

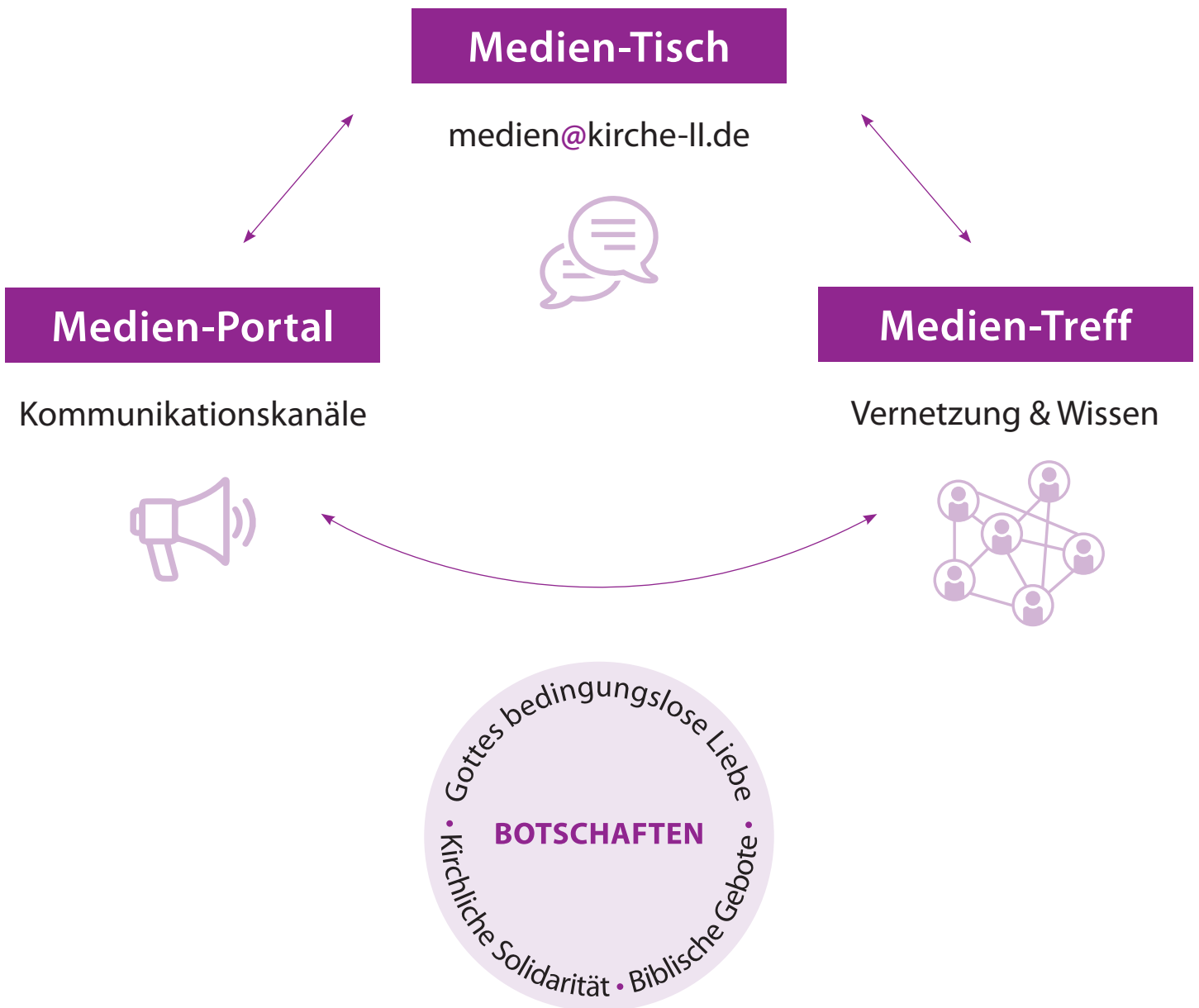


Ev.- Luth. Kirchenkreis
Lübeck - Lauenburg

„SALZ UND LICHT“

Kommunikationskonzept

Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis
Lübeck-Lauenburg



KOMMUNIKATIONSZIELE

Wir haben eine Haltung zu den Themen der Zeit.
Wir positionieren uns gesellschaftlich auf Basis christlicher Grundwerte.
Wir antworten auf biografische Fragen der Menschen.
Wir finden heraus, was die Menschen interessiert und was ihnen wichtig ist.
Auf dieser Grundlage vermitteln wir die Sinnhaftigkeit des Glaubens.

ZIELGRUPPE Kirchnahe Menschen • Multiplikatoren

1. Ausgangslage und Ansatz

„Ihr seid das Salz der Erde (...) Ihr seid das Licht der Welt“, Matthäus 5.

Seit 10 Jahren ist der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg ein Verbund von 23 Kirchengemeinden in der Hansestadt Lübeck und 34 Kirchengemeinden im Herzogtum Lauenburg und den Diensten und Werken. Dort wird das Evangelium zeitgemäß übersetzt und in die soziale Wirklichkeit übertragen. Der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg versteht sich als starke Gemeinschaft in Haupt- und Ehrenamt.

In einer sich grundlegend verändernden, durch die Digitalisierung beschleunigten Welt suchen Menschen Orientierung und Halt. Der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg will auf der Suche nach Sinn allen Interessierten ein Angebot unterbreiten. Dafür braucht es klare Botschaften und eine überzeugende Vermittlung: Salz und Licht im biblischen Sinne, Inhalt und Kanäle in der kommunikativen Ausrichtung.

Aufbauend auf einem bestehenden Medienkonzept hat der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg 2019 einen umfassenden Prozess gestartet, um die Kommunikationsstrategie anzupassen und mit klaren Zielvorgaben und Botschaften (Inhalten) auf den richtigen Wegen (Kanälen) die der Kirche nahestehenden Menschen (Zielgruppe) von der Sinnhaftigkeit des christlichen Glaubens zu überzeugen und ihnen einen Weg zum Glauben und zur Kirche zu zeigen.

Ein Kernteam der Kirchenkreisleitung hat in Rücksprache mit der Medienabteilung ein Grundgerüst für ein neues Medienkonzept des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg 2020 erarbeitet und dieses mit den Kirchengemeinden und Diensten & Werken und weiteren verantwortlichen Personen aus der Verwaltung konkretisiert. Inhalte, Kanäle und Strukturen haben alle Beteiligten mit dem Ziel entworfen, um die Sichtbarkeit der Kirche zu erhöhen.

Rund 70 Personen haben sich in mehr als 55 Interviews, Gesprächen und Workshops im Strategieprozess des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg zu Wort gemeldet. Sie haben zu den Kernfragen wie den eigenen Zielgruppen und den Zielgruppen für den Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg, der Medienarbeit des Kirchenkreises, der Bedeutung der Medienarbeit und den Themensetzungen Stellung bezogen.

Sie haben sich mit eindeutiger Mehrheit für einen intensiveren Austausch im Sinne einer gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit ausgesprochen und um ein verstärktes Angebot zur Erklärung der Funktionen und Wirkungsweisen moderner, vorwiegend digitaler Kommunikationsmöglichkeiten gebeten. Sie haben ihre Ansprüche an ihr eigenes digitales Angebot, vorwiegend die Internetseite, benannt, Stellung bezogen zu den präferierten Botschaften und Zielen des Kirchenkreises und eine Bewertung für die Außendarstellung ihres Bereichs sowie des Kirchenkreises insgesamt und der Internetseite abgegeben.

Die Ergebnisse der Interviews ergeben ein klares und eindeutiges Bild der Basis. Alle Antworten aus den Gesprächen sind autorisiert und namentlich zuzuordnen. Sie liegen dem Kernteam dieses Strategieprozesses vor. Sie sind die Basis für die in diesem Dokument getroffene Ableitung und Parameter. Sie legitimieren das Kommunikationskonzept 2020 des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg.

2. Kernziele, -gruppen und -botschaften

Die Beurteilungen in den Gesprächen des Strategieprozesses zu den Zielen, Zielgruppen und Botschaften des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg waren sehr vielfältig. Die Themen und Ziele orientierten sich am Auftrag des Kirchenkreises sowie an der Realisierbarkeit in ihrer Vermittlung: Überzeugt das, was wir zu sagen haben? Die Ergebnisse aus den Interview- und Workshop-Protokollen liegen dem Kernteam der Strategieentwicklung vor. Dieses Team hat die vorliegenden Erkenntnisse verdichtet. Der Kirchenkreisrat hat die Botschaften und Ziele für dieses Medienkonzept freigegeben.

2.1 Kernziele

Die zwei prioritären Kernziele der Kommunikation des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg lauten:

1. Wir haben eine Haltung zu den Themen der Zeit. Wir positionieren uns gesellschaftlich auf Basis christlicher Grundwerte.
2. Wir antworten auf biografische Fragen der Menschen. Wir finden heraus, was die Menschen interessiert und ihnen wichtig ist. Auf dieser Grundlage vermitteln wir die Sinnhaftigkeit des Glaubens.

Die Rückmeldungen aus dem Befragungsprozess ergaben ein klares Bild: „Haltung“ und „Individuum“ sind durch den Kirchenkreis prioritär zu kommunizieren. In diesem Sinne wurden die beiden o.g. Kernziele als Leitlinien für die externe Kommunikation fixiert.

2.2. Kerngruppen

Aus den kommunikativen Zielen des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg leiten sich Zielgruppen ab. Die Spannbreite dieser Gruppen ist groß: von weit Distanzierten bis zu den Kirchen eng verbundenen Menschen gibt es nur wenige Zielgruppen, die mit Blick auf die Kommunikationsziele vom Adressatenkreis auszuschließen sind. Mit Blick auf die Gesamtstrategie legt der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg fest, vorrangig die Zielgruppe „Nahe“ anzusprechen.

„Nah“ bedeutet: offen und interessiert an den Angeboten der Kirchengemeinschaft. Die dem Kirchenkreis nah verbundenen Menschen nehmen mehr als 1 Mal im Jahr neben dem Gottesdienst die Angebote der Kirche wahr.

Die Kirchengemeinden und Dienste und Werke gaben in den Befragungen an, dass sie die „Nahen“ weder für ihren eigenen Wirkungskreis noch für den Kirchenkreis als priorisierte Zielgruppe betrachten. Vorrangig gelte es, „alle“ Menschen anzusprechen. Wird allerdings der strategische Ansatz erläutert, vorrangig „Nahe“ als Adressaten des Kirchenkreises anzusprechen, um auf positive Multiplikatoren-Effekte zu setzen, ohne die „Entfernten“ gänzlich aus dem Blick zu verlieren, wird diese Zielgruppen-Auswahl verstanden.

Die Zielgruppe „Nahe“ soll deshalb auf allen Wegen der Kommunikation des Kirchenkreises mit klaren Botschaften auf den richtigen Kanälen vorrangig adressiert werden. Es ist das Ziel, diese Gruppe noch stärker an die evangelische Kirche zu binden, sie zu befähigen, die

Sinnhaftigkeit der Kirche weiterzutragen, und sich als Botschafter des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg zu verstehen.

Dieser Ansatz, „Nahe“ zu Botschaftern zu machen, folgt der Methodik moderner und erfolgreicher Kommunikation in digitalen Zeiten „many-to-many“. Viele kommunizieren mit vielen, tragen und teilen Inhalte und machen Themen, Haltungen, Meinungen und Mehrwerte in und durch Gemeinschaft sichtbar.

2.3 Kernbotschaften

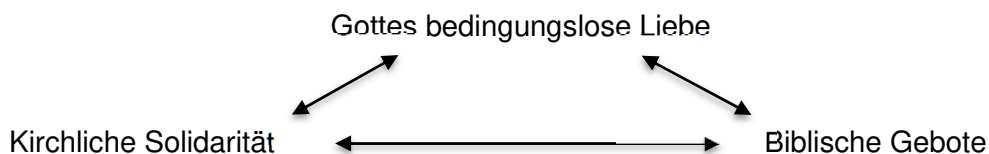
Basierend auf den Zielen und Zielgruppen und die Wirkungsweisen moderner Kommunikation berücksichtigend, werden folgende Botschaften für die Medienstrategie des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg gesetzt:

Gott liebt dich bedingungslos.

Kirche steht für Solidarität ein.

Christen orientieren sich an biblischen Geboten.

Die Kernelemente der drei Botschaften „Liebe“, „Solidarität“ und „Gebote“ stehen in einer Wechselwirkung aus Glaube, Ethik und Politik. Sie gewinnen ihre volle kommunikative Kraft durch Verknüpfung.



Dieses Dreieck bildet die systematischen Grundsätze der Kirche ab: Die Liebe Gottes ermöglicht Gemeinschaft und Gemeinsinn. Die biblischen Gebote sind als Grundätze zu verstehen, die Gottes Liebe spiegeln und solidarisch gemeinschaftliches Handeln begründen. Im Zusammenspiel - und in der Wirkungsweise eines Dreiecks - entfalten alle drei Botschaften ihre kommunikative Kraft.

Im Evaluierungsprozess wurden die Kirchengemeinden und Dienste & Werke gebeten, darzustellen, wie sie einen Beitrag leisten könnten, entlang der Botschaften den öffentlichen Auftritt des Kirchenkreises zu stärken.

3. Struktur und Kanäle

Die Leitung des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg (Kirchenkreissynode, Kirchenkreisrat, Präp*st*innen und Verwaltungsleitung, jeweils in ihrer Funktion) ist für die inhaltliche Strategie verantwortlich. Sie ermöglicht den strukturellen Rahmen für ihre Umsetzung. Um die kommunikativen Herausforderungen im Kirchenkreis zu meistern, Ziele, Botschaften und Gruppen erfolgreich zu platzieren, braucht es insgesamt eine gute Kommunikationskultur.

Bausteine dieses Zusammenspiels sind die strategische und praktische Positionierung der Leitung, ein Konsens in der Umsetzung an der Basis und ein klares Dienstleistungsangebot der Medienabteilung an der kommunikativen Schnittstelle zwischen den Ebenen.

Um die ambitionierten Kommunikationsziele zu erreichen, braucht es eine enge Abstimmung zwischen der Leitung und der Medienabteilung. Der laufende verbindliche, mindestens wöchentliche Austausch zwischen Leitung und Medienabteilung über unterschiedliche Wege (Gespräch, Telefonat, Mailing) ist dafür obligatorisch.

Eine offene und gelebte Austauschkultur ist maßgeblich für eine funktionierende Kommunikation. Aber: In digitalen Zeiten und in einer immer komplexeren und undurchschaubaren Medienwelt ist guter kommunikativer Austausch kein Selbstläufer. Der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg stellt sich dieser Herausforderung in seinem Kommunikationskonzept 2020 mit einem gemeinschaftlichen, partizipativen, interaktiven, planenden und beratenden Modell. Es ist ein Medien-Dreieck:



3.1 Medien-Portal

Entscheidend für eine erfolgreiche crossmediale Kommunikation, also die Sichtbarkeit über viele Wege in die Öffentlichkeit, ist das eigene Senden von Themen. Damit kommt der eigenen Internetpräsenz eine besondere Bedeutung zu.

Das **Medien-Portal** ist das digitale Gesamtangebot des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg und ihrer Mitglieder. Es besteht bislang aus der Homepage des Kirchenkreises, den Homepages der Kirchengemeinden und der Dienste & Werke auf Basis des Baukastens und den Social Media Angeboten des Kirchenkreises.

Das Medien-Portal ist technisch und inhaltlich zu betrachten. Präferierte technische Grundlage für das Medien-Portal des Kirchenkreises, der Kirchengemeinden sowie Dienste und Werke ist der Homepage-Baukasten des Kirchenkreises. Das dazugehörige technische Redaktionssystem, Content Management, bietet alle Möglichkeiten, um die Kommunikationsstrategie gemäß des CrossMedia-Prinzips „Eigenes Senden“ (s.o.) umzusetzen. Die Nutzung des Baukastens garantiert zudem gestalterisch die Zugehörigkeit zum Kirchenkreis.

Das Medien-Portal des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg ist darüber hinaus auch inhaltlich zu betrachten. Die thematische Ausrichtung der Startseite und ihrer Unterseiten leiten sich aus den in diesem Konzept beschriebenen Kernzielen und -botschaften ab. Die Startseite richtet sich vorrangig an die Kernzielgruppe „Nahe“. Sie grenzt sich damit inhaltlich von den Internetauftritten der Kirchengemeinden und Diensten und Werken aufgrund einer anderen Zielgruppen-Setzung ab.

Kirchengemeinden und Dienste und Werke setzen andere Themen und adressieren andere Zielgruppen. Die Kirchengemeinden tragen für die Inhalte ihrer eigenen Internetseite selbst die Verantwortung. Die Medienabteilung berät und begleitet die Kirchengemeinden und

Dienste und Werke bei der inhaltlichen Ausgestaltung und informiert laufend über Änderungen auf der Kirchenkreis-Homepage, die die Kirchengemeinden betreffen.

Die Internetseite des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg gilt es, gemäß der hier beschriebenen Ziele, Botschaften und Zielgruppen inhaltlich zu profilieren. www.kirche-LL.de bezieht sich vorrangig auf Fragen, Probleme, Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe „Nahe“ und bedient diese mit qualitativ hochwertigen Formaten. Blogartikel, Infografiken oder Bewegtbilder werden neben Texten vermehrt verwendet. Folgerichtig wird der bereits vorhandene Bereich „Positionen“ ausgebaut und prominenter auf der Homepage platziert. Zugleich wird die Dialogfähigkeit auf der Homepage gestärkt; Diskussionsangebote sollen einen größeren Raum bekommen.

Zugunsten der Platzierung der Kernziele und -botschaften mit Blick auf die fixierte Zielgruppe „Nahe“ findet die Bewerbung der einzelnen Inhalte, Veranstaltungen und Angebote der Kirchengemeinden nicht mehr auf der Startseite der Homepage www.kirche-LL.de statt.

Diese Inhalte werden auf den Internetseiten der Kirchengemeinden und Dienste und Werke dargestellt. Der Baukasten wird als zentrale Angebotsoption für die digitale Präsenz der Kirchengemeinden und Dienste und Werke offensiv vermarktet.

Meldungen aus den Kirchengemeinden und Diensten & Werken werden in der Regel in den Kirchengemeinden und Diensten & Werken eigenständig erstellt und im eigenen Baukasten veröffentlicht. Die Medienabteilung wird von der Aufgabe, Meldungen für die Kirchengemeinden und Dienste & Werke zu erstellen, entbunden. Die Ressource fließt in die Beratung: Die Mitarbeiter*innen in den Kirchengemeinden werden über den Medien-Tisch und -Treff (s.u.) befähigt und begleitet, systematisch die Texte und Bilder für den eigenen Internetauftritt in guter Qualität zu erstellen.

Die Nachberichterstattung von als relevant betrachteten Ereignissen hat für die Kirchengemeinden große Bedeutung. Es ist allerdings nicht möglich, dem Wunsch einer redaktionellen Begleitung und Umsetzung dieses Anliegens durch die Medienabteilung zu entsprechen: Das lassen die vorhandenen Kapazitäten auch in der neuen Struktur nicht zu. Gleichwohl ist es möglich und das Ziel, die redaktionellen Kompetenzen in den Kirchengemeinden und Diensten & Werken zu stärken und sie bei der redaktionellen Umsetzung zu unterstützen. Der redaktionelle Fokus ist für die Medienabteilung auf die Betreuung und Umsetzung von beschlossenen übergreifenden Themen des Kirchenkreises gerichtet. Dies ist das Dienstleistungsversprechen des Medien-Tisches und der Medienabteilung.

Die Internetinhalte des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg sollen sichtbarer werden. Das bedingt auch eine Suchmaschinenoptimierung. Vor allem Inhalte von hoher strategischer Relevanz, wie z.B. *Antworten zu biografischen Fragen der Menschen*, sollen bei Google gut auffindbar sein und die Menschen auf die Website www.kirche-LL.de führen.

Ergänzend zur Internetseite sind die zentral durch die in der Medienabteilung betreuten Präsenzen in den sozialen Medien zu sehen. Hier sollen die Angebote entlang der Kernbotschaften und -ziele ausgebaut werden. Über den Medien-Tisch (s.u.) wird ein systematischer Themenplan erstellt, umgesetzt und überprüft.

3.2 Medien-Tisch

Die Aufgaben der externen Kommunikation sind komplexer geworden. Der Bedarf an Beratung, z.B. der Fachabteilungen und leitenden Stellen, um Sichtbarkeit von Themen in der Öffentlichkeit zu erreichen, wächst. Letztendlich muss für jedes Thema ein individueller Kommunikationsplan entwickelt werden. Dieser kommunikativen Herausforderung stellt sich der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg mit einer zentralen Anlaufstelle. Für die Planung und Umsetzung der externen Kommunikation gibt es zukünftig eine Adresse: den Medien-Tisch.

Der Medien-Tisch ist die kommunikative Schaltzentrale, verortet in der Medienabteilung. Vergleichbar mit einem Newsroom oder Redaktionsraum der Zeitungen ist der Medien-Tisch der Ort, in dem alle Mitglieder der Medienabteilung (s.u.) die Anliegen der externen Kommunikation aus dem Kirchenkreis aufnehmen und auf Basis einer allgemeinen, aus der Strategie abgeleiteten, von der Leitung freigegebenen Checkliste bewerten und dann entsprechende kommunikative Maßnahmen im Einklang mit den Fachbereichen umsetzen. Federführende Person und damit erste Ansprechpartner*in am Medien-Tisch ist die Planer*in.

Darüber hinaus gilt: Kirchenpolitische Entscheidungen, die von der Leitung getroffen werden und von größter Bedeutung für den Kirchenkreis sind, sind selbstverständlicher Teil der täglichen Medienarbeit.

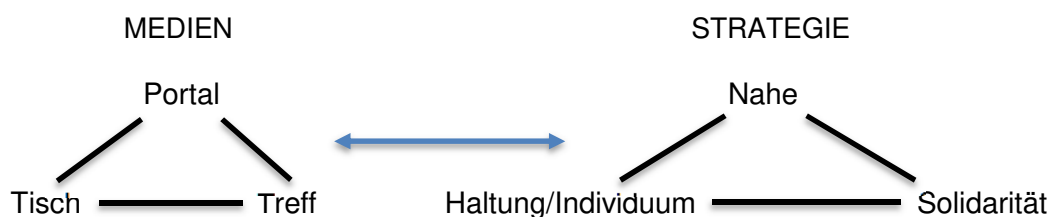
Alle Mitarbeiter*innen der Medienabteilung, ggf. externe Dienstleister*innen, arbeiten am Medien-Tisch. Sie sind dort erreichbar per Mail (neu: medien@kirche-ll.de) und Telefon (0451-7902-225) direkt, persönlich und unkompliziert erreichbar.

Der erste Kontakt aus dem Kirchenkreis mit dem Medien-Tisch ist immer Austausch und Beratung. Es folgen Konkretisierung des kommunikativen Anliegens, Planung und Umsetzung. Am Ende steht ein passgenauer Plan für die spezifische Vermarktung eines Themas. Es wird stets versucht, Entscheidungen zur Kommunikation im Einvernehmen mit den Beteiligten zu treffen. Gelingt dies nicht, bittet der Medien-Tisch um eine Entscheidung der Leitung.

Soll ein Projekt über den Medien-Tisch mit dem passenden Inhalt auf dem richtigen Kanal erfolgreich den Weg in die Öffentlichkeit finden, braucht es die qualitative Zulieferung und operative Umsetzung derjenigen, die sich an den Medien-Tisch wenden. Selbstverständlich unterstützt der Medien-Tisch bei der Umsetzung der Kommunikationsvorhaben.

Um die Zulieferung von Inhalten einfach und effektiv zu gestalten, setzt der Medien-Tisch unter anderem ein online-basiertes Planungstool ein. Es bietet die Möglichkeit, Kommunikationsinhalte (Texte, Bilder, Informationen) dem Medien-Tisch unkompliziert zuzusenden, um diese dann über den passenden Kanal zu veröffentlichen.

Das Medien-Dreieck „Portal-Tisch-Treff“ ist das Dienstleistungsversprechen der Medienabteilung. Entlang des Strategie-Dreiecks richtet sich das Medien-Dreieck aus.



In diesem Sinne wird jede Person aus dem Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg, die sich an die Medienabteilung wendet, bestmöglich betreut und bedient.

Die auf dieser Basis entwickelte Strategie bedingt eine neue Struktur der Medienabteilung. Sie sieht wie folgt aus:

Leitung: Die Leitung der Medienabteilung stellt sicher, dass die hier beschriebenen Abläufe eingehalten werden. Sie ist die Ansprechperson für die Leitung des Kirchenkreises in Fragen der externen Kommunikation. Sie nimmt sich von der Leitung bestimmten Einzelprojekten auch im Rahmen der internen Kommunikation an und setzt diese Projekte durch aktive redaktionelle Arbeit um. In ihrer Verantwortung liegt auch die strategische Kommunikation. Hierzu zählt der laufende Austausch mit der Kirchenkreisleitung über übergeordnete, auch kirchenpolitische Ziele und deren kommunikative Begleitung. Zur strategischen Kommunikation zählt zudem die Analyse sich stetig verändernder Medientrends mit entsprechenden Ableitungen für die alltägliche Kommunikationsarbeit. Die Leitung ist auch aktiver Teil der Krisenmanagements.

Redakteur*in Planung: Die Planungsredakteur*in ist zuständig für das operative Geschäft und verantwortet alle Abläufe am oben beschriebenen Medien-Tisch. Sie ist erste Ansprechpartner*in für alle kommunikativen Anliegen aus dem Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg. Sie nimmt alle Kommunikationswünsche auf, bespricht diese mit den Kolleg*innen in der Medienabteilung und bei Bedarf mit anderen Stellen. Sie bewertet die Anliegen abschließend und stellt die Umsetzung entlang der vorgegebenen Parameter und Zuständigkeiten zusammen mit allen beteiligten Stellen durch aktive redaktionelle Arbeit sicher. Die Planungsredakteur*in koordiniert den Medien-Treff (s.u.) und stellt in Zusammenarbeit mit der Redaktionsassistentz (s.u.) die Dokumentation und Transparenz der Kommunikationsmaßnahmen sicher. Sie unterstützt darüber hinaus die Leitung der Medienabteilung im Rahmen der strategischen Kommunikation.

Redakteur*in CrossMedia: Die CrossMedia-Redakteur*in bearbeitet alle aus der Strategie abgeleiteten und priorisierten Themen und sorgt über den Medien-Tisch für die Veröffentlichung mit den passenden Inhalten durch aktive redaktionelle Arbeit über die richtigen Kanäle. Sie steht dabei in enger Abstimmung mit den Fachabteilungen, die für die inhaltliche Ausrichtung der Themen verantwortlich sind. Sie arbeitet die Themen mit den crossmedialen Möglichkeiten für alle Kanäle auf. Das heißt: wo immer es geht, werden neben textlichen Erklärungen und Berichten auch die Möglichkeiten der grafischen und bildlichen Umsetzung genutzt.

Die CrossMedia-Redakteur*in arbeitet in enger Abstimmung mit der Planer*in am Medien-Tisch und weiteren Kolleg*innen aus der Medien- oder anderen Abteilungen. Sie unterstützt darüber hinaus die Leitung der Medienabteilung im Rahmen der strategischen Kommunikation.

Technische Redakteur*in/Internet: Der Technischen Redakteur*in/Internet obliegt die technische Koordination der Kommunikationsangebote und -kanäle. Sie trägt den immer technischen Anforderungen an Kommunikation Rechnung. Sie ist verantwortlich für die Betreuung und Weiterentwicklung des digitalen Kommunikationsangebots, vorrangig des Medien-Portals, aus technischer Sicht.

Redaktionssekretär*in: Diese Person begleitet und unterstützt die Aufgaben der Planer*in und Redakteur*in sowie der Leitung der Medienabteilung. Sie dokumentiert die Arbeit am Medientisch und sorgt somit für Transparenz der kommunikativen Tätigkeiten in alle Richtungen.

Ausführliche Beschreibungen der Arbeitsplatzprofile wurden auf Basis dieses Konzepts durch den Kirchenkreisrat entwickelt.

3.3 Medien-Treff

Um die o.g. Kernziele und -botschaften mit Blick auf die Kerngruppen optimal bedienen zu können, braucht es strukturell nicht nur eine zentrale Anlaufstelle (Medien-Tisch), sondern auch einen permanenten Prozess des Austausches, der gegenseitigen Information und auch des Lernens. Dies ist im Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg der **Medien-Treff**.

In regelmäßigem, halbjährlichen Rhythmus treffen sich Kirchengemeinden, Dienste & Werke sowie relevante Stellen der Leitung und Verwaltung zu einem halbtägigen Medien-Treff. Diese Veranstaltung hat zum Ziel, über die geplanten, ggf. auch vollzogenen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit auf allen Ebenen zu berichten, evtl. gemeinsame Aktionen zu planen und starten, kommunikative Projekte zu diskutieren und zu bilanzieren, den internen kirchenkreisweiten Austausch zu beflügeln und das Wissen untereinander zu mehren. In diesem Sinne versteht sich der Medien-Treff als lebendige Redaktionsgruppe des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg.

In Workshops und oder Fortbildungen wird grundlegendes Wissen zu aktuellen Entwicklungen in der digitalen Kommunikation weitergegeben. Die Mitarbeiter*innen aus allen Bereichen des Kirchenkreises werden in zentralen Fragen der Kommunikation befähigt, selbstständig zu handeln. Dieses Angebot bedient den in den Interviews mit den Kirchengemeinden und Diensten & Werken formulierten Wunsch, Beratungsangebote und Wissensvermittlung auszubauen. Über zwei Drittel der Befragten stimmen einem Format des Medien-Treffs zu, wenn dieses einen echten „Mehrwert“ bietet. Der Medien-Treff muss daher gut ausgestaltet und mit anderen Informations- und Fortbildungsangeboten sinnvoll verschränkt werden. Die Verantwortung dafür liegt beim Medien-Tisch (s.o.).

4. Weitere Kanäle und Bausteine

Der systematische Austausch im Sinne einer erfolgreichen crossmedialen Öffentlichkeitsarbeit geht weit über den Medien-Treff hinaus. Planung und Austausch wird gelebt durch:

- die Möglichkeit des täglichen Austausches der Medienabteilung mit den Zuständigen im Kirchenkreis
- den verbindlichen wöchentlichen direkten Kontakten der Medienabteilung mit der Leitung
- einen verbindlichen jährlichen Bericht und Austausch im Kirchenkreisrat

Auf Basis dieses Konzeptes sind die konkreten thematischen Kommunikationsmaßnahmen und ihre Gestaltung zu bestimmen: Dazu gehören u.a. eine systematische und verbindliche Themen-Planung, bzw. die Festlegung von Formaten für u.a.

- Presse
- Homepage
- Social Media
- Neue Digitalformate (z.B. Vlog)
- Publikationen

Alle konkreten Kommunikationsmaßnahmen berücksichtigen die in diesem Konzept beschriebenen Ziele, Botschaften, Gruppen sowie Strukturen und Prozesse. Die Maßnahmen werden in eigenen kurzen Projektskizzen beschrieben und von der Kirchenkreisleitung freigegeben. Sie sind in diesem Sinne die praktische Umsetzung dieses Konzeptes.

Um die Botschaften bei den Menschen erfolgreich zu platzieren, braucht es eine wirkungsvolle und zielgerichtete Kommunikation, um auf Basis von Struktur und Plan mit Inhalten und auf Kanälen erfolgreich Öffentlichkeitsarbeit zu gestalten. Diese Strategie soll entlang der Linie einer selbst definierten „konsequenten Höflichkeit“ umgesetzt werden. Das heißt: Der Duktus in der Kommunikation – unabhängig von Anlass, Situation, positiver oder negativer Befindlichkeit, schwierigem oder einfachem Inhalt – ist immer sachlich, freundlich und handlungsorientiert, egal über welchen Weg und Kanal.

4.1 Pressearbeit

Die drei Bausteine der verbraucherorientierten Pressearbeit „Jahreskreis, Menschen, Aktionen“ haben sich bewährt und sind weiter bindend. Die Pressemitteilungen sollen konsequent auf die Kernziele und -botschaften fokussiert werden. Die Ausrichtung auf eine personenbezogene Pressearbeit gewinnt an Bedeutung. Die Ankündigung der klassischen Ereignisse im Kirchenjahr und Aktionen aus dem Alltag im Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg ist eine wichtige Daueraufgabe.

Aus medial-strategischer Sicht bleibt bei aller Vielfalt der Medienangebote die vorrangige Bedienung der Lübecker Nachrichten als regionales Leitmedium obligatorisch. Die regelmäßigen, Seiten umfassenden Abdrucke von Informationen des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg in den LN entsprechen einem Medienwert von in der Summe jährlich mehr als hunderttausend Euro. Die Reichweite der Lübecker Nachrichten in Lübeck ist nach wie vor groß. In diesem Licht ist auch der hohe Stellenwert des „Wort zum Sonntag“ zu betrachten.

4.2 Print & Publikationen

Print-Publikationen haben auch in digitalen Zeiten einen hohen Wert. Das gilt für Einzel-Dokumente wie für umfassende Printprodukte, die den regelmäßigen kommunikativen Bedarf bedienen. Ein bedeutendes Beispiel aus Sicht vieler Kirchengemeinden sind die Gemeindebriefe: Dies wurde in zahlreichen Gesprächen im Rahmen des Strategie-Prozesses gespiegelt. Trotzdem soll über die Medienabteilung ein Prozess angestoßen werden, Texte und

Bilder aus den Gemeindebriefen auch online besser sichtbar zu machen. Alle Berufsgruppen sollen ermutigt werden, mit modernen, vorwiegend digitalen Formaten neue Zielgruppen zu erschließen.

Besondere Bedeutung auch im Printbereich hat die Kommunikation der strategischen Themen über Bilder und Grafiken. Grafische Arbeiten (wie z.B. Flyer, Visiten- und Landkarten) sollen zukünftig über den Medien-Tisch in Absprache mit der Leitung der Medienabteilung an einen externen Dienstleister vergeben werden, um neue Ressourcen für die Bewältigung der beschriebenen strategischen Kommunikationsaufgaben zu gewinnen. Ein entsprechendes Budget ist zukünftig einzuplanen.

4.3 Netzwerke

Die angestrebte höhere Sichtbarkeit des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg bezieht sich nicht nur auf die digitalen Kanäle. Sie soll auch durch eine verstärkte Präsenz in persönlicher, direkter Öffentlichkeit erzielt werden: dort, wo Menschen sich physisch zusammenfinden, und eine gute Möglichkeit vorhanden ist, sie für Kirche zu interessieren. Denkbar sind etwa Stände bei Hochzeitsmessen, Empfängen, alle Räume, Begegnungen und Veranstaltungen, wo es sinnvoll ist, präsent zu sein und die Botschaften des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg zu platzieren.

Die Medienabteilung stellt für diese Form des öffentlichen Auftritts einen Baukasten (Messe-Stand, Marketingmaterial etc.) zur Verfügung. Die Mitarbeiter*innen der Medienabteilung sind aber selbst nicht vor Ort. Es obliegt den kirchenspezifischen Berufsgruppen, diese Aufgabe zu übernehmen.

Zugleich bedingt die neue strategische kommunikative Ausrichtung auch die Erschließung neuer Netzwerke, die die Themenbereiche berühren. Auch das Presse-Netzwerk wird gestärkt: Die Kirchengemeinden und Dienste & Werke sollen durch die Medienabteilung befähigt werden, ihre eigenen Pressekontakte auszubauen und nachhaltig zu pflegen. So soll der Kontakt zu den Redaktionen auch über die Medienabteilung hinauswachsen.

4.4 Fundraising

In Anbetracht einer herausfordernden Finanzlage im Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg wächst die Bedeutung des Fundraisings. Die nachhaltig organisierte Mittelbeschaffung, Kontaktaufbau und -pflege zu Förder*innen, die Gewinnung von Freiwilligen, die Bereitstellung von Geld-, Sach- und Dienstleistungen und schließlich die Mitgliederbindung als zentrale Aufgaben des Fundraisings brauchen eine effektive und gewinnende Kommunikation. Es geht darum, Privatpersonen, Förderinstitutionen, Organisationen und Unternehmen zum Geben mit Freude zu bewegen.

Die proaktive Ansprache von Förder*innen muss deshalb gestärkt werden. Proaktiv heißt, zu relevanten Themen innovative Lösungen passend zu den Zwecken und individuellen Interessen der Empfänger*innen möglichst direkt bzw. personalisiert zu kommunizieren.

Konkret: Die Relevanz und Rolle der Kirche als spendensammelnde Organisation und leistungsfähige Trägerin von für das Gemeinwohl wichtigen Einrichtungen und Projekten muss offensiv kommuniziert werden.

Zu den Schwerpunktthemen sollen nach Bedarf Kampagnen konzipiert und umgesetzt werden. Die Tätigkeiten des Fundraisings haben in diesem Sinne eine Brückenfunktion. Die nachhaltige Kommunikation der Fundraising-Projekte hat eine zentrale Bedeutung: Nicht nur die Ankündigung eines Fördervorhabens, sondern auch die Berichterstattung über seinen (erfolgreichen) Verlauf und einen Ausblick nach Abschluss sind sicherzustellen.

Die Förderprojekte und -optionen erhalten permanent eine erstrangige Platzierung auf der Startseite des Internetangebotes www.kirche-ll.de. Alle Themen werden in der Text- und Bildsprache positiv transportiert. Für potentielle Förder*innen wird das Internetangebot serviceorientiert ausgerichtet und niederschwellig zugänglich sein. Kompakte Informationen über Fördermöglichkeiten, Formulare, Verzeichnisse, eine gute Suche sowie Mitwirkungs- und Spendenmöglichkeiten sind obligatorisch.

Jedes Fundraising-Projekt braucht einen eigenen Kommunikationsplan. Dieser Plan wird jeweils vom Fundraising initiiert und von der Medienabteilung am Medientisch im Zusammenspiel mit den Kirchengemeinden und/oder einzelnen Einrichtungen des Kirchenkreises (Dienste und Werke, Diakonisches Werk, Verwaltung) organisiert. Klar benannte verantwortliche Personen aus diesen Bereichen werden als Fundraising-Kommunikationsgruppe zu Beginn des Projekts etabliert. Sie sind für den gesamten Prozess auf Basis von Meilensteinen und Zielen sowie eines Zeitplans für die Umsetzung verantwortlich. Die Leitung der Gruppe übernimmt das Fundraising.

Die Aufgabe der Einrichtungen des Kirchenkreises (s.o.) und der Kirchengemeinden in der Kommunikationsgruppe ist, die grundlegenden Informationen zu den Projekten zu liefern. Die Aufgabe des Bereichs Fundraising in der Kommunikationsgruppe ist, die relevanten Fundraising-Themen aus den grundlegenden Informationen des jeweiligen Projekts zu identifizieren. Die Aufgabe der Medienabteilung in der Kommunikationsgruppe ist, diese Themen in Abstimmung mit den Beteiligten aufzuarbeiten und auf den Kanälen zu veröffentlichen, die die Zielerreichung bestmöglich gewährleisten.

4.5 Interne Kommunikation

Die in diesem Medienkonzept beschriebenen Maßnahmen dienen dazu, die Sichtbarkeit des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg in der Öffentlichkeit zu erhöhen. Dieses Ziel wird nur erreicht, wenn die interne Wahrnehmung der Bedeutung von externer Kommunikation wächst. Die Mitarbeiter*innen müssen Klarheit vom Inhalt haben und von der medialen Strategie überzeugt sein.

Der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg versteht unter interner Kommunikation jegliche Weitergabe von Informationen innerhalb der Verwaltung, der Dienste und Werke und Kirchengemeinden. Die interne Kommunikation macht Prozesse und Abläufe im Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg verständlich, stärkt durch Offenheit und Austausch die Zugehörigkeit zum Kirchenkreis als Ganzes und fördert die Transparenz zwischen allen Ebenen.

Die Leitung des Kirchenkreises, federführend der Kirchenkreisrat, ist verantwortlich für die interne Kommunikation. Sie setzt sich dafür ein, eine kritisch-konstruktive Kommunikationskultur zu etablieren. Offener, direkter, sachlich orientierter und emotional reduzierter Austausch müssen abteilungs- und hierarchieübergreifend gestärkt werden.

Die Leitung des Kirchenkreises Lübeck-Lauenburg verpflichtet sich deshalb, die vorhandenen Formate für Austausch, Kreativität und Wir-Gefühl für alle Ebenen (z.B. Newsletter, Themenkonferenz, KGR-Vorsitzenden-Infoabend, Konvente, KITA-Träger-Versammlungen, Abteilungsleiter*innen-Sitzungen etc.) gemeinsam mit ihren Gremien, Stabstellen und Diensten und Werken zu nutzen.

Die Kirchenkreisleitung überträgt die Verantwortung für die Entwicklung und Umsetzung neuer Formate der Medienabteilung. Sie wird bei dieser Aufgabe von allen Nutzer*innen und der Leitung unterstützt. Die nötigen Ressourcen und Plattformen für eine erfolgreiche Umsetzung des Prozesses werden bereitgestellt. Die Medienabteilung begleitet als Dienstleisterin den Prozess ganzheitlich auch mit Blick auf entsprechende Angebote auf Ebene der Nordkirche.

Der direkte persönliche Austausch hat nach wie vor die größte Bedeutung für den Erfolg interner Kommunikation.

5. Conclusio

Mit diesem Kommunikationskonzept 2020 hat der Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg einen Plan entworfen, um sich klar und sichtbar in der Öffentlichkeit zu positionieren. Die Etablierung von Strukturen, Themen und Formaten entlang dieses Konzepts soll zu Jahresbeginn 2020 starten.

Es ist die Antwort auf große gesellschaftliche wie kommunikative Herausforderungen. Es ist eine begleitende und stärkende Komponente der gesamt-strategischen Prozesse im Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg und ihren Verbänden.