3. Zwischen digitalem Wandel und digitaler Kirche. Internetangebote im Raum der EKD Bestand – Resonanz – Perspektiven – Ziele.

Von Tobias Faix

Kaum etwas hat im letzten Jahr so viel Aufmerksamkeit bekommen wie der digitale Wandel innerhalb der EKD. In diesem Artikel sollen die wichtigsten Angebote des Jahres 2018 dazu vorgestellt werden. Zu diesem Zweck wird es, nach einer inhaltlichen Einführung, zunächst um die Kriterien der Auswahl gehen, danach um die Unterscheidung zwischen Internetangeboten und digitaler Kirche, um anschließend die wichtigsten Internetangebote exemplarisch darzustellen. Abgeschlossen wird der Artikel von einer Reflexion.

1. Der digitale Wandel und die evangelische Kirche

Die Digitalisierung gehört zu den großen Transformationsprozessen unserer Zeit und verändert die Wirklichkeit unseres Lebens auf allen Ebenen – dies betrifft auch die Kirche und die eigene Glaubensgestaltung. So ist es nicht verwunderlich, dass auf der 12. EKD-Synode 2018 in Würzburg ein Jahresbudget von 2,2 Millionen Euro für die »Kirche im digitalen Wandel« beschlossen wurde. Was auf den ersten Blick viel klingt, stellt gerade einmal 1 % des EKD-Haushalts dar. In dieser Dokumentation soll nun die Relevanz der Thematik sowie die zentralen Neuerungen aus dem digitalen Raum der Kirche aus dem Jahr 2018 im Internet exemplarisch vorgestellt werden. Dazu wird zunächst die Methodik der Auswahl offengelegt, um dann die Projekte vorzustellen und zu bewerten.

1. 1 Eine kurze Geschichte des digitalen Wandels

Die Entwicklung des digitalen Wandels kann grob in vier Phasen eingeteilt werden: Die erste Phase beschreibt die Umstellung von der Schreibmaschine zum Computer. Das sogenannte ›Personal Computing‹ erreichte in Deutschland bis 1995 etwa 20 Millionen Nutzer. Die zweite Phase umfasst die Entdeckung und Nutzung des Internets als Werbe- und Darstellungsform und verdoppelt die Nutzer in diesem Zuge. In der dritten Phase weitet sich das Internet auf das Smartphone aus und beginnt, unseren Alltag neu zu strukturieren. Das mobile Web erreicht so in Deutschland bis zu 70 Millionen User, 99 % der jungen Generation sind online.[1] Wir befinden uns gerade in der vierten Phase, in welcher – im Unterschied zur

1. Leven, Ingo / Schneekloth, Ulrich: Freizeit und Internet: Zwischen klassischem »Offline« und neuem Sozialraum, in: Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch. 17. Shell Jugendstudie, Frankfurt/M. 2015, 112–151, 120.

dritten Phase – nun erfolgreiche digitale Produkte das Alltagsverhalten ihrer Nutzerinnen und Nutzer verändern (werden). Die digitale Transformation geht also weiter, vom Nutzer ausgehend in den konkreten Alltag hinein (bei der Arbeit, im Haus und im Auto). Somit bestimmen Stichworte wie ›Internet der Dinge‹ (Small Data), ›Unternehmen 4.0‹ oder ›Big Data‹ (Selbstbestimmung und Autonomie, Algorithmen etc.) die aktuelle (ethische und technische) Diskussion, während die neuen Möglichkeiten und Herausforderungen der virtuellen Realität gerade erst begonnen haben.

1. 2 Die radikale Veränderung der Öffentlichkeitspraxen

Eine der zentralen Entwicklungen im fortschreitenden digitalen Wandel ist die Unterscheidung der ›Kommunikation der Öffentlichkeit‹. Digitale Kommunikationswelten sind heute hochgradig personalisiert. Während der letzten 200 Jahre wurde die Bedeutung von Öffentlichkeit im Sinne des frei zugänglichen Wissens und des analog Erscheinenden vor unseren Augen verstanden, was sich traditionell durch Radio, Fernseher oder Zeitung – also durch Hören, Sehen oder Lesen – zeigte.[2] Durch den digitalen Wandel wurde diese Form von Öffentlichkeit durch die Austauschprozesse wechselseitiger Kommunikation mit dem Nutzer erweitert. Nun geht es um eine interaktive und partizipative Praxis, die sich durch die Möglichkeit des Interagierens, Kommentierens oder Diskutierens zeigt. Die Grundlage dieses Wandels liegt in der »Materialität der Dinge« (vgl. Phase drei und vier) und wird zu einem leitenden Paradigma der sozialen, kommunikativen und technischen Möglichkeiten. Dieser Paradigmenwechsel des digitalen Wandels hat auf drei verschiedenen Ebenen Auswirkungen: Digitale Medien

a) erhalten eine *soziale Funktion*: Beziehungsarbeit, teilen, beobachten, bekommen, kennenlernen, aushandeln, spielen etc.,
b) *formen Identitäten*: Selbstpräsentation, Rollenmuster, Feedback, hybride Identitäten, Positionierung, Selbstwert, Spiele mit Identitäten und
c) *prägen unsere Wirklichkeitswahrnehmung*: Nachrichten, Meinungen, Fake News, Bildsprache, kollektives Gedächtnis, Filterblasen etc.

Im Zuge des digitalen Wandels entstehen somit neue Öffentlichkeitspraxen, die weit über bisherige Kommunikationspraxen hinausgehen und von denen eine gewaltige transformatorische Kraft ausgeht – angefangen von der (hybriden) Identität der teilnehmenden Subjekte bis hin zu Fragen nach Wahrheit und/oder Deutungshoheiten.

1. 3 Strategische Ziele für »Kirche im digitalen Wandel«

Wie zu Beginn festgestellt, stufte die EKD den digitalen Wandel in der letzten Synode als dringende Aufgabe ein. Eine Projektgruppe (unter der Leitung von Christian Sterzik) organisiert, systematisiert und begleitet diesen Prozess, der in drei inhaltlichen Teilbereichen läuft: a) Theologie und Ethik, b) Kommunikation

2. Luhmann nennt dies auch die »Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems« (Luhmann, Niklas / Hellmann, Kai-Uwe (Hg.): Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft, 1256), Frankfurt/M. ²1996, 173).

und Kultur und c) Prozesse und Standards. Dazu wurden von der Projektgruppe Zielhypothesen formuliert, die anschließend partizipativ in verschiedenen Workshops überarbeitet wurden. Anhand der folgenden Ziele konnten Maßnahmen für die EKD-Agenda zur Kirche im digitalen Wandel priorisiert werden:[3]

a) Menschen werden von Kirche im digitalen Raum erreicht und Kirche wird in diesem Raum von den Menschen erreicht. Bei kirchlichen Kernaufgaben werden auch digitale Möglichkeiten genutzt.
b) Effektivität und Effizienz der Verwaltung und IT der EKD und der Gliedkirchen sind gegenüber dem Ist-Stand durch Zusammenarbeit und Vernetzung gesteigert.
c) Die Evangelische Kirche nutzt digitale Instrumente in ihren Leitungs- und Organisationsstrukturen und agiert damit in einer neuen analog-digitalen Leitungs- und Kommunikationskultur.
d) Die EKD ist zusammen mit den Gliedkirchen kompetent hinsichtlich der theologisch-ethischen Reflexion der Digitalisierung in der öffentlichen Debatte und der Digitalisierung kirchlicher Handlungsfelder.

Kirche hat nicht nur den Anspruch der Teilhabe am Prozess des digitalen Wandels, sondern möchte ihn mit diesen vier Zielen aktiv mitgestalten. Dafür steht neben vielen Initiativen von Kirchen, Kirchenkreisen und Gliedkirchen vor allem der Medienbischof der EKD, Dr. Volker Jung (Kirchenpräsident der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau) und Christian Sterzik (Projektkoordinator für »Kirche im digitalen Wandel«).[4]

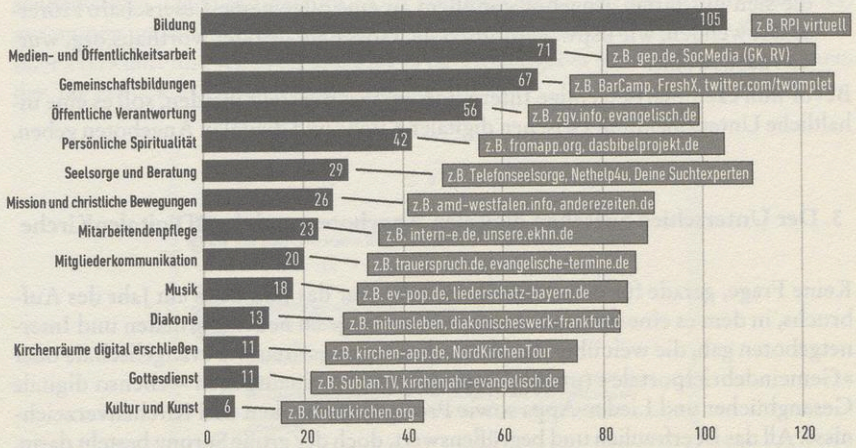
2. Methodik der Auswahl der Internetangebote im Raum der EKD

Bei dem Versuch, die relevantesten Internetangebote im Jahr 2018 zu bestimmen wurden drei Wege beschritten, es wurden a) alle 20 Gliedkirchen der EKD angeschrieben (plus einige Werke wie Diakonie, AMD etc.), es wurden b) ein Aufruf auf Facebook und Twitter gestartet, damit relevante Projekte im Kontext der EKD gemeldet werden konnten, c) Kontakt mit Christian Sterzik aufgenommen und seine Expertise sowie seine Statistik für das Jahr 2018 eingeholt und d) eine eigene Internetrecherche durchgeführt.

Zusammenfassend kamen folgende erste Ergebnisse: a) Von den 20 Gliedkirchen der EKD haben acht (plus die AMD) geantwortet und 16 Projekte vorgestellt. b) Auf Facebook gab es 62 und auf Twitter 40 Hinweise auf verschiedene Internetangebote der EKD, c) von Christian Sterzik konnte der inoffizielle Jahresbericht für das Jahr 2018 mit 14 Themenbereichen und knapp 500 Angeboten eingesehen werden:

3. https://www.ekd.de/ekd_de/ds_doc/TOP-10-Bericht-Kirche-im-digitalen-Wandel.pdf, abgelesen am 3. Februar 2019.
4. C. Sterzik ist seit 2018 Leiter der Stabsstelle Digitalisierung, »Kirche im digitalen Wandel (#KidW)« der Evangelische Kirche in Deutschland (EKD).

Erhebung TP1 – Erhebung von 498 digitalen Projekten – Verortung nach Themen



(Sterzik, Christian: Jahresbericht 2018, unveröffentlichtes Skript, 2019)

Dazu kam eine eigene Recherche, in der 50 relevanten Internetprojekten untersucht wurden. Bevorzugt wurden Internetprojekte, die in jedem der vier Bereiche vorkamen. Aus allen Antworten wurden nach folgenden sechs Kriterien die für den Artikel relevanten Internetangebote ausgewählt:

1. Eine Abschätzung der Reichweite und die Relevanz des Internetangebots.[5]
2. Neue Projekte, die im Jahr 2018 gegründet wurden und/oder erfolgreich durchgestartet sind, wurden bevorzugt ausgewählt.
3. Es wurden keine Vorstellungsseiten von Kirchen / Gliedkirchen / Jugendverbänden / diakonischen Einrichtungen / Nachrichtenportalen etc. ausgewählt, wie etwa ekd.de, evangelisch.de, epd.de, diakonie.de etc.
4. Es wurden keine kommerziellen Internetangebote ausgewählt, wie zum Beispiel unser-gemeindebrief.de oder Schulungsangebote, wie sie die Evangelischen Akademien (z. B. Religionspädagogische Institute, z. B. about.rpi-virtuell.de) oder Familienbildungsstätten anbieten.
5. Es wurden keine Internetangebote zur Ergänzung von Printmedien ausgewählt, wie zum Beispiel chrismon.de oder welt-sichten.org.

5. Um die Relevanz einer Internetpräsenz zu unterscheiden, muss zwischen Page-Views/Page Impressions und Visits unterschieden werden: PageViews/Page Impressions gibt die Zahl der tatsächlich besuchten Seiten an. Dabei werden nur Seiten mit Inhalt gezählt, reine Weiterleitungsseiten etwa werden nicht gewertet. Bei Websites ohne Frames entspricht das der Anzahl der vom Webserver abgerufenen HTML-Seiten. Sites mit Frames müssen anders gezählt werden: Jedes aufgerufene Frameset zählt als ein PageView, jede weitere vom Benutzer angeforderte Seite ergibt einen weiteren PageView. Visits: Ein zusammenhängender Besuchsvorgang. Jedes Mal wenn ein Besucher mit einer neuen IP-Adresse die Site besucht, wird ein zusätzlicher Visit verzeichnet. Dabei ist es unerheblich, ob der Besucher nur eine oder mehrere Seiten der Website ansieht (https://www.pcwelt.de/ratgeber/Hits-PageViews-Page-Impressions-Visits-SEO-Optimierung-422326.html, abgerufen am 29. Dezember 2018).

6. Keine unabhängigen und/oder explizit katholischen/freikirchlichen Angebote, die sich mit ihrem Angebot vor allem an eine allgemeine Leserschaft/Hörerschaft wenden, wie bspw. katholisch.de, Hossatalk.de oder worthaus.org, wurden ausgewählt.

Bevor nun exemplarisch einige Internetprojekte vorgestellt werden, soll es eine inhaltliche Unterscheidung zwischen digitaler Kirche und digitalen Angeboten geben.

3. Der Unterschied zwischen digitalen Angeboten und der #DigitalenKirche

Keine Frage, gerade für den Raum der Kirche war das Jahr 2018 ein Jahr des Aufbruchs, in dem es eine fast unüberschaubare Menge an neuen Formaten und Internetgeboten gab, die weit über die klassischen Serviceseiten wie evangelisch.de oder »Gemeindebriefportale« (unser-gemeindebrief.de) hinausgehen – ebenso digitale Gesangbücher und Lieder-Apps sowie Predigtdatenbanken und Kirchenverzeichnisse. All das ist erfreulich und begrüßenswert, doch der große Sprung besteht darin, von den digitalen Angeboten zur #DigitalenKirche zu kommen. #DigitaleKirche heißt, in Form und Inhalt Kirche in den sozialen Medien zu sein. Ganz nach dem Medientheoretiker Marshall McLuhan (»the medium is the message«)[6] setzt sich Kirche digital auf unterschiedlichste Weise im Netz fort. Dabei geht es weder um eine Sonderform von Kirche, noch um eine eigene Konkurrenz, sondern um eine Kirche, die sich auf unterschiedliche Art und Weise, sozusagen in hybrider Form, zeigt. Deshalb bedeutet #DigitaleKirche, gleichzeitig ganz Kirche zu sein, ohne dabei die Kirche ganz abzubilden. Sie fördert das Priestertum aller Gläubigen, denn sie ist fest verankert im Tagesablauf und garantiert so Kommunikation und Teilhabe in einer bis dahin nie dagewesenen Form. Dies erscheint gerade deshalb so wichtig, weil die klassische Mitgliedschaft ihre identitätsstiftende Kraft zunehmend verliert. Die Grenzen zwischen analogen und digitalen Kirchenangeboten, selbst zwischen digitalen Angeboten und #DigitalerKirche, verschwimmen dabei.[7]

3. 1 Folge meinen Spuren: Die Nordkirche bei Twitter

Natürlich kann man auch seiner Kirche in den sozialen Netzwerken folgen, wie beispielsweise der Nordkirche auf Twitter (@nordkirche_de), Facebook, Instagram

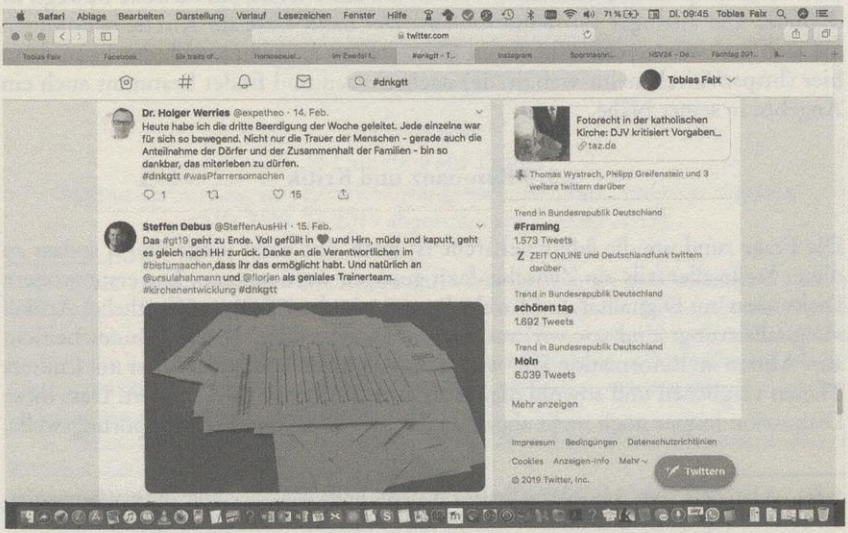
6. McLuhan, Marshall / Fiore, Quentin: The medium is the massage. An inventory of effects, New York 1967.

7. Um über die jugendlichen Lebenswelten zu sprechen, teilen Medienexperten diese Lebenswelt in drei Realitäten ein: 1. Die erste Realität (first reality: FR), die das analoge Leben außerhalb jeder digitalen Anbindung beschreibt. 2. Die erweiterte Realität (augmented reality: AR), die die computergestützte Erweiterung der eigenen Realitätswahrnehmung, die alle menschlichen Sinnesmodalitäten anspricht und häufig die visuelle Darstellung von Bildern, Videos, Chats etc. meint (zum Beispiel die Facebook oder die neue Googlebrille) und 3. die virtuelle Realität (virtual reality: VR), die einen neuen computergenerierten virtuellen Raum beschreibt, der sich in Echtzeit parallel zur analogen Welt entwickelt und somit eine ganz neue Erfahrungswelt eröffnet (Faix, Tobias: Hybrid Identity: The Youth in Digital Networks, in: Journal of Youth and Theology 15 (2016), 65–87.

oder Youtube. Darüber hinaus kann man sich auch Segensworte direkt aufs Handy senden lassen. Jeden Morgen um 7 Uhr kommen Menschen bei Twitter (#twaudes) zusammen und feiern eine gemeinsame Andacht, unabhängig von ihrer Konfession oder Herkunft und jeden Abend gibt es ein Abendgebet (#twomplet), in welchem der Tag zurück in Gottes Hände gelegt wird.



Doch auch tagsüber kann unter @dnkgtt (danke Gott) Alltägliches geteilt werden. Dadurch können die unterschiedlichsten Menschen Anteil an meinem Leben nehmen, mit mir dankbar sein, mich ermutigen oder auch in die Fürbitte gehen – ein unsichtbares Netzwerk an Gebeten bildet sich.



3. 2 Reflexion und Anknüpfungen

In einer Medienanalyse untersuchte die Landeskirche Hannover (Medienanalyse #digitalekirche: Entwicklung des Diskurses zum Hashtag #digitalekirche, Juni 2018) von Prof. Dr. Lars Harden und Dr. Robert Weber die Inhalte der #digitalekirche in einer dreimonatigen Studie am Beispiel von Twitter untersucht. Dabei wurde methodisch in vier Schritten vorgegangen:

1. Sammlung der Beiträge: Erfassung über ein Online-Monitoring-Tool, Suchkriterium: Beiträge, die »#digitalekirche« beinhalten.
2. Quantitative Auswertung: Quantitative Auswertung aller 2.138 verfügbaren Beiträge (Zeitverlauf sowie Medien- und Autorenübersicht).
3. Stichprobenziehung: Zufallsauswahl von 1.000 inhaltlich zu erfassenden Beiträgen.
4. Codierung: Erstellung eines Codierschemas und Kategorisierung der ausgewählten Beiträge.

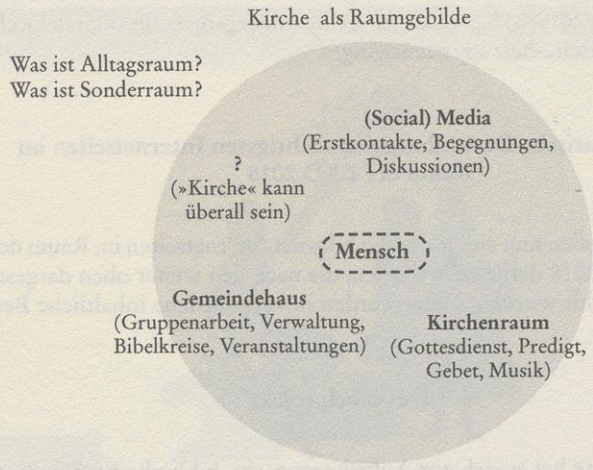
Die vier zentralen Inhalte waren dabei: 1) Gemeinschaft (35 %: Aufbau der christlichen Gemeinschaft, gemeinschaftlich gelebter Glaube), 2) Verkündigung (33 %: öffentliches Bekenntnis, Verbreitung des Evangeliums, Mission), 3) Diakonie (1 %: tätiger Dienst am hilfsbedürftigen Menschen), 4) Liturgie (31 %: rituelle religiöse Handlungen, rituell gefeierter Glaube). Hier wurden interessanterweise vor allem gemeindepädagogische Inhalte diskutiert, anhand derer deutlich wird, wie nah digitale und analoge Inhalte sind. Das ist natürlich nur eine der neuen digitalen Möglichkeiten, Teil der digitalen Kirche zu sein. Wenn ich mich für den Glauben interessiere, dann mache ich einen Glaubenskurs wie ›Spur 8‹ (http://www.online-glauben.de/de/online_kurs/), will ich mein Kind taufen lassen, begleitet mich dabei die EKD App Taufbegleiter (https://www.evangelisch.de/taufbegleiter) – vom Taufspruch über die Paten bis zum richtigen Geschenk. Insgesamt ist vieles in Bewegung und wer sich dafür interessiert, der schaue doch mal bei #bckirche (www.barcamp-kirche-online.de) vorbei. Da läuft vieles, was Kirche bewegt, in digitaler und analoger Form zusammen. Wer dann Lust auf Kirche bekommen hat und mal wieder einen analogen Gottesdienst besuchen will, der kann dann hier (https://kirchen-im-web.de/de) nachschauen und findet bestimmt auch ein Angebot in seiner Nähe.

3. 3 Resonanz und Kritik

Die Frage rund um die #digitaleKirche ist noch eine recht junge Frage, sodass an dieser Stelle allenfalls ein Zwischenfazit gezogen werden kann. Die erste größere Diskussion um Digitalität und Kirche löste der in der ZEIT veröffentlichet Artikel »Digitalisierung: Und wie wir wandern im finstern Digital« von Hannes Leitlein aus.[8] Mitten im Reformationsjahr wurde die #digitaleKirche auf Twitter mit Luthers Thesen verglichen und sowohl digital als auch analog heftig diskutiert. Dass diese Diskussion immer noch nicht abgeklungen ist, zeigte jüngst die Empörungswelle,

8. Die Zeit, Nr. 13, 2017 (Beilage Christ und Welt), online: https://www.zeit.de/2017/13/digitalisierung-medien-martin-luther-kirchen-reformation-netz.

die der ehemalige Ratsvorsitzender der EKD, Prof. Dr. Wolfgang Huber, mit seiner Kritik an Twitter in den Sozialen Medien auslöste und mit der er in die sogenannte »Twitterfalle« lief.[9] Kernpunkt des Streites war die oben schon thematisierte Fragestellung, ob #digitaleKirche und Social Media überhaupt eine neue Form von Kommunikation oder auch inhaltliche Erneuerung sind. Huber behauptet Ersteres: »Kommunikationsmittel sind Instrumente für eine Reform der Kirche, nicht deren Inhalt.«[10] Die Befürworter der #digitalen Kirche halten es da mit dem schon zitierten Marshall McLuhan und seinem Credo: »The medium is the message« und sehen die #digitale Kirche als einen legitimen Part der Kirche. Digitale Kirche nimmt für sie wahr und nimmt Teil am digitalen Leben der Menschen. Der Redakteur von evangelisch.de und Leiter der Digitalen Kommunikation im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Hanno Terbuyken, arbeitete die Diskussion um Huber und die digitale Kirche in einer zweiteiligen Serie unter dem Titel »Kirchenbilder, Social Media und #DigitaleKirche« lesenswert auf[11] und beschrieb die #digitaleKirche als »Alltagsraum« und keinen »Sonderraum«. Dass es keine Unterscheidung zwischen digitalen und analogen Räumen mehr gibt, gehört für die neue Generation schon zum Alltag, scheint für manche Ältere jedoch (noch) eine Herausforderung zu sein.



@ Laibybug auf Twitter
(Hanno Terbuyken, https://www.evangelisch.de/blogs/confessio-digitalis/154967/09-02-2019 abgerufen am 7. März 2019)

9. Prof Huber twittere: »Die Kirche darf nicht denken, sie ist beständig neu, wenn sie sich digitalen Trends anschließt. Sie muss ein Ort sein, an dem sich Menschen begegnen und sich nicht durch Twittern aus dem Weg gehen.« Hintergrund war eine Diskussion im Dom zu Brandenburg an der Havel am 10. Januar 2019 (https://www.evangelisch.de/inhalte/154888/31-01-2019/interview-mit-wolfgang-huber-zur-twitterfalle-und-kirche-social-media, abgerufen am 27. Februar 2019).

10. Huber, Wolfgang: Nicht alles geht in 280 Zeichen. Über die Ambivalenz moderner Kommunikation, in Zeitzeichen 20 (2919), H. 3, 11.

11. https://www.evangelisch.de/blogs/confessio-digitalis/154708/20-01-2019, abgerufen am 7. März 2019.

Eine wichtige Stimme bei Twitter ist @knuuut, mit vollem Namen Knut Dahl-Ruddies, Gefängnispfarrer der Rheinischen Kirche und Internetpionier[12], der in seinem Beitrag »Digitale Kirche – ein Missverständnis« bei aller Befürwortung auch selbstkritische Töne findet, wenn er schreibt:

> Digitale Kirche ist zu einer Symptom Beschreibung geworden, dass wir nicht in Kontakt sind mit aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen. Sie beschreibt die Sehnsucht von Menschen das zu ändern. Und das äußerst unterschiedlich. So wie wir halt sind.[13]

Aber ob sich dadurch wirklich etwas verändert, bleibt abzuwarten. Daneben gibt es auch einige ethische Fragen, wie Datenschutz (Big Data) oder auch anthropologische Fragen (Welche Bedeutung hat Digitalisierung für die Identitätsentwicklung?)
Mehr Infos zur #digitalenKirche gibt es unter:
https://digitale-kirche.info
https://www.nordkirche.de
https://barcamp-kirche-online.de
http://www.online-glauben.de
http://pastorenstueckchen.de/2019/03/digitale-kirche-ein-missverstaendnis/
https://theonet.de/2019/01/28/tools-fur-gemeindeorganisation-digitalekirche-ist-mehr-als-automatische-heizungssteuerung/

4. Exemplarische Darstellung der wichtigsten Internetseiten im Raum der EKD 2018

In diesem Punkt sollen nun einige der wichtigsten Internetseiten im Raum der Kirche aus dem Jahr 2018 dargestellt werden, die nach den weiter oben dargestellten Kriterien ausgewählt wurden. Diese werden in verschiedene inhaltliche Bereiche aufgeteilt.

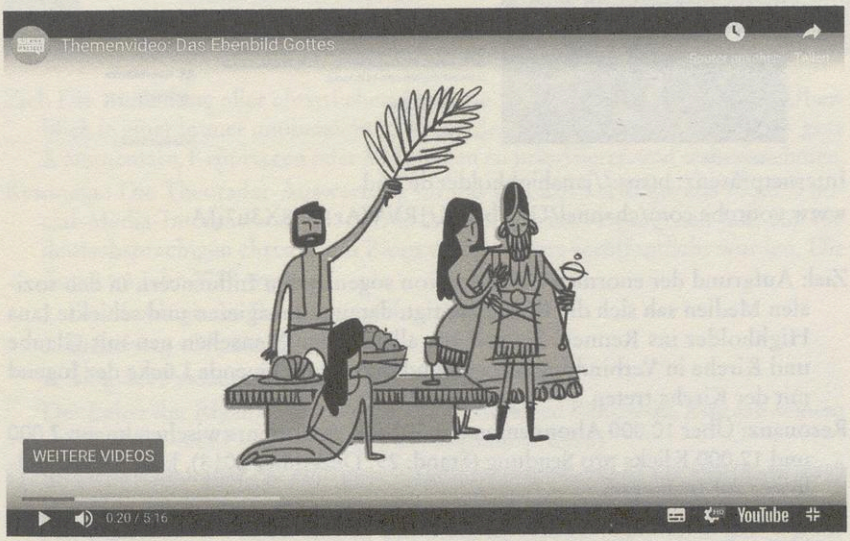
4. 1 Das Bibelprojekt

»Das Bibel Projekt« hat es sich zur Aufgabe gemacht, biblische Erzählungen und Themen in kurzen, kreativen Videos anschaulich zu vermitteln. Diese Videos helfen dir, den Aufbau eines biblischen Buches oder ein biblisches Thema besser zu verstehen und anderen weiterzugeben!
Internetpräsenz: https://dasbibelprojekt.de

12. Mehr gibt es über @knuuut auf seinem Blog http://pastorenstueckchen.de.
13. Dahl-Ruddies, Knut: #digitalekirche Ein Missverständnis | Pastorenstückchen. Zugriff am 12. März 2019. Verfügbar unter http://pastorenstueckchen.de/2019/03/digitale-kirche-ein-missverstaendnis/.



Bibelprojekt auf Youtube:



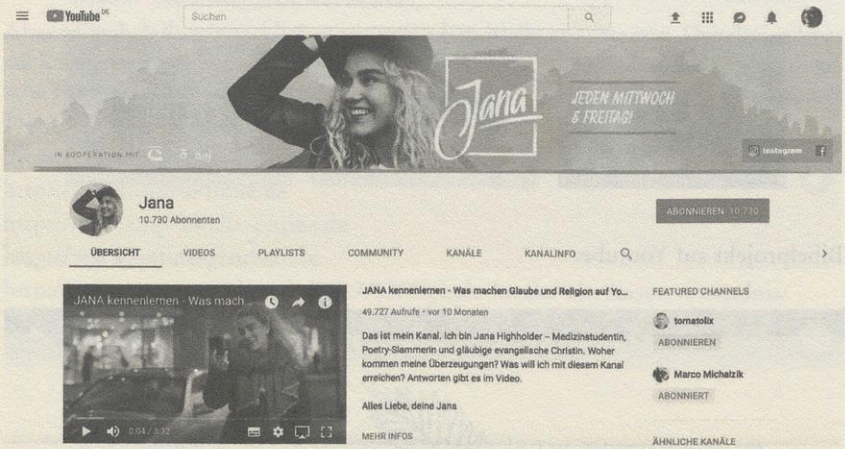
Ziel: Didaktische Vermittlung biblischer Inhalte durch Youtube-Videos und dadurch die Möglichkeit, neue Zielgruppen für die Bibel zu erreichen.

Resonanz: Über 11.000 Follower bei YouTube, einzelne Videos haben eine Zugriffszahl von knapp 50.000.

Perspektive: Hohes Entwicklungspotential, da die neue Generation zum einen kaum mehr einen Zugang zur Bibel hat und zum anderen immer weniger liest.

4. 2 Jana Highholder, die evangelische Influencerin

Jana Highholder – Medizinstudentin, Poetry-Slammerin und gläubige evangelische Christin – ist ein Projekt der EKD und aej in Zusammenarbeit mit der Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH. »Das ist mein Kanal. Ich bin Jana Highholder. Woher kommen meine Überzeugungen? Was will ich mit diesem Kanal erreichen? Antworten gibt es im Video. Alles Liebe, deine Jana«.



Internetpräsenz: https://janahighholder.de und
www.youtube.com/channel/UC8bIqnUJRVWArAW8X3u7iJA

Ziel: Aufgrund der enormen Zunahme von sogenannten Influencern in den sozialen Medien sah sich die EKD genötigt, darauf zu reagieren und schickte Jana Highholder ins Rennen. Sie soll vor allem junge Menschen neu mit Glaube und Kirche in Verbindung bringen und in die zunehmende Lücke der Jugend mit der Kirche treten.

Resonanz: Über 10.000 Abonnenten mit 302.895 Aufrufen, zwischen knapp 2.000 und 12.000 Klicks pro Sendung (Stand: 29. Dezember 2018), knapp 5000 Follower auf Instagram.

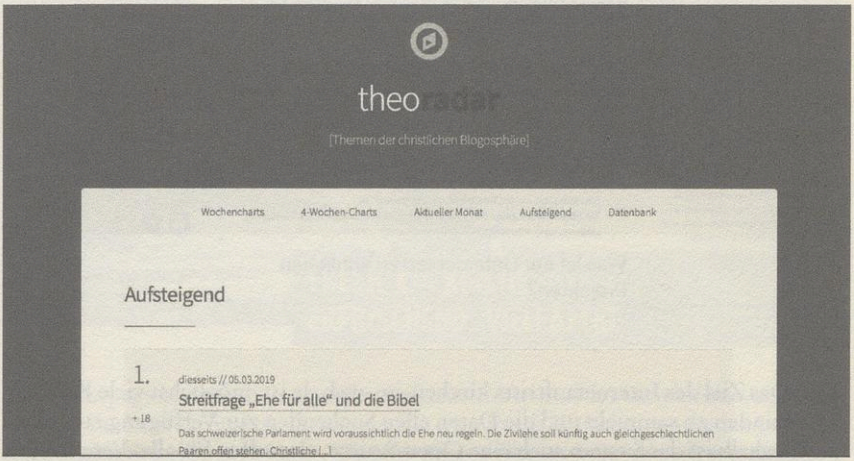
Perspektive: Der Start von Jana Highholder im Jahr 2018 war vielversprechend, es bleibt aber abzuwarten, wie die Entwicklung weitergeht. Ganz große Zahlen, wie bei den säkularen Influencern, sind nicht zu erwarten.

4. 3 Theoradar – die christliche Blogsphäre auf einen Blick

»Theoradar will Themen sichtbar machen, die gerade in der christlichen Blogosphäre diskutiert werden. Dazu werden die Social-Media-Interaktionen der Artikel ausgewertet, die auf hunderten christlichen Blogs veröffentlicht werden. Anhand dieser Werte werden die Theoradar-Toplisten erstellt.« Hinter diesem Angebot steht der katholische Theologe Tobias Sauer und die Netzinitative RUACH.Jetzt.

Theoradar startete 2016 und wurde 2018 überarbeitet sowie erneuert und erfasst jetzt 448 Blogs und 18 Podcasts. Bisher hat er 33220 Beiträge gelistet und dabei 455070 Interaktionen erstellt.

Internetpräsenz: https://theoradar.de



Ziel: Die Bündelung aller christlichen Blogs und Podcasts gibt einen guten Überblick in einer immer unübersichtlicher werdenden Zeit und hilft, qualitativ gute Kommentare, Reportagen oder Meldungen zu priorisieren und wahrzunehmen.

Resonanz: Die Theoradar-Auswertung für das Jahr 2018 erfolgte aus 186.070 Social-Media-Interaktionen für 23.943 Artikel, die im vergangenen Jahr auf 467 deutschsprachigen christlichen Blogs und Podcasts veröffentlicht wurden. Die Top 3 im Jahr 2018 waren:

1. Das theologische Feuilleton »feinschwarz.net«
2. Satireblog »Theoleaks«
3. Blog des Passauer Bischofs Stefan Oster

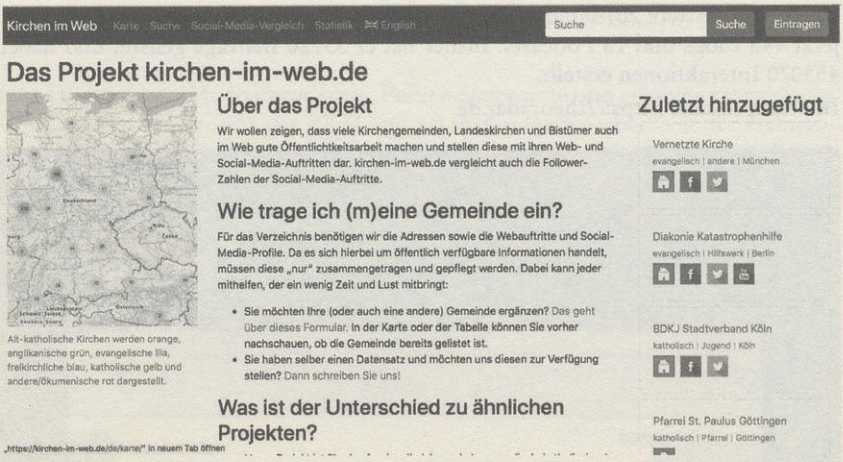
Der Leiter der Rheinischen Kirche, Präses Manfred Rekowski, kam mit seinem »Präsesblog« auf Platz 25. (Stand: 29. Dezember 2018)

Perspektive: Theoradar hat eine gute Zukunftsperspektive, da die Plattform 2018 komplett neu überarbeitet und erweitert wurde und durch die vielen Verlinkungen eine enorme Verbreitung in den sozialen Medien bekommen hat. Gerade durch die zunehmende Wichtigkeit von Podcasts wird die Attraktivität von Theoradar weiter steigern.

4. 4 Das Projekt kirchen-im-web.de

»Wir wollen zeigen, dass viele Kirchengemeinden, Landeskirchen und Bistümer auch im Web gute Öffentlichkeitsarbeit machen und stellen diese mit ihren Web- und Social-Media-Auftritten dar. kirchen-im-web.de vergleicht auch die Follower-Zahlen der Social-Media-Auftritte.«

Internetpräsenz: https://kirchen-im-web.de/de/



Ziel: Das Ziel des Internetauftritts kirchen-im-web.de ist, möglichst viele Kirchgemeinden zu sammeln und die Daten allen Suchenden zur Verfügung zu stellen. Deshalb ist das System auch eine Open Source, also offen für alle. Verantwortlich für diesen Webauftritt ist Patrick Robrecht aus Paderborn.

Resonanz: Knapp 1000 Kirchgemeinden sind bisher erfasst.

Perspektive: Durch den zunehmenden Wegfall der konfessionellen Grenzen und der Identität als Mitgliedschaft, ist es für Suchende eine wichtige Ressource, um eine Kirchgemeinde in der eigenen Nähe zu finden.

4. 5 FreshX – Neue Vielfalt von Kirche

»Fresh X – Kirche. Erfrischend. Vielfältig. Was aber ist eine Fresh X? Unter »Fresh X verstehen« finden Sie alles zu den theologischen Grundlagen, zur Geschichte der Bewegung und zu dem deutschen bzw. dem internationalen Fresh X-Netzwerk. Fresh X steht für ergänzende Ausdrucksformen von Kirche. Trotz ihrer Unterschiedlichkeit haben sie eines gemeinsam: die Haltung, aus der heraus eine Fresh X entsteht. Diese geht davon aus, dass Gott überall am Werk ist, auch dort, wo Menschen keinen Bezug zu Kirche haben. Deshalb gehen Menschen an Orte und in Kontexte, wo Leuten die Kirche fremd ist.«

Internetpräsenz: https://www.freshexpressions.de



Die Homepage bietet neben aktuellen Informationen und der Geschichte von Fresh X auch eine interaktive Landkarte, auf der man Fresh X Initiativen finden oder die eigene Initiative eintragen kann. Darüber hinaus gibt es ein Netzwerk mit analogen Treffen, Material und einige Weiterbildungsmöglichkeit.

Ziel: Das Ziel von Fresh X ist, Kirche in Vielfalt auf drei Ebenen zu unterstützen: a) Lokal: In vielen Fresh X-Initiativen wird missional gelebt und gewirkt. Die Kurse wollen Teams vor Ort dafür befähigen und ermutigen. b) Regional: Die Mitgliedsorganisationen und besonders die von ihnen hauptamtlich beauftragten Personen fördern und entwickeln die lokale Fresh X-Bewegung weiter. c) National: Auf dieser Ebene befinden sich zum Beispiel Ausbildungsstätten, die Vernetzung spezifischer Fresh X-Bereiche und der Verein »Fresh X-Netzwerk e. V.

Resonanz: 45 Fresh X Initiativen können auf der Landkarte eingesehen werden. Über 40 verschiedene Werke, Initiativen, Hochschule und Kirchenverbände stellen die Basis von Fresh X in Deutschland da.

Perspektive: Wenn wir auf die letzte EKD Synode in Würzburg 2018 schauen, stellen wir fest, dass dort als Auftrag für alle Gliedkirchen zwei Beschlüssen formuliert wurden, die auch für Fresh X von Bedeutung sind: zum einen im fünften Artikel »Vielfalt kirchlicher Orte und Zugehörigkeit« im Beschlusspapier »Weite(r) sehen – Evangelische Kirche verändert sich« und zum anderen im Beschlusspapier »Gemeindeformen und Innovation«.[14] Diese Initiativen zeigen das deutliche Bemühen, die Vielfalt kirchlicher Orte zu fördern, ohne den Anspruch zu haben, dass diese neuen Orte die ganze Kirche abbilden und trotzdem ganz Kirche sind. Wie diese Spannung in den nächsten Jahren gehalten wird und welche innovativen Sozial- und Gemeindeformen im Raum der EKD dabei herauskommen, wird zu beobachten sein.

14. Alle Beschlüsse der 12. Synode der Evangelischen Kirche in Deutschland auf ihrer 5. Tagung können hier eingesehen werden: https://www.ekd.de/beschluesse-synode-2018-40221.htm, abgerufen am 28. Februar 2019.

5. Fazit: Digitalität als schöpferischer Kraft und Identitätsmaschine

Ein Fazit kann nur ein vorläufiges sein, da die Transformation des digitalen Wandels mit großer Geschwindigkeit vonstattengeht. Digitalisierung ist dabei eine Bewegung von »unten« und weder staatlich noch kirchlich organsiert. So ist es nicht verwunderlich, dass es tausende von Internetangeboten auch im Raum der EKD gibt, die bisher weder aufgenommen noch systematisiert wurden. Daher ist es erfreulich, dass die neue Initiative »Kirche im digitalen Wandel« in diesem Bereich Licht ins ›digitale Dunkel der EKD‹ bringen möchte. Allerdings müssen die Bemühungen weiter finanzielle sowie personelle Verstärkung bekommen, da sie sonst ihrer Aufgabe nicht gewachsen sind. Da aber der digitale Wandel für die EKD als Ganze und für die einzelnen Kirchgemeinden von großer Bedeutung ist, halte ich eine Priorisierung dieser Aufgaben für notwendig. Es gilt darüber hinaus, gerade die #digitaleKirche aktiv zu fördern, da hier eine zentrale Schnittstelle zur jungen Generation zu finden ist.

Zum Abschluss sollen zwei inhaltliche Gedanken für diese Aufgabe das vorläufige Fazit abschließen, in denen es auch noch mal um die Unterscheidung von digitaler Kommunikation und #digitalerKirche geht.

5. 1 Die digitale Transformation als schöpferische Kraft

Der Schweizer Professor für Digitale Kultur und Theorien der Vernetzung, Felix Stalder, weist darauf hin, dass die neuen Technologien auf bereits bestehende gesellschaftliche Transformationsprozesse treffen und so eine neue ›Kultur der Digitalität‹ schaffen[15], deren zentraler Punkt die ›Referentialität‹ ist. ›Referentialität‹ beschreibt, wie bereits Bestehendes mit Neuem verbunden wird. Allerdings, so Stalder, nicht als Brücke (Kommunikation), sondern als Synthese (etwas Neues entsteht), die jedoch auch kein Endprodukt ist, sondern ihrerseits wieder transformiert wird. Stadler geht also davon aus, dass der digitale Wandel nicht zwischen zwei Polen (analog und digital) stattfindet, sondern ein Zusammenführen, Verändern und Hinzufügen beinhaltet, sodass ständig etwas Neues entsteht (Remix). Stalder vergleicht dies mit Conchita Wurst, der bärtigen Diva, die die bisherige Ordnung von Mann und Frau verlässt und als neue Synthese von beiden erscheint. Für unseren Artikel wäre das Beispiel #digitaleKirche anzuführen, die eine Synthese zwischen Kirchenangebot, Spiritualität und digitaler Welt ist. So wie auch Facebook oder google nicht nur eine Informationsbrücke sind, sondern mit ihrer Nutzung etwas Neues entsteht. Als Beispiel gibt Stadler die ›Algorithmizität‹ an, die allgemeine Informationen und Nachrichten des Internets individualisiert und so anpasst, dass es ein für die Nutzerin und den Nutzer zugeschnittenes neues Produkt wird. Das Internet ist also keine neutrale Kommunikation, die Informationen weiterleitet. Vielmehr werden die Informationen den Nutzerinnen und Nutzern personalisiert, individualisiert, gefiltert und priorisiert dargestellt. So entwickeln und verbinden sich ›Message‹ und ›Medium‹ ständig zu etwas Neuem. In diesem Setting zeigt sich das Besondere des Menschen, dass er zu sich und zur Welt in ein ausdrückliches

15. Stalder, Felix: Kultur der Digitalität, Berlin 2016, 10f.

Verhältnis tritt. Der Mensch ist herausgefordert, sich zu den Veränderungen durch die Digitalisierung in Beziehung zu setzen. Dies gilt auch für Fragen der Religion, der Identität oder des christlichen Lebens.

5. 2 Das Internet als Identitätsmaschine

Social Media ist somit immer Diskursraum und Identitätsmaschine zugleich. Und weil Kommunikation im Zeitalter der Vernetzung nicht mehr auf bestimmte räumliche oder soziale Situationen begrenzt ist, sondern dank mobiler Endgeräte immer stattfindet, steht sie niemals still. Dabei gibt es nicht zwei Identitäten, eine analoge und eine digitale, sondern die eigene Identität zeigt sich in den unterschiedlichen analogen und digitalen Räumen auf unterschiedliche Art und Weise (Stichwort: Hybrid Identity). In der Handreichung des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland zum Thema Kirche und Jugend hieß es schon 2010:

> Junge Menschen müssen in einem Prozess ständiger Wandlungen ihre Identität finden. Sie suchen dabei nach Orientierungen, um Perspektiven für ein eigenes Leben zu entwickeln, und nach Antworten auf ganz unterschiedliche Fragen. Es geht dabei immer auch um Werte und Lebenssinn, und dabei eben immer auch um religiöse Fragen.[16]

Aus der Migrationsforschung ist der Terminus »Hybride Identitäten« bekannt, der in den letzten Jahren aus diesem Kontext in die Identitätsforschung für das Themenfeld »*Jugend und digitale Netzwerke*« übernommen wurde. »Hybride Identitäten« bedeutet, dass die zwei Realitäten, die virtuelle im Bereich Social Media und die reale des Alltags der Jugendlichen, so eng zusammenkommen, dass sie sich miteinander vermischen. Dies erklärt Kai-Uwe Hugger folgendermaßen:

> Jugendliche suchen zunehmend Orte im Internet auf – Online-Communities –, wo sie eine Aushandlung ihrer hybriden Identität unter Globalisierungsvorzeichen vornehmen können.[17]

Diese neue Sichtbarkeit der eigenen Identität lässt sich nicht mehr nur mit den klassischen Identitätsmerkmalen beschreiben, sondern stellt sich als einen »kreativen Prozess der Selbstorganisation«.[18] So entsteht aus einer »Entweder-Oder-Zuordnung« eine »Sowohl-als-Auch-Zuordnung«, die eine Gemengelage von Ambivalenzen, Brüchen und Komplexitäten vereint. Dies führt dazu, dass durch diese neuen Möglichkeiten und Vielfältigkeiten neue, oftmals ambivalente Identitätsformen bei den Jugendlichen entstehen. So werden die Grenzen zwischen der virtuellen und realen Welt fließend und nicht mehr trennbar. Dies lässt sich vor allem an der veränderten Kommunikation aufzeigen. Aus christlich-ethischer Perspektive sollte zu den oben genannten Veränderungsaspekten noch ein weiterer ergänzt werden. Denn zur Dynamik der digitalen Technik gehört neben Geschwindigkeit, Effizienz und dem Diktat einer permanenten Innovation auch die Realität

16. Kirche und Jugend. Lebenslagen, Begegnungsfelder, Perspektiven. Eine Handreichung des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gütersloh 2010, 7.
17. Hugger, Kai-Uwe: Digitale Jugendkulturen, Wiesbaden 2010, 123.
18. Ebda., 174.

eines Marktes, der religiöse Fragen im Zusammenhang von Kundenorientierung und Dienstleistung zu einem Warenangebot im öffentlich-digitalen Raum macht. Die oder der Einzelne als ethisches Subjekt ist in ihrer bzw. seiner Eigenverantwortlichkeit herausgefordert, sich in der digitalen Welt für oder gegen personale Öffentlichkeit zu entscheiden: Was bedeutet es für mich, öffentlich sichtbar zu sein? Das Eintauchen in die virtuelle Welt bedeutet also eine Bewusstseinserweiterung der eigenen Person. So entstehen eine Menge an Fragen und Herausforderungen was die Identität ›zwischen den Welten‹ und ihre Konsequenzen für die Person in ihrem Leben in der FR betrifft. Wenn man bisherigen Ergebnisse zusammenfassen möchte, dann ergeben sich drei einfache Sachverhalte, die mit der Frage nach der Bewusstseinserweiterung und der Identität der Person zu tun haben:

1. Die Möglichkeit, mit anderen zu kommunizieren
2. Die Möglichkeit, Beziehungen aufzubauen, die sich quer über alle genannten Realitäten entwickeln und einen wechselseitigen Einfluss haben.
3. Die Möglichkeit, seine reale Identität in der virtuellen Welt zu verstecken, zu erweitern oder sogar neu zu erfinden.

Diese drei Schnittstellen zwischen FR und VR haben natürlich einen Einfluss auf Identität, Bewusstsein und Anerkennung. Der Leiter des Forschungsschwerpunktes »Wirkung virtueller Welten« an der Fachhochschule Köln, Jürgen Fritz, sieht Identität als einen dialogischen Prozess, der natürlich sowohl von der realen als auch von der virtuellen Welt geprägt und beeinflusst wird:

»Identität entsteht in einem dialogischen Prozess einer Person mit ihrem sozialen Umfeld. Dabei entwickelt diese Person ihre Identität, indem sie auf die Erwartungen und Vorstellungen ihrer Mitmenschen ihres sozialen Umfeldes eingeht. Dieses Umfeld muss die angebotenen Identitätsentwürfe akzeptieren bzw. Vorschläge zu Modifikationen machen. Von der Person entwickelte Identifikationen und Bedürfnisse werden in einem kontinuierlichen Prozess mit den gesellschaftlich möglichen und angebotenen Rollen verschränkt, bis eine hinlänglich akzeptable Passung entsteht.[19]

Aber gerade Kirche sollte hier aufgeschlossen sein, da es doch einige erstaunliche Parallelen zwischen dem was wir Reich Gottes nennen und den digitalen Welten. So erinnert Ilona Nord zu Recht an Luther und schreibt: »Wer das ewige Leben gewinnen will, muss sich neu in einen großen Raum gebären lassen, in dem Freude sein wird. Auf faszinierende Weise spricht Luther im Glauben das menschliche Virtualisierungsvermögen an. Dabei versetzt er sich in verschiedene Welten und schildert die Welt des Ungeborenen, die Welt des Geborenen und die Welt des Wiedergeborenen«.[20]

19. Fritz, Jürgen: Ich chatte also bin ich. Zugriff am 7. März 2019. Verfügbar unter www.bpb.de/gesellschaft/digitales/computerspiele/63682/virtuelle-gemeinschaft.

20. Nord, Ilona: Realitäten des Glaubens: Zur virtuellen Dimension christlicher Religiosität (Praktische Theologie im Wissenschaftsdiskurs, 5), Berlin u. a. 2008, 196f.