

#elkwuedigital

# FORUM DIGITALISIERUNG

**Social Media mit Botschaft**

# PROGRAMM

**10:00**

**Begrüßung und geistlicher Impuls**

**10:30**

**Keynote: Social Media next Level**

**11:45**

**Projektvorstellungen**

**12:15**

**Mittagspause**

**13:00**

**Workshops Runde 1**

**13:55**

**Workshops Runde 2**

**14:40**

**Abschluss und Ausblick**

10 Minuten  
Wechsellpause

The diagram consists of two curved arrows pointing from the 'Workshops Runde 1' block to the 'Workshops Runde 2' block, with a grey oval containing the text '10 Minuten Wechsellpause' positioned between them.

D A/C#

1. Zwi - schen Bil - dern und Ge - schi - chten, die oft von  
 2. In den Chats und Kom - men - ta - ren, wo Hass und  
 3. Zwi - schen Likes und schnell - len Wor - ten, lässt sich die

3 Bm F#m/A

Schein und Glanz be - rich - ten, sei ein  
 Spott die See - len pla - gen, sei ein  
 Wahr - heit schwer ver - or - ten. Sei ein

5 G D/F#

Zeug - nis, sei ein Licht, das von  
 Bo - te, sei ein Freund, der die  
 An - ker, sei ein Fels, der die

7 Em7 G/A

Got - tes Gna - de spricht. Ref.: Denn in -  
 Lie - be Je - su teilt.  
 Hoff - nung stützt und hält.

9 G D/F#

mit - ten all der Bil - der such - e

Detailed description: This is the first musical staff, starting at measure 9. It is written in treble clef with a key signature of two sharps (F# and C#). The melody consists of quarter notes: G4, A4, B4, C5, B4, A4, G4. There is a fermata over the G4 note in the fifth measure. The lyrics are 'mit - ten all der Bil - der such - e'.

11 A#07 Bm7

dei - nen wah - ren Wert nicht in

Detailed description: This is the second musical staff, starting at measure 11. It is written in treble clef with a key signature of two sharps. The melody consists of quarter notes: G4, A4, B4, C5, B4, A4, G4. There is a fermata over the G4 note in the fifth measure. The lyrics are 'dei - nen wah - ren Wert nicht in'.

13 Em D/F#

Fol - low - ern und Fil - tern, son - dern in

Detailed description: This is the third musical staff, starting at measure 13. It is written in treble clef with a key signature of two sharps. The melody consists of quarter notes: G4, A4, B4, C5, B4, A4, G4. There is a fermata over the G4 note in the fifth measure. The lyrics are 'Fol - low - ern und Fil - tern, son - dern in'.

15 G G/A D

dem, der dich er - hört.

Detailed description: This is the fourth musical staff, starting at measure 15. It is written in treble clef with a key signature of two sharps. The melody consists of quarter notes: G4, A4, B4, C5, B4, A4, G4. There is a fermata over the G4 note in the fifth measure. The lyrics are 'dem, der dich er - hört.'

#elkwuedigital

FORUM DIGITALISIERUNG

# FORUM DIGITALISIERUNG

**Projektvorstellungen**



# Social Media Gesamtstrategie innerhalb der Landeskirche

12. Forum Digitalisierung in der Landeskirche | 15.11.2024

---

Dan Peter und Miriam Angerstein

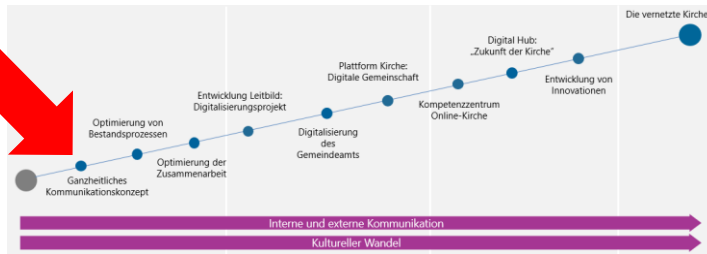


**EVANGELISCHE LANDESKIRCHE  
IN WÜRTTEMBERG**

# Zum Hintergrund des Projekts

Eine Landeskirchliche Social-Media-Strategie „ist dran“

## Digitale Roadmap



- Landeskirchliche Social-Media-Strategie entwickeln
- Online-Aktivitäten der Landeskirche und zur Kirche verbundener Einrichtungen stärker miteinander verzahnen
- YouTube-Video-Marketing Strategie entwickeln
- Alle kommunikativen Maßnahmen miteinander verzahnen, um ein einheitliches Bild nach außen zu transportieren
- Der Kirche ein Gesicht geben: persönliche digitale Kommunikation etablieren
- Neue Kommunikations- und Interaktionsformate entwickeln und ausprobieren
- An Online-Diskursen innerhalb der digitalen Gemeinschaft partizipieren
- Aktive Nutzung aller zielgruppenrelevanten Plattformen
- Entwicklung von kanalspezifischen Medienangeboten professionalisieren
- Multimedia-Formate für soziale Medien entwickeln

## Veränderte Rahmenbedingungen

### 06.07.2021 | Erste Pfarrstellen für Kirche im digitalen Raum Sarah Schindler und Nicolai Opifanti bringen Gemeindegarbeit verstärkt ins Internet

Die Evangelische Landeskirche in Württemberg gibt ihrer Digitalisierung einen weiteren kräftigen Schub: Mit zwei neuen 50-Prozent-Projektstellen für „Pfarrdienst in Digitalen Räumen“ bringt sie die Gemeindegarbeit künftig noch vielfältiger ins Internet. Pfarrer Nicolai Opifanti (34) und Pfarrerin Sarah Schindler (33) sind jetzt für die Aufgabe ausgewählt worden. Beide haben sich bereits durch innovative digitale Angebote einen Namen gemacht, etwa mit den Instagram-Gottesdiensten „Pfarrer aus Plastik“. Im Interview erzählen sie, was sie vorhaben.



Unter anderem:

- Corona-Pandemie hat zur Ausweitung der Social Media Aktivitäten geführt
- Pfarrstellen für den Kirche im digitalen Raum

## Anträge Synode

Württembergische Evangelische Landessynode | EVANGELISCHE LANDESKIRCHE IN WÜRTTEMBERG

ANTRAG Nr. 23/21 nach § 19 GeschO

Betr.: Social media management und Kompetenzzentrum Digitalisierung

Eingebracht in die Sitzung der 16. Landessynode am [ ]

A. Beschluss vom [ ]  
 Verweisung an [ ]

B. Beschluss vom [ ]  
 Annahme  
 einstimmig  
 mit Mehrheit  
 bei [ ] Ja/stimmen, [ ] Nein/instimmen, [ ] Enthaltungen  
 Ablehnung

C. Antrag zurückgezogen am [ ]

Die Landessynode möge beschließen:  
Der Oberkirchenrat wird gebeten ein Konzept vorzulegen, wie Kirche die Präsenz in den sozialen Netzwerken erhöhen kann, positiv sichtbar wird und inhaltlich Akzente setzt. Die Installation eines Kompetenzzentrum Digitalisierung der EKD in Württemberg soll verfolgt und umgesetzt werden.

- Synodalantrag 35/20 Konzepte für christliche Influencer und Influencerinnen
- Synodalantrag 30/20 Stärkung Öffentlichkeitsarbeit und Social Media Kompetenz in der Fläche
- Synodalantrag 23/21 Social media management und Kompetenzzentrum Digitalisierung

# Startpunkt der Überlegungen zur Zielsetzung des Strategieprozesses

## 2 Säulen einer gesamthaften Social Media Strategie für die Landeskirche

### Social Media Strategie ELKW

#### Abgestimmtes und vernetztes Angebot

- Ausrichtung der bestehenden landeskirchlichen (professionellen) Angebote auf eine gemeinsame Strategie
- Für die wesentlichen Zielgruppen mit den entsprechenden Kanälen ein zentrales Angebot vorhalten, auf welches dann jeweils fokussiert und referenziert werden kann
- Arbeit mit (Corporate) Influencern
- Crosspromotion über Plattformgrenzen hinweg, auch in Verbindung mit „klassischen Medien“
- Cross-mediales Zusammenwirken und gegenseitiges befruchten der verschiedenen Angebote

➔ Als Landeskirche insgesamt: Jede für uns relevante Zielgruppe findet ein Angebot auf den für sie relevanten Netzwerken. Die Formate stärken sich gegenseitig.

#### Befähigung und Unterstützung

- Befähigung und Unterstützung der Haupt- und Ehrenamtlichen bei der Social Media Arbeit in den jeweiligen Arbeitsfeldern
- Analyse des bestehenden Angebots, um Lücken im Angebotsspektrum zu identifizieren und entsprechend zu ergänzen oder zu bündeln
- Gewichtung: Talentförderung, d.h. fokussierte Weiterbildung, zur Schaffung von Leuchttürmen vs. „Breitenausbildung“
- Kommunikationsplan zur Information über Angebote

➔ Schaffung einer zentral verfügbaren, relevanten, zielgruppenspezifischen Weiterbildungs- und Supportinfrastruktur



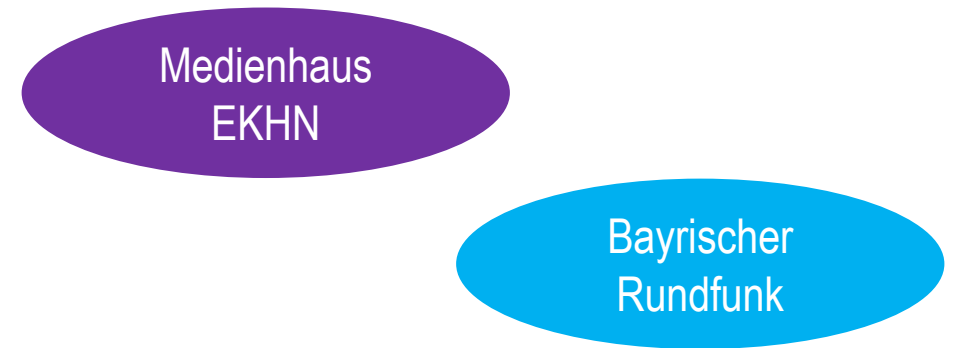
# Mitwirkende bei der Erarbeitung der Gesamtstrategie

Ansatz: Von Akteuren der ELKW entwickelt, durch externe Experten validiert

## Aus unserer Landeskirche

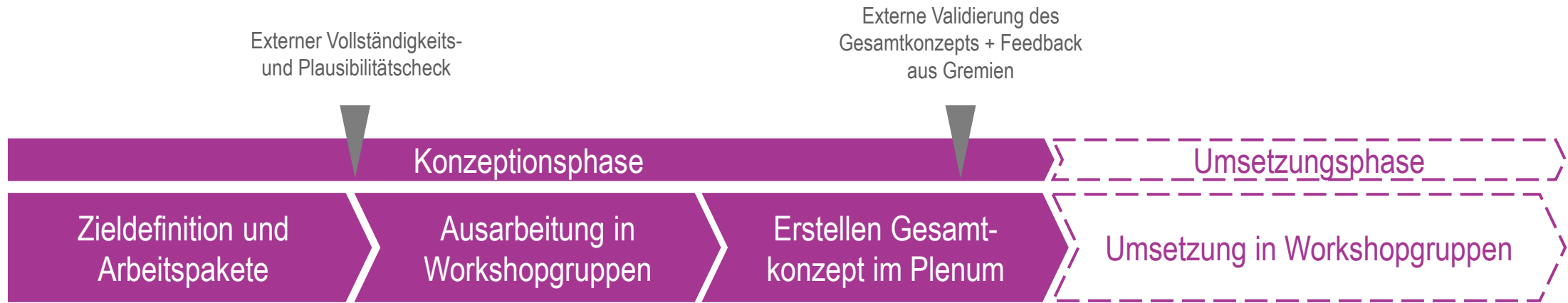


## Externe Begleitung



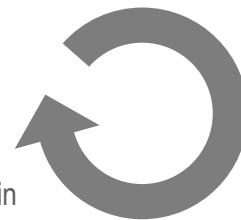
# Unser Vorgehen bei der Erarbeitung des Gesamtkonzepts

Moderierte Workshopgruppen mit externer Validierung der Arbeitsergebnisse

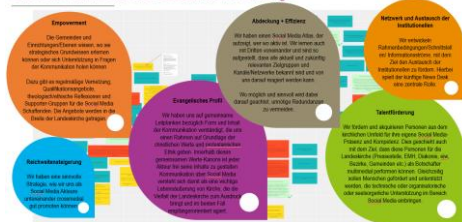


- Erwartungen und Zielsetzung
- Themen clustern und als Arbeitsauftrag ausformulieren

Erarbeiten von Konzeptvorschlägen in moderierten Workshopgruppen



Die 6 Elemente unserer Social Media Strategie

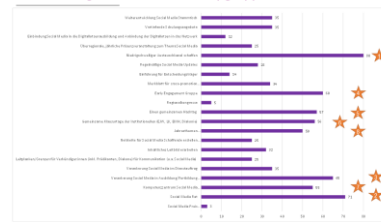


Konzeptionsphase	Ausarbeitung in Workshopgruppen	Erstellen Gesamtkonzept im Plenum
...	...	...

Meine Fragen aus der ersten Runde



Priorisierung der in den Workshopgruppen erarbeiteten 26 Maßnahmen



# Die 6 Elemente unserer Social Media Strategie

## Empowerment

Die Gemeinden und Einrichtungen/Ebenen **wissen, wo** sie strategisches Grundwissen **erlernen** können oder sich **Unterstützung** in Fragen der Kommunikation holen können

Dazu gibt es regelmäßige Vernetzung, Qualifikationsangebote, theologisch/ethische Reflexionen und Supporter-Gruppen für die Social Media Schaffenden. Die Angebote werden in die Breite der Landeskirche getragen.

## Reichweitensteigerung

Wir haben eine sinnvolle Strategie, wie wir uns als Social Media Akteure untereinander **crossmedial** gut **promoten** können.

## Evangelisches Profil

Wir haben uns auf **gemeinsame Leitplanken** bezüglich Form und Inhalt der Kommunikation verständigt, die uns einen Rahmen auf **Grundlage** der **christlichen Werte** und **protestantischen Ethik** geben. Innerhalb dieses gemeinsamen Werte-Kanons ist jeder Akteur **frei** seine Inhalte zu gestalten. Kommunikation über Social Media versteht sich damit als eine wichtige **Lebensäußerung von Kirche**, die die **Vielfalt** der Landeskirche zum Ausdruck bringt und im besten Fall **empfängerorientiert** agiert.

## Abdeckung + Effizienz

Wir haben einen **Social Media Atlas**, der aufzeigt, wer wo aktiv ist. Wir lernen auch mit Dritten voneinander und sind so aufgestellt, dass alle aktuell und zukünftig **relevanten Zielgruppen** und **Kanäle/Netzwerke** bekannt sind und von uns darauf reagiert werden kann.

Wo möglich und sinnvoll wird dabei darauf geachtet, **unnötige Redundanzen** zu **vermeiden**.

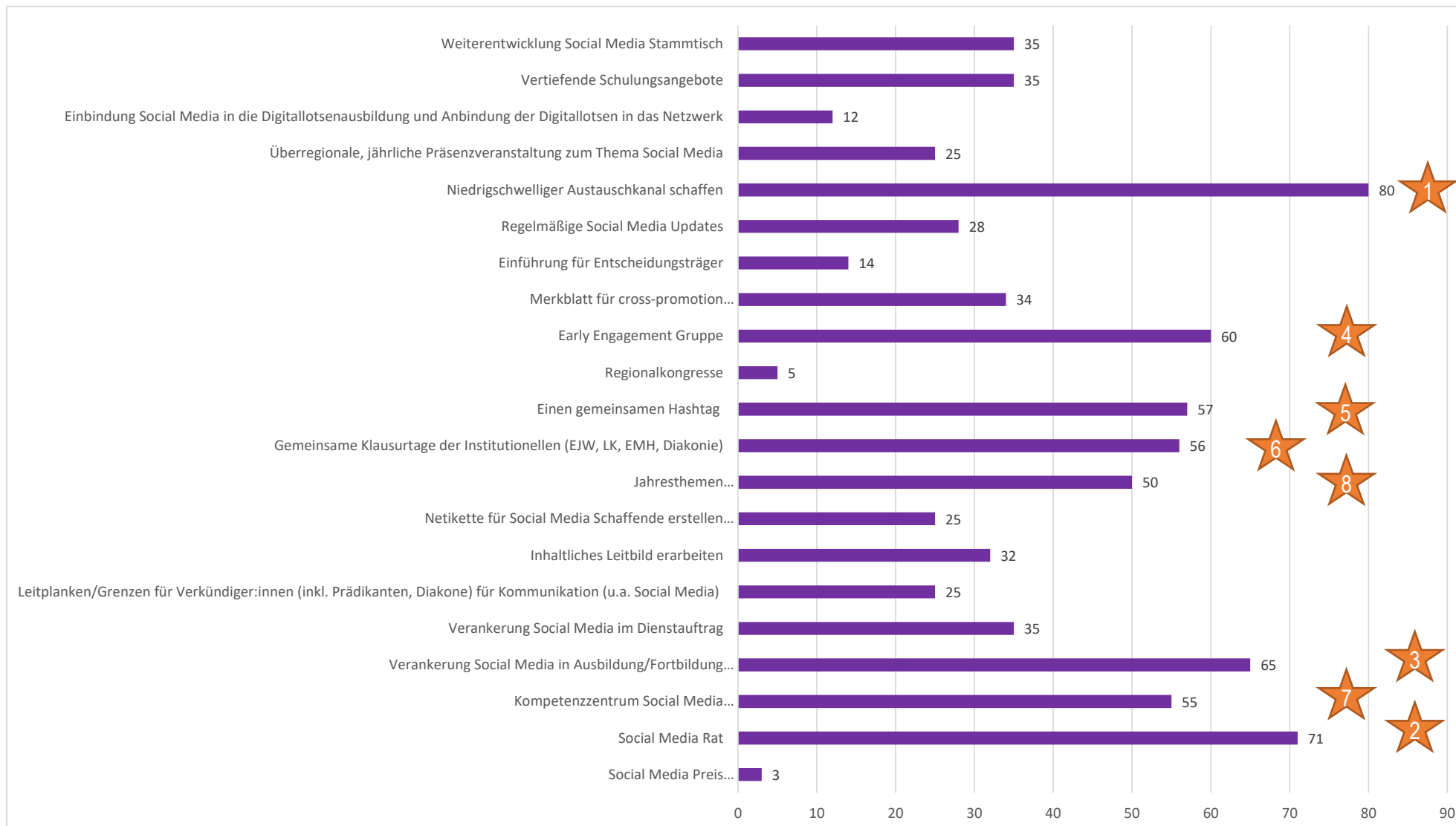
## Netzwerk und Austausch der Institutionellen

Wir entwickeln **Rahmenbedingungen/Schnittstellen/ Informationsströme**, mit dem Ziel den **Austausch** der Institutionellen zu **fördern**. Hierbei spielt der künftige News Desk eine zentrale Rolle.

## Talentförderung

Wir **fördern** und akquirieren Personen aus dem kirchlichen Umfeld für ihre **eigene Social Media-Präsenz und Kompetenz**. Dies geschieht auch mit dem Ziel, dass diese Personen für die Landeskirche (Pressestelle, EMH, Diakonie, ejw, Bezirke, Gemeinden etc.) als Botschafter multimedial performen können. Gleichzeitig sollen Menschen gefördert und unterstützt werden, die technische oder organisatorische oder seelsorgerliche **Unterstützung** im Bereich Social Media **einbringen**.

# Priorisierung der in den Workshopgruppen erarbeiteten 26 Maßnahmen



# Erste konkrete Ergebnisse

---

Umsetzung der in den Workshopgruppen erarbeiteten Maßnahmen

## Austausch der Institutionellen

- Niederschwelliger Austauschkanal in Teams: Early Engagement, Notfall, Kampagnen/ Sharehub
- Erhebung Social Media Schaffende mit Dienstauftrag und Einladung in Presse-JF
- Erster gemeinsamer Klausurtag am 21.01.2025

## Reichweitensteigerung

- Erste gemeinsame Kampagne zur EU- und Kommunalwahl mit Shareables
- Gemeinsame Hashtags:
  - Vernetzung: #kirchesein
  - Suche: #evangelischekirche #evangelisch #kirche

## Evangelisches Profil

- Social Media Guidelines [erste Ideensammlung]

## Empowerment

- Landkarte bestehender Angebote für verschiedene Zielgruppen erstellt

## Talentförderung

- Sinnfluencer-Pro-Netzwerk
- Social Media Bootcamp

# Sinnfluencer-Pro-Netzwerk

12. Forum Digitalisierung in der Landeskirche | 15.11.2024

---

Nicolai Opifanti



**EVANGELISCHE LANDESKIRCHE  
IN WÜRTTEMBERG**

# Die Idee

WERDE EINE\*R VON 12

Wir suchen 12 engagierte und motivierte **Creator\*innen** für das Sinnfluencer-Pro-Netzwerk der Evangelischen Landeskirche in Württemberg.



WERDE EINE\*R VON 12

Lust auf **Glaubens-**kommunikation in Social Media?



**DU BIST**

- Haupt- oder ehrenamtlich in der Evangelischen Landeskirche in Württemberg engagiert
- Auf Social Media unterwegs und hast erste Erfahrungen im Bereich Content-Produktion und im Aufbau und Betreiben von Social Media Kanälen
- Bereit, Dich aktiv ins Netzwerk einzubringen



WERDE EINE\*R VON 12



**WIR BIETEN**

- Kostenlose Teilnahme an unserem Bootcamp
- Zugang zum württembergischen Sinnfluencer-Netzwerk
- Startkapital 1.000 Euro für Equipment oder Lizenzen
- Mentoring durch erfahrene Creator
- Produktionsmöglichkeiten im professionellen Studio



# Warum?

- Förderung von Mikro-Influencern im kirchlichen Raum
- Stärkung der Multiprofessionalität von digitalen Verkündigungsinhalten
- Teamplayer statt Einzelkämpfer
- Nachwuchsgewinnung
- Vernetzung
- Professionalisierung digitaler Verkündigung



# Wie?

- Ausschreibung Sinnfluencer-Pro-Netzwerk
- Förderung von 12 Talenten im Bereich der ELKWUE
- Befähigung der 12 Talente durch
  - Social-Media-Bootcamp
  - Mentoring
  - Coaching
  - Equipment (1000 € Anschaffungsbonus, professionelle Drehmöglichkeiten)

# Wer?



# Social in der Gemeinde-App

12. Forum Digitalisierung in der Landeskirche | 15.11.2024

---

Sebastian Ortler x Communi App



**EVANGELISCHE LANDESKIRCHE  
IN WÜRTTEMBERG**

---

Wie können wir als Gemeinde **Menschen erreichen**,  
um ihnen **Glaube & Gemeinde näher zu bringen?**

# Stell dir vor deine Gemeinde wäre ein Produkt...

**Was  
bringt**

**es den  
Menschen**

?

**Wie  
werden**

**Menschen  
darauf  
aufmerksam**

?



# Gemeinschaft als Mehrwert

---

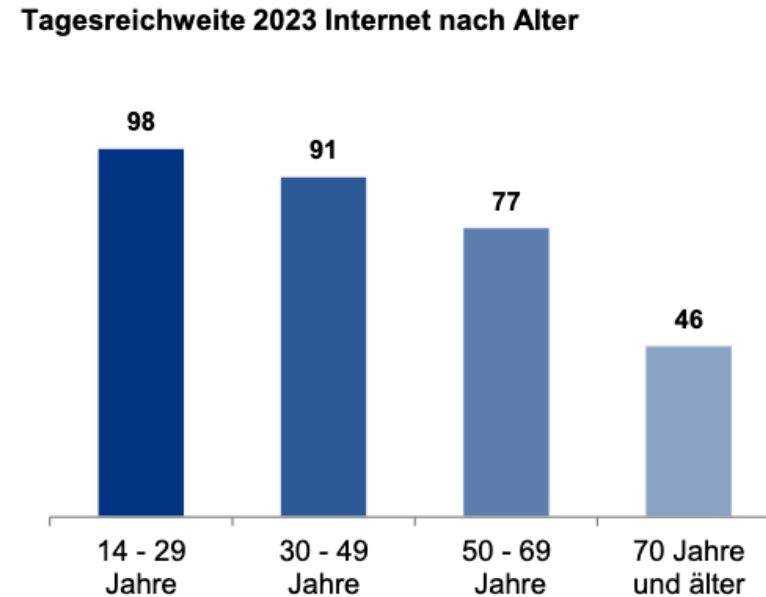
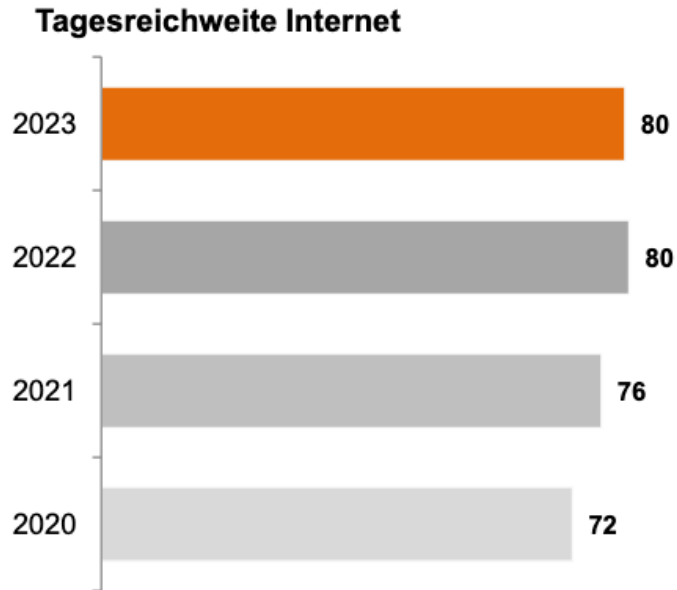
## *Bedürfnispyramide nach Maslow:*



# Digital als Kanal

**Unverändert vier von fünf Menschen in Deutschland nutzen pro Tag das Internet. In den Altersgruppen gibt es deutliche Unterschiede.**

Internetnutzung, Angaben in Prozent



# 💡 Zeigen was passiert

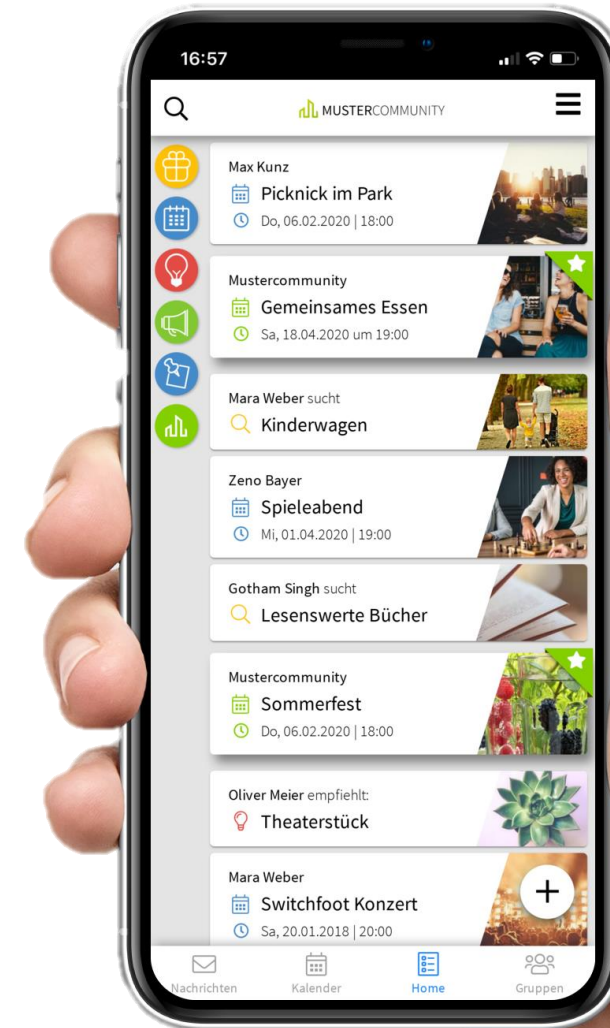
## Digitales schwarzes Brett als eigene Gemeinde App

### Wenig Aufwand durch

- Menschen erstellen selbst die Inhalte
- Automatisierung

### Einfacher Zugang durch

- eigene Webapp
- Funktioniert ohne Download auch als Website
- Ohne Registrierung zugänglich





# Praxis in der Gemeindeapp

---



Lydia mit Familie



## Ein paar Zahlen...

---

47

Gemeinden in der ELKWUE haben eine eigne Communi App

300

Menschen haben in den letzten drei Monaten einen Account angelegt

16000

Geräte haben in den letzten drei Monaten auf die Apps zugegriffen

# Einfach heute kostenlos ausprobieren

---



<https://communiapp.de/testapp>



# Digendo

12. Forum Digitalisierung in der Landeskirche | 15.11.2024

---

Alexander Pfab



**EVANGELISCHE LANDESKIRCHE  
IN WÜRTTEMBERG**

# digendo

Zwei Tools in einem

## Web2Print

Home Produkte Highlights Medien-Datenbank Suchen

**DRUCKPRODUKTE  
WERBEMITTEL  
CONTENT**

Kirchliche Vorlagen einfach individualisieren und bestellen

FLYER GEMEINDEBRIEF BRIEF VISITENKARTE EINLADUNGEN DIGITAL+PRINT  
PLAKATE BANNER FAHNEN CONTENT ASSETS

## Mediendatenbank

digendo Home Produkte Highlights Medien-Datenbank Suchen

**Unterwegs im Land**

Die beliebte Kategorie aus dem Gemeindeblatt. Bitte geben Sie bei Nutzung stets das Copyright des Autors und des Fotografen an.

Zurück

Albstadt Königsbronn Messkirch Reichenau Bronnbach Bad Herrenalb  
Königsbronn Kloster Klosterreichenbach Lobenfeld Kloster Hirsau

# digendo – Warum digendo?

---



## digendo bietet Unterstützung

Kirchengemeinden werden effizient bei der crossmedialen **Kommunikation in die Gemeinde** unterstützt



## digendo spart Zeit und Kosten

Professionelle Druckprodukte können mit **wenig Aufwand** selbst gestaltet und angepasst werden



## digendo verspricht Qualität

**Hochwertige** Inhalte (z. B. Texte aus dem Evangelischen Gemeindeblatt), **sichere** Server, die sich in Deutschland befinden, **kompetente** Ansprechpartner

# digendo – Warum digendo?



## ... überschaubare Kosten

Wählen Sie ein Abo, das Ihren Bedürfnissen am besten entspricht

Kosten pro Monat pro User

- **Druckprodukte:** Flyer, Visitenkarten, Einladungen, Plakate, Schilder, Beachflags, Werbebanner, Fahnen u.a. im CD der Landeskirche
- **Produkt-PDF:** Version für die Website
- **Mediendatenbank:** ausgewählte EvGB-Texte mit Bildern, Social Media-Posts zur direkten Nutzung

**Paket Basis**

1

**0 EUR**

### Paket Basis plus:

- **Mehr Auswahl** bei Vorlagen für Druckprodukte
- **Gemeindebrief-Templates**, inkl. ausgewählten EvGB-Texten mit Bildern zur direkten Nutzung im Gemeindebrief
- Individualisierbare **Social-Media-Posts**

**Paket Premium**

2

**12,50 EUR**

### Paket Premium plus:

- Druckprodukte in **eigenem Layout/Design** \*
- **Druck-PDF** direkt downloadbar zur Weiterleitung an die Wunschdruckerei
- Persönliches **Onboarding/Schulung**

**Paket Individuell**

3

**20 EUR**

\* Zzgl. einmalige Kosten für die Erstellung der Vorlagen

# digendo - Einblicke

Plakat DIN-A3 „Feste“ – V1  
Individualisierungs-Nr. 903

1 Seiten

Hintergrund farbig

Logo Kirchengemeinde

Name Kirchengemeinde

Datum

Festbeschreibung

Uhrzeit und Ort

Textblock links

Textblock rechts

Bild zum Thema

QR-Code

URL

Kreis für „Auszeichnung“

Text im Kreis

Name Kirchengemeinde (optional) (Blindtext)

Hier kann der Name der Kirchengemeinde stehen – je nachdem ob/wie das Logo platziert wird.

Evangelische Mustergemeinde  
Musterdorf und -stadt

Datum (Blindtext)

Der Text ist in der Größe und auch was die Farbe anbetrifft veränderbar.  
Schriftgrößen zwischen 35 und 65 pt sind möglich.  
Aktuell eingestellt sind 41 pt, die Farbe ist mit Cyan 30 und Gelb 100 definiert.

Schriftgröße

41pt

SONNTAG, 05. OKTOBER

Evangelische Mustergemeinde  
Musterdorf und -stadt

**SONNTAG, 05. OKTOBER**

**ERNTEDANKFEST**

**11.00 Uhr - 15.30 Uhr | im Innenhof der Mustergemeinde**

**ESSEN & TRINKEN**

- Zwiebelkuchen
- neuer Wein
- Kaffee & Kuchen
- Wurst & Fleisch vom Grill
- Kürbissuppe

**ANGEBOTE**

- Spielstraße für Kinder
- Kürbislaternen basteln
- Kunsthandwerk
- Kletterpark
- Antik-Flohmarkt

Ab 12 Uhr



# digendo – wo stehen wir und wo finde ich weitere Informationen?

---

**Erste Pilotgemeinde** hat bereits zwei Ausgaben des Gemeindebriefs mit individuellem Layout erstellt.

**Kom2Print-Produkte** im System verfügbar

Produkte mit neuem **Landeskirchlichen-Design** werden erstellt

Erste Inhalte in Mediendatenbank verfügbar

GoLive im Januar 2025 geplant

Weitere Infos unter **info.digendo.de**

Wir halten Sie auf dem Laufenden: **<https://www.info.digendo.de/newsletter>**



# DER ROAD- TRIP ZU DEINEM SOCIAL MEDIA



Unser Tourbus.  
Abgefahren!

Social Media Online Academy – kostenlos!



<https://www.socialmedia-academy.org>

# WORKSHOPS

1

**Was zeichnet  
erfolgreiche  
Formate aus?  
Fallbeispiele  
aus der EKD**

**Lilith Becker**

**Chor (ZG)**

2

**Wie bringe ich  
die Message  
rüber?  
In Social Media  
über Gott  
sprechen und  
Glauben teilen**

**Nicolai Opifanti**

**Felix Fabri Saal  
(EG)**

3

**Medien-  
produktion:  
einfach und  
gut**

**Daniel Oberbillig  
Daniel Klein**

**Heinrich Seuse  
Raum (UG)**