



Klimabarcamp: Klimaschutz in der Nordkirche: Was JETZT zu tun ist

Mittwoch, 26. Juni 2024, Gemeindehaus St. Michaelis, Krayenkamp 4a, 20459 Hamburg

Notizen zu den Sessions

Thema der Session: Klimabildung auf Instagram und Social Media

Name Sessionleitung: Auguste Sander

Anzahl der Teilnehmenden: 11

Notizen von (Name): Julia Ramackers

Themen / Schwerpunkte der Diskussion

- Wie können Soziale Medien gezielt und zielgruppengerecht genutzt werden?
- Welche Plattformen bieten sich für welche Formate und Themen an?
- Posting-Format: Eine Person im Mittelpunkt (vgl. Seeligkeitsdinge) versus eine Gemeinde / Einrichtung im Fokus (Account als „Visitenkarte“)
- Reposting als Möglichkeit schnell Inhalte zu generieren
- Immer zuerst überlegen, warum und wie über ein bestimmtes Thema kommuniziert werden soll. Welche Aktion / Emotion soll bei der Zielgruppe hervorgerufen werden?
- Kirche muss sich ihrer Sender:innenfunktion und ihres Auftrags bewusst sein, z.B. Strahlkraft und das Setzen positiver Impulse
 - Es besteht der Wunsch einer zentralen Social Media Vorgabe für die Nordkirche
- Wichtig ist die regelmäßige, positive Interaktion mit Follower:innen. Ansprechbar sein.
- Zielstellung für lokale Gemeinde: 10.000 Follower:innen oder doch eher 10% der Gemeindeglieder?
- Gute Beispiele für Klimabildungsarbeit: Kirche für Klima, Nora Stehen
 - Hier z.B. Stories reposten, um Inhalte zu verbreiten
- „Sinnfluencer“ mit verwandten Themen unterstützen
- Wichtig ist auch, die Grenzen von dem, was datenschutzrechtlich gepostet werden darf, hochzusetzen, insbesondere in der Kinder- und Jugendarbeit
 - Jeder Kirchenkreis hat dafür eine:n Datenschutzbeauftragte:n

Zentrale Ergebnisse:

- 1. Kirche steht vor der großen Herausforderung bzgl. Sozialer Medien: Was soll wie und wo durch wen wann gepostet werden?**
- 2. Es braucht immer eine Zielstellung: Will die Nordkirche sich positionieren in den Sozialen Medien und wenn ja, mit welchen Inhalten?**
- 3. Soziale Medien bieten gute Vernetzungsmöglichkeiten. Kirche sollte immer dort präsent sein, wo ihre Zielgruppe, die Menschen sind, also auch auf den Sozialen Medien.**