

## **Leitfragen für die Social-Media-Arbeit in Gemeinden und Nachbarschaftsräumen**

Die EKHN ermutigt ihre haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden aus Gemeinden, Institutionen und Einrichtungen, sich in sozialen Netzwerken zu engagieren und mit den Menschen dort in den Dialog zu treten.

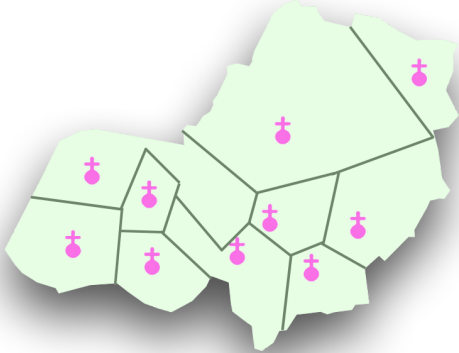
Dies kann auf allen Ebenen, in Gemeinden, Nachbarschaftsräumen, Dekanaten und darüber hinaus in allen kirchlichen Institutionen geschehen. So können die je spezifischen Inhalte den Menschen nahegebracht und diese zum Weiterdenken und Mitmachen ermuntert werden.

### **1. Grundfragen zur Social-Media-Arbeit**

- Warum wollen wir in den Social-Media sichtbar sein?
  - Das Leben der Menschen hat sich seit Anfang des Jahrtausends grundlegend gewandelt, da die meisten täglich online verbunden sind. Verschiedene Studien machen das deutlich:
  - ARD/ZDF-Onlinestudie: <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de>
  - JIM-Studie (Jugend, Information, Medien): [mpfs.de/studien/jim-studie/](https://mpfs.de/studien/jim-studie/)
  - SIM-Studie (Senior\*innen, Information, Medien): [mpfs.de/studien/SIM](https://mpfs.de/studien/SIM)
- Hybride Kirche, vor Ort und digital vernetzt
  - Viele Menschen ziehen häufig, um, leben an neuen Orten, wo sie jedes Mal neu Kontakt zur Kirche knüpfen müssen
  - Eine hybride Gemeinde / ein hybrider Nachbarschaftsraum, eine hybride Institution ist durch ihre Gebäude, ihren Kirchturm und digitale Auftritte (auch in Social-Media) auffindbar
  - Hybride Kirche ist an den Nutzer:innen orientiert entsprechend deren Kommunikationsgewohnheiten
  - Hybride Kirche öffnet Nähe und einen Raum für Gott auch im digitalen Leben der Menschen

## 2. Strategie-Entwicklung Social-Media vor Ort

- Wie können Menschen bisher mit uns in Kontakt kommen und bleiben?
  - vielfältig vor Ort, Website, Facebookseite, Instagram-Account ...
- Für welche Gemeinde / Nachbarschaftsraum / Institution machen wir Social-Media?
  - Welche Regionsgröße / Institutionslevel sind sinnvoll?
- Wen wollen wir erreichen?:
  - Altersgruppen (Kinder und Jugendliche, Konfirmand:inn:en, Konfirmierte, junge Familien Best-ager, Senior:inn:en ...)
  - Räumliche Verbreitung (Gemeinde, Nachbarschaftsraum, Dekanat ...)
  - Beziehung zur Kirche (Kerngemeinde, Distanzierte, alle im Bereich Wohnenden ...)
- Daraus folgend: Welche Plattformen sollten und können wir nutzen?
  - Instagram
  - Facebook
  - andere?
- In Anbetracht der bisherigen Fragen: Welche Inhalte wollen wir weitergeben?  
(Veranstaltungshinweise, Berichte aus dem kirchlichen Leben vor Ort, geistliche Impulse (von Bibelversen bis (Live)-Andachten und Gottesdiensten, Nachrichten aus dem örtlichen Gemeindebereich
- Wie intensiv sollten und können wir die Social-Media-Arbeit betreiben?
- Wer ist bereit, dem Kanal ein persönliches Gesicht zu geben (Keine Angst, sich vor der Kamera zu zeigen! Unterschied Persönlich - Privat))



### 3. Social-Media-Beauftragte finden und Teams bilden

- Wer ist bei uns bisher in der Öffentlichkeitsarbeit tätig?
- Gibt es Interessierte aus verschiedenen Altersgruppen, die für ein Social-Media-Redaktionsteam gewonnen werden können? (Hauptamtliche der Gemeinde, Ehrenamtliche, Kirchenvorsteher:innen, Konfirmand:innen, Mitarbeiter:innen ...)
- Wer ist unter den Hauptamtlichen motiviert, eine führende Rolle zu übernehmen?
- Wieviel Zeit kann diese:r Social-Media-Beauftragte:r dafür aufwenden
- Der/dem Social-Media-Beauftragte:n einen offiziellen Dienstauftrag erteilen
- Ein Team mit Ehren- und Hauptamtlichen bilden, die mit der/dem Beauftragten zusammen die Strategie weiter entwickeln und in die praktische Arbeit gehen
- Voraussetzungen:
  - Freude an der Nutzung von Smartphones und Socialmedia
  - Zum Start reichen moderne Smartphones
  - Zusätzliche Ausstattungsmöglichkeiten: Externe Mikrophone für Smartphones, Computer mit Fotobearbeitungs- und Videoschnittprogramm (Canva-Account)
  - Für Facebook-Redakteur:innen ein persönliches Facebook-Profil und Freischaltung als Redakteur:in der gemeindlichen Facebook-Seite
  - Für Instagram-Redakteur:innen die Instagram-App und das Passwort des Gemeinde-Accounts

### 4. Ausbildung und kontinuierliche Fortbildung der Beauftragten und Teams

- Training zum Posten auf Facebook und Instagram, damit alle Beteiligten auf dem gleichen Stand sind und sich über die gemeinsame Strategie (siehe 2.) etc. verständigen können
- Regelmäßiges Informieren über Neues in den Social-Media (Angebote der EKHN nutzen)
- Regelmäßige Evaluation der eigenen Social-Media-Arbeit



## 5. Vernetzung mit Verantwortlichen und der Öffentlichkeitsarbeit vor Ort

- Mit den Haupt- und Ehrenamtlichen, die vor Ort die Arbeit machen
- Gemeindebrief-Redaktion
- Kirchliche regionale Öffentlichkeitsbeauftragte
- EKHN-Öffentlichkeitsarbeit (Social-Media-Pfarrer und EKHN-Social-Media-Team)

## 6. Umsetzungsplan

- Konzeptentwicklung in der Gemeinde / im Nachbarschaftsraum  
Initialer Workshop mit interessierten Kirchenvorsteher:innen, Haupt- und Ehrenamtlichen gemeinsam (unter Berücksichtigung von Punkt 2)
- Entwicklung eines grundlegenden Layouts für einzelne Postings (Logonutzung, Farbgebung etc.)
- Rollenverteilungen und Aufgabenzuschreibungen
- Das Redaktionsteam bespricht die Aufgabenverteilung von z.B. Redakteur:inn:en und Communitymanagement
- Mindestens zum Start vier-Augen-Prinzip vor (wichtigen) Posts
- Neue Redaktionsmitglieder in Hospitationsphasen einarbeiten
- Regelmäßige Redaktionssitzungen (anfangs monatlich bis normal vierteljährlich?)
- Halbjährige Probephase



## 7. Hürden / Hindernisse / Fallstricke

- Externe Hürden:
  - Bedenkenträger:innen in der Gemeinde mitnehmen durch gemeinsame Evaluation nach z.B. einem Jahr
  - Nicht durch initial wenige Follower:innen, wenig Interaktion entmutigen lassen: Werbung in Printmedien, durch QR-Codes, ausgehängt z.B. bei Veranstaltungen
- Interne Hürden:
  - Falls nur wenige Interessenten für ein Redaktionsteam zu finden sind, mit 1-2 Interessierten starten
  - Zu hohe eigene Ansprüche: Socialmedia sind schnelllebig: Einfach mal Ausprobieren, anschließend auswerten und Strategie, Umsetzung anpassen
  - Angst vor Hatespeech: Kommt selten vor! Verweis auf Netiquette der EKHN. Keine Angst, ihr seid nicht allein: Sollte es negative Kommentare / Hatespeech geben, gerne beim EKHN-Social-Media-Team für Hilfe und Beratung!
  - Fluktuation im Redaktionsteam: Nicht entmutigen lassen und neue Mitglieder suchen und einarbeiten
  - Vorbehalt: Das kostet zu viel Zeit zusätzlich (nach einer Einarbeitungsphase reichen für einen Beitrag meist 5 Minuten, bei 2 Beiträge pro Woche und etwas Community-Management schon 15-30 Minuten wöchentlich.

## 8. Zusammenfassung und Hilfen

Wir haben als Kirche den Auftrag, in alle Welt zu gehen, das sind Heutete auch die Social-Media-Plattformen. Um mit den Menschen vor Ort in Kontakt zu kommen und zu bleiben, können neben der Arbeit in Kirchen und Gemeindehäusern etc. die Social-Media eine wertvolle Unterstützung bieten. Gut geplant und die Aufgaben gut verteilt bedeutet es eine im Vergleich zum Ertrag sinnvolle und leistbare Mehrarbeit.

- Hilfen gibt es unter anderem hier:
  - auf der Website der EKHN: [ekhn.link/ekhnsocialmedia](https://ekhn.link/ekhnsocialmedia)
  - von Social-Media-Pfarrer Lutz Neumeier [neumedier.com](https://neumedier.com)
  - von der Social-Media-Redaktion der Landeskirche  
<https://unsere.ekhn.de/medien/social-media/ansprechpartner.html>
- Netiquette der EKHN: [ekhn.link/netiquette](https://ekhn.link/netiquette)