

# Social Media-Statut «pfarrblatt» Bern

## Ziel

Mittels der Social Media-Kanäle soll vor allem ein jüngeres Publikum erreicht werden, welches das Printangebot nicht wahrnimmt. Es werden die unbekanntesten Seiten der Kirche aufgezeigt, Kirche erklärt und Angebote der Kirche ausweist.

In verschiedenen Formaten (Serien, Reels, Kacheln, etc.) werden besonders auf Instagram Themen aus den Bereichen Kirche, Gesellschaft und Kultur behandelt sowie auf Artikel auf [www.pfarrblatt.ch](http://www.pfarrblatt.ch) verwiesen.

Die inhaltliche Verantwortung und journalistische Aufbereitung des «social media contents» liegen bei der Social Media-Verantwortlichen und abschliessend bei der Chefredaktion.

## Nutzung durch Vereinsmitglieder

Für journalistisch interessante Themen können die Social Media-Kanäle des «pfarrblatt» auch für «content» der Vereinsmitglieder, sprich der Pfarreien und Kirchgemeinden, genutzt werden.

Die Entscheidung, ob sich ein «content» eignet und wie er aufbereitet wird, liegt bei der der Social Media-Verantwortlichen und der Chefredaktion. Ein Beispiel für eine solche Zusammenarbeit ist das 225-Jahr Jubiläum der Dreifaltigkeitskirche 2024.

Die Posts werden entsprechend gekennzeichnet (zum Beispiel: in Zusammenarbeit mit der GKG Bern). Im zum Post gehörenden Text können Verweise auf die Webseiten und weiterführenden Informationen angegeben werden. Wenn gewünscht, wird eine kurze Auswertung des Posts gegeben (Reichweite, Interaktionen, etc.) Die Finanzierung geht zu Lasten des Auftragsgebenden.

In Einzelfällen kann journalistisch relevanter «content» auch von externen Auftraggebern (Landeskirche, Caritas, etc.) aufgeschaltet werden. Solche Posts sind entsprechend gekennzeichnet (zum Beispiel: in Zusammenarbeit mit Landeskirche Bern). Im zum Post gehörenden Text können Verweise auf die Webseiten und weiterführenden Informationen angegeben werden. Wenn gewünscht, wird eine kurze Auswertung des Posts gegeben (Reichweite, Interaktionen, etc.) Die Finanzierung geht zu Lasten des Auftragsgebenden.

Um Dissonanz und den Verlust von Followern zu vermeiden, sind die Zahl von extraredaktionellen Posts begrenzt. Inhaltlich müssen sie zum restlichen «content» passen.

*Vom Vorstand der «pfarrblatt»-Gemeinschaft am 27. August 2024 verabschiedet.*