

B e r i c h t

des Landeskirchenamtes

betr. Umsetzung des Kommunikationskonzeptes der hannoverschen Landeskirche

Hannover, 6. November 2018

In der Anlage übersenden wir der 25. Landessynode den o. a. Bericht des Landeskirchenamtes für die bevorstehende Tagung.

Das Landeskirchenamt
Dr. Springer

Anlagen

Anlage

Der Landessynode wurde zuletzt während ihrer IX. Tagung im November 2017 von der Umsetzung des Kommunikationskonzeptes berichtet. Im Aktenstück Nr. 22 E wurde umfänglich über die gegenwärtige Situation der Kommunikationsarbeit in der Landeskirche und die internen und externen Rahmenbedingungen der Kommunikationsarbeit berichtet sowie das Vorgehen bei der Umsetzung des im Jahr 2015 vorgelegten Kommunikationskonzeptes vorgestellt.

Da bei der Umsetzung des Kommunikationskonzeptes auf der bisherigen Struktur von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aufgebaut wurde, stellt die Umsetzung in vielen Bereichen eine Weiterentwicklung des Bisherigen aufgrund neuer Prioritäten, veränderter Zielsetzung, neuer Zielgruppen, neuer technischer Möglichkeiten, verändertem Verhalten von Nutzerinnen und Nutzern, notwendigen technischen Änderungen und Weiterentwicklungen der Technik, neuer gesetzlicher Regelung von Datenschutz u. v. a. mehr dar. Dieser Bericht wird daher ein weiterer Zwischenbericht sein, der Erreichtes bei der Umsetzung der in Aktenstück Nr. 22 E aufgezeigten Linien aufzeigt und die wesentlichen Herausforderungen der nächsten Zeit benennt.

In der Anlage finden sich beispielhaft Details und Belege für die hier dargestellten Schritte der Umsetzung und ihre Akzeptanz bzw. Reichweite. Weiteres Material sowie Beispiele der praktischen Arbeit werden während der Einbringung dieses Aktenstückes und der damit verbundenen Präsentation, die den Mitgliedern der Landessynode zudem als Handout vorgelegt werden wird, dargestellt.

I.

Organisation der Kommunikationsarbeit – EMA

Der im Aktenstück Nr. 22 E vorgestellte Organisationsaufbau der Kommunikationsarbeit ist weitgehend umgesetzt. Die neue Einheit – organisiert als unselbstständige Einrichtung der Landeskirche – mit dem Namen "Evangelische Medienarbeit |EMA" ist in der Landeskirche etabliert und weitestgehend bekannt. Dieser neue Name steht nicht nur für eine Einrichtung der Landeskirche, sondern weist darauf hin, dass die Mitarbeitenden sich weniger als ein "Zentrum in Hannover" begreifen, sondern dass es vielmehr um die gesamte Kommunikationsarbeit in der Fläche der Landeskirche mit den Ebenen von Kirchengemeinde, Kirchenkreis und Sprengel geht. Dementsprechend wird die Arbeit als Zusammenarbeit mit den auf den unterschiedlichen Ebenen tätigen Mitarbeitenden in der Kommunikationsarbeit organisiert.

Die Gliederung der Einrichtung EMA in die drei Bereiche "Themenraum – Kampagnen und Design – Digitale Agentur" ist organisatorisch und personell umgesetzt. In der täglichen Arbeit profitiert die Arbeit nach wie vor davon, dass sich die Mitarbeitenden auch in den jeweils anderen Bereichen auskennen. Gegenüber der Feststellung der im Jahr 2015 vorgelegten Analyse der Kommunikationsarbeit der Landeskirche, dass "alle alles machen", kann nun festgehalten werden, dass eine eindeutige Zuordnung der Stellen und der Tätigkeitsprofile dieser Stellen vorliegt und umgesetzt ist. Im Zuge dieser Neuaufstellung im Übergang vom Evangelischen MedienServiceZentrum (EMSZ) zur EMA wurden eine Reihe von Stellen neu errichtet. Weitere sind mit dem Entwurf des Haushaltsplanes für die Jahre 2019 und 2020 angemeldet und bedürfen noch der Freigabe. Eine Übersicht über die in der EMA jetzt vorhandenen oder noch geplanten Stellen wird der Landessynode mit dem Entwurf des Haushaltsplanes vorgelegt.

Die Herauslösung des Evangelischen Fundraising Service, bislang einer Abteilung im EMSZ, und dessen Übergang in das Haus kirchlicher Dienste wurde im Jahr 2018 organisatorisch umgesetzt und wird im Haushaltsplan 2019 nun auch dort abgebildet. Der Evangelische Fundraising Service ist damit organisatorisch und auch haushaltstechnisch ein Fachgebiet im Arbeitsbereich 1 im Haus kirchlicher Dienste.

Die Integration der Pressestelle, bislang Stabsstelle im Landeskirchenamt, in die EMA wird nun ebenfalls mit dem Haushaltsplan für das Jahr 2019 umgesetzt. Diese Integration war einer der wesentlichen Empfehlungen des im Jahr 2015 vorgelegten Kommunikationskonzeptes. Die Integration der Pressestelle bildet sich im Organigramm der EMA dergestalt ab, dass der Pressesprecher die Leitung des "Themenraums" inne hat und er als Stellvertreter des Direktors der EMA fungiert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Pressesprecher weiterhin unmittelbaren Zugang zu den kirchenleitenden Organen besitzt und diese berechtigt sind, ihm unmittelbar Aufträge und Weisungen zu erteilen. Direktor und Stellvertreter (Pressesprecher) berichten regelmäßig dem Öffentlichkeitsausschuss der Landessynode und bei Bedarf dem Landessynodalausschuss. Beide nehmen auch als ständige Gäste an den Sitzungen des Kollegiums des Landeskirchenamtes teil.

Die Verwaltung der EMA einschließlich der Haushaltsüberwachung und der Personalsachbearbeitung wird – wie bei vielen Einrichtungen der Landeskirche – verlässlich durch die Verwaltungsstelle im Haus kirchlicher Dienste wahrgenommen.

Für die Arbeit der EMA ist vom Landeskirchenamt zeitnah eine Ordnung zu erstellen. Dabei ist zu prüfen, ob als Aufsichts- und Beratungsgremium weiterhin ein Kuratorium fungieren kann, wie es in der Übergangszeit und in Fortsetzung der Arbeit des EMSZ

der Fall war. Die Arbeit der EMA und die enge Verzahnung der Tätigkeit mit der Bischofskanzlei sowie dem Landeskirchenamt erfordern häufig und vielfach sehr kurzfristige Beratungen und Entscheidungen, die ein Kuratorium in der bisherigen Form kaum erfüllen kann. Dabei sind die Stabstellenfunktion vom Direktor der EMA und dem Pressesprecher ebenso zu berücksichtigen, wie Fragen der Dienst- und Fachaufsicht.

In diesen Monaten findet ein fließender Übergang der Stellen für Veranstaltungsmanagement aus dem Haus kirchlicher Dienste in die EMA statt, haushaltsrechtlich wird diese "Umsiedlung" mit dem Beschluss über den Haushalt für das Jahr 2019 umgesetzt.

Als großes Desiderat und die tägliche Arbeit hindernd, erweist sich nach wie vor, dass die Mitarbeitenden der EMA nicht räumlich zusammengeführt werden konnten, sondern in zwei Flügeln im Haus kirchlicher Dienste sowie im Landeskirchenamt untergebracht sind. Die unmittelbare Nähe zum Haus kirchlicher Dienste erweist sich dabei als ausgesprochen konstruktiv. Die Frage einer gemeinsamen Unterbringung in einem Gebäude bzw. Gebäudekomplex steht im Zusammenhang der Gebäudeplanung der Landeskirche. Sie bedarf einer Lösung in einem überschaubaren Zeitraum.

II.

Der Themenraum

Der Ort der aktuellen, aber auch der proaktiven Kommunikationsarbeit ist der sogenannte "Themenraum", an sieben Tagen in der Woche erreichbar unter der Adresse themen@evlka.de. Elektronisch konstant miteinander in Kontakt treffen sich die zum Themenraum gehörenden Mitarbeitenden einmal in der Woche "analog". Weitere Vertreter und Vertreterinnen anderer Kommunikationsstellen werden in einer Telefonkonferenz zugeschaltet.

Im Themenraum sind vertreten: die Mitarbeitenden der EMA, der Evangelische Pressedienst (epd), der Evangelische Kirchenfunk Niedersachsen-Bremen (ekn), die Evangelische Radiokirche im NDR, die Beauftragten für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den Sprengeln, die Öffentlichkeitsarbeit der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen, des Diakonischen Werkes evangelischer Kirchen in Niedersachsen e.V. (DWiN), des Evangelisch-lutherischen Missionswerkes in Niedersachsen (ELM), der Evangelischen Akademie Loccum, des Hauses kirchlicher Dienste, des Stadtkirchenverbandes Hannover sowie der Evangelischen Jugend.

Im Themenraum werden Themen, Ereignisse, Veranstaltungen u. a. m. aufbereitet und der geeignete Zeitpunkt und die Ausspielkanäle verabredet. Das Konzept eines Newsrooms verbindet die EMA mit den Medienpartnern und Journalisten in den unterschiedlichen Medien.

Die Mitarbeitenden im Themenraum nehmen die Verantwortung für die Präsenz der hannoverschen Landeskirche in den Sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram) wahr, reagieren auf Kommentare, moderieren Diskurse. Seit Beginn der landeskirchlichen Präsenz ist in den Sozialen Medien eine beachtliche Reichweite erzielt worden (siehe Anlage) und die digitale Kommunikation erweist sich mehr und mehr als das entscheidende Medium kommunikativen Handelns.

Mit dem Newsletter der Landeskirche und den Sozialen Medien werden im digitalen Raum regelmäßig gut 10 000 Menschen erreicht, womit die Zahl der Abonnenten, die die Evangelische Zeitung in der hannoverschen Landeskirche hatte, inzwischen weit übertroffen wird.

Das flächendeckende Kommunikationsmedium bleibt in absehbarer Zukunft der Gemeindebrief und dementsprechend gehört es auch zu den Aufgaben des Themenraums, jeweils zu prüfen, welche Inhalte für dieses Medium aufbereitet werden können, auch wenn der Gemeindebrief als analoges Medium stärker binnenkirchlich und regional bzw. lokal ausgerichtet ist.

III.

Digitale Agentur

Der Themenraum der EMA wird – ebenso wie hunderte von Einrichtungen, Kirchengemeinden, Kirchenkreisen, Sprengeln sowie Initiativen in der Landeskirche – durch die Digitale Agentur unterstützt bzw. es werden die technischen Voraussetzungen für die Kommunikationsarbeit erst erstellt und zur Verfügung gestellt. Insofern stellt die Abteilung Digitale Agentur den "digitalen Motor" für die Kommunikationsarbeit dar.

Auf der technischen Basis von "Systeme-e" erfolgt die Bereitstellung von Webseiten-Baukästen für die jeweiligen Bedarfe in unterschiedlicher Größe, von sehr umfangreichen Web-Auftritten im Format max-e bis hin zu thematischen Wordpress-Seiten, von Newsletter-Formaten bis hin zu Social-Media-Analysen.

Durch die verschiedenen Anwendungen in "intern-e" werden der kirchlichen Arbeit auf allen Ebenen Werkzeuge zur Verfügung gestellt, die von der Terminabsprache über die Nutzung von Ressourcen bis hin zur gemeinsamen Dokumentenbearbeitung und zum Nachrichtenaustausch reichen – dabei sind sie mit den neuen Anforderungen des Datenschutzes natürlich konform.

Durch viele Informationsveranstaltungen und Schulungen in Kirchenkreisen für die Mitarbeitenden in der Öffentlichkeitsarbeit, aber auch Gemeinde- und Ephoralsekretärinnen, werden die Chancen und Möglichkeiten der Arbeit mit den Anwendungen und Tools, die inzwischen entwickelt wurden, erläutert. In den letzten zwölf Monaten hat dies in 21 Kirchenkreisen stattgefunden. Darüber hinaus gibt es Online-Schulungen und neuerdings auch einen monatlichen Webcast zu diesen Programmen.

Aufgrund des Inkrafttretens der Datenschutz-Grundverordnung war das Jahr 2018 intensiv geprägt von der Umsetzung zahlreicher Anforderungen, die diese Verordnung neu mit sich gebracht hat. So waren alle Webseiten, Impressumsangaben, Formulare, und Server zu überprüfen und anzupassen und auf allen Ebenen der Landeskirche intensive Beratungsarbeit zu leisten. In Zusammenarbeit mit der Evangelischen Kirchen in Hessen und Nassau (EKHN) entstand zudem eine Handreichung zur Umsetzung des Datenschutzrechtes, die unter www.datenschutz.landeskirche-hannovers.de abrufbar ist.

Wie von der Landessynode erbeten, hat sich die EMA im Blick auf die weitere Entwicklung der Systeme und in den Fragen der "Digitalen Kirche" mit den Themenfeldern Ethik des Digitalen, Kommunikation und Verwaltung mit anderen Landeskirchen vernetzt und im Projekt "Kirche im digitalen Wandel" der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) wesentliche Beiträge geleistet. Die Umfrage zu den Bedarfen der digitalen Unterstützung der Kirchengemeinden und Kirchenkreise bei haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden ist in die EKD-Strategie eingeflossen, die eigenen Weiterentwicklungen werden an den Ergebnissen und Verabredungen der Landeskirchen abgestimmt. Diese können dadurch in Zukunft technische Entwicklungen beschleunigen und Doppelarbeit vermeiden. Die Umfrage in der Landeskirche ist, redaktionell aufbereitet, abrufbar unter www.digitale-kirche.info.

IV.

Kampagnen und Design

Die bisherige Öffentlichkeitsarbeit im EMSZ ist nun in der EMA als Abteilung "Kampagnen und Design" organisiert. Für die Kommunikationsarbeit in der Fläche der Landeskirche,

bei langfristigen Kampagnen ebenso wie bei kurzfristigen Projekten braucht es Materialien und eine Form der Vernetzung, in der sich die Kooperationen verlässlich und so wenig aufwendig wie möglich realisieren lassen.

Konkrete Beispiele aus dem laufenden Jahr sind die Vor- und Nachbereitung der Kirchenvorstandswahlen unter dem Motto "Kirche mit mir", die Begleitung des Beteiligungsprozesses zur Neufassung der Kirchenverfassung und die begleitende kommunikative Arbeit zur Einführung und Durchführung des Reformationstages als neuen gesetzlichen Feiertag. Im Laufe der letzten zwölf Monate hat die Abteilung "Kampagnen und Design" etwa 200 Aufträge bearbeitet, von Broschüren-Layouts einschließlich des Jahresberichtes der Landeskirche, Corporate Design für bestimmte Aktionen und Projekte bis hin zu Karten und Programmheften.

Nach wie vor im Aufbau, aber zunehmend nachgefragt, sind die Angebote im Bereich Web2Print. Dort können Online-Drucksachen ebenso wie Vorlagen für Gemeindebriefe, Plakate, Kampagnenmaterialien u.a. angepasst auf die regionalen oder lokalen Bedürfnisse gestaltet werden, ohne dass es zu einer lizenztechnischen Überforderung kommt. Die Zahl der Angebote wird im kommenden Jahr signifikant ausgeweitet werden. Erweitert wurde ebenfalls die kostenfreie Bilddatenbank mit Motiven zu den verschiedensten kirchlichen Anlässen und Ereignissen sowie zum Kirchenjahr.

Ein Schwerpunkt der vergangenen Monate war die Auswertung der Kampagne zu den Kirchenvorstandswahlen. Der Landessynode wurden während der letzten Tagung erste Auswertungen vorgestellt. Die inzwischen vertiefte Auswertung liefert Hinweise und Anhaltspunkte auch für die Gestaltung und Organisation zukünftiger Wahlen.

Eine enge Zusammenarbeit der Abteilung "Kampagnen und Design" mit dem Veranstaltungsmanagement gab es schon in der Vergangenheit, die nun, da das Veranstaltungsmanagement in die EMA wechselt, noch intensiver werden wird. Die Präsenz der hannoverschen Landeskirche auf öffentlichen Veranstaltungen wie z.B. dem Tag der Niedersachsen, aber auch kommenden kirchlichen Großveranstaltungen wie dem Gospelsirchentag im Jahr 2020 oder den jährlichen Foren für Schüler und Schülerinnen oder Lehrkräfte erfordern eine hohe planerische und gestalterische Kompetenz. Die Zusammenarbeit mit der Messe und die kirchliche Präsenz auf bestimmten Messen in Hannover soll wieder aufgenommen werden. Zudem besteht ein erhöhter Beratungsbedarf in Fragen der Veranstaltungssicherheit und –organisation in der ganzen Landeskirche. Hier gibt es eine enge Zusammenarbeit mit der Abteilung 8 im Landeskirchenamt.

In der Anlage zu diesem Aktenstück werden die Aktivitäten der EMA in den einzelnen Arbeitsfeldern detaillierter dargestellt und zum Teil mit Zahlen hinterlegt.

Anlage

1. Themenraum

Gesamtreichweite Social Media-Kanäle vom 16.9.-15.10.2018: 185.000 Personen (*d.h. Personen, die die Beiträge tatsächlich angeschaut haben*)
 Reichweite pro Tag (3 Posts): 5.000 – 7.000 Personen

Beispiel-Posts aus unterschiedlichen Kategorien:

Zeitgeschehen:

12.10.2018: Friedensnobelpreisträger Dr. Denis Mukwege: „Kirche muss Stimme der Frauen sein!“

5.705 erreichte Personen, 241 Likes, 110 mal geteilt, 20 Kommentare

21.9.2018: Glocken läuten am Weltfriedenstag

6.915 erreichte Personen, 205 Likes, 48 mal geteilt, 18 Kommentare

Marketing:

1.10.2018: Zu gewinnen: Zeit für Freiräume - das Begleitbuch

7.364 erreichte Personen, 100 Likes, 12 mal geteilt, 194 Kommentare (um an der Verlosung teilzunehmen)

Personalien (*Ordinationen, Einsegnungen, Stellenbesetzungen Supturen u.ä.*):

20.9.2018: Marten Lensch wird neuer Superintendent in Diepholz

3.154 erreichte Personen, 84 Likes, 9 mal geteilt, 32 Kommentare

24.9.2018: Henrike Lüers ist neue Pastorin in Nordhorn

2.190 erreichte Personen, 78 Likes, 3 mal geteilt, 3 Kommentare

01.11.2018: Nadine Förster ist die neue Diakonin für Heidenau, Handeloh und Tostedt,

2.418 erreichte Personen, 160 Likes, 9 mal geteilt, 13 Kommentare

Filmbeiträge:

21.9.2018: Landesbischof Meister besucht „Aktiv-Stall“

15.662 erreichte Personen, 5.291 Videoaufrufe (länger als 3 Sekunden), 171 Likes, 33 mal geteilt, 4 Kommentare

21.9.2018: Echte Allrounder - Diakoninnen und Diakone in unserer Landeskirche!

19.565 erreichte Personen, 8.001 Videoaufrufe (länger als 3 Sekunden), 290 Likes, 82 mal geteilt, 25 Kommentare

Gebete/Andachten/geistliche Impulse/Wochensprüche

28.9.2018: Gebet zum Wochenende

8.677 erreichte Personen, 359 Likes, 87 geteilte Inhalte, 28 Kommentare („Amen“)

23.10.2018: Abendgebet

13.111 erreichte Personen, 711 Likes, 137 geteilte Inhalte, 81 Kommentare

2. Digitale Agentur

2.1 Neue Hosting-Infrastruktur: Das Backend der Digitalen Agentur hat in den vergangenen Monaten diverse Aufträge an die Agentur Dievision begleitet und diese kontrolliert bzw. finalisiert. Dazu gehört die Umstellung der Hostinginfrastruktur auf Docker, einem teilautomatisierten System modernster Machart für große Websysteme, sowie die Implementierung einer automatisierten Zertifikatsverwaltung für alle max-e Seiten. Weiterhin wurden diverse Probleme in den Systemen (Schwerpunkt max-e und termine-e) behoben.

Neuer Datenschutz: Schwerpunkte der Arbeiten im Backend lagen auf der Entwicklung einer Lösung zur einheitlichen und rechtssicheren Einbindung von Datenschutzerklärungen und Impressen im Zuge der Einführung der DSGVO (DSG EKD).

Zeitaufwändig waren zudem Entwicklungen von besonderen Anforderungen für einzelne Kunden wie dem RPI Loccum, die durch eine große Anzahl von in max-e umzuziehenden Seiten und besonderer Lösungen für die Darstellung von Seminarinhalten mehrere Wochen an Programmierung in Anspruch nahm.

Stellenbörse: Die Stellenbörse der Landeskirche wurde aufgrund von Änderungen der API vollständig neu entwickelt.

Neues wir-e: Das in die Jahre gekommene wir-e wurde auf eine komplett neue Codebasis gestellt. Die Entwicklung nähert sich dem Beta-Stadium. Eine belastbare neue Infrastruktur steht unter wir-e-staging.de (Passwort EMA) zum Test bereit. Ein abgestimmtes Grundlayout liegt vor.

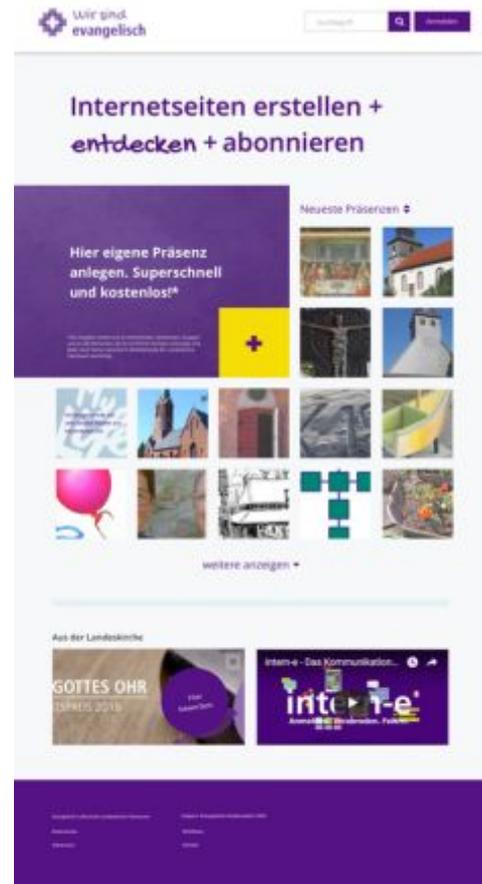
Wir-e in Zahlen: Das bisherige Internetsystem „Wir sind evangelisch“ wir-e startete im Oktober 2012 und ist damit bereits 6 Jahre im Netz. Auf 5346 Seiten zeigen dort 808 Gemeinden, Einrichtungen und Personen ihre Arbeit. 3436 Nutzer*innen haben in wir-e 18199 Meldungen erstellt, die auf den Einzelseiten aber auch auf der Front des Gesamtsystems zu sehen sind.

Zahl der Aufträge: Insgesamt wurden vom Backend seit Beginn der Arbeiten des „Digitalen Motors“, der Digitalen Agentur, vor einem Jahr ca. 400 einzelne Vorgänge (Aufträge, Fehler, Weiterentwicklungen) bearbeitet.

1.1

Mailsupport: Über die allgemeine Kontaktadresse aus dem Internet-Auftritt der Landeskirche kommen täglich Mails an, die ihren Empfänger wegen fehlerhafter Adressen oder einer nicht bekannten Zuständigkeit nicht erreicht haben. Oftmals werden auch allgemeine Fragen gestellt. Vom 1.1.2018 bis 15.10. sind auf diese Weise 414 Mails beantwortet und/ oder weitergeleitet worden.

Abschaltung von Inhalten aus der Zeit vor 2011: Aus der Zeit vor 2011 existieren auf Servern der Landeskirche etwa 250 Einzelauftritte von Körperschaften oder kirchlichen Gruppen und Einrichtungen. Diese Seiten enthalten z. T. personenbezogene Daten oder Bilder und sind über die Stichwortsuche der Suchmaschinen nach wie vor erreichbar. 2014 wurde mit Gemeinden und Einrichtungen die zeitnahe Abschaltung dieser Inhalte abgestimmt. Bis heute wird jedoch von einigen Gemeinden mit diesen Daten gearbeitet. Weil bei vielen die letzten Datenbewegungen 2013 stattgefunden haben, ist die Suche nach den Verantwortlichen vor einer endgültigen Löschung zeitaufwändig.



Stellenanzeigen: Für das Landeskirchenamt werden freie Stellen als Stellenanzeige im Internet angelegt. Dazu wird in der Übersicht ein Kurzabriss eingestellt und jeweils eine eigene Seite im System aufgebaut, auf der auch ein Anzeigen-Download angeboten ist. Seit 1.1.2018 wurden so 36 Angebote veröffentlicht.

Support: Die Nutzung von intern-e ist im Frühjahr und Sommer 2018 von 8.000 Nutzerinnen und Nutzern auf mittlerweile 11.300 angestiegen. Ebenso vermehrt hat sich die Zahl der persönlichen Beratungen, der Lernkurse in Hannover und im Gebiet der Landeskirche, so dass momentan wöchentlich 1 -2 Schulungen stattfinden.

Um gewünschte persönliche Beratungsgespräche zu ergänzen, wurden im Sommer 2018 elf Lernvideos zu allen Bereichen von intern-e produziert und auf der Lernseite intern-e.de (<https://www.intern-e.de/intern-e-TV>) und auf YouTube verfügbar gemacht. Weitere Videos zur Beantwortung von Nutzer*innenfragen sowie Onlinemeetings sind geplant.

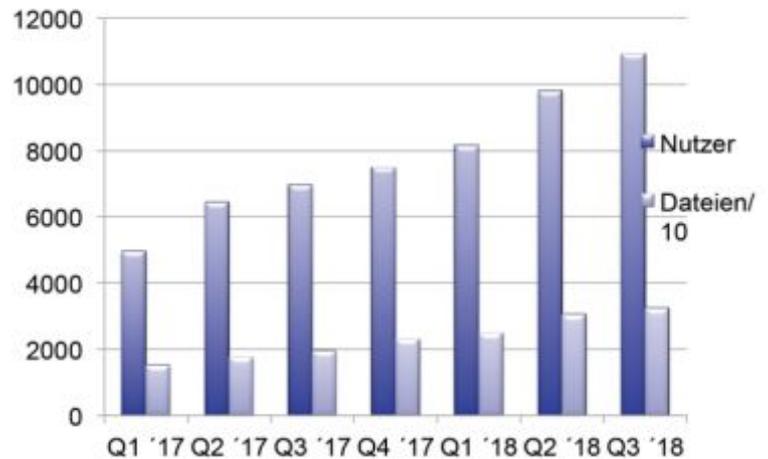


Abbildung: intern-e Nutzer-Entwicklung.

Weiterentwicklung: Mit einer hannoverschen Softwarefirma wurde die App „Ressourcen“ für die Planung von Räumen, Autos und anderer Utensilien im kirchlichen Gebrauch entwickelt und als Desktopvariante live gebracht. Die beiden Apps für Android und iOS befinden sich im Betastadium. Einen datenschützenden Messenger (CONNECT) lieferte der Intern-e- Hersteller als Android Variante im Frühsommer. Eine Ergänzung des Intranets um ein Terminabsprachetool mit entsprechenden Apps für mobile Endgeräte (meeting-e.de) steht kurz vor der Veröffentlichung.

Herausforderungen:

Die vielen neuen Nutzer*innen stellen die Digitale Agentur jedoch auch vor große Herausforderungen. Immer neue Feature-Wünsche in Kombination mit der Einpassung in individuelle Arbeits- und Mediennutzungsgewohnheiten fordern die Entwicklung und Anpassung von intern-e heraus. Um eine attraktive Plattform für die Kommunikation von beruflichen und ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen vorzuhalten, wird es in den kommenden Jahren weiterer Entwicklungen und Investitionen brauchen. Vor allem der Umstieg von den sehr weit verbreiteten, aber mit dem kirchlichen Datenschutzrecht nicht kompatiblen Tools „Dropbox“ und „Whatsapp“ zu intern-e stellt bei der Nutzung der datengeschützten Varianten DRIVE und CONNECT eine große Herausforderung dar, der nur mit entsprechenden Weiterentwicklungen von Features und intensiven Strategieworkshops und Schulungen begegnet werden kann.

Ticketsystem: Das im Februar 2018 erstmalig eingesetzte Ticketsystem für den First Level Support der Digitalen Agentur hat sich bewährt. Nur noch wenige Systemnutzer wünschen sich eine telefonische Beratung für ihr Anliegen. Bislang wurden 1.537 Tickets (Stand 15.10.2018) bearbeitet und 1451 erfolgreich abgeschlossen. Täglich erreichen die Digitale Agentur etwa 10 Supportanfragen.

Max-e: Im aktuellen max-e 5 Format werden vom First Level Support 541 Webseitenprojekte betreut, von denen sich 207 live befinden. Im bisherigen System max-e 4 existieren 429 Projekte von denen noch 171 live sind. Insgesamt existieren 722 verschiedene Projekte.

248 Projekte wurden bereits unter Beteiligung der Digitalen Agentur von max-e 4 nach max-e 5 umgezogen. Pro Woche werden bis zu 3 Projekte live geschaltet, bis zu 5 Projekte neu angelegt und in der Regel 3 Projekte umgezogen.

News-e: Im Jahr 2018 (bis 15. Oktober) haben sich bereits 21 neue Gemeinden und Institutionen der Landeskirche für die Herausgabe eines Newsletters mit dem landeskirchlichen System entscheiden. (2017 waren es acht neue Konten, 2016 12 neue Konten)

Anmeldung-e: In 2018 (bis 15. Oktober) haben sich 84 Gemeinden und Institution neu für die Nutzung von anmeldung-e entscheiden. In den ersten 9 ½ Monaten des Jahres wurden 401 Formulare erstellt, davon sind aktuell 246 für Anmeldungen und Registrierungen veröffentlicht.

Glauben.Wissen.Fortbildung: Eine besondere Herausforderung für die Frontendprogrammierung stellte in den ersten Monaten des Jahres 2018 der Umstieg des Bildungssystems der Landeskirche (Glauben.Wissen.Fortbildung) auf ein neues Webseitensystem in Kombination mit einem automatisiertem Drucksystem dar. Einmal online eingegebene Daten können mit dem aktuell erstmalig in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Kampagnen und Design eingerichteten Schnittstelle zwischen digital und analog (Webseiten und Druck) vollautomatisch übernommen werden. Mit dem System ist es z.B. möglich, über anmeldung-e eingegebene Daten per Knopfdruck in Druckerzeugnisse umzuwandeln. Anfang Mai konnte ein neu gestaltetes Portal für die Fortbildungsveranstaltungen der Landeskirche live geschaltet werden.

Neue Newsletter: Im Frontend wurde im Juni ein neues Willkommensportal für intern-e sowie bis zum September neue grafische Vorlagen für news-e entwickelt. Eine dieser Vorlagen wird vom Themenraum zum Versand des neuen landeskirchlichen Newsletters an ca. 8000 Personen verwendet. Außerdem kann das zweispaltige und responsive Template zukünftig für Kunden der digitalen Agentur eingesetzt werden. Entwickelt wurden Module für den Newsletter, die als Bausteine eingesetzt werden können. Mit den neuen Templates wurde eine optimierte Ansicht für mobile Endgeräte umgesetzt.

Weiterentwicklung Shopsystem: Die für die verschiedenen Shopinstanzen der Landeskirche (HkD, RPI, Michaeliskloster u.a.) eingesetzte Software Shopware 5 wurde verschiedenen Updates unterzogen und das Hosting aus der Verwaltung durch die Agentur Dievision herausgetrennt. Die Shops werden nach Prüfung der kostengünstigsten und stabilsten Betriebslösung aktuell vom deutschen Vertrieb der Software direkt gehostet und gewartet.

Webauftritte der Landeskirche: Alle Webauftritte der Landeskirche wurden in den vergangenen Monaten einer Analyse der grafischen Elemente unterzogen und diverse Vereinheitlichungen umgesetzt. Auch im Bereich der Systeme der digitalen Agentur konnten Bildmarken, Prospektmaterial und Produktbeschreibungen vereinheitlicht werden.

Bildmaterial: Erstellung von Grafiken für den Themenraum, Social Media Vorlagen für Statements sowie Gebete und Wochensprüche der einzelnen Webauftritte. Newsletter-Vorlagen sind ebenso neu entstanden wie diverse Grafik-Vorlagen und Wortbilder als neue Bereiche für bilder-e.

Graphik der Internetsysteme: Diverse Elemente für die Kommunikation von intern-e sowie Printmaterialien (Flyer, Untersetzer) wurden überarbeitet. Für intern-e neu erstellte Apps wurden grafisch verbessert und damit die Nutzerführung überarbeitet.



Auftragsgrafik für Kunden und Kooperationen: Grafiken für Internetsysteme von Kunden im System max-e, Flyer (Chatseelsorge), Postkarten (Netzwerk Bibel, Kirche entdecken, advent-e), Logos (Glauben Wissen Fortbildung, Beratung für die Konfirmandenarbeit). Newsletter-Vorlagen für Kunden im System news-e.

Webseiten mit Wordpress

Die Vorbereitungen für den Regelbetrieb des als Ergänzung der bisherigen Websysteme max-e und wir-e eingeführten Systems Wordpress werden Ende des Jahres 2018 abgeschlossen sein. Neben einem automatisierten Überwachungssystem für die mittlerweile 25 im Livebetrieb befindlichen Seiten, konnte der Abteilungsleiter Mitarbeiter*innen im Umgang mit Wordpress schulen, so dass im Bereich der Programmierung, des Designs und des Supports notwendiges Wissen vorhanden ist.

Schulungen - Vorträge - Workshops

Von der Digitalen Agentur wurden in 2018 bislang 40 planmäßige Schulungen zu den Internetsystemen geleistet. Darüber hinaus haben die Referentinnen und Referenten bisher 66 Auswärtstermine in Kirchenkreisen, Kirchengemeinden, Institutionen oder Sprengeln und Landeskirchen wahrgenommen. Insgesamt steigt der Schulungsbedarf in allen drei Schulungsbereichen (Strategische Beratung, Technische Wissensvermittlung, Überblicksartige Information) weiter an.

3. Kampagnen und Design

Schulungen und Fortbildungen:

Medienforen: Sprengel Stade und Lüneburg erfolgreich je mit 30-60 Teilnehmenden

Predigerseminar: 2 Wocheneinheiten Öffentlichkeitsarbeit und Begleitung der Einführungstage

Gemeindebriefe: Anhaltende Nachfrage nach Schulung vor Ort

Zeitungsandachten:

- Acht Kurse und Workshops in den letzten 12 Monaten
- Anlass des Angebots ist u.a. die Erfahrung, dass Zeitungen Abdrucke infrage stellen
- Eigens entwickelte Fortbildungsbroschüre jetzt in Auflage 2

KV-Wahl:

- enge Zusammenarbeit mit LKA, Ref 76 und HkD/Ehrenamt - Gemeindeleitung
- Auswertung auch via Umfrage (über 800 TN)
- Erhebung Daten von Kirchensteher*innen
- Mitarbeit an der Überarbeitung der Rahmenbedingungen der Wahl

Zeit für Freiräume:

- Buchverkauf läuft (über 4.000 von 10.000 Stück)
- Materialheft, Aufkleber, Postkarten, Plakate
- Entwicklung weiterer Produkte als Ideengeber: Handyparkplatz, Teeschale, Bastelanleitungen
- Beratung, Entwicklung, Design

Kampagnen, Projekte, Veranstaltungen, Beratung

Reformationsfeiertag:

- Projektkoordination
- Erstellung von Material für alle Gemeinden in der Konföderation: Gottesdienstangebote, 40 000 Armbänder sowie Flächenwerbung
- Web2Print eingeführt und genutzt
- Konzept zur verlässlichen Begleitung und Kampagnenplanung zum Reformationsfeiertag in den kommenden Jahren

Personalentwicklungskonzept:

- Unterstützung bei Konzeption und Umsetzung der Kommunikation der Einführung des Personalentwicklungskonzeptes der Landeskirche
- Beratung, Entwicklung, Design

Personal Management System:

- Unterstützung bei der Strategie zur Erhöhung der Akzeptanz des Programms
- Beratung und Entwicklung

Messe: Infa: Kontakte mit engerer Bindung (Aktivierung durch Meinungssäulen)

Messe-Kapelle: erste Überlegungen zur Überarbeitung der Konzeption und Neu- bzw. Nachnutzung der Messekapelle

Design und Redaktion

Corporate Design:

- Überarbeitung der Ziele
- Vereinheitlichung Web/Print
- Verstärkung der Anwendung durch KGen und KKe

WebToPrint:

- mögliche Tools sind identifiziert
- Testphase unter Einbindung des Netzwerks PR/ÖA läuft
- Umsetzung nach Mittelfreigabe im kommenden Jahr
- systematische Erhebung der Gemeindebriefredaktionen läuft

Gemeindebriefservice: intern-e-Netzwerk „Gemeindebriefservice“ wird proaktiv ausgebaut

Design und Redaktion

Entwicklung eines Kampagnentools: Einsatz zur Individualisierung von Materialien für Kirchengemeinden - erste Tests bei „kirche-mit-mir“ und Reformationsfeiertag

Kataloge: Layout-Automatisierung durch Datenbankeinsatz und Indesign-Plugin EasyCatalog bei Katalogerstellung in Erprobung (glauben.wissen.fortbildung)

Jahresbericht 2017:

- 9.000 Adressaten (Multiplikator*inn*en, Abgeordnete, Bürgermeister*innen, Religionslehrer*innen, Kirchengemeinden, erstmals Theologiestudierende, weitere)
- Rückt Schwerpunktthemen wie Reformationsjubiläum in den Mittelpunkt

Sonntagsmaler

- 4. Staffel, 22 Filme
- nach Kurzgeschichten, 12 Lutherfolgen und Bibelgeschichten jetzt Kirchenjahr
- Erprobung Länge 1:30 und neue Social Media Formate

Aufträge:

- Ca. 200 Aufträge wurden in den vergangenen 12 Monaten durch die Abteilung im Bereich Design bearbeitet