

Wie kommunizieren wir als Kirche?





Übersicht

- Storytelling: Die Kunst, Inhalte attraktiv zu erzählen
- Wie schreibe ich einen Bericht?
- Wie verbessere ich meinen Stil?
- Cluster: Keine Angst vor dem leeren Blatt
- Schreiben mit Künstlicher Intelligenz: DeepL und ChatGPT

Storytelling:

Die Kunst, mit Geschichten, gute emotionale Botschaften zu kommunizieren:

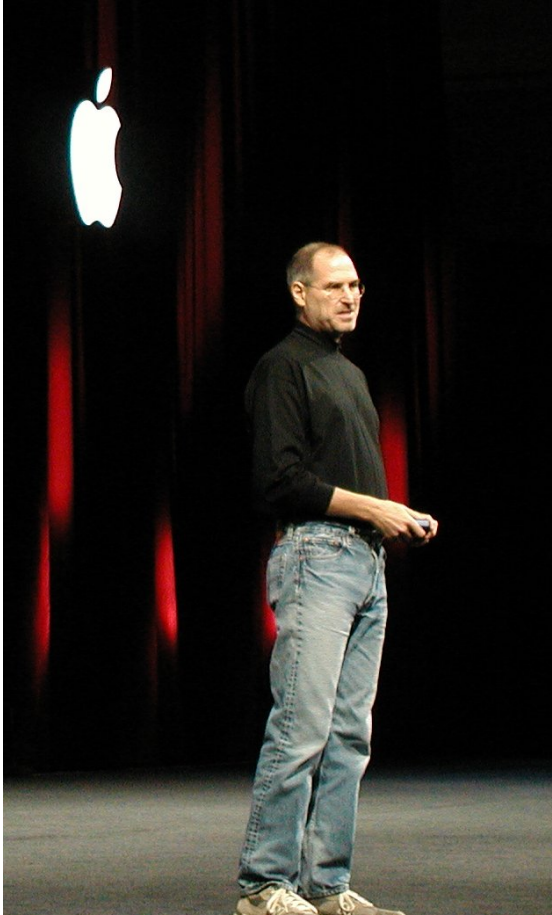


Muster für Storytelling:

- ① Eine emotional bedeutende **Ausgangssituation**.
- ② Eine (sympathische) **Hauptfigur**.
- ③ **Konflikte und Hindernisse**, die die Hauptfigur überwinden muss.
- ④ Eine erkennbare **Entwicklung** (Vorher-Nachher-Effekt).
- ⑤ Und einen **Höhepunkt**, möglichst ein auf das eigene Leben anwendbares Fazit – die Moral von der Geschichte.

Was eignet sich für Storytelling?







Jesus ist in Jerusalem

Das ist die Geschichte von Jesus und den Jüngern, die Jesus in Jerusalem einführte. Er ist auf dem Esel und auf dem Maultier. Die Jünger sind ihm entgegen gekommen, mit den Palmzweigen, und haben ihm den Weg geebnet. Er hat ihnen den Weg gezeigt, den sie gehen sollten.





Kommunikationsworkshop, 16. März, Egerkingen



Kommunikationsworkshop, 16. März, Egerkingen

bref

Das Magazin der Reformierten N°1 – 15. Januar 2016



Selber denken

Konsetetur sadipscing elitr sed diam nonet — S. 8

Lorem ipsum dolor sit amet — S. 9

Stets lita kasd gubergren deno sea taksı matate — S. 21





Pfarrer Stéphane Barth vor dem Bienenhaus im Pfarrgarten: Ausgleich zu seinem Beruf. | Zuber

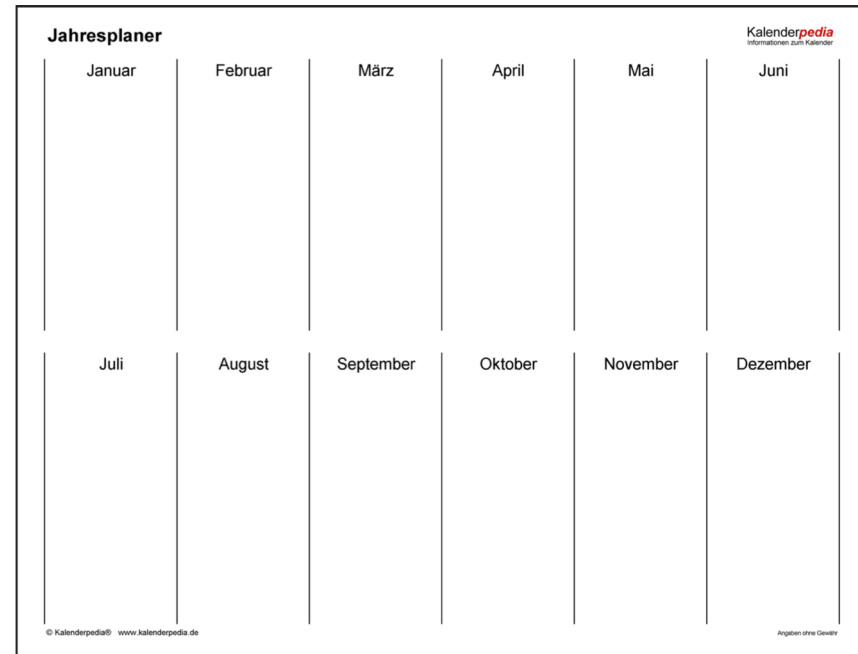


Übung: Welche Geschichten würde sich aus Ihrer
Kirchgemeinde eignen?
Was zeichnet unsere Kirchgemeinde aus? Für was
steht sie?



Wie setzen wir das um?

- Jahres- und Themenplanung
- Von der Idee ins Medium
- Was erhöht die Attraktivität?
- Der Ton macht die Musik: Es gibt verschiedene Gefässe und Rubriken für unsere Inhalte.



Veranstaltungen und Werbemittel

	Werbemittel										
	Plakat	Handzettel	Prospekt	Brief	Schaukasten	Telefon	Tageszeitung	Gemeindebrief	Bürgerliches Mitteilungsblatt	Info-Stand	Abkündigungen
Veranstaltungen											
Gottesdienste	X	X			X		X	X	X		
Freizeiten			X					X			
Seminare für Eltern von Kindergartenkindern				X		X					
Kinderbibelwoche	X	X			X			X			
Tag der offenen Tür	X	X			X		X	X	X		X
Gemeindeversammlung	X				X			X			X
Gemeindefest	X	X			X		X	X	X		X
Einführung des neuen Pfarrers				X			X	X	X		X
Schulanfängergottesdienst				X							X
Weihnachtsbazar	X	X					X	X	X		X
Kindergartenfest				X							
Seniorenachmittag				X		X					
Tag der Diakonie			X					X		X	
Tag des ausländischen Mitbürgers	X	X					X			X	
Posaunenjubiläum (siehe folgendes Beispiel)	X		X	X	X		X	X	X		X

KIRCHENBOTE

**Flutkatastrophe:
Wie kann
Gott so viel Leid
zulassen?**

BERATUNG

**Echte Begegnung
braucht keine Masken**

KIRCHENBOTE

**Kinder zu dick:
Was die Kirche
dagegen
unternimmt.**

SCHWERPUNKT FASNACHT

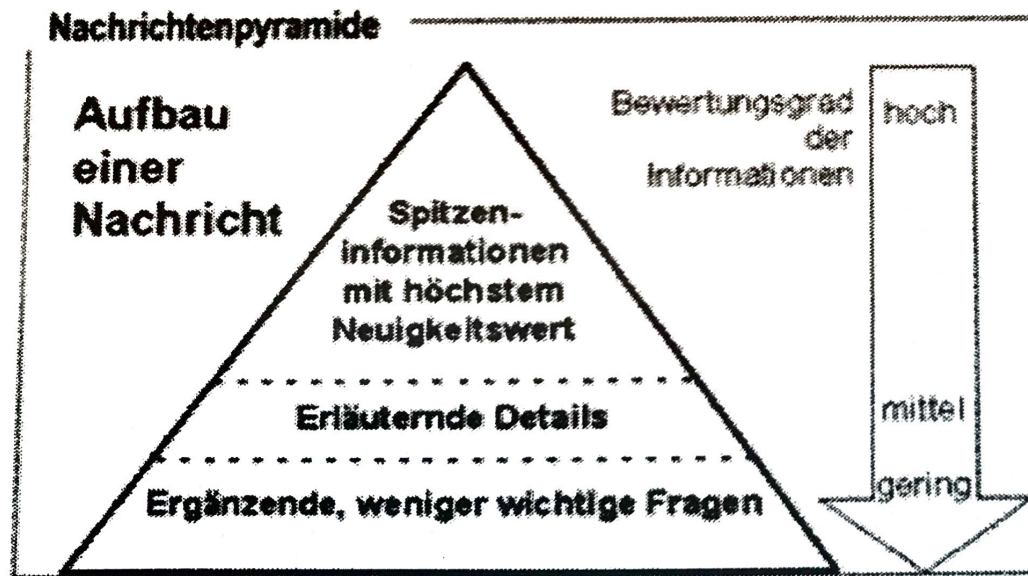
**Die «drey scheenschte
Dääg» – einzigartig?**

Wie verfasse ich gute journalistische Texte?



Nachricht

Aufbau einer Nachricht



- Das Wichtigste an den Anfang
- Sie greift die 5s W auf: Wer, was, wie, wo, wann, warum

Titel

- Orientierungshilfe: Die Lesenden erfahren das Thema und eine Hauptinformation des Artikels. Sie erkennen die Zielrichtung (Nachricht, Kommentar)
- Motivation: Der Titel ist so formuliert, dass er den Inhalt attraktiv vorstellt.
- Je nachrichtenartiger der Text, desto stärker konzentriert sich der Titel auf die Hauptaussage.
- Zwischentitel: zusätzlicher optischer Reiz, Orientierungshilfe und Motivation. Titel muss zum Text passen und stimmen

Hilfe beim Titeln:

- News-Information
- Zitat und Kernaussage (Dialekt)
- Frage
- Gegensätze
- Wortspiel
- Stabreim (Kind und Kegel)
- Anspielungen

Lead

- Der Lead soll zum Lesen motivieren und eiligen Leserinnen und Lesern eine Kurzinformation (Hauptnachricht) geben. Der Lead (letzter Satz) muss eine Frage offenlassen, weil er die Lesenden für den Artikel motivieren soll.

Lead-Varianten

Lead antwortet auf

- wer: Person steht im Mittelpunkt
- was: ausserordentliches Geschehen
- Wo: Ort des Geschehens ist wichtig
- Wie Wann: Besondere Umstände
- Bild: Bildlicher Einstieg
- Stempel: Überraschendes Faktum
- Kontrast: Kontraste gegenüberstellen
- Frage: Frage, rasch beantworten
- Zitat: Zitat mit Quellenangabe

Journalistische Sprache

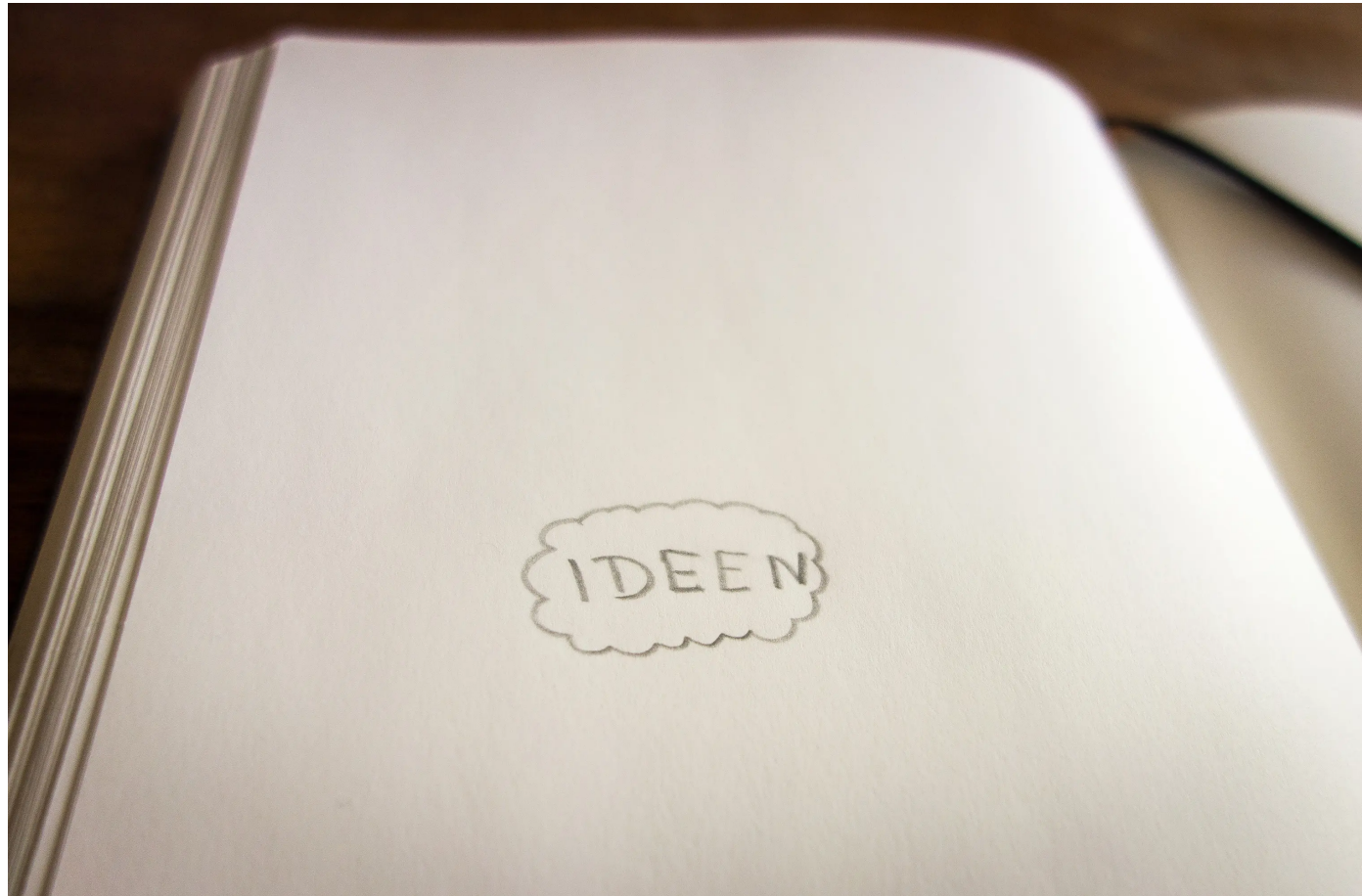
- Kurze Sätze, die nach dem Modell «Subjekt, Prädikat, Objekt» aufgebaut sind. Der treffende Wortschatz braucht keine langen Schachtelsätze.
- Keine Schachtelsätze und Bandwürmer. Die Hauptaussage kommt in den Hauptsatz.
- Weniger Adjektive, diese durch Verben und Bilder ausdrücken.
- Starke Verben, statt Substantive. Verben! Verben! Verben!
- Schreibe in aktiven nicht in passiven Formen
- Formuliere positiv
- Vermeide Füll- und Blähwörter
- Vermeide Fachsprache und Verwaltungsdeutsch. Die meisten Begriffe lassen sich einfacher ausdrücken. Schwer Verständliche Aussagen erklären oder umschreiben.
- Konkret und anschaulich schreiben. Zahlen, Fakten und Beispiele nennen. Wo diese fehlen, sofort hinterfragen!

Übung:

- Für wen schreibe ich?
- Wer ist unser Publikum?
- Was gefällt mir an unserem Auftritt?



Keine Angst vor dem leeren Blatt



Die beiden Seiten des Gehirns: Logik versus Kreativität



Clustering: Kreisen, bis sich die Blockade löst



Übung Clustern: Was mir Ostern bedeutet?

Schreiben mit künstlichen Intelligenz



Künstliche Intelligenz:



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



