

Bericht Medienkommunikationskonzept

Das Medienkommunikationskonzept wurde von der Elften Kirchensynode im Mai 2011 (Drs.19/11) beschlossen. Der Beschluss sieht auch vor, dass der Synode jeweils im Herbst ein Bericht über den aktuellen Stand vorzulegen ist. Diesem Auftrag wird hier entsprochen.

I. Hintergrund

Das Konzept benennt vier Entwicklungsfelder, die eng miteinander vernetzt sind. Wörtlich heißt es darin:

1. **„Impuls-Post“**, um weiterhin regelmäßig den direkten Kontakt mit den Mitgliedern zu halten. Bei der Impuls-Post handelt es sich um einen Brief mit einem kurzen thematischen Impuls. Geplant ist, ihn mit weiteren Medien wie Plakaten für Schaukästen, Bannern für kirchliche Gebäude etc. für Dekanate und Gemeinden zu begleiten.
2. **Neugestaltung EKHN.de** - die Internetseite ist auf den neuesten Stand in Sachen Nutzung, Vernetzung, Optimierung, Design, Navigation und Handhabbarkeit zu bringen. Hier gibt es einen hohen Investitionsbedarf.
3. **„Facett.Net“ zur Vernetzung der Öffentlichkeitsarbeit** - Schaffung einer Kommunikationsplattform für alle Ebenen, um Synergien besser zu nutzen und um Doppelarbeiten zu vermeiden. Aus diesem im Konzept mit dem Arbeitstitel „facett.net“ versehenen Vorschlag soll die neue Informations-, Arbeits- und Kommunikationsplattform der EKHN werden.
4. **Unterstützung für lokale und regionale Öffentlichkeitsarbeit**
Bereitstellung von medialen Inhalten und Vorlagen für Webseiten, Gemeindebriefe, Schaukästen, regionale Kommunikationsprojekte.

II. Aktueller Stand

1. Impulspost und Materialdienst

Die Impulspost wird federführend vom Koordinator der Regionalen Öffentlichkeitsarbeit Pfarrer Martin Reinel betreut. Sie wird zusammen mit der der Agentur gobasil und dem Medienhaus erarbeitet und realisiert. Die Impulspost als multimediales Paket hat sich bewährt und erfreut sich in vielen Gemeinden großer Beliebtheit. Die Module des Angebots werden vielfach genutzt. Zu ihnen zählen der Impulsbrief, begleitende Website, Social-Media-Maßnahmen, Begleitmaterialien wie Fassadenbanner, Plakate, weitere wechselnde kreative Materialien wie z.B. das mit dem RedDot-Preis prämierte Familien-Video und medienwirksame Auftaktveranstaltungen.

	Weihnachten	Ostern	Toleranz	Glücksegen	Erntedank	KV Wahl	Buße	Familie	Bibel	Heilig	Gottesbilder
Zahl Bestellungen	500	434	429	643	537	720	480	485	680	490	482
Zahl Gemeinden	431	407	371	528	446	694	454	440	496	448	434
Zahl Gemeinden in %	38%	36%	32%	45%	38%	60%	40%	38%	43%	39%	38%
Zahl Großbanner und Fahnen	431	372	482	690	669	1276	658	688	583	668	675

Die Themen und ihre Aufbereitung fallen in den einzelnen Ausgaben bewusst unterschiedlich aus und erfahren entsprechend sowohl Zustimmung als auch Kritik. Die Anwendung moderner Ästhetik und professioneller Kommunikationsmittel erzeugt innerkirchlich Debatten. Diese sind gewollt, denn es geht darum Gespräche über die jeweiligen Themen anzuregen.

Die Impulspost-Ausgaben im Jubiläumsjahr 2017 widmen sich zentralen Themen der Reformation. Im Frühjahr 2017 ging es um das Themenfeld „Perfektion, Leistung, Muße, heilig“ – eine moderne Aufberei-

tung der reformatorischen Frage nach der Gnade Gottes. Die Impulspost im Herbst geht Luthers Entdeckung des gnädigen Gottes nach und thematisiert „Gott und die Gottesbilder“. Diese Aktion wurde bereits im Jahr 2016 entwickelt, um Gemeinden und Dekanate möglichst früh auf die Möglichkeiten aufmerksam zu machen, die ihnen die Aktion für die Gestaltung des 500. Reformationstags bietet. In Zusammenarbeit mit dem Medienhaus und dem Projektbüro Reformationsdekade wurde eine Erlebnisausstellung entwickelt, mit deren Hilfe sich die Kirchengebäude vor Ort mit wenigen Hilfsmitteln zu einem Entdeckungsraum verwandeln lassen. Fast 400 interessierte Kirchengemeinden haben die Ausstellung jeweils als eigenes Paket bzw. sogar zweifach für größere Kirchen für ihren individuellen Einsatz vor Ort bestellt, so dass das Medienhaus insgesamt rund 600 Pakete verschickt hat – doppelt so viele, wie erwartet. Die für alle Altersstufen konzipierte Ausstellung trug den Titel „Reformation ist hier – Entdeckertour auf Gottes Spur“ und beinhaltete bis zu dreizehn Stationen (z.B. Taufbecken, Altar, Orgel) Die Ausstellung ließ sich mit vielen Veranstaltungsformen kombinieren und sollte es Gemeinden ermöglichen, am 500. Reformationstag ihre Kirchen zu öffnen.

2. Neugestaltung EKHN.de

Das Webangebot der EKHN hat sich seit dem Relaunch im März 2013 erheblich erweitert. Grundlegende Pfeiler sind die Website EKHN.de, deren Zielgruppe die interessierte, säkulare Öffentlichkeit ist, und die Website unsereEKHN.de, die sich insbesondere an Engagierte in der EKHN wendet. Hinzu kommen noch zahlreiche Aktionswebsites für die Impulspost, das Reformationsjubiläum und andere Aktionen, die jeweils mit EKHN.de verknüpft sind.

Mehr als 1,3 Mio. Zugriffe verzeichnete die nach außen gerichtete Website EKHN.de zusammen mit unsereEKHN.de im letzten Jahr. Damit konnte sie in 2016 die Reichweite erneut gegenüber dem Vorjahr um ca. 5% steigern, seit 2013 schon um 167%. Rund 109.000 Besucher/innen nutzen das Portal im Durchschnitt monatlich. Das Webseitenlayout wurde von der Multimediaredaktion im Medienhaus in Zusammenarbeit mit dem Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit weiterentwickelt und nutzerfreundlicher gestaltet. Aufgrund von großen IT-Infrastrukturmaßnahmen am Systemunterbau kann diese Weiterentwicklung erst im 4. Quartal 2017 implementiert werden. Ein neues, klares Layout hilft dann den Usern, die vielfältigen Inhalte der Website schneller aufzufinden. Meldungen und Artikel werden durch ein Autorenprofil gekennzeichnet. Dadurch ist schnell zu erkennen, welche Texte von der journalistisch arbeitenden Multimediaredaktion stammen und welche der Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit mit seiner Institutionen-Perspektive verantwortet. Im Zuge des neuen Layouts wurde EKHN.de zugleich barriereärmer. Die Startseite bekommt einen individuellen Einstieg für Menschen mit Sehbehinderung, ein Angebot in leichter Sprache sowie ein Angebot für Gehörlose in Gebärdensprache. Zeitgleich erhielt das gesamte Typo3 System ein Update auf die nächste Version 7. Dem allgemeinen Trend zu Videofilmen entsprechend folgend (2/3 aller Internet-Abrufe gehen auf Videofilme), erweitert auch die Multimediaredaktion der EKHN dieses Angebot. Die Videos sind zugleich im sozialen Netzwerk YouTube zu sehen, um verstärkt kirchenferne Menschen zu erreichen.

3. „Facett.Net“ zur Vernetzung der Öffentlichkeitsarbeit

Das Facett.Net ist längst mehr als ein Vernetzungsportal der Öffentlichkeitsarbeit. Die EKHN bietet seit 2013 Dekanaten und gesamtkirchlichen Einrichtungen sowie seit 2016 auch Kirchengemeinden eine kostengünstige Möglichkeit, zeitgemäße Webseiten im Facett.Net zu erstellen und darin vernetzt zu arbeiten, indem Inhalte und Veranstaltungen ausgetauscht werden. Das Layout der Websites im Facett.Net bietet eine hohe Wiedererkennbarkeit der Zugehörigkeit zur EKHN und gleichzeitig genügend Individualisierbarkeit. Mittlerweile (Stand 10. September 2017) umfasst das Facett.Net neben den Hauptseiten EKHN.de und unsere.EKHN.de 44 aktive Websites von Dekanaten und anderen Einrichtungen – weitere 9 Seiten sind in Vorbereitung. Rund 160 Gemeinden sind mit Seiten des neuen EKHN Webbaukastens bereits im System registriert, davon 100 Seiten live und weitere 60 Gemeinden in der Vorbereitung der

Liveschaltung. Viele Gemeinden schätzen dieses Angebot einer technisch und inhaltlich einfach zu handhabenden, modernen Internet-Präsenz, die mit begrenzten finanziellen Mitteln und geringem zeitlichen Aufwand aufzubauen und zu betreuen ist. Deutlich mehr Dekanate und Einrichtungen als prognostiziert nutzen eine Webseite im Facett.Net. Der Pool, der im Facett.Net angebotenen Nachrichten, verzeichnet pro Woche mehrere Tausend Zugriffe. Das große Interesse erforderte jedoch auch, die darunter liegende IT-Infrastruktur in 2017 auszubauen, damit für die vielen Seiten eine höhere Stabilität und Ausfallsicherheit erreicht wird.

Es ist damit zu rechnen und zu wünschen, dass sich nach Abschluss der Fusionen auf mittlerer Ebene weitere Dekanate und mit ihnen auch weitere Gemeinden in das Facett.Net begeben.

4. Unterstützung für lokale und regionale Öffentlichkeitsarbeit

Die Bereitstellung von Materialien für die lokale und regionale Öffentlichkeit ist längst Standard geworden. Sie können nicht nur über das Facett.Net abgerufen werden, sondern stehen zu den jeweiligen Aktionen und Themen (von Impulspost über neue Propsteigrenzen zur Weihnachtsbotschaft des Kirchenpräsidenten) auch auf geschützten Bereichen der Aktionswebsites zur Verfügung. Kurz vor dem Abschluss steht die Bilddatenbank FUNDUS, die Engagierten in der EKHN rechtfreie und kostenlose Bilder und Grafiken zur Verfügung stellt.

5. Weiterentwicklung des Medienkommunikationskonzepts

5.1. Social Media

Einen Eindruck davon, wie schnell sich die Mediengesellschaft entwickelt, vermittelt die Tatsache, dass im Jahr 2011, in dem das Medienkommunikationskonzept beschlossen wurde, das Stichwort Social Media zwar als Zukunftsvision bereits im Blick war, aber noch so unkonkret, dass es nicht als fester Bestandteil des Konzepts gesehen wurde. Heute, nur wenige Jahre später, sind die Sozialen Medien aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie haben in diesen wenigen Jahren sogar einen enormen Einfluss auf die gesellschaftlichen Befindlichkeiten und auf die reale Politik gewonnen – siehe z. B. US-Twitter-Präsident.

Auch die EKHN ist hier längst auf allen relevanten Plattformen (Youtube, facebook, twitter, Google+ und Instagram) aktiv. Zum Reformationstag 2016 hat Kirchenpräsident Volker Jung probeweise für ein Jahr einen persönlichen Facebook-Account eröffnet. Mithilfe des Pressesprechers und des Medienhauses postet er regelmäßig Nachrichten, die bislang (Stand 10. September 2017) über 850 Freunde gefunden haben. Einzelne Beiträge des Kirchenpräsidenten - vor allem zu aktuellen politischen Fragen aber auch geistlichen Themen - wurden bis zu 5000 Mal aufgerufen. Das Medienhaus bietet Social-Media-Fachtag und Schulungen an, die dem Austausch und der Information dienen. Während die Sozialen Medien den Alltag bereits massiv prägen, bleibt ihre datenschutzrechtliche Problematik ungelöst.

5.2. Kirchen-APPS der EKD in der EKHN

Die EKHN beteiligt sich auch an der „Kirchen-App“ bzw. der parallelen Onlineversion <http://ekd.kirchenlandkarte.de>, die von der EKD betrieben werden. Dort erhalten Interessierte ansprechend und kurz gefasst Informationen über Kirchen(-Gebäude) – interessant vor allem für wichtige Orts- und Stadtkirchen, historisch wertvolle Gebäude, touristisch anziehende Orte und „Offene Kirchen“. Eine weitere App, die „Kulturkirchen-APP“, und ihre Onlineversion <http://kulturkirchen.org> ebenfalls von der EKD organisiert, informieren darüber hinaus mit grundlegenden Kurzinformationen und einem Veranstaltungskalender vor allem über kulturelle Angebote in Gemeinden wie Konzerte und Ausstellungen. Die EKD fordert alle Gliedkirchen zur Teilnahme auf. Die EKHN ist bisher nur mit wenigen Kirchen und minimalen Informationen in beiden Apps vertreten. Im Dezember 2016 wurde deshalb unter Leitung von Pfar-

rer Martin Reinel und mit Hilfe von P2025-Mitteln das Projekt „EKHN in den EKD-Apps“ gestartet. Ziele sind, die relevanten Daten von EKHN-Kirchen und Gemeinden möglichst umfänglich und qualitativ gut in beiden Kirchen-Apps zu platzieren und für eine verlässliche Datenpflege zu sorgen. Dabei sollen die Daten auch für das Auslesen auf eigenen EKHN-Seiten nutzbar sein und mit der EKHN-Strukturdatenbank vernetzt werden. Für 14 touristisch besonders interessante Pilotgemeinden sollen Audio- und Video-Guides der Kirchengebäude entstehen.

5.3. Layoutvorlagen – Web-To-Print-Portal

Zur Vorbereitung und Begleitung von Reformationsveranstaltungen unterstützt das Medienhaus Gemeinden und Dekanate neuerdings mit einer Auswahl an Layout-Vorlagen auf einem Web-To-Print-Portal, das seine Kosten möglichst selbst erwirtschaften soll. Die vorhandenen Vorlagen (mit Texten und Bildern) können online individuell angepasst und danach entweder kostenpflichtig direkt gedruckt oder als druckfähige PDF-Datei gegen ein kleines Entgelt heruntergeladen werden. Die Flyer-Vorlagen sind für die Ankündigung einzelner Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen konzipiert. Poster-Vorlagen im Format DIN A3 und DIN A4 können für den Aushang im Schaukasten, rund um die Kirche oder in Geschäften genutzt werden. Die Vorlagen sind über die Aktionsseite www.gott-neu-entdecken.de erreichbar. Das Angebot an Vorlagen soll auch auf andere Bereiche erweitert werden. Es wird derzeit allerdings noch wenig genutzt. Hier sind noch in erheblichem Maße Kommunikation und Schulung nötig.

5.4. Ausblick: Medienkommunikationskonzept 1.2

Für das kommende Jahr 2018 ist geplant, das Medienkommunikationskonzept zu aktualisieren. Insbesondere die Print-Bereiche, die im Jahr 2011 unverändert geblieben sind, sollen stärker in ein vernetztes Konzept eingebunden und an die aktuelle Mediensituation angepasst werden. Parallel dazu nimmt die Öffentlichkeitsarbeit an interdisziplinären Überlegungen über den Einfluss der Digitalisierung auf die kirchliche Arbeit teil.

III. Fazit

Die EKHN verfügt mit dem Medienkommunikationskonzept nach wie vor über ein modernes und gut aufeinander abgestimmtes Portfolio von Medienmaßnahmen, das innerhalb der evangelischen Kirche Maßstäbe setzt. Als vorausschauend erweist sich zudem, dass es von Anfang an als lernendes und sich ständig weiterentwickelndes Konzept gedacht war - und seitdem gelebt wird.

Federführender Referent: OKR Stephan Krebs