

Kommunikationskonzept der BVB-Gründerkirche

Inhaltsverzeichnis

Präambel	1
1. Strategischer Wirkungsbereich und Ziele	2
2. Die Corporate Social Identity BVB-Gründerkirche	2
3. Kommunikationsprinzipien	3
4. Themenarchitektur und Inhalte	4
5. Zielgruppen.....	4
6. Kommunikationsräume und Kanäle	5
7. Partnerschaften und Netzwerke	5
8. Grenzen und Verantwortung	6
9. Kommunikation in Konflikt- und Krisensituationen	6
10. Organisation und Ressourcen	7
11. Wirkungsabsichten und Kennzahlen	7
12. Verweise, Verbindlichkeit und Evaluation	8

Präambel

Die BVB-Gründerkirche (Heilige Dreifaltigkeit) ist katholische Kirche, Erinnerungs- und Begegnungsort auf dem Fundament des Evangeliums. Sie steht auf der in der *Grundierung* beschriebenen Identität und den Vereinbarungen des *Institutionellen Schutzkonzeptes* und übersetzt diese in konkrete kommunikative Haltungen und Maßnahmen. Diese sind in der *Grundierung* verwurzelt. Glaube, Liebe und Fußball entfalten in der Kommunikation eine gemeinsame und einzigartige Wirkung.

Die BVB-Gründerkirche versteht Kommunikation als eigenständigen Wirkungsbereich des Projektes. Sie dient nicht lediglich der Bekanntmachung von Veranstaltungen oder Angeboten, sondern unterstützt unmittelbar die Umsetzung des Projektauftrags.

Die BVB-Gründerkirche bewegt sich an den Schnittstellen von Kirche, Fußball, Stadtgesellschaft, Kultur, Bildung und sozialem Engagement. Daraus entsteht die besondere Aufgabe, Menschen, Themen und gesellschaftliche Fragestellungen miteinander in Beziehung zu bringen und die dabei entstehenden Erfahrungen sichtbar zu machen.

Kommunikationskonzept

Kommunikation trägt dazu bei, dass Inhalte wahrgenommen, Beteiligung ermöglicht, Netzwerke gestärkt und die Identität der BVB-Gründerkirche entwickelt wird. Sie schafft Öffentlichkeit für das Projekt und macht zugleich die Werte sichtbar, die das Handeln der BVB-Gründerkirche prägen.

Kommunikation ist Teil des Gesamtauftrags der BVB-Gründerkirche.

1. Strategischer Wirkungsbereich und Ziele

Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche verfolgt einen doppelten Auftrag:

Zum einen unterstützt sie die konkrete Arbeit des Projektes. Veranstaltungen sollen besucht, Engagement ermöglicht, Kooperationen aufgebaut und gesellschaftliche Wirkung entfaltet werden.

Zum anderen spiegelt Kommunikation die Identität der BVB-Gründerkirche, die in der *Grundierung* verankert ist, wider und entwickelt sich mit und an ihr im Sinne einer Corporate Social Identity (CSI) langfristig weiter.

Ziel der Kommunikation der BVB-Gründerkirche ist die authentische Vermittlung von Inhalten, Erfahrungen und Haltungen. Kommunikation ist deshalb immer zugleich Informationsarbeit, Beziehungsarbeit und Wertekommunikation.

Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche verfolgt sechs strategische Ziele.

1. Sie stärkt die Sichtbarkeit des Projektes lokal, regional, überregional bis hin zu international.
2. Sie vermittelt die Inhalte und Anliegen der BVB-Gründerkirche verständlich, zugänglich und nachvollziehbar.
3. Sie lädt Menschen zur digitalen und analogen Beteiligung ein.
4. Sie stärkt Beziehungen und ermöglicht neue Netzwerke.
5. Sie ist das kollektive Gedächtnis des Projektes. Erfahrungen, Entwicklungen und Meilensteine werden dokumentiert und langfristig verfügbar gemacht.
6. Sie entfaltet die CSI der BVB-Gründerkirche als Verbindung von Glaube, gesellschaftlicher Verantwortung, Fußballkultur und Zukunftsgestaltung.

2. Die Corporate Social Identity BVB-Gründerkirche

Die CSI BVB-Gründerkirche umfasst drei miteinander verbundene Ebenen.

Sie ist zunächst eine Ortsidentität. Die Dreifaltigkeitskirche und ihr Umfeld sind der konkrete Ort, an dem Menschen zusammenkommen und Erfahrungen machen. Die Kirche selbst, ihre Geschichte und ihre zukünftige Nutzung sind wesentliche Bestandteile der Identität.

Kommunikationskonzept

Gleichzeitig ist die BVB-Gründerkirche eine Projektidentität. Sie steht für einen innovativen Ansatz kirchlicher, gesellschaftlicher und kultureller Arbeit im Umfeld des BVB und des Borsigplatzviertels.

Darüber hinaus ist die BVB-Gründerkirche eine Werteidentität. Sie steht für Verantwortung, Gemeinschaft, Dialog, Offenheit, Teilhabe, Hoffnung und soziale Wirksamkeit.

Die CSI entsteht durch Erfahrungen, die Menschen mit dem Projekt machen. Kommunikation macht diese Erfahrungen sichtbar, nachvollziehbar und anschlussfähig.

Jede Veranstaltung, jede Kooperation, jedes Ehrenamt und jede Begegnung prägen deshalb die CSI BVB-Gründerkirche.

3. Kommunikationsprinzipien

Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche orientiert sich an den Grundsätzen der spirituellen *Grundierung*, des *Institutionellen Schutzkonzeptes* sowie an den Leitgedanken des *Teamkonzeptes* und des *Engagementkonzeptes*.

Daraus ergeben sich folgende Prinzipien:

Authentizität vor Inszenierung.

Menschen vor Institutionen.

Dialog vor Monolog.

Beziehung vor Reichweite.

Haltung vor Aufmerksamkeit.

Qualität vor Quantität.

Kommunikation soll glaubwürdig, respektvoll und verständlich sein. Sie soll unterschiedliche Perspektiven sichtbar machen und die Vielfalt der Menschen und Zugänge im Projekt widerspiegeln.

Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche versteht sich ausdrücklich als Einladung zum Gespräch. Sie erhebt nicht den Anspruch, gesellschaftliche oder religiöse Fragen abschließend zu beantworten, sondern Räume für Austausch, Reflexion und gemeinsames Lernen zu eröffnen.

4. Themenarchitektur und Inhalte

Themen und Inhalte beziehen sich auf die Grundierung „Glaube, Liebe, Fußball“ in ihren konkreten Entsprechungen: Dortmund und Borsigplatzviertel, Glaube sowie BVB und richten sich inhaltlich an fünf Handlungsfeldern aus.

Handlungsfeld	Kommunizierbare Inhalte
<i>Spiritualität und Begegnung</i>	Gottesdienste, spirituelle Angebote, Fanpastoral, interreligiöse Begegnungen, Glaubensfragen sowie Formen des gesellschaftlichen Dialogs
<i>Bildung und Chancen</i>	Bildungsangebote, wissenschaftliche Kooperationen, Qualifizierungsmaßnahmen, Zukunftsfragen und Projekte zur Förderung von Teilhabe und Entwicklung
<i>Bewegung und Gesundheit</i>	körperliche, psychische und soziale Gesundheit, Bewegung, Prävention sowie gemeinschaftsbildende Aktivitäten
<i>Miteinander und Teilhabe</i>	Hier stehen Nachbarschaft, Ehrenamt, Unterstützung, Integration, soziale Verantwortung und Solidarität im Mittelpunkt
<i>Kultur und Austausch</i>	Kunst, Musik, Ausstellungen, Veranstaltungen, Erinnerungsarbeit, Medienprojekte und digitale Formate

Jede Kommunikationsmaßnahme soll sich mindestens einem dieser Handlungsfelder eindeutig zuordnen lassen. Darüber hinaus werden projektübergreifende Themen kommuniziert, insbesondere:

- Entwicklung der BVB-Gründerkirche.
- Bau- und Eröffnungsprozess.
- Partnernetzwerke.
- Ehrenamt.
- Fundraising.
- Projektgeschichte.
- Zukunftsperspektiven.

5. Zielgruppen

Die Kommunikation richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen mit jeweils eigenen Interessen und Kommunikationsbedürfnissen.

Hierzu zählen insbesondere:

- Menschen im Borsigplatzviertel und in der Nordstadt,

Kommunikationskonzept

- Fans und Fanclubs von Borussia Dortmund,
- kirchlich engagierte Menschen,
- Menschen mit geringer oder keiner kirchlichen Bindung,
- junge Erwachsene,
- soziale und kulturelle Initiativen,
- politische und gesellschaftliche Entscheidungsträger,
- Stiftungen und Förderer,
- Medienvertreter,
- wissenschaftliche Einrichtungen,
- sowie Interessierte auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene.

Die Kommunikation berücksichtigt Unterschiede immer unter Rückbezug auf die CSI.

6. Kommunikationsräume und Kanäle

Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche findet sowohl analog als auch digital statt.

Zu den analogen Kommunikationsräumen gehören insbesondere Veranstaltungen, Gottesdienste, Netzwerktreffen, Ausstellungen, Führungen, Bildungsangebote und Begegnungsformate, die digital aufbereitet und/oder hybrid erweitert werden. Veranstaltungen sollen nach Möglichkeit nicht als einmalige Ereignisse verstanden werden, sondern Ausgangspunkt weiterer Kommunikation sein. So wird aus einzelnen Aktivitäten ein wachsender Kommunikations- und Wissensraum.

Zu den digitalen Kommunikationsräumen gehören insbesondere Website, Social-Media-Kanäle, Newsletter, Podcasts, Videos, digitale Ausstellungen und weitere Plattformen.

Ebenso werden zu besonderen Kommunikationsanlässen klassische Kommunikationskanäle wie Lokal- und Regionalpresse, Fernsehen und Radio genutzt, um generationenübergreifend die Zielgruppen anzusprechen.

7. Partnerschaften und Netzwerke

Die BVB-Gründerkirche versteht Kommunikation als Netzwerkaufgabe. Kooperationen ermöglichen Reichweite, fachliche Qualität, gesellschaftliche Verankerung und neue Perspektiven.

Besondere Bedeutung hat die Partnerschaft zwischen dem Erzbistum Paderborn und Borussia Dortmund, sowie die Kooperation mit kirchlichen Einrichtungen, Fanprojekten, Bildungsinstitutionen, kulturellen Akteuren, sozialen Trägern, Wissenschaft, Medien und Stiftungen.

Kommunikationskonzept

Partnerschaften werden aktiv gesucht, wenn sie zur inhaltlichen Ausrichtung des Projektes beitragen, neue Zielgruppen erschließen oder gemeinsame gesellschaftliche Verantwortung sichtbar machen.

Die BVB-Gründerkirche versteht Kooperationen dabei nicht als vollständige Übereinstimmung aller Positionen. Unterschiedliche Perspektiven und Interessen gehören zu einem lebendigen Netzwerk. Näheres zum Verständnis der Netzwerkarbeit findet sich im *Netzwerk- und Partnerkonzept*.

8. Grenzen und Verantwortung

In der BVB-Gründerkirche sind wir uns bewusst, dass wir mit unserem kommunikativen Agieren auch eine Verantwortung für die Wirkung tragen. Gleichzeitig sind wir in unseren Ressourcen und Möglichkeiten begrenzt und wissen darum. Ein Teil unserer Verantwortung liegt darin, diese Ressourcen sinnvoll einzusetzen und nur dann zu intervenieren, wenn es unseren Haltungen (siehe *Grundierung* und *Institutionelles Schutzkonzept*) entsprechend zwingend geboten ist.

Wir setzen dort Grenzen, wo Menschen ausgegrenzt, diskriminiert oder in ihrer Würde verletzt werden. Die Kommunikation der BVB-Gründerkirche stützt sich auf das *institutionelle Schutzkonzept*. Jedes Teammitglied handelt kommunikativ verantwortlich in diesem Sinne.

Keine Kommunikationsmaßnahme rechtfertigt die Instrumentalisierung von Personen oder Gruppen. Persönliche Geschichten werden nur mit Zustimmung der Beteiligten erzählt. Schutzbedürfnisse von Kindern, Jugendlichen und schutzbedürftigen Personen besitzen besondere Priorität.

Partnerschaften werden kritisch überprüft, wenn erhebliche Widersprüche zur *Grundierung* oder zum institutionellen Schutzauftrag sichtbar werden.

Ein separates Thema im Kontext Verantwortung ist der Einsatz von KI. Im *Digitalkonzept* ist bereits angelegt, dass KI-Einsatz ein selbstverständlicher Bestandteil in der BVB-Gründerkirche ist. Wo immer mehrheitlich KI-basiertes Material genutzt wird, machen wir dies transparent. Näheres dazu regelt das *Redaktionskonzept*.

9. Kommunikation in Konflikt- und Krisensituationen

Die öffentliche Sichtbarkeit des Projektes führt dazu, dass gesellschaftliche Kontroversen, Konflikte im Umfeld von Partnerorganisationen oder Krisensituationen innerhalb des Projektes unmittelbare Auswirkungen auf die Kommunikation haben können.

Kommunikative Krisen sind Situationen, in denen durch ein kritisches Ereignis oder ein Vertrauensverlust Kommunikationsdruck nach intern und extern entsteht.

Kommunikationskonzept

In solchen Situationen orientiert sich die BVB-Gründerkirche an den Grundsätzen der Wahrhaftigkeit, Verantwortung, Handlungsfähigkeit und des Schutzes von Menschen.

Öffentliche Stellungnahmen erfolgen abgestimmt und durch die jeweils benannten Sprecherinnen und Sprecher, die durch Rollen im *Teamkonzept* definiert werden. Bei Unklarheiten liegt die Verantwortung bei der Leitung (Gesamtverantwortung).

Bei schwerwiegenden Konflikten werden die zuständigen Ausführungsverantwortlichen, die Leitung sowie gegebenenfalls Vertreter*innen vom Erzbistum Paderborn und Borussia Dortmund frühzeitig eingebunden.

Ziel ist die Sicherung von Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Verantwortung. Integrität hat Vorrang vor Imagewahrung.

Die operativen Verfahren der Krisenkommunikation werden im *Redaktionskonzept* geregelt.

10. Organisation und Ressourcen

Die Aufgabe und die Verantwortung für die Kommunikation insgesamt betrifft jedes Teammitglied. Kommunikation wird als Querschnittsaufgabe verstanden und in allen Arbeitsbereichen mitgedacht.

Alle Teammitglieder tragen Verantwortung dafür, Themen sichtbar zu machen, Geschichten zu erkennen, Kontakte zu vermitteln und Kommunikationsprozesse zu unterstützen. Für die Kommunikation werden hauptamtliche Ressourcen, ehrenamtliche Kompetenzen, Honorarkräfte, Netzwerkpartner sowie digitale Werkzeuge eingesetzt. Die jeweiligen Anteile werden im *Teamkonzept* geregelt.

Unabhängig davon gibt es die Ausführungsverantwortung für das Kommunikationskonzept und das *Redaktionskonzept*, welche im *operativen Teamkonzept* für alle transparent ist. Die Rollen tragen die Verantwortung für die konzertierte Organisation und Bearbeitung der Kommunikationskanäle und machen die Bedarfe darin sichtbar für alle anderen Mitarbeitenden.

11. Wirkungsabsichten und Kennzahlen

Wie jedes Konzept der BVB-Gründerkirche ist auch das Kommunikationskonzept in der Verantwortung, Indikatoren für die eigene Wirksamkeit zu benennen. Die Form der Erfassung, der Umfang der Ermittlung und Bewertung sowie die Ableitung von Erkenntnissen und Maßnahmen finden sich im *operativen Redaktionskonzept*. Erste in den Blick zu nehmende Indikatoren neben den klassischen Reichweite-Kennzahlen sind:

- die Zahl neuer Kooperationen,
- der Anteil ehrenamtlichen Engagements in der Kommunikation,

Kommunikationskonzept

- die Beteiligung von Besucherinnen und Besuchern,
- die Wahrnehmung der Marke,
- die mediale Resonanz,
- die gesellschaftliche Wirkung der Inhalte
- sowie die langfristige Entwicklung des Projektes.

12. Verweise, Verbindlichkeit und Evaluation

Dieses Kommunikationskonzept beschreibt die Grundprinzipien der Kommunikation in der BVB-Gründerkirche. Es dient der Orientierung und wird alle zwei Jahre überprüft und weiterentwickelt.

➔ Die nächste Überprüfung steht damit für Juli 2028 an.

Evaluation dient dem gemeinsamen Lernen und der Weiterentwicklung der Kommunikationsarbeit. Wir erfassen die verfügbaren Daten und werten sie einmal im Jahr in einem qualitativen Abgleich aus. Dabei reflektiert das Team die Wirkung der Kommunikation und identifiziert bei Bedarf konkrete Anpassungen.

Das Kommunikationskonzept ist eine grundlegende Beschreibung, eine ausführende Form der Konzeption liegt im nachgeordneten *Redaktionskonzept*, welches die jeweils geltenden Regelungen auf aktuellem Stand dokumentiert. Das *Redaktionskonzept* konkretisiert die operative Umsetzung und die Maßnahmen. Es regelt Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten, Prozesse, Einsatz von KI, Freigaben, Formate, Kanäle, Redaktionsplanung und Krisenabläufe.

Das Konzept lebt nicht von seiner formalen Verbindlichkeit allein, sondern von der Bereitschaft aller Beteiligten, die beschriebenen Haltungen und Prinzipien im Alltag mit Leben zu füllen. (Siehe *Grundierung* und *Teamkonzept*.)