



Fachstelle kirchliche
Jugendarbeit
Bistum St.Gallen

Webergasse 15
CH - 9000 St.Gallen
Tel./Fax.071/223 8770

FIRMUNG > 18

EIN PROJEKT FÜR EINEN MULTIMEDIALE AUFTRITT DER
KATHOLISCHEN KIRCHE IM BISTUM ST.GALLEN IM ÖFFENTLICHEN RAUM

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- Junge Leute produzieren in Zusammenarbeit mit Kommunikations-Profis Informationsmittel, welche die Öffentlichkeit über die Innovationen der Katholischen Kirche im Bistum St.Gallen aufklären
- Firmung ab 18 steht im Zentrum der Informationskampagne, welche ab August 2010 zur Verfügung steht. Der Einsatz der Kommunikationsmittel ist sowohl für 2010 als auch für 2011 möglich und kann entsprechend budgetiert werden.
- Die Katholische Kirche wird im öffentlichen Raum wirksam positiv positioniert
- Plakate, Filme, Medienarbeit und Flyer werden in einer ersten Phase produziert
- Ihre Pfarrei/Seelsorgeeinheit kann kostengünstig Kommunikationsmaterial beziehen und regional einsetzen
- Die Kommunikationsmittel können beliebig nachbestellt werden

DAS PROJEKT „FIRMUNG > 18“

Mit einer multimedialen Kampagne wird Firmung ab 18 ins Gespräch gebracht. Dabei können verschiedene Informationsträger kombiniert werden. Die Grundlage bilden Plakate für öffentliche Plakatwände oder andere Plakatierungen vor Ort. Ergänzt werden sie durch Flyer. Sie beziehen sich auf eine Website mit detaillierten Infos und einen Kurzfilm für die Website oder zum Vorführen. Weiter sind Infotools fürs Handy und weitere zukunftsweisende Massnahmen geplant.

DER ÖFFENTLICHE AUFTRITT

Der Auftritt soll möglichst authentisch, aber auch ästhetisch wirksam sein. Um das zu erreichen, wird er von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Zielgruppenalter mitgestaltet und von kompetenter professioneller Seite geleitet. In Zusammenarbeit mit der Kommunikationsfirma LIVE experiences gmbh (www.live-experiences.ch), die in solchen Auftritten Erfahrung hat, entsteht ein innovatives Gesamtpaket, das sowohl in der Zielgruppe als auch in der Öffentlichkeit Wirkung zeigt.

PROJEKTABSICHTEN

Im Zentrum steht eine erlebnisorientierte und nachhaltige Gesamtinszenierung, welche die Firmung positiv ins Gespräch bringt, die Öffentlichkeit sensibilisiert, authentisch informiert und Hemmungen in der Zielgruppe abbaut. Die stärkere öffentliche Präsenz und Bedeutung des Firmweges unterstützt die Interessierten, beim Arbeitsort oder in der Schule den nötigen Freiraum für die Teilnahme am Firmweg zu bekommen.

- Jugendliche sollen für die Firmung ab 18 sensibilisiert werden. Die Kampagne soll zum Nachdenken anregen.
- Die Dialoggruppe wird aktiviert, einen Firmkurs zu besuchen und schliesslich die Firmung zu empfangen.
- Das Bistum St. Gallen wird mit einer innovativen Kampagne Zeitgeist und Lebensnähe beweisen.
- Die Kampagne soll einen „Wow-Effekt“ auslösen und die erlebnisorientierte Seite der Kirche zeigen.

UMSETZUNG

Die Realisierung dieses Öffentlichkeitsauftritts baut auf einer Kooperation zwischen den Kirchgemeinden / Seelsorgeeinheiten vor Ort und im Bistum. Die Bistumsleitung hat die DAJU mit der Entwicklung des oben beschriebenen Paketes beauftragt. Die Materialien werden ab August 2010 zur Verfügung stehen. Die Seelsorgeeinheiten, Pfarreien oder Dekanate können die die Kommunikationsträger bestellen und organisieren die Platzierung im öffentlichen und kirchlichen Raum.

ZIELGRUPPEN

Kernzielgruppe

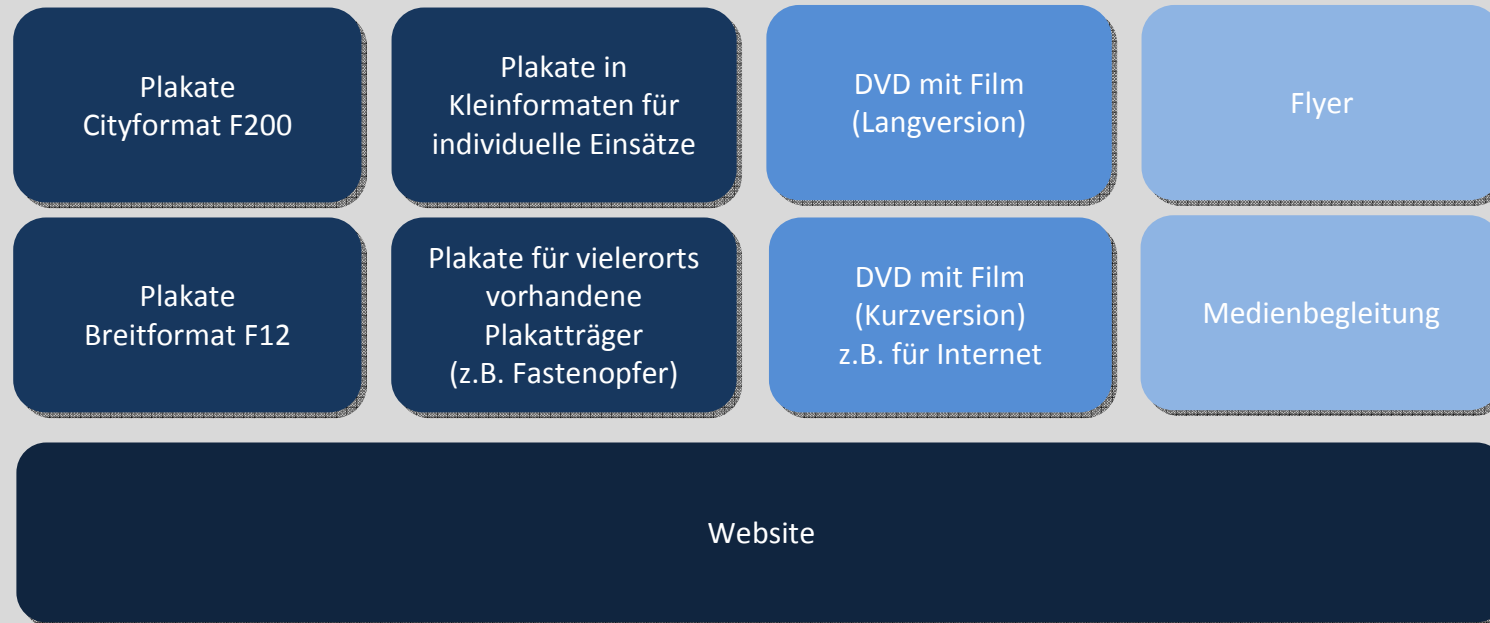
- Katholische Jugendliche zwischen 17 und 20 Jahren und deren Familien
- Arbeitgebende Lehrmeister und/oder Lehrkräfte

Nebenzielgruppe

- Breite Öffentlichkeit
- Medien

KOMMUNIKATIONSTRÄGER

Die Kommunikationsträger werden aufeinander abgestimmt. In einer ersten Phase werden folgende Materialien bereit gestellt:



WEBSITE

Die speziell für dieses Projekt erstellte Website dient als Kommunikations-Schnittstelle

- Basis- und Detailinformationen für Interessierte
- Download-Bereich
- Multimedia-Center (Film, Interaktive Elemente, Bilder, etc.)
- Austauschplattform für Erfahrungsberichte
- Projektinformationen
- Etc.

PLAKATE I

Mit Plakaten erreichen wir im öffentlichen Raum auf unaufdringliche Weise eine grosse Anzahl Kontakte mit den Dialoggruppen. Plakate geniessen bei der Bevölkerung ein sehr gutes Image – in allen Schichten und über alle Gruppen hinweg. Und punkto Beachtung stehen sie, gefolgt von der Verkehrsmittelwerbung, in der Schweiz an erster Stelle: Mit 61% bzw. 51% weisen die beiden Out-of-home Medien die höchsten Beachtungswerte auf. Die Vorteile für Sie liegen auf der Hand: Hohe Akzeptanz und Beachtung eines Werbemediums sind nachweisbar mit hoher Wahrnehmung und Wirkungskraft verbunden. Wir erarbeiten Sujets in zwei verschiedenen Formaten, welche je nach Situation eingesetzt werden können. Die Sujets korrespondieren mit den Kerninhalten und sind Gegenstand der weiteren Konzeptarbeit.

Auf den Plakaten stellen wir Personen dar, die sich für den Firmweg entschieden haben. Wir tangieren Fragen wie „Warum lasse ich mich firmen?“, „Was bedeutet mir Glaube?“, „Welche Bedeutung hat der Glaube fürs Leben?“, etc.

PLAKATE II

F200

Das Cityplakat



Das beliebte Hochformat F200 erreicht ein breit gefächertes urbanes Zielpublikum. Die meisten Flächen sind freistehend montiert: entlang hochfrequenter Hauptstrassen, auf Plätzen und in städtischen Fussgängerzonen. Idealerweise 90% Strassenflächen kombiniert mit 10% Bahnhöfläichen.

Papiermass: 116,5 x 170 cm

F12

Das Breitformat



Das dynamische Breitformat F12 sticht in urbanen wie in ländlichen Gebieten besonders hervor. Die optimale Verteilung von 90% Strassenflächen kombiniert mit 10% Bahnhöfläichen erreicht ein attraktives mobiles Zielpublikum.

Papiermass: 268,5 x 128 cm

FILM

Filme erlauben uns, auf multimediale Weise komplexe Zusammenhänge vereinfacht zu inszenieren. Dabei helfen emotionale Bilder- und Textwelten.

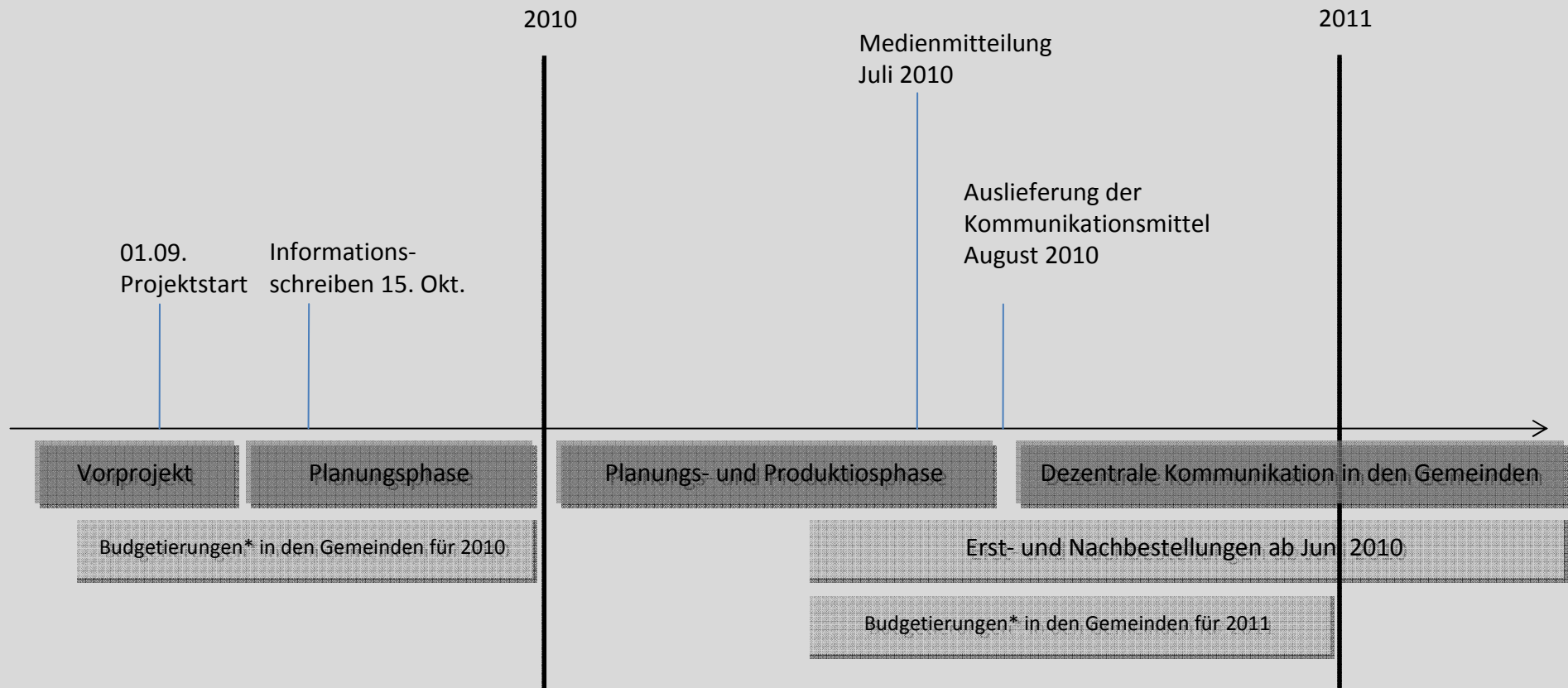
In Zusammenarbeit mit jungen Erwachsenen erarbeiten wir ein Filmprojekt, welches den Weg der Firmung auf nachhaltige Weise wiedergibt. Mögliche Darstellungen sind junge Erwachsene, die auf ihrem Weg interviewt werden und verschiedene Einblicke in persönliche Erfahrungen geben. Wir achten auf eine professionelle und zeitgemässe Umsetzung. Die voraussichtliche Filmlänge beträgt 10 bis 15 Minuten.

Eine Kurzfassung des Filmes kann beispielsweise für Internet-Nutzung und für Kinowerbung verwendet werden.

FLYER

In einem mehrseitigen Flyer werden die wichtigsten Kommunikationsinhalte zusammengefasst. Dieser kann in multifunktionaler Weise eingesetzt werden und wird in das Gesamtkonzept äusserlich und inhaltlich integriert. Wir erarbeiten ein Grundlayout, welches einen individuellen Eindruck erlaubt. Somit sind Sie frei in der inhaltlichen Gestaltung.

TERMINPLANUNG



*Da der Budgetierungsprozess für viele Gemeinden bereits im Gange ist, dient diese Vorinformation auch als Grundlage für die Budgetierung 2011. Der Einsatz der Kommunikationsmittel ist je nach örtlichen Dispositionen für 2010 oder 2011 denkbar.

BUDGET-HILFSMITTEL

Damit Sie die Kommunikationsmassnahmen für 2010 und 2011 optimal budgetieren können, finden Sie nachfolgend eine indikative Kostenübersicht:

Kommunikationsträger	Beispiele für Materialkosten pro Stück	Einsatz der Kommunikationsmittel
Plakat F200	ca. 50.--	ca. 200.-- pro Plakatstelle / 14 Tage/ frei wählbar
Plakat F12	ca. 20.--	ca. 350.-- pro Plakatstelle / 14 Tage/ frei wählbar
Plakate (Bsp. Fastenopfer)	ca 15.--	
Kleinplakate A3	ca. 10.--	
Film DVD	ca. 25.--	
Flyer	ca. 1.50	

Wir empfehlen Ihnen, sich mit anderen Gemeinden zusammen zu schliessen. Somit können Distributionskosten geteilt und optimiert eingesetzt werden. Zudem ist die Abdeckung grösser und die Botschaft kann wirksamer transportiert werden.

WO UND WIE KÖNNEN SIE DIE KOMMUNIKATIONSMITTEL WIRKSAM EINSETZEN?

Eine möglichst vielfältige Kommunikation kann in Ihrer Region bewirken, dass Ihre Gemeinde von einem neuen, positiven Fremdbild profitieren kann. Beispiele sind:

- Regionalmessen
- Plakatierung im öffentlichen Raum
- Plakatierung in kirchlichen Räumen
- Interne- und externe Veranstaltungen
- Kino
- Promotionen im öffentlichen Raum
- Einsatz von Filmen auf Ihrer Website
- etc.

WIR STEHEN IHNEN FÜR FRAGEN GERNE ZUR VERFÜGUNG

Linus Brändle

DAJU Fachstelle kirchliche
Jugendarbeit
Webergasse 15
9000 St. Gallen

T +41 71 223 87 70
l.braendle@daju.ch
www.daju.ch

Rolf Rotach

LIVE experiences gmbh
Webergasse 9
Postfach 1019
CH 9001 St. Gallen

T +41 71 222 29 00
F +41 71 222 29 01
live@live-experiences.ch
www.live-experiences.ch

Live-Kommunikation
Erlebnismarketing
Public Relations

BEDARFSABKLÄRUNG

Gerne möchten wir von neuen Kommunikationsmitteln profitieren und beabsichtigen folgende Massnahmen einzusetzen:

Kommunikationsträger	2010	2011
Plakat F200	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:
Plakat F12	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:
Plakate (Bsp. Fastenopfer)	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:
Kleinplakate A3	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:
Film DVD	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:
Flyer	ca. Anzahl:	ca. Anzahl:

Es handelt sich hier lediglich um eine Abklärung, nicht um eine Bestellung. Wir bedanken uns für Ihre Rückmeldung an die DAJU Fachstelle.