

Projekt „Die Digitale Mustergemeinde“

Finale Abschlusspräsentation | 2021 - 2022

Prof. Dr. Holger Sievert



Evangelisch-Lutherische
Kirche in Bayern



Übersicht Vorgehen (S. 3)

Ergebnisse (S.11)

Desk Research (S. 11)

Experteninterviews (S. 60)

Gemeindegespräche (S. 117)

Input Unterstützungsangebote Landeskirchen (S. 148)

Zusammenfassende Empfehlungen (S. 200)

Anhang: Literaturverzeichnis (S. 236)

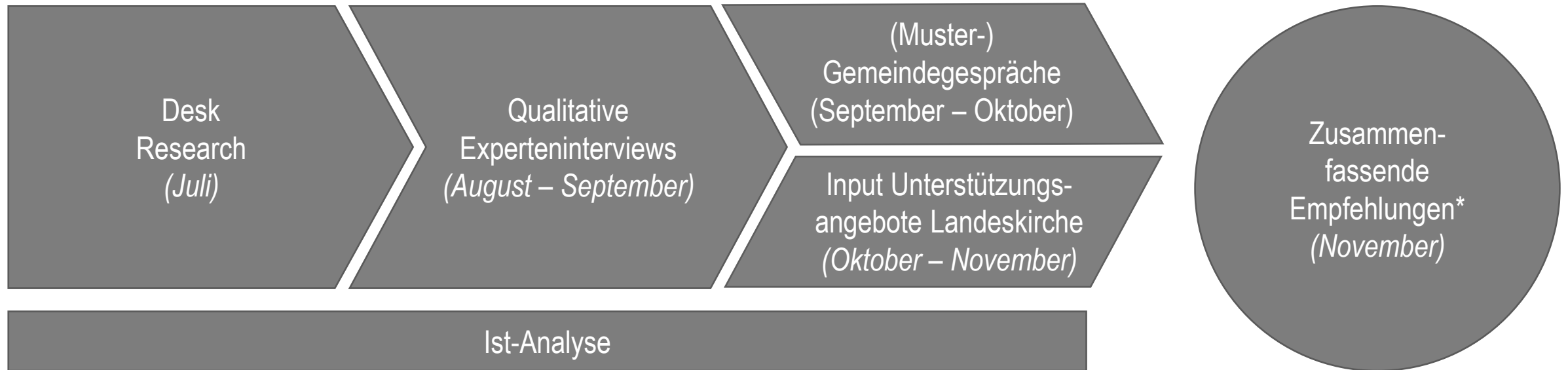


Übersicht Vorgehen

Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfasser des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.

Für Phase 1 wurde ein Vorgehen in fünf Schritten umgesetzt...

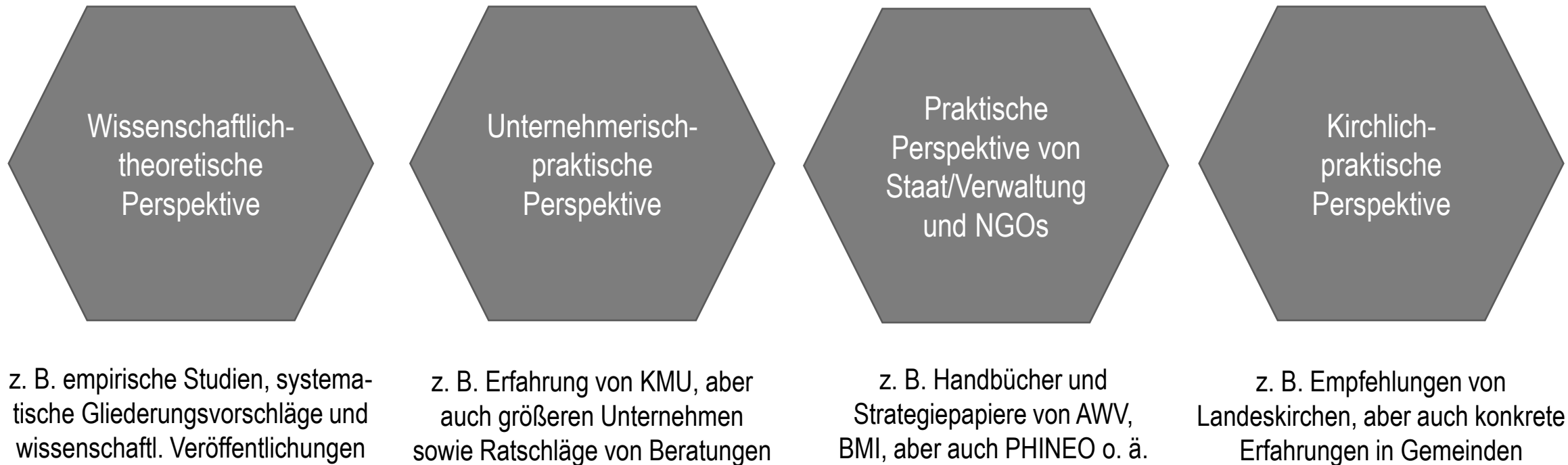
Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

...aus zumeist wiederum vier Perspektiven...

Gewählte Untersuchungsperspektiven für Phase 1



...mit sogar viereinhalb inhaltlichen Schwerpunkten

Gliederung Schwerpunkte



Für das „Dach“ lassen einige zentrale Aspekte exemplarisch benennen...

Beispiele für Schwerpunkte (1)

MOTIVIEREN & VERÄNDERN Change-Management & Strukturentwicklung

- Motivation: Wie können Mitarbeiter:innen mitgenommen und begeistert werden – insbesondere solche die eher veränderungs- und digitalisierungsskeptisch sind?
- Arbeitsweisen: Welche Arbeitsweisen und Mindsets gilt es, auch im kirchlich-gemeindlichen Umfeld an der Basis zu etablieren – auch, um künftige weitere Organisationsentwicklung zu ermöglichen?
- Weiterbildung: Wie können haupt- wie ehrenamtliche Mitarbeiter:innen für neue digitale Aufgaben befähigt werden – und welche Rolle kann/darf/sollte E-Learning dabei spielen?
- Reflektion: In welchem Umfang kann und sollte Grundwissen zur Ethik und zur Theologie der Digitalisierung vermittelt werden – damit dieses situativ vor Ort im Alltag angewandt werden kann?
-

...doch auch für das eigentliche „Haus“ gibt es viele mögliche Aspekte

Beispiele für Schwerpunkte (2)

ANKÜNDIGEN & BERICHTEN

Extern ankündigende und nachberichtende Digitalisierung

- Social Media-Präsenz (Toolset, vorbereitete Content-Bausteine, Schulung etc.)
- zentrale Content-Speicherung für mediengerechte Ausspielung (Website, Gemeindebrief, Schaukasten, Newsletter, Blog, Messenger, App...)
- generelle alle zuvor genannten Außenkommunikationselemente
- Search Engine Optimisation (SEO), ...

DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN

Durchführende und begleitende Digitalisierung

- digitale Elemente für verschiedene kirchliche Handlungsfelder (Gottesdienste, Bildung, Seelsorge...) wie etwa Clips, Umfrage-/Beteiligungstools
- konkrete Handreichungen für hybride Formate
- Digitale Verkündigung
- Fundraising/Digitale Spende
- Streaming und Aufzeichnung inkl. benötigter spezifischer technischer Ausstattung, ...

ORGANISIEREN & VERWALTEN

Intern strukturierende und organisierende Digitalisierung

- Kollaborations-Plattform für Dateiablage, Austausch; generell digitale Ablageprozesse, Workflows und Dokumentenmanagement
- Datenschutzkonforme CRM-Systeme und Serviceportale, inkl. Anmeldefunktionen z. B. für Gottesdienste, Freizeiten etc.
- Digitale Gremienarbeit
- Interne Kommunikation und Zusammenarbeit,

AUSSTATTEN & VERNETZEN

- Arbeitsgeräte, leistungsfähiges WLAN, Beamer und Projektionsfläche, Equipment für Streaming und Aufzeichnung, datenschutzkonforme Cloud-Server-Lösungen, ...



Ergebnisse: Desk Research



INVOICE

Business Company

Item	Quantity	Amount
Product A	100	100.00
Product B	50	50.00
Product C	25	25.00
Product D	10	10.00
Product E	5	5.00
Product F	2	2.00
Product G	1	1.00
Product H	1	1.00
Product I	1	1.00
Product J	1	1.00
Product K	1	1.00
Product L	1	1.00
Product M	1	1.00
Product N	1	1.00
Product O	1	1.00
Product P	1	1.00
Product Q	1	1.00
Product R	1	1.00
Product S	1	1.00
Product T	1	1.00
Product U	1	1.00
Product V	1	1.00
Product W	1	1.00
Product X	1	1.00
Product Y	1	1.00
Product Z	1	1.00

BUSINESS

Issue 764
Monday Jun 14, 2016
Citybiznews

change to be created a unique income or design for a certain...

major advantage in giving a customer what they want. Your customer should be able to choose from a wide range of products or a service that meets their needs. You should be able to provide a low cost, high quality product or service that is available on a regular basis. You should be able to provide a product or service that is available on a regular basis. You should be able to provide a product or service that is available on a regular basis.

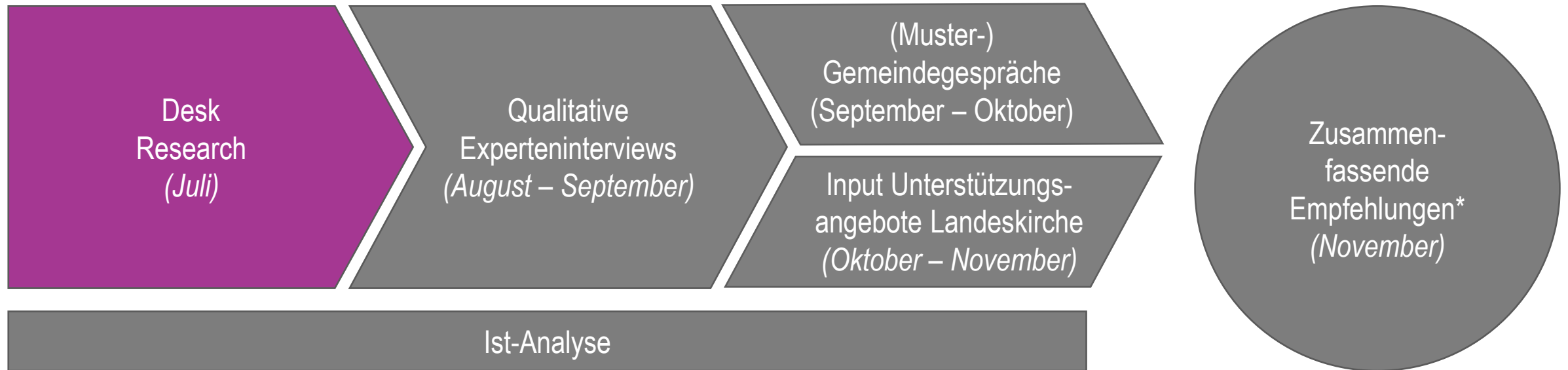
information

It is a priority to allow an organization to focus resources on the greatest opportunities to achieve the company's target. Now the company's goal is to increase sales and reduce the company's costs.

Day	9	10
16	17	
23	24	25
30	31	

Zunächst erfolgte die Desk Research

Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

Über 100 Quellen wurden insgesamt für die Vorstudie aufrecherchiert (1)

Quantitative Übersicht Desk Research-Ergebnisse (1)

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftl. -theoretische Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Buhmann, J., Walf, J., Nachtwei, J. (2019): Change Management - ein Überblick aus wirtschaftspsychologischer Perspektive. In: https://www.researchgate.net/publication/336190789_Change_Management_-_ein_Uberblick_aus_wirtschaftspsychologischer_Perspektive Deutinger, G. (2017): Kommunikation im Change: Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen. 2. Aufl., Wiesbaden. Jalagat, R. (2016): The Impact of Change and Change Management in Achieving Corporate Goals and Objectives: Organizational Perspective. In International Journal of Science and Research. Vol.5. S.1233-1239. Lauer, T. (2014): Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 2. Aufl., Wiesbaden. Roza, B., Roza, S., Maciej, T. (2017): Approaches and models for change management. In Jagiellonian Journal of Management. Vol.3. 195-208. Setyanto, E., Ikhwan, A., Amin, S., Shabir M., Suharto, S. (2019): Challenges of the Change Management for Managing People and Organizational Culture. In International Journal of Recent Technology and Engineering. Volume-8, Issue-2S11. S. 3822-3826. 	<ul style="list-style-type: none"> Balci, Y. (2018): Die veränderte Kommunikation im digitalen Zeitalter. In: https://www.politik-digital.de/news/die-veraenderte-kommunikation-im-digitalen-zeitalter-153968/ Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (2017): Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter Hoffmann, O., Stahl, R. (2010): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden. Lobin, H. (2017): Aktuelle und künftige technische Rahmenbedingungen digitaler Medien für die Wissenschaftskommunikation. In: Weingart, P., Wormer, H., Wenninger, A., Hütt, R. F. (Hrsg.): Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter. - Weilerswist: Velbrück.S. 223-258 Tilger, C. (2021): Vor einem Jahr hätte ich mir das so nicht vorstellen können. In: PRmagazin. Wiesenberg, M. (2018): Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. Wiesbaden. 	<ul style="list-style-type: none"> Dams, C., & Luppold, S. (2016): Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation. Wiesbaden. Knoll, T. (2017): Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel. Wiesbaden. Zanger, C. (2017): Events und Erlebnis: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden Hörsch, D. (2020): Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise. Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der Evangelischen Kirche in Deutschland. Berlin Nord, I., Beck, W. & Lämmlin, G. (2021): Ergebnisse zur CONTOC-Studie, Sektion Deutschland, aufbauend auf die erste ökumenische Tagung am 13.4.2021. Würzburg. Kruse, A., Probst-Klosterkamp (2019): Events im Wandel: Innovation, Klimawandel und Digitalisierung. Schriftenreihe der FHM, Bielefeld (Heft10). Schilling, S. (2020): 5 Tipps, wie Ihre virtuelle Konferenz zum Erfolg wird. In: https://www.wuv.de/marketing/5-tipps-wie-ihre-virtuelle-konferenz-zum-erfolg-wird Lämmlin, G., Rebenstorff, H., Schendel, G., Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland (2021): Kirchengemeindliche Kommunikation in der Pandemie. In Evangelischer Pressedienst (EPD), Nr. 32. Frankfurt am Main. 	<ul style="list-style-type: none"> Deloitte digital (2019): Digital CRM 2.0: Building customer relationships in the digital landscape. Helms, S., Uebel, M., Dangelmaier, W. (2017): Effektives Customer Relationship Management : Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation. Wiesbaden. Jeske, T., Frost, M. (2017): Informationsmanagement in der Industrie 4.0. In Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V., Dortmund (Hrsg.), Frühjahrskongress 2017 in Brugg: Soziotechnische Gestaltung des digitalen Wandels. Krcmar, H. (2015): Einführung in das Informationsmanagement. 2. Aufl., Wiesbaden. MUJUH! Consulting GmbH (2020): CRM-Studie 2020: Der Richtungsweiser für erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement Schüler, A., Modersohn, A., Kawohl, M., Wrede, J. (2018): Der Digitale Zwilling in der Prozessindustrie: Informationsmanagement als Grundlage der Digitalisierung. In Bd. 61 Nr. 1-2 (2019): atp magazin.
Unternehm.- praktische Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Beil, J. (2021): „Führungskräfte vergessen oft, dass ihre Mitarbeiter auch im Unternehmen noch Menschen sind“: Darum sind Veränderungen in Unternehmen so schwierig. In https://www.businessinsider.de/karriere/change-management-in-unternehmen-die-groesste-huerde-ist-der-mensch-/ Czichos, R. (2014): Erfolgsfaktoren Change Management: Den Wandel im Unternehmen aktiv gestalten und kommunizieren. Freiburg / München: Haufe. Kotler, J. P. (2019): Change-Management: Das Unternehmen erfolgreich erneuern. In Harvard Business manager Edition 4. Lederer, D. (2018): Gastbeitrag zu Change-Management: Warum und woran so viele Veränderungen scheitern. In: https://www.handelsblatt.com/karriere/the_shift/gastbeitrag-zu-change-management-warum-und-woran-so-viele-veraenderungen-scheitern/21155538.html?ticket=ST-99178-L3idejFFIVBoFQmMWROR-ap5 Petersen, D., Witschi, U. (2015): Wandel durch Vernetzung: Das Praxisbuch für nachhaltiges Change-Management. Wiesbaden Porsche Consulting (2020): Change Management Kompass 2020: Starke Führung als wichtigster Faktor für erfolgreiche Transformation. In https://www.porsche-consulting.com/fileadmin/docs/04_Medien/Publikationen/267748_Change_Management/Change_Management_Kompass_2020_C_Porsche_Consulting-v3.pdf 	<ul style="list-style-type: none"> Bastian, M., Heidt, F., Benz, L., Nickels, A. (2017): Digitalisierung braucht Führung und Kommunikation: Bedarfe und Status quo. Hochschule Darmstadt und Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BWW) Baumfelder, N., Reidinger, F. (2018): Sprechen Sie digital? Wie mittelständische Unternehmen (nicht) über Digitalisierung kommunizieren. Whitepaper. Deloitte (2013): Digitalisierung im Mittelstand In: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Mittelstand/Digitalisierung-im-Mittelstand.pdf Goehermann, J. (2020): Kommunikation für KMU. Wie moderne Unternehmen heute kommunizieren müssen - Grundlagen, Strategien, praktische Umsetzung. Wiesbaden. Hirsch, L. (2020): Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020: Eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage von Kantar im Auftrag von HIRSCHEC. Kirf, B., Schoenburg, S., & Eicke, K.-N. (2020): Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation : wie Unternehmen interne und externe Stakeholder heute und in Zukunft erreichen. Wiesbaden. Rommerskirchen, J. (2021): Unternehmenskommunikation in Zeiten der Digitalisierung. Journal für korporative Kommunikation, Vol.1/19, S. 55-63 	<ul style="list-style-type: none"> Zanger, C. (2020): Events und Messen im digitalen Zeitalter. Aktueller Stand und Perspektiven. Wiesbaden. Dams, C. (o.J.): Hybrid Events: Future Report. Whitepaper. In https://www.vokdams.de/uploads/media/Whitepaper_Hybrid_Events_Future_Report_DE.pdf Dams, C. (2021): Erfolgsfaktoren Hybrider & Digitaler Events. In https://f.hubspotusercontent00.net/hubs/6023408/Landingpage/Images/21-02-01_VOK%20DAMS_Whitepaper_Erfolgsfakt_Hybrider_Digitaler_Events_DE.pdf Puscher, F. (2020): 13 Tipps für eine erfolgreiche Online-Konferenz. In: https://3n.de/news/13-tipps-fuer-erfolgreiche-1261791/ Hirchner, B. (2020). Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden- Xing Whitepaper Hamann, Karin & Link, Maïke & Dworschak, Bernd & Schnalzer, Kathrin. (2019). Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeit und Kompetenzentwicklung. In : Arbeit in der digitalisierten Welt. Stand der Forschung und Anwendung im BMBF-Förderschwerpunkt Publisher: Fraunhofer IAO XING Events (2020): Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden Whitepaper. Whitepaper 	<ul style="list-style-type: none"> Businessinsider (2021): Digital und nachhaltig: So wandelt sich der Mittelstand. In: https://www.businessinsider.de/sponsored/so-wandelt-sich-der-mittelstand-docusign-537666312/ Deutsche Telekom (2021): Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021. Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands. Bonn. Eriyo, S., Litzel, N. (2017): So gelingt der Einstieg in die Digitale Transformation. In: https://www.bigdata-insider.de/so-gelingt-der-einstieg-in-die-digitale-transformation-a-616275/ Heinrich, O. (2021): Digitalisierung im Mittelstand: Status und Ausblick 2021. In: https://www.sage.com/de-de/blog/digitalisierung-im-mittelstand-status-und-ausblick-2021_fy21-digitaltag/ Hofmann, J., Ricci, C., Schwarz, R., Wienken, V., Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (2020): Erfolgskriterien betrieblicher Digitalisierung. Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) Koller, T. (2018): Das digitale Unternehmen: Systematische Vorgehensweise zur zielgerichteten Digitalisierung. Wiesbaden Reinhardt, K. (2020): Digitale Transformation der Organisation: Grundlagen, Praktiken und Praxisbeispiele der digitalen Unternehmensentwicklung. Wiesbaden Sievert, H., Alberternst, A. & Preisinger, M. (2019): Kein Quantensprung. Status quo und Entwicklungsperspektiven interner sozialer Medien in deutschen Unternehmen. In: prmagazin 6, S. 80-86. Top Flow (o.J.): Ja zur Digitalisierung – aber bitte auch intern: In: https://www.top-flow.de/topthemen/ja-zur-digitalisierung-aber-bitte-auch-intern

Über 100 Quellen wurden insgesamt für die Vorstudie aufrecherchiert (2)

Quantitative Übersicht Desk Research-Ergebnisse (2)

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
<p>Praktische Perspektive Staat/NGO</p>	<ul style="list-style-type: none"> Akingbola, K., Rogers, S. E., Baluch, A. (2019): Change Management in Nonprofit Organizations: Theory and Practice. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan. Bitkom (2020): In 10 Schritten zum digitalen Staat : In: https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-09/200921_pp_in-10-schritten-zum-digitalen-staat.pdf Bundesministerium des Innern (2009): Change Management Anwendungshilfe zu Veränderungsprozessen in der öffentlichen Verwaltung. In https://www.verwaltung-innovativ.de/SharedDocs/Publikationen/Presse_Archiv/20100224_anwendungenhilfe_change_management.pdf?__blob=publicationFile&v=2 Fischer-Kopp, C. (2018): Erfolgreiche Change-Prozesse im öffentlichen Bereich: Strategien, Methoden und Tools. Wiesbaden Kuipers, B.S., Higgs, M.J., Kickert, W.J.M., Tummers, L.G., Grandia, J., Van der Voet, J. (2014): The management of change in public organisations: A literature review. Public Murav, N. (2020). Strategic Change Management in International Non-Profit Organisations-Comparative Study. In European Journal of Business and Management. Vol.12, No.14. S.79-103 Poggemöller H. (2015): Change-Management-Profi erklärt: "Wir schaffen das" reicht nicht: So könnte Angela Merkel uns wirklich mitreißen. In https://www.fOCUS.de/finanzen/experten/poggemoeller/change-management-profi-erklart-wir-schaffen-das-wie-angela-merkel-uns-wirklich-mitreiszen-koennte_id_5109126.html 	<ul style="list-style-type: none"> Brunner, K., Jäger, A., Hess, T., Münch, U. (2020): Digitalisierungsstrategien bundesdeutscher Länder: Eine Bestandsaufnahme ihrer Entwicklung und Implementierung. München Klenk, T., Nulmeier, F., Wewer, G. (2020): Handbuch Digitalisierung in Staat und Verwaltung. Wiesbaden. Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration Baden-Württemberg (2017): Digitalisierungsstrategie der Landesregierung Baden-Württemberg. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2021): Digitalisierung gestalten: Umsetzungsstrategie der Bundesregierung, 6. Auflage. Raupp, J., Kocks, J. N., Murphy, K. (2018): Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit: Implikationen des technologisch induzierten Medienwandels. Zerres, C. (2021): Planung und Umsetzung von Social Media für Kommunen. In: Breyer-Mayländer, T., Zerres C. (Hrsg.): Social Media im kommunalen Sektor: Einsatzfelder, Herausforderungen, Entwicklungsperspektiven. Wiesbaden. S.35-48 	<ul style="list-style-type: none"> Becker, T., Knop, C. (2015): Upload: Wo steht Deutschland beim Thema Digitalisierung. In: Becker, T., Knop, C. (Hrsg.): Digitales Neuland: Warum Deutschlands Manager jetzt Revolutionäre werden. S. 1-22 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o.J.): Einsteiger Tipps für digitale Veranstaltungen : In: https://www.gruendungswoche.de/feuer-partner-und-foerderer/veranstaltungs-ideen/ideen-pool/einsteiger-tips-fuer-digitale-veranstaltungen/ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Mittelstand Digital (o.J.): Digitalisierung in fünf Schritten. In: https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Unternehmerfragen/Standardartikel/2-wie-erstelle-ich-einen-digitalisierungs-fahrplan-3-digitalisierung-in-fuenf-schritten.html Digitale Staat (2021): Audit Digitale Verwaltung mit Dorothee Bär und Jan Pörksen. In: https://www.digitaler-staat.org/wp-content/uploads/2021/03/DS2021_programm.pdf Hochschule Harz & Matema (2015): Studie zum E-Government-Gesetz des Bundes. In http://www.agovg-studie.de/studienergebnisse.html Mootup (2021): How the United Nations Celebrated their 75th Anniversary in MootUp. In: https://mootup.com/united-nations-celebrates-75th-anniversary-in-mootup/ Stiens, T. (2021): Digitale Verwaltung: Was Deutschland von Österreich lernen kann. In: https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/buero-kraete-digitale-verwaltung-was-deutschland-von-oesterreich-lernen-kann/27425262.html 	<ul style="list-style-type: none"> Bitkom (2020): Last Call: Germany! Die Bitkom-Digitalstrategie 2025. Berlin Deutscher Gewerkschaftsbund (2020): Deutschland gewinnt beim Thema eGovernment an Boden. Frankfurter Allgemeine (2021): Digital statt Fax: Industrie fordert „radikalen Wandel“ in Amtsstuben. In: https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitalisierung-industrie-fordert-radikalen-wandel-fuer-behoerden-17257693.html Heuermann, R., Tomenendal, M., Bresser, C. (2018): Digitalisierung in Bund, Ländern und Gemeinden: IT-Organisation, Management und Empfehlungen. Wiesbaden. Initiative D21 und der TU München, durchgeführt von KANTAR (2020): 10 Jahre eGovernment Monitor 2020: Staatliche Digitalangebote - Nutzung und Akzeptanz in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Martini, M. (2016): Digitalisierung als Herausforderung und Chance für Staat und Verwaltung: Forschungskonzept des Programmbereichs "Transformation des Staates in Zeiten der Digitalisierung, Deutsches Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung Speyer. PricewaterhouseCoopers (2018): Digitisation : A Quantitative and Qualitative Market Research Elicitation: Examining German digitisation needs, fears and expectations. Schmid, A. (2019): Verwaltung, eGovernment und Digitalisierung: Grundlagen, Konzepte und Anwendungsfälle. Wiesbaden.
<p>Kirchlich-praktische Perspektive</p>	<ul style="list-style-type: none"> Czychun, C. (2018): Changemanagement im Rahmen einer Verwaltungsfusion: Ein empirischer Fallvergleich am Beispiel von Kreiskirchenämtern in der EK/W. Wiesbaden Dietlein, G. (2015): Kirche im Aufbruch: Ein Change Management Ansatz für die katholische Kirche in Deutschland. Norderstedt: Books on Demand. Niederwimmer, K., Kuttner, M., Felzbauer-Durstmüller, B. (2018). Change Management in einer Diözesanorganisation der römisch-katholischen Kirche Österreichs. Einführung eines Umweltmanagementsystems. In: Gmür, M. (Hrsg.) Wohn entwickelt sich der Dritte Sektor? Konzeptionelle und empirische Beiträge aus der Forschung. Verbandsmanagement Institut (VMI) Mausehund, H. (2019): Evangelische Kirchengemeinden im Veränderungsprozess: Leitfaden zum Change-Management für Presbyterinnen und Presbyter. In https://www.kirche-essen.de/pdf/03_Publikationen_Leitfaden_Kirchen_im_Veraenderungsprozess_2_019.pdf Kosch, D. (2015): Change-Management in der römisch-katholischen Kirche. In https://www.feinschwarz.net/change-management-in-der-romisch-katholischen-kirche/ Und: https://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/5_Kirche_und_Management/5.3_Referate_Artikel/5.3.20141025_Change_Management_katholische_Kirche.pdf de Nocker, T., Hinzen, W. (2019): „Die Welt mit den Augen des Anderen sehen!“ Change-Management und Kommunikation bei kirchlichen Veränderungsprozessen. In Sinnstiftermag, Ausgabe 23 https://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_23/titelstory.htm 	<ul style="list-style-type: none"> Evangelische Kirche im Rheinland, evangelische Kirche von Westfalen und der Lippischen Landeskirche (2016): Social Media Guidelines. In: https://www.smg-nw.de/ Evangelisch lutherische Kirche Norddeutschland (2016): Social Media Guidelines - Empfehlungen für Haupt- und Ehrenamtliche der Nordkirche. In: https://www.social-media-guidelines.nordkirche.de/ Höcke, B. (2018): Konsequenzen der Digitalisierung für das Handeln der Kirche. Berlin: evangelischer Kirchenkreis. Kasiske, M. (2018). Kirche und Digitalisierung: Newsdesk als Reaktion kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit auf die Digitalisierung. In: Communicatio Socialis, 51(1), S. 71-79. Kretzschmar, G. (2019): Digitale Kirche: Momentaufnahmen und Impulse. Berlin: Evangelische Verlagsanstalt. Landeskirche Hannover (2017): #DigitaleKirche: Die Digitalisierung von Kirche. In https://www.landeskirche-hannovers.de/evka-de/presse-und-medien/frontnews/2017/04/19 Merle, K. (2019): Religion in der Öffentlichkeit: Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen. Berlin: De Gruyter. Schäfer, B. (2019): Kirchen und Kommunikation: Mensch, erhöhe uns! In: https://www.deutschlandfunk.de/kirchen-und-kommunikation-mensch-erhoere-uns.886.de.html?drum:article_id=454592 	<ul style="list-style-type: none"> Feeser-Lichterfeld (2020): Digitalisierung und Seelsorge. In: Giercke-Ungermann, A. & Handschuh, C. (Hrsg.) Digitale Lehre in der Theologie. Chancen, Risiken und Nebenwirkungen. Münster. S. 245-256 Harmsen, R. C. (2020): Wie organisier ich eine hybride Veranstaltung? 12 Tipps für eine gelungene On- und Offline-Veranstaltung. In: https://www.sonntagsblatt.de/artikel/medien/hybride-veranstaltung-tips-online-offline-technik Isetti, G., Rachewitz, M., Walder, M., Pechlaner, H., Weithaler, A. (2021). Der virtuelle Gott. Kirche im (Post-)COVID-19-Zeitalter - Il Dio virtuale. La Chiesa ai tempi del (post) COVID-19. Ludwig, P. (2020): Digitalisierung in Kirche und Wohlfahrt: Drei Ideen für 2020. In https://vintn.de/digitalisierung-in-kirche-und-wohlfahrt-drei-ideen-fuer-2020 Pradenhauer, M. (2010): Marketingstrategie „Eventisierung des Glaubens“ - Der Katholische Weltjugendtag als innovative Antwort auf religiöse Pluralisierung. In Zänger, C. (Hrsg.): Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden. S. 59-72.. Reimann, R. P., & Sievert, H. (2021). Interaktion unerwünscht? Online-Gottesdienste während der Corona-Pandemie. Weitere ausgewählte Ergebnisse der Befragungsstudie „Rezipiententypologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher“innen während und nach der Corona-Krise (ReTeOG)“. Cursor. Zeitschrift Für Explorative Theologie, Februar 2021. Renner, C. (2020) Phänomen Kirchenntag: Event, Hybrid, Gemeinde? Praktisch-theologische Erkundungen. Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag 	<ul style="list-style-type: none"> Brückner, J. (2020): Liturgie 2.07 : Zur Digitalisierung der analogen Liturgie. In: Zeitschrift für Pastoraltheologie. 40. Jahrgang, 2020-2, S. 195-209. Deutsche Bischofskonferenz (2021): MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation erscheint zum vierten Mal: Aktuelle Daten zur Mediennutzung erleichtern die kirchliche Medienarbeit. In: https://www.dbk.de/presse/aktuelles/mediung/mdg-trendmonitor-religioese-kommunikation-erscheint-zum-vierten-mal Evangelische Landeskirche in Württemberg (2019): Digital Roadmap - Die vernetzte Landeskirche. Stuttgart. Evangelische Landeskirchen in Württemberg (2021): Erste Pfarrstellen für Kirche im digitalen Raum. In: https://www.elk-wue.de/news/2021/06/07/2021-pfarstellen-fuer-digitale-raume Harmsen R. C. (2020): #digitalekirche – Sechs Tipps für die Digitalisierung in kirchlichen Einrichtungen. In: https://www.sonntagsblatt.de/artikel/medien/digitalekirche-sechs-thesen-zur-digitalisierung-kirchlichen-einrichtungen Knauf, S., Wantia, N. (2021): Befragung: Digitalisierung in der Kirche: Studie zum Status Quo und den Treibern der Digitalisierung in Kirchen. In https://www.curacon.de/neuigkeiten/neuigkeit/befragung-digitalisierung-in-der-kirche Meier, F., Fernau, S. (2020): Smart Church mit analogen Anknüpfen? Eine Studie zur Digitalisierung in Kirche und Kirchengemeinden aus der Perspektive evangelischer Pfarrpersonen. Verlagshaus Speyer. Peter, M. K., Kraft, C. & Josi, T. (2019): Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter: Traditionelle Werte treffen auf digitalen Zeitgeist. White Paper. Windisch (CH). Sailer, P. S., Klinz, R. (2020): Gute Organisation in der Kirche: Klare Zielbilder helfen dabei, die Organisation einer Verwaltungseinheit verständlich und erfolversprechend zu gestalten. In https://home.kpmg/de/de/home/branchen/oeffentlicher-sektor/kirchliche-organisationen/nachhaltige-loesungsansatze/gute-organisation-in-der-kirche.html

Zumeist zwei ausgewählte Quellen seien für jeden Matrixfeld vorgestellt (1)

Qualitative Übersicht Desk Research-Ergebnisse (1)

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftl.-theoretische Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Buhmann, J., Walf, J., Nachtwei, J.. (2019). Change Management - ein Überblick aus wirtschaftspsychologischer Perspektive. In: https://www.researchgate.net/publication/336190789_Change_Management_-_ein_Überblick_aus_wirtschaftspsychologischer_Perspektive Setyanto, E., Ikhwan, A., Amin, S., Shabir M., Suharto, S. (2019): Challenges of the Change Management for Managing People and Organizational Culture. In International Journal of Recent Technology and Engineering. Volume-8, Issue-2S11. S. 3822-3826. 	<ul style="list-style-type: none"> Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (2017): Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter Hoffjann, O., Gusko, J. (2013): Der Partizipationsmythos: Wie Verbände Facebook, Twitter & Co. Nutzen. In OBS-Arbeitsheft 75. Frankfurt Wiesenberg, M. (2018): Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. Wiesbaden. 	<ul style="list-style-type: none"> Dams, C., & Luppold, S. (2016): Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation. Wiesbaden. Nord, I., Beck, W. & Lämmlein, G. (2021): Ergebnisse zur CONTOC-Studie, Sektion Deutschland, aufbauend auf die erste ökumenische Tagung am 13.4.2021. Würzburg. Lämmlein, G., Rebenstorf, H., Schendel, G., Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland (2021): Kirchengemeindliche Kommunikation in der Pandemie. In Evangelischer Pressedienst (EPD), Nr. 32. Frakfurt am Main. 	<ul style="list-style-type: none"> Deloitte digital (2019): Digital CRM 2.0: Building customer relationships in the digital landscape. Krcmar, H. (2015): Einführung in das Informationsmanagement. 2. Aufl., Wiesbaden.
Unternehm.-praktische Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Kottler, J. P. (2019): Change-Management: Das Unternehmen erfolgreich erneuern. In Harvard Business manager Edition 4. Porsche Consulting (2020): Change Management Kompass 2020: Starke Führung als wichtigster Faktor für erfolgreiche Transformation. In https://www.porsche-consulting.com/fileadmin/docs/04_Medien/Publikationen/267748_Change_Management/Change_Management_Kompass_2020_C_Porsche_Consulting-v3.pdf 	<ul style="list-style-type: none"> Baumfelder, N., Reidinger, F. (2018): Sprechen Sie digital? Wie mittelständische Unternehmen (nicht) über Digitalisierung kommunizieren. Whitepaper. Kirf, B., Schoenburg, S., & Eicke, K.-N. (2020): Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation : wie Unternehmen interne und externe Stakeholder heute und in Zukunft erreichen. Wiesbaden. 	<ul style="list-style-type: none"> Dams, C. (2021): Erfolgsfaktoren Hybrider & Digitaler Events. In https://f.hubspotusercontent00.net/hubfs/6023408/Landingpage/images/21-02-01_VOK%20DAMS_Whitepaper_Erfolgsfakt_Hybrider_Digitaler_Events_DE.pdf XING Events (2020): Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden. Whitepaper. Hamburg. Mögliche Tools: YouTube, Zoom, Microsoft Teams, Twitch, Open Broadcaster Software, DimeDis... 	<ul style="list-style-type: none"> Deutsche Telekom (2021): Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021. Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands. Bonn. Hofmann, J., Ricci, C., Schwarz, R., Wienken, V., Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (2020): Erfolgskriterien betrieblicher Digitalisierung. Gütersloh. Mögliche Tools: Social Intranet (Beekeeper, COYO, IK-up!, Staffbase, SAP Jam), CRM (Salesforce, ninox, cobra CRM, zoho, hubspot)...

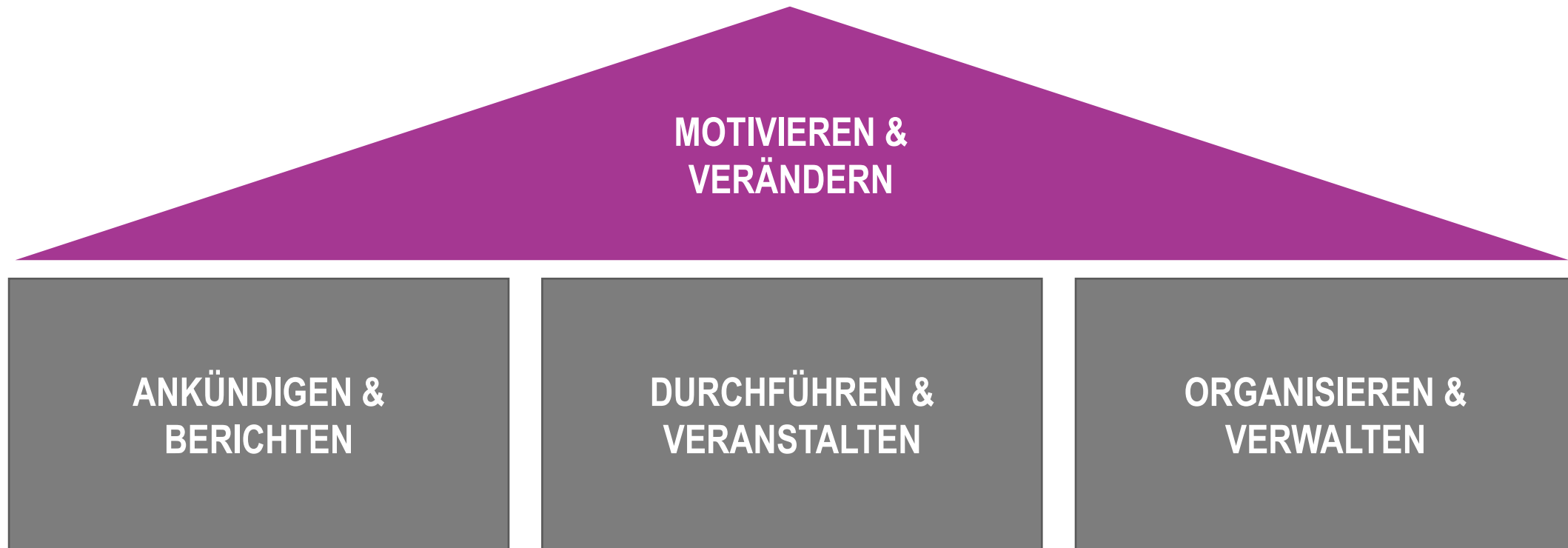
Zumeist zwei ausgewählte Quellen seien für jedes Matrixfeld vorgestellt (2)

Qualitative Übersicht Desk Research-Ergebnisse (2)

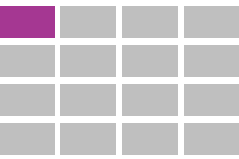
	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Praktische Perspektive Staat/NGO	<ul style="list-style-type: none"> Bundesministerium des Innern (2009): Change Management Anwendungshilfe zu Veränderungsprozessen in der öffentlichen Verwaltung. In https://www.verwaltung-innovativ.de/SharedDocs/Publikationen/Presse_Archiv/20100224_anwendungshilfe_change_management.pdf?__blob=publicationFile&v=2 Fischer-Korp, C. (2018): Erfolgreiche Change-Prozesse im öffentlichen Bereich: Strategien, Methoden und Tools. Wiesbaden 	<ul style="list-style-type: none"> Raupp, J., Kocks, J. N., Murphy, K. (2018): Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit: Implikationen des technologisch induzierten Medienwandels. Zerres, C. (2021): Planung und Umsetzung von Social Media für Kommunen. In: Breyer-Mayländer, T., Zerres C. (Hrsg.): Social Media im kommunalen Sektor: Einsatzfelder, Herausforderungen, Entwicklungsperspektiven. Wiesbaden. S.35-48 	<ul style="list-style-type: none"> Digitaler Staat (2021): Audit Digitale Verwaltung mit Dorothee Bär und Jan Pörksen. In: https://www.digitaler-staat.org/wp-content/uploads/2021/03/DS2021_programm.pdf Mootup (2021): How the United Nations Celebrated their 75th Anniversary in MootUp. In: https://mootup.com/united-nations-celebrates-75th-anniversary-in-mootup/ 	<ul style="list-style-type: none"> Bitkom (2020): Last Call: Germany! Die Bitkom-Digitalstrategie 2025. Berlin Martini, M. (2016): Digitalisierung als Herausforderung und Chance für Staat und Verwaltung: Forschungskonzept des Programmbereichs "Transformation des Staates in Zeiten der Digitalisierung. Deutsches Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung Speyer .
Kirchlich-praktische Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Mausehund, H. (2019): Evangelische Kirchengemeinden im Veränderungsprozess: Leitfaden zum Change-Management für Presbyterinnen und Presbyter. Essen Niederwimmer, K., Kuttner, M., Feldbauer-Durstmüller, B.. (2018). Change Management in einer Diözesanorganisation der römisch-katholischen Kirche Österreichs. Einführung eines Umweltmanagementsystems. In: Gmür, M. (Hrsg.) Wohin entwickelt sich der Dritte Sektor? Konzeptionelle und empirische Beiträge aus der Forschung. Verbandsmanagement Institut (VMI). S. 223-230. 	<ul style="list-style-type: none"> Evangelische Kirche im Rheinland, evangelische Kirche von Westfalen und der Lippischen Landeskirche (2016): Social Media Guidelines. In: https://www.smg-rwl.de/ Evangelisch lutherische Kirche Norddeutschland (2016): Social Media Guidelines - Empfehlungen für Haupt- und Ehrenamtliche der Nordkirche. In: https://www.social-media-guidelines.nordkirche.de/ Merle, K. (2019): Religion in der Öffentlichkeit: Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen. Berlin: De Gruyter. <i>Mögliche Tools: siehe unternehmerisch-praktisch</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Harmsen, R. C. (2020): Wie organisiere ich eine hybride Veranstaltung? 12 Tipps für eine gelungene On- und Offline-Veranstaltung. In: https://www.sonntagsblatt.de/artikel/medien/hybride-veranstaltung-tipps-online-offline-technik Isetti, G., Rachewiltz, M., Walder, M., Pechlaner, H., Weithaler, A. (2021). Der virtuelle Gott. Kirche im (Post-)COVID-19-Zeitalter - II Dio virtuale. La Chiesa ai tempi del (post) COVID-19. <i>Mögliche Tools: siehe unternehmerisch-praktisch</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Evangelische Landeskirche in Württemberg (2019): Digital Roadmap - Die vernetzte Landeskirche. Stuttgart. Peter, M. K., Kraft, C. & Josi, T. (2019): Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter: Traditionelle Werte treffen auf digitalen Zeitgeist. White Paper. Windisch (CH). Knauf, S., Wantia, N. (2021): Befragung: Digitalisierung in der Kirche: Studie zum Status Quo und den Treibern der Digitalisierung in Kirchen. In https://www.curacon.de/neuigkeiten/neuigkeit/befragung-digitalisierung-in-der-kirche Peter, M. K., Kraft, C. & Josi, T. (2019): Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter: Traditionelle Werte treffen auf digitalen Zeitgeist. White Paper. Windisch (CH). Sailer, P. S., Klinz, R. (2020): Gute Organisation in der Kirche: Klare Zielbilder helfen dabei, die Organisation einer Verwaltungseinheit verständlich und erfolgsversprechend zu gestalten. In https://home.kpmg/de/de/home/branchen/oeffentlicher-sektor/kirchliche-organisationen/nachhaltige-loesungsansaeetze/gute-organisation-in-der-kirche.html <i>Mögliche Tools: ChurchTools, ChurchDesk, MyCommuni, Cocuun, meinegemeinde.digital...</i>

Beginnen wir mit dem Schwerpunkt zum Change-Management

Ergebnisse Desk Research (1)



Change Challenges sind in Gemeinden ähnlich wie anderswo, ...



Challenges of the Change Management for Managing People and Organizational Culture (Setyanto et al., 2019)



Figure 4: Change Management Process



Figure 5: Principles of Change Management

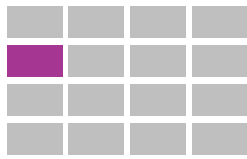


...weswegen sich auch allgemeine Change-Methoden empfehlen

Change Management - ein Überblick aus wirtschaftspsychologischer Perspektive (Buhmann, Walf, Nachtwei, 2019)

sehr bekannte Methoden	weniger bekannte Methoden	sehr bekannte Methoden	weniger bekannte Methoden
<ul style="list-style-type: none">• Training/Schulung	<ul style="list-style-type: none">• Resistance Radar	<ul style="list-style-type: none">• Visionsentwicklung	<ul style="list-style-type: none">• Systemische Aufstellung
<ul style="list-style-type: none">• Workshops	<ul style="list-style-type: none">• Analoge Intervention	<ul style="list-style-type: none">• Anreizsysteme/Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Unternehmenstheater
<ul style="list-style-type: none">• Personalentwicklung	<ul style="list-style-type: none">• Lernlandkarten	<ul style="list-style-type: none">• Konfliktmanagement	<ul style="list-style-type: none">• Kulturmanagement
<ul style="list-style-type: none">• Organisationsentwicklung	<ul style="list-style-type: none">• Change Readiness Assessment	<ul style="list-style-type: none">• Teambuilding-Aktivitäten	
<ul style="list-style-type: none">• Kommunikation persönlich, per Intranet per Print-Medien	<ul style="list-style-type: none">• Change Impact-Analyse	<ul style="list-style-type: none">• Assessment Center/Audits	
		<ul style="list-style-type: none">• Führungskräfte	
		<ul style="list-style-type: none">• Mitarbeiter-Mobilisierung	

Tabelle 1: Methoden im Change Management (Claßen/von Kyaw 2008)



Entsprechend anwendbar sind z. B. die acht Schritte vom Kottler, ...

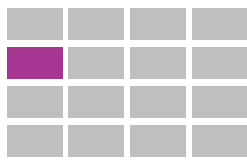
Change-Management: Das Unternehmen erfolgreich erneuern (Kottler, 2019)

In acht Schritten den Wandel bewältigen

Die Analyse von über 100 Veränderungsprozessen in Unternehmen ergab, dass Führungskräfte unbedingt die folgenden acht Schritte beachten sollte, wenn sie Wandel erfolgreich gestalten wollen.

<p>1. Schaffen Sie ein Bewusstsein für die Brisanz der Lage.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Analysieren Sie die Lage des Marktes und des Wettbewerbs.■ Identifizieren und diskutieren Sie aktuelle und potenzielle Krisen sowie bedeutende Chancen.	<p>4. Verbreiten Sie die Vision.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Nutzen Sie jeden möglichen Weg, um die neu entworfene Vision und die neuen Strategien allen Betroffenen klar zu vermitteln.■ Lehren Sie neue Verhaltensweisen, indem die Veränderungscoalition als Beispiel vorangeht.	<ul style="list-style-type: none">■ Realisieren Sie diese Pläne.■ Belohnen Sie an den Verbesserungen beteiligte Mitarbeiter öffentlich.
<p>2. Schmieden Sie eine Koalition der Erneuerer.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Gründen Sie eine Gruppe, die mächtig genug ist, um den Wandel voranzubringen.■ Ermutigen Sie diese Gruppe, als Team eng zusammenzuarbeiten.	<p>5. Ermutigen Sie andere, der Vision entsprechend zu handeln.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Beseitigen Sie Hindernisse, die der Veränderung im Weg stehen.■ Verändern Sie Strukturen und Systeme, die die Realisierung der Vision ernstlich gefährden können.■ Ermutigen Sie die Mitarbeiter, etwas zu wagen, und fördern Sie unkonventionelle Ideen, Maßnahmen und Handlungsweisen.	<p>7. Bauen Sie Erfolge weiter aus.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Nutzen Sie die gestiegene Glaubwürdigkeit, um Systeme, Strukturen und Verhaltensweisen weiter zu verändern, die noch nicht zur Vision passen.■ Fördern Sie Mitarbeiter, und stellen Sie neue Mitarbeiter ein, die die Vision erfolgreich umsetzen können.■ Beleben Sie den Erneuerungsprozess mit neuen Projekten, Themen und Change Agents.
<p>3. Entwickeln Sie eine Vision für das Unternehmen.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Schaffen Sie eine Vision, die Sie dabei unterstützt, die Veränderungen voranzutreiben.■ Entwickeln Sie Strategien, um die Vision zu verwirklichen.	<p>6. Planen Sie kurzfristige Erfolge.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Planen Sie deutlich sichtbare Leistungsverbesserungen ein.	<p>8. Verankern Sie die neuen Ansätze.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Betonen Sie die Zusammenhänge zwischen dem neuen Verhalten und dem Unternehmenserfolg.■ Entwickeln Sie Hilfsmittel, um die Führungskräfteentwicklung und die -nachfolge zu sichern.

...weil gute Führung und Beteiligung kritisch für Veränderung sind



Change Management Kompass 2020: Starke Führung als wichtigster Faktor für erfolgreiche Transformation (Porsche Consulting, 2020)

Frage: Wie hoch schätzen Sie die Bedeutung der folgenden Ursachen für eine strategische Transformation Ihres Unternehmens in den nächsten 24 Monaten ein?

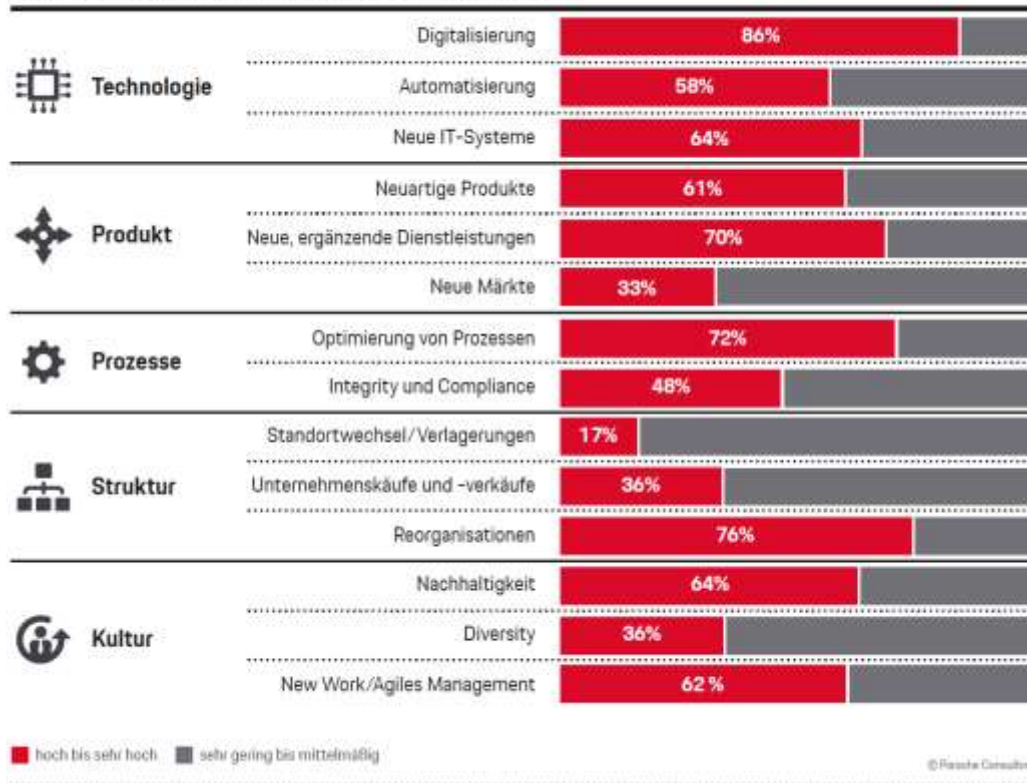


Abb 1. Aktuelle Trends als Auslöser für strategische Transformationen

Frage: Wie häufig behindern die genannten Faktoren eine erfolgreiche strategische Transformation in Ihrem Unternehmen?

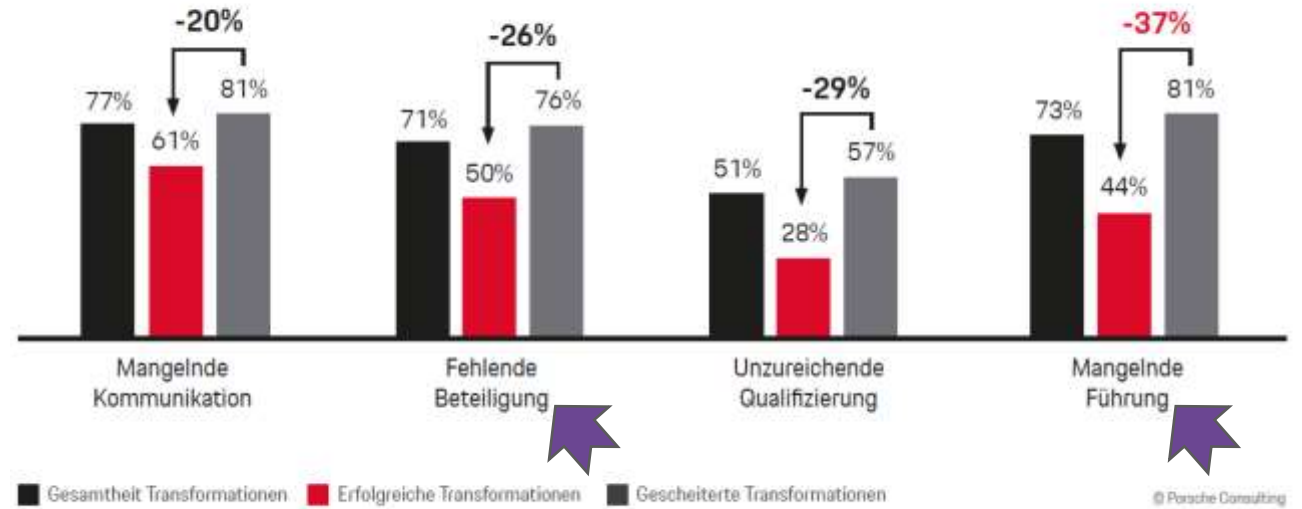
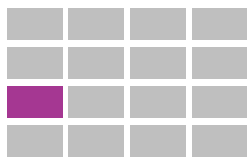
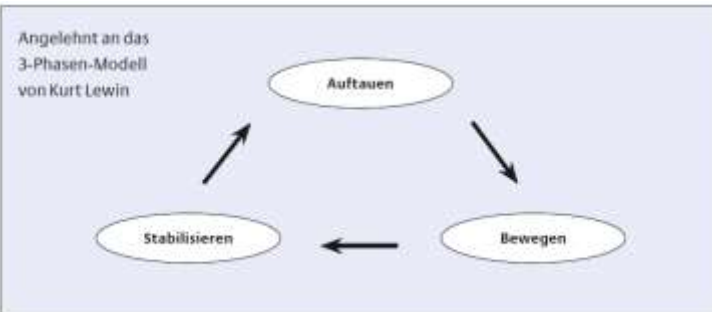


Abb 4. Typische Defizite in Veränderungsprojekten

Anwendungshilfen aus öffentlichem Bereich können helfen, ...

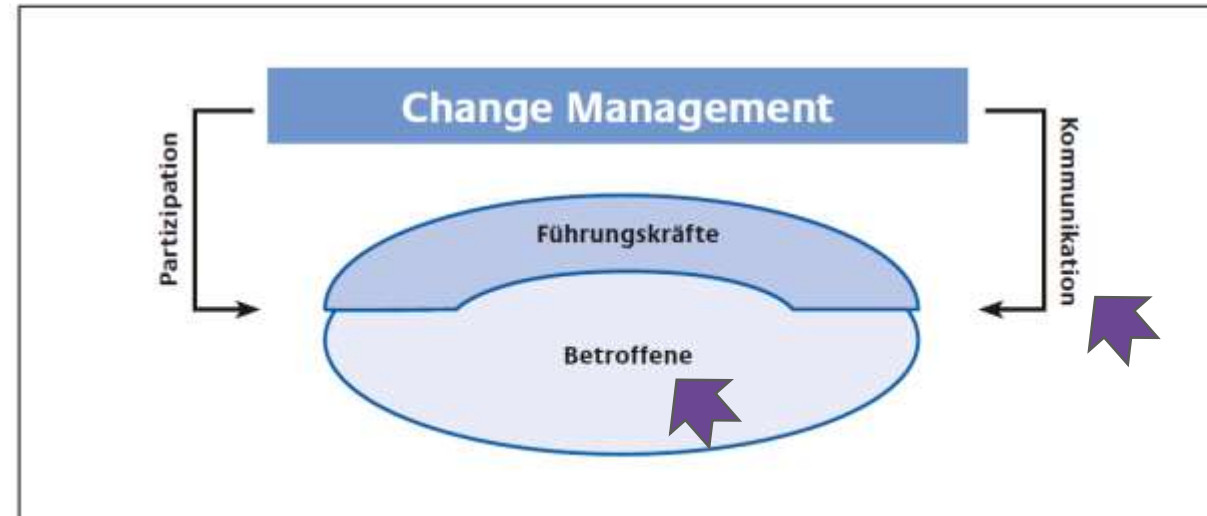


Change Management Anwendungshilfe zu Veränderungsprozessen in der öffentlichen Verwaltung (Bundesministerium des Innern, 2009)

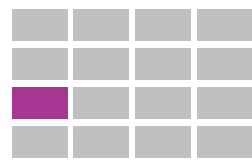


3.2 Kritische Erfolgsfaktoren

Durch Change Management können Betroffene und besonders Führungskräfte für den Veränderungsprozess gewonnen werden. Dies geschieht vor allem durch Kommunikation und Partizipation. Daraus ergeben sich vier entscheidende Erfolgsfaktoren:



- **Auftauen:**
In dieser Phase geht es darum, bei den Betroffenen Bereitschaft für den Wandel zu erzeugen. Das bedeutet auch, unter den Führungskräften Multiplikatoren und Verbündete zu identifizieren und für das Vorhaben zu motivieren. Ziel ist es, Betroffene und Beteiligte von der Notwendigkeit der Veränderungen zu überzeugen. Ist bereits jetzt absehbar, dass bestimmte Widerstände auftreten werden, ist dies in die Vorhabenplanung einzubeziehen.
- **Bewegen:**
In der Folge werden die Veränderungen umgesetzt, sei es direkt (sofortige Implementation) oder nach Durchführung eines Piloten. Bei kulturrelevantem Wandel werden neue Verhaltensweisen eingeübt. Dies kann gerade am Anfang zu einer erhöhten Frustration führen, da eine gewisse Unsicherheit mit den neuen Aufgaben verbunden wird. Hier geht es deshalb auch insbesondere um geeignete Unterstützung, z. B. durch gezielte Weiterbildungsmaßnahmen (vgl. Kap. 4.3 Weiterbildung).
- **Stabilisieren:**
Die erreichten Veränderungen müssen nun nachhaltig stabilisiert und ein Rückfall in die alten Verhaltensweisen bzw. Strukturen muss verhindert werden. Ggf. sind nachträgliche Steuerungsmaßnahmen nötig. Nur wenn dies gelingt, ist das Vorhaben erfolgreich gewesen (vgl. Kap. 3.4 Veränderungen steuern und nachhaltig verankern).



...wobei u. a. unterschiedliche Werte zu berücksichtigen sind

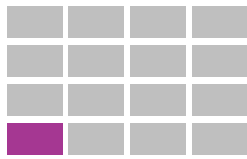
Erfolgreiche Change-Prozesse im öffentlichen Bereich: Strategien, Methoden und Tools (Fischer-Korp, 2018)

Tab. 2.1 Unterschiede zwischen Werten, Intentionen und Optionen im Veränderungsprozess von verschiedenen Interessensgruppen

Gruppe	Werte	Intentionen	Optionen im Veränderungsprozess
Politik	Durchsetzen, Lösungen präsentieren, Sicherheit, Ordnung	Macht, Profil, besser als die anderen sein	+ Ansehen gewinnen, mehr Finanzen für die Gemeinde – Vertrauensverlust, Konflikte, Imageverlust
Wirtschaft	Innovation, Flexibilität, Lösungen, Zielstrebigkeit	Gewinn, Wachstum, Konkurrenz überholen	+ Gewinn bei (rascher) Realisierung – Verluste bei Verzögerungen
Bürger	Fairness, Sicherheit, Zuverlässigkeit, Offenheit, Transparenz, Stabilität	Keine Störungen, Ruhe, Freiheit, Mitbestimmung	+ Versorgungssicherheit, effizientere Mobilität, Arbeitsplätze, mehr Geld für Gemeinde und damit mehr Leistungen für sich – Unsicherheit, Angst, Unruhe, Entwertung der Grundstücke, Lärm
Verwaltung	Langfristigkeit, Hierarchie,	Eindeutige Vorgaben, klare Abläufe, rechtliche Grundlagen	+ gute Planung, gute Ergebnisse, Erfolg von Planung und Behördenweg – Verzögerungen, Einsprüche



Organisationale Identität ist im kirchlichen Kontext zentral, ...



Change Management in einer Diözesanorganisation der römisch-katholischen Kirche Österreichs. Einführung eines Umweltmanagementsystems (Niederwimmer et al., 2018)

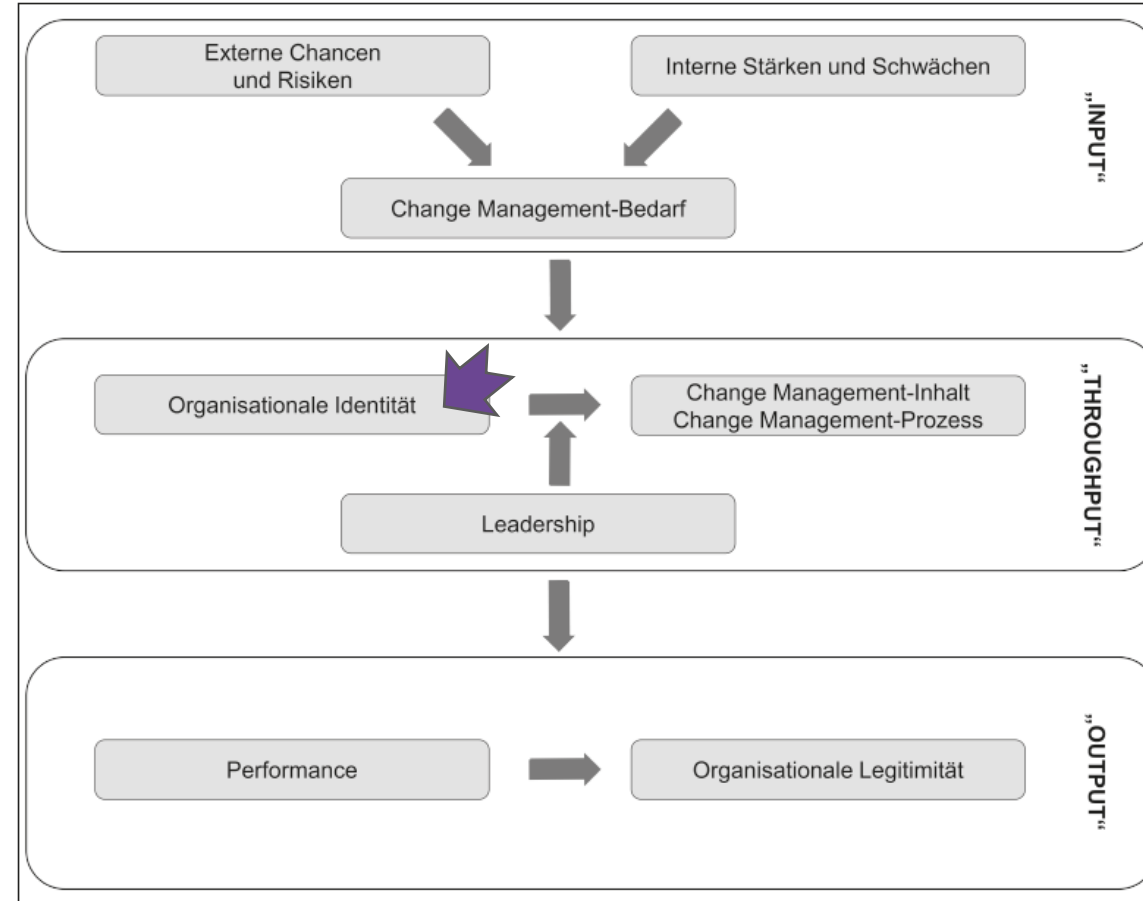
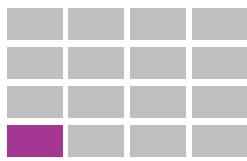
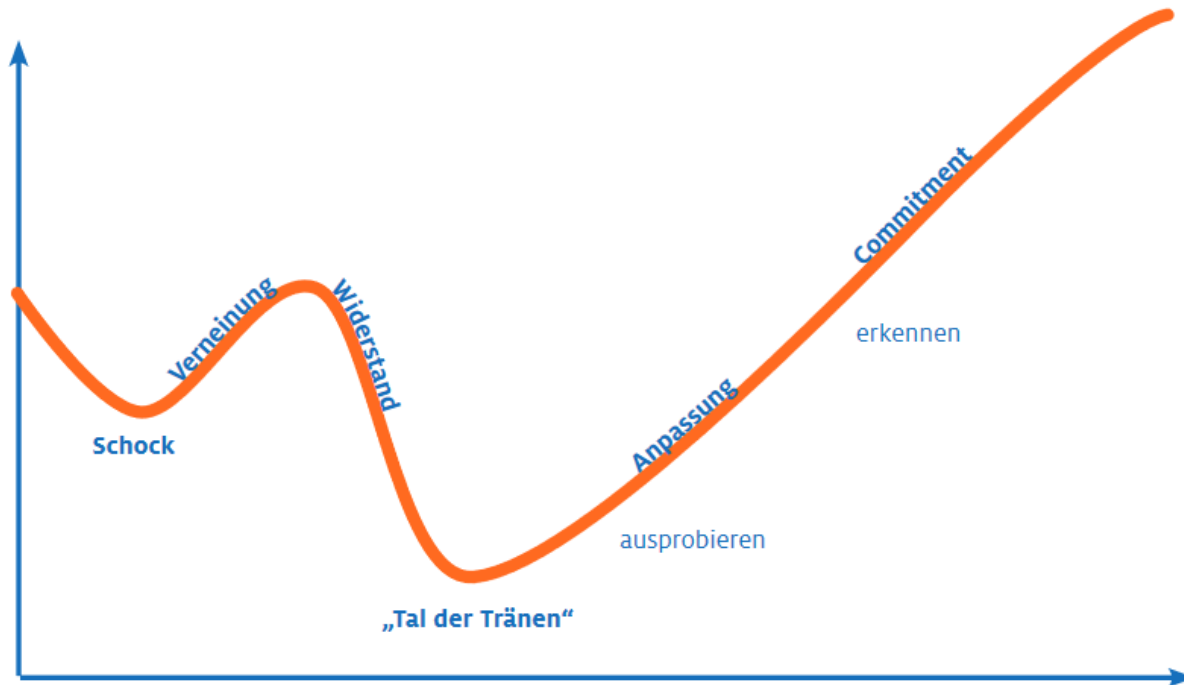


Abb. 1: Theoretische Fundierung (in Anlehnung an Jacobs et al., 2013: 777)

...um am Ende den „Raum der Erneuerung“ wirklich zu erreichen



Evangelische Kirchengemeinden im Veränderungsprozess: Leitfaden zum Change-Management für Presbyterinnen und Presbyter (Mausehund, 2019)



Quelle Grafik in Anlehnung an: Eike Wagner et al. (2010): Wie erfolgreiche Veränderungskommunikation wirklich funktioniert?! in: INeKO, Changemanagement auf personaler und organisatorischer Ebene, S. 26

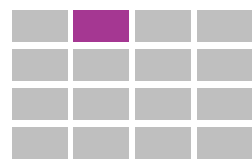


Schaubild in Anlehnung an: Thomas Robrecht, Mediationskompetenz für Führungskräfte (2013), abrufbar unter: <https://docplayer.org/12853586-Mediationskompetenz-fuehrungskraefte.html>, letzter Zugriff 03.01.2019

Jetzt folgen Ergebnisse zur externen Kommunikation

Ergebnisse Desk Research (2)





Social Media in Gemeinden waren kommunikativ lange marginal, ...

Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen (Wiesenberg, 2019)

Tabelle 24: Aufgaben des Teams für Öffentlichkeitsarbeit

	Gesamt %	Gesamt n
Redaktion des Gemeindebriefes/Pfarrbriefes	93,3	126
Redaktion des Internetauftritts	64,4	87
Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern (Grafiker, Druckerei etc.)	51,9	70
Gestaltung des Schaukastens	36,3	49
Entwicklung eines einheitlichen Kommunikationskonzeptes bzw. einheitlicher Gestaltungsrichtlinien	31,1	42
Texten von Pressemitteilungen	27,4	37
Versand von Newslettern, Mailings oder Rundbriefe	26,7	36
Organisation von Veranstaltungen (Gemeinde-, Stadtteilfest, Kirchenmusik etc.)	20,0	27
Zusammenarbeit mit anderen kirchlichen Ebenen	18,5	25
Video- und Bildredaktion	17,1	23
Fundraising	14,1	19
Analyse der Zugriffszahlen auf die Webseite	12,6	17
Evaluation (z. B. durch Leserbefragung)	8,9	12

Anmerkung. N = 135. Mehrfachantworten möglich.

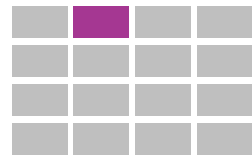
Tabelle 25: Ressourcenaufwand der Kongregationen für kirchliche Öffentlichkeitsarbeit

	Gesamt M (SD)	Ev. M (SD)	Kath. M (SD)
Gemeinde- bzw. Pfarrbrief **	4,26 (0,93)	4,35 (0,78)	3,94 (1,26)
Veranstaltungen (Gemeinde-, Stadtteilfest, Kirchenmusik etc.)	3,78 (1,01)	3,84 (0,97)	3,57 (1,12)
Broschüren/Flyer/Plakate	3,51 (0,99)	3,54 (0,95)	3,40 (1,12)
Eigener Internetauftritt	3,43 (1,02)	3,43 (1,03)	3,43 (0,99)
Schaukasten *	3,19 (1,02)	3,11 (1,00)	3,46 (1,05)
Pressearbeit für säkulare Medien	2,89 (1,05)	2,94 (1,07)	2,74 (0,99)
Einheitliche Gesamtausrichtung der Kommunikation	2,44 (1,16)	2,40 (1,16)	2,59 (1,17)
Pressearbeit für kirchliche Medien	2,22 (0,98)	2,17 (0,91)	2,40 (1,17)
Fundraising	2,17 (1,18)	2,24 (1,20)	1,93 (1,10)
Ziele setzen und deren Erreichen prüfen (Evaluation)	1,87 (0,92)	1,84 (0,85)	1,96 (1,09)
Newsletter	1,73 (1,12)	1,68 (1,11)	1,88 (1,16)
Social Media	1,61 (1,01)	1,57 (0,99)	1,77 (1,11)
Stände auf Märkten, Messen etc.	1,58 (0,91)	1,59 (0,93)	1,55 (0,83)

Anmerkungen. N ≥ 196 (Ev.: N ≥ 152; Kath.: N ≥ 47; ohne „weiß nicht“). Mittelwerte basierend auf einer fünfstufigen Likert-Skala von 1 = „Keinerlei Ressourcenaufwand, da nicht vorhanden“ bis 5 = „sehr hoher Ressourcenaufwand“.

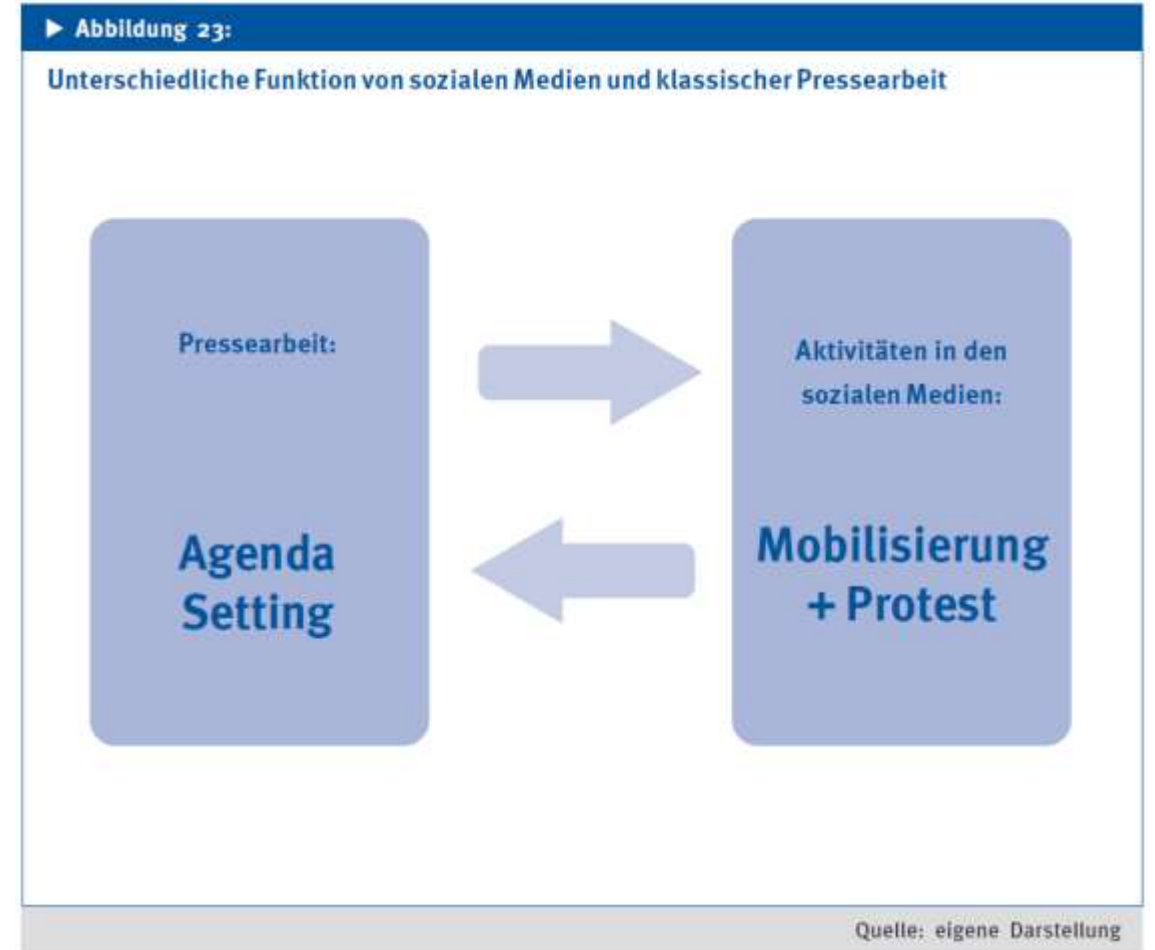
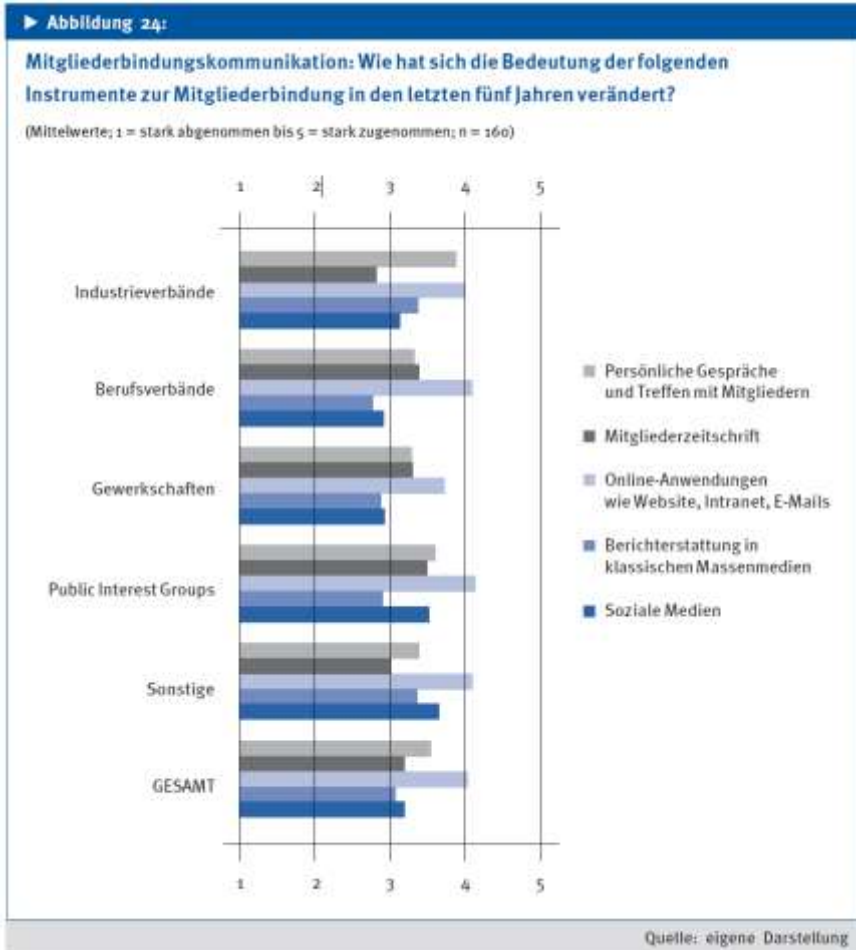
* Signifikanter Unterschied zwischen den Konfessionen: $t = 2,08, p < 0,05$. ** Hoch signifikanter Unterschied zwischen den Konfessionen: $t = 2,73, p < 0,01$. Reliabilität aller Items: Cronbachs $\alpha = 0,77$.

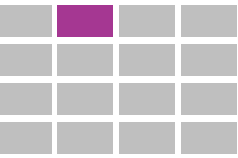
Anm. d. Red.: M=Mittelwert, SD= Standardabweichung



...und bei Verbänden ist der Dialog oft eher scheinbar

Der Partizipationsmythos: Wie Verbände Facebook, Twitter & Co. nutzen (Hoffjann & Gusko, 2013)





Deswegen sind analoge Alternativen weiterhin wichtig

Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter (Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet, 2017)

GRUNDSÄTZE FÜR SICHERE DIGITALE KOMMUNIKATION

1. DIGITALE KOMMUNIKATION MIT SENSIBLEN INHALTEN SOLLTE SICHER UND VERLÄSSLICH SEIN.

2. DIE EINGESETZTE TECHNOLOGIE SOLLTE NUTZERFREUNDLICH SEIN.

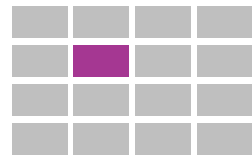
3. DEM NUTZER GEGENÜBER SOLLTE DER GEWÄHRLEISTETE SICHERHEITSSTANDARD KOMMUNIZIERT WERDEN.



4. DEM NUTZER SOLLTEN ALTERNATIVE – AUCH ANALOGE – KOMMUNIKATIONSMITTEL ANGEBOTEN WERDEN.

5. DIE WAHL DES KOMMUNIKATIONSMITTELS SOLLTE FÜR DEN NUTZER NICHT MIT UNMITTELBAREN MEHRKOSTEN VERBUNDEN SEIN BZW. IN DIESER HINSICHT NICHT ZWISCHEN ANALOGER UND DIGITALER KOMMUNIKATION UNTERSCHIEDEN.





Auch Gemeinde brauchen strategische Themenentwicklung, ...

Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation (Kirf, Schoenburg & Eicke, 2020)

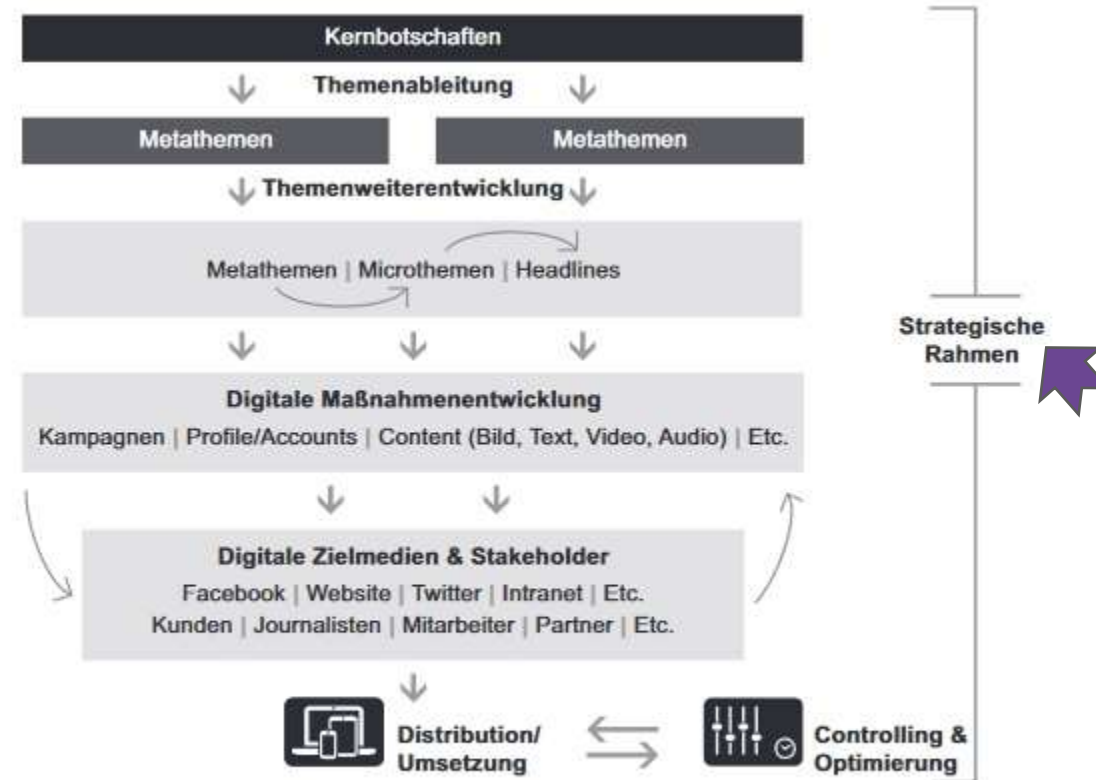
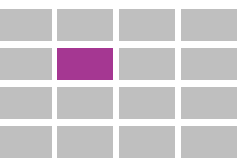


Abb. 3.1 Digitale Themen- und Maßnahmenentwicklung sowie Controlling- und Optimierungsprozess.



...und können dabei von Empfehlungen für KMU lernen

Sprechen Sie digital? Wie mittelständische Unternehmen (nicht) über Digitalisierung kommunizieren (Baumfelder & Reidinger, 2018)

Handlungsempfehlungen an den Mittelstand

- 1 Kapazitäten schaffen**

Kontinuierlich Themen über soziale Medien zu besetzen, bedarf personeller Unterstützung. Oft mangelt es dabei an Themenverantwortlichen, die den Kommunikatoren zuarbeiten. Manchmal fehlt auch das passende Wissen über Online-Kommunikation. Was in der B2C-Kommunikation schon lange Standard ist, fehlt häufig in Industrie und Mittelstand. Klare Verantwortlichkeiten für Social Media und ein schlagkräftiges eigenes Social-Media-Team.

 - Themenverantwortliche definieren
 - Schlagkräftiges Social-Media-Team aufbauen
 - Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen stärken
- 2 Kommunikation fokussieren**

Insbesondere bei geringen zeitlichen und personellen Ressourcen lohnt es sich, die verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen zu fokussieren. Digitalisierung als Querschnittsthema kann dann auch in unterschiedlichen Facetten betrachtet und für die Unternehmens- und Produktkommunikation eingesetzt werden. Dadurch können Mittelständler das kommunikative Potenzial besser für die eigene Positionierung nutzen.

 - Themen nach Potenzial priorisieren
 - Themenstrategien entwickeln
 - Kommunikation fokussieren
 - Relevant kommunizieren und Dialog führen
- 3 Nutzer im Blick behalten**

Wer spricht wo, wie über was oder anders gesagt: Zu wissen, wie die Menschen im (Social) Web ticken, ist für eine zeitgemäße Digital-Kommunikation erfolgsentscheidend. Nur so kann man Teil der Diskussion, Mitbestimmer von Themen sowie Agenda- und Trendsetter sein. Social Media Listening Tools helfen, die Vielzahl an Inhalten zu filtern und Dialogoptionen zu entdecken. Mittelständler können sich beispielsweise so in die Diskussion zur Digitalisierung einklinken, Zielgruppen mit interessenspezifischem Content erreichen oder die relevanten Hashtags bespielen.

 - Social Listening Tool auswählen
 - Themen- / Suchfelder bestimmen
 - KPIs definieren und verfolgen
 - Alerts und Reports erstellen
 - Insights kapitalisieren
- 4 Themen besetzen**

Die Studie zeigt, dass die Kommunikation über das Thema Digitalisierung im Mittelstand entweder auf einer sehr abstrakten Ebene des Veränderungsprozesses stattfindet oder auf Ebene der Produkte und Technologien. Kommunikatoren sollten diese verschiedenen Flughöhen nutzen und mit den kommunikativen USPs des Unternehmens abgleichen. Die so identifizierten Digitalisierungsthemen müssen dann konsequent gespielt werden. Dadurch können Unternehmen langfristig ein bestimmtes Thema besetzen.

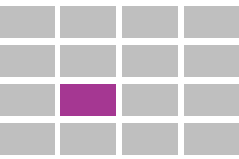
 - Interne Digitalisierungsthemen identifizieren
 - Themenleckbriefe aufbereiten
 - Gezielte Social Media Content erarbeiten
- 5 Haltung zeigen und Stellung nehmen**

Die Frage, wie sich die Digitalisierung auf die Arbeit von morgen auswirken wird, hat im Untersuchungszeitraum eine große Beachtung gefunden. Insbesondere Beiträge, in denen der Autor eine klare Position einnahm, wurden häufig geteilt. Die Devise lautet: Stellung nehmen, Haltung zeigen und die komplexen Themen anschaulich erklären. Kurzum: (Marken-)Haltung beziehen und die eigene Digitalisierungskompetenz vermitteln.

 - Argumentarien zur meinstarken Thematik erarbeiten
 - Externe Statements abstimmen
 - Gezielte Diskussionen einschalten
- 6 Die richtigen Kanäle wählen**

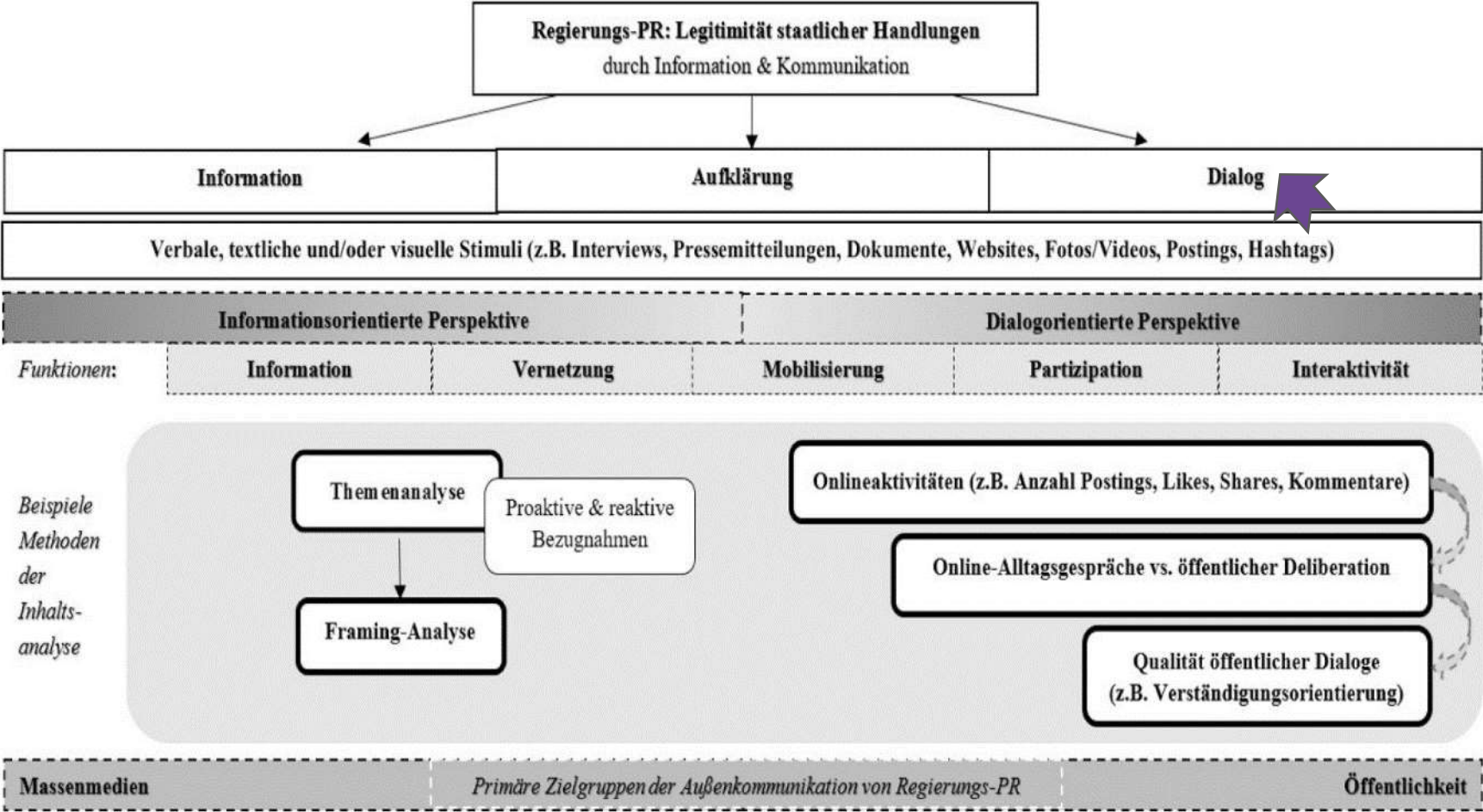
Nicht jeder Kanal eignet sich für jedes Thema. Insbesondere Twitter nimmt als Kanal für die Massenkommunikation eine wichtige Rolle ein. Der Grund: Die einfache Möglichkeit, sich mit relevanten Meinungsführern zu vernetzen, in den Dialog zu treten und so auch in einer Fach-Community sichtbar zu sein. Jedoch kann es sich auch für bestimmte Themen lohnen, Nischen-Plattformen wie Fachforen zu berücksichtigen und dort aktiv zu sein.

 - Bereits genutzte Kanäle zielgerichteter bespielen
 - Neue Plattformen oder Nischenkanäle evaluieren
 - Text- und Bild-Formate kanalspezifisch anpassen

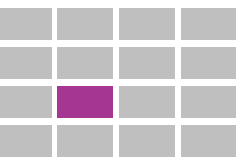


Im staatlichen Bereich wird externer Dialog immer wichtiger, ...

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit: Implikationen des technologisch induzierten Medienwandels (Raupp et al., 2018)



...was u. a. zu Empfehlungen für Social Media von Kommunen führt

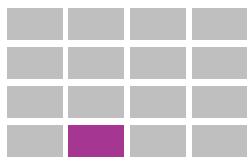


Planung und Umsetzung von Social Media für Kommunen (Zerres, 2021)

- **Persönliche und regionale Ansprache und Bezug:** Die Inhalte sollten immer einen klaren regionalen Bezug haben. Nur so ist letztlich auch eine Differenzierung von überregionalen Medien möglich. Zudem bietet es sich an, der Verwaltung ein „Gesicht zu geben“, indem aktiv Mitarbeiter*innen der verschiedenen Abteilungen eingebunden werden. Zum Beispiel könnten so Aufgabenbereiche und Tätigkeiten veranschaulicht werden. Gerade für potenzielle Arbeitnehmer*innen kann dies eine sinnvolle Botschaft sein. Da gerade Politik auch ein personenbezogenes Thema ist, schafft man hierdurch zudem eine gewisse Nähe zu einzelnen Personen in der kommunalen Verwaltung und Politik.
- **Abstrakte Themen greifbar machen:** Entscheidungen und Maßnahmen sind häufig insbesondere für Bürgerinnen und Bürger nicht immer nachvollziehbar. Grundsätzlich sollte daher auf eine abstrakte Kommunikation verzichtet werden. Die getroffenen Entscheidungen und Maßnahmen sollten einfach und verständlich zusammengefasst werden. Beispielsweise können etwa zur Einordnung von Ausgaben oder Finanzierungen Vergleichswerte angeführt werden, die eine Beurteilung vereinfachen und die Werte greifbar machen.

- **Vielfältigkeit hervorheben:** Hierbei geht es darum, einerseits die Vielfältigkeit der kommunalen Politik und Verwaltung deutlich zu machen; andererseits sollte gleichzeitig auch die Vielfältigkeit in der Region hervorgehoben werden und die hiermit verbundenen unterschiedlichen Lebensansätze, Meinungen und Erwartungen.
- **Partizipation am kommunalen Leben:** Die Kommunikationsbotschaften sollen anregen, am öffentlichen Leben teilzunehmen und hier aktiv gestalterisch einzuwirken. Hierbei geht es insbesondere darum, den Beitrag, den die kommunale Verwaltung zum Leben in der Region leistet, entsprechend deutlich zu machen. Dabei bietet sich hier die Möglichkeit, auch auf einer emotionalen Ebene zu kommunizieren und so etwa positive Entwicklungen hervorheben.
- **Aktualität und Kontinuität:** Die Inhalte sollten aktuelle Entwicklungen aufgreifen. Nur so bieten sie vor allem was das Thema Informationen angeht einen Mehrwert für die Besucher*innen des Kanals. Zudem muss auf eine kontinuierliche Kommunikation geachtet werden. Nutzer*innen erwarten in regelmäßigen Abständen neue Inhalte, ansonsten werden Kanäle nicht mehr besucht und verlieren an Relevanz.

Kirche muss kommunikationskulturelle Veränderung bewusst sein...



Religion in der Öffentlichkeit: Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen (Merle, 2019)

	Liberaler Öffentlichkeit	Deliberative Öffentlichkeit
1. Kommunikative Zugänglichkeit (Input): Wer soll kommunizieren? Worüber soll kommuniziert werden?		
soziale Zugänglichkeit	Repräsentation, bzw. „Spiegel“ der vorhandenen Akteurs- und Meinungsvielfalt	Beteiligung von Akteuren nicht nur aus dem „Zentrum“, sondern auch aus der „Peripherie“, besonders zivilgesellschaftliche Sprecher
	kollektive Akteure als Repräsentanten der Bürger	individuelle Akteure (Bürger) oder bürgernahe kollektive Akteure der Zivilgesellschaft
sachliche Zugänglichkeit	Offenheit für alle Themen und Beiträge	Offenheit für alle Themen und Beiträge, besonders für die „Allgemeinheit“ relevante Themen
2. Kommunikationsverlauf (Throughput): Wie soll kommuniziert werden?		
Diskursivität	kaum spezifiziert (Wahrung hinreichenden Respekts vor anderen Akteuren)	Kommunikation soll diskursiv ablaufen, d. h., (1) Mitteilungen sollen mit Begründungen versehen werden, (2) (respektvoll) aufeinander bezogen und (3) auf hohem Rationalitätsniveau (Berücksichtigung entgegengesetzter Interessen und Werte in der eigenen Argumentation) sein sowie (4) gleiche Beteiligungschancen bieten (Publizieren, Rezipieren, Anschlusskommunikation).
3. Ziel (Output): Welche Ergebnisse sollen erreicht und weitergegeben werden?		
Orientierung	kaum spezifiziert (Transparenz über vorhandene Meinungsvielfalt, Abbruch bei Nicht-Konsensfähigkeit)	argumentativ erzielte(r) Konsens oder Mehrheitsmeinung durch zwanglose Überzeugung, Legitimität der Entscheidung

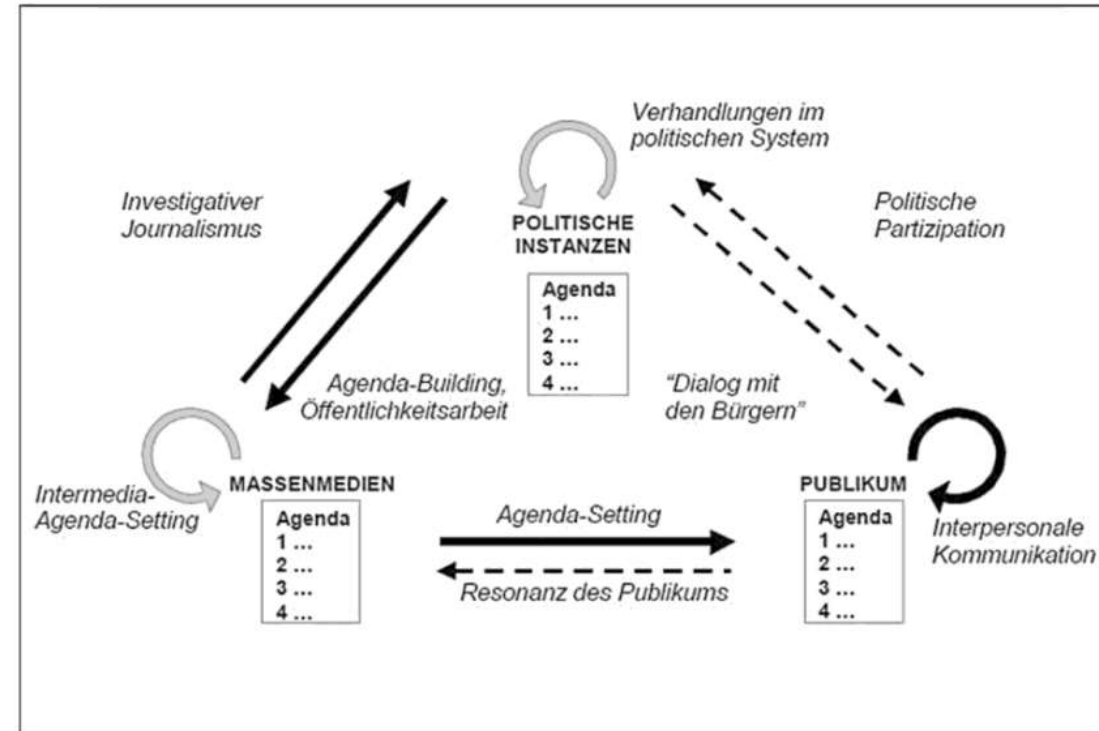
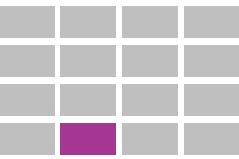


Abbildung 2: Komplexes Zusammenspiel von Ebenen und Elementen im Agenda-Setting-Prozess

Tabelle 1: Merkmale deliberativer Öffentlichkeit

...und dabei vorhandene konkrete Ratgeber nutzen (1)



Social Media Guidelines - Empfehlungen für Haupt- und Ehrenamtliche der Nordkirche (Evangelisch lutherische Kirche Norddeutschland, 2016)

Goldene Regeln - in Kürze das Wichtigste

Achten Sie auf sich

Übernehmen Sie sich nicht. Sie müssen nicht immer alles machen. Agieren Sie - wenn möglich - als Team. Gehen Sie mit Bedacht vor. Lesen Sie zweimal durch, was Sie veröffentlichen möchten.

Achten Sie auf andere

Hören Sie zu und behandeln Sie andere Menschen im Netz freundlich und mit Respekt. Reagieren Sie auf Kritik sachlich und freundlich. Biedern Sie sich nicht an. Gehen Sie verantwortlich mit den Informationen um, die Sie erhalten.

Sprechen Sie für sich

Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie sprechen. Kennzeichnen Sie persönliche Meinungsäußerungen. Erwecken Sie nicht den Anschein, offizielle Verlautbarungen wiederzugeben, wenn es sich um persönliche Meinungen handelt.

Seien Sie ehrlich

Verstellen Sie sich nicht. Informationen sind im Internet überprüfbar. Falsche Aussagen und Halbwahrheiten oder gar Unwahrheiten schaden der Glaubwürdigkeit.

Halten Sie sich an geltendes Recht

Veröffentlichen Sie Texte, Fotos und Videos nur dann, wenn Sie dazu berechtigt sind. Unwissenheit schützt nicht vor Strafe! Veröffentlichen Sie keine beleidigenden, rechtswidrigen und verleumderischen Inhalte. Verlagern Sie seelsorgliche Kommunikation in datenschutzrechtlich unbedenkliche Bereiche.

Internes bleibt intern

Veröffentlichen Sie keine sensiblen Daten und keine internen Informationen.

Keine Informationsbarrieren - schließen Sie niemanden aus

Wichtige Informationen müssen allen frei zugänglich sein! Sie gehören auch im eigenen Interesse auf Ihre Website, wo sie jederzeit abrufbar sind. Veröffentlichen Sie also nichts Wesentliches exklusiv in geschlossenen Netzwerken wie facebook, für die man sich extra anmelden muss.

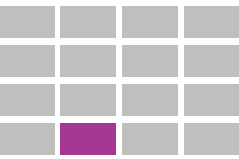
Bringen Sie die Kirche zur Sprache

Seien Sie Botschafter der Kirche und sprechen Sie über kirchliche Themen. Bringen Sie Ihr Fachwissen ein. Verbreiten Sie kirchliche Inhalte, indem Sie sie kommentieren, "Gefällt mir" klicken und teilen.

Gehen Sie mit Freude an die Sache!

Machen Sie nichts, was Ihnen grundsätzlich unangenehm ist, aber bleiben Sie offen für Neues. Probieren Sie auch mal was aus. Nutzen Sie Ihre Gaben. Seien Sie authentisch.

...und dabei vorhandene konkrete Ratgeber nutzen (2)



Social Media Guidelines (Evangelische Kirche im Rheinland, evangelische Kirche von Westfalen und der Lippischen Landeskirche, 2016)

Tipps und Beispiele zu „Identifizierbarkeit und Transparenz“

- Verknüpfen Sie Ihr persönliches Profil sowohl mit der Social-Media-Seite als auch mit der Corporate-Website Ihres Arbeitgebers bzw. der Einrichtung, in der Sie ehrenamtlich mitarbeiten.
- Personen des öffentlichen Lebens können bei manchen Plattformen eine „Fanpage“ erstellen und zusätzlich als Privatperson eine Profilage haben. So lässt sich steuern, was private und was öffentliche Kommunikation ist und ihr Privatleben kann geschützt werden. Klären Sie, welche Kommunikation besser über eine persönliche Profilage geschieht und welche besser über eine Fanpage der Gemeinde oder Einrichtung läuft.
- Nutzen Sie soziale Netzwerke mit Ihrem Klarnamen (Vor- und Zuname) oder einem Profilnamen, der Ihnen zuzuordnen ist (z.B. Pfarrerin Musterfrau), wenn das Konto dienstlich genutzt wird.
- Laden Sie ein Profilbild hoch, auf dem Sie erkennbar sind. Die Art des Fotos kann signalisieren, dass das Konto dienstlich genutzt wird.
- Treffen Sie die Privatsphäre-Einstellungen so, dass die öffentlichen Informationen Ihres persönlichen Profils über die plattforminterne Suche und auch Suchmaschinen auffindbar ist.
- Wenn Sie im Namen Ihrer Institution schreiben, aber keine persönliche Meinung äußern, schreiben Sie in der ersten Person Plural („Wir“ statt „Ich“).
- Wenn Sie Ihre persönliche Meinung äußern, schreiben Sie in der ersten Person Singular („Ich“ statt „Wir“).
- Wenn Sie z.B. einen Twitter-Kanal oder eine Facebook-Fanpage mit mehreren Personen nutzen, geben Sie sich als Autor/als Autorin eines Tweets oder Posts zu erkennen, zum Beispiel mit einem angehängten Namens Kürzel.
- Wenn Sie sich als Amtsträger/-in in öffentliche Diskussionen einmischen, hat Ihre Stimme Gewicht. Darin liegt eine Chance, aber bedenken Sie, dass Ihre Stimme dann auch als offizielle Positionierung der Kirche wahrgenommen werden kann. Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie sich äußern.

Tipps und Beispiele zu „Verlässlichkeit und Verantwortlichkeit“

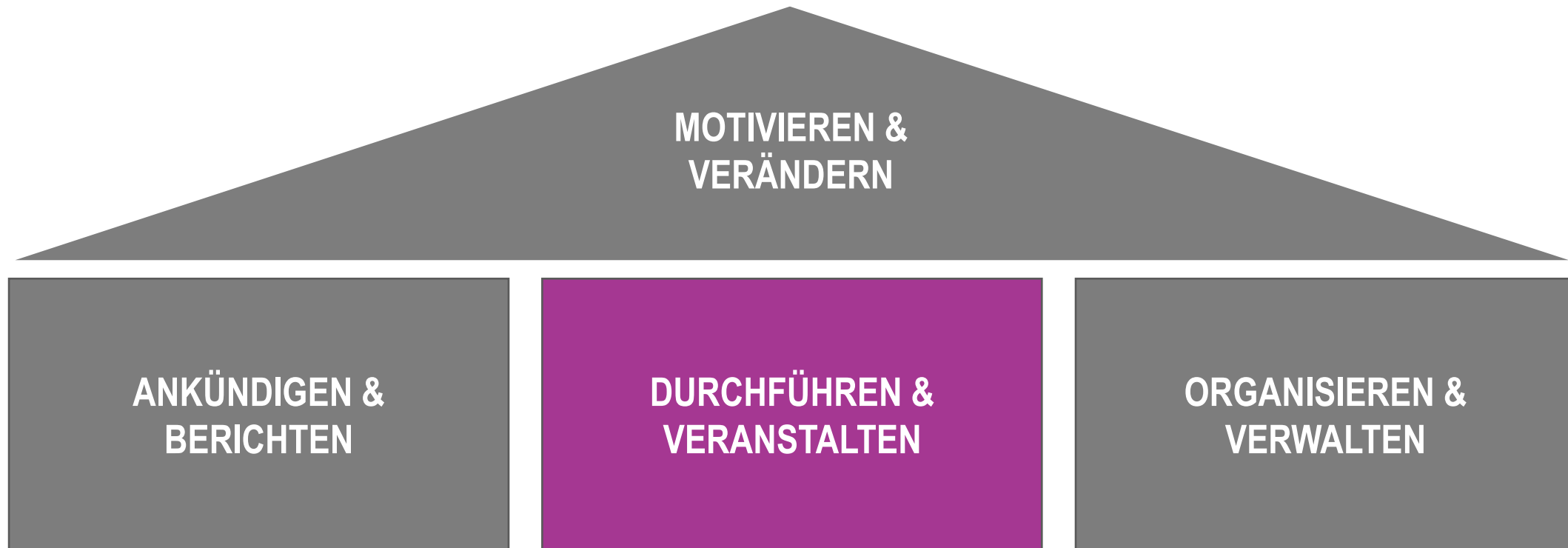
- Wählen Sie angemessene Bilder (ob als Titelbild oder Profilbild), die Ihre Einrichtung nicht diskreditieren, also z.B. keine Partybilder! Denken Sie daran, dass Profilbilder häufig auch verkleinert bzw. automatisiert beschnitten werden (Thumbnail), auch dann sollten sie noch erkennbar sein.
- Stellen Sie sich vor einer Veröffentlichung folgende Fragen:
 - Darf mein schlimmster Feind/mein bester Freund das wissen?
 - Will ich, dass diese Information vom Plattformbetreiber (z.B. Facebook) für eigene Zwecke oder zur Werbung genutzt wird?
 - Darf diese Information auf unbestimmte Zeit im Internet stehen?
- Beachten Sie die Verbreitungsweg: wird eine Nachricht automatisch an einer weiteren Stelle veröffentlicht?
- Kontrollieren Sie in regelmäßigen Abständen Ihre Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen!
- Wenn Sie mit einem seelsorglichen Anliegen konfrontiert werden (Chat, Private Nachricht etc.), wechseln Sie den Kommunikationskanal. Schlagen Sie zum Beispiel ein Telefonat oder ein persönliches Gespräch vor oder nutzen Sie ein Beratungsportal mit geschützter Online-Kommunikation.
- Fragen Sie im Zweifelsfall nach, ob eine Information zur Veröffentlichung bestimmt ist oder nicht.
- Kommunizieren Sie transparent, in welchen zeitlichen Abständen mit einer Reaktion gerechnet werden darf.
- Achten Sie auf sich selbst und übernehmen Sie sich nicht, Sie müssen nicht 24 Stunden am Tag online sein. Sie müssen nicht alle Social-Media-Kanäle bedienen!
- Stellen Sie sich ein Team von Mitstreiterinnen und Mitstreitern zusammen. Gemeinsam sind Sie stärker!
- Sorgen Sie für eine Vertretungsregelung, wenn Sie längere Zeit abwesend sind.
- Zum Persönlichkeitsschutz z.B. von Jugendlichen können bei Facebook geschlossene Gruppen verwendet werden.

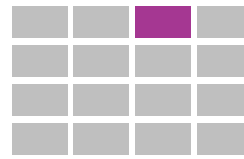
Tipps und Beispiele zu „Umgangsformen“

- Setzen Sie Emoticons ein, um zum Beispiel Verärgerung 😡 zu signalisieren oder Kritik mit einem Augenzwinkern 😏 zu versehen. Gehen Sie sparsam damit um und beschränken Sie sich auf bekannte Symbole.
- Vermeiden Sie Masseneinladungen zu Veranstaltungen, die als Spam interpretiert werden könnten.
- Anfragen werden immer beantwortet und sei es kurz und knapp. Dem oder die Absenderin im unklaren Raum stehen zu lassen, ist nicht nur unhöflich, sondern widerspricht der achtsamen und wertschätzenden christlichen Grundhaltung. Jedoch muss nicht alles kommentiert werden.
- Duzen oder Siezen? Benutzen Sie möglichst die bei der jeweiligen Plattform übliche Anrede.
- In jedem Netzwerk gibt es Regeln, wie man Kontakte herstellt. Respektieren Sie diese, Stellen Sie keine Freundschaftsanfragen an Personen, die Sie nicht persönlich kennen, falls es in diesem Netzwerk üblich ist, dass man sich kennt, bevor man sich befreundet. Wenn Sie soziale Netzwerke ausschließlich dienstlich nutzen, spricht nichts dagegen, alle Freundschaftsanfragen (außer die von Spammern) positiv zu beantworten. So vergrößern Sie Ihr Netzwerk und erzielen schnell eine größere Reichweite.
- Stellen Sie grundsätzlich keine Freundschaftsanfragen an Minderjährige. Ausnahme: Verwandtschaft u.ä.
- Entscheiden Sie im Vorfeld, ob Sie Freundschaftsanfragen von Minderjährigen grundsätzlich annehmen oder ablehnen. Bleiben Sie konsequent.
- Es kann hilfreich sein, Freundschaftsanfragen ab einem bestimmten Alter bzw. Lebensabschnitt anzunehmen. z.B. eine Pfarrerin nimmt die Freundschaftsanfragen der Konfirmanden an, nicht aber der Konfirmandinnen.
- Innerhalb von Gruppen ist auch Kommunikation möglich, d.h., man muss sich nicht befreunden, um miteinander in Kontakt zu sein.
- Achten Sie auch auf die Tageszeit, wenn Sie direkten Kontakt zu einer Person aufnehmen. Ein Chat am späten Abend kann eine andere Qualität haben als einer am Nachmittag.
- Greifen Sie den gängigen Tonfall der jeweiligen Plattform auf, aber bieten Sie sich nicht an.

Weiter geht es mit (digitalen) Veranstaltungen

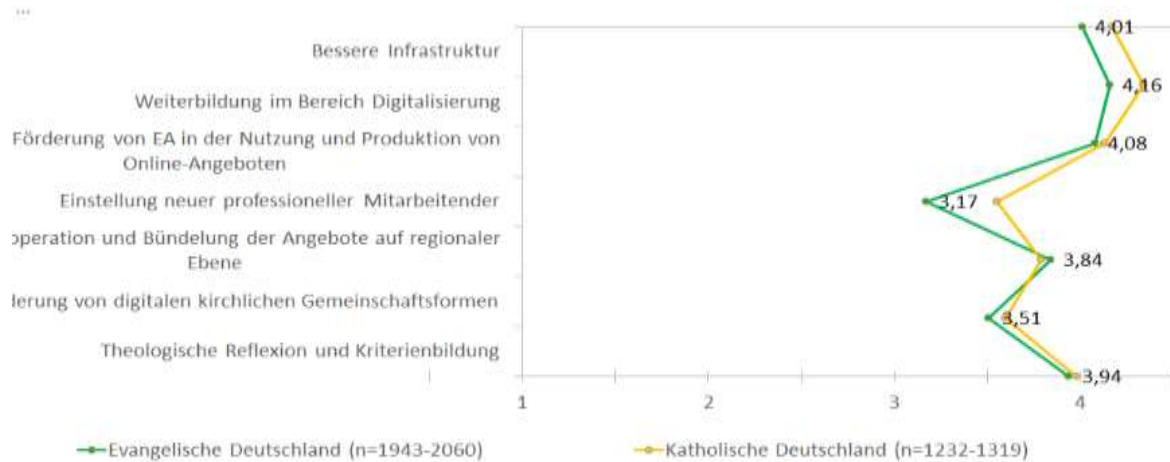
Ergebnisse Desk Research (3)





In Gemeinden waren Andachten online wichtiger als Wort-GD, ...

Ergebnisse zur CONTOC-Studie Sektion Deutschland (Nord, Beck & Lämmlein, 2021)



2: Handlungsbedarf bei Online Angeboten, Quelle: CONTOC, Berechnungen der Forschungsgruppe.

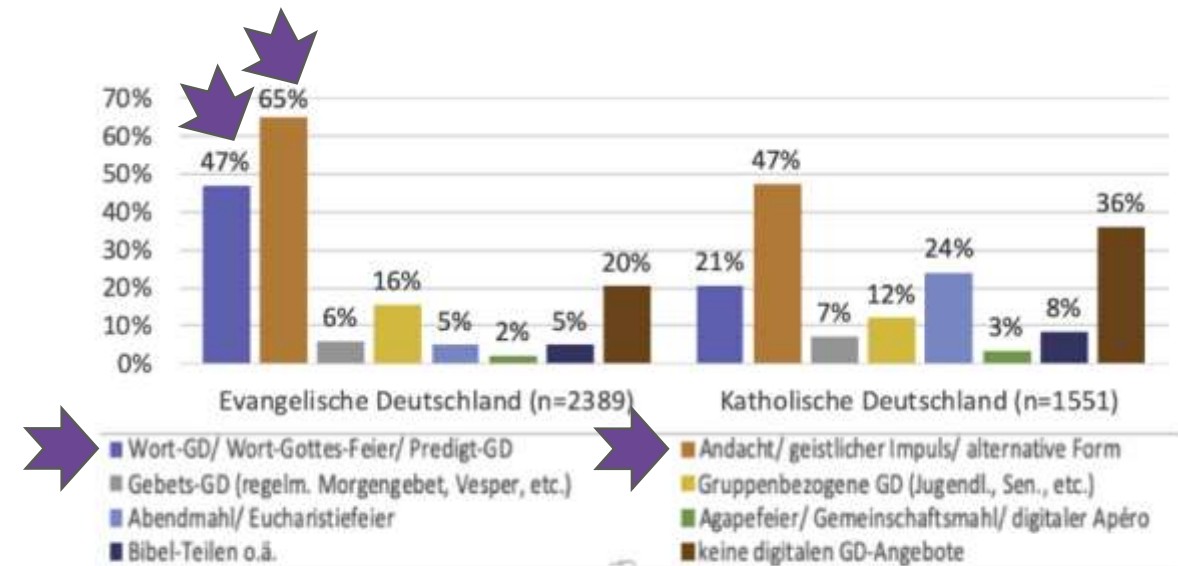


Abbildung 3: Formen digitaler Gottesdienste, Quelle: CONTOC, Berechnungen der Forschungsgruppe.

...wobei hybride Events auch Gemeinden viele Chancen bieten

Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation (Dams & Luppold, 2016)

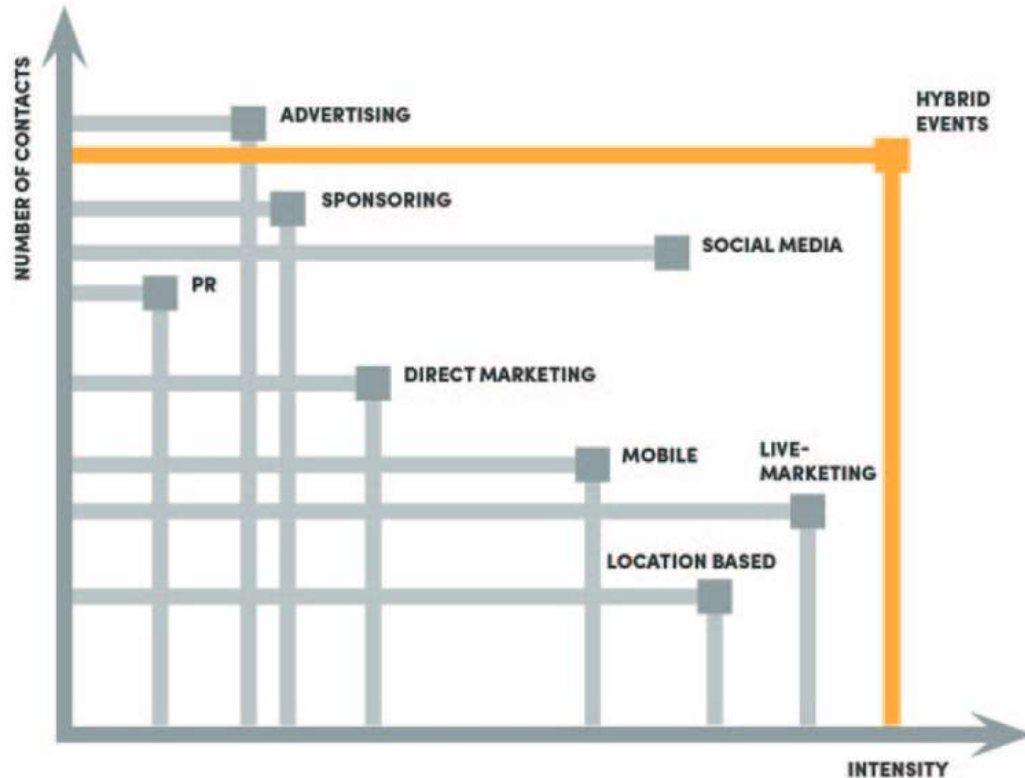


Abb. 1.1 Hybrid Events in der Kundenkommunikation

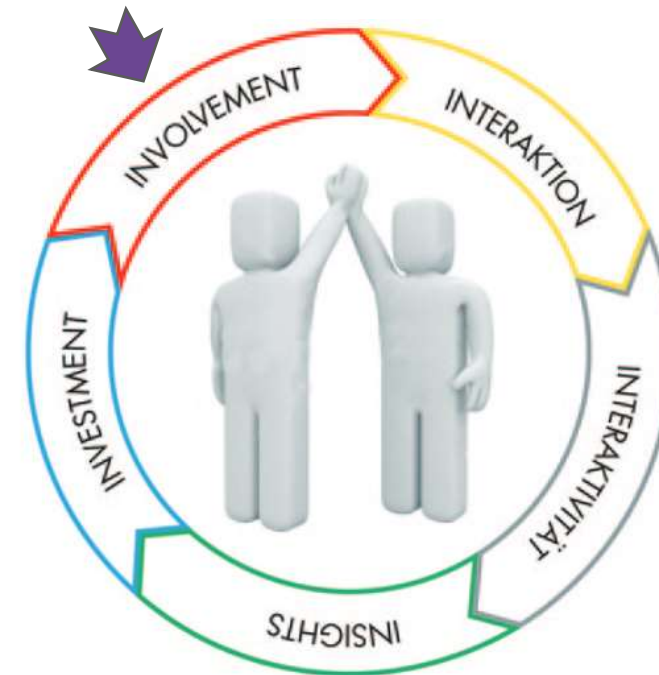


Abb. 1.2 Hybrid Events und ROI – Die „Hy Five“

Kommunikationskanäle sind dabei je nach Aktivität sehr unterschiedlich

Kirchengemeindliche Kommunikation in der Pandemie (Lämmelin et al., 2021)

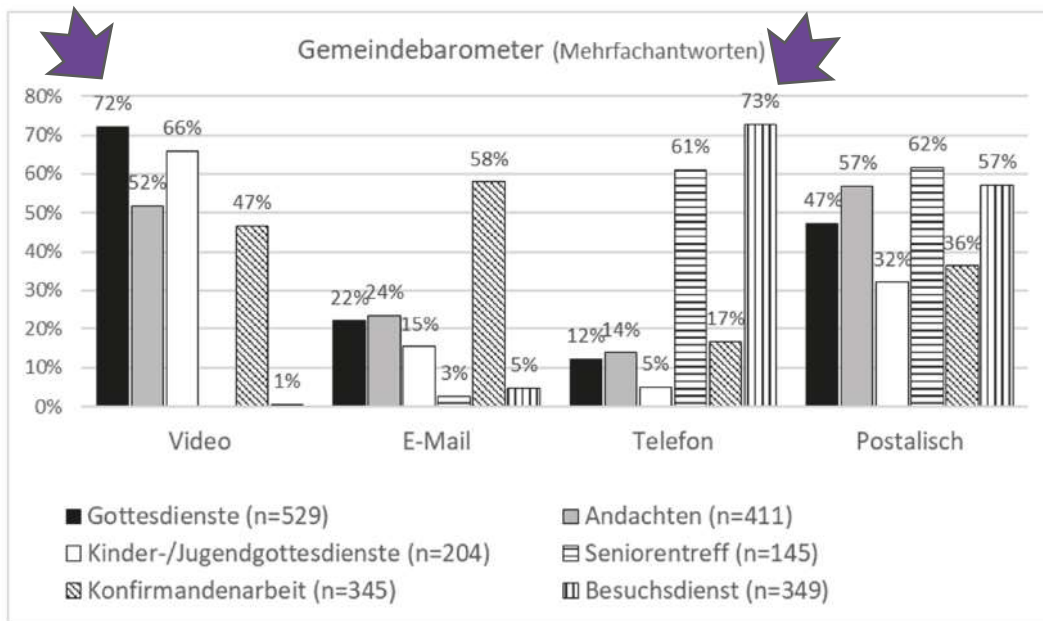


Abbildung A2a: Art der Durchführung von Aktivitäten während der Corona-Zeit – Gemeindebarometer

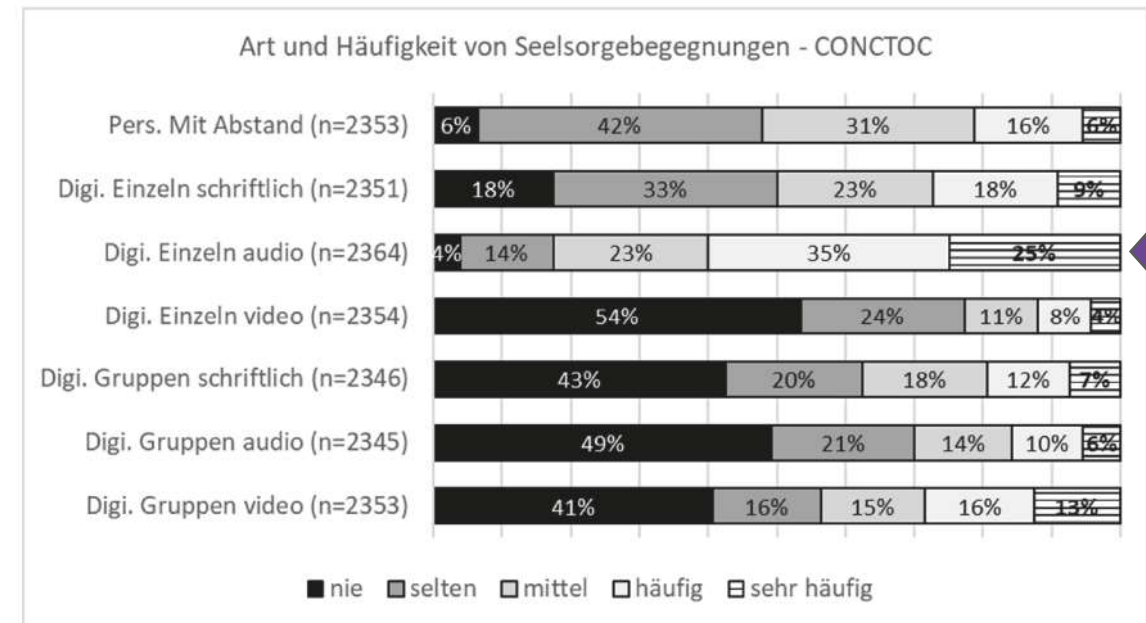


Abbildung A5: Art und Häufigkeit von Seelsorgebegegnungen – CONTOC

Digital-hybride Events haben klare Erfolgsfaktoren, ...

Erfolgsfaktoren Hybrider & Digitaler Events (Dams, 2021)

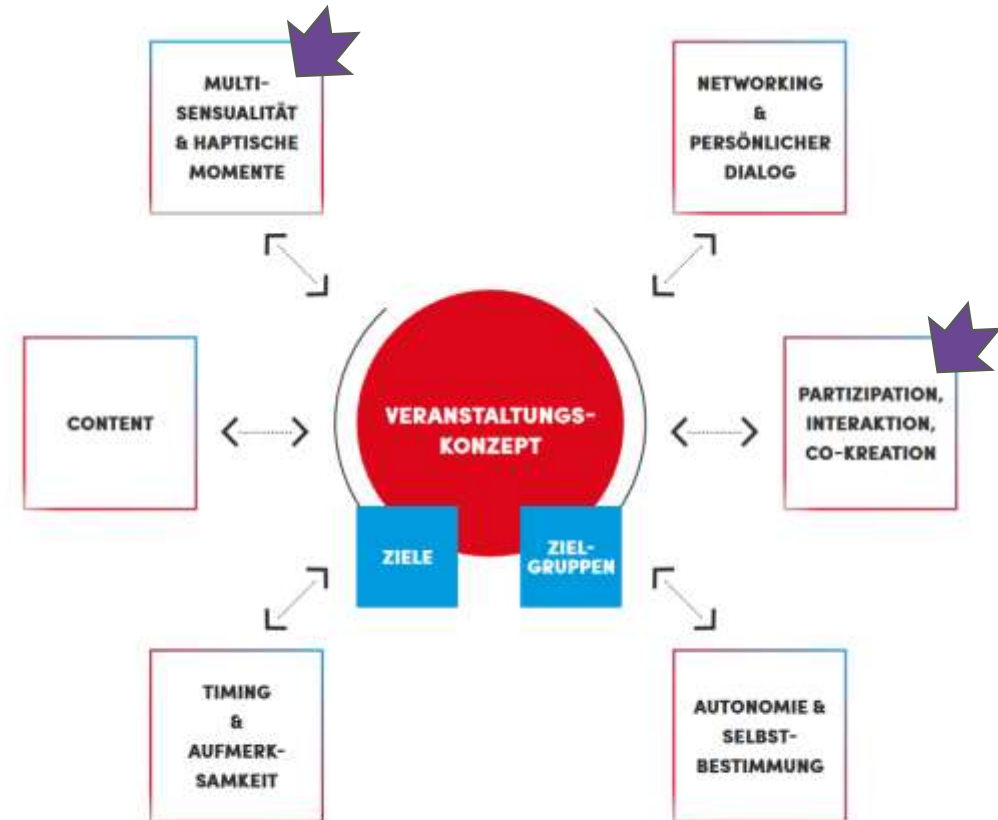
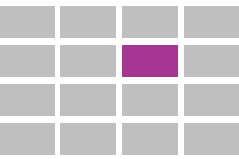


Abbildung 3: Erfolgsfaktoren digitaler und hybrider Veranstaltungen

...die man teilweise an Hand von Leitfäden gut abarbeiten kann



Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden (XING, 2020)

XING Events Whitepaper

Ausgabe – September 2020



3.1 10 Praxistipps für Webinare und Online-Events

1. Die Basics: Bild, Ton und Länge

Ganz gleich, wie begeistert Sie von Ihrem Thema sind – Ihre Teilnehmer haben nur eine begrenzte Aufmerksamkeitsspanne. Für Sessions mit viel Input empfehlen wir maximal 45 bis 60 Minuten. Achten Sie außerdem auf geeignete Lichtverhältnisse. Ihre Speaker sollten im Idealfall nicht vor oder seitlich zu einer Lichtquelle sitzen. Schaffen Sie eine gute Raumatmosphäre und entfernen Sie „Störgeräusche“ aus dem Hintergrund. Eine „klare Stimme“ garantieren Sie mithilfe eines professionellen Headsets. Noch schöner ist der Einsatz eines USB-Mikrofon, das Sie bereits ab 20 Euro kaufen können. Vermeiden Sie das Aufpoppen von Update- oder E-Mail-Benachrichtigungen und erinnern Sie daher vor allem Ihre Redner daran, dass diese alle Hintergrundprogramme schließen sollten.



2. Denken Sie an die mobile Teilnahme

Egal, ob im Home-Office oder im Büro, die meisten Teilnehmer haben in der Regel ein Notebook oder einen Desktop-Rechner zur Hand. Doch bequemer ist natürlich die mobile Teilnahme „vom Sofa aus“ – via Smartphone oder Tablet. Machen Sie es Ihren Teilnehmern daher möglichst leicht, auch mobil an Ihren Webinaren teilzunehmen. Nutzen Sie eine Software-Lösung, die ebenfalls einen einfachen Login für mobile Geräte anbietet.

3. Achten Sie auf eine geeignete Teilnehmerzahl

Bei einem Online-Event, das den Teilnehmern viel Input liefert (zum Beispiel ein Expertendialog), ist Raum für eine hohe Teilnehmerzahl. Bei einem Networking-Event dagegen (beispielsweise einem Stammtisch) sollten Sie die Teilnehmerzahl eher klein halten, um den Online-Austausch gewährleisten zu können.

4. Binden Sie Ihre Teilnehmer ein

Erläutern Sie nach einer Begrüßung zu Beginn Ihres Online-Events kurz die Möglichkeiten, die Ihren Teilnehmern zur Verfügung stehen: Beispielsweise, dass sie ihren Ton ausstellen sollten, um Hintergrundgeräusche zu vermeiden, dass sie ihren Bildschirm oder die Webcam freigeben können, dass sie jederzeit am Chat teilnehmen können. Denken Sie auch daran, einen Fahrplan für Ihr Event vorzugeben und auf Fragen, Hinweise und Ziele einzugehen. Das involviert beginnt schon mit einfachen Fragen wie „können Sie mich gut hören und sehen?“ Danach können Sie mit ein wenig Smalltalk weiter machen und beispielsweise fragen: „Was war aus Ihrem letzten Meeting das Highlight?“ Kommentieren Sie häufig die Antworten und geben Sie Ihren Teilnehmern das Gefühl, dass Sie sie „sehen“. Beispiel: „Ja, sogar aus Zürich sind uns heute Menschen zugesprochen.“ Ein attraktiver weiterer Passus, sich ebenfalls an dem Gespräch zu beteiligen.

5. Starten Sie Mitmach-Aktionen

Egal, ob bei Onsite- oder Online-Events, Ihre Teilnehmer wollen mitmachen. Bauen Sie Themen ein, an denen sie sich aktiv beteiligen können. Müssen Ihre Fragestellungen können Sie beispielsweise dazu auffordern, sich an einer gemein-

samen Fotoaktion zu beteiligen. Formulieren Sie dafür einen klaren Handlungsaufruf wie „Nehmen Sie ein Bild von Ihrer Teilnahme an unserem Online-Event auf und senden es uns per E-Mail oder über die Chatfunktion. Wir bauen daraus während dieser Session eine Foto-Collage und präsentieren sie am Ende des Beitrags.“ Schon haben Sie ein weiteres Content-Stück, das Sie und Ihre Teilnehmer in den sozialen Medien teilen können.

6. Networking geht auch online

Sammeln Sie auch der Anmeldung Informationen über Ihre Teilnehmer. Man können entweder Sie als Veranstalter die Vernetzung anstoßen, oder Sie stellen die Informationen allen Personen zur Verfügung, sodass diese sich selbst vernetzen können. Viele Anbieter ermöglichen die Erstellung eigener Arbeitsräume (beispielsweise Adobe Connect), die sich in ein Webinar integrieren lassen. Leiten Sie eine kurze Vorstellungsrunde ein und bieten Sie Ihre Events zudem mit einer gewissen Regelmäßigkeit an.

7. Ein Monolog vor der Kamera? Gähnt!

Die meisten Software-Lösungen bieten Whiteboards, Chats, Umfragen oder Screensharing an. Außerdem gibt es eine Vielzahl an Event-Apps und Funktionen, die Interaktion während eines Webinars ermöglichen. Beziehen Sie Ihre Teilnehmer mit ein! Lassen Sie abstimmen, Fragen stellen und auf dem Screen oder Whiteboard malen. So halten Sie gleichzeitig die Aufmerksamkeit Ihrer Zuschauer und Zuhörer hoch.

8. Holen Sie sich das Teilnehmer-Feedback ab

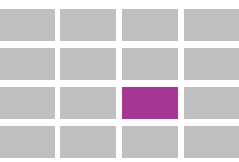
Hören Sie auf Ihre Teilnehmer und sammeln Sie – wenn möglich – proaktive Feedback ein. Wenn Sie bereits Ihre ersten Webinare durchgeführt haben, scheuen Sie sich nicht, davon aus bewährten Mustern auszuweichen und Neues auszuprobieren und orientieren Sie sich dabei am Feedback der Teilnehmer. Wenn beispielsweise die Rückmeldung kommt, dass das Thema zwar spannend, die Session allerdings zu langatmig war, dann kürzen Sie beim nächsten Mal.

9. Füllen Sie die Pausen oder den Abend mit echter Unterhaltung

Daucht Ihr Online-Event so lang, dass Sie Pause einbauen möchten, füllen Sie diese mit echter Unterhaltung: Sie können zum Beispiel Rap mit Poetry Slam als Hauptentertainment einbringen lassen, ein DJ-Set, aber auch Magie, Comedy oder Kunstwerke.

10. Nach dem Event ist vor dem Event

Am besten Sie kündigen nach der Veranstaltung schon dem nächsten Termin an. Verlegen Sie Ihre Teilnehmer zusätzlich bei der Aufbereitung des Webinars und der Präsentationsmaterialien. Und auch für Online-Events gilt: Vernetzen Sie die Teilnehmer unter. Diese kann wertvolle Aufschlüsse darüber geben, welche Themen oder welche Themen am besten von Ihren Teilnehmern angenommen wurden. Kontaktieren Sie beispielsweise die Beteiligten in Verbindung zu den nächsten Events (oder die Vorbereitung der Teilnehmer zum nächsten Event).



Auch im öffentlichen Bereich werden virtuelle Events wichtiger, ...

Audit Digitale Verwaltung mit Dorothee Bär und Jan Pörksen (Digitaler Staat, 2021)

Der Digitale Staat 2021

Themenpartner

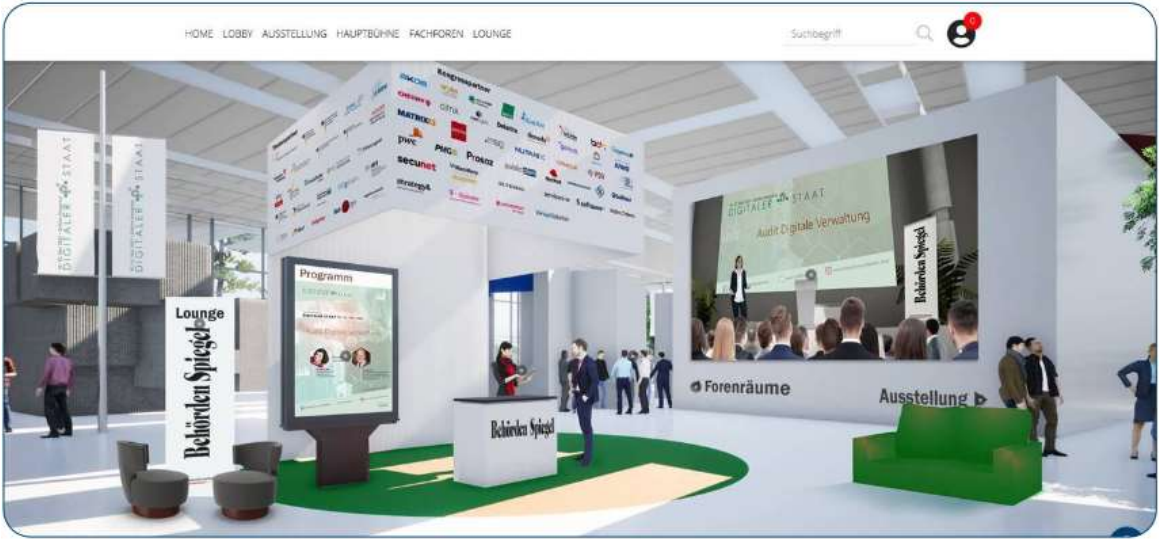


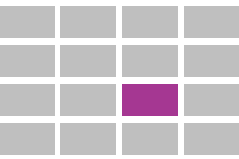
Kongresspartner



Navigation auf dem Digitalen Staat 2021

Mit unserem Partner EXPO-IP übertragen wir das Erlebnis unserer Realveranstaltungen ins Digitale.





...wobei Messen inkl. VR/AR besondere Bedeutung zukommt

How the United Nations Celebrated their 75th Anniversary in MootUp (MootUp, 2021)

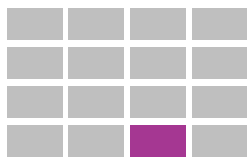


"I used the auditorium and the gallery to help recreate a space that would look like their Valencia offices, and created an exhibition space with 5 booths to present the work of the different branches (UNICEF, United Nations for women....). I think we managed to recreate a world that served its purpose and allowed to have an experience close to a real one" -Vincent Thembult, E-Lixir Events



"they loved it, they were supposed to spend an hour in the hall before the live session but instead spent the day, mingled, played with the space...they even asked if they could organise their Xmas party in the space" -Vincent Thembult, E-Lixir Events

Tipps für hybride Events liefern auch kirchennahe Quellen...

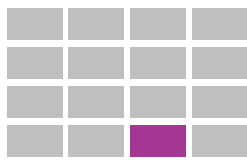


Wie organisiere ich eine hybride Veranstaltung? 12 Tipps für eine gelungene On- und Offline-Veranstaltung (Harmsen, 2020)

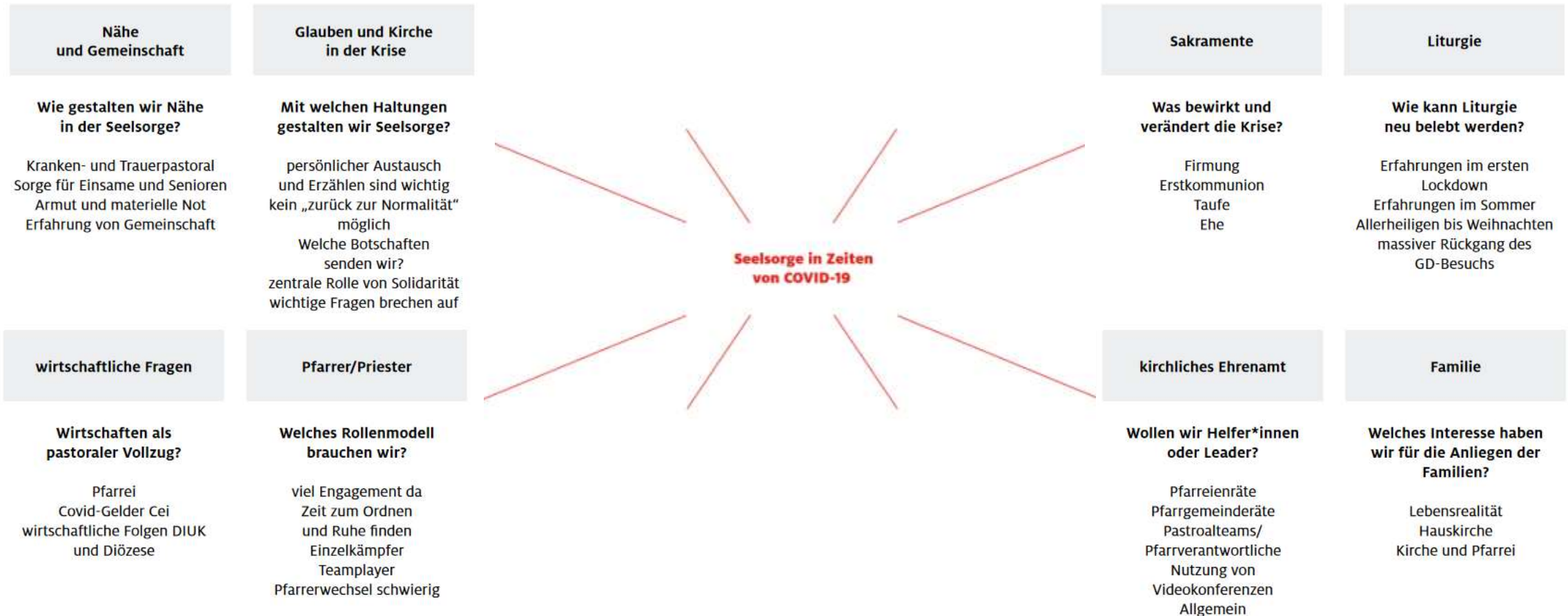
Zwölf Tipps für eine hybride Veranstaltung

1. Für eine hybride Veranstaltung sollte ein Webinar-Tool eingesetzt werden, das den Sprecher im Vordergrund zeigt und die Möglichkeit bietet, virtuell die Hand zu heben oder ein Whiteboard zu nutzen. Der Videostandard sollte möglichst wenig Bandbreite im Netz benötigen.
2. Alle Teilnehmer vor Ort sollten über einen eigenen Laptop mit Kamera verfügen, mit dem sie sich in das Webinar-Tool einloggen können. Dann sind die virtuellen Teilnehmer nämlich für alle sichtbar. Wichtig ist, dass die virtuellen Teilnehmer das Mikrofon stumm schalten - damit wird vermieden, dass es zu einem Echo kommt.
3. Als Alternative dazu können mehrere Mikrofone im Raum verteilt werden. Dann sollte auch eine Video-Raumkamera aufgestellt werden mit Auto-Positionierung, die automatisch den aktuellen Sprecher im Raum filmt.
4. Vor Ort sollten zwei Beamer verwenden. Der eine Beamer zeigt den Schulungsinhalt, der andere das Whiteboard. So können die Teilnehmer vor Ort beide Informationen betrachten. Pinnwände und FlipCharts sind ungeeignet, weil für die virtuellen Teilnehmer nicht sichtbar. Notizen, Erläuterungen, Fragen usw. werden auf dem Whiteboard festgehalten. Beide Beamer werden über den Windows Extended Desktop Mode angesteuert. Technische Voraussetzung dafür ist ein Laptop mit zwei externen HDMI Anschlüssen oder mit einer Dockingstation mit 2 HDMI Anschlüssen.
5. Wenn vor Ort mit Handouts gearbeitet wird, dann müssen diese Materialien den virtuellen Teilnehmern vorab als PDF-Dokument zur Verfügung gestellt werden.
6. Grundsätzlich gilt: An der hybriden Veranstaltung sollten möglichst wenige Personen teilnehmen. Mit maximal zehn bis 15 Teilnehmern kann das Training noch gut organisiert werden.
7. Zeitrahmen: Ein hybrides Training sollte maximal eine Stunde dauern. Danach benötigen Teilnehmer wie Leiter eine längere Pause.
8. Bei Beginn der Veranstaltung sollte der Trainer die Verhaltensregeln festlegen. Wer eine Frage stellen oder einen Kommentar abgeben möchte, soll sich per Handzeichen melden. Virtuelle Teilnehmer können sich über die Raise-Hand-Funktion melden.
9. Der Trainer schließt an sein Laptop eine externe Kamera an, die er so aufstellt, dass er für die Teilnehmer im virtuellen Raum immer sichtbar ist. Optimalerweise sollte auch hierfür Kamera mit Auto Positionierung verwendet werden.
10. Wichtig ist es, Lärmquellen auszuschließen. Der Ort sollte ruhig liegen und auch die virtuellen Teilnehmer sollten sich in ruhigen Räumen befinden.
11. Alle virtuellen Teilnehmer sollten gute binaurale Headsets mit Mikrofon verwenden (Bügelmikrofon oder integriertes Mikrofon). Der Trainer sollte ein Bluetooth Mikrofon und einen externen Lautsprecher einsetzen. Für Teilnehmer keine InEars oder billige Ohrstöpsel Headsets mit Mikrofon im Kabel. Je schlechter die Tonqualität der Mikrofone, desto anstrengender für alle Teilnehmer.
12. Ganz wichtig: Vor Beginn der Veranstaltung muss vor Ort sichergestellt werden, dass genügend Internet UPLOAD Bandbreite zur Verfügung steht. Pro eingewähltem Teilnehmer werden je nach verwendetem Video Standard bis zu 2MBit/s Upload benötigt. Ein 50 MBit/s Anschluss ermöglicht in der Regel Max 10 MBit/s Upload. Alle Geräte vor Ort sollten via LAN Kabel angeschlossen werden. Grundsätzlich sollte für die Veranstaltung kein WLAN verwendet werden.

...einschließlich Überlegungen für teilweise virtuelle Seelsorge



Der virtuelle Gott. Kirche im (Post-)COVID-19-Zeitalter (Isetti et al., 2021)



Abschließend werfen wir einen Blick auf interne Prozesse

Ergebnisse Desk Research (4)



Informationsmanagement wird auch für Gemeinden wichtiger, ...

Einführung ins Informationsmanagement (Krcmar, 2015)

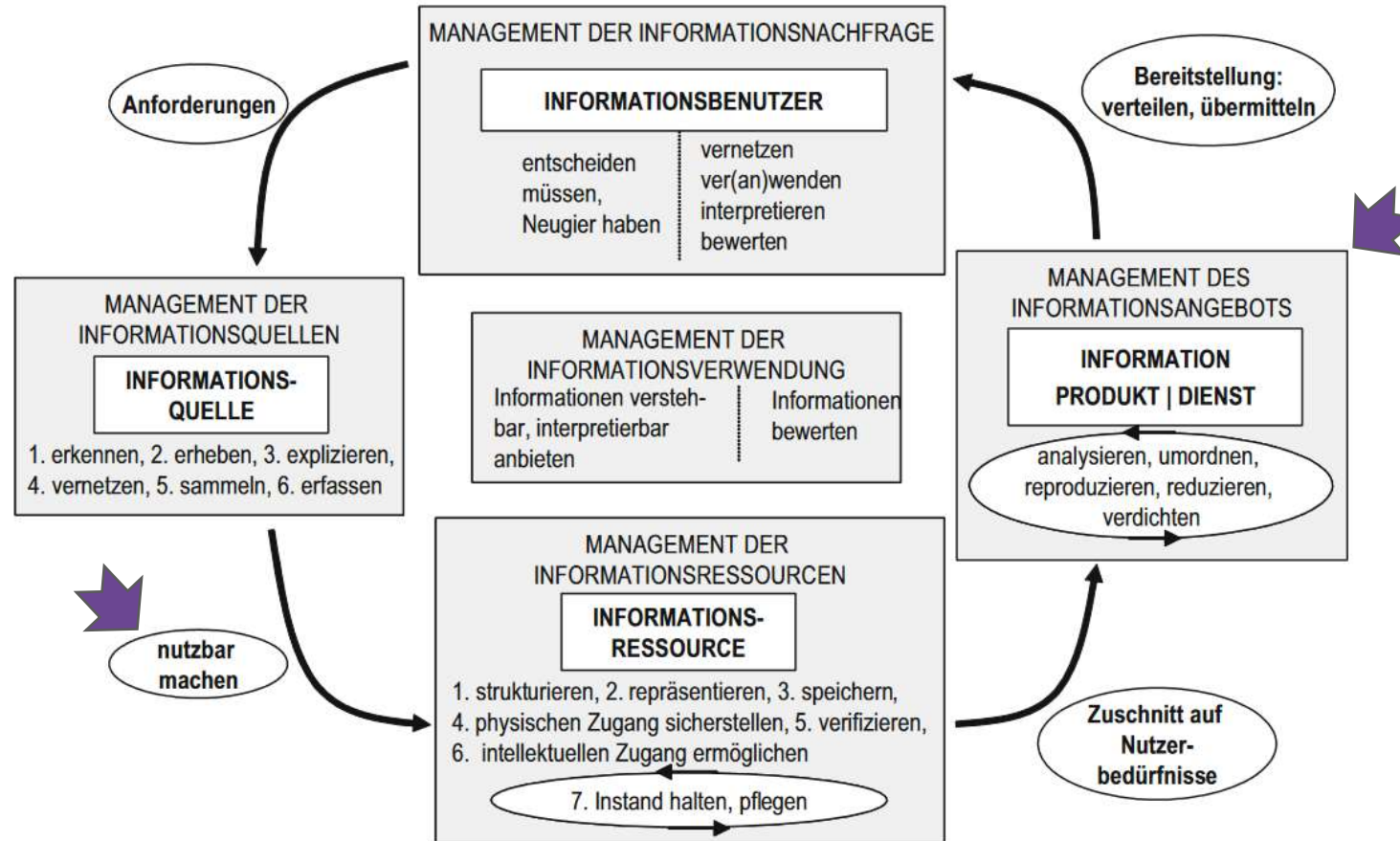
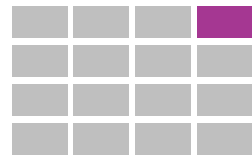
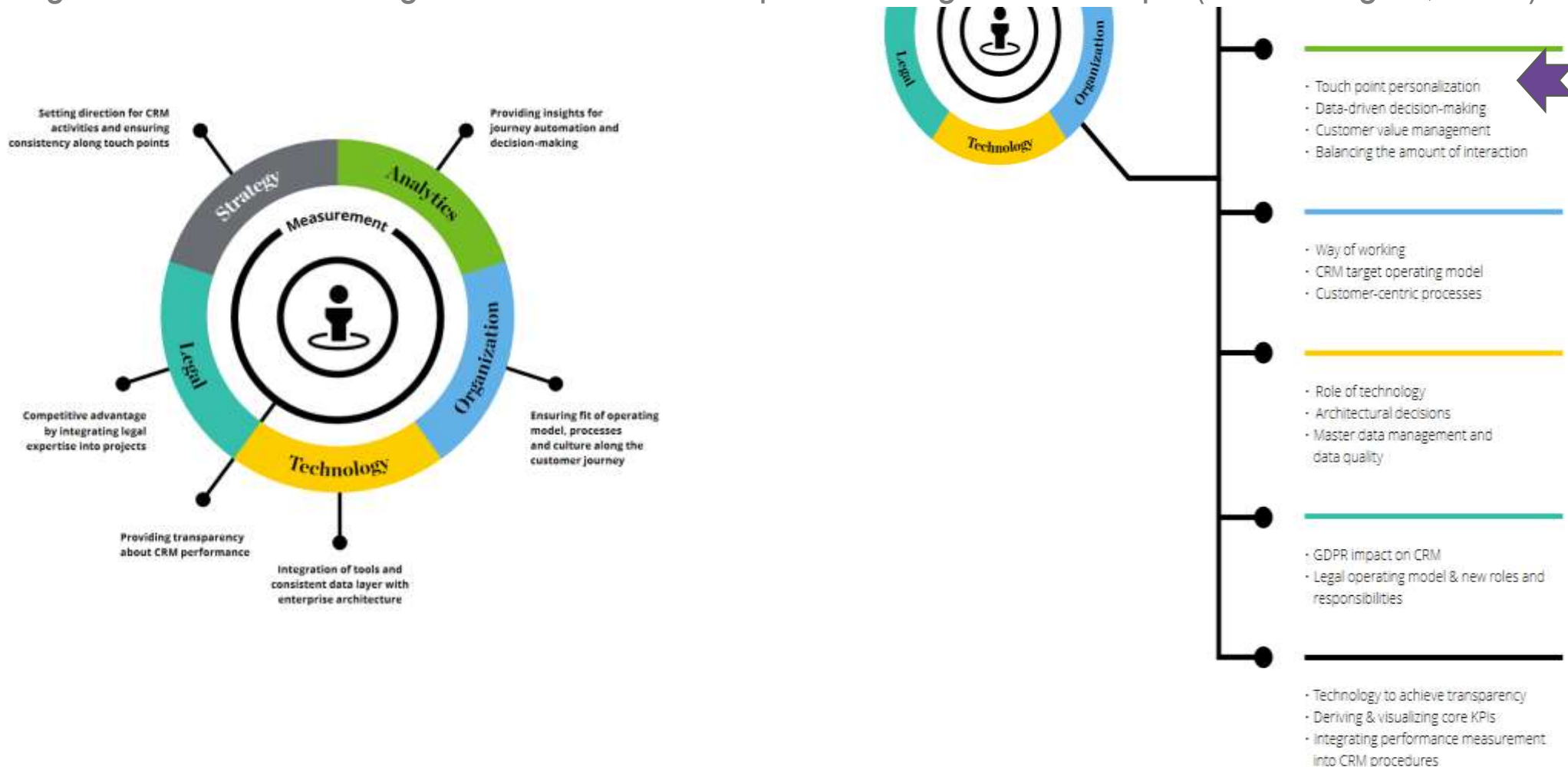


Abb. 2.1 Lebenszyklusmodell der Informationswirtschaft (Quelle: In Anlehnung an Rehäuser und Krcmar 1996 S. 20)



...wobei insbesondere Mitglieder in den Fokus rücken sollten

Digital CRM 2.0: Building customer relationships in the digital landscape (Deloitte digital, 2019)

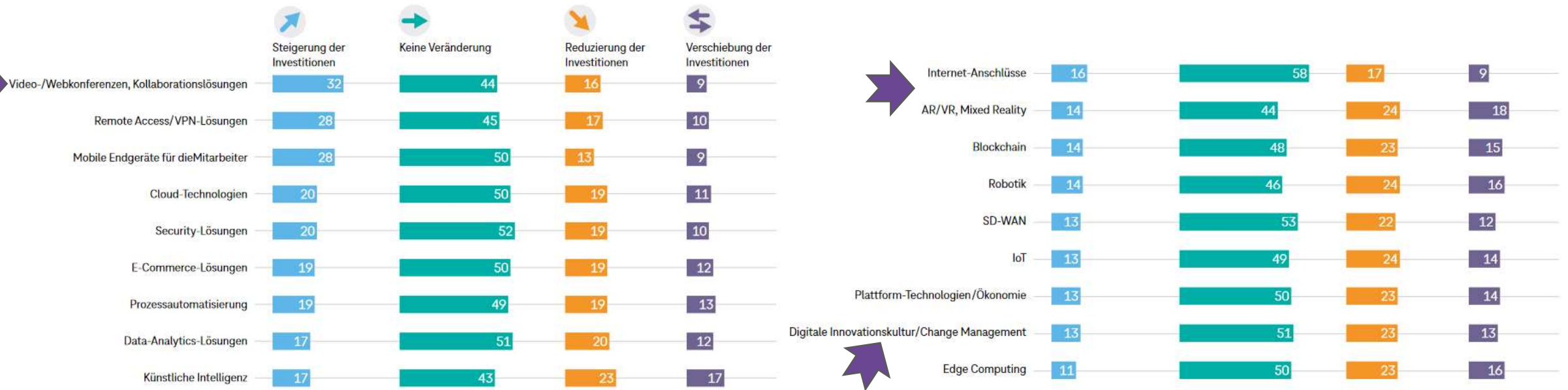


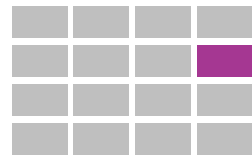
Gemeinden sollten – teilweise analog zu KMU – digital investieren; ...

Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands (Deutsche Telekom, 2021)

Die Auswirkungen von Corona auf Investitionsentscheidungen für ausgewählte Themen

Angaben in Prozent





...wichtig ist dabei wiederum die Beachtung von fünf Erfolgskriterien

Erfolgskriterien betrieblicher Digitalisierung (Hofmann, Ricci, Schwarz, Wienken, Fraunhofer-Institut & Bertelsmann Stiftung, 2020)



ABBILDUNG 4 Kernkomponenten der digitalen Transformation
Quelle: Fraunhofer IAO, Bertelsmann Stiftung

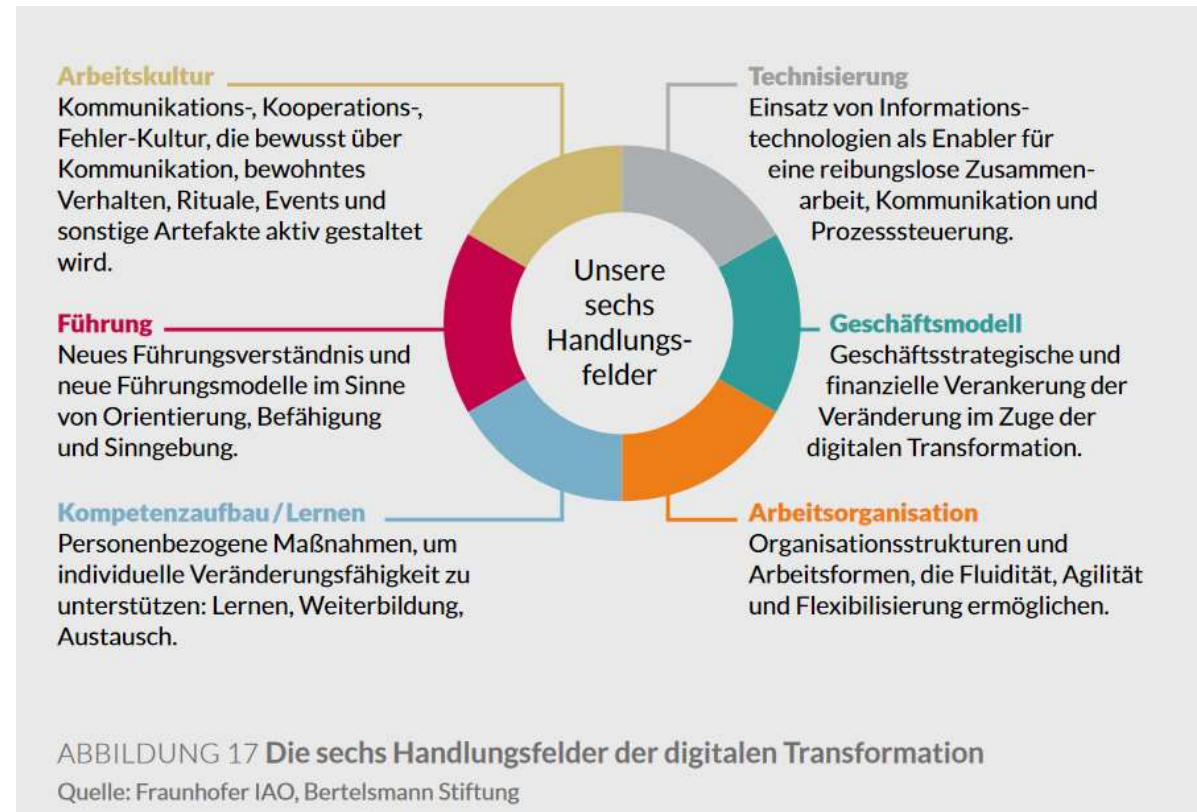
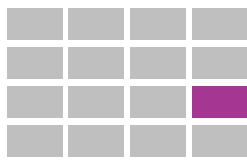


ABBILDUNG 17 Die sechs Handlungsfelder der digitalen Transformation
Quelle: Fraunhofer IAO, Bertelsmann Stiftung

Digitale öffentliche Verwaltung kann nur teilweise Benchmark sein, ...



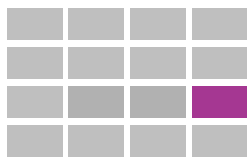
Digitalisierung als Herausforderung und Chance für Staat und Verwaltung: Forschungskonzept des Programmbereichs "Transformation des Staates in Zeiten der Digitalisierung (Martini, 2016)

Die digitale öffentliche Verwaltung...

- ...setzt für effizientes und informiertes Handeln verstärkt Big-Data-Anwendungen ein (Kernforschungsthema I.; S. 39 ff.).
- ...ist dafür auf eine sichere digitale Infrastruktur und neue Methoden der Erkenntnisgewinnung angewiesen (Kernforschungsthema II.; S. 59 ff.).
- ...kooperiert bei der digitalen Leistungserbringung in neuen Formen mit der Digitalwirtschaft (Kernforschungsthema III.; S. 66 ff.).
- ...gestaltet ihre Aufbau- und Ablauforganisation nach Vorgaben der Organisationslogik von Netzwerken um und durchläuft dabei auch einen organisationskulturellen Wandel (Kernforschungsthema IV.; S. 72 ff.)



...aber eine durch Kommunen angeregte „Vision 2025“ lohnt Entwicklung



Last Call: Germany! Die Bitkom-Digitalstrategie 2025 (Bitkom, 2020)

1 Digitale Verwaltung und eGovernment

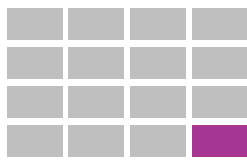
Vision 2025

Die Bürger im Digitalen Deutschland stehen nicht mehr Schlange im Amt, sondern loggen sich bequem von zu Hause in ihr zentrales Servicekonto ein. Sie können Verwaltungsvorgänge digital, zeitsparend und vor allem sicher erledigen; Services sind nutzerfreundlich und lebenslagenorientiert aufgebaut. Informationen müssen nicht mehrfach eingegeben und gespeichert werden, weil Daten über Schnittstellen sicher zwischen Systemen ausgetauscht werden. Unternehmen können von ihrer Gründung bis hin zur Bezahlung von E-Rechnungen alle Verwaltungsdienstleistungen über ihr Unternehmenskonto abwickeln. Leitprinzip ist »digital first«: Der Online-Kanal ist der priorisierte Zugang zur Verwaltung. Auch zwischen den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union ist der digitale Datenaustausch auf Verwaltungsebene Standard.

Handlungsempfehlungen

- **Once-Only-Prinzip verankern:** Die Verwaltung muss in die Lage versetzt werden, ihre Verfahren nach dem Once-Only-Prinzip zu modernisieren. Bestehende Register sollten für einen für einen besseren Informationsaustausch vernetzt werden. Es gilt das ressortbezogene Silodenken zu überwinden und Anliegen von Bürgern und Unternehmen umfassend zu bearbeiten.
- **Register modernisieren:** Wichtigste Voraussetzung für »Once Only« ist die Registermodernisierung. Dabei sollte mit einem Registermodernisierungsgesetz eine rechtliche Grundlage für die Modernisierung geschaffen werden. Ein Hauptziel der Registermodernisierung ist der vereinfachte Austausch von häufig genutzten Basisinformationen sowie die Möglichkeit der eindeutigen Identifikation über mehrere Register hinweg. Im Zuge dessen müssen geeignete standardisierte Schnittstellen geschaffen werden, die sich an internationalen Standards orientieren.
- **Verwaltungsausbildung und -kultur modernisieren:** Digitale Lehrinhalte müssen Einzug in die Aus- und Weiterbildung von Behördenmitarbeitern finden. Die Verwaltung sollte sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren, um wettbewerbsfähiger bei der Gewinnung von Nachwuchs zu werden. Dazu gehören auch moderne Arbeitsplätze, Arbeitszeitmodelle und Führungskulturen.
- **Schriftformerfordernisse abbauen:** Die Schriftform sollte in Verwaltungsvorgängen nur noch ausnahmsweise gefordert werden, wenn Sinn und Zweck des Vorgangs dies tatsächlich gebieten. Kommunen brauchen mehr Freiräume, um bei der Anwendung von Bundesrecht z. B. auf Unterschriften verzichten zu können (Experimentierklausel).

Corona-Pandemie hat Digitalisierung auch in Kirche beschleunigt, ...



Befragung: Digitalisierung in der Kirche: Studie zum Status Quo und den Treibern der Digitalisierung in Kirchen (Knauf & Wantia, 2021)

Die Kirchen befinden sich auf einem umfassenden Digitalisierungsweg – aber wird dafür auch intern genügend getan?



Die COVID-19-Pandemie hat einen Digitalisierungsschub bewirkt...



88% Ja

...der Digitalisierungsschub ist nachhaltig

Nutzung digitaler Lösungen

Große Unterschiede zwischen kirchlichen Organisationen hinsichtlich der Kenntnis und Anwendung digitaler Lösungen.

Fehlender Durchdringungsgrad und fehlende Homogenität erschweren digitale Veränderungen

IT-Support

Kirchengemeinden sind mit den Supportprozessen ihrer IT-Abteilungen eher unzufrieden.

Fehlende Standards für Hard- und Software erschweren die Digitalisierung

Diese & weitere interessante Themen werden in der Curacon-Studie „Digitalisierung in der Kirche“ beleuchtet

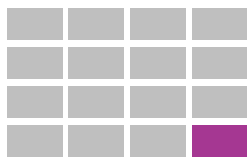
Zielgruppe

- Führungskräfte und Gremienmitglieder der höheren Kirchenebenen
- Haupt- und ehrenamtlich Tätige in den Kirchengemeinden



CURACON | 1

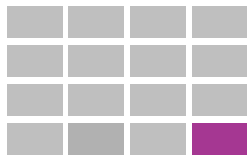
...wobei es auch vorher gute Konzepte gab



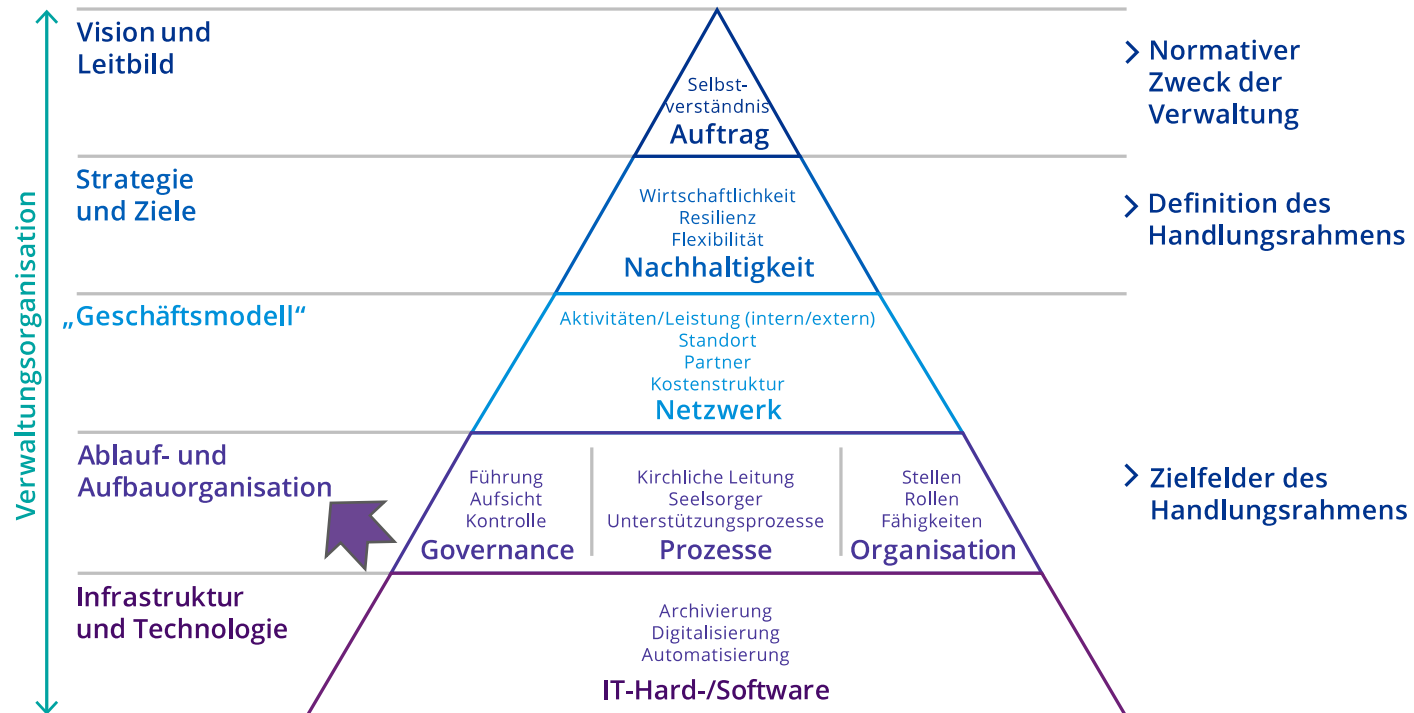
Digital Roadmap - Die vernetzte Landeskirche (Evangelische Landeskirche in Württemberg, 2019)



Wichtig ist ein klares strategisches Vorgehen, ...



Gute Organisation in der Kirche: Klare Zielbilder helfen dabei, die Organisation einer Verwaltungseinheit verständlich und erfolgsversprechend zu gestalten (Sailer & Klinz, 2020)



KPMG Deutschland, 2020

...wobei Gemeinde nicht alle Bereiche (sofort?) digitalisieren müssen

Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter (Peter et al., 2019)

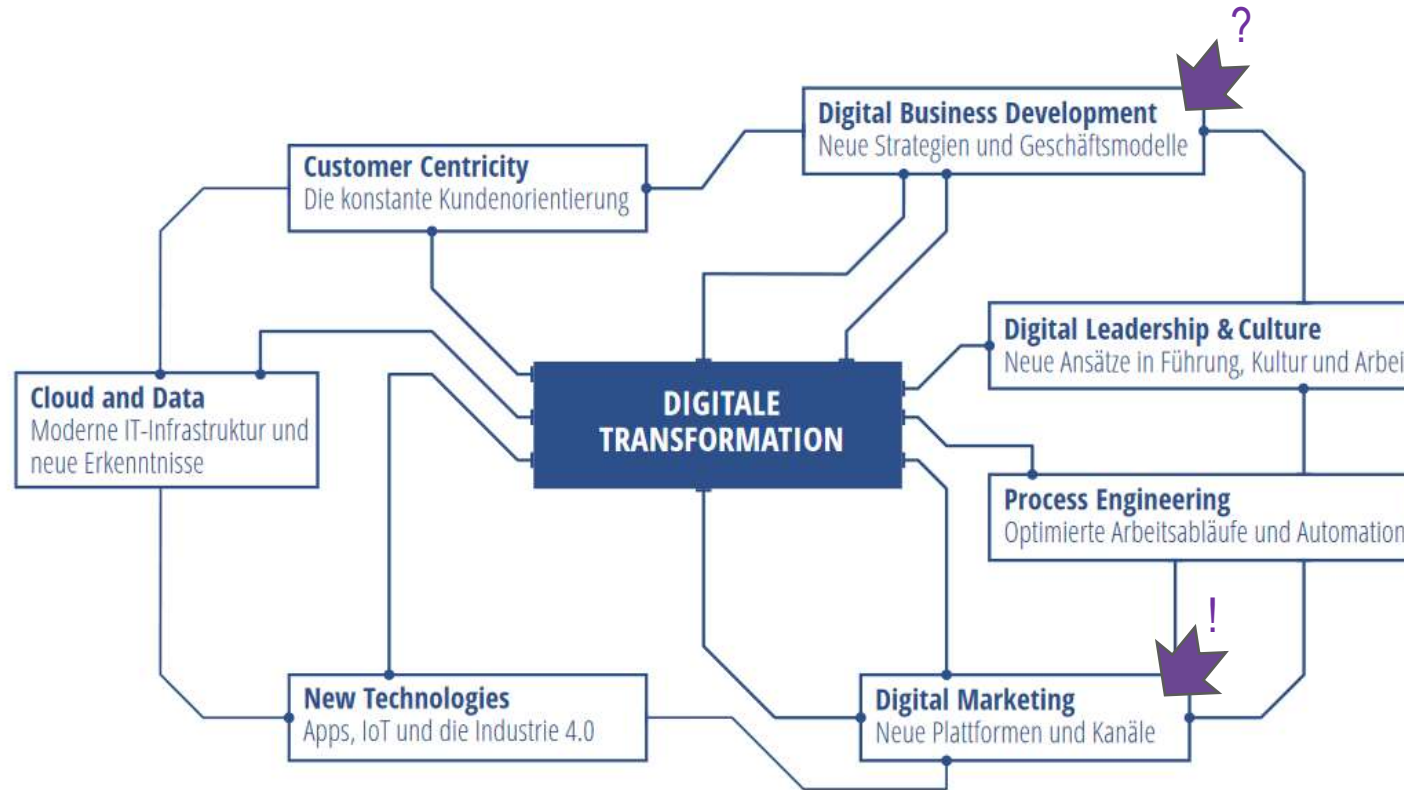


Abb. 2: Die sieben Handlungsfelder der Digitalen Transformation (Peter, 2017)

Für jedes Matrixfeld lassen sich somit Key Learnings definieren

Kernergebnisse Desk Research

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftl.-theoretische Perspektive	Change Challenges sind in Gemeinden ähnlich wie anderswo, weswegen sich auch allgemeine Change-Methoden empfehlen.	Social Media in Gemeinden waren kommunikativ lange marginal und bei Verbänden ist Dialog oft scheinbar; deshalb sind analoge Alternativen weiterhin wichtig.	In Gemeinden waren Andachten online wichtiger als Wort-GD, wobei hybride Events auch Gemeinden viele Chancen bieten; Kommunikationskanäle sind dabei je nach Aktivität sehr unterschiedlich.	Informationsmanagement wird auch für Gemeinden wichtiger, wobei insbesondere Mitglieder in den Fokus rücken sollten.
Unternehm.-praktische Perspektive	Entsprechend anwendbar sind z. B. die acht Schritte vom Kottler, weil gute Führung und Beteiligung kritisch für Veränderung sind.	Auch Gemeinde brauchen strategische Themenentwicklung und können dabei von Empfehlungen für KMU lernen.	Digital-hybride Events haben klare Erfolgsfaktoren, die man teilweise an Hand von Leitfäden gut abarbeiten kann.	Gemeinden sollten – teilweise analog zu KMU – digital investieren; wichtig ist dabei wiederum die Beachtung von fünf Erfolgskriterien.
Praktische Perspektive Staat/NGO	Anwendungshilfen aus öffentlichem Bereich können helfen, wobei u. a. unterschiedliche Werte zu berücksichtigen sind.	Im staatlichen Bereich wird externer Dialog immer wichtiger, was u. a. zu Empfehlungen für Social Media von Kommunen führt.	Auch im öffentlichen Bereich werden virtuelle Events wichtiger, wobei Messen inkl. VR/AR besondere Bedeutung zukommt.	Digitale öffentliche Verwaltung kann nur teilweise Benchmark sein, aber eine durch Kommunen angeregte „Vision 2025“ lohnt Entwicklung.
Kirchlich-praktische Perspektive	Organisationale Identität ist im kirchlichen Kontext zentral, um am Ende den „Raum der Erneuerung“ wirklich zu erreichen.	Kirche muss kommunikationskulturelle Veränderung bewusst sein und dabei vorhandene konkrete Ratgeber nutzen.	Tipps für hybride Events liefern auch kirchennahe Quellen einschließlich Überlegungen für teilweise virtuelle Seelsorge.	Corona-Pandemie hat Digitalisierung auch in Kirche beschleunigt, wobei es auch vorher gute Konzepte gab. Wichtig ist ein klares strategisches Vorgehen, wobei Gemeinde nicht alle Bereiche (sofort?) digitalisieren müssen.



Insgesamt ergeben sich somit vier vorläufige Kernempfehlungen für Gemeinden

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Desk Research**

MOTIVIEREN & VERÄNDERN

→ Kernempfehlung: *Veränderung wirklich strategisch angehen, alle einbeziehen und praktische Hacks berücksichtigen!*
(z.B. Kottlers 8 Schritte)

ANKÜNDIGEN & BERICHTEN

→ Kernempfehlung: *Social Media deutlich stärken und dabei auch konkrete Erfahrungen aus nicht-kirchlichen Bereichen nutzen!*
(z.B. Baumfelders & Reidingers 6 Handlungsempfehlungen)

DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN

→ Kernempfehlung: *Generell auch auf hybride Events setzen, dabei von den Besten lernen und eventuell auch einmal an VR/AR herantrauen!*
(z.B. Harmsens 12 Tipps)

ORGANISIEREN & VERWALTEN

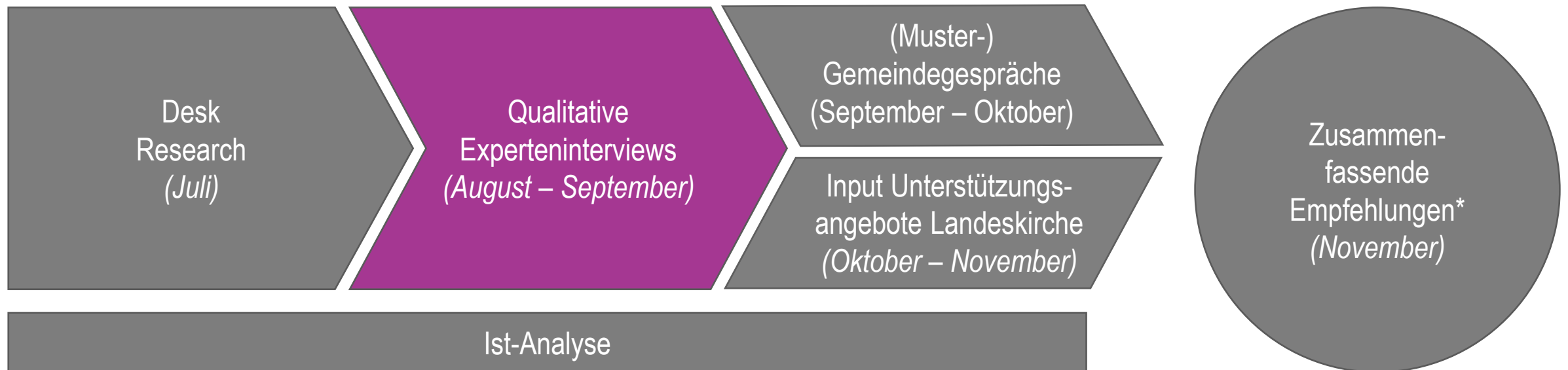
→ Kernempfehlung: *Interne Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern sollte klares, individuelles Zielbild haben und dosiert erfolgen!*
(z.B. 5 Erfolgskriterien von Fraunhofer-Institut und Bertelsmann Stiftung)



Ergebnisse: Experteninterviews

Als nächstes wurden die qualitativen Experteninterviews durchgeführt (1)

Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

Als nächstes wurden die qualitativen Experteninterviews durchgeführt (2)

Personenüberlegungen zu qualitativen Interviews (neu)

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftlich-theoretische Perspektive	Prof. Dr. Kathrin Möslin FAU Erlangen-Nürnberg (14.09 um 20:00 Uhr) ✓	Markus Kiefer FOM Hochschule (10.09 um 10:00 Uhr) ✓	Dr. habil. Sabrina Müller Universität Zürich (17.08 um 15:00 Uhr) ✓	Prof. Dr. Helmut Krcmar TU München (6.08. um 10:00 Uhr) ✓
Unternehmerisch-praktische Perspektive	Horst Pütz SichtWeise (23.08. um 15:00 Uhr) ✓	Thomas Voigt Otto Group (18.8 um 17:00 Uhr) ✓	Colja Dams Vok Dams (16.08. um 17:00 Uhr) ✓	Oliver Chaudhuri Hirschtec (18.08. um 15:00 Uhr) ✓
Praktische Perspektive Staat/NGO	Hans Werner Gorzolka DorfDigital-Experte (10.08. um 17:00 Uhr) ✓	Dr. Thorsten Klein ehem. Regierungssprecher (6.9 um 08:00 Uhr) ✓	Wiebke Gülcibuk PHINEO (27.08. um 15:00 Uhr) ✓	Dr. Christian Schulz, Bundesverwaltungsamt /AWV (30.08 um 16:00 Uhr) ✓
Kirchlich-praktische Perspektive	Pfr. Heiner Mausehund mit Stefan Koppelman, Till Schwachenwalde und Jan Vicari Kirchenkreis Essen (23.9. um 15:00 Uhr) ✓	Pfr. Kai Oppermann Evangelische Medienarbeit (EMA) (01.10.2021 um 09:00 Uhr) ✓	John Weit Evangelical Lutheran Church in America (24.08 um 20:30 Uhr) ✓	Christian Steffensen & Hanno Terbuyken Churchdesk (31.08. um 15:00 Uhr) ✓

Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfasser des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.

Hier ausgewählte Key Issues aus den Interviews

Kernergebnisse Experteninterviews

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftlich-theoretische Perspektive	„Es muss eine Person glaubwürdig dafür stehen“	„Man braucht so eine Art Gemeindefluencer“	„Fragen zur Digitalisierungsstrategie [von Kirche] kommen erst jetzt auf“	„Digitalisierung soll helfen, sich der Kernaufgabe zu widmen“
Unternehmerisch-praktische Perspektive	„Es muss Sinnhaftigkeit haben, warum das Ganze [i.e. der digitale Wandel einer Gemeinde] angegangen wird“	„[Digitale Kommunikationsarbeit benötigt] temporäre Narrative, die dann in der Strategie umgesetzt werden“	„[Hybrid und Live sind] zwei unterschiedliche Erlebnisse, die gleichwertig sind“	„Bilde Netzwerke, teile Wissen, verknüpfe dich mit Anderen“
Praktische Perspektive Staat/NGO	„Digitalisierung [gerade in Kirchengemeinden] muss von unten her reifen“	„Wir müssen die Welten von digital und analog zusammenführen“	„Wenn man lange Zeit miteinander verbringt, dann lohnt sich Präsenz“	„[Gemeinde braucht einen z.B. ehrenamtlichen] Digitalisierungsbeauftragte[n], der das Ganze promotet“
Kirchlich-praktische Perspektive	„Digitalisierung ist immer Teamarbeit“	„Ich würde denen drei Pläne an die Wand hängen.“	„Having true experts on staff will be crucial“	“A tool without a purpose is nothing”



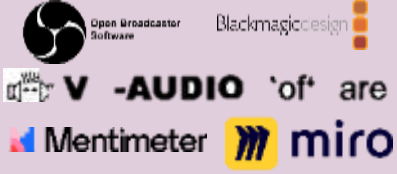


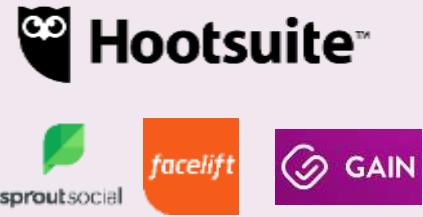


Insgesamt ergeben sich somit vier vorläufige Kernempfehlungen für Gemeinden

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Experteninterviews**

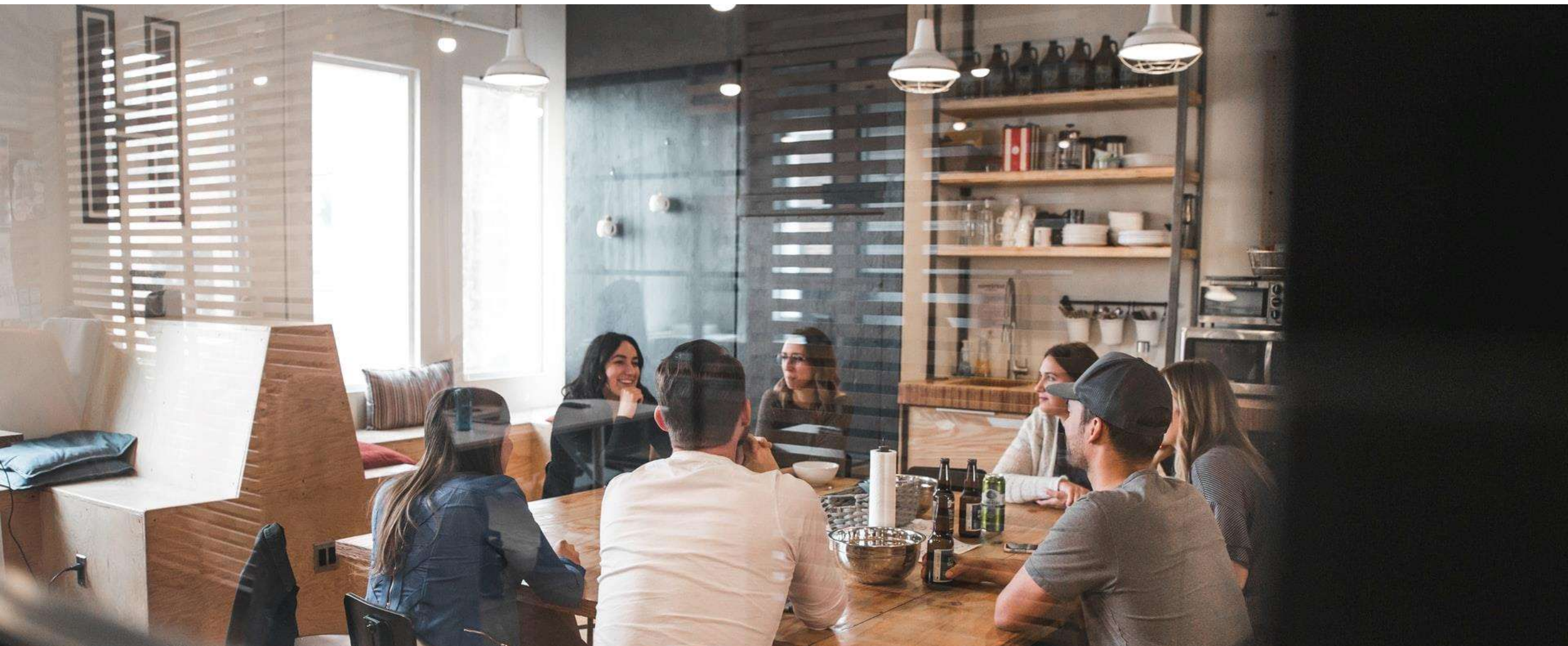


Auf dieser vorläufigen Basis sind auch erste Empfehlungen zu Tools möglich (1)

Kernergebnisse Tools aus Desk Research und Experteninterviews

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Basis-Lösung	<ul style="list-style-type: none"> „Haus der Veränderung“ 	<ul style="list-style-type: none"> Instagram-Account, der auch genutzt wird, um Facebook und Pinterest zu versorgen; ggf. speziellere Tools für Website 	<ul style="list-style-type: none"> Hardware: Blackmagic Design ATEM Software: VB audio Software; OBS Studio; Miro; Mentimeter und Hackforum wie „Wer weiss was“ 	<ul style="list-style-type: none"> Einzelsoftware für Newsletter, Mitgliederverwaltung, Planung oder Kooperation (oder landeskirchliche Lösungen) 
Advanced Solution	<ul style="list-style-type: none"> Kottlers 8 Schritte 	<ul style="list-style-type: none"> Hootsuite, GAIN, sprout social, facelift 	<ul style="list-style-type: none"> Equipment Shopping List von VOK DAMS 	<ul style="list-style-type: none"> Integrierte Software wie z.B. Churchtools, Churchdesk oder konapp (letztere auch „DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN“) 

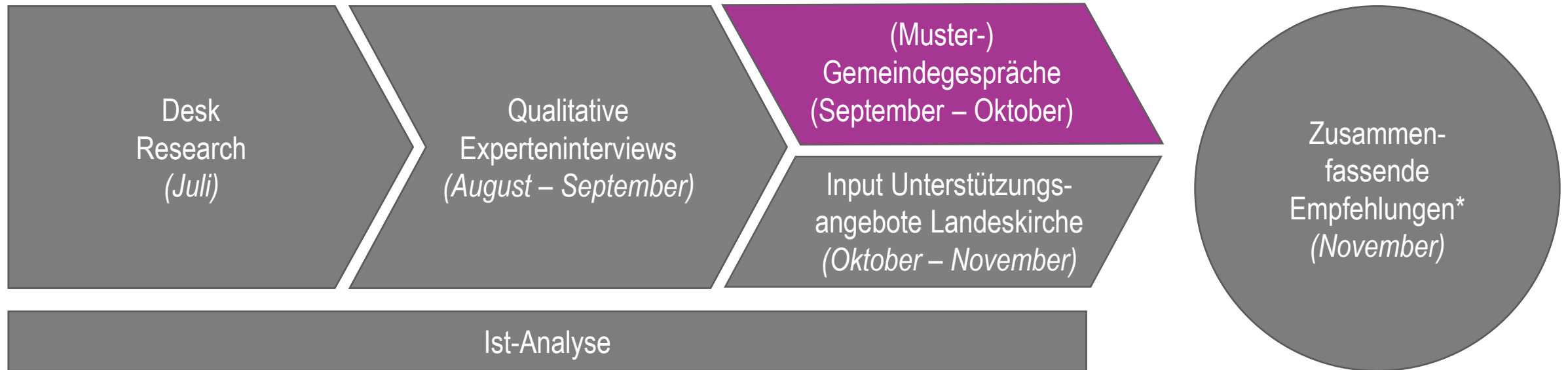
Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfassers des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.



Ergebnisse: Gemeindegespräche

Abschließend fanden die Gespräche in den Mustergemeinden statt

Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfasser des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.

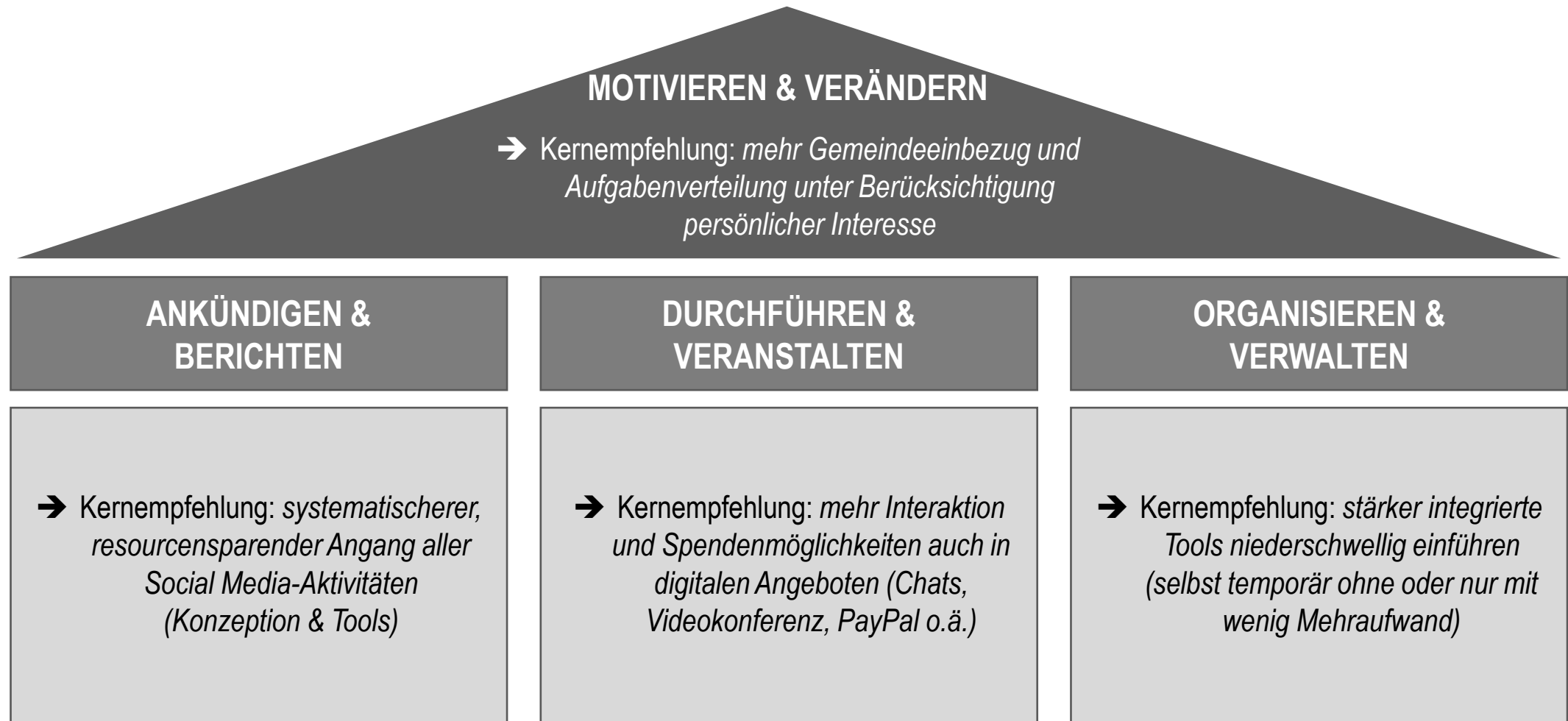
Auch die Gemeindegespräche wurden systematisch ausgewertet (4)

Kernergebnisse Gemeindegespräche (alle Gemeinden)

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Pfarrpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - generell großes Interesse, aber Bedenken in Bezug auf Aufwand sowie in Teilen auf Datenschutz 	<ul style="list-style-type: none"> - Ressourcenknappheit in Bezug auf Contenterstellung - Social Media Action-Plan und -Software als Steuerungshilfsmittel gewünscht 	<ul style="list-style-type: none"> - zumeist Wunsch nach (mehr) interaktiven Elementen während Gottesdienstes mit Online-Usern - in einem Fall bewusste Entscheidung gegen das Live-Streaming von Gottesdiensten 	<ul style="list-style-type: none"> - integrierte Tools nicht vorhanden, zugleich aber geringe Motivation, neue Tools zu erlernen (daher auf niederschweligen Zugang achten)
Sekretariat	<ul style="list-style-type: none"> - hohe Wichtigkeit von Betreuung durch externe Personen vor Ort, insbesondere in der Anfangszeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Schaukasten an der Kirche noch analog bespielt 	<ul style="list-style-type: none"> - digitale Spendenmöglichkeit schaffen bzw. ausbauen 	<ul style="list-style-type: none"> - untereinander vernetzte Programme für Arbeitserleichterung gewünscht
Kirchenpfleger:in / (Finanz-Kirchenmeister:in)	<ul style="list-style-type: none"> - großer Bedarf an Zuwachs von Ehrenamtlichen, die sich bei der Digitalisierung einbringen (Entlastung von Hauptamtlichen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeindebrief als PDF auf der Homepage vorhanden oder als eigene Blogsektion - Informationen über die Gemeinde werden oft noch analog konsumiert 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsenzgottesdienste weiterhin wichtig, vor allem für ältere Gemeindeglieder 	<ul style="list-style-type: none"> - Zugang zu Tools / Software nicht nur aus rechtlichen Gründen auf gewisse Personen beschränkt
Kirchengemeinderäte	<ul style="list-style-type: none"> - erbetene Unterstützung durch, aber auch für die Jugendarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> - gewünschte Bespielung von relevanten Social Media Kanälen (da sein, wo die Zielgruppe auch ist) 	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstverständnis einer einladenden Gemeinde - erst Freiräume schaffen, bevor etwas neues initiiert werden kann. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entlastung durch elektronisches Formularwesen und Document Sharing System gewünscht
Wichtige ehrenamtliche Mitarbeitende (z.B. Posaunenchor, Jugendarbeit, Technikteam Events)	<ul style="list-style-type: none"> - gewünschter Einbezug der Gemeindeglieder bei Entscheidungen bzgl. Digitalisierung - präferierte Aufgabenverteilung anhand von persönlichem Interesse und Fähigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> - Wunsch nach Kommunikation mit der Gemeinde, statt nur zu bewerben 	<ul style="list-style-type: none"> - in Einzelfällen Livebegleitung der Freizeiten, jedoch noch ohne Strategie / Konzept 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortbildungen in vielen Bereichen vorstellbar - Reduzierung der Doppelarbeit

Insgesamt ergeben sich somit vier vorläufige Kernempfehlungen für Gemeinden

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Gemeindegesprächen**

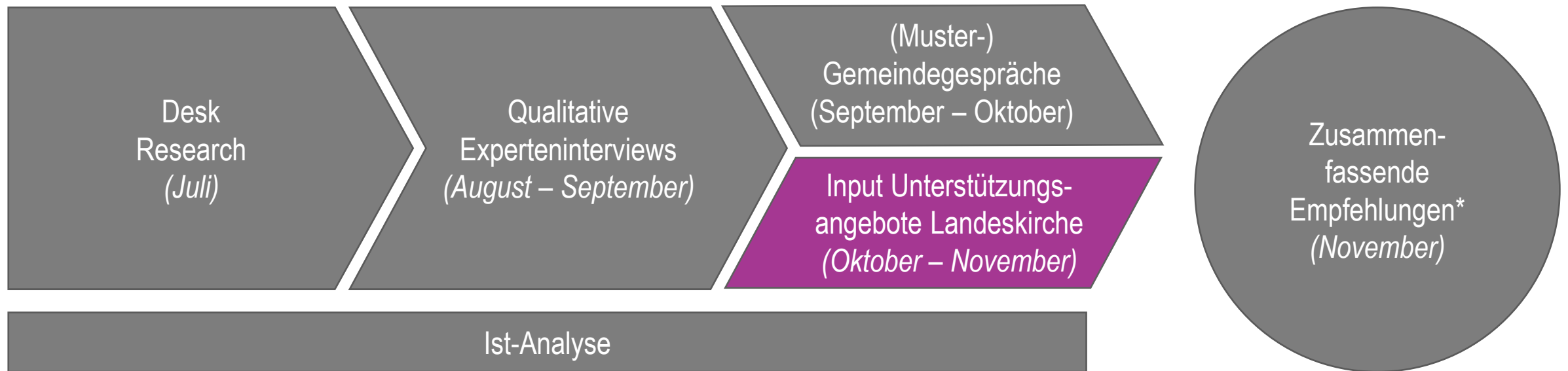




Input Unterstützungsangebote Landeskirchen

Unterstützungsangebote der Landeskirchen wurden einbezogen

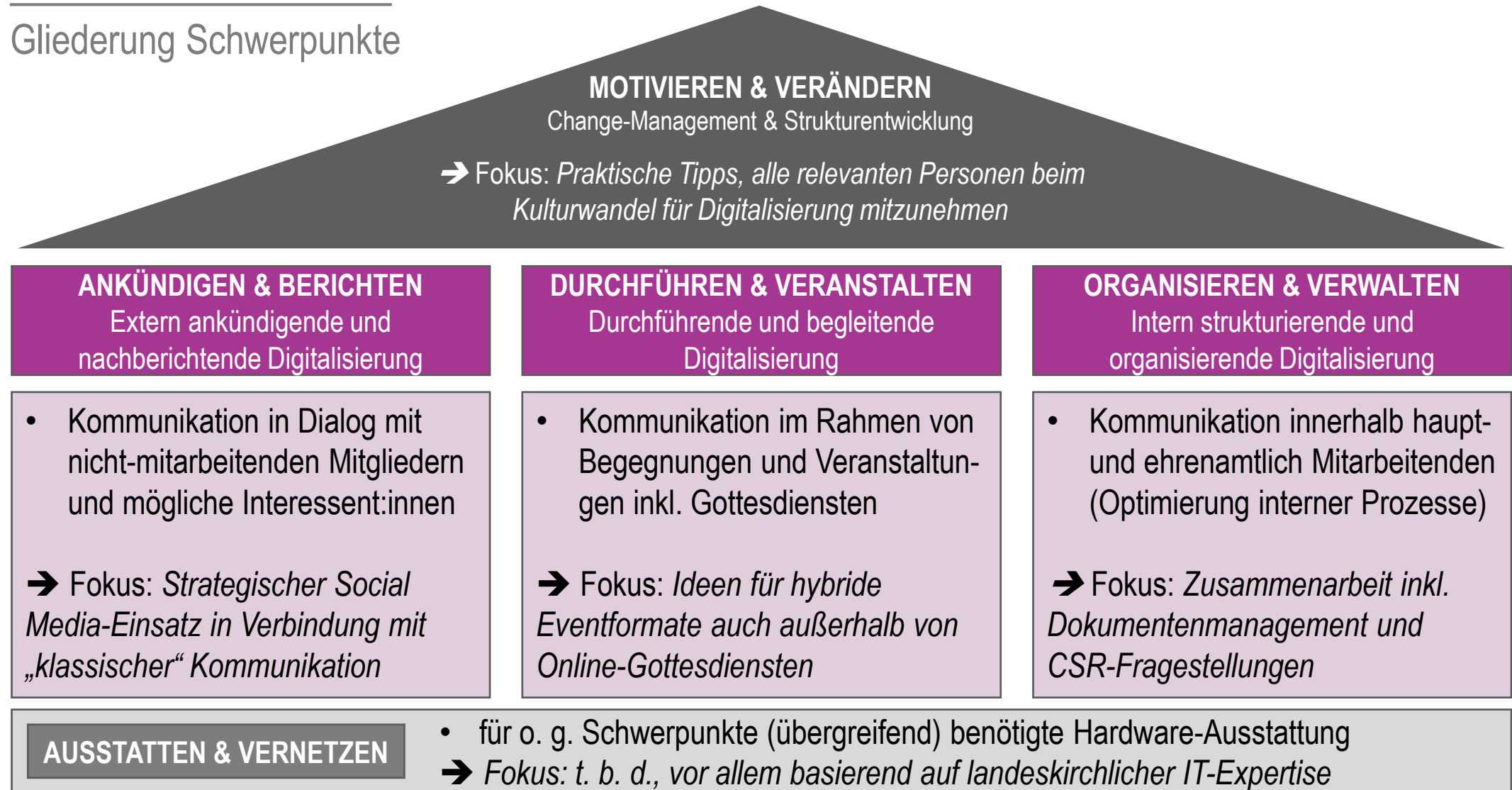
Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

Landeskirchen-Tools zu kennen, ist vor allem für operative Schwerpunkte wichtig

Gliederung Schwerpunkte



Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfasser des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.

Abschließend die Daten zur Evangelische Landeskirche in Württemberg

Übersicht Angebote und Tools nach Landeskirchen



EVANGELISCHE LANDESKIRCHE IN WÜRTTEMBERG



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (34)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Motivieren & Verändern

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Gemeindeberatung	- Gemeinde- und Organisationsberatung, Teamentwicklung, Konfliktberatung, Coaching, Moderation	- kostenpflichtig	- https://www.gemeindeentwicklung-ehrenamt.elk-wue.de/gemeindeberatung	- Gisela Dehlinger

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (35)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Ankündigen & Berichten (1)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Internet-Gemeindebaukasten	- Modulares Baukastensystem für Internetauftritt (Musterwebsites)	- kostenpflichtig	- https://www.gemeindebaukasten.de	- Johannes Quirin
Online & Internet	- Beratungsangebot des Ev. Medienhauses zur Gestaltung von Webseiten	- kostenpflichtig	- https://www.evmedienhaus.de/kompetenzen/online	- Johannes Quirin
Community und Social Media Beratung	- Das Community-Team bietet individuelle Beratung für Online-Kommunikation, Reichweitenaufbau und Userbindung	- kostenpflichtig	- https://www.evmedienhaus.de/kompetenzen/social-media	- Nadja Golitschek
Medienkompass	- Blog zu verschiedenen Themen rund um Social Media und Web	- kostenlos	- https://medienkompass.de/	- Miriam Angerstein
Cleverreach	- Newslettersystem	- kostenpflichtig	- https://www.evmedienhaus.de/leistungen/newsletter-tool	- Johannes Quirin

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (36)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Ankündigen & Berichten (2)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Communi App	- App für die Gemeindekommunikation (Rahmenvertrag mit ELKW)	- kostenpflichtig	- https://communiapp.de/elk-wue/	- Sebastian Ortler
Threema	- Messenger, kostenlos für alle Religionslehrkräfte (auch Pfarrpersonen), coming soon	- kostenlos		- Ulrich Ruck
Google My Business/ Digitale Kirchtürme	- Auffindbarkeit im Web über SEO Optimierung und GMB Account	- kostenlos		- Sandra Buschmann
Social Media Online Academy	- Schulung zum Aufbau/Professionalisierung eines Social Media Formats für Individuen in 18 Video-Lerneinheiten, coming soon	- kostenlos		- Nico Friederich
Handreichung Messengerdienste	- Handreichung mit den wichtigsten Fragen zu Messengerdiensten in der Gemeindekommunikation, insbesondere WhatsApp	- kostenlos	- https://redstorage.elkw.de/f/21b9f7f19ccf468ab300/	- Nico Friederich

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (37)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Durchführen & Veranstalten (1)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Bibel Digital	<ul style="list-style-type: none">- Bibelsoftware mit verschiedenen Bibel-Versionen und Suchmöglichkeiten.	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig/-los	<ul style="list-style-type: none">- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	<ul style="list-style-type: none">- Jan Beckhoff (Ref. IT)
Fachstelle Gottesdienst	<ul style="list-style-type: none">- Gottesdienstberatung	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig	<ul style="list-style-type: none">- https://www.fachstelle-gottesdienst.de/service/ansprechpersonen	<ul style="list-style-type: none">- Evelina Volkmann
Technik- und Konzeptionsberatung vor Ort	<ul style="list-style-type: none">- Beratung zu Technik und Konzeption bei Streaming von Gottesdiensten und anderen Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig	<ul style="list-style-type: none">- https://www.elk-wue.de/gemeindeleben-online	<ul style="list-style-type: none">- Dan Peter
Streaming Koffer	<ul style="list-style-type: none">- Ausleihbares Streaming-Set um erste Erfahrungen zu machen	<ul style="list-style-type: none">- kostenlos	<ul style="list-style-type: none">- https://www.elk-wue.de/gemeindeleben-online	<ul style="list-style-type: none">- Simone Hufendiek
Geräterverleih Ökumenischer Medienladen	<ul style="list-style-type: none">- Im Ökumenischen Medienladen können Sie gegen Gebühr ein umfangreiches Angebot von Geräten für Ihren Medieneinsatz entleihen – passend zu den angebotenen Medien und abgestimmt auf Ihren Einsatzort.- Des Weiteren verleihen wir Gerätesets für Schulungen mit mehreren Teilnehmern zu den Themen PC, digitale Bilder und digitale Videoproduktion.	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig	<ul style="list-style-type: none">- https://www.oekumenischer-medienladen.de/geraeteverleih	<ul style="list-style-type: none">- Martin Hülf

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (38)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Durchführen & Veranstalten (2)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Onlinekirche Württemberg	- Gemeinden, Dienste und Werke der Evangelischen Landeskirche in Württemberg ohne eigene Multimedia-Plattform können über diesen Weg Ihre Andachten, Gottesdienste, Jugendangebote und vieles mehr auf einfache und fast überall zugängliche Weise verbreiten. Bestehende YouTube-Kanäle können sich hier vernetzen und bestehende YouTube-Videos in Playlists gesammelt werden.	- kostenlos	- https://www.evmedienhaus.de/angebot-in-der-corona-krise/gemeindeleben-online	- Dan Peter
MS Teams	- Videokonferenzsystem, standardmäßig über PC im Pfarramt bereitgestellt	- kostenpflichtig	- https://www.pc-im-pfarramt.de/	- Jan Beckhoff (Ref. IT)
Big Blue Button	- Videokonferenzsystem, über das Kompetenzzentrum Digitales Lernen bereitgestellt	- kostenpflichtig	- https://digitales-lernen-kirche.de/mod/page/view.php?id=1624&forceview=1	- Kompetenzzentrum Digitales Lernen
EJW Manager	- Internetbasierte Verwaltungssoftware insb. Veranstaltungsmanagement (Kontaktverwaltung, Veranstaltungsmanagement, Abo-Verwaltung, Fundraising-/Spendenverwaltung, Mitgliederverwaltung)	- kostenpflichtig	- https://www.ejwue.de/service/ejw-manager/	- Alexander Strobel
Eventmanagement	- Beratungsangebot für die Durchführung von Veranstaltungen	- kostenpflichtig	- https://www.evmedienhaus.de/kompetenzen/events	
Dudle	- Terminfindung	- kostenlos	- https://dudle.elk-wue.de/	- Referat IT Oberkirchenrat

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (39)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Durchführen & Veranstalten (3)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
einfach besuchen	- Digitales Besuchsmanagement	- kostenlos	- https://einfachbesuchen.app	- Ev. Bank
twingle	- Digitale Spende/Opfer (Webseite, QR-Code, NFC)	- kostenpflichtig	- https://www.twingle.de/registrierung-landeskirche-wuerttemberg/	- Helmut Liebs
Cantico	- App mit christlichem Liedgut zur Gesangsunterstützung	- kostenlos	- https://www.cantico.me	- Johannes Quirin
WLAN in Kirchengemeinden	- Informations- und Erfahrungsaustauschsangebot zu WLAN Netzen in Gemeindehäusern und Kirchen, coming soon	- kostenlos		- Patrick Uhl
Leitlinien für digitale Gremiensitzungen	- Leitlinie zur Durchführung von digitalen Gremiensitzungen insbesondere mit Abstimmungen und Wahlen wie z.B. Bezirkssynoden oder KGR Sitzungen	- kostenlos	- https://redstorage.elkw.de/f/da91b3dbc71849ad8fdf/?dl=1	- Sandra Buschmann

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (40)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Organisieren & Verwalten (1)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
DaviP Online	- Erfassen und auswerten von Meldedaten der Kirchengemeindemitglieder	- kostenlos	- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	- Elisabeth Gall (Ref. IT)
AHAS Online	- Erfassung von Amtshandlungen (Taufen, Beerdigungen, ..)	- kostenlos	- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	- Elisabeth Gall (Ref. IT)
Cuzea	- Finanzwesenprogramm für Kirchenpflegen, in Ergänzung zum zentralen Navision	- kostenlos	- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	- Referat IT Oberkirchenrat
Navision-K	- Finanzbuchhaltung	- kostenlos	- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	- Referat IT Oberkirchenrat

Quelle: Landekirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (41)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Organisieren & Verwalten (2)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Digitales Gemeindemanagement	- Gesamtsystem zu digitaler Verwaltung von Gemeinden. Besteht momentan aus einem zentralen IDM mit angedockter...	- kostenlos	- https://portal.elkw.de/ - https://www.gemeindemanagement.elk-wue.de/	- Johanna Jainsky (Ref. IT)
- Email	- Mailprogramm mit @elkw.de Adresse für jeden Nutzer	- kostenlos		
- Seafile	- Cloudspeicher/ Dateiablage	- kostenlos		
- Umfragetool	- Erstellen von Umfragen	- kostenlos		
- Churchtools	- Personen und Gruppen, Kalender, Räume und Ressourcen, Veranstaltungen, Checkin	- kostenlos		
- Fundus	- Bilddatenbank, coming soon	- kostenlos		
PC im Pfarramt: Office 365	- Lokal installierte Officeanwendungen und Online-Dienste (Standardausstattung jedes Pfarramt)	- kostenlos	- https://www.pc-im-pfarramt.de/	- Jan Beckhoff (Ref. IT)
- MS Teams	- Kommunikations- und Kollaborationsplattform	- kostenpflichtig/-los		
- MS Forms	- Erstellen von Umfragen	- kostenpflichtig/-los		
- MS Planner	- Aufgabenverwaltung	- kostenpflichtig/-los		
- MS Whiteboard	- Digitales Kollaborationsboard	- kostenpflichtig/-los		
- OneNote	- Notizen	- kostenpflichtig/-los		
- SharePoint on premise/online	- Dateiablage mit Aktenplan (aktenorientierte Ablage)	- kostenpflichtig/-los		

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (42)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Organisieren & Verwalten (3)

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
Vortragsbuch	<ul style="list-style-type: none">- Programm zur Verwaltung von Verträgen für die finanzielle Verpflichtungen bestehen	<ul style="list-style-type: none">- kostenlos	<ul style="list-style-type: none">- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	<ul style="list-style-type: none">- Referat IT Oberkirchenrat
Personal Office	<ul style="list-style-type: none">- Personalverwaltung	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig	<ul style="list-style-type: none">- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	<ul style="list-style-type: none">- Christoph Benzenhöfer (Ref IT)
GIS	<ul style="list-style-type: none">- Geoinformationssystem, Erstellung von Kartenmaterial (z.B. mit Milieudaten)	<ul style="list-style-type: none">- kostenpflichtig	<ul style="list-style-type: none">- https://www.service.elk-wue.de/oberkirchenrat/dezernat-7-finanzmanagement-und-informationstechnologie/referat-74-informationstechnologie-landeskirche-und-oberkirchenrat	<ul style="list-style-type: none">- Elisabeth Gall (Ref. IT)
Informationssicherheitsmanagement	<ul style="list-style-type: none">- Beratung zu Informationssicherheit und Datenschutz	<ul style="list-style-type: none">- kostenlos		<ul style="list-style-type: none">- Antje Weber (Ref. IT)

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Landeskirchen verfügen über umfassende Beratungsangebote und Tools (43)

Evangelische Landeskirche in Württemberg: Sonstiges

Name	Funktionsbereich/ Beschreibung	Kosten	Link	Ansprechpartner
E-Learning	- Landeskirchliche E-Learningplattform und Beratungsangebot	- kostenpflichtig	- https://digitales-lernen-kirche.de/	- Kompetenzzentrum Digitales Lernen
jo Jugendarbeit online	- Materialplattform/Arbeitshilfen für die Jugendarbeit	- kostenpflichtig	- https://www.jugendarbeit.online/	
Feed Yourself	- App für die Kleingruppen-/ Hauskreisarbeit	- kostenlos	- https://feedyourself.de/	- Markus Munzinger
KonApp	- App für die Konfirmandenarbeit	- kostenlos	- https://www.konapp.de/	- Maximilian Naujoks

Quelle: Landeskirchliche Auflistungen, z. T. entsprechend Systematik dieser Studie neu sortiert



Alle Landeskirchen bedienen alle Schwerpunkte recht umfassend

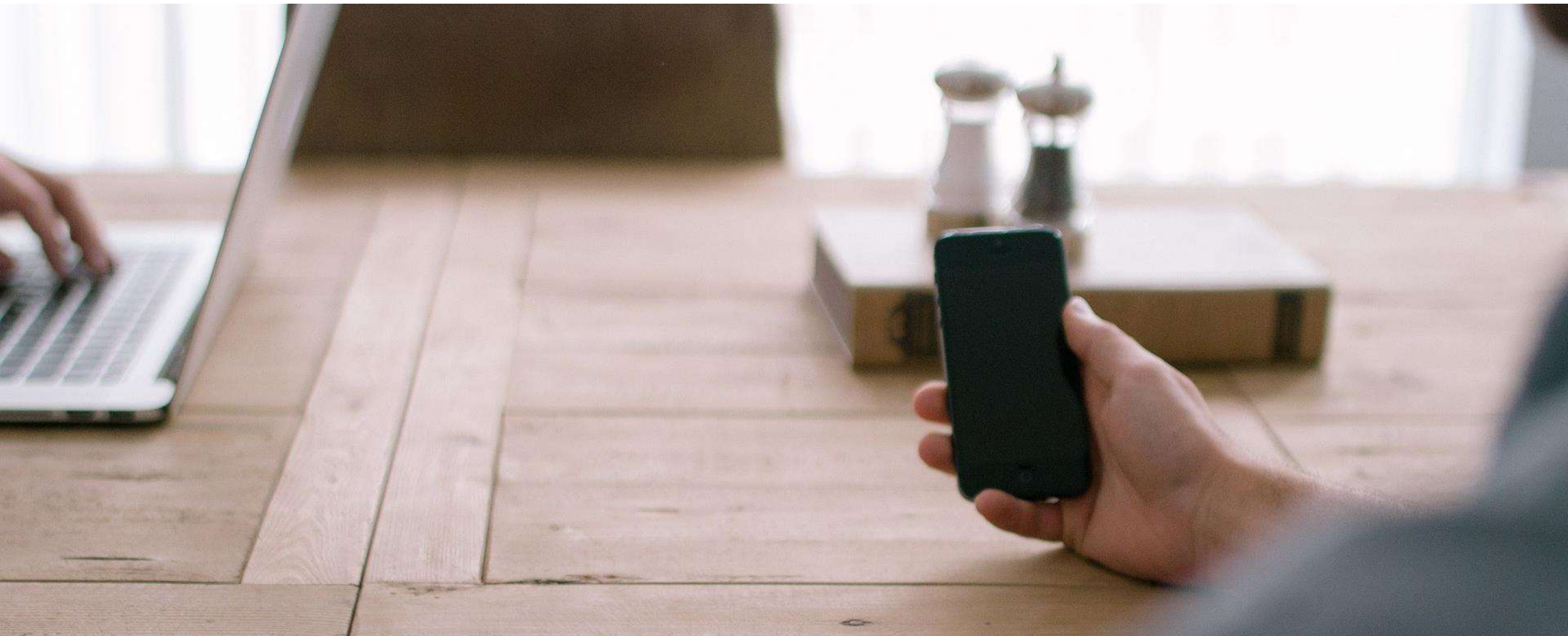
Kernergebnisse Input Landeskirchen

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN	AUSSTATTEN & VERNETZEN / SONSTIGES
Evangelische Landeskirche in Baden	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindeberatung Fachteams im Strategieprozess Mitgliederorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> LUKAS Webbauskasten Social.Media.Konvent “Fundus” Bilddatenbank Materialiendatenbank Messenger (Threema) 	<ul style="list-style-type: none"> Church Events/Godie.org Ressourcenplanung in LUKAS E-Learning-Plattform Fortbildungsportal spezifische Apps innerhalb von Microsoft Office 365 Fachstelle Gottesdienst 	<ul style="list-style-type: none"> Microsoft Office 365 inkl. Teams /Sharepoint DaviP-online und KBF-o KFM Web zukünftig Digitaler Belegfluss u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> Digitale EKIBA Zukunftsradar Google My Business spezifische Apps innerhalb von Microsoft Office 365 u.v.a.m.
Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindeberatung Arbeitskreis "Standardisierung" demnächst: Organisationsberatung unter Berücksichtigung von Microsoft Teams 	<ul style="list-style-type: none"> Vernetzung in Social Media Musterwebsites für Gemeinden Evangelische Termine kirchenjahr-evangelisch.de taufspruch.de, trauspruch.de, konfisppruch.de, trauervers.de 	<ul style="list-style-type: none"> Videostream bidirektional Livestream von Gottesdiensten E-Learning-Plattform ELKB-Lernen Digitales Spendentool 	<ul style="list-style-type: none"> Einführung von Microsoft Office 365 inkl. Teams Einführung des orts- und geräteunabhängigen digitalen Arbeitsplatzes (AHP-Lösung) Einführung Dokumenten-managementsystem u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> WLAN in Kirchen und Gemeindehäusern Netz- und Kommunikationsinfrastruktur Installation, Wartung und Betreuung inkl. Smartphones, Laptops und Rechner
Evangelische Landeskirche in Württemberg	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindeberatung Beratungsangebot „Perspektiven entwickeln“ 	<ul style="list-style-type: none"> Internet-Gemeindebaukasten Online- & Internet- / Community- & Social Media-Beratung Messenger (Threema, Communi) Newslettersystem Cleverreach Social Media Online Academy u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> Fachstelle Gottesdienst Technik-/Konzeptionsberatung Geräteverleih Ökumenischer Medienladen/Streamingkoffer EJW Manager (Internetbasierte Software für Non-Profits) twingle für digitale Spenden u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> PC im Pfarramt (PiP): Microsoft Office 365 inkl. Teams Digitales Gemeinde-management mit Churchtools DaviP Online, AHAS Online, Cuzea, Navision-K, Personal Office und Vortragsbuch u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> E-Learning jo Jugendarbeit online Feed Yourself/KonApp Cantico App WLAN in Kirchengemeinden Google My Business/ Digitale Kirchtürme u.v.a.m.

Aus den Unterstützungsangeboten lassen sich Kernempfehlungen formulieren

Kernempfehlung: Schwerpunkte basierend auf **Input zu Unterstützungsangeboten der Landeskirchen**

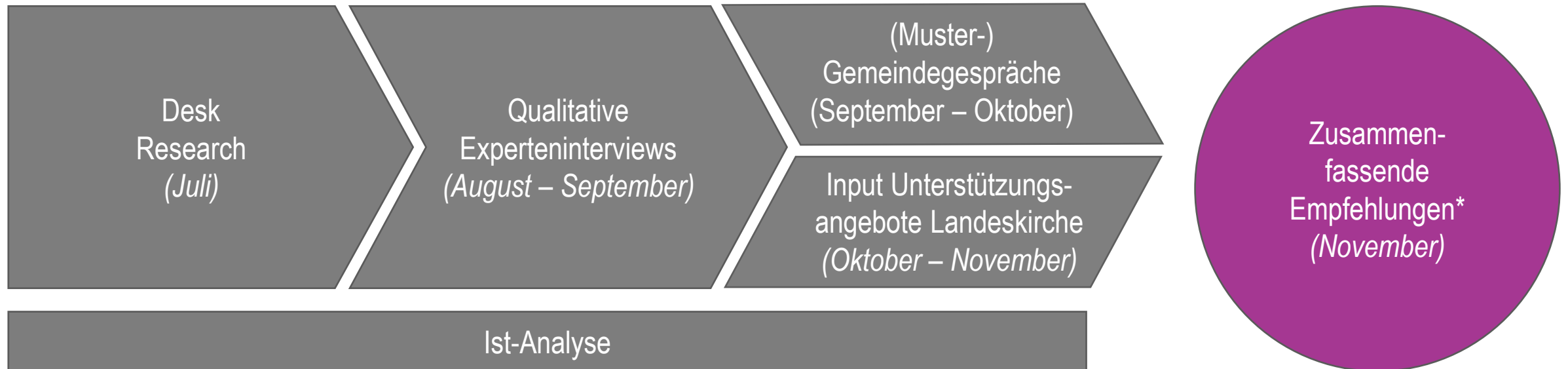




Zusammenfassende Empfehlungen

Zusammenfassende Empfehlungen bauen auf Ist-Analyse auf

Durchgeführtes Vorgehen für Phase 1



*= inkl. Soll-Konzeptionen mit Baustein-Modell

Zunächst sei an die Ergebnisse der Desk Research erinnert...,

Kernergebnisse Desk Research

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftl.-theoretische Perspektive	Change Challenges sind in Gemeinden ähnlich wie anderswo, weswegen sich auch allgemeine Change-Methoden empfehlen.	Social Media in Gemeinden waren kommunikativ lange marginal und bei Verbänden ist Dialog oft scheinbar; deshalb sind analoge Alternativen weiterhin wichtig.	In Gemeinden waren Andachten online wichtiger als Wort-GD, wobei hybride Events auch Gemeinden viele Chancen bieten; Kommunikationskanäle sind dabei je nach Aktivität sehr unterschiedlich.	Informationsmanagement wird auch für Gemeinden wichtiger, wobei insbesondere Mitglieder in den Fokus rücken sollten.
Unternehm.-praktische Perspektive	Entsprechend anwendbar sind z. B. die acht Schritte vom Kottler, weil gute Führung und Beteiligung kritisch für Veränderung sind.	Auch Gemeinde brauchen strategische Themenentwicklung und können dabei von Empfehlungen für KMU lernen.	Digital-hybride Events haben klare Erfolgsfaktoren, die man teilweise an Hand von Leitfäden gut abarbeiten kann.	Gemeinden sollten – teilweise analog zu KMU – digital investieren; wichtig ist dabei wiederum die Beachtung von fünf Erfolgskriterien.
Praktische Perspektive Staat/NGO	Anwendungshilfen aus öffentlichem Bereich können helfen, wobei u. a. unterschiedliche Werte zu berücksichtigen sind.	Im staatlichen Bereich wird externer Dialog immer wichtiger, was u. a. zu Empfehlungen für Social Media von Kommunen führt.	Auch im öffentlichen Bereich werden virtuelle Events wichtiger, wobei Messen inkl. VR/AR besondere Bedeutung zukommt.	Digitale öffentliche Verwaltung kann nur teilweise Benchmark sein, aber eine durch Kommunen angeregte „Vision 2025“ lohnt Entwicklung.
Kirchlich-praktische Perspektive	Organisationale Identität ist im kirchlichen Kontext zentral, um am Ende den „Raum der Erneuerung“ wirklich zu erreichen.	Kirche muss kommunikationskulturelle Veränderung bewusst sein und dabei vorhandene konkrete Ratgeber nutzen.	Tipps für hybride Events liefern auch kirchennahe Quellen einschließlich Überlegungen für teilweise virtuelle Seelsorge.	Corona-Pandemie hat Digitalisierung auch in Kirche beschleunigt, wobei es auch vorher gute Konzepte gab. Wichtig ist ein klares strategisches Vorgehen, wobei Gemeinde nicht alle Bereiche (sofort?) digitalisieren müssen.

...die in vier vorläufigen Kernempfehlungen zusammengefasst wurden

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf Desk Research

MOTIVIEREN & VERÄNDERN

→ Kernempfehlung: *Veränderung wirklich strategisch angehen, alle einbeziehen und praktische Hacks berücksichtigen!*
(z.B. Kottlers 8 Schritte)

ANKÜNDIGEN & BERICHTEN

→ Kernempfehlung: *Social Media deutlich stärken und dabei auch konkrete Erfahrungen aus nicht-kirchlichen Bereichen nutzen!*
(z.B. Baumfelders & Reidingers 6 Handlungsempfehlungen)

DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN

→ Kernempfehlung: *Generell auch auf hybride Events setzen, dabei von den Besten lernen und eventuell auch einmal an VR/AR herantrauen!*
(z.B. Harmsens 12 Tipps)

ORGANISIEREN & VERWALTEN

→ Kernempfehlung: *Interne Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern sollte klares, individuelles Zielbild haben und dosiert erfolgen!*
(z.B. 5 Erfolgskriterien von Fraunhofer-Institut und Bertelsmann Stiftung)

Auch aus den Experteninterviews ließ sich vieles lernen...

Kernergebnisse Experteninterviews

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Wissenschaftlich-theoretische Perspektive	„Es muss eine Person glaubwürdig dafür stehen.“	„Man braucht so eine Art Gemeindefluencer“	„Fragen zur Digitalisierungsstrategie [von Kirche] kommen erst jetzt auf“	„Digitalisierung soll helfen, sich der Kernaufgabe zu widmen“
Unternehmerisch-praktische Perspektive	„Es muss Sinnhaftigkeit haben, warum das Ganze [i.e. der digitale Wandel einer Gemeinde] angegangen wird“	„[Digitale Kommunikationsarbeit benötigt] temporäre Narrative, die dann in der Strategie umgesetzt werden“	„[Hybrid und Live sind] zwei unterschiedliche Erlebnisse, die gleichwertig sind“	„Bilde Netzwerke, teile Wissen, verknüpfe dich mit Anderen“
Praktische Perspektive Staat/NGO	„Digitalisierung [gerade in Kirchengemeinden] muss von unten her reifen“	„Wir müssen die Welten von digital und analog zusammenführen“	„Wenn man lange Zeit miteinander verbringt, dann lohnt sich Präsenz“	„[Gemeinde braucht einen z.B. ehrenamtlichen] Digitalisierungsbeauftragte[n], der das Ganze promotet“
Kirchlich-praktische Perspektive	„Digitalisierung ist immer Teamarbeit.“	„Ich würde denen drei Pläne an die Wand hängen“	„Having true experts on staff will be crucial“	“A tool without a purpose is nothing”



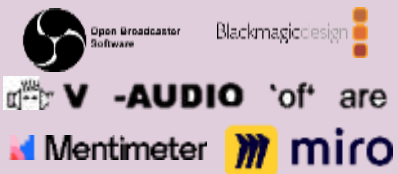





...und ebenfalls in unserem Digitalisierungshaus bündeln

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Experteninterviews**



Auf dieser Basis waren auch erste Empfehlungen zu Tools möglich

Kernergebnisse Tools aus Desk Research und Experteninterviews

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Basis-Lösung	<ul style="list-style-type: none"> „Haus der Veränderung“ 	<ul style="list-style-type: none"> Instagram-Account, der auch genutzt wird, um Facebook und Pinterest zu versorgen; ggf. speziellere Tools für Website 	<ul style="list-style-type: none"> Hardware: Blackmagic Design ATEM Software: VB audio Software; OBS Studio; Miro; Mentimeter und Hackforum wie „Wer weiss was“ 	<ul style="list-style-type: none"> Einzelsoftware für Newsletter, Mitgliederverwaltung, Planung oder Kooperation (oder landeskirchliche Lösungen) 
Advanced Solution	<ul style="list-style-type: none"> Kottlers 8 Schritte 	<ul style="list-style-type: none"> Hootsuite, GAIN, sprout social, facelift 	<ul style="list-style-type: none"> Equipment Shopping List von VOK DAMS 	<ul style="list-style-type: none"> Integrierte Software wie z.B. Churchtools, Churchdesk oder konapp (letztere auch „DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN“) 

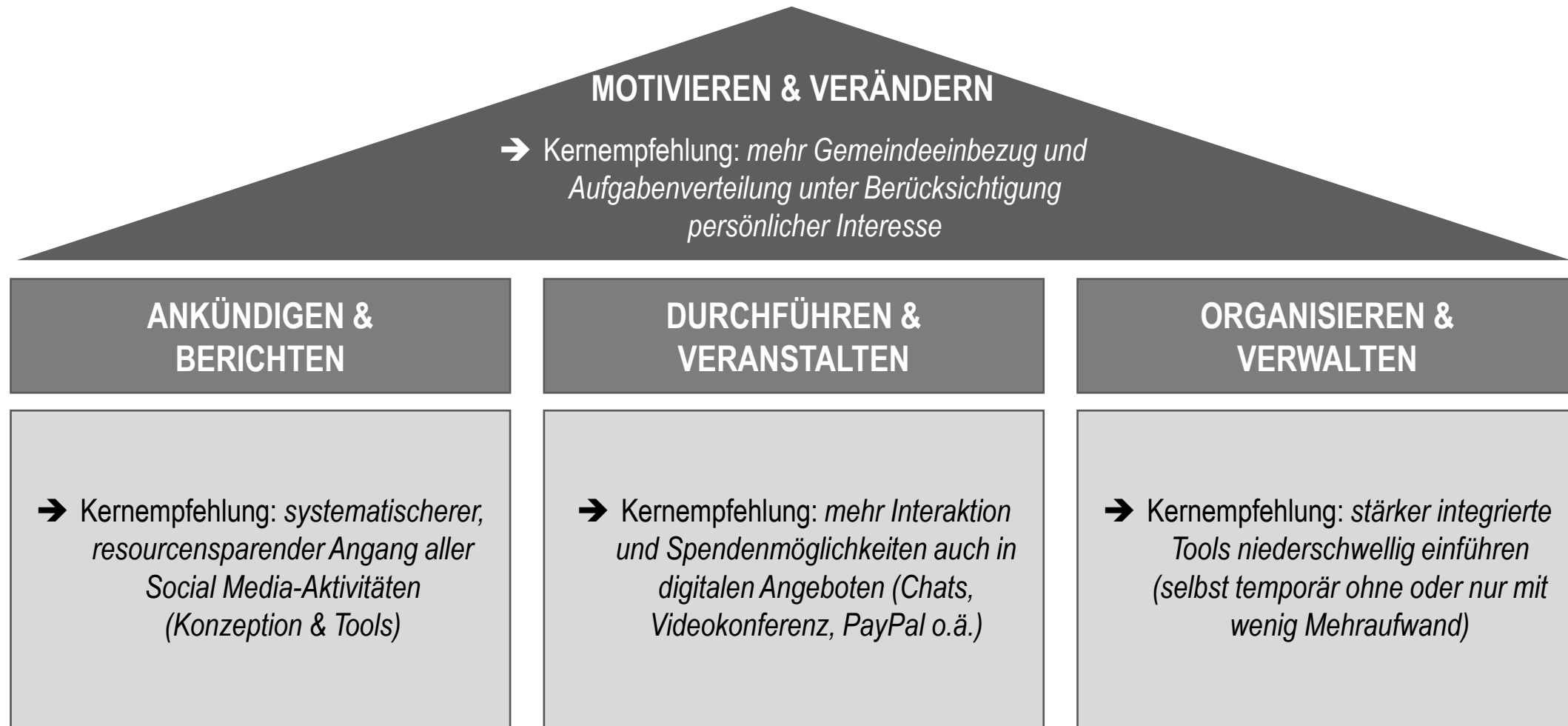
Auch die Gemeindegespräche wurden systematisch ausgewertet...

Kernergebnisse Gemeindegespräche

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Pfarrpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - generell großes Interesse, aber Bedenken in Bezug auf Aufwand sowie in Teilen auf Datenschutz 	<ul style="list-style-type: none"> - Ressourcenknappheit in Bezug auf Contenterstellung - Social Media Action-Plan und -Software als Steuerungshilfsmittel gewünscht 	<ul style="list-style-type: none"> - zumeist Wunsch nach (mehr) interaktiven Elementen während Gottesdienstes mit Online-Usern - in einem Fall bewusste Entscheidung gegen das Live-Streaming von Gottesdiensten 	<ul style="list-style-type: none"> - integrierte Tools nicht vorhanden, zugleich aber geringe Motivation, neue Tools zu erlernen (daher auf niederschweligen Zugang achten)
Sekretariat	<ul style="list-style-type: none"> - hohe Wichtigkeit von Betreuung durch externe Personen vor Ort, insbesondere in der Anfangszeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Schaukasten an der Kirche noch analog bespielt 	<ul style="list-style-type: none"> - digitale Spendenmöglichkeit schaffen bzw. ausbauen 	<ul style="list-style-type: none"> - untereinander vernetzte Programme für Arbeitserleichterung gewünscht
Kirchenpfleger:in / (Finanz-Kirchenmeister:in)	<ul style="list-style-type: none"> - großer Bedarf an Zuwachs von Ehrenamtlichen, die sich bei der Digitalisierung einbringen (Entlastung von Hauptamtlichen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeindebrief als PDF auf der Homepage vorhanden oder als eigene Blogsektion - Informationen über die Gemeinde werden oft noch analog konsumiert 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsenzgottesdienste weiterhin wichtig, vor allem für ältere Gemeindeglieder 	<ul style="list-style-type: none"> - Zugang zu Tools / Software nicht nur aus rechtlichen Gründen auf gewisse Personen beschränkt
Kirchengemeinderäte	<ul style="list-style-type: none"> - erbetene Unterstützung durch, aber auch für die Jugendarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> - gewünschte Bespielung von relevanten Social Media Kanälen (da sein, wo die Zielgruppe auch ist) 	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstverständnis einer einladenden Gemeinde - erst Freiräume schaffen, bevor etwas neues initiiert werden kann. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entlastung durch elektronisches Formularwesen und Document Sharing System gewünscht
Wichtige ehrenamtliche Mitarbeitende (z.B. Posaunenchor, Jugendarbeit, Technikteam Events)	<ul style="list-style-type: none"> - gewünschter Einbezug der Gemeindeglieder bei Entscheidungen bzgl. Digitalisierung - präferierte Aufgabenverteilung anhand von persönlichem Interesse und Fähigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> - Wunsch nach Kommunikation mit der Gemeinde, statt nur zu bewerben 	<ul style="list-style-type: none"> - in Einzelfällen Livebegleitung der Freizeiten, jedoch noch ohne Strategie / Konzept 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortbildungen in vielen Bereichen vorstellbar - Reduzierung der Doppelarbeit

...und auf vier übergreifende Empfehlungen konzentriert

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Gemeindegesprächen**



Alle drei Landeskirchen bedienen alle Schwerpunkte recht umfassend...

Kernergebnisse Input Landeskirchen

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN	AUSSTATTEN & VERNETZEN / SONSTIGES
Evangelische Landeskirche in Baden	<ul style="list-style-type: none"> (Gemeindeberatung) 	<ul style="list-style-type: none"> LUKAS EKD Kirchen-App Bilddatenbank "Fundus" der EKD Materialiendatenbank Google Maps & Alexa 	<ul style="list-style-type: none"> Church Events CAI-Portal für Fortbildungen Godie.org Outlookkalender pro Raum/Ressource Microsoft List mit Vorlagen nutzbar 	<ul style="list-style-type: none"> Office 365 / MS Teams KFM Web Fundus Gebäudedatenbank Personalakten mit Enaio im EOK / mit Kidicap VSA / EKV Dudle Terminfinder u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> Zukunftsradar Software-/App-Freigabeprozess
Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern	<ul style="list-style-type: none"> (Gemeindeberatung) 	<ul style="list-style-type: none"> Vernetzung in Social Media Musterwebsites für Gemeinden Evangelische Termine kirchenjahr-evangelisch.de taufspruch.de, trauspruch.de, konfisppruch.de, trauervers.de 	<ul style="list-style-type: none"> Videostream bidirektional Livestream von Gottesdiensten 	<ul style="list-style-type: none"> Einführung von MS 365 inklusive MS Teams Einführung des orts- und geräteunabhängigen digitalen Arbeitsplatzes (AHP-Lösung) Einführung Dokumenten-managementsystem 	<ul style="list-style-type: none"> WLAN in Kirchen und Gemeindehäusern Netz- und Kommunikationsinfrastruktur
Evangelische Landeskirche in Württemberg	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindeberatung 	<ul style="list-style-type: none"> Internet-Gemeindebaukasten Online & Internet Community- und Social Media-Beratung Medienkompass Cleverreach u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> Bibel Digital Fachstelle Gottesdienst Technik-/Konzeptionsberatung Streaming Koffer Geräteverleih Ökumenischer Medienladen u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> DaviP Online AHAS Online Cuzea Navision-K Vortragsbuch Office 365 / MS Teams u.v.a.m. 	<ul style="list-style-type: none"> E-Learning jo Jugendarbeit online Feed Yourself KonApp

Aus den Unterstützungsangeboten lassen sich Kernempfehlungen formulieren

Kernempfehlung Schwerpunkte basierend auf **Input zu Unterstützungsangeboten der Landeskirchen**



Darauf aufbauend kann Soll-Konzeption mit Baustein-Modell entwickelt werden

Erster Entwurf differenziertes Soll-Konzept zur Gemeindedigitalisierung

	MOTIVIEREN & VERÄNDERN	ANKÜNDIGEN & BERICHTEN	DURCHFÜHREN & VERANSTALTEN	ORGANISIEREN & VERWALTEN
Modell S	<ul style="list-style-type: none"> Start und Ausbau von einzelnen Digitalaktivitäten basierend auf Bedarf und Motivation Verteilen einzelner digitaler Aufgaben nach Bedarf unter interessierten Ehren- und Hauptamtlichen 	<ul style="list-style-type: none"> basale Webpage mit allen wichtigen allgemeinen Informationen zur Gemeinde (nicht interaktiv, zentral befüllt mittels Webbaukasten) regelmäßiges Bespielen mindestens eines Social Media-Kanals (Facebook, Instagram, YouTube...) zum Ausprobieren im Feed 	<ul style="list-style-type: none"> unregelmäßiges Live-Streaming oder Aufzeichnung besonders wichtiger Gottesdienste auf technisch einfache Art mit nur 1 Kamera ohne „Mischpult“ etc. (ohne weitere Online-Interaktion) ansonsten keine weiteren digitalen Angebote für Gemeindeglieder 	<ul style="list-style-type: none"> basale landeskirchliche Verwaltungstools basale allgemeine interne Kommunikationstools über landeskirchliche IT-Angebote oder kostenfrei/ günstig verfügbare Social Media-Software
Modell M	<ul style="list-style-type: none"> gemeinsame Definition eines groben „Digitalzielbilds“ für die Gemeinde, das sich inhaltlich auf Gemeindekonzeption bezieht Suche und Benennung eines ehren- und hauptamtlichen „Digitalteams“, das gemeinsam Digitalisierungsvorhaben der Gemeinde bespricht und umsetzt 	<ul style="list-style-type: none"> attraktive moderne Webpage mit allgemeinen und vielen aktuellen Informationen (auch dezentral befüllbar; gern ergänzend Google My Business (GMB)-Eintrag überlegenswert) konzeptionell durchdachtes „direktes“ Bespielen von 1-2 Social Media-Kanälen, inhaltlich abgestimmt mit Webpage, Gemeindebrief etc. 	<ul style="list-style-type: none"> regelmäßiges Live-Streaming oder Aufzeichnung normaler Sonntagsgottesdienste (hybrid oder rein digital) mit 2 Kameras und aufbereitetem Ton (ohne weitere Online-Interaktion) mindestens 1 weiteres gelegentliches digitales/hybrides Angebot (z.B. Andacht für spezielle Zielgruppen) 	<ul style="list-style-type: none"> basale landeskirchliche Verwaltungstools spezifische allgemeine interne Kommunikationstools über professionelle Social Media-Software (z.B. Slack) testweise Einführung von Teilbereichen eines umfassendes Tools zur Gemeindeverwaltung, -kommunikation und -organisation
Modell L	<ul style="list-style-type: none"> gemeinsame Erarbeitung eines detaillierten Digitalzielbilds wie M, das regelmäßig gemeinsam überprüft wird Benennung ehrenamtlichen (oder evtl. nebenberuflichen, z.B. durch Erweiterung der Küsterfunktion) „Digitalkirchmeister:in“, der Ehren- wie Hauptamtliche im Digitalteam koordiniert und unterstützt 	<ul style="list-style-type: none"> mit Verwaltungs- und/oder interne Kommunikationstools direkt verbundene Webpage (ansonsten wie M); gern ergänzend Search Engine Optimization (SEO) überlegenswert einheitliches externes System zum Bespielen und Analysieren von 2-3 Social Media-Kanälen (ansonsten wie M) 	<ul style="list-style-type: none"> regelmäßige(s) Streaming/ Aufzeichnung wie M, jedoch zusätzlich mit betreutem echten Interaktionselementen (z.B. Videokonferenz mit Nachgespräch) mindestens 2-3 weitere regelmäßige digitale/hybride Angebote wie M 	<ul style="list-style-type: none"> basale landeskirchliche Verwaltungstools dauerhafte Einführung eines umfassendes Tools zur Gemeindeverwaltung, -kommunikation und -organisation in möglichst enger Verbindung mit anderen Schwerpunkten

Dieses Dokument ist ein recht vollständiger Auszug aus der Projekt-Abschlusspräsentation. Aus Datenschutzgründen sowie auf Grund teilweise zugesicherter Anonymität kann aber leider nicht die komplette Unterlage hier zur Verfügung gestellt werden. Dies betrifft insbesondere die Personen zuordenbaren Einzelaussagen der Experteninterviews sowie interne Informationen aus den einzelnen Mustergemeinden. Die beteiligten Landeskirchen sowie der Verfasser des Dokumentes bitten diesbezüglich um Verständnis.

A blurred background image of a desk with a laptop and a lamp. The scene is dimly lit, with a warm glow from a lamp on the right. A laptop is open on the desk, and a chair is visible in the background. The overall atmosphere is quiet and focused.

Anhang: Literaturverzeichnis

Anhang

Literatur A-Br

- Akingbola, K., Rogers, S. E., Baluch, A. (2019): Change Management in Nonprofit Organizations: Theory and Practice. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Balci, Y. (2018): Die veränderte Kommunikation im digitalen Zeitalter. In: <https://www.politik-digital.de/news/die-veraenderte-kommunikation-im-digitalen-zeitalter-153968/>
- Bastian, M., Heidt, F., Benz, L., Nickels, A. (2017): Digitalisierung braucht Führung und Kommunikation: Bedarfe und Status quo. Hochschule Darmstadt und Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).
- Baumfelder, N., Reidinger, F. (2018): Sprechen Sie digital? Wie mittelständische Unternehmen (nicht) über Digitalisierung kommunizieren. Whitepaper.
- Becker, T., Knop, C. (2015): Upload: Wo steht Deutschland beim Thema Digitalisierung. In: Becker, T., Knop, C. (Hrsg.): Digitales Neuland: Warum Deutschlands Manager jetzt Revolutionäre werden. S. 1-22
- Beil, J. (2021): „Führungskräfte vergessen oft, dass ihre Mitarbeiter auch im Unternehmen noch Menschen sind“: Darum sind Veränderungen in Unternehmen so schwierig. In: <https://www.businessinsider.de/karriere/change-management-in-unternehmen-die-groesste-huerde-ist-der-mensch-f/>
- Bitkom (2020): In 10 Schritten zum digitalen Staat. In: https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-09/200921_pp_in-10-schritten-zum-digitalen-staat.pdf
- Bitkom (2020): Last Call: Germany! Die Bitkom-Digitalstrategie 2025. Berlin
- Brückner, J. (2020): Liturgie 2.0?: Zur Digitalisierung der analogen Liturgie. In Zeitschrift für Pastoraltheologie. 40. Jahrgang, 2020-2, S. 195–209.
- Brunner, K., Jager, A, Hess, T., Münch, U. (2020): Digitalisierungsstrategien bundesdeutscher Länder: Eine Bestandsaufnahme ihrer Entwicklung und Implementierung. München

Anhang

Literatur Bu-Da

- Buhmann, J., Walf, J., Nachtwei, J. (2019). Change Management - ein Überblick aus wirtschaftspsychologischer Perspektive. In: https://www.researchgate.net/publication/336190789_Change_Management_-_ein_Ueberblick_aus_wirtschaftspsychologischer_Perspektive
- Bundesministerium des Innern (2009): Change Management Anwendungshilfe zu Veränderungsprozessen in der öffentlichen Verwaltung. In: https://www.verwaltung-innovativ.de/SharedDocs/Publikationen/Presse__Archiv/20100224_anwendungshilfe_change_management.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o.J): Einsteigertipps für digitale Veranstaltungen. In: <https://www.gruendungswoche.de/fuer-partner-und-foerderer/veranstaltungsideen/ideen-pool/einsteigertipps-fuer-digitale-veranstaltungen/>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Mittelstand Digital (o.J): Digitalisierung in fünf Schritten. In: <https://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/Unternehmerfragen/Standardartikel/2-wie-erstelle-ich-einen-digitalisierungsfahrplan-3-digitalisierung-in-fuenf-schritten.html>
- Businessinsider (2021): Digital und nachhaltig: So wandelt sich der Mittelstand. In: <https://www.businessinsider.de/sponsored/so-wandelt-sich-der-mittelstand-docusign-5376663121/>
- Czichos, R. (2014): Erfolgsfaktoren Change Management: Den Wandel im Unternehmen aktiv gestalten und kommunizieren. Freiburg / München: Haufe.
- Czychun, C. (2018): Changemanagement im Rahmen einer Verwaltungsfusion: Ein empirischer Fallvergleich am Beispiel von Kreiskirchenämtern in der EKvW. Wiesbaden
- Dams, C. (2021): Erfolgsfaktoren Hybrider & Digitaler Events. In: https://f.hubspotusercontent00.net/hubfs/6023408/Landingpage/images/21-02-01_VOK%20DAMS_Whitepaper_Erfolgsfakt_Hybrider_Digitaler_Events_DE.pdf
- Dams, C. (o.J.): Hybrid Events: Future Report. Whitepaper. In: https://www.vokdams.de/uploads/media/Whitepaper_Hybrid_Events_Future_Report_DE.pdf

Anhang

Literatur Da-De

- Dams, C., & Luppold, S. (2016): Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation. Wiesbaden.
- de Nocker, T., Hinzen, W. (2019): „Die Welt mit den Augen des Anderen sehen!“ Change-Management und Kommunikation bei kirchlichen Veränderungsprozessen. In: Sinnstiftermag, Ausgabe 23 https://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_23/titelstory.htm
- Deloitte (2013): Digitalisierung im Mittelstand In: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Mittelstand/Digitalisierung-im-Mittelstand.pdf>
- Deloittdigital (2019): Digital CRM 2.0: Building customer relationships in the digital landscape.
- Der Digitale Zwilling in der Prozessindustrie: Informationsmanagement als Grundlage der Digitalisierung. In: Bd. 61 Nr. 1-2 (2019): atp magazin.
- Der Digitale Zwilling in der Prozessindustrie: Informationsmanagement als Grundlage der Digitalisierung. In: Bd. 61 Nr. 1-2 (2019): atp magazin.
- Deutinger, G. (2017): Kommunikation im Change: Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen. 2. Aufl., Wiesbaden.
- Deutsche Bischofskonferenz (2021): MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation erscheint zum vierten Mal: Aktuelle Daten zur Mediennutzung erleichtern die kirchliche Medienarbeit. In: <https://www.dbk.de/presse/aktuelles/meldung/mdg-trendmonitor-religioese-kommunikation-erscheint-zum-vierten-mal>
- Deutsche Telekom (2021): Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021. Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands. Bonn.
- Deutscher Gewerkschaftsbund (2020): Deutschland gewinnt beim Thema eGovernment an Boden.
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (2017): Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter

Anhang

Literatur Di-Ha

- Dietlein, G. (2015): Kirche im Aufbruch: Ein Change Management Ansatz für die katholische Kirche in Deutschland. Norderstedt: Books on Demand.
- Digitaler Staat (2021): Audit Digitale Verwaltung mit Dorothee Bär und Jan Pörksen. In: https://www.digitaler-staat.org/wp-content/uploads/2021/03/DS2021_programm.pdf
- Eriyo, S., Litzel, N. (2017): So gelingt der Einstieg in die Digitale Transformation. In: <https://www.bigdata-insider.de/so-gelingt-der-einstieg-in-die-digitale-transformation-a-616275/>
- Evangelische Landeskirche in Württemberg (2019): Digital Roadmap - Die vernetzte Landeskirche. Stuttgart.
- Evangelische Landeskirchen in Württemberg (2021): Erste Pfarrstellen für Kirche im digitalen Raum. In: <https://www.elk-wue.de/news/2021/06072021-pfarrstellen-fuer-digitale-raeume>
- Feeser-Lichterfeld (2020): Digitalisierung und Seelsorge. In: Giercke-Ungermann, A. & Handschuh, C. (Hrsg.) Digitale Lehre in der Theologie. Chancen, Risiken und Nebenwirkungen. Münster. S. 245-256
- Fischer-Korp, C. (2018): Erfolgreiche Change-Prozesse im öffentlichen Bereich: Strategien, Methoden und Tools. Wiesbaden
- Frankfurter Allgemeine (2021): Digital statt Fax: Industrie fordert „radikalen Wandel“ in Amtsstuben. In: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitalisierung-industrie-fordert-radikalen-wandel-fuer-behoerden-17257693.html>
- Goehermann, J. (2021): Kommunikation für KMU. Wie moderne Unternehmen heute kommunizieren müssen - Grundlagen, Strategien, praktische Umsetzung. Wiesbaden.
- Hamann, Karin & Link, Maike & Dworschak, Bernd & Schnalzer, Kathrin. (2019). Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeit und Kompetenzentwicklung. In : Arbeit in der digitalisierten Welt. Stand der Forschung und Anwendung im BMBF-Förderschwerpunkt Publisher: Fraunhofer IAO

Anhang

Literatur Ha-Ho

- Harmsen R. C. (2020): #digitalekirche – Sechs Tipps für die Digitalisierung in kirchlichen Einrichtungen. In: <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/medien/digitalekirche-sechs-thesen-zur-digitalisierung-kirchlichen-einrichtungen>
- Harmsen, R. C. (2020): Wie organisiere ich eine hybride Veranstaltung? 12 Tipps für eine gelungene On- und Offline-Veranstaltung. In: <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/medien/hybride-veranstaltung-tipps-online-offline-technik>
- Heinrich, O. (2021): Digitalisierung im Mittelstand: Status und Ausblick 2021: In: https://www.sage.com/de-de/blog/digitalisierung-im-mittelstand-status-und-ausblick-2021_fy21-digitaltag/
- Helmke, S., Uebel, M., Dangelmaier, W. (2017): Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation. Wiesbaden.
- Heuermann, R., Tomenendal, M., Bressemer, C. (2018): Digitalisierung in Bund, Ländern und Gemeinden: IT-Organisation, Management und Empfehlungen. Wiesbaden.
- Hirsch, L. (2020): Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020: Eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage von Kantar im Auftrag von HIRSCHEC.
- Hochschule Harz & Materna (2015): Studie zum E-Government-Gesetz des Bundes. In: <http://www.egovg-studie.de/studienergebnisse.html>
- Höcke, B. (2018): Konsequenzen der Digitalisierung für das Handeln der Kirche. Berlin: evangelischer Kirchenkreis.
- Hoffjann, O., Gusko, J. (2013): Der Partizipationsmythos: Wie Verbände Facebook, Twitter & Co. Nutzen. In OBS-Arbeitsheft 75. Frankfurt.
- Hoffjann, O., Stahl, R. (2010): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden.

Anhang

Literatur Ho-Ki

- Hofmann, J., Ricci, C., Schwarz, R., Wienken, V., Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (2020): Erfolgskriterien betrieblicher Digitalisierung. Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). Whitepaper.
- Hörsch, D. (2020): Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise. Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der Evangelischen Kirche in Deutschland. Berlin
- Initiative D21 und der TU München, durchgeführt von KANTAR (2020): 10 Jahre eGovernment Monitor 2020: Staatliche Digitalangebote - Nutzung und Akzeptanz in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- Isetti, G., Rachewiltz, M., Walder, M., Pechlaner, H., Weithaler, A. (2021). Der virtuelle Gott. Kirche im (Post-)COVID-19-Zeitalter - Il Dio virtuale. La Chiesa ai tempi del (post) COVID-19. Eurac Research.
- Jalagat, R. (2016): The Impact of Change and Change Management in Achieving Corporate Goals and Objectives: Organizational Perspective. In International Journal of Science and Research. Vol 5. S.1233-1239.
- Jeske, T., Frost, M. (2017): Informationsmanagement in der Industrie 4.0. In Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V., Dortmund (Hrsg.), Frühjahrskongress 2017 in Brugg: Soziotechnische Gestaltung des digitalen Wandels.
- Kasiske, M. (2018). Kirche und Digitalisierung: Newsdesk als Reaktion kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit auf die Digitalisierung. In: Communicatio Socialis, 51(1), S. 71–79.
- Kirf, B., Schoenburg, S., & Eicke, K.-N. (2020): Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation: wie Unternehmen interne und externe Stakeholder heute und in Zukunft erreichen. Wiesbaden.

Anhang

Literatur KI-Kr

- Klenk, T., Nullmeier, F., Wewer, G. (2020): Handbuch Digitalisierung in Staat und Verwaltung. Wiesbaden.
- Knauer, B. (2020). Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden- Xing Whitepaper
- Knauf, S., Wantia, N. (2021): Befragung: Digitalisierung in der Kirche: Studie zum Status Quo und den Treibern der Digitalisierung in Kirchen. In: <https://www.curacon.de/neuigkeiten/neuigkeit/befragung-digitalisierung-in-der-kirche>
- Knoll, T. (2017): Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel. Wiesbaden.
- Kofler, T (2018): Das digitale Unternehmen: Systematische Vorgehensweise zur zielgerichteten Digitalisierung. Wiesbaden
- Kosch, D. (2015): Change-Management in der römisch-katholischen Kirche. In <https://www.feinschwarz.net/change-management-in-der-roemisch-katholischen-kirche/> und: https://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/5._Kirche_und_Management/5.3_Referate_Artikel/5.3.20141025_Change_Management_katholische_Kirche.pdf
- Kottler, J. P. (2019): Change-Management: Das Unternehmen erfolgreich erneuern. In Harvard Business Manager Edition 4.
- Krcmar, H. (2015): Einführung in das Informationsmanagement. 2. Aufl., Wiesbaden.
- Kretzschmar, G. (2019): Digitale Kirche: Momentaufnahmen und Impulse. Berlin: Evangelische Verlagsanstalt.
- Kruse, A., Probst-Klosterkamp (2019): Events im Wandel: Innovation, Klimawandel und Digitalisierung. Schriftreihe der FHM, Bielefeld (Heft10).

Anhang

Literatur Ku-Ma

- Kuipers, B.S., Higgs, M.J., Kickert, W.J.M., Tummers, L.G., Grandia, J., Van der Voet, J. (2014): The management of change in public organisations: A literature review. Public
- Lämmlin, G., Rebenstorf, H., Schendel, G., Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland (2021): Kirchengemeindliche Kommunikation in der Pandemie – empirische Einsichten aus CONTOC, Gemeindestudie und Erprobungsräumen. In Evangelischer Pressedienst (EPD), Nr. 32. Frankfurt am Main.
- Landeskirche Hannover (2017): #DigitaleKirche: Die Digitalisierung von Kirche. In: <https://www.landeskirche-hannovers.de/evlka-de/presse-und-medien/frontnews/2017/04/19>
- Lauer, T. (2014): Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 2. Aufl., Wiesbaden.
- Lederer, D. (2018): Gastbeitrag zu Change-Management: Warum und woran so viele Veränderungen scheitern. In: https://www.handelsblatt.com/karriere/the_shift/gastbeitrag-zu-change-management-warum-und-woran-so-viele-veraenderungen-scheitern/21155538.html?ticket=ST-99178-L3idejFFIVBoFQvMWROR-ap5
- Lobin, H. (2017): Aktuelle und künftige technische Rahmenbedingungen digitaler Medien für die Wissenschaftskommunikation. In: Weingart, P., Wormer, H., Wenninger, A., Hüttl, R. F. (Hrsg.): Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter. - Weilerswist: Velbrück.S. 223-258
- Ludwig, P. (2020): Digitalisierung in Kirche und Wohlfahrt: Drei Ideen für 2020. In: <https://vintin.de/digitalisierung-in-kirche-und-wohlfahrt-drei-ideen-fuer-2020>
- Martini, M. (2016): Digitalisierung als Herausforderung und Chance für Staat und Verwaltung: Forschungskonzept des Programmbereichs "Transformation des Staates in Zeiten der Digitalisierung. Deutsches Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung Speyer.
- Mausehund, H. (2019): Evangelische Kirchengemeinden im Veränderungsprozess: Leitfaden zum Change-Management für Presbyterinnen und Presbyter. In: https://www.kirche-essen.de/pdf/03_Publikationen_Leitfaden_Kirchen_im_Veraenderungsprozess_2019.pdf

Anhang

Literatur Me-Pe

- Meier, F., Fernau, S. (2020): Smart Church mit analogen Ankern?: Eine Studie zur Digitalisierung in Kirche und Kirchengemeinden aus der Perspektive evangelischer Pfarrpersonen. Verlagshaus Speyer.
- Merle, K. (2019): Religion in der Öffentlichkeit: Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen. Berlin: De Gruyter.
- Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration Baden-Württemberg (2017): Digitalisierungsstrategie der Landesregierung Baden-Württemberg.
- Mootup (2021): How the United Nations Celebrated their 75th Anniversary in MootUp. In: <https://mootup.com/united-nations-celebrates-75th-anniversary-in-mootup/>
- Muravu, N. (2020). Strategic Change Management in International Non-Profit Organisations-Comparative Study. In European Journal of Business and Management. Vol.12, No.14. S.79-103
- MUUUH! Consulting GmbH (2020): CRM-Studie 2020: Der Richtungsweiser für erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement
- Niederwimmer, K., Kuttner, M., Feldbauer-Durstmüller, B.. (2018). Change Management in einer Diözesanorganisation der römisch-katholischen Kirche Österreichs. Einführung eines Umweltmanagementsystems. In: Gmür, M. (Hrsg.) Wohin entwickelt sich der Dritte Sektor? Konzeptionelle und empirische Beiträge aus der Forschung. Verbandsmanagement Institut (VMI)
- Nord, I., Beck, W. & Lämmlin, G. (2021): Ergebnisse zur CONTOC-Studie, Sektion Deutschland, aufbauend auf die erste ökumenische Tagung am 13.4.2021. Würzburg.
- Peter, M. K., Kraft, C. & Josi, T. (2019): Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter: Traditionelle Werte treffen auf digitalen Zeitgeist. White Paper. Windisch (CH).

Anhang

Literatur Pe-Re

- Petersen, D., Witschi, U. (2015): Wandel durch Vernetzung: Das Praxisbuch für nachhaltiges Change-Management. Wiesbaden
- Pfadenhauer, M. (2010): Marketingstrategie: „Eventisierung des Glaubens“ - Der Katholische Weltjugendtag als innovative Antwort auf religiöse Pluralisierung. In Zanger, C. (Hrsg.): Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden. S. 59-72.
- Poggemöller H. (2015): Change-Management-Profi erklärt: "Wir schaffen das" reicht nicht: So könnte Angela Merkel uns wirklich mitreißen. In: https://www.focus.de/finanzen/experten/poggemoeller/change-management-profi-erklaert-wir-schaffen-das-wie-angela-merkel-uns-wirklich-mitreissen-koennte_id_5109126.html
- Porsche Consulting (2020): Change Management Kompass 2020: Starke Führung als wichtigster Faktor für erfolgreiche Transformation. In: https://www.porsche-consulting.com/fileadmin/docs/04_Medien/Publicationen/267748_Change_Management/Change_Management_Kompass_2020_C_Porsche_Consulting-v3.pdf
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2021): Digitalisierung gestalten: Umsetzungsstrategie der Bundesregierung. 6 Auflage.
- PricewaterhouseCoopers (2018): Digitisation: A Quantitative and Qualitative Market Research Elicitation: Examining German digitisation needs, fears and expectations.
- Puscher, F.(2020): 13 Tipps für eine erfolgreiche Online-Konferenz. In: <https://t3n.de/news/13-tipps-fuer-erfolgreiche-1261791/>
- Raupp, J., Kocks, J. N., Murphy, K. (2018): Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit: Implikationen des technologisch induzierten Medienwandels.
- Reimann, R. P., & Sievert, H. (2020). "Hybride" Zukunft auch für Gottesdienste? Ausgewählte Ergebnisse der Befragungsstudie "Rezipienten-Typologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher*innen während und nach der Corona-Krise (ReTeOG)". epd-Dokumentation (45), 5-26.

Anhang

Literatur Re-Sc

- Reimann, R. P., & Sievert, H. (2021). Interaktion unerwünscht? Online-Gottesdienste während der Corona-Pandemie. Weitere ausgewählte Ergebnisse der Befragungsstudie „Rezipiententypologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher*innen während und nach der Corona-Krise (ReTeOG)“. Cursor. Zeitschrift Für Explorative Theologie, Februar 2021.
- Reinhardt, k (2020): Digitale Transformation der Organisation: Grundlagen, Praktiken und Praxisbeispiele der digitalen Unternehmensentwicklung. Wiesbaden
- Renner, C. (2020) Phänomen Kirchentag: Event, Hybrid, Gemeinde? Praktisch-theologische Erkundungen. Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag.
- Rommerskirchen, J. (2019): Unternehmenskommunikation in Zeiten der Digitalisierung. Journal für korporative Kommunikation, Vol.1/19, S. 55-63
- Roza, B., Roza, S., Maciej, T. (2017): Approaches and models for change management. In Jagiellonian Journal of Management. Vol.3. 195-208.
- Sailer, P. S., Klinz, R. (2020): Gute Organisation in der Kirche: Klare Zielbilder helfen dabei, die Organisation einer Verwaltungseinheit verständlich und erfolgsversprechend zu gestalten. In <https://home.kpmg/de/de/home/branchen/oeffentlicher-sektor/kirchliche-organisationen/nachhaltige-loesungsansaetze/gute-organisation-in-der-kirche.html>
- Schäfer, B. (2019): Kirchen und Kommunikation: Mensch, erhöre uns! In: https://www.deutschlandfunk.de/kirchen-und-kommunikation-mensch-erhoere-uns.886.de.html?dram:article_id=454592
- Schilling, S. (2020): 5 Tipps, wie Ihre virtuelle Konferenz zum Erfolg wird. In: https://www.wuv.de/marketing/5_tipps_wie_ihre_virtuelle_konferenz_zum_erfolg_wird
- Schmid, A. (2019): Verwaltung, eGovernment und Digitalisierung: Grundlagen, Konzepte und Anwendungsfälle. Wiesbaden.

Anhang

Literatur Se-Ti

- Setyanto, E., Ikhwan, A., Amin, S., Shabir M., Suharto, S. (2019): Challenges of the Change Management for Managing People and Organizational Culture. In International Journal of Recent Technology and Engineering. Volume-8, Issue-2S11. S. 3822-3826.
- Sievert, H. (2013). Corporations without Boundaries? A New Strategic Approach to Internal Communication and Leadership in the Times of Social Networks. from <http://www.comunicare.ro/>
- Sievert, H., Alberternst, A. & Preisinger, M. (2019): Kein Quantensprung. Status quo und Entwicklungsperspektiven interner sozialer Medien in deutschen Unternehmen. In: prmagazin 6, S. 80-86.
- Sievert, H. & Scholz, C. (2017): Engaging employees in (at least partly) disengaged companies. Results of an interview survey within about 500 German corporations on the growing importance of digital engagement via internal social media. Public Relations Review. 43.
- Sievert, H., & Osterbrink, L. (2019). Clara Confidence und Doris Distrust im Social Intranet. Hirschtec Jahrbuch.
- Sievert, H., & Preisinger, M. (2021). What Impact Can Internal Social Media PR Have on Organisational Culture? Results from three consecutive interview studies concerning internal social media within 500 German companies, 2013-2019. In D. Verčič, A.T. Verčič & K. Sriramesh (Eds.), The Impact of Public Relations on Organizations and Society (266-275). Proceedings of the 27th International Public Relations Research Symposium BledCom. Ljubljana: University of Ljubljana.
- Stiens, T. (2021): Digitale Verwaltung: Was Deutschland von Österreich lernen kann. In: <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/buerokratie-digitale-verwaltung-was-deutschland-von-oesterreich-lernen-kann/27425262.html>
- Tilger, C. (2021): Vor einem Jahr hätte ich mir das so nicht vorstellen können. In: PRmagazin.

Anhang

Literatur To-Z

- Top Flow (o.J.): Ja zur Digitalisierung – aber bitte auch intern: In: <https://www.top-flow.de/topthemen/ja-zur-digitalisierung-aber-bitte-auch-intern>
- Wiesenberg, M. (2018): Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. Wiesbaden.
- XING Events (2020): Online-Events leicht gemacht: Der ultimative Leitfaden Whitepaper. Whitepaper
- Zanger, C. (2017): Events und Erlebnis: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden
- Zanger, C. (2020): Events und Messen im digitalen Zeitalter. Aktueller Stand und Perspektiven. Wiesbaden.
- Zoho (2020): The hybrid Events Handbook. In: <https://www.zoho.com/backstage/thegreenroom/hybrid-events.html>