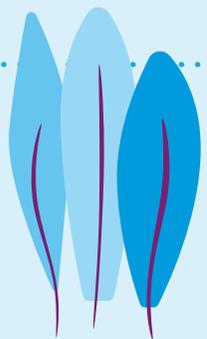


Innovationsnetzwerk

Tone of Voice Guide



Innovationsnetzwerk

Tone of Voice Guide

Der Diakonie-Draht zur Community: Im Tone of Voice Guide werden für die Redaktion und das Community-Management des Innovationsnetzwerks fünf Ton- und Stilmittel beschrieben, die persönlich verbinden und direkt beleben.

Mit den Themen „Digitalisierung, Technik & Innovationen“ werden Menschen zur Teilhabe motiviert, die aktuell noch „neugierige Skeptiker“ sind. Die Diakonie-Mitarbeitenden erleben durch das Netzwerk, dass Digitalisierung & Co. menschlich und sozial ist.



Inhalt

Der Draht zur Community



0

**Ziel und
Grundton**

1

**Absender:in –
wer spricht?**

2

**Community –
wer antwortet?**

3

**Verbindung
Absender:in –
Community**

4

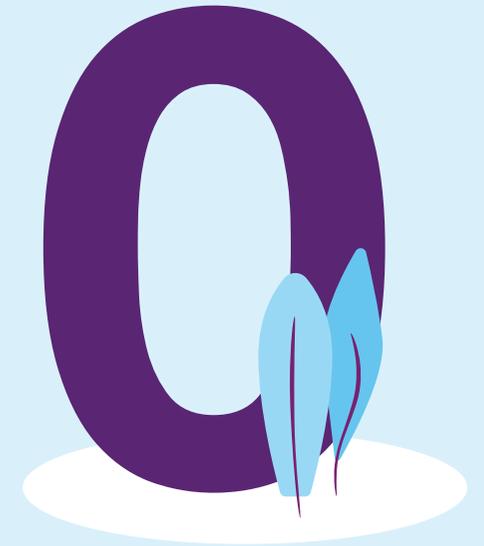
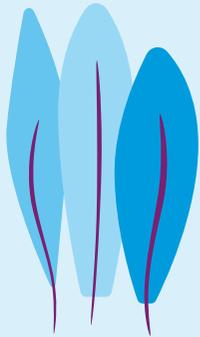
**Sound – Stil und
Atmosphäre**

5

**Fokus –
Community-
Aktivierung**

Innovationsnetzwerk

Ziel und Grundton



Innovationsnetzwerk

Ziel und Grundton

Ziel

Lebendigkeit und Eigendynamik

Bestenfalls sprechen und agieren die Community-Mitglieder bald genauso wie die Redaktion – und das Innovationsnetzwerk läuft von selbst.

Idealerweise führen Kommunikation und Aktion aus dem Netzwerk heraus ins echte Leben, an die Arbeitsorte und in die Teams der Community. So überzeugen Netzwerk-Mitglieder andere Kolleg:innen, ebenfalls mitzumachen.

Grundton & Atmosphäre im Netzwerk

Lebendigkeit und Eigendynamik ausstrahlend – entsprechend der Ziele und des Selbstverständnisses der Diakonie Deutschland:

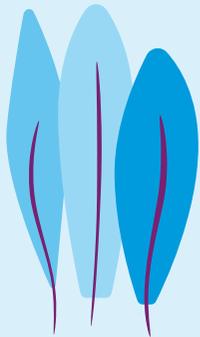
menschlich.

- persönlich
- herzlich einladend
- gemeinschaftlich



Innovationsnetzwerk

Absender:in – wer spricht?



Innovationsnetzwerk

Absender:in – wer spricht?

Absender:innen

Die Absenderinnen sind in Person & ganz nahbar:

Katja & Anna.

Die beiden befinden sich mit der Community im engen Austausch: über Mailadressen und Chatmöglichkeiten ebenso wie persönliche Treffen. (Für diejenigen, die am selben Standort arbeiten.)

Katja & Anna ergänzen sich bestens

Sie sind ein starkes (Redaktions-) Team. Gleichzeitig steht jede für sich, indem sie eine eigene Funktion innerhalb des Redaktionsteams übernimmt.

Katja ist die Strategin & Anna der kreative Kopf.



Katja & Anna stehen nicht für Diakonie-Leitung/-Vorstand

Sie sind Teil der Community, in einer Sonderstellung: außenstehende & charmante Bestimmerinnen/Impulsgeberinnen/Moderatorinnen. Sie haben Knowhow in Sachen Digitalisierung, viele Fragen und noch mehr Ideen und sind von Neugierde getrieben. Die beiden wollen etwas bewegen – und brauchen „Verbündete“.

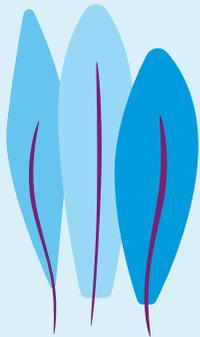
Katja & Anna leiten kommunikativ

Das gibt der Community Orientierung in Themenwelten, in denen sie sich aktuell noch nicht hundertpro daheim fühlen, macht sie neugierig und motiviert sie.

„Wir gestalten den Arbeitsplatz Diakonie jetzt am Puls unserer Zeit und unserer Menschen.“ ... Folgt uns! Unter dem Hashtag XYZ (#ampulsdermenschen)



Innovationsnetzwerk Community – wer antwortet?



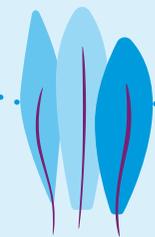
Innovationsnetzwerk Community – wer antwortet?

**Die Community-Mitglieder
sind tolle Menschen mit
sozialer Ader & Expert:in-
nen in Ihren Fächern.**



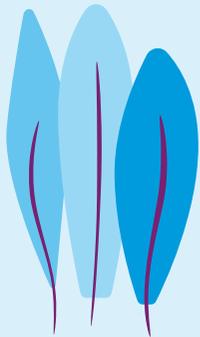
Der Ton der Community

Nicht hip, nicht businessmäßig, nicht wissenschaftlich, keine großen Redner:innen und Performer:innen, sondern: **casual** – sprechig bis hin zu umgangssprachlich und direkt. Man sagt, was Sache ist, denn es geht um die Sache (Menschen, Leben, Miteinander, Qualität).



Innovationsnetzwerk

Verbindung Absender:in – Community

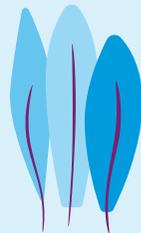


Innovationsnetzwerk

Verbindung Absender:in – Community

**In die Augen
schauen & dutzen**

So kommuniziert, befeuert und inspiriert
es sich am besten unter den Allernächsten
am Arbeits- und Lebens-Platz Diakonie.



Innovationsnetzwerk

Verbindung Absender:in – Community



Katja, Anna und das Innovationsnetzwerk brauchen die Community

Hier gibt's tolle Menschen und Expert:innen mit wertvollem Knowhow. Noch dazu ist unsere Community den Themen, der Gemeinschaft und Interaktion berufsbedingt nah – insofern eine Traum-Community.

„Wir brauchen Euch.“
„Wir wollen Eure Meinung.“
„Helft uns!“
„Sagt uns“
„Zeigt uns“

Die Community will das Innovationsnetzwerk – sie weiß es nur noch nicht.

Sie erlebt das Netzwerk als virtuellen Ort, an dem man mit und pro Menschen arbeitet – und kommuniziert.

Katja & Anna kommunizieren offen, ehrlich und mit echtem Interesse

Nicht nur für Innovationen, sondern für die Community. Work-in-progress ist Programm. Katja & Anna wissen vieles, aber nicht alles – müssen sie auch nicht. Keine Perfektion, sondern Echtheit ist gefragt.

„Wir wissen nicht, was die nächsten 175 Jahre Diakonie bringen, aber wir wissen: Wir haben Expert:innen an der Seite: Euch!“

„Wir sind nicht drin in dem Thema. Gebt uns Euer Knowhow.“

„Fragt uns frei raus zum Netzwerk & zur Digitalisierung in unserer Diakonie – Was beschäftigt Euch?!“

Innovationsnetzwerk

Verbindung Absender:in – Community

Liebes Redaktionsteam – ich bin Eure Community,

Sagt mir nicht, dass Digitalisierung und sonstige Innovationen die Zukunft sind und ähnliche Sätze.

Lasst mich selbst erfahren, dass Mitgestalten und neue Ideen wunderbar sind.

Dafür wünsche ich mir Eure unaufgeregte, aber selbstbewusste und taktgebende Moderation.

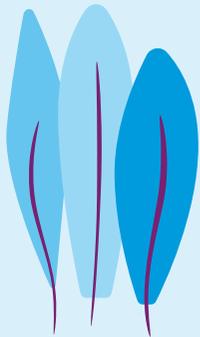
Die Rolle der Redaktion ändert sich im Laufe des Netzwerkens und -wirkens:

Aktuell, in der Startphase, kommuniziert die Redaktion in der Community: **sehr präsent & sichtbar, vorantreibend & motivierend.**



Innovationsnetzwerk

Sound – Stil und Atmosphäre



Innovationsnetzwerk

Sound – Stil und Atmosphäre

a) Sprechig

Wie gesprochene Sprache – nur aufgeschrieben.
Das passt zu unserem Grundton.

b) Charmante Bestimmer-Tonalität

Bis hin zu verschwörerisch.

Nicht: „Lasst uns Vielfalt leben.“
Sondern: „Wir leben Vielfalt.“

c) Konkret

Keine Floskeln. Keine Phrasen. Keine Wissenschaft.

Nicht: „Gelebte Diversität.“
Sondern: „Wir leben Vielfalt, jetzt, hier,
kommt mit (... zum Event).“

d) „Wir“

Die Redaktion, Katja & Anna, bezieht sich sprachlich in die Community ein.

Nicht: „Macht Ideen.“
Sondern: „Wir machen Ideen.“

e) Alternative Wordings

Einige allgemeingültige und bekannte Begriffe passen nicht zu unserem Stil & Ton. Wir benutzen deshalb alternative Wordings.

Nicht: „innovativ“
Sondern: „frisch“ und „lebensnah“



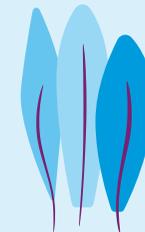
Innovationsnetzwerk

Sound – Stil und Atmosphäre

**„Innovativ“?
„Frisch“ und „lebensnah“
kommt besser an.**

Kaum jemand sagt in gesprochener Sprache: „Wir machen innovative, zukunftsweisende, bahnbrechende Ideen.“ Deshalb und weil das bei unserer Community besser ankommt, ersetzen wir „innovativ“ durch:

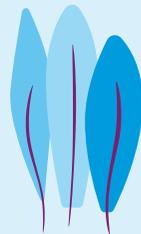
**frisch/erfrischend, neu, aktuell, reif, kreativ,
gefragt, wegweisend, Ideen am Puls unserer
Zeit und unserer Menschen, mal etwas anderes,
neu entdeckt, kennenlernen, menschlicher und
(lebens-)näher gestalten**



Innovationsnetzwerk

Sound – Stil und Atmosphäre

„Community“?
„Diakonie-Freund:innen“,
„Zukunftshelfer:innen“
verbindet stärker.



Ein paar alternative Wordings für „Community“.
Suchen Sie sich eins aus und bleiben Sie dann dabei:

**Unsere Online-Gemeinschaft, Online-Gruppe,
Online-Diakonie, Expert:innen-Runde, Diakonie
im kleinen Kreis, Diakonie unter uns, Vier-Augen-
Runde, Wir alle.**

Oder unkonventioneller, aber bleibt im Kopf:

**Unsere Online-Clique, unser Online-Klub,
Diakonie-Zukunftshelfer:innen, Diakonie-
Freund:innen, Freund:innen von heute –
Jede:r Einzelne ist Taktgeber:in.**

Innovationsnetzwerk

Sound – Stil und Atmosphäre

Ein Post an die Community – Beispiel

Katja & ich freuen uns auf's frische Jahr. Geht's Euch auch so? Die Diakonie feiert 175. Geburtstag. Wir sammeln schon Ideen für die kommenden 175 Jahre. Unseren Arbeitsplatz und unser Miteinander in der Diakonie arrangieren, formen und schleifen. Das kribbelt uns ehrlich in den Fingern. „Letztlich tun wir's für unsere Menschen da draußen im Land“, werdet Ihr jetzt sagen und Ihr habt recht.

Deshalb:

Nicht länger reden. Lasst uns anpacken –
Wir brauchen Euch!

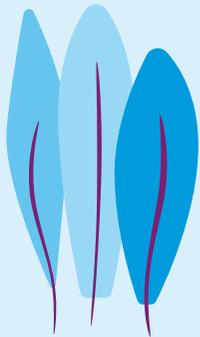
Was als erstes?

Ideen für nachhaltigere Diakonie jeden Tag.
Thinktank: So leben wir Vielfalt?
Wie machen wir mit digitalem Support und
neuer Technik soziale Arbeit noch menschenbezogener?



Innovationsnetzwerk

Fokus – Community-Aktivierung



Innovationsnetzwerk

Fokus: Community-Aktivierung

a) Klare Call to Actions an die Community

Im Wir-Stil

b) Einzelpersonen direkt ansprechen

Einladend und mit Vornamen

c) Stehende Formulierungen benutzen

Insbesondere neue Mitglieder begrüßen



Innovationsnetzwerk

Fokus: Community-Aktivierung



Stehende Formulierung

Bildung Projektgruppe

Wir bilden die ... (Adjektiv oder Name/Thema)
Projektgruppe + direkte Ansprache von ein oder
zwei Personen, die das organisieren werden.

**Wir bilden die vielfältigste Projektgruppe der
Diakonie. XY (Name Community-Mitglied), das
ist Dein Thema. Nimm Du das in die Hand.**

Best-Practice-Projekt

**Wir brauchen Euch! Das neueste Kampagnen-
motiv der Diakonie heißt Menschlichkeit durch
knallharte Technik. #ausliebe
Wer hat das passende (Best-Practice)-Projekt
zu dem Thema?**

Umfrage offen/geschlossen

Wir brauchen Euer ... Knowhow/Bauchgefühl,
Eure Erfahrung/Meinung, etc.. Sagt: ... (Frage)?

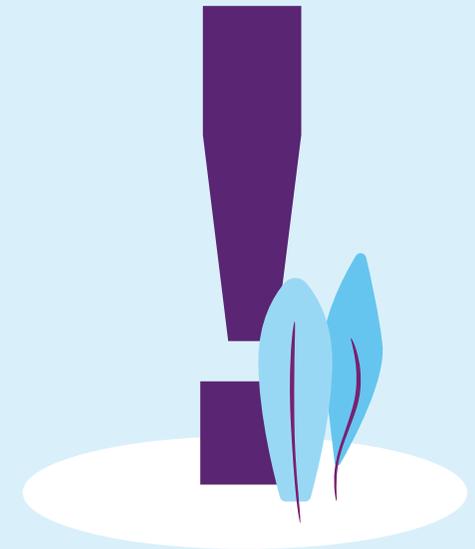
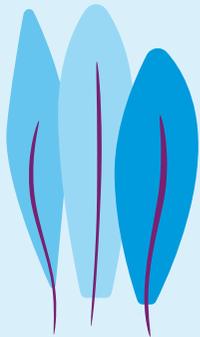
Begrüßung bei Eintritt eines Mitglieds

**Toll dass Du dabei bist, XYZ (Name). Aktuell
sind wir am Thema/Event/Projekt XYZ dran.
Schau vorbei! (ggf. mit Link)
Dein Know-how & Deine Einschätzung
sind willkommen.**

PS: Bring Deine Teamkolleg:innen mit.

Innovationsnetzwerk

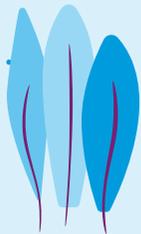
Inspiration und Ideen



Innovationsnetzwerk

Inspiration und Ideen

Naming Rubriken



Weitere Unterstützung:

- 1) Wir schlagen eine durch- und eingängige Namensserie vor.
- 2) Alternativ schlagen wir vor, einen übergeordneten Namen für alle Rubriken zu entwickeln und daran die einzelnen Unter-Rubriken anzudocken: XY-News, -Blog, etc..

Empfehlung:

Allgemeingültige Begriffe ggf. beibehalten, um Verständlichkeit zu garantieren – News, Events, Marktplatz etc.

Innovationsnetzwerk

Inspiration und Ideen

Alternatives Wording: „Innovationsnetzwerk“

Wir schlagen vor, passend zum Grundton und Sound mit einem alternativen Begriff zu arbeiten.



Wir wünschen Euch viel Spaß und Erfolg!



Gefördert vom:

