

Sachstandsbericht Medienkommunikationskonzept

Stand 12. September 2012

I. Hintergrund

Nachdem die Synode im November 2011 das Medienkommunikationskonzept beschlossen hat und im Januar 2012 anschließende Detailfragen mit dem Finanzausschuss geklärt werden konnten, wurde umgehend mit der Umsetzung des Konzepts begonnen.

Die Hauptziele des Konzeptes waren und sind:

- Evangelischen Glauben kommunizieren
- Evangelium und Evangelischer Kirche eine öffentliche Stimme geben
- Mitarbeitendenkommunikation stärken

Folgende Teilprojekte wurden definiert:

1. Impulspost und Materialdienst
2. Relaunch www.ekhn.de
3. FacettNet
4. Social Media

Für jedes Teilprojekt wurde eine Arbeitsgruppe gebildet, die mit Fachleuten der EKHN-Öffentlichkeitsarbeit und der Agenturen aserto und gobasil besetzt wurden. Die Teilgruppen arbeiten selbstständig. Sie haben eigene Zeitpläne, die bislang eingehalten wurden. Dies gilt auch für den Finanzrahmen.

II. Impulspost und Materialdienst

1. Konzeption der Impulspost

Planmäßig wird zuerst die Impulspost samt ihres Materialangebots in die Öffentlichkeit gebracht. Die erste Impulspost soll zum Beginn des Advents 2012 verschickt werden. Die Materialien, die für die Arbeit in Gemeinden, Dekanaten und Einrichtungen vorgesehen sind, wurden diesen Mitte September zur Bestellung angeboten. Sie konnten kostenlos im Medienhaus bestellt werden. Zeitgleich wurde den Dekanatskonferenzen eine Einführung in das Konzept der Impulspost und eine Vorstellung der Materialien durch die Referenten des Stabsbereichs Öffentlichkeitsarbeit sowie durch die neue Geschäftsführerin des Medienhauses Birgit Arndt angeboten. Davon haben 25 Dekanate (Stand 27. September 2012) Gebrauch gemacht. Die Resonanz in den Pfarrkonferenzen war überwiegend positiv. Gewürdigt wurde insbesondere, dass die Materialien konsequent als Arbeitshilfe und zur Entlastung für den kirchlichen Gebrauch entwickelt wurden.

Die Impulspost tritt das Erbe der früheren Mitgliederzeitschrift ECHT an: ECHT hatte das Ziel, alle Mitglieder zu erreichen, insbesondere die, die von sonstiger kirchlicher Arbeit kaum oder gar nicht erreicht werden. Vielfach wurde daran kritisiert, dass es ohne Anbindung an die Dekanate und Gemeinden direkt zu den Mitgliedern kam.

Der Anspruch „Ein Gruß von der EKHN an alle“ wird aufrecht erhalten. Das Impulspost-Konzept funktioniert nur mit den Gemeinden und den anderen Arbeitsbereichen zusammen. Der Mix aus verschiedenen Medien, Orten und Impulsen macht die Wirkung. Passend zum Thema der Impulspost gibt es einen Infolyer, Postkarten, Plakate verschiedener Größen und Fassadenbanner.

Weiteres Material bietet die Website zur Impulspost: www.weihnachten-ist-geburtstag.de. Sie ist in zwei Bereiche geteilt. In einem internen Bereich, den kirchliche Mitarbeitende mit dem Code „24.12.“ öffnen können, finden sich fertige Bausteine für den Gemeindebrief, Texte für Andachten und Gottesdienste in der Advents- und Weihnachtszeit, ein neues Krippenspiel, das eigens für diese Aktion geschrieben wurde, ein Baukasten für Liedblätter für die Gottesdienste an Heiligabend und manches mehr.

Der zweite, frei zugängliche Bereich ist für das öffentliche Interesse gedacht. Es findet dort Fakten und vertiefende Hintergründe zu Advent und Weihnachten, Anregungen zum Feiern und zum Mitmachen (E-Cards, beliebtestes Weihnachtslied, Spenden-Aktion, etc..).

Die Impulspost richtet sich insbesondere an Kirchenmitglieder, die von den kirchlichen Angeboten bislang wenig erreicht werden. Wenn sie - wie viele heute - nicht heiraten und keine Kinder haben, dann haben viele von der Konfirmation an so gut wie keinen Kontakt mehr zu ihrer Kirche. Aber sie sind Kirchenmitglieder, obwohl sie persönlich davon nicht viel haben. Ihnen gilt die Impulspost zuallererst: ein Gruß von ihrer Kirche mit dem Signal: „Wir haben Euch nicht vergessen.“ Die Thematik und die Aufmachung der Impulspost und ihrer Begleitmaterialien sind dem angepasst, also elementar. Sie wurden entsprechend getestet. Sie sprechen insbesondere jüngere Menschen und eher kirchenferne Menschen an. Genau das ist gewollt.

Vielen Menschen, die ein tieferes Verständnis unseres Glaubens haben, ist das womöglich zu wenig. Ihnen und allen anderen, deren Interesse geweckt ist, bietet die Website www.weihnachten-ist-geburtstag.de vertiefende Texte zu vielen Aspekten rund um Advent und Weihnachten an. Wer noch mehr will: Das Bibelmuseum lädt zu einer Ausstellung über Weihnachten ein.

Mit dieser breiten Palette von Materialien tragen wir dem unterschiedlichen Maß an Interesse Rechnung, das die Menschen heute an die Kirche und ihren Themen haben. Wer wenig Interesse hat, bekommt wenig. Wer großes Interesse hat, bekommt viel.

Folgende Chancen bietet das neue Konzept:

- Möglicherweise wird die Impulspost schnell zum Altpapier geworfen. Aber dann fällt in derselben Aufmachung das Banner an der nächsten Kirche auf oder das Plakat im Schaukasten. In der Nachbarstadt, wo man zum Arzt fährt, hängt es auch. Das Interesse steigt. Irgendwann geht man doch mal auf die Website und fängt an zu lesen. Oder man geht in das Gemeindehaus und findet dort den Infolyer.
- Plakate und Banner haben den zusätzlichen Vorteil, dass sie nicht wie die Impulspost nur im privaten Umfeld wahrgenommen werden, sondern den öffentlichen Raum mitgestalten - ein missionarisches Element. Und ein öffentliches Signal der evangelischen Kirche.

2. Inhalt der Impulspost

Die Impulspost soll ab jetzt zweimal im Jahr versandt werden. Die erste Impulspost thematisiert Weihnachten als Geburtsfest von Jesus Christus, also die Menschwerdung Gottes. Die nächste ist für die Karwoche 2013 geplant. Sie soll die 2012 mit der Aktion Karfreitag begonnene Profilierung von Karfreitag und Ostern als christliche Feiertage fortsetzen. Es ist nicht geplant, sich im Folgenden weiterhin auf kirchenjahreszeitliche Feste zu konzentrieren.

Vorschau auf die Impulspost zum Advent 2012:

Das zentrale Motiv der Materialien zur Impulspost 2012

Umfragen ergeben seit vielen Jahren, dass ein großer Teil der Bevölkerung – selbst bei den Kirchenmitgliedern(!) – den christlichen Inhalt der Advents- und Weihnachtszeit kaum mehr kennt. Deshalb bringen wir in Erinnerung: Weihnachten ist das Geburtsfest von Jesus Christus – Weihnachten ist Geburtstag. Passend dazu ist auch die Symbolsprache gewählt. Sie verknüpft Weihnachten mit Geburtstag. Die Kommunikationsmittel, entwickelt von der Kreativagentur Gobasil, sind humorvoll, ungewöhnlich, kritisch und redlich bezüglich der theologischen Forschung. Ein evangelischer Impuls für unsere säkularisierte Gesellschaft.

EVANGELISCHE KIRCHE
IN HESSEN UND NASSAU

**GEBURTSdatum UNBEKANNT,
GEFEIERT WIRD TROTZDEM.**
weihnachten-ist-geburtstag.de

Niemand kennt das exakte Geburtsdatum von Jesus Christus. Historisch ist es dennoch unstrittig, dass er geboren wurde und als Mensch auf dieser Erde wirkte. Pardon, „niemand“ ist nicht ganz korrekt: Gott kennt Jesu Geburtstag natürlich haargenau – ebenso wie die Geburtsstunde eines jeden Menschen. Ein Grund zum feiern. Alle Jahre wieder.

Der Impulspostbrief (Entwurf)

Persönlich zugewandt, theologisch elementar.

Kirchenpräsident Dr. Volker Jung wendet sich darin mit persönlicher Anrede an alle Mitglieder, erläutert den theologischen Gehalt von Weihnachten, ermuntert zum Feiern, lädt zur Teilnahme an Veranstaltungen der Kirchengemeinden ein und weist auf die Website hin.

EVANGELISCHE KIRCHE
IN HESSEN UND NASSAU

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Darmstadt, 28. November 2012

mit dem Advent beginnt eine erwartungsvolle Zeit, an deren Ende das Weihnachtsfest steht. Schon jetzt liegen Spannung und Vorfreude in der Luft: An Weihnachten feiern Christen weltweit die Geburt von Jesus Christus. Sein genaues Geburtsdatum ist zwar nicht bekannt, aber das soll uns nicht vom Feiern abhalten. Weihnachten ist Geburtstag.

Gott hat die Welt nie aufgegeben – trotz des vielen Unrechts, das Menschen einander zufügen. Gott sieht das. Und er kommt. Davon erzählt die Bibel. Jesus ist geboren. Mit ihm ist Gott in die Welt gekommen. Er ist im Alltag des Lebens und macht Menschen Mut, auf seine Nähe und Liebe zu vertrauen. Gottes Sohn hat die Welt verändert. Vielen bringt er täglich Hoffnung und Leben. Wenn das kein Grund zum Feiern ist!

Feiern Sie das Fest der Feste – bewusst und voller Freude! Ob zu Hause oder bei uns in einer Gemeinde oder einer diakonischen Einrichtung. Ob Sie jemanden einladen oder selbst einer Einladung folgen.

Auf der Website www.weihnachten-ist-geburtstag.de haben wir für Sie viele Anregungen zum Feiern, Tipps und Informationen gesammelt. Schauen Sie vorbei und lassen Sie sich inspirieren!

Ich wünsche Ihnen eine gesegnete Adventszeit und ein frohes Weihnachtsfest, an dem Sie etwas von Gottes Liebe spüren!

Volker Jung
Pfarrer Dr. Volker Jung,
Kirchenpräsident

PS: Viel Freude beim Entfalten der Weihnachts-Geburts-tags-Karte und auf www.weihnachten-ist-geburtstag.de

Evangelische Kirche in Hessen und Nassau · Paulusplatz 1 · 64285 Darmstadt · Telefon: 06151 405 556 · E-Mail: post@ekhn.de

Das Bibelhaus bietet kongenial zum Thema der Impulspost die Ausstellung „Weihnachten – Krippenkind und Kaiserkult“ an. Sie zeigt eine Spurensuche durch die Geschichte und ist ein besonderes Erlebnis für Gemeindegruppen. Zu sehen sind biblische und außerbiblische Wurzeln weihnachtlicher Aspekte, die Herkunft bekannter Motive und deren Wirkungsgeschichte von der Antike bis heute. Thematisiert wird zudem die politische Instrumentalisierung des Festes sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Feier der Geburt eines Heiligen Kindes in den Weltreligionen. An der Konzeptionierung und Umsetzung der Impulspost arbeitet der Stabsbereich Mitgliederorientierung und Fundraising intensiv mit.

III. Relaunch der EKHN-Website

Die Website der EKHN wird technisch und inhaltlich völlig neu aufgebaut. Technische Grundlage wird ein Content Management System (CMS), das moderne Internetanwendungen überhaupt erst möglich macht. Die Seite soll künftig stärker an die breite Öffentlichkeit gerichtet sein. Derzeit wird sie überwiegend intern von haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden der EKHN als Informationsquelle genutzt. Künftig soll sie mit stärker publizistisch ausgerichteten Inhalten auch Surfer ansprechen, die die EKHN und evangelische Themen noch nicht kennen. Angesprochen werden sollen auch Internetnutzer, die eher zufällig auf www.ekhn.de stoßen oder über eine Suchmaschine auf die EKHN-Internetpräsenz gelenkt werden.

Der Inhalt der Seite wird völlig neu strukturiert. Bewegte Bilder und Audiofiles sollen verstärkt hinzutreten. Die Gestaltung wird übersichtlicher und nutzerfreundlicher und soll mehr geistliche Elemente enthalten. Für die Betreuung der Internetseite wurde im Medienhaus eine neue Stelle eingerichtet. Teile der neuen Website sollen im November 2012 an den öffentlichen Start gehen. Das Projekt soll bis März 2013 komplett umgesetzt sein.

IV. FacettNet

Das FacettNet hat zum Ziel, die mit der Öffentlichkeitsarbeit Betrauten in der EKHN besser zu vernetzen und Inhalte für die mediale Öffentlichkeitsarbeit bereit zu stellen. Dieses Portal soll rechtfrei Materialien (Texte, Bilder, Videos, Informationen über Veranstaltungen) und darüber hinaus funktionale Prozesse (Funktionen für Kommentare, Austausch und Themenplanung) kommentarbereit stellen, die den Austausch und die Interaktion der Nutzer miteinander ermöglichen und damit eine Arbeitserleichterung für den Alltag darstellen. Die Planungen sehen eine Art multifunktionales, gemeinsames Redaktionssystem vor, auf das unterschiedliche Ebenen und verschiedene Arbeitsfelder zugreifen können. In der ersten Ausbaustufe soll es von den hauptamtlichen Öffentlichkeitsarbeitern in den Regionen, der EKHN, den Einrichtungen der EKHN und dem Medienhaus genutzt werden und danach schrittweise bis auf die haupt- und ehrenamtliche Arbeitsebene der Gemeinden geöffnet werden. Dort sollen Inhalte (Beiträgen, Fotos, Grafiken, Bilder), z. B. für die Erstellung von Gemeindebriefen oder die Pflege der Gemeindewebseiten, bereit gestellt und unter einander ausgetauscht werden.

FacettNet – System und Funktionen:

- Webbasierter Zugang (über EKHN.de), Redaktionssystem: Typo3
- unterschiedliche Rollen- und Rechtevergaben, Redaktionsplanung
- FacettNet-Beauftragter angesiedelt im Medienhaus
- Funktionale Prozesse für Redaktion und Öffentlichkeitsarbeit, z. B. Einstellen von Artikeln
- Veranstaltungskalender
- Adressverzeichnis
- Datenbankfunktion: Bereitstellung rechtfreier Materialien, Medien und Prozesse
- Know-How-Funktion: Austausch und Interaktion der Nutzer miteinander

Von Seiten des Referats Organisation und Informationstechnologie ist an den Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit die Idee herangetragen worden, das FacettNet nicht nur für die Belange der Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln, sondern für viele Arbeitsbereiche zu öffnen. Dort könnten dann auch Inhalte vorgehalten werden, die jetzt im Intranet stehen und damit nicht für alle Beschäftigten der EKHN zugänglich sind. Das würde bedeuten, dass das Content-Management-System (CMS), das eigentlich für das Medienkommunikationskonzept entwickelt wurde, zum zentralen CMS der EKHN würde. Das ist technisch sinnvoll, da es aufwändiger ist, mehrere CMS-Plattformen zu erhalten. Mehraufwand und -kosten für ein solches integriertes Konzept werden derzeit ermittelt. Die ursprüngliche Planung sieht vor, dass das FacettNet im Sommer 2013 betriebsbereit sein wird.

Eine für die Dekanate der EKHN dringend notwendige Folgeaufgabe der Entwicklung von FacettNet und dem Relaunch von www.ekhn.de ist derzeit aufgrund fehlender finanzieller und personeller Ressourcen noch unerledigt und muss umgehend aufgegriffen werden: Die Einbindung der Webseiten von Dekanaten in das CMS der EKHN. Damit soll die Erstellung von aktuellen Dekanatspräsenzen mit deutlich verringertem Aufwand als bisher möglich werden. Ermöglicht werden sollen auf einander abgestimmte Erscheinungsbilder, die zugleich eine gesamtkirchli-

che Wiedererkennbarkeit und eine regionale Profilbildung gewährleisten sowie die Webseiten auch inhaltlich besser vernetzen. Auch die Nutzer- und Servicefreundlichkeit (gemeinsamer Veranstaltungskalender, Austausch von Artikeln und Informationen, etc.) soll damit verbessert werden.

V. Social Media Strategie

Im Rahmen der Neukonzeption der Kommunikationsarbeit der EKHN wurden die derzeitigen Social Media Aktivitäten innerhalb der EKHN auf den Prüfstand gestellt. Die in Workshops erarbeiteten Zielsetzungen der EKHN für ihr Engagement in Social Media lauten:

- Kirche des Dialogs sein
- Glauben kommunizieren
- gesellschaftspolitisches Engagement zeigen

Die Zielgruppen, die zunächst von Seiten der EKHN über Social Media angesprochen werden sollen, sind einerseits Gruppen aus der „interessierten Öffentlichkeit“, die eine hohe Social Media-Affinität aufweisen (überwiegend junge Leute bis mittlere Generation), und andererseits Gruppen von Personen, die mit der EKHN hoch verbunden sind. Für diese Gruppen sieht sich die Gesamtkirche in der Verantwortung, entsprechende Angebote zu initiieren, bzw. anderen Multiplikatoren die Kommunikation in diesem Bereich zu erleichtern. Dafür wurde im Medienhaus eine neue Stelle eingerichtet und der Zuschuss der EKHN an das Medienhaus entsprechend erhöht.

Insbesondere sollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der EKHN in Gemeinden, Institutionen und Einrichtungen dazu ermutigt und befähigt werden, Social Media für den Dialog mit ihren Zielgruppen wie Konfirmanden, Eltern, Jugendlichen und ähnlichen Zielgruppen zu nutzen. Mit einem umfangreichen Materialangebot sollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihrem Weg zu einem Social Media Engagement unterstützt werden:

- Social Media Guidelines – Handlungsempfehlungen an die Mitarbeiter zur Nutzung der Sozialen Medien.
- Netiquette – virtuelle Hausordnung für Nutzer von Social Media Profilen der EKHN, in denen Hinweise zu gewünschten bzw. nicht gewünschten Inhalten, zur Tonalität und sonstigen Rahmenregelungen gegeben werden.
- Starter-Paket – Leitfaden für den Einstieg in ein Social Media Engagement (strategische Vorüberlegungen, Hinweise zur Einrichtung von Facebook-Profilen, Datenschutzrichtlinien der EKHN, Hinweis auf Ansprechpartner und Weiterbildungsangebote innerhalb der EKHN)
- Eine knappe Zusammenfassung des Starter-Pakets als übersichtliches „Handout“ für Gemeinden und andere EKHN-Institutionen.

Als Problem hat sich das Verhältnis zum Datenschutz erwiesen. Einerseits sind aus Datenschutzsicht viele Aspekte von Social Media rechtlich sehr bedenklich. Insbesondere Facebook wird grundsätzlich infrage gestellt. Andererseits kommunizieren – dessen ungeachtet – sehr viele Menschen dort. Die Nutzungszahlen insbesondere von jüngeren Menschen sind enorm. Die Projektgruppe ist sich deshalb einig: Eine Kirche, die unterwegs zu den Menschen sein will, muss sich dort bewegen, wo die Menschen sind. Zugleich hat die EKHN aber auch den Datenschutz zu achten. Mit diesem Dilemma tun sich auch viele andere Institutionen schwer. Manche – auch staatliche – sind aber auch überraschend unbefangen und engagieren sich in Social Media ungeachtet rechtlicher Bedenken. So ist etwa die Hälfte aller Mitgliedskirchen der EKD mit unterschiedlicher Intensität im Bereich Social Media aktiv. Um die Kirchenleitung bei der strategischen Entscheidung über das weitere Engagement in Social Media zu unterstützen, wurde im September ein Symposium veranstaltet, bei dem diese Aspekte erörtert wurden. (Ergebnis steht natürlich noch nicht fest.)

29. September 2012

Federführender Referent: OKR Stephan Krebs, Pressesprecher