

Sehr geehrte Damen und Herren

Es gab eine Zeit, in der war noch alles gut. Früher, in der guten alten Zeit. „Das Bier war noch dunkel, und die Landschaften typisch“. Der Lehrer, der Pfarrer, der Arzt und der Bürgermeister waren noch Respektspersonen. Man kannte sich, grüßte sich auf der Straße und wenn der Mann von der Hamburg-Mannheimer vorbei kam, rief man ... „Hallo Herr Kaiser!“

Drei Fernsehprogramme, schnurgebundene Telefone und langsamer Straßenverkehr. Die neueste Technik war analog. Mei, früher war alles besser.

Wenn Kinder uns heute darüber reden hören fragen Sie: „Wie seid ihr eigentlich damals ins Internet gekommen, so ohne Computer.“

In den Köpfen vieler hat sich seit damals nicht viel geändert. Jedenfalls bei Kirchen nicht, und ich vermute, bei anderen großen Institutionen auch nicht. Bei Versicherungen? Das wissen Sie selbst besser als ich.

„Twittern mit Gott und der Welt – Social Media in der Kirche“. Gehen Sie mit mir auf eine Entdeckungsreise. Nicht zu neuen Techniken, sondern zu neuen Haltungen.

1. Die Kommunikation des Evangeliums

Das Christentum ist eine öffentliche Religion. Am Ende des Matthäusevangeliums gibt Jesus seinen Jüngern den Auftrag: „Gehet hin und machet zu Jüngern alle Völker: Taufet sie auf den Namen des Vaters und des Sohnes und des Heiligen Geistes und lehret sie halten alles, was ich euch befohlen habe. Und siehe, ich bin bei euch alle Tage bis an der Welt Ende.“

Der einzige Sinn des Christentums ist also, Menschen von Gott zu erzählen und dabei zu ihnen hin zu gehen. Reformator Heinrich Bullinger sagte einst: *praedicatio verbi dei est verbum dei*. Die Predigt des Wortes Gottes ist das Wort Gottes. Oder etwas zugespitzt gesprochen: Gott kann nur durch Menschen sprechen.

Diese Botschaft gehört auf die Straße, in die Politik, in die Herzen und Köpfe. Das widerspricht jeglichem Behördendenken, der Erwartung, dass die Leute schon kommen werden, weil wir – sie können hier gerne Kirche auch durch Versicherung ersetzen ... weil wir ein so gutes Produkt haben, eine so gute Botschaft haben, dass es genügt, sie anzubieten. Die Leute kommen von allein.

In den Kirchen funktioniert das nur an Weihnachten. Da ist die Hütte voll und böse Kollegen sprechen von „U-Boot-Christen“. Die tauchen einmal im Jahr auf.

Das aber ist der Tod im Topf!

Wer nicht mehr hinaus geht, nicht mehr mit Leuten kommunizieren will, ist schon verloren. Oder härter gesagt:

Wenn sie meinen, auf Kommunikation verzichten zu können, sind sie schon tot.

2. Die neuen Medien

Im 15. Jahrhundert erfand Johannes Gutenberg den Buchdruck. Bis dahin war Buchherstellung ein mühsames Geschäft. Handgeschriebene Folianten und wertvolle Drucke waren entstanden. Lesen konnten und durften sie nur wenige. Die Kirche der damaligen Zeit sagte sogar, es ist besser, wenn die Menschen nicht in der Bibel selbst lesen würden, sie würden es nicht verstehen, was da steht. Besser man läse daraus vor. Und sagt auch gleich dazu, was man zu denken habe. Jahrhunderte lang klappte das so.

Bezeichnenderweise kam der katholische Mönch Martin Luther beim Lesen in der Bibel auf seine neuen Erkenntnisse. Und er übersetzte bekanntermaßen die Bibel ins Deutsche. So haben Sie es sicher in der Schule gelernt.

Für unser Thema ist daran aber wichtig, dass Luther etwas ganz anderes gelang: Er schuf eine Sprache, die alle seine Leser verstanden. Der Reformator war so auch Deutschlehrer, ja Deutscherfinder und prägte zumindest für den evangelischen Glaubensbereich Generationen von Christinnen und Christen die Worte, in denen Glauben sich abbildet. „Es begab sich aber zu der Zeit, dass ein Gebot vom Kaiser Augustus ausging, dass alle Welt geschätzt würde“ ... den Anfang der Weihnachtsgeschichte kennen viele. Oder „Der herr ist mein Hirte ...“ Psalm 23

Wenn Kirche heute sich der Social Media bedient, dann ist wieder eine neue Sprache gefragt. Die gute Botschaft in 140

Zeichen auf Twitter, als gutes Bild auf Instagram oder als faszinierender Inhalt eines Facebook-Posts. Wir müssen sprachfähig werden in Social Media. Wäre ja schade, wenn jeder gleich merken würde, dass man von Kirche kommt und abwinkt.

Wer mit Gott twittern will, muss seine Sprache sprechen und die Menschen erreichen, ja berühren. So wie Inhalte mit den Jahren in Bücher, Bilder, Töne, Musiken und im letzten Jahrhundert in Fernseh- und Radiosendungen kommen mußten, sind es jetzt die Social Media, die diese Übersetzungsleistung verlangen. Verkündigung in den Medien. Kontaktaufnahme über Smartfone.

Wer für Firmen und Unternehmen in Öffentlichkeitsarbeit und Werbung zu tun hat, kennt das. Und da wird dann auch mal gerne geklaut. Allzuoft finden wir christliche Symbolik in der Werbung. Für mich als Pfarrer gerne mal ein Ahaerlebnis. Wenn in einem Fernsehspot einer Versicherung der Familienvater die Sorgen seiner Frau, wer sie denn nun beschützen könne in ihrem kleinen Glück mit Haus, Kinder und Garten, wenn hier der Familienvater im Brustton der Überzeugung sagt: „Ich mach das!“ erkennt der Theologe die Allmachtsphantasie. Schützen kann Gott, versichern können Menschen.

3. Das „Social“ an den Social Media

Die so genannten Social Media, auch Web 2.0 genannt, sind eine Weiterentwicklung des Internet. Auch wenn der Name suggeriert, jemand hätte wie bei einer Software eine neue Version des Internets aufgespielt, geht es nur um den

erweiterten Nutzen und um neue Plattformen. Das Netz lebt und entwickelt sich fort, weil Menschen darin leben.

Genügte es bis vor fünf Jahren noch, alle Angebote ins Internet zustellen, wollen die User heute diese Angebote und Informationen kommentieren, teilen und liken. Still und heimlich werden dabei die User zu Werbern, Verhinderern, Beteiligten und Kommentatoren und sie treten mit einander in Beziehung. Die Grenze zwischen Produzenten und Konsumenten ist fließend. Man spricht heute von Prosumern.

Firmen und Institutionen, die das erkannt haben, klinken sich hier ein und reden mit ihren Kunden. Leben diese Beziehung, werden social.

Firmen und Institutionen, die das nicht erkennen, verstehen auch nicht den Wert dieser scheinbar belanglosen Kontakte und Beziehungen. Und sterben ab.

In Kirchensprache gesprochen: Das sind doch keine echten Kontakte da auf Facebook. Ja, ich like dich, aber mag ich dich dann wirklich. Oder noch frommer: Gott liked nicht, er liebt dich.

Kundenbindung aber und Kundenkontakt sind das allerwichtigste. Das weiß jeder, der im Tourismus arbeitet. Und nur weil immer noch so viele Menschen Mitglied einer christlichen Kirche sind, können diese nicht auf soziales Leben verzichten. Wenn man seine Mitglieder an einer Hand abzählen kann, kann man sich auch im Gemeindehaus treffen.

Ich vermute die meisten Gesellschaften, für die Sie arbeiten haben mehr Mitglieder, als Sie abzählen können. Warum also nicht mit diesen in Kontakt treten und Social Media leben.

4. Neue Wege in der Evangelischen Kirche in Bayern

2012 hat die ELKB eine Internetkonzeption verabschiedet. In Ihrem Vorwort heißt es: „Die Gesellschaft im 21. Jahrhundert ohne Internet ist kaum noch vorstellbar. (...) Das Internet ist zum Leitmedium unserer Gesellschaft geworden. Diesem Leitmedium kann und will sich unsere Kirche nicht verweigern. Es gilt vielmehr die Chancen zu nutzen, die uns das Internet bietet. Über verschiedene Netzwerke und Plattformen besteht die Möglichkeit, Menschen, die wenig Kontakt zur Kirche haben, in ihren medialen Räumen anzutreffen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.“

Als einen weiteren Schritt der Internetkonzeption hat die ELKB eine Projektstelle „Social Media und Networkmanagement“ ins Leben gerufen, auf der ich seit Juni 2013 für drei Jahre arbeite. Eine ganze Stelle nur für Informationen zu Social Media, Unterstützung von Bischöfen und Institutionen, Vernetzung Internetverantwortlichen in anderen Landeskirche und in Kirchen in ganz Europa, Beteiligung an Diskussionsforen zu gesellschaftsrelevanten Themen im Netz.

Kirche hat also erkannt, dass es zwar wichtig ist, sich auf Bibel und das lutherische Bekenntnis zu stützen, aber das Internet Teil der normalen Lebenswirklichkeit ist. Kinder und Jugendliche gehen heute nicht mehr ins Internet. Sie sind im Internet. Und wer da nicht ist, existiert nicht. Da ist virtuell

ganz schnell real. Überhaupt empfehle ich, den Begriff der virtuellen Realität nicht mehr zu benutzen.

Dabei geht es nicht darum, eine Botschaft zu transportieren. Wer Facebook oder Twitter nur zur Verkündung nutzen will scheitern. Genauso wie der, der sein Produkt - ja auch eine Versicherung - über die Social Media verkaufen will.

Die sozialen Medien sind kein Verkaufs- und Verkündungstool sondern Ausdruck der Menschen, die miteinander in Verbindung treten wollen. Der Mensch als zoon politikon, als auf Beziehung angelegtes Wesen. „Es ist nicht gut, dass der Mensch allein sein. Ich will ihm eine Hilfe schaffen, die ihm entspricht.“ Heißt es in der Schöpfungsgeschichte.

Das könnte auch die Gebrauchsanweisung für die Erfindung eines neuen Smartphones sein. Etwas, das mir entspricht. Und ich bin mir sicher, dass ganze Heerscharen von Versicherungsfachleuten daran stricken, wie das eine oder andere Produkt bei den Kunden so ankommt, dass sie es als hilfreich und nah an ihrem Leben verstehen und haben wollen.

Erfolgreich wird das erst, wenn User und Unternehmen im Netz präsent sind, sich auch hier einen Namen machen und dann nach einer Zeit, die bis zu einem Jahr dauern kann, auch mal von den Dingen sprechen – wir würden sagen „Zeugnis ablegen“ – die uns antreiben und bewegen. Und die auch anderen bewegen und weiter bringen. Bei Kirche: die Botschaft von Jesus Christus.

Die evangelische Kirche in Bayern hat also verstanden, dass es Sinn macht, in Facebook zu posten, zu kommentieren,

Kommentare zu beantworten und auf Twitter Neuigkeiten in die Welt zu blasen, weil in der Welt Menschen sind, die darauf warten und antworten. Und wir mit ihnen verbunden sind und miteinander leben wollen.

5. Was machen wir konkret?

Seit 2010 gibt es auf Facebook eine Fanseite – das heißt so – der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern. Etwas über 2500 User haben uns geliked, also auf „Gefällt mir“ gedrückt und bekommen unsere Posts. Die wöchentliche Reichweite pendelt zwischen 5000 und 9000 Nutzern. Einzelne Posts können aber auch mal 20.000 oder mehr Menschen erreichen. Der Rekord steht bei 39.000 User auf einen Post. Betrieben wird die Seite von einer vierköpfigen Redaktion. Vielleicht liken Sie uns ja heute auch.

www.facebook.com/evangelischlutherischekircheinbayern

Etwas profiliertes ist die Fanseite von Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm. www.facebook.com/landesbischof. Er begann kurz nach seiner Einführung zum Landesbischof am 24. November 2011 auf Facebook zu posten und nutzt diesen Kanal, um seine Arbeit als Bischof darzustellen.

Gemeindebesuche, Einweihungen, Jubiläen und vor allem Beiträge zu aktuellen Diskussionen prägen seinen Account. Ganz aktuell ging seine Forderung Anfang September, ein Schutzgebiet für vom IS-Verfolgte im Nordirak unter UN-Mandat einzurichten zuerst über Facebook raus. Und nachdem in der Presse immer wieder zu lesen ist, dass Bedford-Strohm zum Kreis der möglichen Nachfolger von EKD-Ratsvorsitzenden Nikolaus Schneider zählt, wächst zur Zeit

die Zahl derer, die ihn auf Facebook liken. Momentan steht die Seite bei 2931 Likes und damit knapp vor der führenden Landeskirche im Rheinland. Ich vermute, das wird sich bald ändern.

Ebenfalls auf Facebook vertreten sind die Münchner Regionalbischöfin Susanne Breit-Keßler, der Kirchenkreis Bayreuth mit Regionalbischöfin Dorothea Greiner, die Aktionen zum Buß- und Betttag sowie zum Luther-Jubiläum 2017 und die Diakonie in Bayern. Viele Kirchengemeinden, Jugendwerke und Kirchenmensen kommen dazu.

Komplett renoviert wurden in diesem Sommer die Internetseiten der Landeskirche, die auf bayern-evangelisch.de sich nicht mehr an den Strukturen der Landeskirche orientieren sondern ausschließlich nach den Nutzer-Interessen aufgebaut sind.

Trauerung, Taufe, Feiertage, Mitgliedschaft, Gebete, Kirchensteuer und Finanzen, Bestattung, Kirchenjahr, Tourismus und Sekten sind nun Themenwelten, in denen die Informationen aufbereitet sind. Weg also von der Struktur, der Leitung und dem Aufbau von Kirche, die sich im Menu einer Webseite abbildet. Die konkreten Fragen bestimmen den Auftritt. Form follows funktion.

Schwierigkeiten haben wir derzeit noch mit den Positionen. Also mit veröffentlichbaren Statements von Kirche zu – sagen wir – Homosexualität, Waffeneinsatz, Wirtschaftsethik und Umweltschutz. Hier gibt es zwar Stellungnahmen jede Menge aber keine hieb- und stichfeste Position. Die katholische Kirche ist hier eindeutiger. Ob sie sich mit dieser

Eindeutigkeit jeweils einen Gefallen tut, vermag ich nicht zu beurteilen.

Weiter gehört zu unseren Aktivitäten der YouTubeKanal bayernevangelisch, auf dem über 150 Videos zu sehen sind, die insgesamt bisher über 115.000 mal angeklickt wurden.

Auf Twitter ist die bayerische Landeskirche seit 2004 vertreten und seit letztem Jahr aktiv. Unter @elkb twittern wir unter anderem live aus der bayerischen Landessynode und von anderen Veranstaltungen.

In Planung ist derzeit ein Instagram-Kanal in Kooperation mit den Landeskirchen Rheinland und Hessen-Nassau, auf dem man sich unter „evangelisch“ bewerben kann und dann eine Woche lang Fotos veröffentlicht, wie evangelisch bei mir oder ihnen aussieht. Die schwedische-evangelische Kirche macht das sehr erfolgreich.

Ist das schon „Twittern mit Gott und der Welt“?

6. Was in den und durch die Social Media geschieht

Als Mitte August Regionalbischöfin Susanne Breit Keßler auf Facebook postete: „Heute Nacht ist mein Schwiegervater gestorben. Ich bin traurig und trauere mit meinem Mann um seinen Vater.“ Da bekam sie viele liebe Kommentare dazu:

So schrieb Otto: „Danke Ihnen, dass Sie hier Ihre Gefühle mit uns teilen. Gebe Gott Ihnen und Ihrem Mann Kraft in der Zeit, die vor Ihnen liegt.“

Und Hans: „Möge Ihnen und Ihrer Familie Ihr Glaube die Kraft geben, mit der Trauer umzugehen.“

Andrea postete: „Das tut mir sehr leid! Zum Glück sind wir nicht allein in diesen Situationen und bekommen Kraft aus dem Vertrauen, dass nichts verloren ist. Es ist trotzdem traurig!! Ihnen und Ihrem Mann ganz viel Kraft!!“

Und Martin fügte hinzu „The heavens opened ...“

Eine Gemeinschaft war entstanden, die in der Trauer mitträgt. Auf Facebook.

Ein anders Beispiel: Auf Twitter gibt es jeden Abend eine twomplet. Ein Abendgebet nach der Form einer Komplet, des klösterlichen Stundengebets zur Nacht und das aufgeteilt in einzelne Teile, Tweets. Wer mitbetet, setzt sich mit seinem smartphone hin, zündet vielleicht eine Kerze an. Liest die einzelnen Teile mit, laut oder leise. Und beteiligt sich durch favorisieren der Tweets, retweeten oder eigene Beiträge. Eine offene und ökumenische Gebetsgemeinschaft, mit dem Klosterbruder aus Düsseldorf, der Webdesignerin aus Erfurt, dem Stundeten aus Berlin und der Hausfrau aus München. Und vielen anderen, die nur mitlesen. Via Twitter.

Ich bin mir sicher, da ist Gott dabei.

Dadurch verändert sich nichts in der kohlenstofflichen Welt. Aber trotzdem ist diese Kommunikation und Gemeinschaft in den Social Media real, weil sie von realen, lebenden Menschen betrieben wird. Und das Miteinander ist dabei auch nicht virtuell sondern wahrhaftig. Weil da eben Menschen vor ihren Geräten sitzen und dabei sind. Nicht Maschinen.

7. Die Rechte wahren

Als vorletztes eine Bemerkung zu Recht und Gesetz. In der Internetkonzeption der ELKB findet sich nach dem bereits zitierten Passus auch folgendes:

„Neben den Chancen birgt das Internet aber auch Gefahren und Risiken. Viele Menschen verlieren sich darin oder flüchten in Parallelwelten. Darum ist es wichtig, das Internet verantwortungsvoll zu nutzen. Die zunehmend ins Zentrum rückende Medienethik dient dafür als wichtige Hilfe.“

Es gehört zum Wesen von Kirche, dass sie – bildlich gesprochen – sich mit dem Himmel und mit der Hölle gut auskennt.

Vielleicht waren dem ein oder anderen meine Ausführungen bisher zu euphorisch. Das sind sie, weil mir ein Shitstrom allemal lieber ist als das Fehlen von Wehen des Heiligen Geistes.

Zu den Erfahrungen meiner Kirche gehört aber auch, dass – wer sich in den Social Media ein unkontrollierbaren Öffentlichkeit aussetzt – dass der auch angegriffen wird. Hass auf Kirche, Fanatismus und Hetze sind auch in den Social Media allgegenwärtig. Und so manchen Internet-Troll mußten wir schon von unseren Seiten verbannen.

Das macht Arbeit, Ja. Und es ist lästig. Aber es ist eben auch das Geschäft.

Zudem kann gerade eine Kirche, die ihre Freiheit nicht aus sich selbst begründet, für andere zu Hort für Freiheit und Sicherheit werden. Konkret bedeutet das, dass wir in der Jugendarbeit Medienerziehung betreiben. Dass wir Kinder und

Jugendliche stärken und begleiten. In Programmen wie „Seitenstark“ oder mit dem Webcheck der evangelischen Jugend Bayern.

Dass wir Ausgrenzung ächten. Und für Toleranz und das Miteinander auch der Religionen eintreten.

Gerade in der Zusammenarbeit mit islamischen Geistlichen wie dem Penzberger Imam Benjamin Idriz ist das wichtig. Gerade auch auf Facebook.

Nein Social Media sind nicht das Paradies der Kommunikation. Die Hölle aber auch nicht. So wie die Welt eben ist.

Ich komme zum Schluß

8. Social Media verändert und macht glücklich

Ein InternetKollege aus dem Rheinland begann neulich seinen Vortrag so

Über Social Media reden kann man. Endlos. Das wollen wir heute und hier aber bestimmt nicht machen.

Social Media angucken mit netten Folien und Webseiten kann man auch. Endlos.

Wann immer ich in kirchlichem Kontext über das Thema rede ist die Aussage zu vernehmen: „Das sollen wir jetzt auch noch machen!“

Vorzusingen nach einer Weise Davids als er sich eine neue Zwillie bauen sollte.

Die Melodie brauche ich ihnen nicht vorzusingen. Sie alle könnten mitsingen: Das Lied der Klage über Arbeitsmehrbelastung:

"Erhebe dich, Gott, über den Himmel" Möchte man mit Worten des 56 Psalms rufen: Und weiter: „Sie haben meinen Schritten ein Netz (!) gestellt und meine Seele gebeugt“ so in etwa könnte der kirchliche Klagetext zur Melodie lauten. [Zitat Ende.]

Wenn Sie schon mit Social Media zu tun haben, kennen sie das.

Wenn Sie zu diesen klagenden Menschen gehören und eh schon zu viel zu tun haben und nicht noch mehr Kanäle bespielen müssen wollen, vergessen Sie alles, was ich ihnen bisher gesagt habe.

Wenn Sie aber mutig und neugierig sind und daran glauben, dass Arbeit auch Spaß machen kann, können Facebook, Twitter und Co ihr Leben und Arbeiten bereichern und erfrischen.

Nicht, weil Sie dann endlich unendlich viele Katzenvideos posten können. Sondern weil ihre persönliche Mischung aus Meinung und Erleben, aus Fähigkeiten und Begabungen das was Sie tun und denken für andere zugänglich wird.

Ja, wir twittern mit Gott und den Menschen und haben Spaß von anderen zu erfahren, was sie bewegt und erfreut. Nichts anderes kann evangelische Kirche in der Welt sein. Und so ist sie.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.