

Zukunft der Mitgliederkommunikation/Fortführung der Aktion Impulspost

A. Problemlage und Ziele

Das Medien-Kommunikationskonzept hatte die Synode im Mai 2011 beschlossen. Danach war es zügig umgesetzt worden. Der Beschluss sah vor, dass der Synode über die Umsetzung des Medien-Kommunikationskonzeptes zu berichten ist. Dem kommt die Kirchenleitung mit einem Bericht (Drucksache Nr. 06/14) nach.

Innerhalb des Konzeptes ist das Ziel der Aktion Impulspost, durch medial vermittelte geistliche Impulse insbesondere Mitglieder zu erreichen, die von sonstigen kirchlichen Angeboten nicht erreicht werden, und parallel dazu diese Impulse auch öffentlich wirksam zu machen. Nach drei Jahren war es an der Zeit, die Umsetzung und die Wirkung des Konzepts genauer zu überprüfen. Dies ist im Auftrag der Kirchenleitung intern durch die Verantwortlichen und extern durch das Sozialforschungsinstitut TNS-emnid geschehen. Angesichts des großen Wirkungspotenzials der Kommunikationsmaßnahmen empfiehlt die Kirchenleitung deren Fortführung.

B. Beschlussvorschlag

Die Kirchenleitung empfiehlt der Elften Kirchensynode auf ihrer 10. Tagung folgenden Beschluss zu fassen:

Die Impulspost sowie die weiteren Maßnahmen des Medien-Kommunikationskonzeptes, die im Zusammenspiel ein stimmiges Gesamtkonzept ergeben, werden fortgeführt und entsprechend der aktuellen Mediensituation weiterentwickelt. Die Kirchenleitung berichtet der Synode darüber künftig im Rahmen ihres jährlichen Berichts. Die nächste Evaluierung der Impulspost erfolgt für die Frühjahrstagung der Synode im Jahr 2107, so dass dann auch über die Fortsetzung des Konzepts in den Jahren 2018ff entschieden werden kann.

C. Begründung

Das Medienkommunikationskonzept benennt vier Entwicklungsfelder, die eng miteinander vernetzt sind. Diese lagen dem Beschluss der Kirchensynode im Mai 2011 (Drucksache 19/11) zugrunde:

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 Seite 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.

Durch ihren Beschluss hat die Kirchensynode die Kirchenverwaltung mit der Umsetzung und der Berichterstattung an die Kirchensynode beauftragt. Dem kommt die Kirchenleitung mit dem Bericht in der Drucksache Nr. 06/14 nach.

Da die Maßnahmen, insbesondere die Impulspost, sowohl intern als auch extern eine große Aufmerksamkeit gefunden haben, hat die Kirchenleitung nach drei Jahren eine externe Evaluation in Auftrag gegeben. Ihre Erkenntnisse sowie interne Evaluationen sind in den Bericht eingearbeitet worden. Die externe Evaluation durch das Sozialforschungsinstitut TNS-emnid ist online verfügbar: http://www.kirchenrecht-ekhn.de/welcome/structuretype/synodalds_jahr/sort/DESC. Ein farbiger Ausdruck kann bei Bedarf im Synodalebüro angefordert werden.

Die Impulspost mit ihren multimedialen Begleitangeboten entfaltet eine große Wirkung. Sie hat ein noch höheres Wirkungspotenzial, das nur durch die Mitwirkung und die Kooperation möglichst vieler Bereiche in der EKHN weiter entfaltet werden kann. Deshalb stehen die für die Umsetzung des Medien-Kommunikationskonzepts Verantwortlichen im Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit und im Medienhaus im stetigen Austausch mit vielen Personen und Gremien. Die Akzeptanz, das dieses Konzept benötigt, wächst kontinuierlich in der EKHN. Deshalb wird es der Kirchensynode zur Verlängerung um drei Jahre empfohlen.

D. Alternativen

Keine

E. Finanzielle Auswirkungen

Keine neuen Auswirkungen. Der bisherige Aufwand wird, reduziert um allgemeine Kürzungsaufgaben, beibehalten.

F. Beteiligung weiterer Organe

Keine

G. Anlage

Verweis auf die Drucksache Nr. 06/14 „Bericht zur Umsetzung des Medien-Kommunikationskonzepts“

Federführender Referent: OKR Stephan Krebs