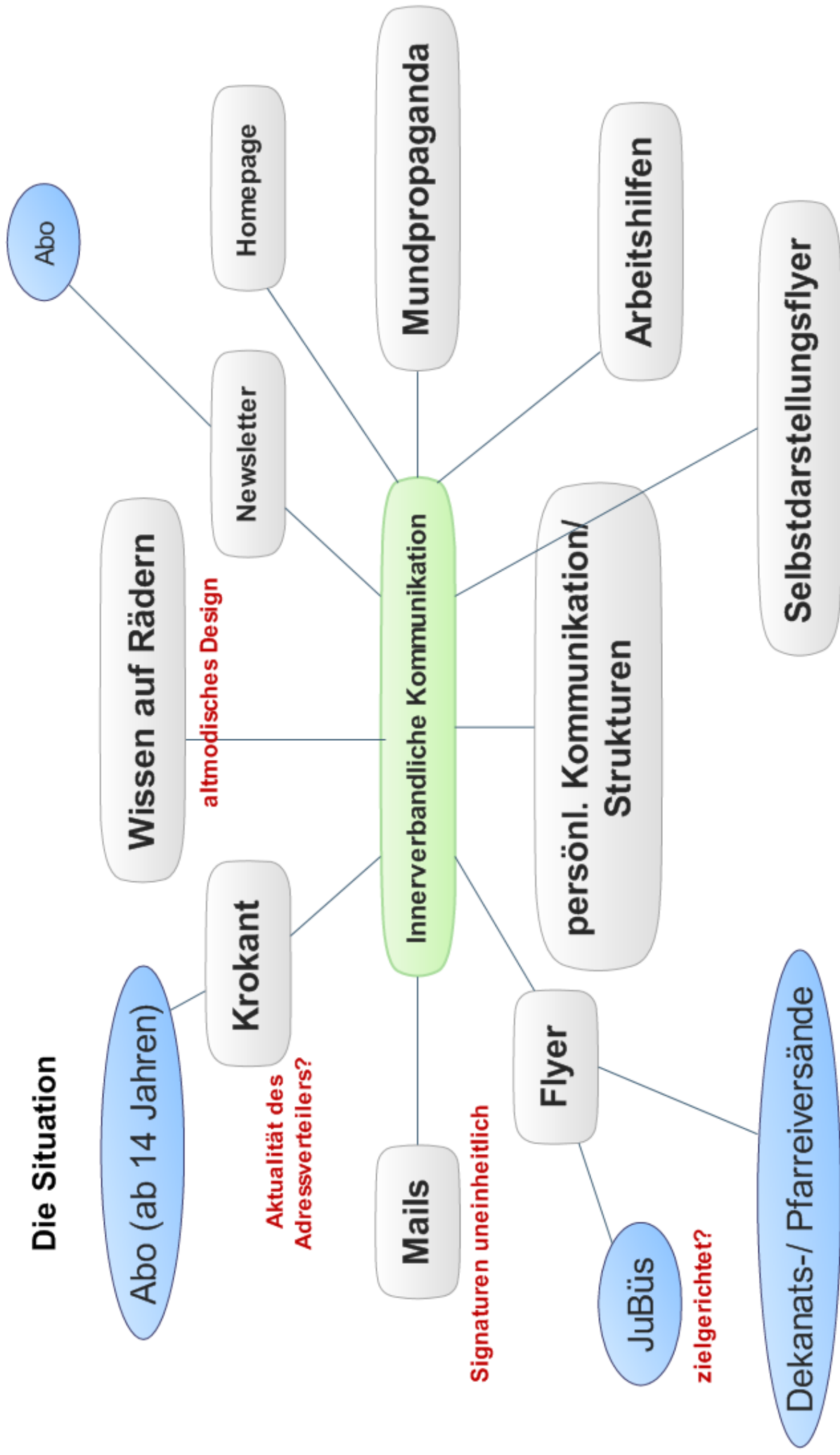


Innerverbandliche Kommunikation



Großartige Ideen und Ansatzpunkte:

werden wirklich die richtigen Leute angesprochen? evtl zu große Entfernung zur nächsten KJG

Nutzen



StudiuVZ SchülerVZ



schließt Leute aus, die es nicht nutzen



1

Facebook, VZ... etc. Werbung, Aktionseinladungen

Wer liest die? Wer geht wie oft auf die Homepage?



8

digitale Flyer



Möglichkeiten des Web 2.0 zu nutzen Community-Gedanke

persönl. Mail von DL zu Dekanat, zusätzlich gedruckten Flyern



Kinder noch mehr digitalen "Quatsch" zumuten. Sollten wir nicht dagegen steuern?

Krokan online interaktiv/Blog



9

Krokan für Kinder? Krokan digital o.k. Nutzen mal mit Klicks überprüfen!

Werbung aufs Handy



Feedback über Flyerverteilung

3



zu Studi/SchülerVZ: -muss sehr gut durchdacht werden -evtl. mit Kommunikation zu den Verantwortlichen d. Plattform -SVZ steht bei Eltern nicht gut da



Selbstdarstellungsflyer

5

Selbstdarstellungsflyer muss abgestimmt sein mit Profilierungsarbeit



Bringt es wirklich was? Wird es genutzt? Rechtfertigt es den Aufwand?

Podcasts Videos



Werbung mit Personen/Gesichtern (DL???)



Corporate Identity

1

ich würde zukünftig darüber nachdenken! also jetzt!



Zustimmung



Gewichtung



Ablehnung

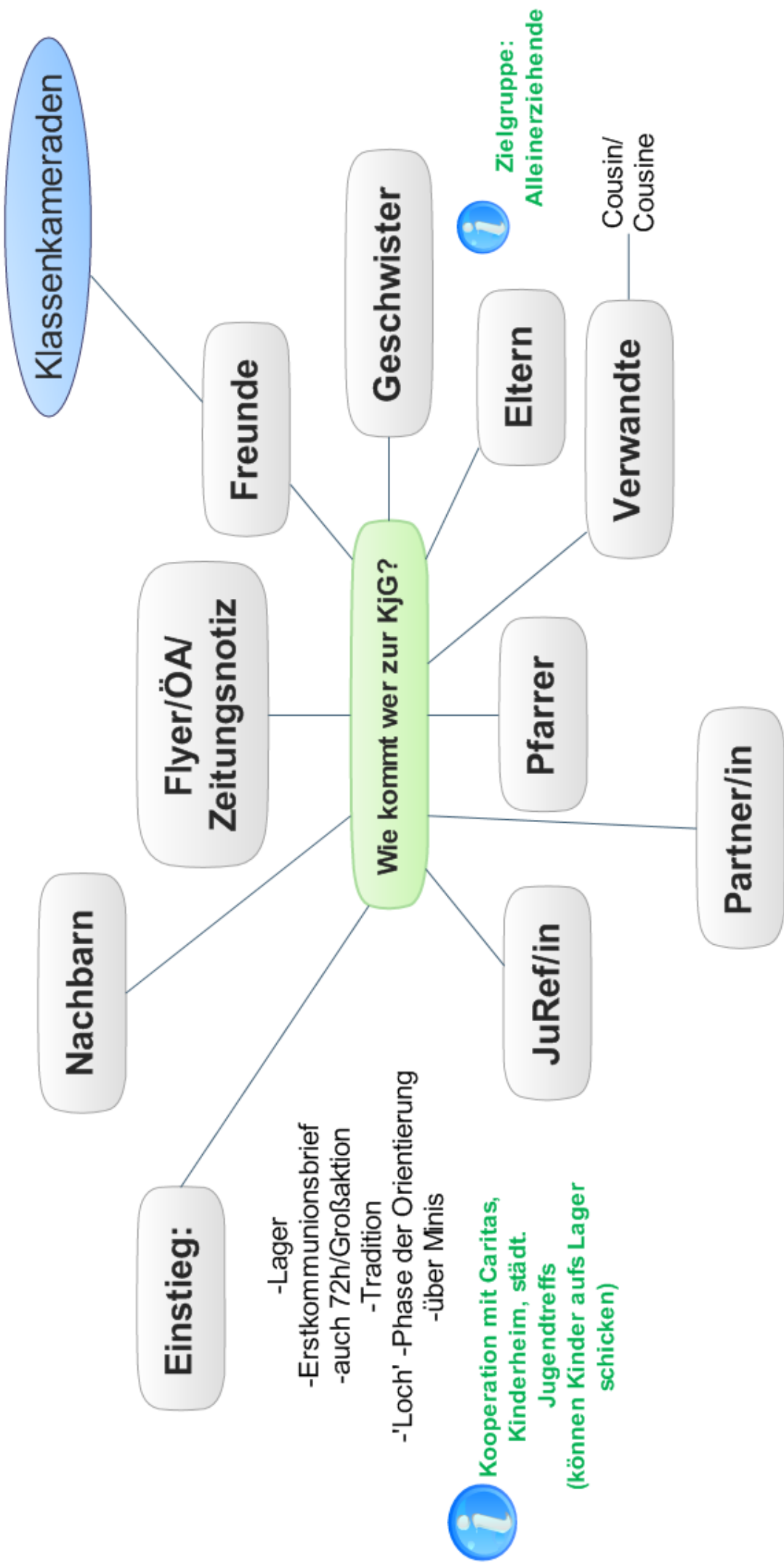


weiterführende Idee

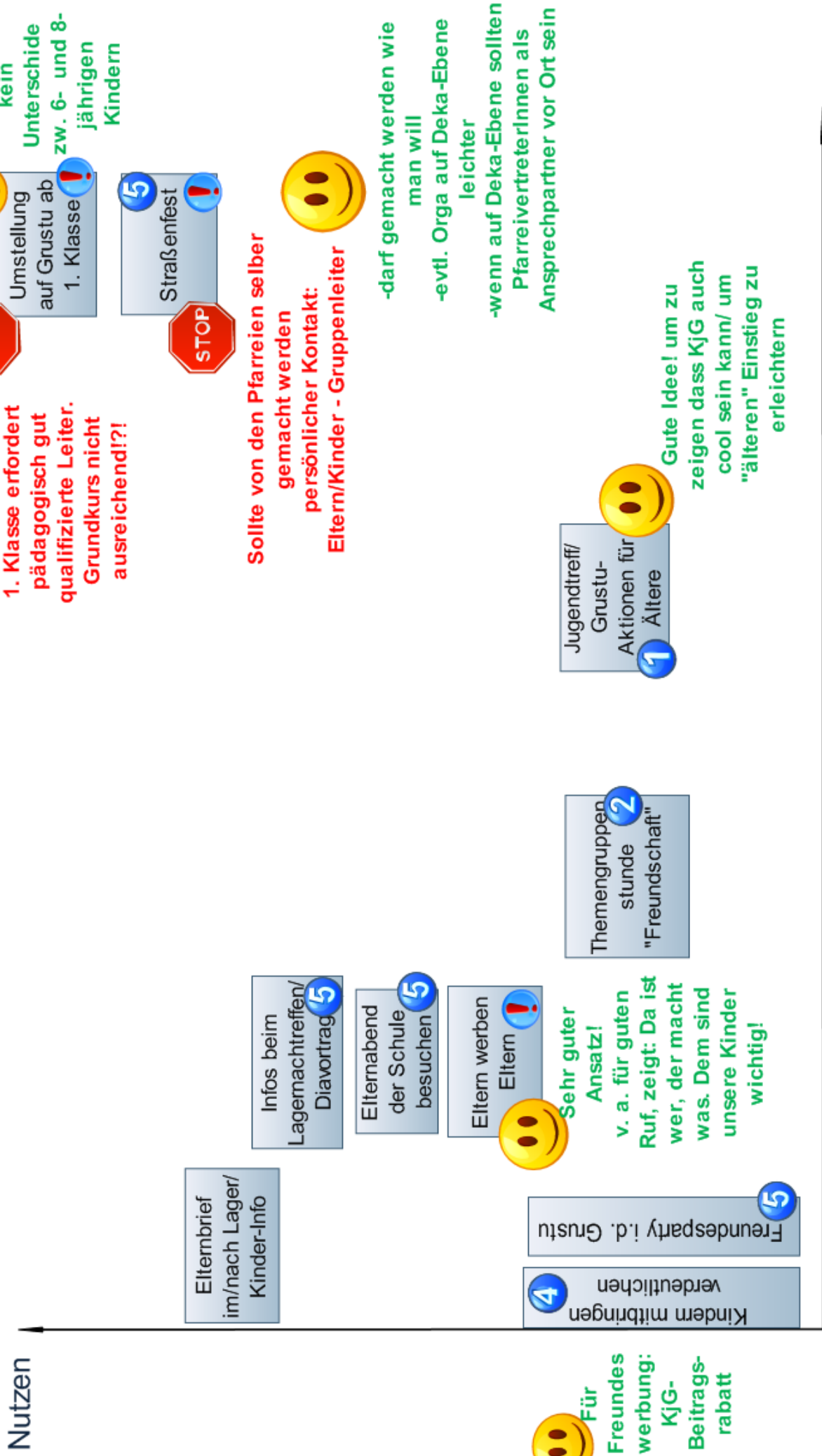
Arbeitsaufwand

Wie kommt wer zur KJG?

Die Situation



Großartige Ideen und Ansatzpunkte:



Zustimmung
Ablehnung



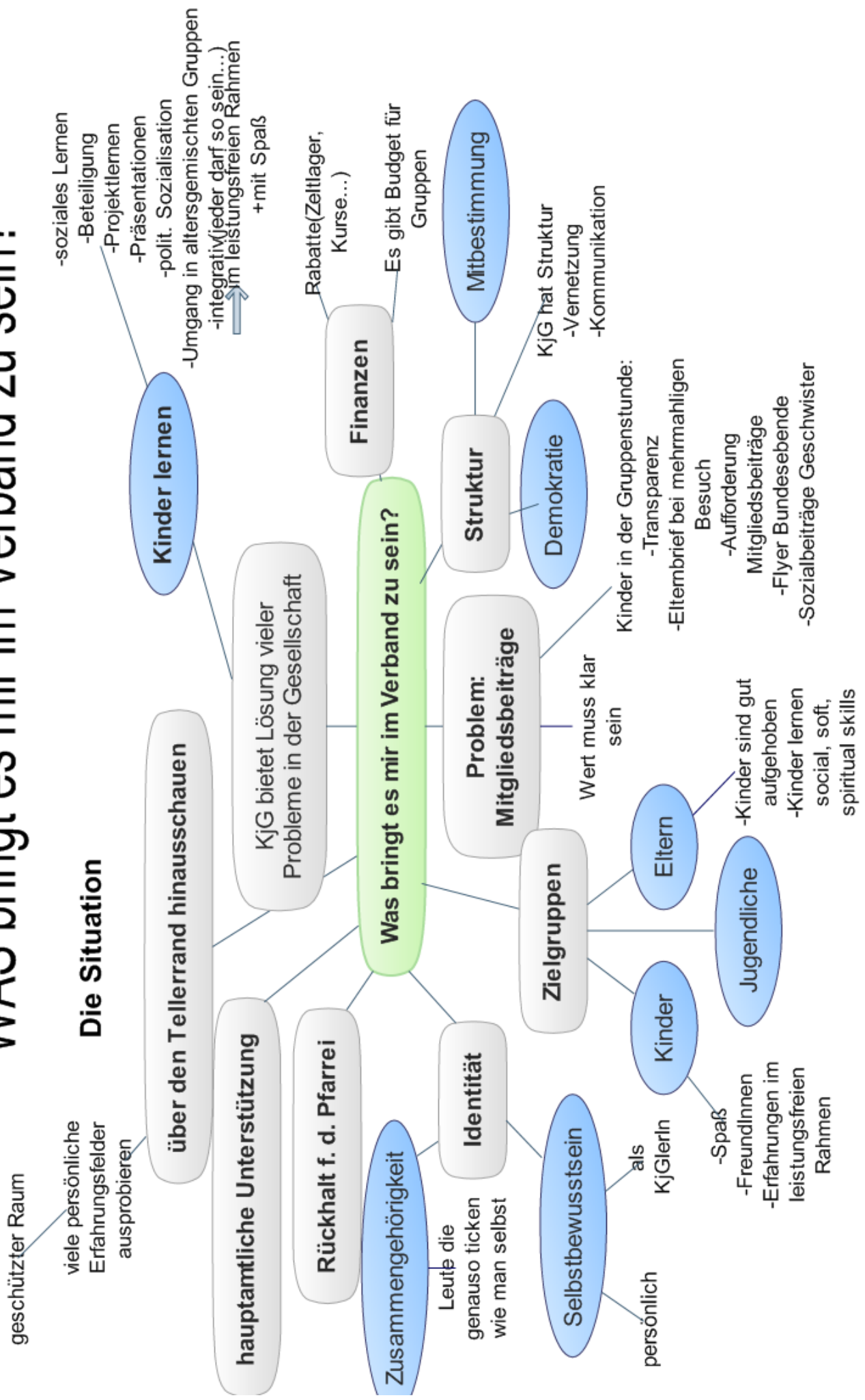
1 Gewichtung
weiterführende Idee



! priorisierte Themen

Arbeitsaufwand

WAS bringt es mir im Verband zu sein?



Großartige Ideen und Ansatzpunkte

Nutzen

Gebündelte Checkliste und Material zum Thema Eltern-Kind-Mitgliedsbeiträge **9**

Eltern wissen, für was sie zahlen und was KJG ist



Wirkung von Verbandsbewusstsein von Anfang an



auch Kinder sollen KJG-Struktur kennenlernen im Rahmen von MV's

4

Erw. Öffentlichkeit für den Wert von Grustuarbeit sensibilisieren (PR-Arbeit (Unternehmen))

Eltern(-aufklärungs)kampagne
-Was lernen Kinder bei der KJG social, soft, spiritual skills
-Infos für Eltern auf der HP
-Fitmachen der Gruleis (Aufretender Gruleis)

9

InForm basic
WaR.
GruKu's



Eltern müssen dahinter stehen

neue Zielgruppe alleinerziehende Eltern



Kriterium sollten "Kinder" sein



Verbandsgrundlagen vermitteln
-InForm basic
-Pfarreibesuche
GruppenleiterInnen sind Dreh-u. Angelpunkt für Eltern, Kinder und Jugendliche

8



Bewusstsein für Verband



Zustimmung



Ablehnung



Gewichtung



weiterführende Idee

Arbeitsaufwand

Elternaufklärungskampagne

1. Vermitteln „Was lernen Kinder in der KJG?“

social, soft, spiritual, political, leisure skills

2. Wie

- Aktion von Gruleis an Eltern
- Flyer, Homepage, Promo- Stand
- Fitmachen der Gruleis
- InForm basic, Grukku, WaR
- Weitere Öffentlichkeit/Medien

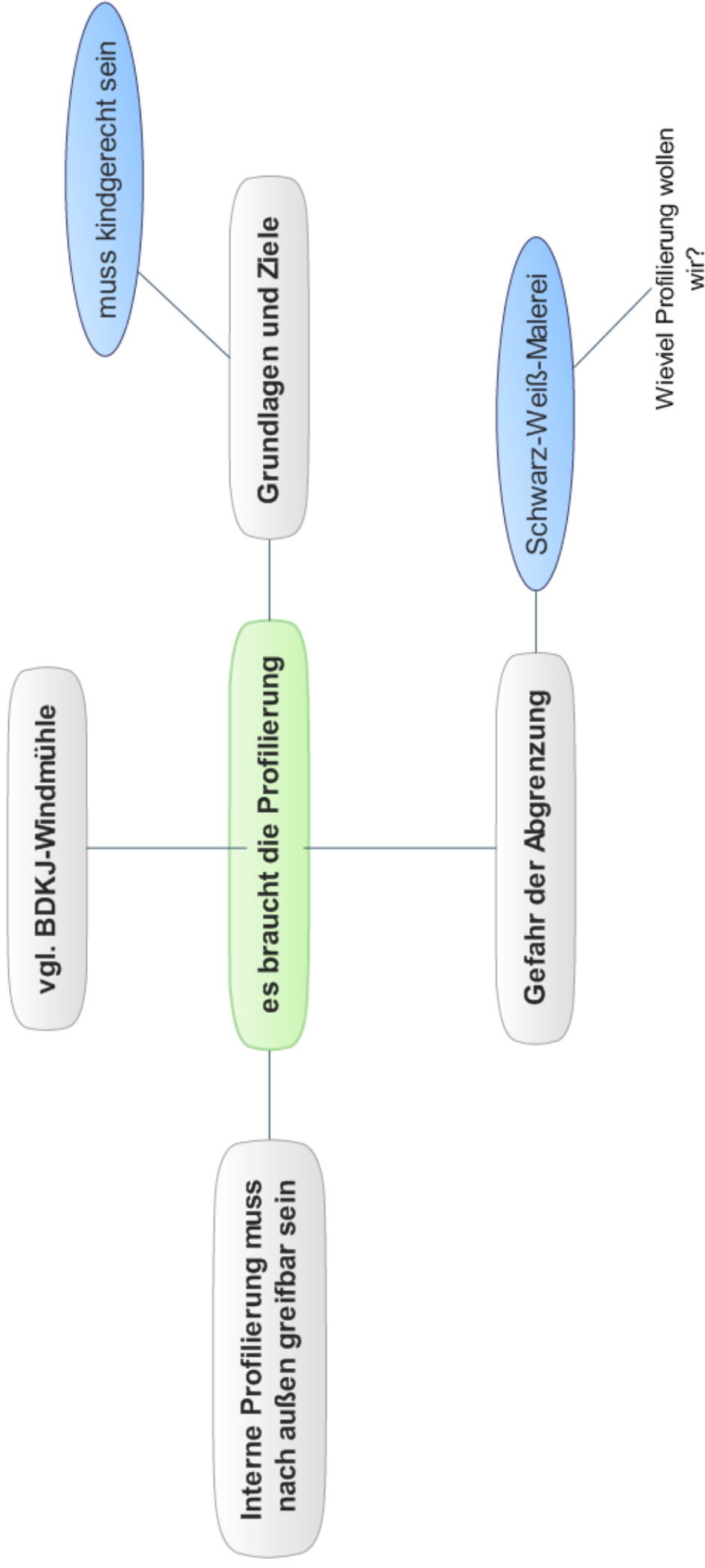
Aktion Checkliste

Wie werden Kinder Mitglieder?

Elternbrief
Checkliste
Transparenz
Ablaufplan(Bsp. Kenzingen)

Dient thematische Profilierung der Mitgliederzahl- und bindung?

Die Situation



Großartige Ideen und Ansatzpunkte:

Nutzen

5 Wie können wir intern Profil an alle Ebenen vermitteln?



Genau!
z.B. 3 Sätze in Schlagworten was KJG ist

Schlagworte für KJG (vgl. Windmühle);
Schlagworte von der Basis

1 4

4

Seelenbohrerbeschreibung griffig!



"Zauber" geht verloren

wieder mehr Werbung für Verbandsbox(evtl. neu überarbeiten: griffigere Beschreibungen, Altersstrukturen miteinfließen lassen)



Grundlagen und Ziele visualisieren

3

Grundlagen und Ziele altersgerecht für
-Kinder
-Jugendl.
-Eltern



Sehr gut!
siehe Elternkampagne



Muss Logo verändert werden?
Logo = Beschreibung
1 warum es geht?
SEELENBOHRER = KJG

NEIN!



Layout (mit Seelenbohrer) überarbeiten



Zustimmung

1

Gewichtung



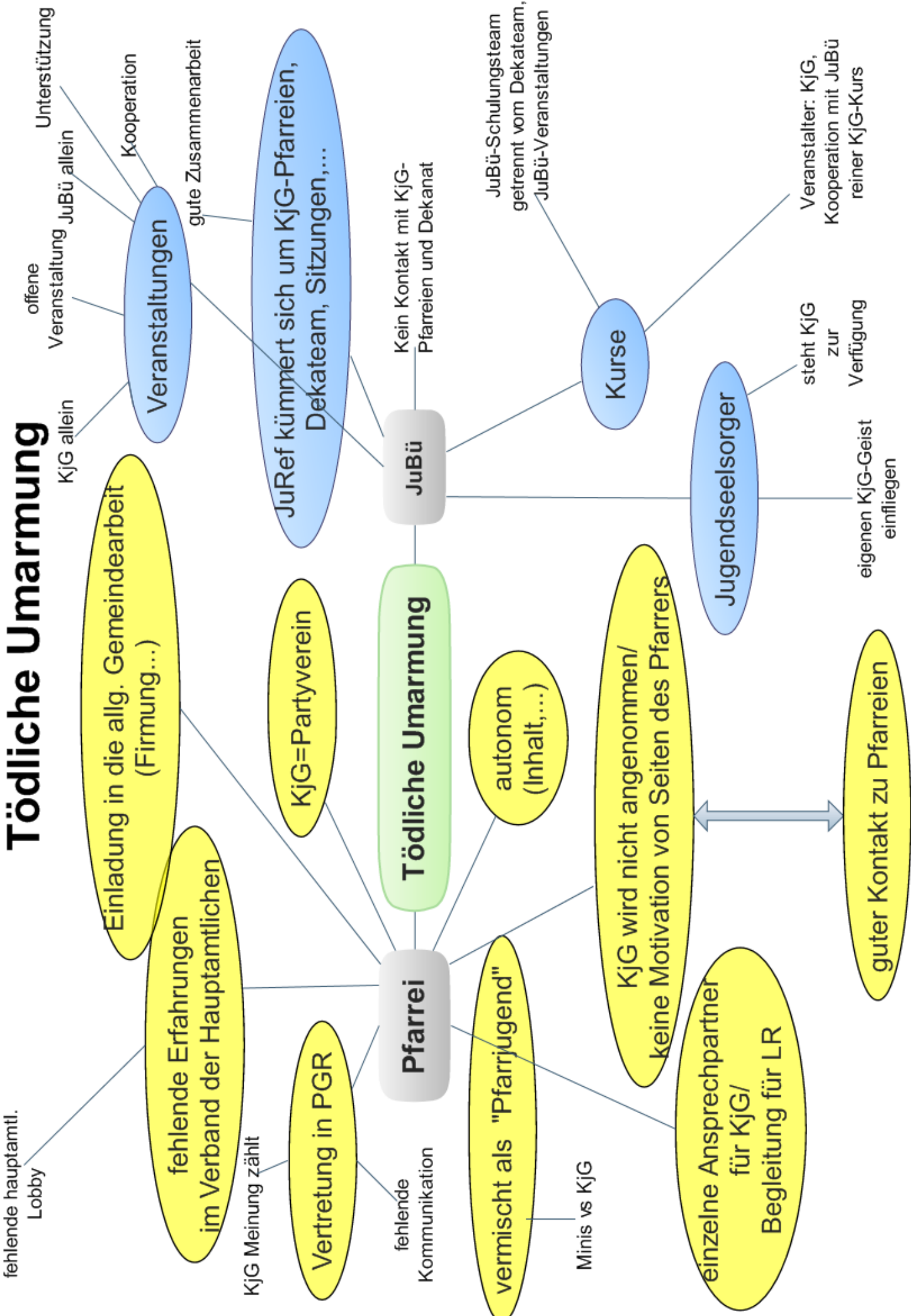
Ablehnung



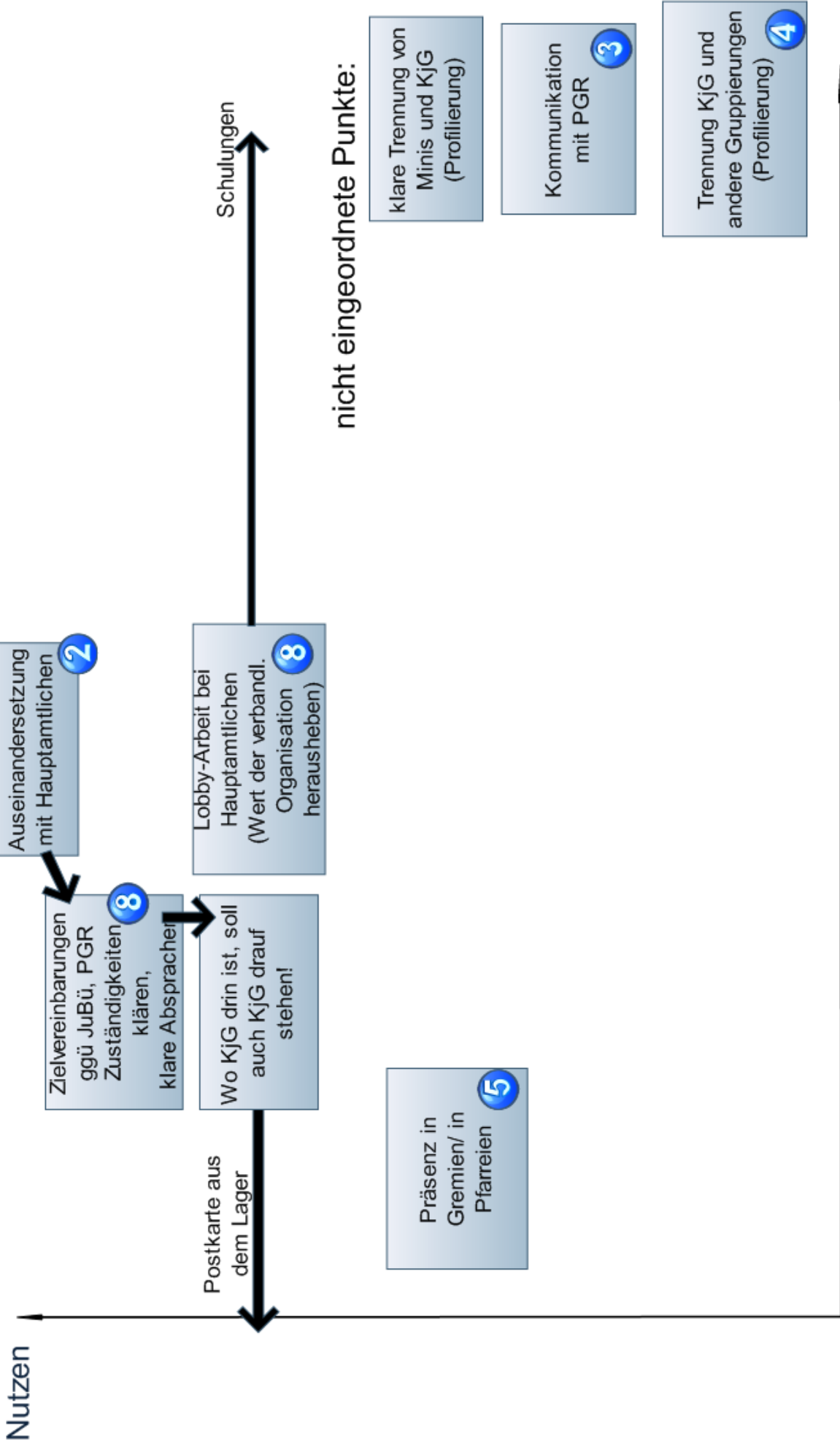
weiterführende Idee

Arbeitsaufwand

Tödliche Umarmung



Großartige Ideen und Ansatzpunkte:



nicht eingeordnete Punkte:

Trennung KjG und andere Gruppierungen (Profilierung)

Emanzipation gegenüber Jubü

klare Trennung JuBü/KjG (Profilierung)

Emanzipation gegenüber Pfarrei

klare Trennung von Minis und KjG (Profilierung)

offen sein für Zusammenarbeit

mutig sein für den Verband einzustehen

Zusammenarbeit reflektieren

Kommunikation mit dem Jubü

Kommunikation mit PGR

BDKJ

Tischdecken aus dem KjG-Café:

Profilierung:

- „Wir sind viele und bei uns wird Kindermitbestimmung umgesetzt“
→ Stärken der KjG besser nutzen und kommunizieren
- Inhaltliche Profilierung, Identität
→ Was ist der Mehrwert des Verbands?
- Konkret:
 - ✓ Verbandszeitschrift, interne Kommunikation
 - ✓ in Gruppenstunden gehen, Gruppenleiter unterstützen
 - ✓ Ideen: (Kinder-)Zeitschrift, „Wiedererkennung“ der eigenen Pfarrei, Selbstbewusstsein schaffen, ID-Material, Image
- Was macht die KjG?
- positiven Ruf der KjG verbreiten(Image-Gewinn)
- KjG greifbar machen und nach außen tragen
- Verband muss kommuniziert werden und kommunizierbar sein
- KjG-Feeling vermitteln
- Profilbildung

Mitgliederwerbung:

- Warum/wie kommen Kinder in die KjG? Zufall?!
- niederschwelliger Ein- und Ausstieg
- Kinder früher abholen
- Faktor Eltern
- KjG-Feeling
→ durch persönliche Kontakte
→ individuelle Angebote
→ Spaß, Freunde, Freizeitangebot,...
- Graue Gruppen überzeugen(Pfarrjugend), KjG zu werden! → Basis
- Veranstaltungen als Eyecatcher
- aktuelle Flyer und Material für Kinder und Eltern
- Mitglieder/Fans über Freunde und Cliques werben
- offenes Angebot für alle
- Kinder bereits ab der 1./2. Klasse für die KjG begeistern
- Zeitpunkt der Werbung und Ort und Art
- ÖA-Arbeit in allen Formen
→ Schüler-/Studi-Vz z.B.

Mitgliederbindung:

- Zielgruppen in den Blick nehmen
→ 9-11-Jährige: Eltern mit einbeziehen

→12-14-Jährige: Wie behalte ich sie dabei?

→ab 15: Verantwortung übertragen

- Spaßgesellschaft
→Kinder alle motivieren!
→Spaß → Motivation→Inhalt→Aktivierung→Verbandsbewusstsein
- Wie kulant sind wir beim Thema „Mitgliedschaft-Mitgliedsbeitrag“?
- Zielgruppe(Schule)
- Anerkennung für geleistete Arbeit

Eltern:

- soziale Kontakte elementar→Elternarbeit sehr wichtig
- Elternarbeit
→Alleinerziehende haben gutes Verhältnis zu Kind(er)
- Elternarbeit

KjG und Schule:

- Kooperation mit Schule?!

Hauptamtliche:

- Pfarrgemeinde vs. KjG→ Selbstverständlichkeit, Erwartungshaltung

Struktur:

- Mitgliederversammlung
- Segmentierung der Zielgruppe:
 - 9-12: Kindererreichen
 - 13-15 bei Stange halten
 - ab 16: Mitarbeit
- „prosumer“-Prinzip: KjG wird produziert und konsumiert von Person zeitgleich
- Kindermitbestimmung
- Kimi/Demokratie
- Methoden zur Stärkung der Basis
- Wie stelle ich Kontinuität auf Pfarrei-Ebene her (durch Aktionen, Einbindung potentieller und aktueller Kinder + Mitglieder)?
- Form der Jugendarbeit noch „richtig“?
- Muss sich ein Verband komplett umdrehen um weiter bestehen zu bleiben?

Mehrwert:

- Qualifikation für's Leben
→Kompetenzen und Werteerfahrung (Kein Geld aber Erfahrung fürs Leben, Soziale Kompetenzen)

Sonstiges:

- kein Eliteverband werden
- Zeitmangel →Wechsel in LR
- Leiter als Vorbild

Wünsche an die DV-Ebene:

- Bitte Methoden zur Stärkung des Verbandsbewusstseins und zur Identität der KjG (was ist KjG) auf Pfarreebene im Auge behalten (Dekanat Mosbach-Buchen)
- Arbeit im Ak Ve immer wieder mit Pfarreien rückkoppeln (evtl. 2 Modell-Pfarreien. städtisch und ländlich) (Dekanat Mosbach-Buchen)
- Standard-KjG-Plakat (Werbung für Eltern/Kinder oder allgemein) (Dekanat Offenburg-Kinzigtal)
- Es wäre schön, wenn Diözesankontakte an größeren Pfarrei-Events teilnehmen könnten. (Dekanat Ersingen(Pforzheim))
- Ideen vom Studienteil zusammenfassen und an die Dekanats-Teams weiterleiten. (Dekanat Wiesloch)
- Profilausarbeitung als Grundlage für alles weitere. (Dekanat TBB)
- Uns weiterhin so unterstützen, damit wir für unsere, oft erschwerliche, Arbeit motiviert sind! → Weiter so! (Dekanat Rastatt)
- Die Aktion Elternkampagne sollte unbedingt weitergeführt werden. (Dekanat Wiesloch)
- Zusammenfassung der heute erarbeiteten Ideen und Vorschläge (→Präsentation) an alle verschicken! (Dekanat Bruchburg)
- Checkliste, Definition des Profils, Flyer → Ak soll schnell daran arbeiten Material herauszugeben