

Daniel Hörsch

DIGITALE VERKÜNDIGUNGS- FORMATE WÄHREND DER CORONA-KRISE.

Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der
Evangelischen Kirche in Deutschland

midì

INHALT

3 1. Vorwort

8 2. Die Ad-hoc-Studie im Kontext der
gegenwärtigen wissenschaftlichen
Begleitforschung zu den Auswirkungen der
Corona-Krise auf die Kirche

12 3. Zur Anlage der Studie

20 4. Empirische Ergebnisse

46 5. Einsichten – Fragehorizonte – Ausblick

58 6. Anhang: Fragebogen

64 Impressum

VORWORT

„Nun hat er es aber so angeordnet [Gott], daß seinem Evangelium, das für alle heilsnotwendig ist, kein Ort und keine Zeit vorgeschrieben würde, sondern daß es bei allen, zu jeder Zeit und an jedem Ort gepredigt würde.“ Martin Luther, *De servo Arbitrio* (Vom unfreien Willen) 1525.

Erstaunlicherweise hatte Martin Luther zu seiner Zeit bereits treffend beschrieben, was gegenwärtig die evangelische Kirche für sich in Anspruch nehmen darf: eine Verkündigung, für die keine Zeit und kein Ort vorgeschrieben ist – digitale Verkündigung.

Es ist sicher kein Zufall, dass die Einsicht von Luther von vor knapp 500 Jahren heute noch genauso bezeichnend den Zeitgeist umschreibt, in dem wir derzeit leben. Damals revolutionierte der Buchdruck die Welt, heute ist es die Digitalisierung.

Armin Nassehi beschreibt die gegenwärtige Gesellschaft zutreffend als eine „digitale Gesellschaft“¹, sind wir doch Zeitzeugen einer „Metamorphose der Welt“, wie dies Ulrich Beck kurz vor seinem plötzlichen Tod formuliert hatte: „Die Metamorphose der Welt ist mehr und etwas anderes als eine Transformation oder Evolution vom Geschlossenen zum Offenen, nämlich: eine epochale Veränderung der Weltbilder [...], die nicht durch Kriege, Gewalt oder imperiale Aggression bewirkt wird, sondern durch die Nebenfolgen von Modernisierungsschritten. [...] Sie ist eine Form der Veränderung der Formen menschlichen Daseins. Sie läutet das Zeitalter der Nebenfolgen ein und stellt unsere Art des In-der-Welt-Seins infrage.“²

Phänomenologisch wurde die Verwandlung der Welt bisher häufig als Transformation oder gesellschaftlicher Wandel charakterisiert. Metamorphose beschreibt allerdings einen tiefergehenden Prozess, den der Ver-Wandlung.

1 — Armin Nassehi: *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*. München 2019.

2 — Ulrich Beck: *Die Metamorphose der Welt*. Berlin 2017. S. 18, 35.

Die Welt entwickelt sich infolge der Nebenfolgen der Modernisierung ins phänomenologisch noch Unbestimmte. Mensch und Gesellschaft sind dabei sowohl Subjekte als auch Objekte der Metamorphose. Tobias Faix schreibt deshalb von der „Verwandlung der Kirche“³.

Die Covid-19-Pandemie hat gezeigt, dass die Kirche reformfähig und beweglich ist.

Ein Ausdruck dieser Beweglichkeit und Reformfähigkeit stellt die Vielzahl an digitalen Verkündigungsformaten während der Corona-Krise dar. Ad-hoc aus der Not geboren und auf die Beine gestellt, wurden sie vom 13. März bis Pfingsten zur „neuen Normalität“ in außergewöhnlichen Zeiten.

Das EKD-Kirchenamt beauftragte die Evangelische Arbeitsstelle für missionarische Kirchenentwicklung und diakonische Profilbildung (midi) Ende April mit dieser Studie, die die digitalen Verkündigungsformate während der Corona-Krise untersucht.

Mit der nun vorliegenden Auswertung der Ad-hoc-Studie werden die empirischen Ergebnisse dieser Erhebung (Kap. 4) und deren Anlage (Kap. 3) vorgestellt sowie Einsichten, Fragestellungen und Ausblicke gegeben, die sich aus der Interpretation der empirischen Ergebnisse für die evangelische Kirche und ihre kirchliche Praxis ergeben (Kap. 5).

DANKSAGUNGEN

Ein solch ambitioniertes Vorhaben, wie eine Ad-hoc-Studie innerhalb von sechs Wochen zu Ergebnissen zu führen, wäre ohne die Unterstützung Vieler nicht möglich gewesen.

Deshalb gilt der Dank zunächst dem Kollegium der Ev. Arbeitsstelle midi, vor allem Louisa Winkler, die die Programmierung des Fragebogens und die gestalterische Umsetzung verantwortete. Den Kollegen Hans-Hermann Pompe, Dr. Tobias Kirchhof und Dr. Ingolf Hübner

3 — <http://tobiasfaix.de/2020/06/digitale-kirche-in-zeiten-von-corona-oder-die-chance-wenn-nichts-wieder-so-wird-wie-es-mal-war/>, abgerufen am 9.6.2020.

für die wegweisenden praktisch-theologischen Schlussfolgerungen sowie dem Direktor Dr. Klaus Douglass, der fürsorglich-seelsorgerlich die zeitintensive Arbeit des Autors begleitete.

Der Dank gilt auch dem EKD-Kirchenamt, insbesondere Oberkirchenrat Dr. Johannes Wischmeyer für die enge kollegiale Abstimmung in allen Phasen der Erhebung sowie der Pressestelle des Kirchenamtes und der Stabsstelle Digitalisierung der EKD.

Herzlich danken wir auch dem Direktor des Sozialwissenschaftlichen Institut der EKD (SI), Prof. Dr. Georg Lämmlin, für den kollegialen und zugleich konstruktiv-kritischen Austausch in der Konzeptionsphase der Studie und ebenso Prof. Dr. Birgit Weyel von der Theologischen Fakultät der Universität Tübingen.

Der Dank gilt auch Stephan Born vom Gemeinschaftswerk der Ev. Publizistik gGmbH (GEP), der freundlicherweise die Daten aus der Medienanalyse zu den Fernsehgottesdiensten während der Corona-Krise zur Verfügung gestellt hat.

Eine Studie hängt wesentlich von der Response der Befragten ab. Deshalb gilt unser besonderer Dank den Landeskirchen Kurhessen-Waldeck, Mitteldeutschland, Württemberg und der Nordkirche, die als repräsentative Stichprobe für die Erhebung zur Verfügung standen. Insbesondere gilt der Dank den Dekanen und Dekaninnen, Superintendent*innen, Präpst*innen und Prälat*innen sowie allen Gemeinden und Trägern, die sich in der Kürze des Erhebungszeitraums die Mühe gemacht haben, an der Erhebung teilzunehmen.



Presse zur Studie

Die Ergebnisse der midi-Studie wurden in den Medien breit rezipiert. Artikel, TV- und Rundfunkbeiträge finden Sie verlinkt unter:

mi-di.de/presse

Daniel Hörsch

Evangelische Arbeitsstelle midi

Berlin im August 2020 (2. Auflage)



2. DIE AD-HOC-STUDIE IM KONTEXT

der gegenwärtigen wissenschaftlichen
Begleitforschung zu den Auswirkungen
der Corona-Krise auf die Kirche

Mit der Ad-hoc-Studie wurde in gewisser Hinsicht „Neuland“ beschritten, da für die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) bisher noch keine valide Erhebung zu den Auswirkungen der Corona-Krise auf die Kirche insgesamt resp. auf digitale Verkündigungsformate im Besonderen vorliegen.

Das Sozialwissenschaftliche Institut der EKD (SI) war vor Ostern an COSMO beteiligt, das COVID-19 Snapshot Monitoring, das wöchentlich Querschnittsdaten von ca. 1.000 Personen erhebt. Neben Fragen zum Umgang mit den Schutzmaßnahmen, zur Risikowahrnehmung oder auch der psychologischen Lage wurden in einer Untersuchungswelle aufgrund der Kooperation mit dem SI auch Daten zu sozialen und religiösen Aspekten ermittelt. COSMO ist ein Gemeinschaftsprojekt zwischen der Universität Erfurt, dem Robert Koch-Institut, dem Leibniz-Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation, dem Science Media Center, dem Bernhard Nocht Institute for Tropical Medicine sowie dem Yale Institute for Global Health. In der siebten Erhebungswelle vom 14.-15. April 2020 waren zudem das SI sowie das PEPP-PT (Projekt zur Corona-Virus-Tracing-App) beteiligt.

„Beim COSMO-Monitor wurden in der letzten Erhebungswelle auch soziale und religiöse Aspekte rund um das diesjährige Osterfest abgefragt. Es zeigt sich, dass zu Ostern das Zusammensein mit der Familie eine prägende Rolle spielt: Knapp zwei Dritteln (63 %) aller Befragten fehlte das persönliche Zusammensein in der Familie während der Osterfeiertage, bei den Kirchengehörigen ist der Anteil noch höher (Evangelische 70,8 %, Katholische 69,7 %). Das Fehlen der familiären Nähe konnte für gut die Hälfte aller Befragten durch digitale Kommunikationsmöglichkeiten wie Chat und Videotelefonie ausgeglichen werden

(insgesamt 52,3 %).“¹

Darüber hinaus ist das SI der EKD an der Forschungsgemeinschaft CONTOC (Churches Online in Times of Corona) beteiligt, eine internationale und ökumenische Forschungsgemeinschaft, die die kirchliche Arbeit in den corona-bedingten Krisenzeiten untersucht. Die Studie erhebt die Erfahrungen der Seelsorger*innen und Pfarrer*innen im Umgang mit den Herausforderungen während der Corona-Krise in ihren Gemeinden und die von ihnen genutzten digitalen Möglichkeiten. Erste Ergebnisse werden im Herbst 2020 veröffentlicht.²

Schließlich bereitet das SI der EKD gegenwärtig das Zweite Kirchenbarometer vor, bei dem repräsentativ in einer Stichprobe Gemeinden in der EKD befragt werden, unter anderem auch mit einem separaten Erhebungsbogen zur Digitalität.

Die Evangelischen Landeskirchen in Württemberg und Baden führen derzeit eine Online-Erhebung durch, die dezidiert die Nutzerperspektive bei digitalen Gottesdiensten während der Corona-Krise in den Blick nimmt.³

Eine erweiterte Studie auf der Grundlage desselben Fragebogendesigns der Ev. Kirche im Rheinland und der Ev. Kirche in Hessen und Nassau wurde Ende Juli abgeschlossen.⁴

Auch die Evangelische Kirche in Mitteldeutschland befragt ihre Kirchenmitglieder zu digitalen Gottesdiensten, wobei der Fragehorizont hier die „EKM und die Corona-Krise“ ist.⁵

Birgit Weyel plant eine explorative Erhebung im Rahmen der Digitalisierungsstrategie der Evangelischen Landeskirche in Württemberg zur Pastoraltheologie im Netz.

Das Vienna Center for Electoral Research der Universität Wien hat die Religiosität in Zeiten der Corona-Krise in den Fokus genommen. Insbesondere geht es der Frage nach, welche Rolle

1 — <https://www.siekd.de/beitrag-der-kirche-in-corona-zeiten-cosmo-befragungsergebnisse-zu-ostern/>, abgerufen am 9.6.2020.

2 — <https://www.siekd.de/contoc-befragung-corona-krise/>, abgerufen am 9.6.2020.

3 — <https://www.elk-wue.de/news/2020/22052020-umfrage-zu-online-gottesdiensten>, abgerufen am 9.6.2020.

4 — <https://news.ekir.de/inhalt/umfrage-zu-online-gottesdiensten/>, abgerufen am 17.8.2020.

5 — <https://www.ekmd.de/aktuell/corona/umfrage-der-ekm-zur-corona-krise/>, abgerufen am 17.8.2020.

der Glaube für die Menschen im Zuge der Krisenbewältigung hat und wie er sich auf ihr Wohlbefinden sowie auf Einstellungen gegenüber der Politik und der Gesellschaft auswirkt. Um diesen Fragen nachzugehen, werden Daten aus der Corona-Panelumfrage der Universität Wien (Welle 5) und dem Social Survey Österreich (SSÖ) präsentiert.⁶

Das Institut für interdisziplinäre Forschung der Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft e.V. (FEST) konzipiert derzeit eine semiotische Auswertung von digitalen Verkündigungsformaten.

Die Initiative GottDigital hat die Online-Erhebung durchgeführt „Was nun Kirche? Analog, digital hybrid“, deren Ergebnisse in die vorliegende Ad-hoc-Studie einfließen.⁷

Ebenfalls Berücksichtigung fanden die Ergebnisse der Auswertung des YouTube-Kanals der Nordkirche⁸ und die ersten empirischen Auswertungen von Selina Fucker mit Blick auf kirchliche Aktivitäten im Digitalen.⁹

Die Vielzahl an bereits laufender Begleitforschung zeigt: Es besteht ein hohes Interesse, die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Kirche und die kirchliche Praxis zu erfassen. Die vorliegende Ad-hoc-Studie nimmt dabei die Anbieterperspektive, also die Gemeinden und Träger digitaler Verkündigungsformate in den Blick.

Sicher gibt es noch eine Vielzahl an Studien, die derzeit noch konzipiert oder erhoben werden. Interessant dürfte sein, welche Schlussfolgerungen aus den gegenwärtigen Studien und deren Ergebnissen gezogen werden für die 6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung der EKD und welche darüber hinausgehenden Studien es lohnt, in naher Zukunft anzugehen.

6 — <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog-53-religiositaet-in-zeiten-der-corona-krise/>, abgerufen am 9.6.2020.

7 — Ergebnisse der Online-Umfrage „Was nun, Kirche?“ Analog, digital, hybrid. Mai 2020. https://gottdigital.de/wp-content/uploads/2020/05/GOTT-DIGITAL_Pr%C3%A4sentation_Was-nun-Kirche-ErgebnisseUmfrage.pdf, abgerufen am 9.6.2020.

8 — #Digitale Nordkirche. Statistische Daten. Zeitraum 15. März bis 25. Mai 2020. Youtube-Kanal der Nordkirche. Hrsg. vom Amt für Öffentlichkeitsarbeit der Ev.-Lutherischen Kirche in Norddeutschland.

9 — Selina Fucker: Digitale Gottesdienste: Lohnt sich das Streamen? <https://eulemagazin.de/digitale-gottesdienste-lohnt-sich-das-streamen/>, abgerufen am 9.6.2020.

3. ZUR ANLAGE DER STUDIE

- 3.1. Projektverlauf
- 3.2. Fragebogen
- 3.3. Feldphase
- 3.4. Rücklauf

3.1. ZUM PROJEKTVERLAUF

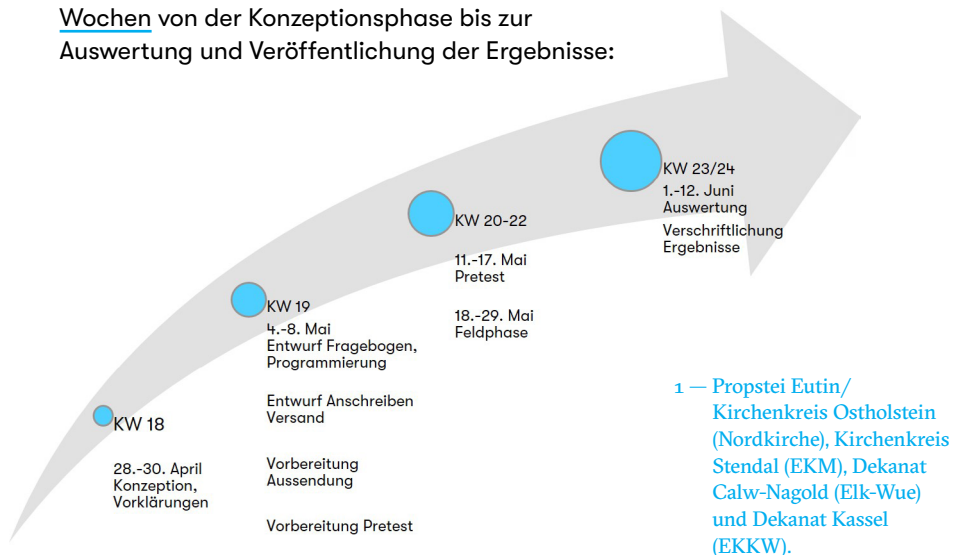
Ende April wurde die Arbeitsstelle midi seitens des EKD-Kirchenamtes angefragt, ob es möglich wäre, die disruptive digitale Transformation, die während der Corona-Krise in der Kirche Einzug gehalten hatte, empirisch anhand der digitalen Verkündigungsformate zu erforschen und zeitnah erste Ergebnisse zu präsentieren.

Während der Corona-Krise war eine Vielzahl an digitalen Aufbrüchen feststellbar, allerdings noch keine wissenschaftliche Begleitforschung dazu auszumachen. In gewisser Hinsicht beschritt midi mit der Ad-hoc-Studie deshalb „Neuland“, allzumal der Untersuchungsgegenstand die Breite der Verkündigungsformate abdecken sollte.

Unter digitalen Verkündigungsformaten wurden deshalb gefasst:

- Gottesdienste, die digital angeboten wurden. Darunter fielen Formate, die sowohl live ausgestrahlt wurden wie auch Formate, die aufgezeichnet und zeitversetzt angeboten wurden, was in derselben Weise auch für
- Andachten galt, die digital angeboten wurden.
- Andachtsähnliche Formate, die digital angeboten wurden, und die sich dadurch von den digitalen Andachten unterschieden, dass sie eher einen Impulscharakter hatten und ohne eine liturgische Rahmung auskamen.

Insgesamt umfasste die Projektphase sechs Wochen von der Konzeptionsphase bis zur Auswertung und Veröffentlichung der Ergebnisse:



In den ersten zwei Wochen (28.4.-8.5.) wurde das Projekt skizziert, die Forschungsliteratur und zurückliegende Studien zur Digitalität von Kirche gesichtet und ausgewertet, Vorklärungen hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes vorgenommen sowie der Fragebogen entwickelt, programmiert und die Feldphase vorbereitet.

Der Fragebogen wurde einem Pretest unterzogen, wozu vier Kirchenkreise in den vier Landeskirchen ausgewählt wurden, die freundlicherweise bereit waren, kurzfristig daran teilzunehmen (11.-17.5.).¹ Von möglichen 103 Gemeinden/Trägern in diesen vier Kirchenkreisen haben 67 die Umfrage aufgerufen (65 %), 36 (35 %) haben die Umfrage beantwortet (Response).

Die Auswertung des Pretests ergab, dass eine Gabelfunktion im Fragebogen zu Beginn geboten schien, bei der die Teilnehmenden anzugeben hatten, ob sie digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise angeboten

haben oder nicht. Verneinten sie dies in der Feldphase, wurden sie direkt zum Ende des Fragebogens weitergeleitet. Auch zeigte der Pretest erste Trends, die sich in der Feldphase weitgehend bestätigen sollten.

2 — Siehe Anhang (Kap. 6)

3.2. DER FRAGEBOGEN²

Um die disruptive digitale Transformation bei Verkündigungsformaten in den Blick zu bekommen, wurde sowohl nach digitalen Verkündigungsformaten vor der Covid-19-Pandemie als auch nach digitalen Verkündigungsformaten während der Corona-Krise gefragt und zudem, ob diese nach dem Lockdown fortgeführt werden.

Ziel war es, herauszufinden, ob ein Digitalisierungsschub stattgefunden hat, ob dieser nachhaltig war und ob ein Wandel hin zu hybriden Formaten der Verkündigung zu erwarten ist.

In einem ersten Block wurden allgemeine Angaben zur Gemeinde bzw. zum Träger erfragt, die digitale Verkündigungsformate anboten. Hierunter fielen die Zuordnung zu einem Kirchenkreis und zu einer Landeskirche und die Angaben zur Gemeindegliederzahl, die Frage nach der durchschnittlichen Gottesdienstbesucherzahl an einem Sonntag vor der Covid-19-Pandemie und die Angaben zu digitalen Verkündigungsformaten, sollten diese schon vor der Corona-Krise angeboten worden sein.

In einem zweiten Block wurden detaillierte Angaben zu den digitalen Verkündigungsformaten während der Corona-Krise erfragt, jeweils nach Art der Verkündigungsformate. Dies beinhaltete auch die Abfrage nach der durchschnittlichen Reichweite der jeweiligen Formate, bezogen auf einen normalen Sonntag und darüber hinaus ausdifferenziert nach Karwoche und Ostern.

Weitere Fragekomplexe waren:

Interaktionen/Beteiligungen

Hier interessierte, ob ein Mitsingen, Mitbeten, ein Feedback, ein Live-Chat und das Einbringen von Gebetsanliegen möglich waren.

Subjektive Einschätzung

zur Wahrnehmung der digitalen Verkündigungsformate. Da es sich um eine Studie handelt, die die Anbieterperspektive beleuchtet, sollte wenigstens die subjektive Einschätzung der Teilnehmenden erste Aufschlüsse zur Nutzung der digitalen Verkündigungsformate geben.

Produktion/Ressourcen

Im Vordergrund stand die Frage, wer die digitalen Verkündigungsformate initiiert hatte, ob diese on demand oder live angeboten wurden, ob ein Team aus der Gemeinde bzw. auch Menschen mit praktischen Erfahrungshintergründen bezüglich Digitalität beteiligt waren.

Ferner wurden zeitliche Ressourcen erfragt, sowohl mit Blick auf die inhaltliche und technische Vorbereitung als auch auf die technische Durchführung.

Schließlich galt das Interesse den Logiken der Digitalität und der Frage zum einen nach den finanziellen Ressourcen, die eventuell zusätzlich eingesetzt wurden, und zum anderen nach einer möglichen institutionellen Unterstützung durch den Kirchenkreis resp. die Landeskirche.

Auf eine Abfrage von Metadaten zu den einzelnen digitalen Plattformen und Medien wurde bewusst verzichtet, um die Erhebung niederschwellig zu halten und eine hohe Response zu erhalten.

Der Fragebogen umfasste 87 Items. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit des Fragebogens betrug 15 Minuten. Der Fragebogen wurde als Online-Erhebung programmiert.

3.3. DIE FELDPHASE

In der Konzeptionsphase wurde die Frage intensiv erörtert, auf welchen Wegen am ehesten digitale Verkündigungsformate erhoben werden können. Auf der Hand lag, dass hierfür in erste Linie die Gemeinden der vier Landeskirchen befragt werden sollen, also die Anbieter digitaler Verkündigungsformate. In Anbetracht der Kürze des Projektverlaufs bot sich an, die Mittlere Ebene, also Kirchenkreise und Dekanate, als Multiplikatoren zu nutzen.³

Insgesamt wurden für die Erhebung 116 Kirchenkreise/Dekanate über den midi-Verteiler „Mittlere Ebene“ direkt angeschrieben und zur Teilnahme eingeladen, mit der herzlichen Bitte verbunden, die Erhebung in ihren Gemeinden und Kontexten weiterzuleiten:

— EKM	37 Kirchenkreise
— EKKW	20 Dekanate
— Elk-Wue	46 Kirchenbezirke
— Nordkirche	13 Kirchenkreise

Darüber hinaus wurden die Landeskirchenämter/-leitungen sowie die Missionarischen Dienste und Digitalisierungsbeauftragten, Pressestellen, Erprobungsräume u.a. mit in die Erhebung einbezogen.

Da auch davon auszugehen war, dass digitale Verkündigungsformate von anderen Trägern als der Gemeinde angeboten wurden, wurde explizit darum gebeten, den Link zur Erhebung auch an Werke, Dienste, Einrichtungen (Jugendarbeit, Seniorenarbeit usw.) sowie an

3 — Die Nordkirche hat erfreulicherweise die Erhebung parallel zum Versand durch midi an ihre Gemeinden zusätzlich versandt, versehen mit einem Anschreiben der Landesbischöfin.

Einzelpersonen und andere Träger (Blogger*innen, FreshX usw.) weiterzuleiten.

Wie sich zeigen sollte, haben überwiegend Gemeinden an der Erhebung teilgenommen (85 %). Dezierte Angaben zu digitalen Verkündigungsformaten auf Kirchenkreisebene machten 9 %, bei anderen Trägern 6 %.

Die Feldphase fiel in die beiden Wochen vor Pfingsten (18.-29. Mai). Der Covid-19-

Pandemie ist es sicher geschuldet, dass nur vereinzelt zurückgemeldet wurde, dass der Zeitpunkt der Erhebung ungünstig gewesen sei.

Wie schon in der Pretest-Phase gaben die Teilnehmenden mehrheitlich in der Kommentarfunktion zur Umfrage an, ein hohes Interesse an den Ergebnissen der Studie zu haben und auch die Studie selbst als Wertschätzung zu empfinden.

3.4. RÜCKLAUF

Bis zum 29. Mai 2020 waren insgesamt 1464 Rückmeldungen eingegangen.⁴ 897 Rückmeldungen können als Response i.S. eines Abschießens des Fragebogens gewertet werden (61.3 %). Bei den so genannten Non-Response-Fällen (567) wurde lediglich der Fragebogen aufgerufen, allerdings nicht abgeschickt. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von Selbstselektion aufgrund der Freiwilligkeit einerseits und der digitalen Verfügbarkeit des Erhebungsbogens andererseits. Von diesen 897 Rückmeldungen gaben 729 an, während der Corona-Krise digitale Verkündigungsformate angeboten zu haben (81 %).⁵ 168 gaben an, dass dies nicht der Fall war (19 %). Die Grundlage der vorliegenden Auswertung waren somit 729 Rückmeldungen (49,8 % des gesamten Rücklaufs).

4 — Bei diesen Rückmeldungen sind auch die 67 Aufrufe aus der Pretest-Phase berücksichtigt.

5 — Bei diesen Rückmeldungen sind auch die 36 Rückmeldungen aus der Pretest-Phase berücksichtigt.

Ziel der Ad-hoc-Studie war es, wenn möglich valide Ergebnisse einer repräsentativen Stichprobe für die EKD zu erhalten. Aus diesem Grund wurden vier Landeskirchen ausgewählt, die zum einen miteinander vergleichbar sind mit Blick auf die Gemeindegliederzahl: EKKW/EKM und Nordkirche/Elk-Wue. Zudem sollte berücksichtigt sein Nord/Süd, Ost/West. Für die Frage etwa des digitalen Abendmahls schien es außerdem interessant, die unterschiedlichen gliedkirchlichen Zusammenschlüsse UEK und VELKD resp. hybride Zugehörigkeiten zu berücksichtigen.

Die 4 Landeskirchen umfassen 116 Kirchenkreise/Dekanate (22 % aller Kirchenkreise und Dekanate innerhalb der EKD). Insgesamt waren 4820 potentiell zu erreichende Gemeinden im Blick (29 % aller Gemeinden in der EKD).

Mit Blick auf die Response von 729 Rückmeldungen kann konstatiert werden, dass die Ad-hoc-Studie 15,1 % der potentiell zu erreichenden Gemeinden abdeckt (4,4 % aller Gemeinden der EKD) und von den 116 Kirchenkreisen 81 % erreicht wurden (18,4 % aller Kirchenkreise und Dekanate der EKD).

KK	Ges.	Resp. KK	Resp. KK in %
EKKW	20	11	55,0
EKM	37	27	73,0
Elk-Wue	46	44	95,7
Nordkirche	13	13	100,0
Gesamt	116	95	81,0

Mit der Ad-hoc-Studie liegt nun erstmals eine repräsentative Stichprobe zur disruptiven digitalen Transformation bei Verkündigungsformaten für die Evangelische Kirche in Deutschland vor.

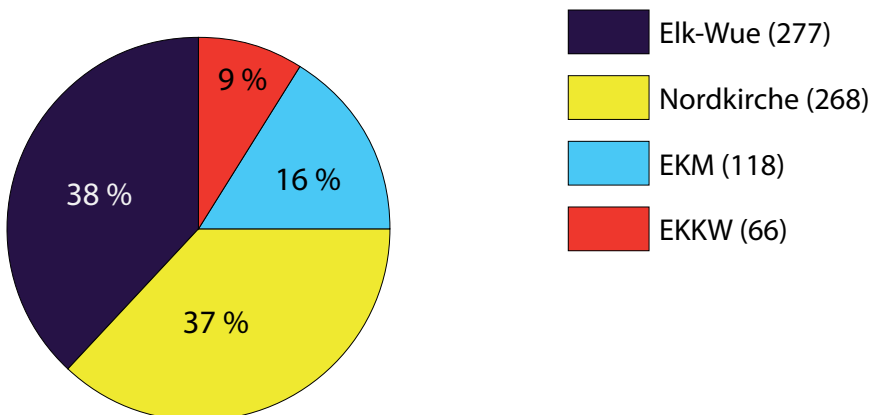
4. EMPIRISCHE ERGEBNISSE

- 4.1 Allgemeine Befunde
- 4.2 Nachhaltiger Digitalisierungsschub
- 4.3 Vielfalt der digitalen Verkündigungsformate
- 4.4 Ausdifferenzierung der Plattformen und Medien
- 4.5 Nachfrage-Boom: Enorme Reichweite(n)
- 4.6 Gehversuche in den Logiken der Digitalität:
Interaktivität und Beteiligung
- 4.7 Digitale Verkündigungsformate als Team-
leistung
- 4.8 Professionalisierungsschub und Ressourcen-
frage(n)
- 4.9 Erste Trends mit Blick auf die Nutzer

4.1 ALLGEMEINE BEFUNDE

Mit Blick auf die Grundgesamtheit von 729 Rückmeldungen, die angaben, dass sie digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise angeboten haben, entfallen 2/3 auf die Nordkirche und die Evangelische Landeskirche in Württemberg, 1/3 auf die beiden Landeskirchen in Kurhessen-Waldeck (EKKW) und in Mitteldeutschland (EKM).

Haben Sie während der Corona-Krise digitale Verkündigungsformate angeboten / produziert?
(Bezogen auf die Landeskirchen in %)



In der EKKW haben somit 7,4 % der Gemeinden an der Erhebung teilgenommen, in der EKM 6,4 %, in der Nordkirche 24,3 % und in Württemberg 22,3 %.

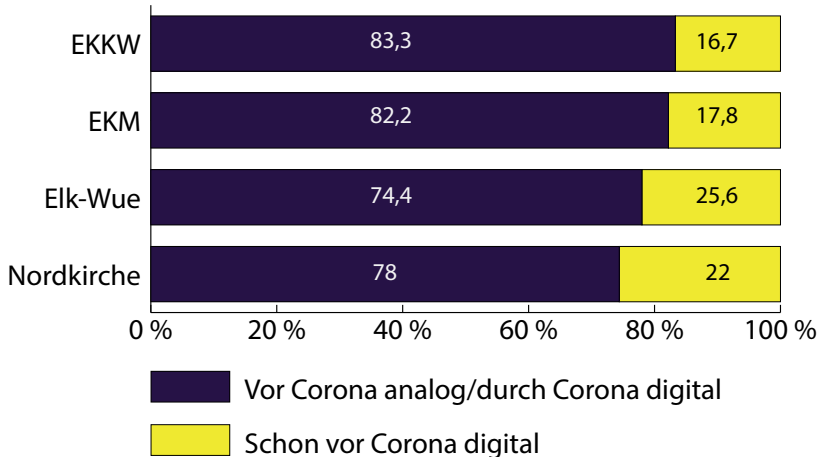
Ein Interesse der Ad-hoc-Studie war, ein „ehrliches Bild“ über den zu vermutenden digitalen Schub bei Verkündigungsformaten zu erhalten. Der Rücklauf zeigt, dass nur selten „keine Angabe“ gemacht wurde. Zudem ist feststellbar, dass beispielsweise die Angaben zur durchschnittlichen Gottesdienstbesucherzahl an einem Sonntag vor der Corona-Krise durchweg ehrlich beantwortet wurde. Schließlich zeichnen sich viele Angaben durch eine Gewissenhaftigkeit und Vollständigkeit aus, die bei quantitativen Erhebungen selten ist.

4.2 NACHHALTIGER DIGITALISIERUNGSSCHUB

Die Corona-Krise hat in der evangelischen Kirche einen Digitalisierungsschub ausgelöst: 78 % der Teilnehmenden gaben an, dass sie vor der Corona-Krise keine digitalen Verkündigungsformate angeboten hatten und dies durch die Corona-Krise getan haben.

Mit Blick auf die Landeskirchen ist dabei festzustellen, dass in Württemberg bereits 1/4 der Teilnehmenden digitale Verkündigungsformate angeboten hatten, in der Nordkirche deutlich über 20 %, in der EKKW 16,7 % und EKM 17,8 %. Hier machen sich sicherlich auch die unterschiedlichen Geschwindigkeiten in der Umsetzung entsprechender landeskirchlicher Digitalisierungsstrategien bemerkbar.

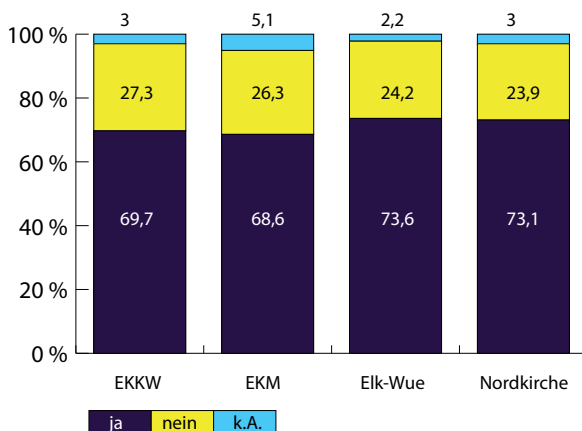
Frage nach dem Digitalisierungsschub während der Corona-Krise nach Landeskirchen (in %)



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.

Der Digitalisierungsschub in der evangelischen Kirche ist – so eines der zentralen Ergebnisse der Ad-hoc-Studie – nachhaltiger Natur: zum einen gaben 72 % der Teilnehmenden an, nach dem Lockdown die digitalen Verkündigungsformate fortzuführen. Zum anderen gaben 75 % der Teilnehmenden an, dies zu tun, obgleich sie vor der Covid-19-Pandemie keine digitalen Verkündigungsformate angeboten hatten. In Anbetracht dieser Ergebnisse ist damit zu rechnen, dass künftig vermehrt hybride Formate der Verkündigung angeboten werden.

Frage nach der Fortführung digitaler Verkündigungsformate nach dem Lockdown nach Landeskirchen (in %)

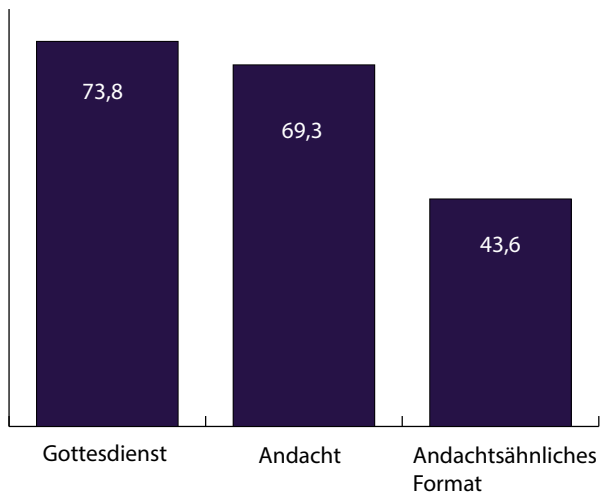


Blickt man auf die Landeskirchen, so ist festzustellen, dass 2/3 der Teilnehmenden in den jeweiligen vier Landeskirchen die digitalen Verkündigungsformate fortführen wollen, also in allen vier Landeskirchen mit hybriden Formaten der Verkündigung zu rechnen sein wird.

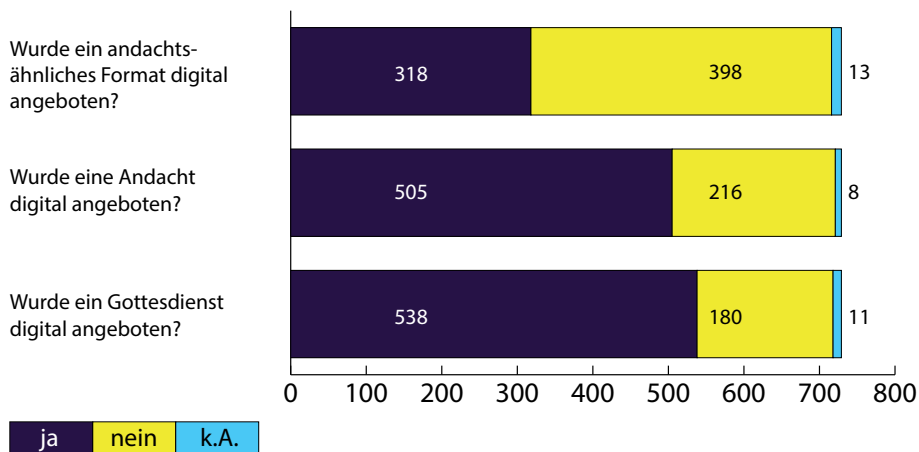
4.3 VIELFALT DER DIGITALEN VERKÜNDIGUNGSFORMATE

Betrachtet man die unterschiedlichen digitalen Verkündigungsformate, die abgefragt wurden, so fällt auf, dass zwar mit Abstand am häufigsten angegeben wurde, dass ein Gottesdienst digital angeboten wurde (73,8 %), gefolgt von der digitalen Andacht (69,3 %) und dem andachtsähnlichen Format (43,6 %). In absoluten Zahlen überwiegen allerdings die digitale Andacht und das digitale andachtsähnliche Format, die zusammen 60 % der digitalen Verkündigungsformate ausmachen.

Wurde ein digitales Angebot während der Corona-Krise angeboten / produziert? (in %)



Art der digitalen Verkündigungsformate während der Corona-Krise (in absoluten Zahlen)

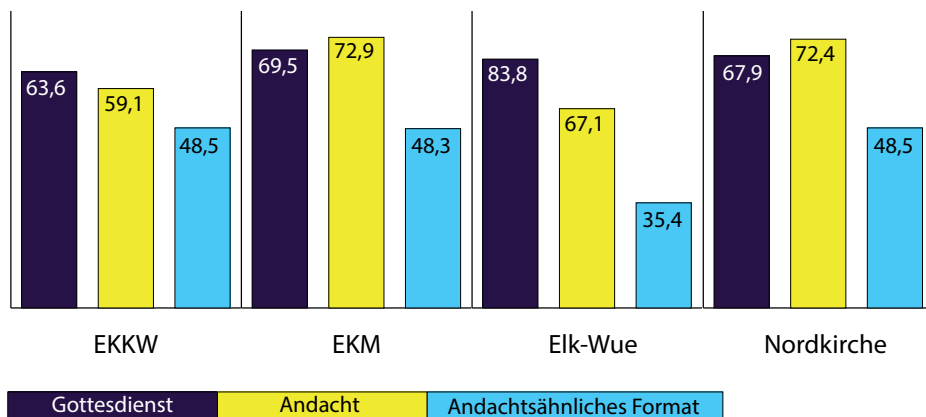


Es hat somit eine spürbare Ausdifferenzierung der digitalen Verkündigungsformate stattgefunden.

Es ist zu vermuten, dass dies auch der Logik der digitalen Medien und dem damit einhergehenden Nutzungsverhalten geschuldet ist: statt den analogen Gottesdienst 1:1 ins Digitale zu transformieren, rückten kürzere Formate der Verkündigung offenbar verstärkt in den Fokus.

Betrachtet man sich die vier Landeskirchen so fällt auf, dass in der EKM und in der Nordkirche mehr Andachten als Gottesdienste angeboten wurden. Wohingegen es in Württemberg der digitale Gottesdienst war, der von einer deutlichen Mehrheit angeboten wurde (83,8 %), etwas schwächer ausgeprägt in der EKKW (63,6 %). Zu vermuten ist, dass in Württemberg noch von einer „stabilen Gottesdienstkultur“ ausgegangen werden kann, die sich auch in der disruptiven digitalen Transformation widerspiegelt.

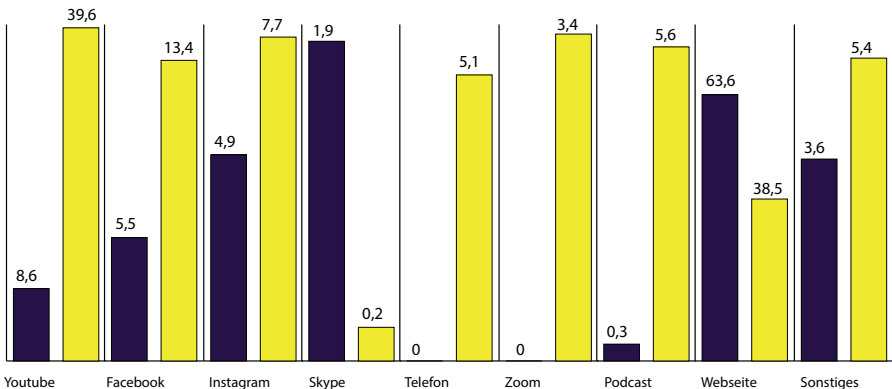
Wurde ein digitales Angebot während der Corona-Krise angeboten / produziert? (Bezogen auf digitale Angebote der Landeskirchen in %)



4.4 AUSDIFFERENZIERUNG DER PLATTFORMEN UND MEDIEN

Nicht nur hinsichtlich der digitalen Verkündigungsformate kann eine spürbare Ausdifferenzierung nachgewiesen werden. Auch mit Blick auf die Plattformen und Medien, mittels derer die Verkündigungsformate digital vermittelt wurden, hat eine signifikante Ausdifferenzierung stattgefunden.

Anteil Plattformen / Medien vor und während der Corona-Krise (in %)



Vor der Corona-Krise

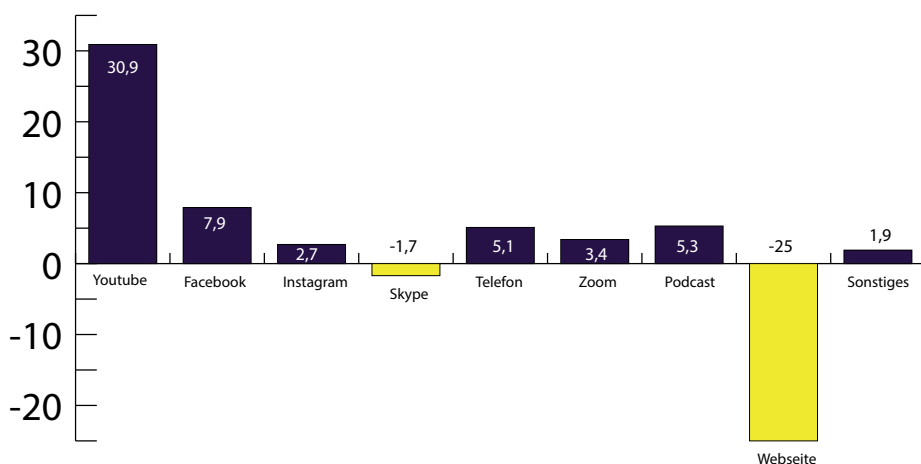
Während der Corona-Krise

Vor der Corona-Krise waren es vor allem die Webseiten (63,6 %), über die Verkündigungsformate in Textform vermittelt wurden. Immerhin nutzten bereits rund 1/5 der Teilnehmenden auf Interaktivität setzende Plattformen wie YouTube, Facebook oder Instagram, die insgesamt betrachtet dennoch mit 19 % eine untergeordnete Rolle spielten.

Ganz anders das Bild während der Corona-Krise:

- Die Angebote auf der Webseite (Textdokumente) nahmen erheblich (-25 %) ab, die Angebote bei YouTube (+30,9 %), Facebook (+7,9 %) und Instagram (+2,7 %) nahmen zu.
- Zusammengenommen wurden 60,7 % der digitalen Verkündigungsformate während der Corona-Krise über klassische soziale Plattformen angeboten. Das entspricht einem Zuwachs im Vergleich zu der Zeit vor der Corona-Krise um 41,5 %.
- Angebote außerhalb der beiden großen marktbeherrschenden Player Google (YouTube) und Facebook (Facebook, Instagram, WhatsApp), etwa der Podcast oder das Telefon verzeichneten einen Zuwachs von rd. 5 %. Skype hingegen spielte auch während der Corona-Krise eine untergeordnete Rolle.

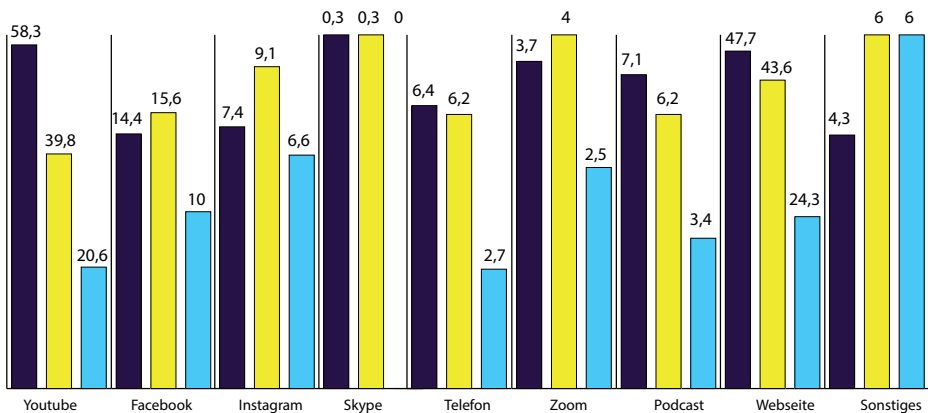
Veränderungen Plattformen / Medien durch die Corona-Krise (in %)



Differenziert man nach den einzelnen digitalen Verkündigungsformaten, so ist festzustellen:

- Gottesdienste werden digital mehrheitlich auf YouTube (58,3 %) und auf der Webseite (Einstellen eines Textdokumentes) (47,7 %) angeboten.
- Andachten werden ebenfalls häufig auf YouTube angeboten (39,8 %), darüber hinaus auch bei Facebook (15,6 %) und Instagram (9,1 %) und damit dort etwas häufiger als der Gottesdienst.
- Andachtsähnliche Formate werden digital vor allem auf der Webseite (Einstellen eines Textdokumentes) (24,3 %), auf YouTube (20,6 %), Facebook (10 %) und Instagram (6,6 %) angeboten.

Plattform / Medium während der Corona-Krise nach Art des digitalen Verkündigungsformates (in %)



Gottesdienst digital

Andacht digital

Andachtsähnliches Format digital

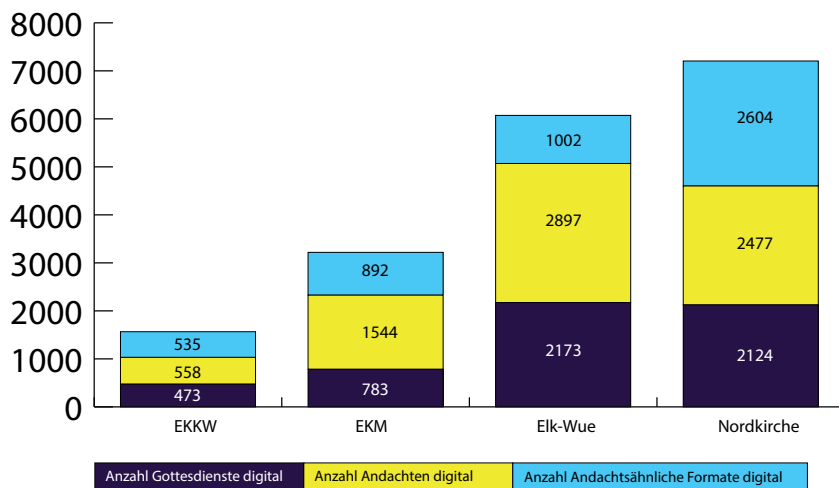
4.5 NACHFRAGE-BOOM: ENORME REICHWEITE(N)

1 — Als Reichweite gelten Views und Aufrufe.

Der Digitalisierungsschub in der evangelischen Kirche in Deutschland lässt sich nicht nur daran messen, dass 81 % der Teilnehmenden der Studie bedingt durch die Corona-Krise digitale Verkündigungsformate angeboten haben und davon 78 % angaben, dies vor der Corona-Krise noch nicht getan zu haben.

Auch die absoluten Zahlen an digitalen Verkündigungsformaten offenbaren ein deutliches Mehr an Verkündigungsformaten im Vergleich zu der Zeit vor der Covid-19-Pandemie:

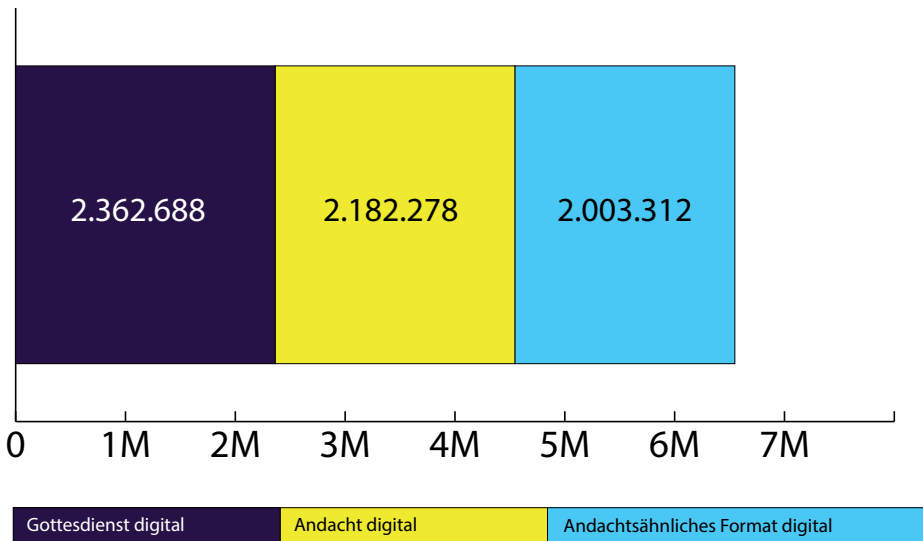
Anzahl digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise (absolute Zahlen)



Die enormen Reichweiten¹, die mit den digitalen Verkündigungsformaten einhergehen, unterstreichen zudem eindrucksvoll, dass der Digitalisierungsschub auf fruchtbaren Boden fiel und offenbar mit den Bedürfnislagen der Nutzer*innen resonierte:

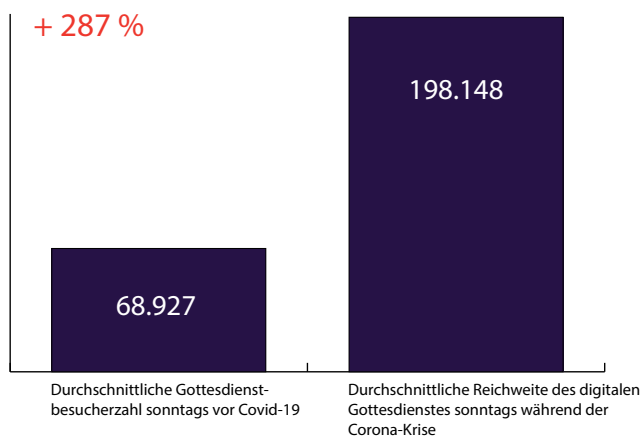
Betrachtet man alle digitalen Verkündigungsformate zusammengekommen, so erzielten sie in den vier Landeskirchen eine Reichweite von 6.548.279.

Reichweiten digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise (absolute Zahlen)



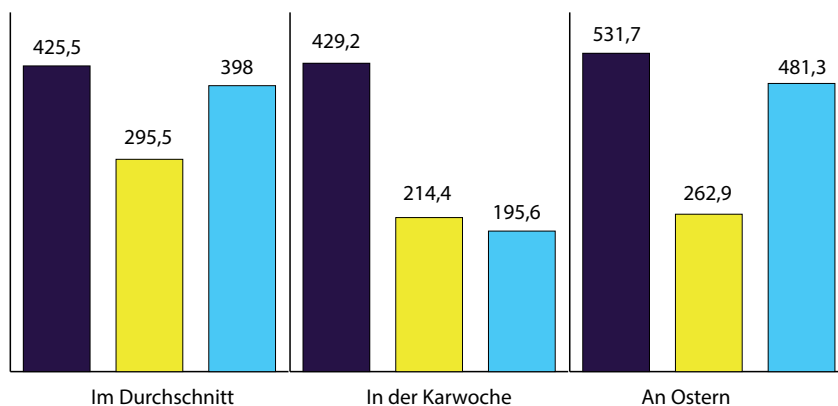
Gefragt wurde in der Studie nach der durchschnittlichen Gottesdienstbesucherzahl an einem normalen Sonntagsgottesdienst vor der Covid-19-Pandemie und unter anderem auch nach der durchschnittlichen Reichweite des digitalen Gottesdienstes an einem normalen Sonntag während der Corona-Krise. Im Ergebnis zeigt sich, dass beim Gottesdienst ein Zuwachs von 287 % zu verzeichnen war, weshalb von einem Nachfrage-Boom gesprochen wird.

Veränderungen durchschnittlicher Gottesdienst-
besuch sonntags durch die Corona-Krise
(in absoluten Zahlen)



Ein weiterer Indikator für den Nachfrage-Boom ist die durchschnittliche Reichweite der digitalen Verkündigungsformate, die arithmetisch mithilfe des Median ermittelt wurde:

Durchschnittliche Reichweite digitale Verkündigungsformate (Mittelwert)



Es ist allein mit Blick auf diese Werte festzustellen, dass die digitalen Verkündigungsformate deutlich mehr Menschen erreichen, als dies bei analogen Verkündigungsformaten der Fall ist.

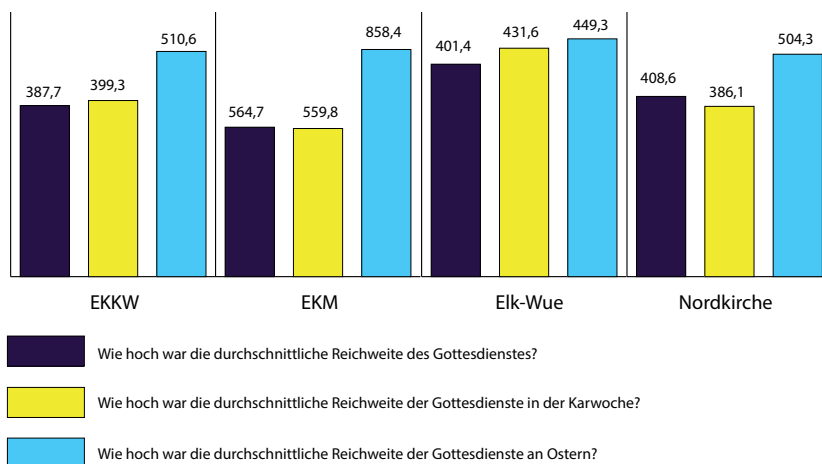
Beim normalen Sonntagsgottesdienst lag der Median bei 425,5. Wohlwissend, dass die Angabe der durchschnittlichen Reichweite mittels der Anzahl an Views und Aufrufen noch keine validen Aussagen darüber zulassen, ob die Nutzer*innen die digitalen Formate jeweils in Gänze wahrgenommen haben.

Erste Hinweise hierzu liefern Detailergebnisse einer Auswertung der Stabsstelle Digitalisierung des EKD-Kirchenamtes, wonach kürzere Angebote häufiger angesehen wurden.

Dass während der Karwoche und an Ostern deutlich mehr Menschen die digitalen Verkündigungsformate genutzt haben, unterstreicht die Bedeutung von Ostern für die evangelischen Christen, was mit Ergebnissen etwa der zurückliegenden Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen der EKD korrespondiert.

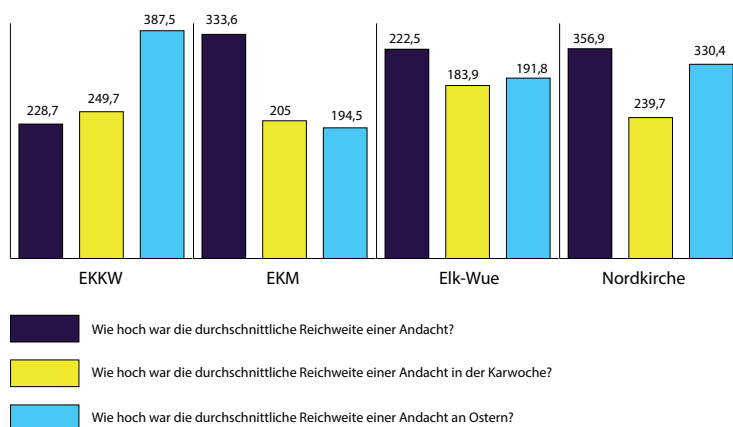
Betrachtet man die einzelnen digitalen Verkündigungsformate differenziert nach Landeskirchen, so fällt auf, dass die durchschnittliche Reichweite beim Gottesdienst an Ostern vor allem in der EKM und in der Nordkirche signifikant höher liegt als an normalen Sonntagen oder in der Karwoche.

Durchschnittliche Reichweite des digitalen Gottesdienstes während der Corona-Krise (Mittelwert)



Mit Blick auf die digitalen Andachten ist festzustellen, dass in der EKM und der Nordkirche das Angebot an Ostern signifikant höher liegt: in der EKM bei 387,5 und der Nordkirche bei 330,4. Der Median betrug für die digitale Andacht an sich 294,4.

Durchschnittliche Reichweite der digitalen Andacht während der Corona-Krise (Mittelwert)



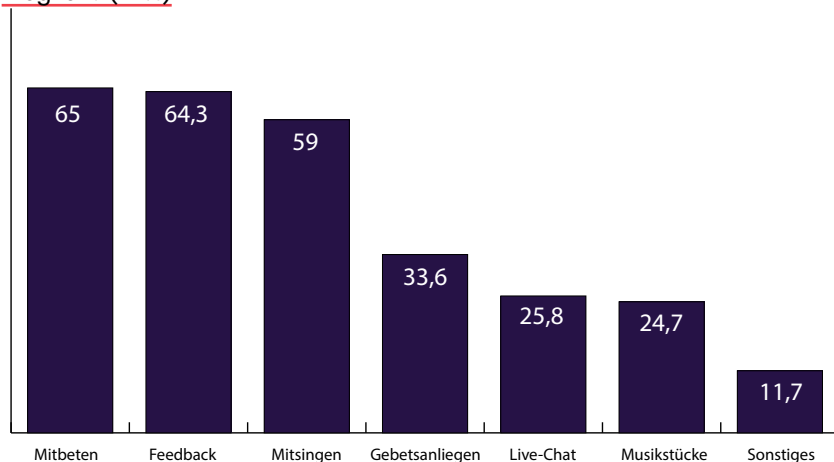
Hinsichtlich des andachtsähnlichen Formats ergab sich ein Median von 398, wobei hier vor allem die Nordkirche mit mehr als signifikanten Abweichungen auffällt: andachtsähnliches Format an sich 727,1 und an Ostern 872,3.

4.6 GEHVERSUCHE IN DEN LOGIKEN DER DIGITALITÄT: INTERAKTIVITÄT UND BETEILIGUNG

39 % der Teilnehmenden gaben an, dass Interaktionen und Beteiligungen möglich waren. 60 % verneinten dies. Dies scheint ein erster Indikator dafür zu sein, ob es in der evangelischen Kirche in Deutschland nicht nur zu einer disruptiven digitalen Transformation der Verkündigungsformate während der Corona-Krise kam, sondern darüber hinaus die digitalen Verkündigungsformate auch in den Logiken des Digitalen angeboten wurden.

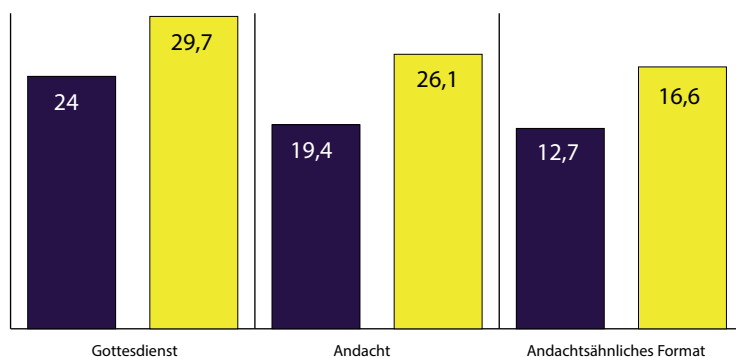
Betrachtet man die einzelnen Möglichkeiten zur Interaktion und zur Beteiligung im Einzelnen, so kann man feststellen, dass die liturgische Beteiligung, also das Mitbeten (65 %) und Mitsingen (59 %) stark ausgeprägt war. Die klassische Form des Feedbacks wurde ebenfalls von 64,3 % der Teilnehmenden angeboten. Wohingegen die auf Interaktivität verweisenden Möglichkeiten wie der Live-Chat (25,8 %) oder das Einbringen von Gebetsanliegen (33,6 %) deutlich schwächer ausgeprägt waren.

Welche Interaktionen / Beteiligungen waren möglich? (in %)



Die auf Interaktivität setzenden Möglichkeiten wie Live-Chat und Einbringen eines Gebetsanliegens waren besonders stark ausgeprägt bei Gottesdiensten und Andachten, wobei das Einbringen von Gebetsanliegen insgesamt häufiger angeboten wurde.

Möglichkeiten der Interaktivität (in %)



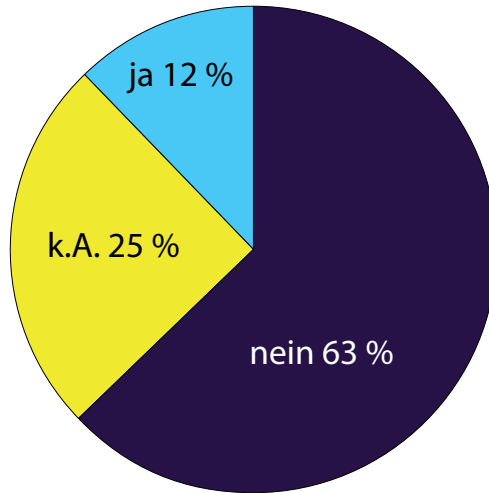
War ein Live-Chat möglich?



War das Einbringen von Gebetsanliegen möglich?

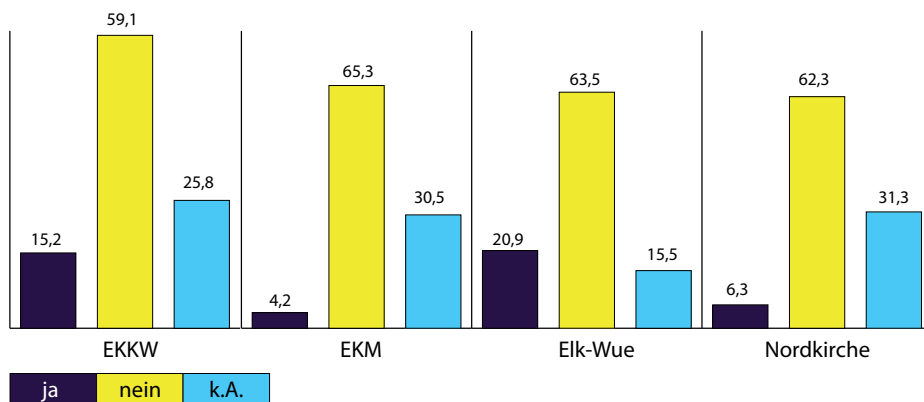
Hinsichtlich der sakramentalen Beteiligung in Form eines digital gefeierten Abendmahls ergab die Studie, dass dies von 12 % ermöglicht wurde. 63 % verneinten dies. Lediglich bei dieser Fragestellung war ein hoher Wert bei „keine Angabe“ zu verzeichnen, so dass zu vermuten ist, dass eine nicht unerhebliche Anzahl an Teilnehmenden sich hierbei nicht dezidiert zu erkennen geben wollte.

Wurde während der Corona-Krise digital
Abendmahl gefeiert? (in %)



Mit Blick auf die Landeskirchen wurde in der EKKW von 15,2 % der Teilnehmenden angegeben, dass die Möglichkeit einer digitalen Abendmahlsfeier bestand und in der Elk-Wue von rund 1/5 der Teilnehmenden.

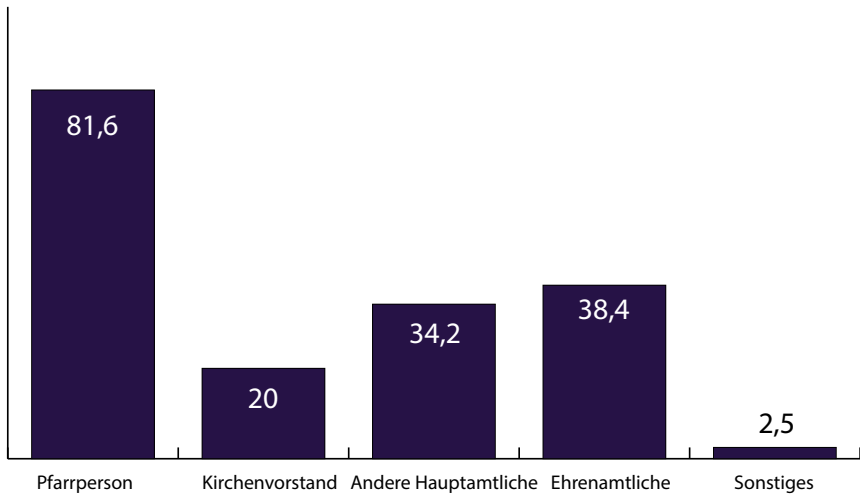
Wurde während der Corona-Krise digital Abendmahl gefeiert? (in %)



4.7 DIGITALE VERKÜNDIGUNGS- FORMATE ALS TEAMLEISTUNG

Zwar gaben 81,6 % der Teilnehmenden an, dass die Pfarrperson die digitalen Verkündigungsformate initiiert habe. Da hierbei Mehrfachnennungen möglich waren, relativiert sich die auf den ersten Blick anmutende Pfarrzentriertheit bei der Initiierung, weil bei 38,4 % Engagierte und Ehrenamtliche der Gemeinde mit involviert waren, bei 34,2 % andere Hautamtliche und bei 1/5 der Teilnehmenden der Kirchenvorstand.

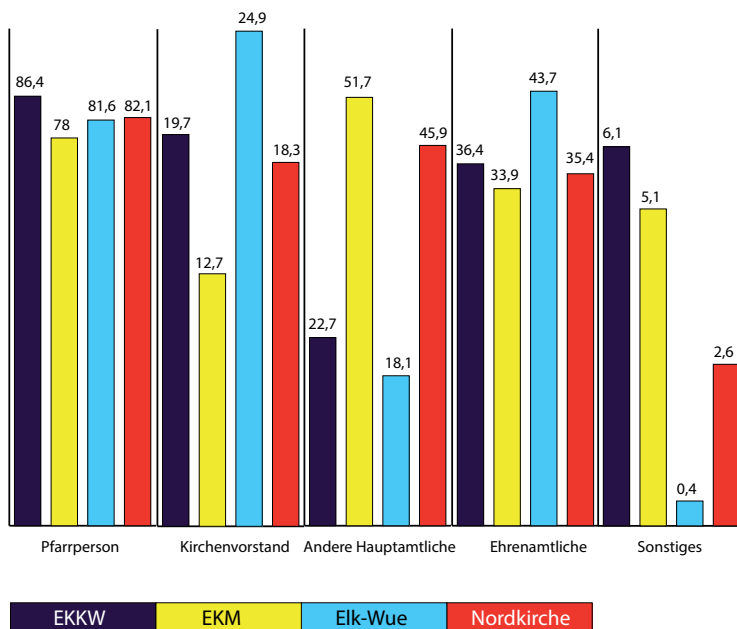
Wer hat das digitale Angebot initiiert? (in %)



Mit Blick auf die Landeskirchen fällt auf, dass in der EKM (51,7 %) und der Nordkirche (45,9 %) besonders viele „andere Hauptamtliche“ in die Initiierung involviert waren, was sicher darin begründet liegt, dass dort die Kultur der Mitarbeit im Verkündigungsdienst eine ausgesprochen Spezifische ist im Vergleich zur EKKW und Elk-Wue.

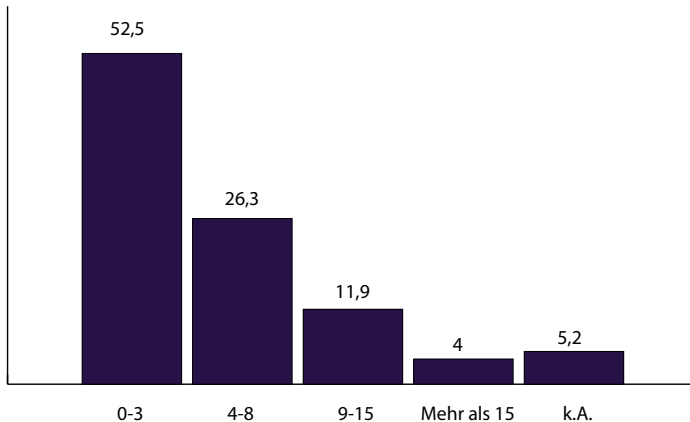
In Württemberg hingegen fällt der hohe Wert beim Kirchenvorstand auf (24,9 %), in der Nordkirche der im Vergleich zu den übrigen Landeskirchen hohe Wert bei den Engagierten und Ehrenamtlichen aus der Gemeinde (43,7 %).

Wer hat das digitale Angebot initiiert? Bezogen auf die digitalen Angebote der Landeskirchen (in %)



Trotz der augenscheinlich herausgehobenen Rolle der Pfarrperson bei der Initiierung der digitalen Verkündigungsformate kann als eine weitere zentrale These der Studie festgehalten werden, dass digitale Verkündigungsformate eine Teamleistung sind. 64,9 % der Teilnehmenden gaben an, dass sie die Formate im Team produziert haben. Mehr als die Hälfte gab an, dass dabei bis zu drei Ehrenamtliche oder Engagierte aus der Gemeinde beteiligt waren, bei weiteren 26,3 % waren es vier bis acht Personen.

Wie viele Ehrenamtliche / Engagierte waren an der Produktion beteiligt? (in %)



Hinsichtlich der Beteiligung der Hauptamtlichen ergab die Studie, dass mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (54,2 %) angaben, dass ein bis zwei Hauptamtliche bei der Produktion beteiligt waren. 33,6 % gaben an, dass zwischen drei und fünf Personen involviert waren.

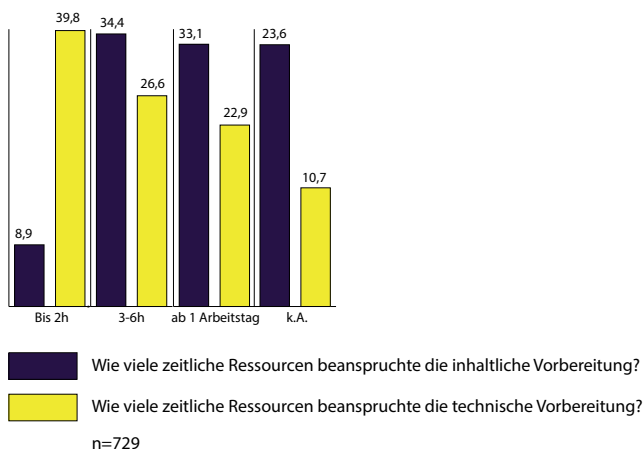
4.8 PROFESSIONALISIERUNGSSCHUB UND RESSOURCENFRAGE(N): ZUR PRODUKTION DER FORMATE

65,4 % der Teilnehmenden gaben an, dass an der Produktion Personen mit praktischen Erfahrungshintergründen in der Digitalität beteiligt waren.

Führt man sich vor Augen, dass lediglich rund 1/5 der Teilnehmenden zusätzliche finanzielle Mittel für die Produktion der digitalen Verkündigungsformate eingestellt haben, liegt die Vermutung nahe, dass das notwendige technische Equipment entweder schon in den Gemeinden vorhanden war oder durch Engagierte resp. Ehrenamtliche aus der Gemeinde mit eingebracht wurde.

Dass die Produktion der digitalen Verkündigungsformate ein gewisses Maß an Qualität auszeichnet, zeigt sich in den Rückmeldungen sowohl zur inhaltlichen als auch technischen Vorbereitung.

Wie viele zeitliche Ressourcen wurden beansprucht? (in %)



Mehr als 1/3 der Teilnehmenden gab an, dass für die inhaltliche Vorbereitung zwischen drei und sechs Stunden benötigt wurden bzw. mehr als ein Arbeitstag. Auch die technische Vorbereitung nahm bei knapp der Hälfte der Teilnehmenden (49,6 %) mehr als drei Stunden Zeit in Anspruch.

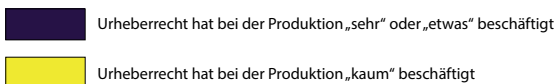
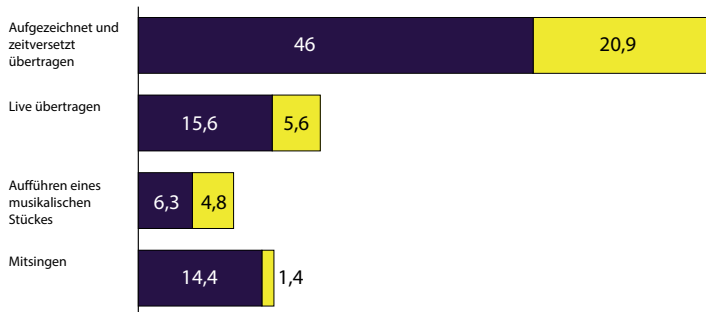
Bei der technischen Durchführung gaben mehr als die Hälfte der Teilnehmenden an (50,6 %), dass diese maximal vier Stunden Zeit beanspruchte. Immerhin 37 % gaben „mehr als einen Arbeitstag“ an. Dies korrespondiert mit dem Umstand, dass rund 1/4 der Teilnehmenden angaben (25,5 %), ein Format live gestreamt zu haben, was einen erheblichen Mehraufwand darstellt im Vergleich zu aufgezeichneten und zeitlich versetzt angebotenen Formaten (85,3 %).

Die erheblichen Zeitaufwände bei der Vorbereitung und Durchführung sind sicher auch dem Umstand geschuldet, dass in vielen Fällen versucht wurde, den Logiken der Digitalität bei der Produktion Rechnung zu tragen.

So etwa, indem mit dynamischen Elementen, beispielsweise Drohnenaufnahmen, gearbeitet wurde (41,7 %) oder der Kirchenraum aus unterschiedlichen Blickwinkeln bei den Aufnahmen berücksichtigt wurde (64,9 %), was unter den Gesichtspunkten des Schnitts zeitlichen Mehraufwand bedeutet im Vergleich zum statisch aufgezeichneten Format.

Während der Corona-Krise spielten nachweislich auch Urheberrechtsfragen eine Rolle. So war für 52 % der Teilnehmenden diese Frage eine, die sie „sehr“ oder „etwas“ beschäftigte. Für 23 % spielten Urheberrechtsfragen überhaupt keine Rolle oder lediglich eine untergeordnete (24 %). Ein differenzierter Blick zeigt, dass Urheberrechtsfragen vor allem bei Aufzeichnungen (40,6 %), aber auch bei Live-Übertragungen (15,6 %) sowie dem Liedgut beim Mitsingen (14,4 %) eine Rolle spielten.

Korrelation Urheberrecht - Beteiligungsformate (in %)



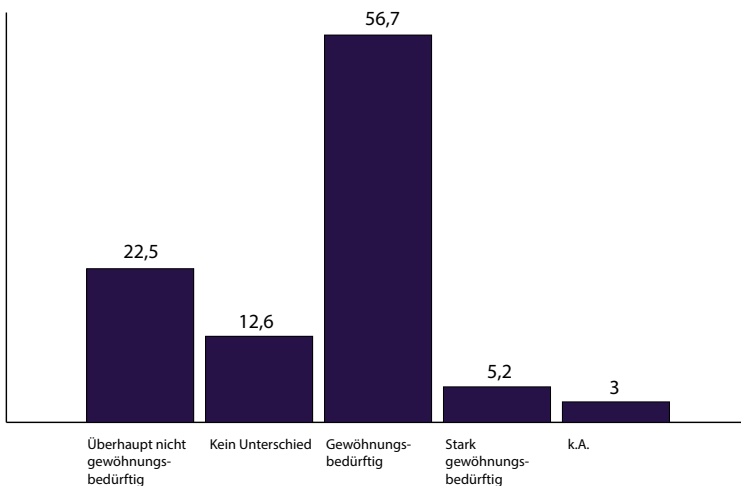
4.9 ERSTE TRENDS MIT BLICK AUF DIE NUTZER

Auch wenn die vorliegende Ad-hoc-Studie primär die Anbieterperspektive im Fokus hatte, wurde nach der subjektiven Selbsteinschätzung der Teilnehmenden gefragt, mit Blick auf den Mehrwert der digitalen Verkündigungsformate für die Gemeindeglieder.

88 % gaben an, dass die Angebote während des Lockdowns ihrer Einschätzung nach für die Gemeindeglieder „sehr hilfreich“ bzw. „hilfreich“ waren.

Hinsichtlich der Frage, inwieweit die digitalen Formate gewöhnungsbedürftig waren im Vergleich zu analogen Angeboten vor der Corona-Krise, so gaben rund 1/5 an (22,5 %), dass es „überhaupt nicht gewöhnungsbedürftig“ gewesen sei. Mehr als die Hälfte (56,7 %) gaben an, dass die digitalen Formate „gewöhnungsbedürftig“ gewesen seien.

Wie wurden die digitalen Verkündigungsformate von den Gemeindegliedern im Vergleich zu analogen Angeboten vor März erlebt? (in %)





5. EINSICHTEN – FRAGEHORIZONTE – AUSBLICK

Viele Gemeinden wurden Mitte März ebenso vom pandemiebedingten Lockdown überrascht, wie die Bevölkerung insgesamt. Kaum jemand kann sich daran zurück erinnern, dass evangelische Gottesdienste als Gemeindeversammlung im Kirchenraum und das kirchliche Leben, was sich vielfach in Gruppen und Kreisen abspielt, in der jüngeren Geschichte von Amts wegen untersagt wurden bzw. die evangelischen Kirchen darauf verzichtet hätten. Die Kirchen waren Mitte März damit konfrontiert, ad hoc ihre Verkündigungsformate und das kirchliche Leben, so gut es unter den gegebenen Bedingungen möglich war, digital anzubieten. Das „physical distancing“ ließ eine andere Form nicht zu!

Ähnlich wie in der freien Wirtschaft oder im öffentlichen Dienst bei der Frage nach dem Homeoffice, – was während der Corona-Krise von einer übergroßen Mehrheit der Arbeitnehmer*innen in Anspruch genommen wurde – war plötzlich in der evangelischen Kirche nicht nur denkbar, was früher an unüberbrückbaren Hürden zu scheitern schien, es wurde auch gelebt: Eine Kirche digital.

Die Ad-hoc-Studie zu den digitalen Verkündigungsformaten während der Corona-Krise hat deutlich gemacht, dass die evangelische Kirche durch die Pandemie eine disruptive digitale Transformation ihrer Verkündigungsformate erfahren hat. Kreativ und vielfältig hat die Kirche in der Krise „hybride Gesichter“ gezeigt und es ist ihr in der Tat gelungen, „aus bislang für notwendig gehaltenen Räumen auszuwandern und als pilgernde Kirche zugleich nah bei Gott und nah bei den Menschen zu sein. Nimmt man die Kirchen und den Sonntagsgottesdienst als performative Symbole einer vergehenden Christentumskultur wahr, so wird hier ein pilgernder Exodus in neue,

unbehaustere Formen sichtbar.“¹

Welche Einsichten und Fragehorizonte sich damit verbinden, soll im Folgenden durchaus auch in pointierter und Perspektiven eröffnender Weise, holzschnittartig aufgezeigt werden.

„WELCOME IN DER DIGITALITÄT“

Es hat nachweislich in der evangelischen Kirche während der Corona-Krise einen Digitalisierungsschub gegeben. Zweifelsohne wurden viele Anbieter von digitalen Verkündigungsformaten zunächst ins kalte Wasser geworfen. Sie haben sich dennoch mit viel Kreativität, Neugierde und Flexibilität der Herausforderung gestellt. Erstaunlich ist der Befund, dass mehr als 2/3 der Teilnehmenden auch nach dem Lockdown an digitalen Verkündigungsformaten festhalten wollen. Dies mag sicher auch dem Umstand geschuldet sein, dass zunächst analoge Gottesdienste nur mit Abstandsregelungen und minimierter Teilnehmendenzahl möglich waren und zum Teil noch sind.

Waren die Plattformen und Medien zur digitalen Verkündigung vor der Covid-19-Pandemie überschaubar, vor allem textlastig auf die Webseite bezogen, so hat sich durch die Corona-Krise eine Ausdifferenzierung ergeben: sowohl was die Plattformen und Medien als auch was die digitalen Verkündigungsformate betrifft. Neben den digitalen Gottesdienst traten kürzer gehaltene und dem Nutzerverhalten digitaler Plattformen und Medien entsprechende Formate wie die digitale Andacht und andachtsähnliche Formate, die zusammengenommen weit mehr als die Hälfte der digitalen Formate insgesamt ausmachen, die während der Corona-Krise angeboten wurden.

1 — Philipp Elhaus: Kirchen schließen – Jesus rauslassen? Kirchentheoretische Beobachtungen zur Veränderung von Kirche in der Corona-Krise. Berlin 2020. <https://www.mi-di.de/magazin/kirchen-schliessen-jesus-rauslassen-teil-1>, abgerufen am 10.6.2020.

Schon 2014 hatte die sogenannte KONPRESS-Studie „Gott im Netz“ ans Tageslicht befördert, dass 51 % der online aktiven Christen der Meinung sind, dass „die Kirche heutzutage unbedingt moderne Kommunikationskanäle wie Facebook, YouTube oder Twitter nutzen sollte“ und weitere 40 % stimmten der Aussage zu, dass „eine Live-Übertragung von Gemeindegottesdiensten im Netz ein sehr attraktives Angebot ist“.²

Die evangelische Kirche hat dieser Bedürfnislage sechs Jahre später krisenbedingt umfassend entsprochen.

Zudem scheint es den Reichweitenzahlen nach zu urteilen gelungen zu sein, die Stammklientel der Verkündigung, die klassische Gottesdienstgemeinde am Sonntagmorgen mitzunehmen auf den Weg in die Digitalität. Die vielfach geäußerte Sorge, dass die älteren Menschen den „digital drive“ nicht mitmachen würden, scheint zumindest nicht eingetreten zu sein.

Zumindest lassen die Ergebnisse einer Online-Umfrage von GottDigital und eine Auswertung des YouTube-Kanals der Nordkirche darauf schließen.³

Allzumal während der Corona-Krise die Reichweite der Fernsehgottesdienste, ein Format, das überdurchschnittlich auch von weniger mobilen, älteren Menschen beansprucht wird, einen erheblichen Zuwachs zu verzeichnen hatten. Waren es in den Wochen vor der Corona-Krise im Schnitt 0,69 Mio. Zuschauer bei evangelischen Fernsehgottesdiensten in der ARD und im ZDF, so verzeichnete die Medienforschung während der Corona-Krise im Schnitt 1,22 Mio. Menschen: eine Steigerung um 84 %. Hinzukamen weitere 644 000 Zuschauer im Schnitt in den Dritten Programmen während der Corona-Krise.⁴

2 — Gott im Netz. Eine Studie der KONPRESS-Medien eG. 2014. https://konpress.de/wp-content/uploads/Pr%C3%A4sentation_-KONPRESS_Gott-im-Netz.pdf, abgerufen am 9.6.2020 sowie #DigitaleNordkirche. Statistische Daten. Zeitraum 15. März bis 25. Mai 2020. YouTube-Kanal der Nordkirche. Hrsg. vom Amt für Öffentlichkeitsarbeit der Ev.-Lutherischen Kirche in Norddeutschland.

3 — Ergebnisse der Online-Umfrage „Was nun, Kirche?“ Analog, digital, hybrid. Mai 2020. https://gottdigital.de/wp-content/uploads/2020/05/GOTT-DIGITAL_Pr%C3%A4sentation_Was-nun-Kirche_ErgebnisseUmfrage.pdf, abgerufen am 9.6.2020.

4 — Daten des Gemeinschaftswerks der Ev. Publizistik gGmbH (GEP), die dankenswerterweise zur Verfügung gestellt wurden.

SEHNSUCHT NACH SOZIALER NÄHE IN ZEITEN DES PHYSICAL DISTANCING

Nimmt man die Forderung des Tübinger Theologen Gerald Kretzschmar ernst, dass es in einer digitalen Gesellschaft notwendig erscheint, sich von der „Diastase des Digitalen und des Analogen“ zu verabschieden,⁵ so hat dies nicht unerhebliche praktische Konsequenzen für das evangelische Gottesdienstverständnis, das eigentlich die leibliche Kopräsenz der Feiernden voraussetzt. Im Lichte der Digitalität scheint es, als würde die Versammlung der Gläubigen auf radikale Art als relationaler Begriff i.S. einer Beziehung⁶ verstanden werden müssen. Dabei besteht die „Präsenz“ der Feiernden im gemeinsamen Handeln, das vor allem durch sprachliche Interaktionen gekennzeichnet ist und einen mindestens hybriden bzw. digital geteilten Raum umfasst, allerdings nicht mehr zwingend die leibliche Präsenz erfordert.

So betrachtet ist der Nachfrage-Boom bei digitalen Verkündigungsformaten, der in dieser Studie nachgewiesen werden konnte, als Ausdruck einer Sehnsucht nach sozialer Nähe, einer Sehnsucht also nach Beziehung, in Zeiten des „physical distancing“ zu werten. Hierfür boten die digitalen Verkündigungsformate einen idealen Resonanzraum.

Dies unterstreicht auch der Befund zur liturgischen Beteiligung, der in der vorliegenden Studie viel Beachtung geschenkt wurde, insbesondere dem Mitbeten und Mitsingen. Hierin drückt sich auch das Bemühen aus, geistliche Gemeinschaft im Digitalen zu gewährleisten.

5 — Vgl. Gerald Kretzschmar: *Digitale Kirche. Momentaufnahmen und Impulse*. Leipzig 2019. S. 126-129.

6 — Vgl. hierzu und zum Folgenden Anne Kampf: *Der Avatar beim Abendmahl*. In: *Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft*. Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode 2014 in Dresden. 2. Auflage. Hrsg. vom EKD-Kirchenamt. Hannover 2014. S. 90f.

Ein Indikator, dass ein hohes Maß an sozialer Nähe gesucht wurde, war auch das Zuschauertelefon bei Fernsehgottesdiensten in den ersten beiden Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wurden vor der Covid-19-Pandemie im Schnitt 423 Anrufe geführt im Anschluss an die Ausstrahlung, waren es während der Corona-Krise 956: ein Zuwachs um 126 %. Auch wuchs das Aufkommen der Anrufe um 200 % während der Corona-Krise.⁷

DIE DIGITALITÄT FORDERT VERKÜNDIGUNG HERAUS

Bereits 2014 hatte Landesbischof Ralf Meister anlässlich der Schwerpunkttagung der EKD-Synode die Herausforderung pointiert beschrieben, vor der die Kirche angesichts der Digitalität unter anderem steht. Sie fordert die Verkündigung heraus!⁸

Dieser kulturellen Herausforderung hat sich die evangelische Kirche aus der Not der Corona-Krise heraus gestellt und sich vor allem den Charakteristika und Logiken der Digitalität angenähert. Zum einen war während der Corona-Krise eine deutliche Ausdifferenzierung der digitalen Plattformen und Medien festzustellen, mittels derer digitale Verkündigungsformate angeboten wurden. Hier war es vornehmlich der Zuwachs bei YouTube, sicher von der Logik der Plattform her betrachtet, das Naheliegende: YouTube bietet die Möglichkeit für on demand-Formate, also dass Formate aufgezeichnet und zeitversetzt zum Streamen angeboten werden können.

7 — Daten des Gemeinschaftswerks der Ev. Publizistik gGmbH (GEP), die dankenswerterweise zur Verfügung gestellt wurden.

8 — Vgl. Ralf Meister: Aufbruch in die digitale Welt. In: Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft. Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode 2014 in Dresden. 2. Auflage. Hrsg. vom EKD-Kirchenamt. Hannover 2014. S. 78-81.

Darüber hinaus haben rund 1/4 digitale Verkündigungsformate live gestreamt und bei 1/3 bestand die Möglichkeit, Gebetsanliegen einzubringen. Auch gaben 41,7 % an, mit dynamischen Elementen, beispielsweise Drohnenaufnahmen, gearbeitet bzw. den Kirchenraum aus unterschiedlichen Blickwinkeln bei den Aufnahmen berücksichtigt (64,9 %) zu haben. Beides Hinweise darauf, dass Gemeinden digital fortschrittlicher sind, als ihnen vielfach vorgeworfen wird.⁹

Zweifelsohne besteht noch Luft nach oben in der Umsetzung der Logiken der Digitalität bei digitalen Verkündigungsformaten. Hier ist sicher ein entsprechender professioneller Support durch die Kirchenkreise oder die Landeskirchen noch aufbau- und ausbaufähig. Erstaunlich war in der Studie, dass lediglich rund 1/4 der Teilnehmenden eine solche Unterstützung durch den Kirchenkreis oder die Landeskirche angegeben haben (24,6 %).

Während der Corona-Krise fiel auch auf, was bereits in analogen Zeiten nicht mehr stimmig erschien, über das aber zu gern hinweggesehen wurde. Im Digitalen funktionieren „One-(Wo-)Man-Shows“ nicht wirklich. Auch die inklusiv gesprochene Sprache steht eher für Distanz als für Nähe, die notwendigerweise im Digitalen anders herzustellen ist als im Analogen.¹⁰ Nicht selten wurde während der Corona-Krise die Qualität der Verkündigung kritisch hinterfragt. Was für das Digitale gilt, gilt erst recht für das Analoge. Nicht ohne Grund war ein Ergebnis des Reformprozesses „Kirche im Aufbruch“, Zentren für die Qualität im Gottesdienst und für Predigtkultur zu fördern.

9 — Stellvertretend sei hier genannt Erik Flügge: Lasst endlich mal die Profis ran. Kirchliche Medienarbeit in der Krise – da geht mehr. In: Christ & Welt vom 24.4.2020. ZEIT 18/2020.

10 — Vgl. Felix Stadler: Kultur der Digitalität. Berlin 2016.

Ein Indikator, dass durchaus viel Herzblut, Verstand und Zeit in die digitalen Verkündigungsformate geflossen sind, sind die erheblichen zeitlichen Ressourcen, die für die inhaltliche und technische Vorbereitung aufgebracht wurden.

11 — Kristin Merle: Unter digitalen Umständen. In: Christ & Welt vom 24.4.2020. ZEIT 18/2020.

Ein sicher heißes Eisen im theologischen Diskurs stellt die Frage dar, inwieweit es ermöglicht werden darf und kann, dass im Digitalen Abendmahl gefeiert wird. Dass dies während der Corona-Krise vorgenommen wurde, belegt die vorliegende Studie. Ebenso, dass es einer Klärung dieser Frage bedarf. Ob ein „Erlaubnisdiskurs“¹¹ dafür geeignet ist, darf angesichts der Logik der Digitalität durchaus kritisch hinterfragt werden, schließlich funktionieren frühere Regulierungsmechanismen von (kirchlicher) Organisation im Digitalen nur noch bedingt.

NEUE GLOKALE HORIZONTE

Während der Corona-Krise wurde einem das ‚Fremdgehen‘ leicht gemacht: man war als Christ nicht mehr auf seinen ortsgemeindlichen Gottesdienst angewiesen, sondern konnte aus der Fülle der digitalen Verkündigungsformate bequem und flexibel auswählen, die nicht nur auf das Regionale oder Nationale beschränkt war, sondern rund um den Globus abrufbar und erlebbar war. Erfreulich dabei die Erfahrung, dass die Digitalität konfessionelle Grenzen nicht kennt.

Vor allem mit Blick darauf, dass mit hybriden Formaten der Verkündigungsformate nach dem Lockdown zu rechnen ist, bieten sich sicher künftig vermehrt Kooperationen auf regio-lokaler Ebene an, sodass hybride Formate nicht zu einer systemischen Überforderung der Gemeinden führen.

Auch scheint der anfängliche Aktionismus zu Beginn des Lockdowns zwischenzeitlich einem reflektierten Umgang mit digitalen Verkündigungsformaten gewichen zu sein. Bisher waren nur wenig Podcasts im Portfolio der digitalen Verkündigungsformate vorzufinden. Luther würde vermutlich heute den Podcast loben, denn das „Evangelium aber heißt nichts anderes, denn eine Predigt und Geschrei von der Gnade und Barmherzigkeit Gottes [...] und ist eigentlich nicht das, das in Büchern steht und in Buchstaben verfaßt wird, sondern mehr eine mündliche Predigt und lebendiges Wort und eine Stimme, die da in der Welt erschallt und öffentlich ausgeschrien, daß man’s überall hört“¹². In Anbetracht des allgemeinen Nutzerverhaltens ist zu vermuten, dass eine „Verkündigung on demand“ zukünftig an Bedeutung gewinnen wird.

12 — Martin Luther: Epistel Sanct Petri gepredigt und ausgelegt. Erste Bearbeitung 1523, WA 12, Weimar 1891, S. 159.

Neben den weiten Horizonten, die mit der Corona-Krise bei den digitalen Verkündigungsformaten in den Blick gerieten, sind es auch der persönliche und soziale Nahbereich, der für die religiöse Kommunikation seitjeher eine große Bedeutung hat, und der während der Krise durch die Alternativlosigkeit des „physical distancing“ eine enorme Aufwertung erlebte: Kirche von Zuhause aus! Es wird in weitergehenden Studien der Frage nachzugehen sein, welche Auswirkungen die Corona-Krise diesbezüglich auf die religiöse Kommunikation mit sich brachte.

DIE DIGITALITÄT FÖRDERT DAS PRIESTERTUM ALLER GLÄUBIGEN

Die digitalen Verkündigungsformate haben nachweislich ein hohes Maß an Beteiligung von Engagierten und Ehrenamtlichen ans Tageslicht befördert. Ohne deren Zutun und deren Gaben funktionieren digitale Verkündigungsformate nicht. Digitale Verkündigungsformate haben aufgrund der technischen Bedingtheiten, die damit einhergehen, das Potential die gabenorientierte Diversität bei den Engagierten und Ehrenamtlichen in der Gemeinde zu steigern. Der absehbare Trend, hybride Verkündigungsformate anzubieten, bietet die Chance, diese Gaben nachhaltig für die Gemeinde zu erhalten.

Eine der Logiken der Digitalität ist die radikale Nutzerperspektive. Nicht nur, dass jeder und jede zum Produzenten werden kann. Auch fällt der Nutzer völlig selbstbestimmt die Entscheidung, was für ihn plausibel, passend und angemessen erscheint. Konventionen bei dieser Entscheidungsfindung gibt es kaum welche. Fragt man in diesem Zusammenhang danach, welche Indikatoren dann für eine prinzipiell gelingende digitale Verkündigung infrage kommen, so könnten es aus theologischer Sicht folgende Indikatoren sein:¹³

- Sie achtet die Freiheit der Angesprochenen,
- sie ist ergebnisoffen, aber nicht absichtslos,
- sie ist sensibel für Zweifel und Scheitern,
- sie achtet auf Relevanz und Menschennähe,
- sie lebt aus der Kraft und dem Auftrag Gottes,
- sie achtet die Freiheit des Handelns Gottes.

Nimmt man die radikale Nutzerperspektive ernst, so kommt der gelebten Interaktivität eine entscheidende Bedeutung zu.

13 — Vgl. zum Folgenden das Kapitel „Vitalitätsprüfung“ in Hans-Hermann Pompe: *Mitten im Leben. Die Volkskirche, die Postmoderne und die Kunst der kreativen Mission.* ZMiR-Klartext. Dortmund 2013. S. 78-82.

Nicht nur das Aufrufen und die Views, auch das Liken und Kommentieren sowie die Response in Echtzeit scheinen von erheblicher Bedeutung zu sein. Für digitale Verkündigungsformate hieße dies, dass auch bei Fortführung hybrider Formate der Verkündigung auf eine Interaktivität in Form eines Live-Blogs, Live-Chats, dem Einbringen von Gebetsanliegen aus der Gottesdienstgemeinde mittels digitaler Medien verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt werden darf. In dieser Hinsicht verspricht die Digitalität auch eine Demokratisierung bei der Verkündigung im Sinne eines tatsächlich gelebten Priestertums aller Gläubigen.

14 — [https://www.nordkirche.de/nachrichten/nachrichten-detail/nachricht/wir-sind-digitalenordkirche/, abgerufen am 9.6.2020.](https://www.nordkirche.de/nachrichten/nachrichten-detail/nachricht/wir-sind-digitalenordkirche/,abgerufen%20am%209.6.2020)

NACHHALTIGKEIT – ABER WIE?

Neben der Achtsamkeit, dass hybride Formate der Verkündigung nicht zu einer systemischen Überforderung von Gemeinden führen dürfen, scheinen im Lichte der Studie drei weitere Themen von Relevanz zu sein.

Zum einen bedarf es professioneller Unterstützung. Erste Schritte hierzu sind etwa in der Nordkirche bereits getan worden.¹⁴ Auf einer extra eingerichteten Webseite finden sich Anleitungen für Andachten, Hinweise zu rechtlichen Fragen oder aber Weiterentwicklung von Formaten, etwa Verkündigung als Podcast und vieles mehr.

Fragen des Urheberrechts haben für die Teilnehmenden der Studie eine erhebliche Bedeutung. Hier bedarf es sicher zusätzlicher Hinweise und eine gute landeskirchliche Kommunikation der rechtlichen Möglichkeiten, inklusive Ansprechpartner.

Theologische Grundsatzfragen liegen allein schon mit der Frage nach der digitalen Abendmahlsfeier auf der Hand und bedürfen der Klärung. Auch stellen sich ekklesiologische Fragen, etwa nach dem sich wandelnden Kirchen- und Gemeindebild. Zudem dürfte interessant sein, welche kirchentheoretischen Schlussfolgerungen mit Blick auf das Hybrid-Modell gezogen werden angesichts der disruptiven digitalen Transformation, die stattgefunden hat.

Schließlich hängt allerdings die Nachhaltigkeit digitaler Verkündigungsformate maßgeblich von den zeitlichen Ressourcen der Beteiligten ab. Dies betrifft sowohl die Hauptamtlichen wie auch die Engagierten aus der Gemeinde. Was angesichts der plötzlich zur Verfügung stehenden zeitlichen Ressourcen während des Lockdowns zu leisten war, wird notgedrungen nach dem Lockdown zunehmend in Konkurrenz geraten zu analogen Erfordernissen kirchlichen Handelns. Hier eine gute Balance aus Tun und Lassen zu finden, wird ebenso entscheidend sein für die nachhaltige Wirkung dessen, was an digitaler Verkündigung während der Corona-Krise gewachsen ist, wie die Selbstvergewisserung, nämlich das Evangelium immer wieder neu zu formulieren, auszulegen und auf das jeweilige Leben im Heute hin zu deuten. Die Digitalität ist Einladung und zugleich Ausdruck der „ekklesia semper reformanda“!

6. ANHANG: FRAGEBOGEN

**FRAGEBOGEN DIGITALE
VERKÜNDIGUNGSFORMATE WÄHREND
DER CORONA-KRISE¹**

¹ — Antwort-Optionen: Ja/
Nein, Textfeld, Skalierung.

0. Wurden digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise produziert/angeboten?

I. Angaben zur Gemeinde/zum Träger

- I.1. Bezeichnung der Kirchengemeinde/des Trägers
- I.2. PLZ
- I.3. Kirchenkreis
- I.4. Landeskirche
- I.5. Gemeindegliederzahl (gegebenenfalls geschätzt)
- I.6. Durchschnittliche Gottesdienstbesucherzahl an einem normalen Sonntag vor Covid-19
- I.7. Haben Sie vor Covid-19 digitale Verkündigungsformate produziert/angeboten?
 - I.7.1 Über YouTube
 - I.7.2 Über Facebook
 - I.7.3 Über Instagram
 - I.7.4 Über Skype
 - I.7.5 Podcast
 - I.7.6 Auf der Webseite (Text)
 - I.7.7 Andere Plattform (bitte gegebenenfalls Angabe welche Plattform)

II. Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise

- II.1 Wurde ein Gottesdienst digital angeboten?
 - II.1.1 Auf YouTube
 - II.1.2 Auf Facebook
 - II.1.3 Auf Instagram
 - II.1.4 Via Skype
 - II.1.5 Via Telefon
 - II.1.6 Via Zoom
 - II.1.7 Podcast
 - II.1.8 Auf der Webseite (Text)

- II.1.9 Andere Plattform (bitte gegebenenfalls Angabe welche Plattform)
- II.1.10 Wieviele Gottesdienste haben Sie insgesamt während der Corona-Krise digital angeboten?
- II.1.11 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite des Gottesdienstes?
- II.1.12 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite der Gottesdienste in der Karwoche?
- II.1.13 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite der Gottesdienste an Ostern?
- II.1.14 Wurde während der Corona-Krise digital Abendmahl gefeiert?

II.2 Wurde eine Andacht digital angeboten?

- II.2.1 Auf YouTube
- II.2.2 Auf Facebook
- II.2.3 Auf Instagram
- II.2.4 Via Skype
- II.2.5 Via Telefon
- II.2.6 Via Zoom
- II.2.7 Podcast
- II.2.8 Auf der Webseite (Text)
- II.2.9 Andere Plattform (bitte gegebenenfalls Angabe welche Plattform)
- II.2.10 Wieviele Andachten haben Sie insgesamt während der Corona-Krise digital angeboten?
- II.2.11 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite einer Andacht?
- II.2.12 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite einer Andacht in der Karwoche?
- II.2.13 Wie hoch war die durchschnittliche Reichweite einer Andacht an Ostern?

II.3 Wurde ein andachtsähnliches Format digital angeboten?

III.3.1 Auf YouTube

III.3.2 Auf Facebook

III.3.3 Auf Instagram

III.3.4 Via Skype

III.3.5 Via Telefon

III.3.6 Via Zoom

III.3.7 Podcast

III.3.8 Auf der Webseite (Text)

III.3.9 Andere Plattform (bitte gegebenenfalls
Angabe welche Plattform)

III.3.10 Wieviele andachtsähnliche Formate haben
Sie insgesamt während der Corona-Krise
digital angeboten?

III.3.11 Wie hoch war die durchschnittliche Reich-
weite einer Andacht?

III.3.12 Wie hoch war die durchschnittliche Reich-
weite eines andachtsähnlichen Angebotes in
der Karwoche?

III.3.13 Wie hoch war die durchschnittliche Reich-
weite eines andachtsähnlichen Angebotes an
Ostern?

II.4 Waren Interaktionen/Beteiligungen möglich?

II.4.1 War ein Mitsingen möglich? (z.B. durch
Einblendung des Liedtextes)

II.4.2 War ein Mitbeten möglich? (z.B. durch Ein-
blendung des Gebetstextes)

II.4.3 War ein Live-Chat möglich?

II.4.4 War das Einbringen von Gebetsanliegen
vorab möglich?

II.4.5 Bestand die Möglichkeit eines Feedbacks?

II.5 (Subjektive) Einschätzungen zur Wahr- nehmung der digitalen Verkündigungsformate

II.5.1 Wie wurden die digitalen Verkündigungs-
formate von den Gemeindegliedern während
des Lockdown erlebt?

II.5.2 Wie wurden die digitalen Verkündigungsformate von den Gemeindegliedern im Vergleich zu analogen Angeboten vor März erlebt?

III. Angaben zur Produktion der digitalen Verkündigungsformate

III.1 Von wem wurden die digitalen Verkündigungsformate initiiert?

III.1.1 Pfarrperson

III.1.2 Gemeindegemeinderat/Kirchen-
gemeinderat

III.1.3 andere Hauptamtliche

III.1.4 Ehrenamtliche/Engagierte in Gemeinde

III.2 Wurden digitale Verkündigungsformate aufgezeichnet und zeitversetzt angeboten?

III.3 Wurden digitale Verkündigungsformate live übertragen?

III.4 War ein Team aus der Gemeinde an der Produktion beteiligt?

III.5 Waren Menschen mit praktischen Erfahrungshintergründen bzgl. Digitalität an der Produktion beteiligt?

III.6 Wieviele zeitliche Ressourcen beanspruchte die inhaltliche Vorbereitung?

III.7 Wieviele zeitliche Ressourcen beanspruchte die technische Vorbereitung?

III.8 Wieviele zeitliche Ressourcen beanspruchte die technische Durchführung?

III.9 Wurde mit dynamischen Elementen gearbeitet? (z.B. filmischer Einspieler, Drohnen-
aufnahmen)

III.10 Wurde der Kirchenraum aus unterschiedlichen Blickwinkeln berücksichtigt?

III.11 Wurde die Sprache dem digitalen Angebot angepasst?

III.12 Wurde die Erstellung und Produktion vom Kirchenkreis/der Landeskirche unterstützt? (Materialien, Leitfaden, Beratung...)

III.13 Wurden zusätzliche finanzielle Mittel für die digitalen Verkündigungsformate zur Verfügung gestellt?

III.14 In welcher Höhe? (in Euro, geschätzt)

IV. Angaben zu digitalen Verkündigungsformaten nach dem Lockdown

IV.1 Werden Sie digitale Verkündigungsformate auch nach dem Lockdown zur Verfügung stellen?

IV.2 Findet eine Auswertung der Angebote der digitalen Verkündigungsformate in Ihren Gremien statt?

V. Möglichkeit für Kommentare zur Umfrage



medi

Evangelische Arbeitsstelle für
missionarische Kirchenentwicklung
und diakonische Profilbildung

Impressum

2. Auflage

Herausgeber: medi /
Ev. Werk für Diakonie und
Entwicklung e.V.

Redaktion

Daniel Hörsch

Gestaltung

Louisa Winkler

Kontakt

medi / Ev. Werk für
Diakonie und Entwicklung e.V.

Caroline-Michaelis-Straße 1
10115 Berlin
030 652 111 862
info@mi-di.de
mi-di.de

Fotografie

& Gestaltungskonzept
Social Social