



TOP 5

**Überprüfung der Struktur der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
in der Sitzung der 15. Landessynode am 8. März 2018**

Sehr geehrte Frau Präsidentin, hohe Synode,

der Antrag Nr. 46/16: Überprüfung der Struktur der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wurde im Rahmen der Sommersynode 2016 an den Ausschuss für Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit verwiesen. Der Antrag hat folgenden Wortlaut:

„Die Landessynode möge beschließen:

Der Oberkirchenrat wird gebeten, im Zusammenhang mit der Einrichtung einer Stelle für den Bereich Digitalisierung die Struktur der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit zu überprüfen und neu zu ordnen. Hierbei soll das Miteinander von Medienhaus, Pressesprecher, Referat 1.3 (Publizistik und Gemeinde) und den Prälatur-Pressebeauftragten bedacht werden. Eine externe Beratung soll in Anspruch genommen werden.“

Der Ausschuss hat sich seit dem Herbst 2017 intensiv mit den im Antrag angesprochenen Fragestellungen beschäftigt.

Da sich die Herausforderungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ständig und schnell verändern, soll an dieser Stelle zuerst nochmal an die vielfältigen Innovationen der letzten Jahre erinnert werden:

Die Kampagne „Ich glaub schon“, die Kampagne „Kirche macht was aus deiner Idee“ und auch der Relaunch der landeskirchlichen Homepage „WIR-GLAUBEN-LEBEN-HELFEN“ sollen hier genannt werden. Ebenso erinnere ich an die Andachtsapp und die deutlich gesteigerte landeskirchliche Präsenz im Bereich Social Medias.

Denn wenn ich im Folgenden auf den notwendigen Veränderungsbedarf zu sprechen komme, soll gut in unserem Gedächtnis verankert sein, dass gemäß der Möglichkeiten, die im letzten Jahrzehnt bestanden, große Anstrengungen unternommen wurden, die vielfältige Arbeit unserer Landeskirche mittels der verschiedenen Öffentlichkeitsorgane so zu vermitteln, dass Menschen gut informiert sind und sich deswegen auch gerne beteiligen. Dafür möchte ich allen Beteiligten herzlich danken.

Was sind die Veränderungen der letzten Jahre im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit?

Dem Ausschuss für Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit wurden hierzu folgende Aspekte vermittelt:

Insgesamt zeigt sich, dass die Reaktionsfähigkeit anders gefragt ist. Heutzutage muss viel schneller als vor zehn Jahren auf tagesaktuelle Anfragen und Entscheidungen reagiert werden.

Daher ist es geboten, die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit neu zu ordnen.

Die Überlegungen sind wie folgt: Die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit soll künftig auf drei Themenschwerpunkte konzentriert werden. Zum einen wird es die Aufgabe der Erstellung verschiedenster Inhalte (Content) geben. Diese Aufgabe soll am besten über einen gemeinsamen Newsroom oder Desk für die „klassischen“ öffentlichen Medien und für soziale Medien (social media), aber auch für andere Kommunikationsformen organisiert werden. Zum zweiten wächst die Notwendigkeit des Dialogs (wie schon erwähnt) sehr. So ist es immer häufiger erforderlich, auf Kommentare z.B. auf Facebook zu reagieren. Gerade die Dialogbereitschaft und Dialogfähigkeit sind aber besonders personalintensiv. Der dritte Schwerpunkt liegt darin, auch den sogenannten „user generated content“ (also Inhalte, die Nutzer der Netzwerke in die Kommunikationskanäle einspeisen) zu kanalisieren und zu prüfen, wie mit diesen Inhalten umgegangen werden kann und wie diese Inhalte auch eigene Inhalte unterstützen können.

Im Antrag wurde gefordert, dass eine externe Beratung zu diesen Themen in Anspruch genommen werden soll. Dies ist geschehen. Die Medienarbeit wurde von externer Seite in Augenschein genommen. Es wurde ein Gutachten erstellt. Inzwischen liegt das Grobkonzept für ein ganzheitliches Kommunikationskonzept vor, das Vorschläge zur Verbesserung der Strukturen und Abläufe enthält und auch einen Umsetzungsprozess beschreibt. Dieses Konzept wurde am 19. Januar 2018 beim Forum Digitalisierung im Zusammenhang mit der Digital Roadmap der Landeskirche als erster Meilenstein aufgeführt. Das Forum Digitalisierung hatte knapp 300 Teilnehmende vor Ort und über 100 Teilnehmende im Live-Stream.

Im Vorfeld hatten sich mehr als hundert kirchliche Mitarbeitende, Synodale und weitere Interessierte den Herausforderungen und Fragen der Digitalisierung in unterschiedlich zusammengesetzten Fokusgruppen gestellt. Inhaltlich verantwortlich für den Bereich Digitalisierung ist Direktor Stefan Werner. In der Digital Roadmap ist das ganzheitliche Kommunikationskonzept die Grundlage für alle kommunikativen Maßnahmen der Landeskirche. Die Roadmap ist für die Öffentlichkeit zugänglich. Sie wurde auf der Homepage unserer Landeskirche veröffentlicht. Die Herausforderung, in schneller Weise in den Dialog mit Interessierten zu treten, wird hier beispielhaft schon umgesetzt.

Wir sehen also: wie im Antrag gefordert, wurde schon begonnen, das Thema „Digitalisierung“ in breiter Fläche zu bearbeiten. Dieses wird weiter fortgeführt.

Im künftigen gemeinsamen Desk wird das Miteinander von Medienhaus, Pressesprecher, Referat 1.3 (Publizistik und Gemeinde) mit den aktuellen Themenschwerpunkten neu aufgestellt werden.

Diese neuen Herausforderungen werden nicht ohne personelle und strukturelle Verstärkungen bewältigt werden können. Daher sind in der Mittelfristplanung dazu Anträge vorgesehen. Dabei wird auch die Rolle von Prälatur-Pressebeauftragten mit bedacht, welche im Antrag angesprochen wurde.

Ich komme zum Schluss. Einstimmig hat der Ausschuss für Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit in seiner Sitzung vom 26.02.2018 folgendes beschlossen:

„Der Ausschuss für Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit spricht sich dafür aus, den Antrag Nr. 46/16: Überprüfung der Struktur der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit nicht weiterzuverfolgen, da das Anliegen des Antrags bereits durch den Oberkirchenrat aufgegriffen wurde.“

Ich empfehle der Landessynode, den Antrag nicht weiterzuverfolgen.

Vorsitzende des Ausschusses für Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit, Franziska Stocker-Schwarz