



Carsten Haeske / Elke Rudloff

Digital verkündigen

**Praktische
Theologie
konkret**

V&R

Herausgegeben von
Hans-Martin Lübking / Bernd Schröder

Carsten Haeske/Elke Rudloff: Digital verkündigen

Praktische Theologie konkret

Band 12

Herausgegeben von
Hans-Martin Lübking und Bernd Schröder

Carsten Haeske/Elke Rudloff

Digital verkündigen

VANDENHOECK & RUPRECHT

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <https://dnb.de> abrufbar.

© 2026 Vandenhoeck & Ruprecht, Robert-Bosch-Breite 10, D-37079 Göttingen,
ein Imprint der Brill-Gruppe
(Koninklijke Brill BV, Leiden, Niederlande; Brill USA Inc., Boston MA, USA;
Brill Asia Pte Ltd, Singapore; Brill Deutschland GmbH, Paderborn, Deutschland;
Brill Österreich GmbH, Wien, Österreich)
Koninklijke Brill BV umfasst die Imprints Brill, Brill Nijhoff, Brill Schöningh,
Brill Fink, Brill mentis, Brill Wageningen Academic, Vandenhoeck & Ruprecht,
Böhlau und V&R unipress.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen
bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Umschlagabbildung: © Carsten Haeske, Elke Rudloff

Satz: SchwabScantechnik, Göttingen
Druck und Bindung: BALTO print, Vilnius
Printed in the EU

Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com
E-Mail: info@v-r.de

ISSN 2700-1032 (print) | ISSN 2700-1059 (digital)
ISBN 978-3-525-63418-9 (print)
ISBN 978-3-647-63418-0 (digital) | ISBN 978-3-666-63418-5 (eLibrary)

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	7
Vorwort	8
Das Padlet zum Buch	11
1 Einführung	13
1.1 Schöne neue Welt?	13
1.2 Merkmale digitaler Verkündigungsformate	14
2 Situation	24
2.1 Mediatisierte Gottesdienstformate »vor Corona«	25
2.2 Um- und Aufbrüche in der Corona-Zeit	29
2.3 Die Situation »nach Corona«	34
2.4 Ausblick	37
3 Essentials	44
3.1 Soziologische Fragen	44
3.2 Theologische Fragen	59
3.3 Ethische Fragen	70
3.4 Rechtliche Fragen	78
3.5 Ästhetische Fragen	81
4 Update: Neue Verkündigungsformate	95
4.1 Asynchrone Formate (vorproduziert)	95
4.2 Synchrone Formate (live)	100
5 Eine Portion Theorie und Anregungen für die Praxis ...	105
5.1 Filmlogiken	105
5.2 Praktische Impulse für digitale Live-Gottesdienste	122
5.3 Einsatz digitaler Verkündigungsformate	137

6 Inhalt

6	Goldene Regeln	141
6.1	Vorproduzierte Formate	141
6.2	Livestreams	141
6.3	Zoom-Gottesdienste	142
7	Weitere Verkündigungsformen	143
7.1	Digitale Formate	143
7.2	Hybride Formate	150
8	Ausblick	153
	Glossar	156
	Literatur und Links	159

Vorwort der Herausgeber

Die Reihe »Praktische Theologie konkret« will Pfarrer:innen sowie Mitarbeitende in Kirche und Gemeinde mit interessanten und innovativen Ansätzen in kirchlich-gemeindlichen Handlungsfeldern bekannt machen und konkrete Anregungen zu guter Alltagspraxis geben.

Die Bedingungen kirchlicher Arbeit haben sich in den letzten Jahren zum Teil erheblich verändert. Auf viele heutige Herausforderungen ist man in Studium und Vikariat nicht vorbereitet worden und in einer oft belastenden Arbeitssituation fehlt meist die Zeit zum Studium neuerer Veröffentlichungen. So sind interessante neuere Ansätze und Diskussionen in der Praktischen Theologie in der kirchlichen Praxis oft kaum bekannt.

Der Schwerpunkt der Reihe liegt nicht auf der Reflexion und Diskussion von Grundlagen und Konzepten, sondern auf konkreten Impulsen zur Gestaltung pastoraler Praxis:

- praktisch-theologisch auf dem neuesten Stand,
- mit Informationen zu wichtigen neueren Fragestellungen,
- mit Vergewisserung bewährter »Basics«
- und einem deutlichen Akzent auf der Praxisorientierung.

Die einzelnen Bände sind von Fachleuten geschrieben, die praktisch-theologische Expertise mit gegenwärtiger Erfahrung von konkreter kirchlicher Praxis verbinden. Wir erhoffen uns von der Reihe einen hilfreichen Beitrag zu einem wirksamen Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis kirchlicher Arbeit.

Dortmund/Göttingen

Hans-Martin Lübking und Bernd Schröder

Vorwort

Die Digitalisierung hat die kirchliche Verkündigung deutlich verändert. Digitale Medien und Künstliche Intelligenz bahnen neue Wege zur Kommunikation des Evangeliums. Durch die Corona-Pandemie wurde das besonders deutlich. Fristeten digitale Gottesdienste zuvor eher ein Schattendasein, so zeigte sich in der Krise in vielen Gemeinden, dass Verkündigung auch im virtuellen Raum wirksam sein kann.

Inzwischen nehmen allerdings nur noch 6 % der Kirchenmitglieder mehrmals im Jahr an Online-Gottesdiensten teil, drei Viertel gar nicht (vgl. Hörsch u. a. 2024, 465 f.). Ein Grund: Kontinuierliche digitale Verkündigung benötigt personelle und finanzielle Ressourcen. Anstatt hier nach dem Abklingen der Pandemie Prioritäten zu setzen, erhielten Präsenzgottesdienste schnell wieder Vorrang.

So haben sich die großen Erwartungen an Online-Verkündigung bislang nicht erfüllt. Die schwindende Zahl an Predigtstätten und die wachsende Distanz vieler Mitglieder zur Kirche legen es jedoch nahe, an digitalen Formaten festzuhalten (→ S. 38 f. u. 44 ff.). Viele Menschen erleben christliche Gottesdienste, wenn überhaupt, nur noch am Bildschirm. Und das reichweitenstärkste digitale Angebot, der Fernsehgottesdienst, ist bei stetig sinkenden Mitgliederzahlen nicht garantiert. Zudem wirkt es, als hätten die Freikirchen im Internet einen großen Vorsprung. Ihre theologischen und ethischen Positionen unterscheiden sich häufig von denen der Landeskirchen. Auch um Verwechslungsgefahr vorzubeugen, sollten deutlich mehr landeskirchliche Gemeinden hier nachziehen und Gottesdienste in Präsenz *und* online anbieten.

Die folgenden Kapitel laden Sie ein, die Welt der digitalen Verkündigung im evangelischen, deutschsprachigen Raum zu entdecken und mitzugestalten. Gelegentlich fließen auch Stimmen und Beispiele aus der Ökumene mit ein. »Digitale Verkündigung« verstehen wir dabei als Oberbegriff für ein vielfältiges Spektrum an Formaten der Glaubenskommunikation im Internet. Einen Überblick bietet das Glossar.

Dieser Band richtet sich an Interessierte, die erste Versuche unternehmen möchten, um das Evangelium digital zu verkünden, und genauso an »alte Hasen«, die ihre Kenntnisse aus der Zeit der Pandemie auffrischen und vertiefen wollen. Neben der Vorstellung verschiedener digitaler Verkündigungsformate liegt ein Schwerpunkt auf der dramaturgischen Gestaltung von Online-Gottesdiensten. Während der Corona-Zeit wurde dieser Aspekt oft übersehen. Viele Schwächen wurden stattdessen der Technik angelastet. Unsere Erfahrung zeigt jedoch: Digitale Verkündigung gewinnt deutlich, wenn filmische Grundprinzipien schon in der Vorbereitung mitgedacht werden. Deshalb ist es sinnvoll, die Überlegungen zur Dramaturgie *vor* den praktischen Hinweisen zu lesen.

Zur technischen Ausstattung wurde bereits viel Hilfreiches gesagt (vgl. Greifenstein/Terbuyken 2024, 179), darauf verweisen wir gern. Auf dem begleitenden Padlet (→ S. 11) verlinken wir ergänzend auch 📺 Videos zu Ton, Licht und Kameraführung.

Nun zum Aufbau des Buches: In der Hinführung beschreiben wir, was digitale Verkündigungsformate ausmacht (Kapitel 1). Nach einem historischen Rück- und Überblick und einem Abriss über die Forschungslage (Kapitel 2) klären wir grundlegende Fragen (Kapitel 3): Welche Erwartungen bringen Menschen an Online-Verkündigung mit? Welche theologischen Fragen stellen sich im digitalen Raum? Welche ethischen, rechtlichen und ästhetischen Aspekte sollten dabei bedacht werden? In Kapitel 4 (Update) beschreiben wir neue digitale Gottesdienstformate. Nach den dramaturgischen Überlegungen führen wir ausführlich in verschiedene vorproduzierte Formate sowie in den Livestream und den Zoom-Gottesdienst ein (Kapitel 5). Die »Goldenen Regeln« in Kapitel 6 geben konkrete Anregungen und praktische Tipps, wie eigene Ideen ausprobiert und erfolgreich umgesetzt werden können. In Kapitel 7 stellen wir im Schnelldurchlauf weitere digitale und hybride Verkündigungsformate mit Beispielen vor. Zum Abschluss folgen ein Ausblick (Kapitel 8), ein Glossar der in diesem Buch vorgestellten Gottesdienstformate in alphabetischer Reihenfolge und das Literaturverzeichnis. Querverweise im Buch sind mit diesem Pfeil markiert: →.

»Digital verkündigen« entstand im Rahmen unserer Arbeit am Institut für Aus-, Fort- und Weiterbildung der Evangelischen Kirche von Westfalen. Im Fachbereich Gottesdienst und Kirchenmusik haben wir in den letzten Jahren Erfahrungen mit digitalen Andachts- und Gottesdienstformaten gesammelt. Auch Erkenntnisse aus langjähriger Rundfunkarbeit und Beratungstätigkeit in Pfarrkonventen sind eingeflossen. Herzlich

danken wir unserem Kollegen Christian Binder fürs Korrekturlesen sowie Holm Haeske, Prof. Dr. Matthias Hahn, Mathis Menneking, Dr. Ralf Peter Reimann, Dr. Julian Sengemann, Prof. Dr. Ralf Stolina und Dr. Susanne Wolf für wertvolle Hinweise und Anregungen. Dank auch an den Verlag und die Herausgeber, die den Band mit in die Reihe »Praktische Theologie konkret« aufgenommen haben.

Es ist uns bewusst, dass einige der hier beschriebenen digitalen Strategien herausfordernd sein können. Es bedarf besonderer Planung und Kraftanstrengung, um sie umzusetzen. Dennoch beschreiben wir sie ausführlich. Nicht, um zu überfordern, sondern um Werkzeuge anzubieten, die nach und nach erkundet und eingesetzt werden können. Wir richten uns damit besonders an Menschen, die Freude an digitalen Gottesdiensten haben. Vielleicht können sie solche Formate stellvertretend für andere in ihrer Region anbieten.

Ebenso bewusst ist uns, dass sich in der Online-Welt vieles so rasant verändert, dass es fast anachronistisch wirkt, ein Buch über digitale Verkündigung zu schreiben. Manche Beispiele werden schnell an Aktualität verlieren. Uns ist es wichtig, Grundsätzliches sichtbar zu machen. Deshalb haben wir neben aktuellen Projekten auch ältere Beiträge berücksichtigt. Lassen Sie sich von beidem inspirieren!

Villigst, im Sommer 2025

Das Padlet zum Buch

Dieses Buch wird ergänzt durch eine digitale Pinnwand, die Sie hier finden: <https://bit.ly/digital-verkündigen>.

Dort haben wir die im Buch genannten Beispiele nach Kapiteln geordnet. Mit einem Klick erreichen Sie alle Links. Außerdem finden Sie dort auch sämtliche online verfügbaren Artikel und Bände aus dem Literaturverzeichnis sowie Trainingsvideos für den Auftritt vor der Kamera.

Im Buch verweist das Symbol »🔗« auf diese Materialien. Über den folgenden QR-Code gelangen Sie mit dem Smartphone direkt dorthin:



Sollte dieser Link nicht funktionieren, finden Sie den aktuell gültigen auf der Homepage des Verlags unter <https://www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com/themen-entdecken/gemeindepraxis/gemeindearbeit/60225/digital-verkuendigen>.

🔗 <https://bit.ly/digital-verkündigen>

Einführung

1.1 Schöne neue Welt?

»Wir leben in einer Zeit des unaufhaltsamen technologischen und kulturellen Wandels. In nur wenigen Jahrzehnten haben wir das Gutenberg-Zeitalter hinter uns gelassen und sind im globalisierten digitalen Zeitalter angekommen. [...] Da sich alles um uns herum und sogar in uns selbst verändert, ist es unvermeidlich, dass sich auch Gottesdienst und Liturgie in Theorie und Praxis mit den Auswirkungen des digitalen Zeitalters auseinanderzusetzen müssen« (Mikoski 2018, 6; Übersetzung C. H.).

So begann Gordon Mikoski aus Princeton seinen Vortrag bei der Liturgischen Konferenz, die im Jahr des Reformationsjubiläums zum Thema »Liturgie in der digitalen Welt« tagte. Mikoski nannte Beispiele, wie Kirchen in Nordamerika damals bereits digitale Verkündigung nutzten: Dialogpredigten mit fernen Partnergemeinden; Liturgien, die im Internet auf Knopfdruck gestartet wurden oder VR-Brillen für Gemeindeglieder, die Ostergottesdienste im Altenheim dreidimensional erleben wollten.

Das war im Herbst 2017. Das deutsche Publikum staunte nicht schlecht, mit welchen Fragen man sich in amerikanischen Kirchen befasste. In der Presbyterianischen Kirche der USA etwa wurde in dieser Zeit gerade darüber gestritten, ob ein Abendmahl auf der Computerplattform *Second Life*, bei dem ein Avatar Pixel statt Brot und Wein einnimmt, auch für die Person gültig ist, die den Avatar vor dem Bildschirm mit einem Joystick steuert. Niemand im Plenum ahnte, dass ähnliche Fragen bald auch die deutschen Kirchen beschäftigen würden. Zweieinhalb Jahre später begann die Covid-19-Pandemie.

Durch die Corona-Krise erlebten die deutschen Kirchen einen Digitalisierungsschub, den vorher kaum jemand für möglich gehalten hätte. Die meisten Gemeinden hatten zuvor kaum digitale Medien für die Verkündigung genutzt, entwickelten nun aber sehr schnell erste Online-Formate. Nach ersten Startschwierigkeiten stellte sich nach und nach mehr

Digitale Gottesdienste in Nordamerika 2017

Digitalisierungsschub in deutschen Kirchen 2020

14 Einführung

Professionalität ein. Die Pandemie verlangte von Kirchengemeinden, offen für Veränderungen zu sein und flexibel zu reagieren. Die Erkenntnis blieb: Verkündigung funktioniert auch digital, selbst über bislang ungewohnte Kanäle wie Zoom, YouTube oder Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Instagram.

1.2 Merkmale digitaler Verkündigungsformate

In den nächsten Abschnitten schauen wir uns zunächst verschiedene Merkmale dieser digitalen Verkündigungsformate an. Dazu zählen ihre Öffentlichkeit sowie Chancen und Herausforderungen der Reichweite. Wir werfen einen Blick auf das Gemeindebild, die Aspekte Anonymität und Intimität sowie Gemeinschaft und Interaktion im Netz. Als weitere Charakteristika betrachten wir Kooperation und Vielfalt, die durch die neuen Formate entstehen. Viele Beobachtungen werden empirisch durch die Auswertung der Daten zur Online-Verkündigung untermauert, die im Rahmen der sechsten Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung erhoben wurden (☞ KMU VI; vgl. Merle/Roleder 2024). Darauf nehmen wir im Folgenden immer wieder Bezug.

1.2.1 Öffentlichkeit

Gottesdienst
ist öffentlich

Gottesdienst ist *cultus publicus*: Jeder Gottesdienst, unabhängig von seinem Format, ist öffentlich. Im Vergleich zu analogen Gottesdiensten bieten digitale Verkündigungsformen besondere Chancen, da sie die Zugänglichkeit erleichtern. In der weltweiten Internetgemeinschaft stehen sie, zumindest potenziell, mehr Menschen offen. »Im digitalen Raum wird der cultus publicus [...] vom theologischen Programm zu einer etablierten Praxis – so die Hoffnung und teilweise auch die Erfahrung« (Plüss 2024, 5). Vor dem Hintergrund schwindender Kirchenbindung ist das ein nicht unwesentlicher Aspekt.

Unterschiedliche
Öffentlichkeiten

DAVID PLÜSS macht darauf aufmerksam, dass unterschiedliche digitale Verkündigungsformate durchaus unterschiedliche Öffentlichkeiten intendieren. Der Livestream aus der Dorfkirche richtet sich oft bewusst nur an eine bestimmte Teilöffentlichkeit: hochverbundene Gemeindeglieder, die gern selbst vor Ort wären und die sich online am vertrauten

Kirchraum und an den bekannten Gesichtern der Akteur:innen¹ vor der Kamera erfreuen (vgl. Springhart 2021, 128).² Teilnehmende, die zufällig dazustoßen, werden hier quasi als »Beifang« mit in Kauf genommen (vgl. Plüss 2024, 10). Vorproduzierte Gottesdienste richten sich dagegen primär an bestimmte Zielgruppen. Beim Fernsehgottesdienst oder der Social-Media-Andacht soll die Öffentlichkeit, die medial erreicht wird, möglichst breit sein.

Allen Formaten ist gemeinsam, dass sie, anders als analoge Gottesdienste, auch außerhalb der beabsichtigten Zielgruppe wahrgenommen werden. Wer das Internet betritt, bewegt sich auf einer großen Bühne.

Das bringt nicht nur Vorteile mit sich. Im Wettbewerb mit Katzenvideos, Küchenrezepten und Waschmittelwerbung ringen die kirchlichen Verkündigungsformate um Aufmerksamkeit. Wird ein Beitrag als langweilig empfunden, wird schon nach wenigen Sekunden weitergeklickt. Verkündigung im Netz muss daher grundlegend anders aussehen als in der analogen Welt: kürzer, moderner, partizipativer, relevanter und attraktiver. Knackig formulierte theologische Botschaften, Bilder, Videos und aktiver Austausch machen Glaubensinhalte im digitalen Raum interessant. Lange Texte dagegen verlieren in einem Bildmedium naturgemäß an Bedeutung.

Inhalte, die hinter Kirchenmauern meist nur einem kleinen Kreis bekannt waren, treten nun über das Internet ins Rampenlicht der Öffentlichkeit. Vor der Kamera Agierende müssen sich auf breite Bewertungsdiskurse ihrer Auftritte einstellen. In den sozialen Netzwerken wird lebhaft über Inhalte diskutiert, und das nicht nur wohlwollend. Kritische Kommentare werden durch Algorithmen häufig noch verstärkt.

**Konkurrenz
im Internet**

1 Im Sinne gendersensibler Sprache verwenden wir im Singular die männliche und weibliche Form in zufälliger Folge und im Plural nominalisierte Partizipien oder die Schreibweise mit »:«. Mögen sich alle mitgemeint fühlen!

2 Exemplarisch zeigt dies eine ☞ Online-Umfrage, die in der Evangelischen Kirchengemeinde Baienfurt-Baindt im ersten Lockdown 2020 durchgeführt wurde (vgl. Stratmann/Schöberl 2020). Sie belegt den Nutzen von Online-Gottesdiensten, die Gemeinden selbst veranstalten: Die Teilnehmenden kennen die Beteiligten vor der Kamera persönlich und spüren daher eine stärkere soziale Verbindung als bei TV-Formaten. Laut ReTeOG-Studien (→ S. 32 f.) wünscht sich die Mehrheit der Befragten digitale Gottesdienste aus der eigenen (Orts-)Gemeinde (Reimann/Sievert im Druck).

16 Einführung

Unterschied-
liche Partizipa-
tionsformen

Auch die Rezeption digitaler Verkündigungsformate variiert: Die Spannweite liegt »zwischen aktiver Beteiligung und distanzierter Beobachtung« (Plüss 2024, 2).³ Letztlich entscheidet die dramaturgische und technische Qualität eines Formats darüber, ob es sich durchsetzt. Nur professionell gemachte Beiträge haben auf Dauer Erfolg. Das verlangt kirchlichen Akteur:innen neue Fähigkeiten ab. Sie müssen sich vor der Kamera beweisen. Medienkompetenz, professionelles Auftreten und achtsame Kommunikation gewinnen an Bedeutung.

1.2.2 Reichweite

Im Vergleich zu analogen Gottesdiensten kann digitale Verkündigung deutlich mehr Menschen erreichen. Ein Beispiel aus Lübbecke aus der Zeit des ersten Lockdowns belegt das eindrucksvoll: Auf vier YouTube-Kanälen erschienen etwa fünfzig Videos. Obwohl sie nur 300 Abonnent:innen hatten, erzielten sie insgesamt beeindruckende 20.000 Aufrufe (vgl. Schwier 2020).

Wie nach-
haltig ist die
Reichweite?

Allerdings stellt sich hier sogleich die Frage nach der Nachhaltigkeit dieser gesteigerten Reichweite. Denn die Verweildauer war oft nur kurz. Bei Formaten von zwanzig bis dreißig Minuten lag sie in Lübbecke durchschnittlich bei nur zwei bis sechs Minuten. Dies wirft die Frage auf, ob die Inhalte wirklich interessieren oder nur oberflächlich konsumiert werden. Hohe Klickzahlen allein genügen nicht. Entscheidend ist vielmehr, wie lange die Menschen vor dem Bildschirm interessiert bleiben und was sie aus ihrem Online-Erlebnis mitnehmen. Die sechste Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung zeigt, dass insgesamt nur wenige Personen im Internet Gottesdienste mitfeiern, sodass man zumindest bisher nicht von einer echten »Reichweitenvergrößerung durch die allermeisten Digitalformate« (Merle/Roleder 2024, 476) jenseits der Fernsegottesdienste sprechen kann.

Nur Hochver-
bundene wer-
den erreicht

Dazu kommt eine weitere Schwäche dieser Verkündigungsformate: Online werden kaum komplett neue Gruppen für Gottesdienste erreicht (→ S. 35 f.). Offenbar sprechen digitale Gottesdienstformate in den sozia-

3 Plüss vermutet hier in der Gewichtung einen Unterschied zwischen Offline- und Online-Gottesdiensten: »Bei Präsenz-Gottesdiensten dürfte die engagierte Teilnahme, bei Online-Gottesdiensten die mehr oder weniger distanzierte Beobachtung dominieren« (Plüss 2024, 2). Er weist jedoch zugleich darauf hin, dass beide Rezeptionsmodi einander nicht ausschließen. Zuschauerzuschriften nach Fernsegottesdiensten bestätigen diese These nicht. Sie zeugen oft trotz medialer Vermittlung von großer Ergriffenheit.

len Medien bestimmte Zielgruppen gar nicht an: Konfessionslose oder auch Menschen mit volkskirchlicher Sozialisation werden so gut wie nicht angesprochen. Wer nicht in die Kirche geht, findet auch nur selten einen Zugang über das Internet.

So bleibt »die Reichweite gottesdienstlicher Angebote online auf einen Teil der Kirchenmitglieder begrenzt« (Merle/Roleder 2024, 476, vgl. 487). Verkündigung im Internet scheint derzeit in erster Linie bei »überdurchschnittlich religiös geprägten Personengruppen« (Merle/Roleder 2024, 476) zu wirken, stellt also bislang »keine große missionarische Gelegenheit« (Reimann/Sievert, im Druck) dar. Vielleicht liegt das auch an ihrer Gestaltung.

1.2.3 Gemeindebild

Im Zuge der Digitalisierung verändert sich auch das Bild von Gemeinde. Während der Corona-Pandemie erlebten wir, dass digitale Gottesdienste weit über die Grenzen der jeweiligen Ortsgemeinde hinausgingen. Menschen schalteten sich über das Internet von überall zu. Während des ersten Lockdowns nahmen zum Beispiel an den Angeboten der westfälischen Kirche mit Kindern deutsche Gemeinden aus Australien teil. Ein Finne aus Lappland machte mit bei einem Zoom-Gottesdienst im Ruhrgebiet. Nach der Predigt tauschte er sich mit der japanischen Kirchenmusikerin und der deutschen Küsterin aus. Solche Erfahrungen zeigen, wie digitale Formate »Kirche« über traditionelle Grenzen hinaus sichtbar machen.

Es entstehen neue virtuelle Gemeinschaften über geografische oder konfessionelle Grenzen hinweg. Schon vor der Pandemie existierten solche »digitalen Gemeinden«, doch kaum jemand bemerkte sie. Die Gemeinde, die Fernsehgottesdienste besucht, war vor Corona bereits in etwa so groß wie die Zahl derer, die zeitgleich sonntags in die Kirche gingen.

Während des Lockdowns verdoppelte sich diese Zahl und blieb auch noch mehrere Jahre danach auf diesem Niveau: Bis zu 1,8 Millionen Menschen nahmen an den ZDF-Gottesdiensten teil (vgl. Mulia 2021). »Die mediale Öffentlichkeit scheint durch Corona einen Schub erfahren zu haben, der immer noch anhält« (Plüss 2024, 9). Viele entdeckten im eigenen Wohnzimmer ihre Verbindung zur Kirche neu. Darunter waren nicht nur ältere oder weniger mobile Menschen, sondern auch solche ohne intensive Kontakte oder mit Distanzbedürfnis zu ihr.

Die KMU VI belegt allerdings, dass die Parochie weiterhin der Anker zur Institution Kirche ist. 56 % der Evangelischen nennen sie an erster Stelle. Auch viele digitale kirchliche Aktivitäten behalten einen Bezug

Neue,
»translokale«
Gemeinden
entstehen

Die Orts-
gemeinde
bleibt die
Bezugsgröße

18 Einführung

zum lokalen Umfeld (vgl. Merle/Roleder 2024, 483 f.).⁴ Zugleich wird jedoch deutlich, dass sich bei vielen digitalen kirchlichen Aktivitäten eine ortsunabhängige Praxis entwickelt.

Andere kirchliche Akteur:innen und Einrichtungen (Regionalgruppen, Kirchenkreise, kirchliche Verbände, geistliche Gemeinschaften) gewinnen an Bedeutung und schaffen durch Online-Formate neue kirchliche Verbindungen. Die digitale Transformation der Kirchen entwickelt sich so zunehmend in einem Spannungsfeld zwischen lokalen und überregionalen Strukturen (vgl. Merle/Roleder 2024, 483).

Digitalisierung verändert die Gemeindeformen

Nach KARSTEN KOPIAR hat die Digitalisierung tiefgreifende Auswirkungen auf kirchliche Sozial- und Gemeinschaftsformen (vgl. Kopjar 2012, 161). Die digitalen Prozesse sind dabei ambivalent: Einerseits scheinen sie bestehende Gemeindeformen zu schwächen und ihren gesellschaftlichen Einfluss zu verringern. Andererseits entstehen durch die Vernetzung völlig neue Formen des Miteinanders (→ S. 17 f.).

Die Digitalisierung verändert auch, wie Menschen sich mit verschiedenen kirchlichen Ebenen identifizieren. Ähnlich wie Menschen, die am regionalen Kirchenleben teilnehmen, fühlen sich Teilnehmende an Online-Gottesdiensten weniger mit ihrer Ortsgemeinde, dafür aber stärker mit der Ebene des Kirchenkreises verbunden. Digitale Gottesdienste relativieren damit die Parochie als primäre Bezugs- und Identifikationsgröße (vgl. Merle/Roleder 2024, 483). Die Vielfalt von Online-Verkündigungsangeboten fördert zugleich unterschiedliche Formen kirchlicher Identität.

1.2.4 Anonymität und Intimität

Anonymität wird online geschätzt

Etwa die Hälfte der Menschen, die sich im Internet mit Glaubensthemen beschäftigen, schätzt die Möglichkeit, anonym zu bleiben. Digitale Gottesdienste schaffen dafür einen geschützten Raum. Wer zögert, Fragen hat oder sich in Gemeindekreisen eher zurücknimmt, kann sich hier behutsam annähern: unbeobachtet und im eigenen Tempo (vgl. Merle/Roleder 2024, 482).

4 Laut KMU VI nutzen 18 % der online aktiven Kirchenmitglieder digitale Angebote ihrer lokalen Kirchengemeinde. Betrachtet man diejenigen, die monatlich oder häufiger an digitalen Gottesdienst- oder Andachtsformaten ihrer Ortsgemeinde teilnehmen, so sind dies sogar 45 % (vgl. Merle/Roleder 2024, 483). Auch die ReTeOG-Studie (→ S. 32) weist ein starkes lokales Interesse an Online-Gottesdiensten nach: 59,4 % beteiligten sich an Online-Gottesdiensten ihrer eigenen Kirchengemeinde, was die höchste Zustimmungsrates darstellte. Die lokale Komponente war mit 64,8 % sogar noch stärker der Wunsch der Befragten (vgl. Reimann/Sievert 2021c; Strattmann/Schöberl 2020 sowie Fußnote 2).

Man muss keine Kirchenschwelle überschreiten, um teilzunehmen. Allein vor dem Bildschirm lassen sich Nähe und Distanz zum gottesdienstlichen Geschehen selbst steuern. Man entscheidet selbst, wie tief man einsteigen will, und das senkt die Hemmschwelle, etwa beim Mitbeten. Wer sich einklinkt, bleibt zunächst diskret und wird nicht sofort mit der Institution Kirche identifiziert oder einem bestimmten Milieu zugeordnet. Beteiligung ist möglich, ohne sich zu zeigen.

Gerade Verkündigungsformate, die jederzeit abrufbar sind, ohne dass man live dabei sein muss, entfalten hier ihre Stärke. Predigt, Lieder und Gebete lassen sich nutzen, wann sie gebraucht werden: am frühen Morgen, in der Pause oder mitten in der Nacht. Liturgie wird dadurch beweglicher, weniger ein festes Ritual als eine Begleitung, die mitgeht: mit dem Alltag, dem eigenen Lebensrhythmus oder dem inneren Bedürfnis (vgl. Merle/Roleder 2024, 478).

Auch das Verhältnis zur liturgischen Person verändert sich. Wenn die Liturgin direkt in die Kamera spricht, wirkt sie mitunter näher als im Kirchenraum, als säße sie einem direkt gegenüber. Ihre Stimme kann persönlicher klingen: vertrauter, direkter, ohne aufdringlich zu werden. Das Digitale verkürzt den Abstand und schafft Intimität (vgl. Haeske 2022, 143 f.).

Doch diese Nähe hat auch eine Kehrseite: Wer allein vor dem Bildschirm sitzt, ist auch allein mit der eigenen Aufmerksamkeit. Ein klingendes Telefon, ein kritischer Kommentar aus dem Nachbarzimmer, und die Konzentration ist dahin. So leicht wie der Zugang ist auch der Ausstieg.

Bemerkenswert ist: Trotz aller Zurückhaltung suchen viele Menschen auch online die Verbindung zu anderen. Laut KMU VI pflegen 82 % der Teilnehmenden soziale Kontakte im kirchlichen Umfeld (→ S. 50). Eine »sozial isolierte« Gottesdienstpartizipation bleibt [...] die Ausnahme« (Merle/Roleder 2024, 479). Nur eine kleine Gruppe bleibt bewusst auf Distanz, vielleicht, weil ihr eigenes Umfeld wenig kirchlich geprägt ist oder weil sie wirklich anonym bleiben möchten (vgl. Merle/Roleder 2024, 479).

Insgesamt zeigt sich: Digitale Anonymität bedeutet nicht automatisch Rückzug, sondern ist oft eher ein vorsichtiges Eintreten ohne Verpflichtung. Wer vor dem Bildschirm sitzt, bleibt nicht zwangsläufig allein. Aus einem stillen Dazukommen kann eine Beziehung wachsen, die trägt. Trotz der Möglichkeit, anonym zu bleiben, suchen viele Teilnehmende dennoch den Kontakt zu anderen. Damit entstehen neue Möglichkeiten digitaler Gemeinschaft.

20 Einführung

Neue Möglichkeiten
für Gemeinschaftsbildung

1.2.5 Gemeinschaft und Interaktion

Dass es digitalen Gottesdiensten gelingt, trotz physischer Distanz neue Möglichkeiten der Vernetzung und Gemeinschaftsbildung zu schaffen (→ S. 64 ff.), davon zeugen seit Jahrzehnten zahlreiche Zuschriften, die auf Radio- und Fernsehgottesdienste reagieren. Ähnliche Erfahrungen machen Teilnehmende bei Online-Gottesdiensten. Eine Teilnehmerin empfindet es so: »Und obwohl es dann digital ist, ist es für mich oftmals eine größere Nähe, als wenn ich wirklich räumlich nah bin« (Marta, zit. nach Pohl-Patalong 2024b, 517).

Für manche ist dieses Gefühl digitaler Gemeinschaft überraschend, da sie es wegen der räumlichen Entfernung nicht erwartet hätten. So sagt LAURA: »[Das ist] so 'ne seltsame Verbundenheit zu Leuten, die ich noch nie in meinem Leben gesehen habe« (Laura, zit. nach Pohl-Patalong 2024b, 495). Sie schätzt vor allem, dass hier Gleichgesinnte zusammenkommen:

»Es interessieren sich ja alle für [Name des Onlineangebotes], man hat vielleicht andere Hintergründe oder so, aber das ist ja [...] so'n wirklich wichtiger gemeinsamer Nenner, den man da hat[,] und deswegen trifft man sich da und hat da auch irgendwie Lust, sich da zu begegnen in diesem Chatraum und das finde ich schon sehr speziell« (Laura, zit. nach Pohl-Patalong 2024b, 495 f.).

Unterschiedliche Formen
digitaler Beteiligung

Tatsächlich laden viele Online-Gottesdienste zur aktiven Teilnahme ein: Mitsingen, Mitbeten oder das Kommentieren im Live-Chat durchbrechen die sonst häufige passive Konsumhaltung (vgl. Hörsch 2020). Die ReTeOG-Studie (→ S. 32) zeigt, dass etwa 40 % der Teilnehmenden an Online-Formaten aktiv mitwirken wollen, während sich rund 50 % mit passiver Teilnahme zufriedengeben.

Insgesamt zeigen sich so in digitalen Verkündigungsformaten vielfältige Formen religiöser Gemeinschaft. Manche schätzen es, anonym zu bleiben; andere fokussieren sich auf einzelne Themen; wieder andere suchen den interaktiven Austausch (vgl. Neumaier 2019).

MARTA sieht in der Interaktion per Zoom gerade den Mehrwert des digitalen Formats:

»Ich finde [...] so einen intensiven Austausch, [...] ich kenne den aus keinem Gottesdienst [sc. in der Ortsgemeinde]. Also das ist ja eher so, dass

man wirklich nebeneinandersitzt und nach vorne guckt[,] und danach geht man auseinander und spricht vielleicht übers Wetter oder über die letzte Woche, aber so einen wirklichen Austausch über Gott und die Welt und über das, was anderen durch den Kopf geht[,] oder alleine auch Gebete zu teilen und so, das kenne ich eigentlich aus dem klassischen Gottesdienst nicht« (Marta, zit. nach Pohl-Patalong 2024b, 517).

Allerdings muss man zugestehen, dass der interaktive religiöse Austausch online insgesamt gesehen ein »Randphänomen« (Merle/Roleder 2024, 480) bleibt (→ S. 47). Nur 4 % der Kirchenmitglieder tauschen sich im Internet manchmal über religiöse Themen aus (vgl. Merle/Roleder 2024, 480).

Einerseits bleibt es so schwierig, alle Möglichkeiten digitaler Formate zu nutzen, um mehr Verbindung und Gemeinschaft zu ermöglichen. Andererseits gilt jedoch auch: »Nicht jede Gemeinde muss [...] alles anbieten. [...] Vielmehr] ist [...] wünschenswert, dass die Gemeindeglieder, denen Interaktion wichtig geworden ist, Gemeinden finden, in denen sie sich auch im Gottesdienst aktiv einbringen können« (Reimann/Sievert 2021b).

1.2.6 Kooperation

»Gottesdienst ist seit jeher ein Gemeinschaftserleben, deshalb sollte seine Vorbereitung mehr und mehr aus einem Team geschehen« (Held 2023, 102). Tatsächlich hat die digitale Transformation die Zusammenarbeit innerhalb der Gemeinden verändert. Online-Formate beleben nicht nur die Kommunikation, sondern auch die Kooperation in der kirchlichen Verkündigung. Berufliche und ehrenamtlich Mitarbeitende arbeiten häufig im Team zusammen und überwinden dabei Konfessions-, Gemeinde-, Funktions- und Statusgrenzen.

Die midi-Studie (→ S. 30 f.) belegt: Teamarbeit trieb im ersten Lockdown den Erfolg der Digitalisierung an. »Rund 65 % der Befragten kreierten ihre Formate gemeinsam. Mehr als die Hälfte gab an, dass dabei bis zu drei Ehrenamtliche oder Engagierte aus der Gemeinde beteiligt waren, bei gut einem Viertel waren es vier bis acht Personen« (Hörsch 2020, 39).

Anstatt isoliert neue Wege zu erkunden, schließen sich auch *Gemeinden* zusammen. Mit gemeinsamen Ressourcen wird es leichter, Projekte umzusetzen. Im ➡ Kirchenbezirk Waiblingen zum Beispiel kooperieren die Gemeinden der Region und werden vom Evangelischen Medienhaus Stuttgart bei der Umsetzung eigener Projekte unterstützt. Seit 2020 wur-

Religiöser Austausch online ist ein Randphänomen

Verkündigungsteams

Zusammenarbeit von Gemeinden in der Region

22 Einführung

den dort weit über 100 »Sonntagsimpulse« erstellt. So bündeln die beteiligten Gemeinden ihre Kräfte durch parochieüberschreitende Zusammenarbeit.

Die Auswirkungen solcher Kooperationen sind vielfältig: Fachleute treffen sich, neue Konzepte entstehen. Vernetzung trägt dazu bei, dass Gemeinden sich gegenseitig unterstützen und voneinander lernen. Gemeinsame Ziele steigern das Engagement, gemeinsames Beten und Musizieren fördert das Gemeinschaftsgefühl, auch über Konfessionsgrenzen hinweg.

1.2.7 Vielfalt

Vielfalt bereichert das gottesdienstliche Leben

Digitale Gottesdienste ermöglichen es, verschiedene Zielgruppen im kirchlichen Leben zu aktivieren. Davon profitieren besonders Jüngere und digital affine Menschen. Auch mobilitätseingeschränkten Personen erleichtert es die Teilnahme. »Eltern von kleinen Kindern können [...] abends gemeinsam den Gottesdienst ›besuchen‹, während die Kinder schlafen« (Kohle 2023).

Vielfalt bereichert das gottesdienstliche Leben in den Kirchen und macht es lebendiger. Interessierte finden so möglicherweise genau den Gottesdienst, der ihren Vorlieben entspricht. Das kann den Musikstil, die Liturgie oder die theologische Ausrichtung betreffen. Mehrsprachige Gottesdienste können darüber hinaus verschiedene kulturelle oder konfessionelle Hintergründe einbeziehen.

Vielfältige Formate und Anlässe steigern die Teilnahme, ähnlich wie bei Präsenzgottesdiensten. Ein bunter Mix lockt nicht *weniger*, sondern *mehr* Teilnehmende an. Unterschiedliche Gottesdienste werden den Bedürfnissen und Interessen Menschen verschiedenen Alters und unterschiedlicher Prägung besser gerecht. Digitale Verkündigungsformate können die Teilnahme am gottesdienstlichen Leben so insgesamt steigern (vgl. Merle/Roleder 2024, 475 u. 486).

Die Kehrseite:
Der Arbeits- und Koordinationsaufwand steigt

Die neuen Formate beleben das gottesdienstliche Leben. Kehrseite der Medaille ist jedoch, dass die Diversifizierung des Gottesdienstspektrums den kirchlichen Arbeits- und Koordinationsaufwand enorm erhöht. Besonders herausfordernd wird es, wenn analoge, digitale und hybride Formate gleichzeitig stattfinden und sowohl lokal als auch überregional angeboten werden – möglichst bei gleichbleibender Qualität (vgl. Merle/Roleder 2024, 486; → S. 35)! Vor dem Hintergrund sinkender personeller und finanzieller Ressourcen ist ein vielfältiges Angebot nur gemeinsam zu leisten (vgl. Rudloff 2021).

1.2.8 Fazit

Digitale Verkündigungsformate stehen im Internet allen Menschen offen, erreichen jedoch in der Regel unterschiedliche (Teil-)Öffentlichkeiten. Sie variieren in sozialer Nähe bzw. Distanz und »ermöglichen in besonderer Art und Weise alltagsnahe, anonymere, innerlichere und unverbindlichere Formen der Gottesdienstpartizipation« (Merle/Roleder 2024, 478).

Für die Beteiligten können sie die Arbeit im Team, aber auch die Zusammenarbeit von Gemeinden einer Region verbessern. Passgenaue Formate für bestimmte Gruppen erreichen potenziell mehr Menschen und fördern die Gottesdienstvielfalt.

Allerdings führt die Digitalisierung nicht zwangsläufig zu mehr Relevanz und Reichweite. Tatsächlich sprechen Online-Gottesdienste zurzeit vor allem Menschen an, die ohnehin kirchlich sozialisiert sind. Digitale Verkündigung verändert die religiöse Selbstwahrnehmung, ebenso die Rolle der Ortsgemeinde, die ihren Status als zentraler Ort für Zugehörigkeit verliert.

2 Situation

Corona: Der Wendepunkt

Dieses Kapitel beleuchtet die Ursprünge und die Entwicklung der digitalen Verkündigung in den letzten Jahrzehnten. Die Corona-Pandemie stellt dabei einen entscheidenden Wendepunkt dar.

»Waren es vor der Covid-19-Pandemie vermutlich so genannte ›Pioniere‹, die sich auf den Weg der Digitalisierung gemacht hatten, so wurde aus der Not der Corona-Krise heraus eine disruptive digitale Transformation in der Breite der jeweiligen Landeskirchen vollzogen, die vermutlich durch keine noch so klug durchdachte Digitalisierungsstrategie hätte erreicht werden können« (Hörsch 2020, 22).

Wir verstehen die Pandemie daher als Bezugspunkt für die weitere Gliederung. Gottesdienste in den Medien gab es bereits seit dem frühen 20. Jahrhundert. Erst während der Corona-Zeit nahmen viele Kirchengemeinden die mediale Verkündigung wirklich wahr und ließen sich zu eigener Praxis anregen. Digitale Verkündigung bekam durch die Pandemie einen kräftigen Schub.⁵

Außerdem untersuchen wir, wie es nach der Pandemie weiterging, welche Veränderungen sich seitdem ergeben haben. Rückblick und Ausblick helfen, die gegenwärtige Lage besser zu verstehen und Perspektiven für eine zukunftsfähige, multimediale Verkündigung zu finden.

5 Zur Ausgangslage digitaler Verkündigungsformate vor Corona vgl. Brok/Reimann 2007; Reimann 2012 und 2017 sowie Reimann/Sievert 2021b.

2.1 Mediatisierte Gottesdienstformate »vor Corona«

Schon lange vor Corona, ja vor der Erfindung des Internets, suchten die Kirchen nach medialen Wegen, um ihre Botschaft zu verbreiten. Genau genommen ist das Christentum »von Beginn an eine mediale Religion, die in ihrem Zentrum Christus selbst als Medium zwischen der Transzendenz Gottes und der Immanenz des Menschen versteht« (Irlenborn 2020, 113).

Die Geschichte der ersten mediatisierten Gottesdienstformate reicht bis in den Anfang des 20. Jahrhunderts zurück. Radiogottesdienste gibt es in Deutschland seit den 1920er-Jahren. In den 1950ern kamen Telefon- und Fernsehgottesdienste hinzu. Seit 1954 prägt das »Wort zum Sonntag« als bekanntes religiöses TV-Format die Medienlandschaft. Erste Chat-Andachten entstanden 2009. Bei »Sublan«-Gottesdiensten sammelte die Evangelische Kirche in Hessen und Nassau ab 2015 Erfahrungen mit interaktiver Verkündigung. Im Folgenden betrachten wir kurz die Stärken und Schwächen dieser Gottesdienstformen.

2.1.1 Der Radiogottesdienst

Der Rundfunk macht es möglich, von zu Hause oder unterwegs im Auto an Gottesdienstübertragungen teilzuhaben. Das Format zieht ein breites, inhomogenes Publikum an (vgl. Sanders 2003). Die Zielgruppen variieren je nach Ausrichtung des Radiosenders und seiner Wellen.

Die Reichweite ist beeindruckend: Die evangelische Morgenfeier, sonntags von 10 bis 11 Uhr im Bayerischen Rundfunk ausgestrahlt, erreicht durchschnittlich eine Million Zuhörende (vgl. Deeg 2024, 236), darunter auch Menschen, die normalerweise nicht an Gottesdiensten teilnehmen. Einige von ihnen empfinden das Hören in der Anonymität ihres Zuhauses als Schutz vor der Offenbarung starker Emotionen oder sozialen Erwartungen. Umgekehrt nutzt eine große Zahl der Mitfeiernden die Möglichkeit, im Anschluss an den Gottesdienst mit den Mitwirkenden oder anderen Gemeindegliedern am Telefon über den Gottesdienst zu sprechen.

Da das Medium nur auf das Hören ausgerichtet ist, fehlt direkte Interaktion. Visuelle und haptische Elemente wie Gesten fehlen. Aufgrund der strikten Zeitvorgaben sind während der Übertragung keine spontanen Änderungen möglich. Und die konsequente Zielgruppenorientierung erfordert den Verzicht auf bestimmte liturgische Traditionen. Die kirchlichen Senderbeauftragten reagierten früh auf diese Herausforderungen mit

Das Christentum als mediale Religion

Die Anfänge: Mediatisierte Gottesdienstformate im 20. Jahrhundert

Breites Publikum und hohe Reichweite, aber aufs Hören beschränkt