



Hingucker-Tag!

Der EKHN-Kommunikationspreis

Jede Kirchengemeinde kommuniziert – auf ganz verschiedene Art und Weise. Und je bewusster dies geschieht, desto leichter fällt es den Menschen vor Ort, die Anliegen dieser Gemeinde wahrzunehmen. Gerade dann, wenn sich Kommunikationsideen als echte „Hingucker“ erweisen ... weil eben die dahinterstehenden Teams genau hingeguckt haben.

Der „EKHN-Kommunikationspreis“ lädt Sie und Ihre Mitarbeitenden ein, sich mit guten Beispielen zur Öffentlichkeitsarbeit zu bewerben – und andere an Ihren Erfahrungen teilhaben zu lassen. Unter dem Namen „Hingucker“ soll der Preis zukünftig etwa alle drei Jahre verliehen werden.

Gerade weil in einer multi-medialen Gesellschaft gute Kommunikation immer wichtiger und vor allem vielseitiger wird, haben wir das Konzept des ehemaligen „Förderpreises Gemeindebrief“ überarbeitet und erweitert, um so auch die Kommunikationswege der Gemeinden zu würdigen:

- Gemeindebrief
- Homepage
- Schaukasten
- Newsletter
- Social Media
- Pressearbeit
- Werbe-Ideen
- Öffentliche Aktionen
- Fundraising
- Videos
- Podcasts
- Gebäude-Design
- Innovative Aktionen oder Hilfestellungen, die in Krisenzeiten die Gemeindeglieder erreichen und die Nähe zur Gemeinde aufrechterhalten
- u.v.m.

Auszeichnung

Neben der Auszeichnung „Hingucker“ (in Gold, Silber und Bronze) und attraktiven Preisen (Weiterentwicklung Ihrer Kommunikation, etwa durch Coaching oder Tickets für das „Fundraising Forum“) gibt es für alle Mitarbeitenden Ihrer Öffentlichkeitsarbeit den Hingucker-Tag, einen kostenfreien Schulungs- und Erlebnistag in der Evangelischen Akademie in Frankfurt, in dessen Rahmen auch die Preise verliehen werden.

Mit freundlicher Unterstützung von:



Hingucker-Tag

Der erste Hingucker-Tag findet am **Samstag, 13. November 2021 in der Evangelischen Akademie** in Frankfurt/Main statt. Neben Kirchenpräsident Dr. Dr. h.c. Volker Jung, der die Schirmherrschaft übernommen hat, wird die Publizistin und Künstlerin Christina Brudereck den Geheimnissen ansprechender Kommunikation nachspüren – bevor sie am Abend mit ihrem Mann als Duo „2Flügel“ Poesie und Musik auf meisterhafte Weise verbindet. Zudem laden verschiedene Workshops ein, Inspirationen für die eigene Arbeit zu tanken.

Bewerbung

Die Ausschreibung wird vom **1. Mai bis zum 16. Juli 2021 neu eröffnet**. Die Ausschreibungskriterien behalten ihre Gültigkeit. Sollten Sie sich bereits beworben oder sich zum Hingucker-Tag angemeldet haben, bleibt dies auch für 2021 gültig. Natürlich haben Sie ebenso die Möglichkeit, Ihre Einreichung im Blick auf das nächste Jahr zu aktualisieren.

Bewerben Sie sich:

- mit dem Medium, über das Sie regelmäßig mit Ihren Zielgruppen kommunizieren (Gemeindebrief, Newsletter o.ä.)
- mit einem Beispiel aus dem Online-Bereich (mit Bildern, Screenshots, Links o.ä.)
- mit einer weiteren Kommunikationsmaßnahme, die verdeutlicht, was Ihre Öffentlichkeitsarbeit in der Gemeinde auszeichnet (mit Bildern, Screenshots, Links o.ä.)
- in jedem Fall mit einer kurzen Darstellung ihrer gemeindlichen Kommunikation insgesamt - maximal 1 DIN A4-Seite
 - Welche Medien, Wege, Kanäle, Instrumente nutzen Sie?
 - Wen möchten Sie auf welche Weise erreichen?
 - Wie oft und mit welcher Zielrichtung kommunizieren Sie? etc.

Entscheidend ist, dass Sie dabei eindeutig als EKHN-Gemeinde zu erkennen sind (z. B. durch die Verwendung des Facettenkreuzes).

Hier können Sie Ihren Beitrag einreichen: <https://upload.hingucker.ekhn.de>

Kriterien zur Orientierung

1. INHALT

Inhalt

Welche Informationen erhalten die Angesprochenen?

Was wird ihnen medial vermittelt?

Wozu werden sie eingeladen, motiviert oder angeregt?

Individualität

Woran wird die regionale und örtliche Besonderheit dieser Gemeinde erkennbar?

Und was kennzeichnet ihre jeweilige Prägung?

Weite

Schaut die Gemeinde über ihren „Tellerrand“ hinaus?

Erkennt man, dass diese Gemeinde Teil der weltweiten Christenheit und der Bürgergesellschaft ist?

Inwiefern reagiert die Gemeinde auf besondere gesellschaftliche Gegebenheiten?

Mit freundlicher Unterstützung von:



2. SICHTBARKEIT

Ansprache

Kommuniziert die Gemeinde ansprechend und zeitgemäß?
Kann sie auch von Außenstehenden sofort nachvollzogen werden?
Macht sie Lust auf diese Gemeinde?

Teilhabe

Welche Menschen haben die Absender vor Augen?
Werden möglichst viele unterschiedliche Zielgruppen eingebunden und erreicht?
Sind auch Menschen mit Lernschwierigkeiten bzw. mit geistiger Beeinträchtigung im Blick?
Gibt es Beiträge oder Informationen in leichter Sprache?
Welche Sprachen werden generell verwendet?
Werden alle Geschlechter angesprochen (m/w/div)?

Nähe und Identifikation

Wird deutlich, dass diese Gemeinde Teil der „Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau“ ist (Corporate Identity)?
Was bedeutet dieses Eingebunden-Sein?

3. GESTALTUNG

Design

Wie werden die Angebote gestalterisch umgesetzt?
Regt die Optik an, sich mit dieser Gemeinde und ihren Ideen zu beschäftigen?

Service

Ist für jede und jeden klar, wie die Angebote der Gemeinde genutzt werden können?
Fällt es leicht, in Kontakt zu kommen? Und wie funktioniert das?
Sind genutzte Strukturen übersichtlich und nachvollziehbar?

Aktualität

Wie flexibel, hilfreich und relevant ist die Kommunikation?
Und zeigt sich die Gemeinde als Wegbegleiterin, die sich selbst weiterentwickelt?

4. WIRKUNG

Kreativität

Sind die Kommunikationsmaßnahmen überraschend und vielfältig?
Spiegelt sich die Buntheit der Gemeindeglieder auch in ihren Medien?

Begeisterung

Spürt man die Freude der Beteiligten am Christ-Sein und der Gemeinde?
Wie überträgt sich diese Begeisterung auf die Menschen?

Spiritualität

Wird erkennbar, dass diese Gemeinde einen geistlichen Auftrag hat?
Wie kann jemand daran teilhaben?