

B e r i c h t

des Öffentlichkeitsausschusses

betr. Weitere Bearbeitung des Aktenstückes Nr. 4

Nienburg, 4. November 2020

I.**Auftrag**

Die 26. Landessynode hatte während ihrer I. Tagung in der 4. Sitzung am 22. Februar 2020 im Zusammenhang mit der Verhandlung über den Bericht des Landeskirchenamtes gemäß Artikel 58 Absatz 2 Nummer 9 der Kirchenverfassung betr. Lebendig, offen und vielfältig das Evangelium kommunizieren; Herausforderungen und Arbeitsschwerpunkte für die Jahre 2020 bis 2026 auf Antrag des Synodalen Dr. Hasselhorn folgenden Beschluss gefasst:

"Das Aktenstück Nr. 4 wird allen Ausschüssen der Landessynode zur Durchsicht überwiesen.

Die Ausschüsse werden um einen Bericht gegenüber dem Plenum gebeten, sofern eine Thematik aus ihrer Sicht der weiteren synodalen Umsetzung und Begleitung bedarf, damit die Landessynode einen entsprechenden Beratungsauftrag beschließen kann."

(Beschlussammlung der I. Tagung Nr. 2.13)

II.**Beratungsgang**

Der Öffentlichkeitsausschuss hat in den Monaten Mai bis November d. J. in fünf Sitzungen das Aktenstück Nr. 4 beraten. Die nachfolgend aufgeführten Handlungsfelder des Berichtes des Landeskirchenamtes wurden angesprochen und erfordern aus Sicht des Ausschusses eine weitere synodale Begleitung.

1. Transformationsfähigkeit

In den vergangenen Monaten, die durch die Corona-Pandemie geprägt waren, wurde einmal mehr deutlich, dass Menschen etwas von (ihrer) Kirche erwarten. Seit März d. J. haben in der Kirche Handelnde – ehrenamtlich wie beruflich Mitarbeitende – ungeheuer

flexibel und kreativ auf die neuartige, schwierige Situation und die Erwartungen der Menschen in ihrem Umfeld reagiert. Sie haben auf vielfältige Weise Kommunikation ermöglicht, wo sie durch Lockdown und notwendige Distanz erschwert wurde. Sie haben gezeigt, dass die Kirche etwas zu sagen hat, dass sie vielleicht nicht "systemrelevant", doch "existenzrelevant" ist und die gute Botschaft jetzt erst recht weitergegeben werden will. Es kam geradezu zu einer "Explosion" digitaler Kommunikation, was sich am Anstieg der Zugriffszahlen und an der Zunahme neuer Angebote und Accounts ablesen lässt (vgl. Nr. 2), und zwar in allen Bereichen kirchlicher Arbeit und auf allen Ebenen, zum Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, Verkündigung, Seelsorge, Beratung, Kontaktpflege, Stellungnahme u. a. m.

Aber auch diverse Formen analoger Kommunikation wie Telefonate, Zaungespräche und Postkarten u.a. wurden verstärkt genutzt und dabei viele kreative, neue Wege erdacht: Andachten auf der Wäscheleine, Telefonandachten, Predigt per Wurfsendung, Botschaften mit Straßenkreide und vieles mehr. Die Fülle ist hier gar nicht abbildbar. Jeder gewählte Weg, jedes Medium war und ist weiter wichtig, hatte und hat seine Berechtigung, ohne dass eine Priorisierung von außen vorzugeben ist.

Eine "grundsätzliche Einübung von Transformationsfähigkeit mit einer Haltung der Offenheit, der Neugierde und der Vielfalt", wie sie das Aktenstück Nr. 4 (vgl. S. 20) fordert, hat also mit aller Macht begonnen und nimmt weiter ihren Lauf. Die Landeskirche ist bereits mittendrin, Neues gemeinsam zu erproben, auf unterschiedlichste Weise und je nach den Bedürfnissen und Ressourcen vor Ort – allerdings nicht wie zu Jahresbeginn noch gedacht in kleinen Schritten, sondern in notwendig gewordenen großen.

Der Ausschuss nimmt auch wahr, dass es vielerorts nicht nur zu Aufbruchsstimmung, sondern auch zu Enttäuschungen, zu Wettbewerb und zu Konflikten gekommen ist. Nicht überall ist es gelungen, den Erwartungen und Erfordernissen zu entsprechen. Eine Studie "Kirche und Corona" im Kirchenkreis Melle-Georgsmarienhütte ermittelte, dass die Befragten der Kirche im Kirchenkreis die Schulnote befriedigend für ihren Umgang mit der Corona-Krise geben würden. Dabei haben Personen unter 18 Jahren der evangelischen Kirche eher eine helfende Rolle zugesprochen als ältere.¹

Das Ziel für die Landeskirche muss sein, am Ball zu bleiben, stärkend, mittendrin – nicht hintendran.

¹Prof. Dr. Torben Kuhlenkasper, Kirche und Corona Studie, Ev. Kirchenkreis Melle-Georgsmarienhütte, 2020

2. Digitale Kirche

Digitale Kirche ist eine Kirche, die digital kommuniziert. Digitale Kirche ist Community und gelebter Glaube online. Es wurde eine digitale Transformation in der Breite vollzogen, wie sie durch keine noch so durchdachte Digitalisierungsstrategie hätte erreicht werden können. Was die midi-Studie² für vier andere Landeskirchen bilanzierte, gilt ebenso für die Landeskirche Hannovers. Seit März gibt es einen nie dagewesenen Digitalisierungsschub. Dieser Schub fand nicht flächendeckend, nicht in gleicher Intensität und auch nicht immer in höchster Qualität statt. Aber er fand in Vielfalt, mit Herz und dem festen Willen statt, für die Menschen da zu sein.

Die erfolgte Digitalisierung lässt sich teilweise mit Zahlen belegen:

Auf der Ebene der Landeskirche wurden im Lockdown über Facebook und Instagram 170 000 bis 250 000 User wöchentlich erreicht. Das ist eine Verdoppelung der Zugriffszahlen.

Die Abrufzahlen von landeskirchlichen Videos hatten sich um 300 % erhöht:

- Die Videoreihe "Abendimpuls" mit Protagonisten aus ganz Niedersachsen hatte bis zu 2 500 Aufrufe (durchschnittlich 1 200).
- Die Videoreihe des Landesbischofs "Feste Zuversicht" mit bis zu drei Videos pro Woche hatte bis zu 10 000 Aufrufe (durchschnittlich 2 500).

Beide Reihen sind im Juni ausgelaufen.

- Die Online-Gottesdienste aus den Mitgliedskirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen erreichten sonntags durchschnittlich 6 000 Abrufe.

Auf den landeskirchlichen Social-Media-Kanälen fand gerade in der Zeit des Lockdowns verstärkt Interaktion statt. Es wurden nicht nur Informationen und geistliche Impulse gepostet, sondern Nutzer reagierten und wandten sich mit organisatorischen und seelsorgerlichen Anliegen vielfach an die Landeskirche.

Auf der Ebene der Kirchenkreise, Kirchengemeinden, Einrichtungen, Werke und Dienste sind seit März circa 300 neue Facebook-Accounts, 600 neue Instagram-Accounts und 250 neue YouTube-Accounts eröffnet worden. Auch hier wurden Social-Media-Kanäle verstärkt für eine Zwei-Wege-Kommunikation in Anspruch genommen. Außerdem nahm

²Daniel Hörsch, Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise. Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der Evangelischen Kirche in Deutschland, Evangelische Arbeitsstelle für missionarische Kirchenentwicklung und diakonische Profilbildung (midi), Berlin 2020

die klassische Internetarbeit zu: Die Inanspruchnahme von "wir-e" beispielsweise vervielfachte sich. Gab es vor der Pandemie weniger als zehn digitale Gottesdienste, Andachten, geistliche Impulse pro Wochenende, waren es während des Lockdowns zwischen 200 und 300 an jedem Wochenende über die gesamte Landeskirche verteilt.

Die Digitale Agentur der Evangelischen Medienarbeit (EMA) stellte hilfreiche digitale Werkzeuge zur Verfügung, die von allen Akteuren in allen Bereichen der Landeskirche kostenfrei und mit Unterstützung seitens der Mitarbeitenden der Digitalen Agentur genutzt werden konnten und weiterhin können:

- In "wir-e" und "max-e", Onlinesysteme, mit denen man einfache oder komplexere Internetpräsenzen selbst erstellt, können seit Ostern auch Live-Videos eingebunden werden.
- Mit Matomo können nun Zugriffe auf die eigenen max-e-Seiten datenschutzgemäß ausgeweitet werden.
- Unter den Herausforderungen in der Corona-Pandemie wurde "konferenz-e" engagiert weiterentwickelt und an die Gegebenheiten neu angepasst. Damit lassen sich datenschutzkonforme, kostenlose Videokonferenzen abhalten. Eine Webinarlösung für Schulungen – BigBlueButton (BBB) – wird derzeit in der EMA intensiv getestet.
- Ein elektronisches Anmeldesystem ermöglicht Voranmeldungen und Registrierungen von Besucherinnen und Besuchern für Gottesdienste und andere Veranstaltungen. Es wird in Hinblick auf Weihnachten noch einmal von größerer Bedeutung sein.
- Die Website "www.kirche-entdecken.de" mit ihren interaktiven Inhalten wurde in den Zeiten der Schulschließung für den Religionsunterricht signifikant stärker genutzt als zuvor.
- Das Instrument "newsletter-e" zum digitalen Versand von Newslettern wurde im Vergleich zum Vorjahr mehr als doppelt so oft bereitgestellt.
- Die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer sowie die Gesamtnutzung von "intern-e", z. B. beim Austausch und Bearbeiten vertraulicher Dokumente ist massiv gestiegen. Auch einige synodale Ausschüsse gehören nun zu den Nutzern.
- Das neue Angebot der Digitalen Sprechstunde zur Beratung bei der Anwendung der digitalen Systeme inklusive der großen Geduld der Redakteurinnen und Redakteure ist eine große Unterstützung, die den Ticketsupport ergänzt.

- Eine unschätzbare Hilfe während der Pandemie ist die Seite "Umgang mit dem Corona-Virus im kirchlichen Leben" mit den landeskirchlichen Handlungsempfehlungen.

Einige Angebote haben es über den eigenen Wirkungskreis zu regionaler und gar deutschlandweiter Bekanntheit gebracht. Im Februar 2020 wurde die evangelische Content Plattform yeet gegründet. Das Netzwerk unterstützt christliche Sinnfluencer, die ihren Glauben über die Sozialen Medien bei einer Zielgruppe von 14- bis 39-Jährigen ins Gespräch bringen. Dahinter steht eine Redaktion im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik gGmbH (GEP). Der Bezug zu evangelischer Verkündigung ist manchmal (ganz bewusst) lose, immer auch kritisch und lädt zum Mitdenken ein, will in der Breite aber vor allem christliche Inhalte verbreiten.

Vier der derzeit 20 Kanäle bei yeet werden von Akteuren der hannoverschen Landeskirche verantwortet und haben zwischen 100 und über 10 000 Follower: Aaron Albert (LateNightShow auf YouTube), Jule Grote und Elske Gödeke (@fluesterfragen auf Tellonym), Ellen und Steffi Radtke (AndersAmen auf YouTube), Chris Schlicht (@wyschkind) und Max Bode (@pynk_pstr_ploem, bei Instagram und TikTok). Reaktionen auf Videos von Anders Amen, die der Evangelische Kirchenfunk Niedersachsen/Bremen (ekn) produziert, zeigen das Potenzial, über digitale Angebote Gefühle von Bindung, persönlicher Sympathie und Gemeinschaft herzustellen. Ehepaar Radtkes YouTube Kanal ist ein Pionierprojekt für die gesamte Kirche; sie sehen darin die Möglichkeit für eine neue Form von Gemeinde. Seitens des Themenraums besteht der Wunsch, alle kirchlichen Social-Media-Akteurinnen und -Akteure der Landeskirche noch stärker untereinander zu vernetzen.

Vielerorts gab es einen Digitalisierungsschub, auf allen Ebenen und in allen Bereichen der Landeskirche. Deutlich ist aber auch geworden, dass die bisherigen Anstrengungen der EMA und ihrer Partner (kirchliche Medien u. a.) gerade jetzt engagiert fortgesetzt werden müssen. Es gilt, den Schwung der Zeit zu nutzen. Denn u. a. der Umfrage "12+1" zu "Erfahrungen in Corona-Zeiten" (Loccum) zufolge, wollen viele die digitale Kommunikation sowie gottesdienstliche Online-Formate erhalten.³

3. Mediale Präsenz

Die hannoversche Landeskirche war in den vergangenen neun Monaten in den etablierten Medien sehr präsent. Gerade im Frühjahr gab es 40 bis 60 % mehr Artikel über kirchliche

³12+1 Fragen – viele Antworten. Eine Umfrage zu Erfahrungen in Corona-Zeiten, Loccum 2020

Themen als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Die Artikel waren auch deutlich länger als in der Vergangenheit. Nie gab es so viele Anfragen seitens der Printmedien, Rundfunk und Fernsehen nach Interviews und Stellungnahmen, insbesondere auch zu ethischen Fragen. So standen kirchliche Pflegeheime mit ihrer Not im Fokus.

Die Kreativität von Kirche, mit den Menschen in Kontakt zu bleiben, Schülerinnen und Schüler zu unterstützen, Ferienprogramme daheim zu organisieren, Gottesdienste an ungewöhnlichen Orten zu feiern u. v. m. hat beeindruckt. Diakonie hat auf die durch Corona größere Notlage der ohnehin schon Benachteiligten aufmerksam gemacht und kreative Lösungen erarbeitet. Der Landesbischof und die Regionalbischöfin und Regionalbischöfe sowie andere Verantwortliche in Leitungsfunktionen traten verstärkt in den Medien auf. Es wurde nach Kirche gefragt, und Kirche hat sich gezeigt.

Neben Corona mit all seinen Folgen gab es weitere Themen, die für hohe Resonanz in den Medien sorgten: So der starke Rückgang der Mitgliederzahlen und die Stellungnahme des Landesbischofs zur Sterbehilfe.

Vor allem in überregionalen Medien stand der Vorwurf im Raum, dass Kirche bei den Menschen in Senioren- und Pflegeheimen sowie in Krankenhäusern nicht ausreichend seelsorgerlich präsent gewesen sei. Die Bischöfe der evangelischen und katholischen Kirche in Niedersachsen haben bei der Vorstellung einer gemeinsamen Erklärung im Oktober 2020 eingeräumt, dass die Kirchen während des ersten Lockdowns vielleicht an einigen Stellen zu zurückhaltend gewesen seien. Gleichzeitig hätten aber an vielen Stellen Pastorinnen und Pastoren, Pflegekräfte und Ehrenamtliche großen Einsatz gezeigt, um Seelsorge an kranken und sterbenden Menschen zu leisten.

4. Medienkompetenz von beruflichen wie ehrenamtlichen Mitarbeitenden

Es braucht im Hinblick auf die Nutzung digitaler Medien schnellstmöglich eine deutliche Verstärkung von Fortbildungsangeboten für beruflich und ehrenamtlich Tätige:

- In der Technik
- Im liturgisch-homiletischen Bereich, denn dieser gehorcht online anderen Regeln als im Gottesdienst etc. vor Ort
- Im redaktionellen Bereich
- Im Bereich Social Media – hier sowohl im Hinblick auf technisches Knowhow als auch Homiletik und Seelsorge

Es sollten sowohl Webinare als auch Schulungen in Realpräsenz stattfinden. Dabei müssen nicht alle Mitarbeitenden gleichermaßen zur digitalen Medienarbeit befähigt werden. Doch wer will, soll können.

5. Vernetzung von ehrenamtlichen und beruflichen Mitarbeitenden auf allen Ebenen der hannoverschen Landeskirche
6. Kontakt- und Informationsmöglichkeit kirchlicher Stellen und Angebote; Kommunikation mit den Kirchenmitgliedern
7. Ethik der Digitalisierung
8. Fundraising auf Kirchengemeinde- und Kirchenkreisebene
9. Präsenz von Religion und Kirche in Schule und Hochschule aus Sicht der Kommunikation

III.

Anträge

Der Öffentlichkeitsausschuss stellt daher folgende Anträge:

Die Landessynode wolle beschließen:

1. *Die Landessynode nimmt den Bericht des Öffentlichkeitsausschusses betr. Weitere Bearbeitung des Aktenstückes Nr. 4 (Aktenstück Nr. 4 B) zustimmend zur Kenntnis.*
2. *Die folgenden Fragen und Themenbereiche werden dem Öffentlichkeitsausschuss zur weiteren Beratung überwiesen.*
 - 2.1 *Wie lässt sich die Transformationsfähigkeit von Kirche im Blick auf Kommunikation weiterhin fördern? Wie kann die Landeskirche den Herausforderungen der jeweiligen Zeit und den Erwartungen der Menschen besser entsprechen, was die Kommunikation der Kirche mit ihnen angeht – analog wie digital? (vgl. 1., S. 2)*
 - 2.2 *Wie kann die Landeskirche den weiteren Ausbau der Digitalisierung in allen Bereichen fördern? (vgl. 2.4, S. 9 f) Wie lassen sich Onlinegemeinden denken und ggf. realisieren? (vgl. 2., S. 5 und 2.1, S. 6)*
 - 2.3 *Wie lässt sich eine positive mediale Präsenz von Kirche und Diakonie in den Medien und insbesondere den sozialen Medien ausbauen (vgl. 2.4, S. 9), und wie die Präsenz der Kirche mit evangelischen Positionen in den Medien erhalten und verstärken (vgl. 3.2, S. 12)?*
 - 2.4 *Es ist unerlässlich, die Medienkompetenz von ehrenamtlichen und beruflichen Mitarbeitenden zu erweitern. Wie kann dies baldmöglichst, effektiv und den Bedarfen der Mitarbeitenden entsprechend, geschehen? Welche Rolle kann dabei die Evangelische Medienarbeit (EMA) spielen und welche anderen Akteure sind zusätzlich denkbar?*

- 2.5 *Wie lassen sich ehrenamtliche und berufliche Mitarbeitende unter- und miteinander sowie durch die Ebenen der Landeskirche hindurch besser vernetzen? (vgl. 2.4, S. 10)*
- 2.6 *Wie ist eine bessere Erreichbarkeit und Kontaktmöglichkeit kirchlicher Stellen zu gewährleisten? Wie sind Informationsmöglichkeiten über kirchliche Angebote zu erleichtern? Und wie kann der Kontakt zu Kirchenmitgliedern intensiviert werden? (vgl. 2.4, S. 10)*
- 2.7 *Es gilt die Digitalisierung von Lebens- und Arbeitswelten auch kritisch zu reflektieren und an einer "Ethik der Digitalisierung" zu arbeiten (vgl. 2.4, S. 10)*
- 2.8 *Wie lässt sich Fundraising als zusätzliches Finanzierungsmodell auf Kirchengemeinde- und Kirchenkreisebene weiter ausbauen (4.2, S.16)?*
- 2.9 *Was kann kirchliche Öffentlichkeitsarbeit dazu beitragen, die Bedeutung von Religion und die Präsenz von Kirche an Schulen und Hochschulen zu stärken (vgl. 3.2, S. 12)? Der Öffentlichkeitsausschuss (federführend) und der Bildungsausschuss werden gebeten, diese Frage zu beraten.*

Der Landessynode ist dazu bei Bedarf zu berichten.

Schmid-Waßmuth
Vorsitzende