmal von diesem Angebot gehört, und von dieser Gruppe wiederum können knapp 75 Prozent zu den Nutzern von *Pfarrbriefservice.de* gezählt werden. Zusammengefasst fallen bei den Befragungsdaten vor allem folgende Ergebnisse unter den Nutzern auf:

Das mit deutlichem Abstand wichtigste Angebot von *Pfarrbriefservice.de* ist die Bilddatenbank. 23 Prozent der Pfarrbriefredaktionen nutzen dieses Angebot sehr häufig, weitere 35 Prozent eher häufig. Zu diesem Angebot kommen mit Abstand die

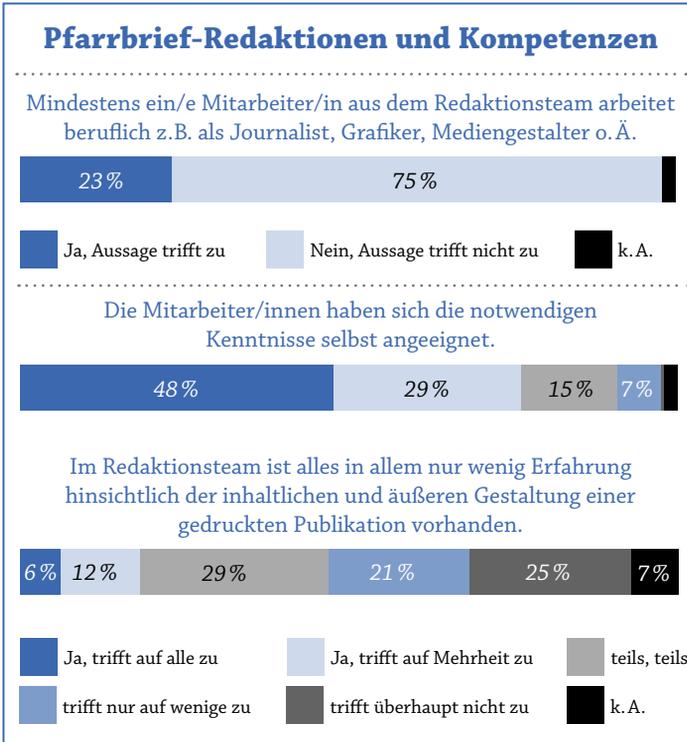


Abb. 3:  
Redaktionsteams  
und Kompetenzen

meisten lobenden Stimmen, aber auch die meisten Verbesserungsvorschläge. Die Bilddatenbank ist somit das „Zugpferd“ der Plattform und sollte seitens der Macher eine besonders hohe Aufmerksamkeit in der kontinuierlichen Optimierung haben. Gut angenommen wird auch die Textdatenbank: 5 Prozent nutzen sie sehr häufig, 20 Prozent eher häufig. Daneben gibt es jedoch diverse Leistungen, bei denen die Bekanntheit noch steigerbar erscheint – etwa die Monatsthemen, Seminarangebote und Besprechungen von Pfarrbriefen.

Neben konkreten Verbesserungsvorschlägen, die von den Teilnehmern der Befragung geliefert wurden, bleibt jedoch ein weitgehend positiver Gesamteindruck. Jeweils zwei Drittel der Nutzer geben an, dass sie mit *Pfarrbriefservice.de* sehr zufrieden oder eher zufrieden sind und dass sie das Angebot auch in Zukunft nutzen werden. Ein noch höherer Anteil von 75 Prozent würde *Pfarrbriefservice.de* „voll und ganz“ bzw. „eher“ weiterempfehlen. Nicht ganz so hoch fällt die Zufriedenheit im Vergleich dazu mit den Angeboten der Diözesen für die Pfarrbriefmacher aus: Nur 6 Prozent sind mit der Unterstützung aus dem Ordinariat sehr zufrieden, 12 Prozent eher zufrieden.

## Resümee und Ausblick

Die vorliegende Studie fördert in erster Linie viele „technische“ Einzelheiten zur Machart von Pfarrbriefen und Gottesdienstordnungen in Deutschland zutage, die an dieser Stelle aus Platzgründen nicht vollständig dargestellt werden können<sup>9</sup>: Auf welchem Papier, in welchem Format und mit welchem Druckverfahren werden Pfarrbriefe hergestellt? Welche Technik- und Software-Ausstattung haben die Redaktionen? In welchem Umfang werden Fotos und Grafiken verwendet? Wie werden die Publikationen finanziert? Die Antworten darauf und auch die Aussagen der Umfrageteilnehmer zur Nutzung von und Zufriedenheit mit *Pfarrbriefservice.de* helfen vor allem dem Serviceportal und seinem Team, um das Angebot weiterzuentwickeln und noch zielgerichteter auf die Bedürfnisse der Nutzer abstimmen zu können.

Deutlich wird etwa, wie wichtig die Bilddatenbank ist, bei der Pfarrbriefredaktionen kostenlos und ohne komplizierte Rechtsfragen Fotos und Grafiken herunterladen und für den Abdruck in ihren Publikationen verwenden können. Dieses Angebot wird stark genutzt, hat aber Verbesserungspotenzial: Die Auswahl dürfte ruhig größer und das Material aktueller sein.<sup>10</sup> Zusätzliche finanzielle Mittel aus den Diözesen oder dem Medienetat des Verbands der Diözesen, eingesetzt um die Bilddatenbank einmalig oder laufend aufzustocken, wäre sinnvoll investiertes Geld. Die Umfrage zeigt auch, dass manche Angebote von *Pfarrbriefservice.de* den Redaktionen gar nicht bekannt sind. 22 Prozent der teilnehmenden Pfarreien hatten gar von dem Serviceportal insgesamt bis zur Umfrage noch nichts gehört. Angesichts der Zufriedenheit der Nutzer wären daher weitere finanzielle Mittel, die der Bekanntmachung des Portals dienen, gut investiert.

Weniger eindeutig ist die Situation im Hinblick auf die Bedürfnisse in Sachen Produktionstechnik. *Pfarrbriefservice.de* hatte in der Vergangenheit mit dem Gedanken gespielt, ein Onlineredaktionssystem anzubieten, mit Hilfe dessen Pfarrbriefredaktionen webbasiert ihre Publikation layouts können. Dabei hätten vorgefertigte Musterseiten oder sogar Seiten mit fertigem Inhalt verwendet und anschließend sogar gleich der Druckauftrag erteilt werden können. Die Umfrage zeigt, dass die

<sup>9</sup> Weitere Ergebnisse unter [www.pfarrbriefservice.de/werkstatt/pfarrbriefumfrage2014/index.html](http://www.pfarrbriefservice.de/werkstatt/pfarrbriefumfrage2014/index.html) (zuletzt aufgerufen am 27.6.2014).

<sup>10</sup> Derzeit zählt die Datenbank rund 8500 Bilder, die größtenteils von ehrenamtlichen Fotografen oder Mitarbeitern des Portals beigesteuert wurden.

vorherrschende Software zur Produktion des Pfarrbriefs nach wie vor „Microsoft Word“ ist, also ein weitverbreitetes und bekanntes Textverarbeitungsprogramm. Professionelle Layoutprogramme werden selten eingesetzt – möglicherweise fühlen sich die Macher damit überfordert. Andererseits artikulieren Pfarrbriefteams immer wieder das Bedürfnis nach einem leicht zu bedienenden Programm zur Erstellung ansprechender Layouts. Daher bietet *Pfarrbriefservice.de* Schulungen für die kostenfreie Gestaltungssoftware „Scribus“ (Open Source) an.

Noch offen bleibt die Frage, wie das Medium Pfarrbrief insgesamt weiterentwickelt werden sollte. Die Bedeutung dieses kirchlichen Kommunikationsmittels wird durch die Studie abermals unterstrichen. Die Forderung nach einer weiteren Professionalisierung der Pfarrbriefe erscheint daher folgerichtig. Zweifellos müssen auch kirchliche Mitteilungen in Anbetracht der Informationsflut mit ansprechender Optik und interessanten Inhalten aufwarten, um vom Publikum wahr- und ernstgenommen zu werden. Andererseits sollten die ehrenamtlichen Pfarrbriefteams weder bevormundet noch mit überzogenen Erwartungen konfrontiert werden. Die Grenzen der Professionalisierung liegen nicht nur bei den redaktionellen Ressourcen, sondern möglicherweise auch bei den Rezeptionsgewohnheiten der Leser. Viele schätzen am Pfarrbrief eben auch, dass er den Charme des Selbstgemachten hat, dass man ihm die Mühen und das Herzblut der Macher ansieht – kurzum: dass er eben kein Hochglanzprodukt einer Marketingabteilung ist.

*Auch Pfarrbriefe müssen angesichts der Informationsflut mit ansprechender Optik und interessanten Inhalten aufwarten, um wahrgenommen zu werden.*

## Literatur

- Büsch, Andreas (2008): *Pfarrbriefe als zentrales Medium kirchlicher Basiskommunikation. Bedeutung, Probleme und Empfehlungen*. In: *Communicatio Socialis*, 41. Jg., H. 4, S. 372-395.
- Deutsche Bischofskonferenz (DBK) (Hg.) (2012): *Katholische Kirche in Deutschland. Zahlen und Fakten 2011/12 (= Arbeitshilfen Nr. 257)*. Bonn.
- Klenk, Christian (2012): *Der Anfang vom Ende oder ein Sonderfall der Kirchenpresse? Das Bistum Essen stellt das „RuhrWort“ ein*. In: *Communicatio Socialis*, 45. Jg., H. 4, S. 430-435.
- Klenk, Christian (2013): *Zustand und Zukunft katholischer Medien. Prämissen, Probleme, Prognosen*. Berlin.
- Medien-Dienstleistung GmbH [MDG] (Hg.) (2010): *MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation 2010. Kommentarband I: Erkenntnisse zur Situation von Kirche und Glaube sowie Nutzung medialer und personaler Informations- und Kommunikationsangebote der Kirche im Überblick*. München.