



Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das 2006 gegründet wurde und über Kirche und Kommunikation reflektiert
- Projekt im Schnittbereich kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und werblicher Kommunikation
- Radar zur Ortung interessanter Themen und Menschen im kirchlich-medialen Umfeld



Foto: Unsplash.com

gekauft/verkauft: Glaubenskommunikation mit Influencern und Bloggern?

Die vierundzwanzigste Ausgabe von sinnstiftermag

Vor dem Lesen dieser Ausgabe unseres mag's bitte anschnallen: Das Thema hat Wind unter den Tragflächen. Flughöhe kann Übersicht verschaffen, aber auch Fallhöhe werden. Im neuen Phänomen der influencer meldet sich bei weitem nicht nur die altbekannte Rolle von Meinungsmachern. Vielmehr scheint sich mit dem digitalen Auftritt der Einflussnahme eine neue Qualität anzubahnen. Oder wie Tobias Sauer es auf den Punkt bringt: „Influencer:in ist keine Berufsbezeichnung, sondern eine Zustandsbeschreibung.“ Das Ganze steigert sich noch, wenn es in der ‚Meinungsmache‘ um Sinn und Werte geht: um sinnfluencer. Was ist davon zu halten? Ist das jetzt die kirchliche Bedienung des „Persönlichkeitenmarkts der Followersüchtigen“? (Olding) Oder betreten wir die „Jetskis der Verkündigung“? (Jäger).

Wer das Magazin liest, merkt jedenfalls die Beschleunigung der Formate: Da geht es um key influencer, kidfluencer oder petfluencer (Rehmann). Pen&Paper können das Setting genauso bieten (Winkler) wie „Auf Klo“ (Arndt) oder die professionelle Pflege von social-media-Kanälen (Straub). Wie auch immer: Es braucht „exzellente Bühne“ (Cuhls/Wacinski).

Zu welcher Meinung Sie auch immer kommen: Genießen Sie hier Glaubenskommunikation aus der Sicht von high-end-Engagierten!

Ihre sinnstiftermag-Redaktion



[ÜBERSICHT](#) | [EDITORIAL](#) | [TITELSTORY](#) | [INTERVIEW](#) | [STATEMENTS](#) | [ÜBER DIE AUTOREN](#)

