



Social Media Guideline der Neuapostolischen Kirche



Inhalt

Vorwort Stammapostel Jean-Luc Schneider	3
Grundlagen der Kommunikation	4
Kirche in nacworld.net	6
Kirche in Facebook.....	7
Kirche in Instagram und YouTube.....	8
Kirche in Twitter und Pinterest.....	9
Potential	10
Was zu beachten ist	11
Grenzen.....	12
Handlungsanweisungen für die interne Kommunikation	13
Offizielle Kirchenprofile	14
Profile kirchlicher Funktionsträger.....	14
Seiten kirchlicher Funktionsträger.....	14
Gruppen.....	14
Hinweise für Seelsorger	15
Selbstdarstellung	16
Umgang mit seelsorgerischen Themen	16
Empfehlungen für Kirchenmitglieder	17
Privatsphäre	19
Social Media Guideline	21





Stammapostel Jean-Luc Schneider

Wertschätzend und verantwortlich

Warum Richtlinien für den Umgang mit Social Media, mag sich mancher fragen. Ganz einfach: Nicht jeder fühlt sich sicher und hat den Umgang mit den neuen Medien gelernt. Und insbesondere aufgrund fließender Grenzen zwischen privater, beruflicher und kirchlicher Nutzung entstehen Fragen, die vor wenigen Jahren noch undenkbar waren.

Amtsträger und kirchliche Mitarbeiter, aber auch Gemeindemitglieder, die sich und ihren Glauben ganz selbstverständlich auch online bekennen, sollen wissen, wie die Neuapostolische Kirche zu Aktivitäten in sozialen Medien steht.

Wichtig ist, dass sich alle über die Tragweite ihrer Äußerungen bewusst sind, und sich – entsprechend dem Evangelium – wertschätzend und respektvoll verhalten.

Soziale Medien haben vielfach ihre eigenen Regeln. Die vorliegende Social Media Guideline der Neuapostolischen Kirche will diese nicht ersetzen, ergänzt sie aber durch den erklärten Standpunkt der Kirche und indem sie Hinweise zu Nutzen und Risiken gibt.

Lassen Sie uns soziale Medien verantwortlich nutzen und unseren Zeiteinsatz und unsere Worte sorgfältig abwägen.

Herzliche Grüße,

Jean-Luc Schneider



Grundlagen der Kommunikation



Grundlagen

Als Mitglieder der örtlichen Gemeinde und der weltweiten Kirche, als ehrenamtliche und hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kircheneinrichtungen und Verwaltungen, geben wir unserer Kirche ein Gesicht. Das gilt bei dem, was wir in unserem realen Leben tun, wie auch für die vielfältigen Aktivitäten in der virtuellen Welt des Internets.

Als Gemeindemitglieder und kirchliche Mitarbeiter bewegen wir uns dabei einzeln in einem Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Loyalität gegenüber Kirche/Arbeitgeber. Wenn wir in unseren Onlineaktivitäten als Kirchenangehörige oder Funktions- beziehungsweise Amtsträger in Erscheinung treten, verschwimmen die Bereiche Privatleben, Beruf und Kirche. Wann sprechen wir für uns selbst? Und wann für unsere Kirche? Für Dritte muss erkennbar sein, ob wir Äußerungen als Privatperson oder in unserer Funktion als Mitarbeiter oder Mitgestalter der Neuapostolischen Kirche veröffentlichen.

Die Neuapostolische Kirche stellt sich den Anforderungen und Erwartungen dieses neuen Kommunikations-Zeitalters und nutzt die Chancen sozialer Medien. Die Social Media Guideline der Neuapostolischen Kirche will mit Empfehlungen und Informationen den Umgang mit sozialen Medien erleichtern und ehrenamtlichen sowie hauptamtlichen Mitarbeitern Sicherheit geben.

Ein neues Kommunikations-Zeitalter

Kommunikation bedeutete früher, dass Organisationen/Unternehmen die Menschen mit Publikationen in Print, Radio und TV informierten. Reaktionen seitens Leser, Hörer und Zuschauer waren selten oder technisch von vorneherein unmöglich.

Heute geht die Kommunikation zumeist von den Menschen selbst aus: Sie stellen Fragen, fordern Antworten und tun ihre Meinung kund – mal positiv, mal negativ. Kommunikation bedeutet nicht mehr Monolog, sondern Dialog mit einer unzählbaren Menge Mitlesender und vor allem überall und jederzeit.

Ermöglicht wird dieses Verhalten durch soziale Medien wie Facebook, YouTube, Instagram sowie eine Vielzahl mobiler Geräte, die für die meisten Menschen fester Bestandteil des Lebens geworden sind. Begünstigt wird die vernetzte Kommunikation auch durch den erheblich erleichterten Zugang zu Informationen. Die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren, hat sich in den vergangenen Jahren aufgrund verschiedener Entwicklungen grundlegend verändert.

Soziale Medien sind ein öffentlicher Raum, in dem besondere Regeln gelten: Auch wenn beim Schreiben nicht gleich Tausende über die Schulter schauen, so ist die Nachricht wenige Augenblicke nach der Veröffentlichung dennoch für Tausende zu sehen.

Jede Onlineaktivität gibt ein Bild der eigenen Persönlichkeit. Dieses Bild sollte die wahren Gedanken und Überzeugungen der eigenen Persönlichkeit widerspiegeln.

Die Kommunikation ist schneller und öffentlicher. Die Anzahl an Kontakten und Dialogen steigt. Informationen und Nachrichten sind im Geflecht sozialer Medien weltweit und zeitlich uneingeschränkt sichtbar und verfügbar.



Kirche in nacworld.net

Das soziale Netzwerk der Neuapostolischen Kirche International ist nacworld.net. Es bietet die Möglichkeit weltweit mit anderen Christen Kontakte zu knüpfen und Freundschaften zu pflegen. nacworld.net richtet sich an Mitglieder der Neuapostolischen Kirche. Mitglieder anderer Kirchen oder Religionsgemeinschaften sind ebenso willkommen. nacworld.net ist für die Kirche entwickelt worden; es gibt keine Verbindung zu externen Unternehmen oder Werbetreibenden.

<https://nacworld.net>



Kirche in Facebook

Die Neuapostolische Kirche ist mit Fanpages und Seiten in Facebook vertreten. Nachrichten aus der neuapostolischen Welt binden Glaubensgeschwister von hier aus täglich in ihre persönlichen Newsfeeds ein. Die Seiten werden durch die Kommunikationsdienste moderiert. Dort werden täglich Nachrichten und Berichte von nak.org und nac.today veröffentlicht. In den vier Kernsprachen Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch besitzt die Neuapostolische Kirche eine offizielle Facebook-Seite:

Neuapostolische Kirche International

Englisch: <https://www.facebook.com/newapostolicchurchinternational/>

Deutsch: <https://www.facebook.com/neuapostolischekirche/>

Spanisch: <https://www.facebook.com/iglesianuevaapostolica/>

Französisch: <https://www.facebook.com/eglisenoeapostoliqueinternationale/>

nac.today: <https://www.facebook.com/newapostolic.nactoday/>

nacworld.net: <https://www.facebook.com/nacworld/>

Stammapostel: <https://www.facebook.com/jeanluc.schneider59/>

Gebietskirchen

NAK Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland: <https://www.facebook.com/nakhrs/>

NAK Nordrhein-Westfalen: <https://www.facebook.com/naknrw/>

NAK Nord- und Ostdeutschland: <https://www.facebook.com/nak.nordost/>

NAK Süddeutschland: <https://www.facebook.com/naksued/>

NAK USA: <https://www.facebook.com/NewApostolicChurchUSA/>

NAK Kanada: <https://www.facebook.com/NACCanada/>



Kirche in Instagram und YouTube

Instagram

In englischer und deutscher Sprache nutzt die Neuapostolische Kirche Instagram. Auf den beiden Kanälen werden Nachrichten und Berichte von nak.org und nac.today geteilt. Der Fokus liegt netzwerkbedingt auf Bildern oder Bildcollagen. Vorhandene Berichte werden mit einzelnen Bildern angeteasert und geteilt. Das Netzwerk wird in besonderer Weise zum „Liken und Sharen“ von Bildern und kurzen Texten/Bildunterschriften genutzt.

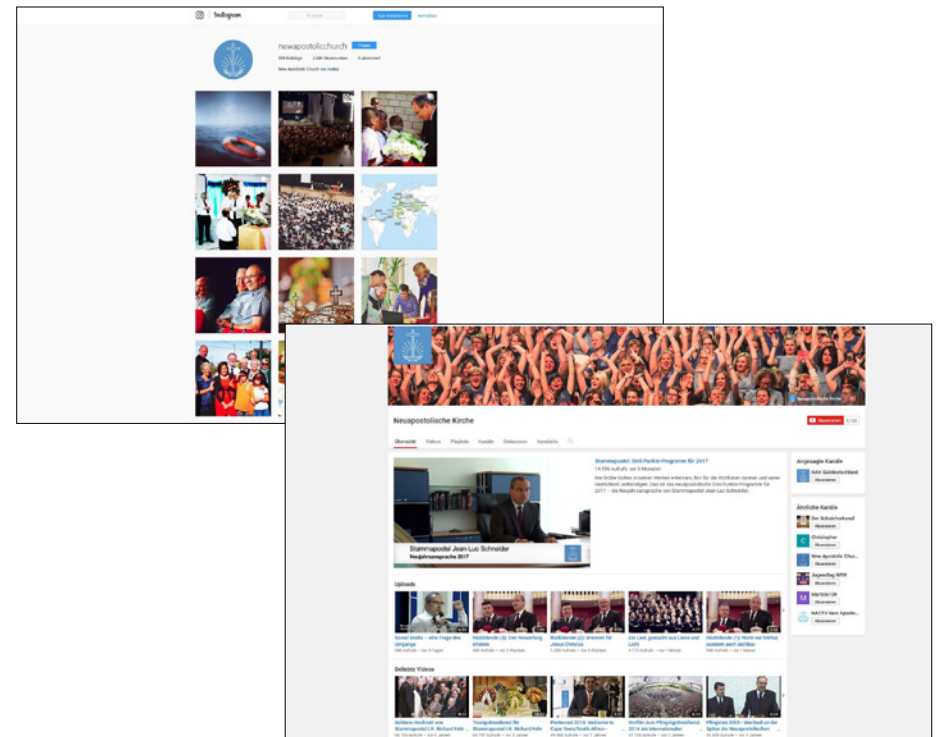
Englisch: <https://www.instagram.com/newapostolicchurch/>

Deutsch: <https://www.instagram.com/neuapostolischekirche/>

YouTube

Einen englisch- und deutschsprachigen Kanal nutzt die Neuapostolische Kirche auf YouTube. Im weltweiten Videoportal veröffentlicht die Kirche kurze Clips und Filme, die Zusammenfassungen aus Gottesdiensten, Zusammenkünften und Ansprachen zeigen.

<http://youtube.de/neuapostolisch>



Kirche in Twitter und Pinterest

Twitter

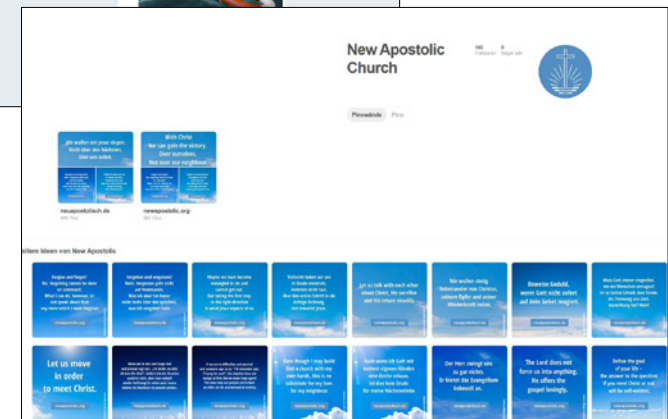
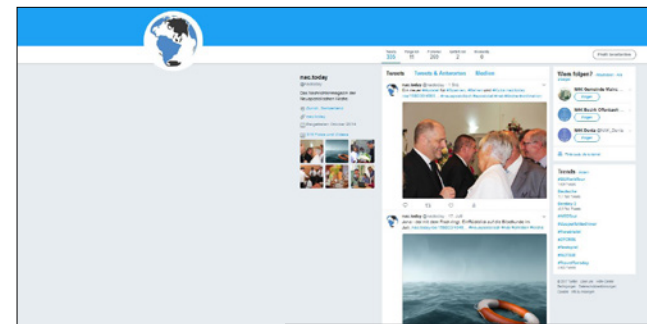
Die Neuapostolische Kirche nutzt einen deutschsprachigen Twitter-Account, um Artikel und Nachrichten von nac.today auch auf dem Kurznachrichtendienst Twitter auszuleiten.

<https://twitter.com/nactoday>

Pinterest

Die Neuapostolische Kirche nutzt Pinterest mit einem englisch- und deutschsprachigen Account für das Ausleiten der Apostelzitate von neupostolisch.de/newapostolic.org.

<https://www.pinterest.de/newapostolisch/>



Potential

Als Christen sind wir zum Dialog mit den Menschen aufgerufen. Soziale Medien und Netzwerke unterstützen uns in diesem Auftrag, ersetzen aber nicht den persönlichen Kontakt. Als Kirche befürworten wir grundsätzlich Aktivitäten in sozialen Medien. Wir erkennen in den sozialen Medien vielfältigen Nutzen für die Kirche und für die Menschen:

1. Wir wollen den Missionsgedanken erfüllen. „Zu allen Menschen hingehen, um sie das Evangelium Jesu Christi zu lehren und mit Wasser und Heiligem Geist zu taufen und Seelsorge leisten und eine herzliche Gemeinschaft pflegen, in der jeder die Liebe Gottes und die Freude erlebt, ihm und anderen zu dienen.“

2. Wir wollen unseren Glauben bekennen. Durch das Posten, Liken und Teilen von Beiträgen legen neuapostolische Christen in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis aktiv Zeugnis ab und leisten dadurch ihren Teil moderner Weinbergsarbeit sowie kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit.

3. Wir wollen die Gemeinschaft stärken. Durch soziale Netzwerke fühlen sich neuapostolische Christen auch außerhalb ihrer oftmals kleinen Gemeinde als Teil einer größeren Gemeinschaft – über Landesgrenzen hinweg.

4. Wir wollen sichtbar sein. Soziale Medien sind im Alltag präsent – für immer mehr Menschen. Wer dort nicht präsent ist, existiert für einen Teil der Menschen nicht. Eine moderne Darstellung stärkt das Image – gerade auch bei jungen Menschen. Kirche muss da sein, wo die Menschen sind.

5. Wir wollen die Mitglieder an ihre Kirche binden. Durch Beiträge der Kirche in den sozialen Medien werden die positiven Entwicklungen und Aspekte deutlich. Dies stärkt das Selbstbewusstsein der Mitglieder und ihre Identifikation mit der Kirche.

6. Wir wollen die Informationshoheit sichern. Mit den sozialen Medien können kirchenoffizielle Informationen und Nachrichten effektiv und effizient verbreitet werden. Dritte recherchieren auch in sozialen Netzwerken. Wir bieten Zugang zu verlässlichen Informationen und positionieren die Kirche und ihre Lehrinhalte im digitalen Raum.

7. Wir wollen das Gesprächsangebot rund um Glaube und Kirche fördern. Soziale Medien stärken den Dialog. Mit unseren Aktivitäten etablieren wir christliche und kirchliche Themen sowie neuapostolische Schwerpunkte in den auch von anderen Kirchen genutzten Netzwerken.

8. Wir wollen Antworten und Hilfe bieten. Soziale Medien ermöglichen einen schnellen und direkten Dialog mit Menschen, die Fragen und Sorgen haben.

9. Wir wollen Menschen in der Kirche vernetzen. Soziale Medien fördern die Vernetzung von Menschen, die sich in unserer Kirche mit ihrem Wissen und ihrer Kompetenz engagieren.

10. Wir wollen gute Nachrichten verbreiten. In einer Zeit, in der negative Schlagzeilen die meisten Views erhalten, wollen wir Gutes berichten.



Was zu beachten ist

1. Ressourcen planen. Die Kirche hat nur begrenzte finanzielle und personelle Ressourcen. Diese gilt es, effizient einzusetzen. Ein Social Media-Konzept mit klaren Betriebsabläufen und Strukturen sorgt dafür, dass sich die Kirche nicht verzettelt oder auf einmal überraschend mehr Aufwand entsteht als gedacht. Das Social Media-Konzept wird einmal im Jahr überprüft und an aktuellen Entwicklungen (neue Trends, neue Netzwerke) gemessen.

2. Kontrolle behalten. Wer sich in sozialen Netzwerken engagiert, der öffnet sich der direkten Kommunikation mit dem Nutzer. Dies bedingt gewisse Risiken und Gefahren. Würde sich die Kirche jedoch gar nicht in den sozialen Netzwerken engagieren, würden es Dritte im Namen der Kirche tun (Fake-Profile). Dadurch würden mögliche Risiken zunehmen. Zudem gibt es im Internet ohnehin keine wirkliche Kontrolle. Durch ein klares Social Media-Konzept – in Verbindung mit einem Redaktionskonzept – kann die Kirche die Kommunikation in den sozialen Netzwerken jedoch steuern und/oder positiv beeinflussen.

3. Verbindlich kommunizieren. Antworten auf Nutzerfragen in den Kommentaren sind, genau wie die Kommentare selbst, öffentlich. Im Einzelfall lassen sich Kommentare ausblenden oder Nutzer sperren. Ziel der sozialen Netzwerke ist jedoch auch ein Dialog und eine Feedback-Kultur. Zudem erreichen die Kirche auch private, nicht-öffentliche Anfragen der Nutzer über die Nachrichten-Funktion. Diese Unterhaltungen sind erstmal privat, können aber wie jede E-Mail im Anschluss ebenfalls öffentlich gemacht werden. Es bedarf also einer klaren Regelung, wer auf Anfragen reagiert und für die Seite/Kirche spricht. Die Administratoren sind sich dabei ihrer Verantwortung bewusst, dass sie nicht für sich oder eine einzelne Gebietskirche sprechen, sondern für die Gesamtkirche. Wie bei E-Mails, die NAKI über die Internetseite nak.org erreichen, werden auch Anfragen in den sozialen Medien vom Kirchensprecher oder seinem Kommunikationsteam beantwortet oder zur Einzelfallklärung an die für die Kommunikation Zuständigen in den Gebietskirchen weitergeleitet. Das Verfahren ist dabei nicht anders als bislang.

4. Informationshoheit bewahren. Für wichtige kirchliche Nachrichten gilt die Devise, dass primäre Informationsquellen immer noch die offiziellen Kirchen-Websites sein müssen. Exklusive Social Media-Inhalte gibt es nur für Themen, die nicht kirchenpolitisch sind. Dadurch bleibt die Informationshoheit beim Stammapostel beziehungsweise den Bezirksaposteln. Social Media begleitet dabei die kirchliche Kommunikation.



Grenzen

1. Konzentration. Weltweit gibt es Hunderte soziale Netzwerke. Die Kirche muss sich aufgrund der begrenzten Ressourcen auf die konzentrieren, welche den größten Nutzen bringen.

2. Automatisierung. Das sogenannte „Anteasern“ von Website-Beiträgen lässt sich ganz oder teilweise automatisieren. Auch können die verschiedenen Social Media-Kanäle sehr effizient mittels eines Redaktionstools von einer Gruppe verantwortlicher Redakteure bespielt werden.

3. Nicht Primärkanal. Dass soziale Medien nicht Primärkanal für unsere Nachrichten sind, ist nicht der Komplexität einzelner Themen geschuldet, sondern dem Umstand, dass wir 1. nur Eigentümer der Information bleiben, wenn die Inhalte auf unserer eigenen Website stehen. Sprich: Wenn wir auf Facebook eine Meldung exklusiv veröffentlichen würden, dann bedeutet das aufgrund des Facebook-Algorithmus, dass Facebook jederzeit einmal den Zugang zu diesen Informationen erschweren oder ganz einschränken könnte und 2. bestimmte Personen ausschließen; nämlich die, die bei Facebook nicht registriert sein wollen und diese Website auch nicht im öffentlichen, unregistrierten Bereich aufrufen wollen. Was hier nun mit Facebook beschrieben ist, gilt für andere Netzwerke ähnlich.

4. Seelsorge. Hier und da erreichen die Kirche über die sozialen Netzwerke auch seelsorgerische Anfragen. Seelsorge muss jedoch persönlich bleiben, daher wird in solchen Fällen ein Gespräch oder der Kontakt zu Seelsorgern vor Ort angeboten.

5. Gruppen. Nicht kontrollier- oder steuerbar sind die vielen hundert „Gesprächsgruppen“, die in den sozialen Netzwerken existieren, insbesondere bei Facebook. Diese können von jedem eingerichtet werden. Viele sind geheim und somit nicht auffindbar. Oft sind Gruppen nicht frei zugänglich, d.h. nicht öffentlich. In Einzelfällen zählen die kirchlichen Mitarbeiter auch zum Administratoren-Team von Gruppen.



Handlungsanweisungen für die interne Kommunikation



Handlungsanweisungen für die interne Kommunikation

Ein Social Media-Team unter dem Dach der Dienstleistungsgruppe NAKI-Kommunikationsdienste, unter der Leitung des Kirchensprechers, moderiert die Aktivitäten der Kirche in den sozialen Netzwerken. Es begleitet die Veröffentlichungen redaktionell. Zudem antwortet es auf Anfragen und leitet diese bei Bedarf an die Verantwortlichen in den Gebietskirchen weiter.

1. Offizielle Kirchenprofile. Die Neuapostolische Kirche International und die Gebietskirchen unterhalten Facebook-Profile. Der Stil der Veröffentlichungen ist sachlich und newsorientiert. Es werden insbesondere Berichte der jeweiligen Internetseiten „angeteasert“. Ausführlicher berichtet wird über kirchliche Großereignisse. Der Schwerpunkt liegt, analog zu den Internetseiten, bei NAKI auf überregionalen Themen, bei den Gebietskirchen auf regionalen Themen. Dabei findet eine selektive Vernetzung untereinander statt. Grundsätzlich stehen wichtige kirchliche Nachrichten zunächst auf den Internetseiten; die sozialen Netzwerke fungieren dabei überwiegend zur Ausleitung, zur Verteilung dieser Nachrichten. Durch die Bündelung von Nachrichten auf diesen Seiten werden auch Nutzer erreicht und informiert, die nicht regelmäßig eine Vielzahl von Internetseiten direkt besuchen. Die Freigabe von Facebook-Seiten der Bezirke und Gemeinden obliegt der Entscheidung der Gebietskirchen. Voraussetzung für den Betrieb sind dabei die gleichen wie für die Internetseiten: die Beachtung der bestehenden Internet-Richtlinien und des ebenfalls bestehenden Redaktionsstatuts, ein Impressum, ein klares Konzept sowie geregelte Verantwortlichkeiten.

2. Profile kirchlicher Funktionsträger. Wer bei Facebook als Person des öffentlichen Interesses auftritt, muss dafür laut den Nutzerbedingungen eine Seite verwenden. Profile sind nur für den privaten Gebrauch. Bei Verstößen behält sich Facebook die Löschung des Accounts vor. Es ist dabei möglich, das private Profil unter Beibehaltung aller Inhalte auf eine Seite umzustellen. Die Verwaltung erfolgt dann über den Business-Manager oder ein privates Profil. Ein privates Profil muss dabei klar die Privatsphäre-Einstellungen regeln.

3. Offizielle Seiten kirchlicher Funktionsträger. Offizielle Seiten für kirchliche Funktionsträger bieten sich bei Bezirksaposteln an, bei Bedarf auch für Apostel und Bischöfe. Dabei sollte es ein Konzept geben, was die redaktionelle Gestaltung regelt. Die Verwaltung sollte über mehrere Admins laufen, damit schnelle Reaktionen gewährleistet werden können. Die Admins müssen dabei entsprechend autorisiert (eigenständiger Autorisierungsprozess außerhalb Facebook) sein. Jede Seite muss über ein Impressum verfügen oder auf ein solches verweisen.

Inhaltlich können offizielle Seiten von Personen persönlicher gestaltet sein. Auch Meinungen und Kommentare sind möglich, beispielsweise der Dank an Helfer nach einer Großveranstaltung, eine Einladung zu einem Übertragungsgottesdienst, etc.

4. Gruppen. Für Diskussionen unterhält die Neuapostolische Kirche ihr soziales Netzwerk nacworld. Deshalb gibt es bei Facebook oder in anderen sozialen Netzwerken keine offizielle NAK-Gruppe.





Hinweise für Seelsorger

Neuapostolische Kirche
International



Hinweise für Seelsorger

In den sozialen Netzwerken sind auch viele Amtsträger der Kirche sowie Beauftragte unterwegs. Teilweise machen sie dabei auf ihr ehrenamtliches Engagement aufmerksam, teilweise sind sie rein als Privatperson unterwegs.

1. Selbstdarstellung. Kirchliche Funktionsträger dürfen dabei nicht vergessen, dass sie auch in den sozialen Netzwerken ggf. als Vorbilder, Seelsorger oder Lehrkräfte wahrgenommen werden. Dementsprechend werden ihre Posts oder Kommentare bewertet. Deshalb empfiehlt es sich, die Privatsphäre-Einstellungen zu prüfen und ggf. einzuschränken, damit private Inhalte nicht für jeden einsehbar sind. Die öffentliche Rolle muss insbesondere bei Amtsträgern in Übereinstimmung mit den bestehenden Richtlinien für Amtsträger ausgeübt werden.

2. Umgang mit seelsorgerischen Themen. Soweit Seelsorge mit technischen Kommunikationsmitteln ausgeübt wird, hat der in der Seelsorge tätige Amtsträger dafür Sorge zu tragen, dass die Vertraulichkeit in höchstmöglichem Maß gewahrt bleibt. Seelsorger sollten zudem bei Seelsorge-Anfragen über soziale Netzwerke möglichst schnell auf einen anderen, direkten Kommunikationsweg ausweichen, beispielsweise persönliches Gespräch, Telefonat oder E-Mail. Im Umgang mit jeglicher Art von Seelsorge-daten ist sicherzustellen, dass kirchliche und staatliche Bestimmungen zum Schutz des Seelsorgegeheimnisses und die Anforderungen des kirchlichen Datenschutzrechts beachtet werden.





Empfehlungen für Kirchenmitglieder

Neuapostolische Kirche
International



Empfehlungen für Kirchenmitglieder

Mitglieder der Neuapostolischen Kirche sind gebeten, sich als Privatperson und nicht im Namen der Kirche zu äußern. Ausnahmen gibt es, wenn sie für gewisse Funktionen beauftragt sind, beispielsweise für die Öffentlichkeitsarbeit. Wenn Bedarf an einer Gruppe oder Seite besteht, sollten die allenfalls vorliegenden Empfehlungen der Kirche berücksichtigt werden.

Kommunikationsbeauftragte sind Ansprechpartner

Soziale Medien bieten viele Möglichkeiten, lassen aber auch Fragen entstehen – vor allem sind sie ein mächtiges Instrument der Kommunikation, das sich in stetigem Wandel befindet. Das möchte die Neuapostolische Kirche nutzen!

Über Ideen und Erfahrungen können sich Gemeindemitglieder/Mitarbeiter im Kirchendienst fortlaufend unterhalten. Fragen und Anregungen nehmen darüber hinaus die Kommunikationsbeauftragten der Gebietskirchen an. Namen und Kontaktdaten können bei den jeweiligen Kirchenverwaltungen erfragt werden.



Privatsphäre Einstellungen

Neuapostolische Kirche
International



Privatsphäre

Einstellungen ändern sich so oft im Laufe eines Jahres, so dass diese gar nicht oft genug aktualisiert werden können. Es ist daher notwendig, die Privatsphäre-Einstellungen immer wieder zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen. Wie das im Einzelnen gemacht wird, beschreiben die verschiedenen Netzwerke (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, nacworld.net) vollumfänglicher und jeweils aktueller als dies in diesem Dokument gemacht werden kann.

denk ihr / die ihr doch arg seyd / Kind 24
dennoch ewren Kindern gute Gabe ge-
ben / Wie viel mehr wird ewer Vater im
Himmel gutes geben / denen die ihn bit. 25
Alles nu / dz ihr wollet / das euch
die Leute thun sollen / das thut ihr ihnen /
Das ist das Gesetz vnd die Prophe. 26
ten. 27

Luc. 6. v. 31.

12

thet ein durch die enge Pforten /
Pforte ist weit / vnd der 27
damnis ab-

Drumb wer diese
vnd thut sie / den
klugen Man / der
Felsen bauet.
sich / vnd ein
die Winde
sies do
nen F
mei
de

Guideline
Kodex



Social Media Guideline

1. Wir respektieren den Nächsten. Wir pflegen einen wertschätzenden Umgangston und sind uns bewusst, dass wir mit anderen Menschen kommunizieren. Auf ihre Emotionen und Gefühle nehmen wir Rücksicht. Deshalb unterlassen wir jegliche Äußerung, die als rassistisch, gewalttätig, extremistisch, fanatisch, sexistisch, diskriminierend oder sonst anstößig empfunden werden kann. Wir veröffentlichen nur das, was wir dem Empfänger auch im persönlichen Gespräch sagen würden.

2. Wir sind freundlich. Eine klare, verständliche Sprache – frei von Ironie, Sarkasmus und Provokation – ist Grundlage für einen konstruktiven Gedankenaustausch. Zorn, Ärger und Frust führen nicht weiter. Kritik ist möglich, solange sie nicht verletzend oder persönlich ist. Probleme mit einzelnen Personen besprechen wir nicht öffentlich. Wir bewahren Ruhe, auch wenn andere unruhig sind.

3. Wir sind ehrlich und authentisch. Wir nennen unseren Namen und täuschen nicht. Sofern wir nicht dienstlich beauftragt sind, für die Kirche in den sozialen Medien aktiv zu werden, entscheidet jeder selbst, ob sie/er in ihrem Profil angibt, dass sie/er für die Neuapostolische Kirche ehrenamtlich/hauptamtlich tätig ist.

4. Wir beachten die Rechte. Inhalte dürfen generell nur veröffentlicht werden, wenn dazu die Rechte des Urhebers vorliegen (Urheberrecht). Wenn Dritte zitiert werden, müssen diese Zitate eindeutig gekennzeichnet und die Quelle des Zitats angegeben werden. Zitate werden immer nur als Ergänzung eigener Gedanken genutzt (Zitatrecht). Wenn Bilder oder Videos veröffentlicht werden, müssen die abgebildeten Personen einverstanden sein (Recht am eigenen Bild).

5. Wir handeln verantwortlich. Jeder ist für den Inhalt selbst verantwortlich, den er in sozialen Medien veröffentlicht. Wir spekulieren nicht und stellen keine Mutmaßungen an. Die Kommunikation im Internet ist oft einfach, stellenweise banal. Immer dann, wenn es um kirchliche Themen geht, versuchen wir auf hohem Niveau zu kommunizieren.

6. Wir verbreiten gute Nachrichten. Wir sind Zeugen unseres Glaubens und das Gesicht unserer Kirche. Mit unseren Aktivitäten in sozialen Medien setzen wir ein Zeichen für christliche Werte.

7. Wir schützen die Privatsphäre. Wir sind uns bewusst, dass wir im Internet grundsätzlich öffentlich kommunizieren. Auch wenn die Sichtbarkeit von Social Media-Aktivitäten auf bestimmte Menschen einschränkbar ist, können Inhalte jederzeit versehentlich oder absichtlich weitergeleitet und damit öffentlich gemacht werden. Vertrauliches muss vertraulich bleiben; dazu gehören unter anderem Personendaten sowie Inhalte, die der Schweigepflicht unterliegen.

8. Wir trennen Politik und Geschäft von kirchlichem Engagement. Im Rahmen von Social Media-Aktivitäten für die Kirche enthalten wir uns jeglicher parteipolitischen Äußerung. Ebenso trennen wir strikt ehrenamtliches oder kirchliches Engagement von geschäftlichen oder beruflichen Interessen.

9. Wir sind dabei. Eine verantwortungsvolle Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit kann möglich sein. Mit unserem Vorgesetzten klären wir, in welchem Umfang wir Kontakte knüpfen, Wissen erweitern und Netzwerke aufbauen können.

10. Wir müssen nicht alles wissen. Wenn wir unsicher sind, fragen wir bei den zuständigen Ansprechpartnern nach. Wir schüren keine Gerüchte. Wenn wir Fehler machen, stehen wir zu ihnen, bitten um Entschuldigung und lernen daraus.



Neuapostolische Kirche International
Kommunikationsdienste
Überlandstr. 243
8051 Zürich
Schweiz
Telefon +41 43 299 4100
E-Mail info@nak.org

