

Leseprobe

Philipp Greifenstein | Hanno Terbuyken

Vernetzt und zugewandt – digitale Gemeinde gestalten

Leseprobe

Philipp Greifenstein | Hanno Terbuyken

Vernetzt und zugewandt – digitale Gemeinde gestalten

Ein Praxishandbuch

 neukirchener



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

Die automatisierte Analyse des Werkes, um daraus Informationen insbesondere
über Muster, Trends und Korrelationen gemäß §44b UrhG zu gewinnen,
ist untersagt.

© 2024 Neukirchener Verlagsgesellschaft mbH, Neukirchen-Vluyn

Alle Rechte vorbehalten

Umschlaggestaltung: Grafikbüro sonnhüter, www.grafikbuero-sonnhueter.de
unter Verwendung eines Bildes von PCH.Vector, Alexeeva Olga (shutterstock.com)

Lektorat: Anna Böck

DTP: dtp studio eckart | Jörg Eckart, Frankfurt am Main

Verwendete Schrift: FF Tisa, Input Mono

Gesamtherstellung: Finidr, s.r.o., Český Těšín

Printed in Czech Republic

ISBN 978-3-7615-6980-1 Print

ISBN 978-3-7615-6981-8 E-Book

www.neukirchener-verlage.de

Vorwort. 9

Kapitel 1:

Was ist Digitalisierung? 13
1101010 1100001: Digitalisieren mit Gefühl. 13
Was ist #digitaleKirche? 16
Kirche im Netz: Verkündigung im digitalen Raum 24
An der Schnittstelle: Wo Außen und Innen sich treffen 26

Kapitel 2:

Wie die Digitalisierung Gemeinde verändert . . . 35
Große Pläne machen, kleine Schritte gehen 35
Wer traut sich? 36
Meine engen Grenzen: Hilfe suchen 41
Vom Ehren- und Hauptamt in der Kirche 47
Das Rad nicht neu erfinden. 54
Die schwierigste Aufgabe: Dinge bleiben lassen 60
Nicht vergessen: Evaluation betreiben 68
Let my people go! Wer sind meine Leute? 69

Kapitel 3:

Die Gemeinde-Webseite	81
Wer nicht gefunden wird, existiert nicht	81
Für wen ist eine Webseite da?	84
Wer sucht, der wird finden	89
Was muss nicht auf die eigene Webseite?	104
Wie und wo finde ich Material?	106
Zugänglichkeit, Inklusion und Barrierearmut	114
Fotos und Bilder	119

Kapitel 4:

Kirchengemeinde und Social Media	123
Das Social Web	123
Wer sind wir – und wenn ja, wie viele?	132
Wen will ich wo erreichen? (Social-Media-Plattformen)	137
The Medium is the Message: Warum das Netz keine Halde ist	143
Formatentwicklung und Community-Building	146
#ansprechbar: Kommunikation statt Einweg-Verkündigung	148
(Mit-)Leben in der Digitalität	150

Kapitel 5:

Digitale Werkzeuge jenseits von Social Media	153
Messenger	154
Newsletter	159
Podcast	166
Video	171
Livestream	178

Kapitel 6:

Gemeindeverwaltung digitalisieren	185
Das papierfreie Büro	186
Abläufe digitalisieren: Schritt für Schritt	188
„Ich will aber nicht“: Mit Einwänden umgehen	194

Leseprobe

Hilfreiche Hinweise zur Werkzeugauswahl 198
Bargeldlose Spenden und Kollekten 200
Datenschutz: Doch kein Dilemma? 203

Kapitel 7:

KI und Kirche: Ein Ausblick 207
Worüber reden wir? 207
Warum ist das relevant? 208
„KI“ und Kirche. 210

Kapitel 8:

Glossar der digitalen Kirche 213

Nachwort

Zieht in Frieden eure Pfade. 219

Kapitel 1:

Was ist Digitalisierung?

1101010 1100001: Digitalisieren mit Gefühl

Seit Mitte der 1980er Jahre spricht man im deutschsprachigen Raum über Digitalisierung. Zunächst fand dieses Gespräch natürlich in Fachdiskursen unter Informatiker:innen, „IT-Fanboys und -girls“ und *Nerds* statt. Aber wir übertreiben nicht, wenn wir feststellen: Seit mindestens 30 Jahren wird bei uns fleißig digitalisiert. Das kann man ruhig ganz praktisch verstehen, denn in den ersten Jahren ging es Menschen, die sich um die Digitalisierung bemühten, zumeist darum, von einer analogen auf digitale Datenverarbeitung und -sammlung umzustellen.

Wann hat die erste Digitalkamera Eingang in Ihren Haushalt gefunden? Zu Beginn des Jahrtausends vollzog sich unter unser aller Teilnahme und doch seltsam reibungslos eine Revolution: Die Digitalkamera, die im Jahr 2000 nur etwas für *Nerds* und Fotoprofis sein sollte, hatte sich zur Mitte des Jahrzehnts als Standard für die private und geschäftliche Nutzung durchgesetzt. Im Jahr 2007 präsentierte Apple dann das erste iPhone der Öffentlichkeit, der Siegeszug der Smartphones begann. Heute muss man Kindern erklären, dass es für das Fotografieren im Familien- und Freundeskreis dereinst eigener Geräte bedurfte. Treffen sie sogar noch auf eine analoge Ka-

mera, ist die Faszination groß: Auf diesem wackeligen braunen Kunststoff-Band namens „Film“ sollen unsere Fotos jetzt drauf sein?

Wir Menschen sind ganz erstaunliche Wesen, durch den evolutionären Anpassungsdruck bzw. den Schöpfergeist Gottes mit reichlich Fantasie und Entdeckergeist ausgestattet, in der Lage, uns blitzschnell auf neue Situationen, Gefahren und Möglichkeiten einzustellen. Galt noch vor 30 Jahren die „unsichtbare“ Speicherung von riesigen Datenmengen auf kleinen Festplatten und noch vor zehn Jahren deren Verwahrung in der sogenannte *Cloud*, also in weit entfernt aufgestellten Server-Farmen, als Faszinosum, stehen wir heute ratlos vor den damals für selbstverständlich erachteten analogen Werkzeugen und Alltagsbegleitern. Hat dieses Telefon hier ein Kabel, damit man es nicht klagt?

Seit gut zehn Jahren meinen wir aber, wenn wir Digitalisierung sagen, nicht allein den Wechsel von analog zu digital, sondern eine umfassende Transformation unseres gesellschaftlichen, sozialen, wirtschaftlichen, privaten wie beruflichen Lebens. Alles ist – auch wenn diese Feststellung banal sein mag – heute digital, wenn wir es wollen. Umso mehr unsere Umwelt sich digitalisiert, desto deutlicher stehen uns auch die Grenzen und Gefahren der Digitalisierung vor Augen. Dabei verharrt das Denken in „Chancen und Risiken“ zu häufig in einer selbst gewählten, nicht durchhaltbaren Distanz. Wir können Digitalisierung nicht von außen betrachten. Selbst wenn man sie als Eremit in einer abgeschiedenen Waldeinsiedelei für die Nachwelt mittels Tintenfüller und Schreibkladde, aus möglichst großer Entfernung, beschreiben wollte, käme man doch nicht an ihrem Vorhandensein in der Welt vorbei. Auch wenn sich dieses vorübergehend in der Form von Abwesenheit darstellt: „Sorry, ich habe hier gerade kein Netz.“

Digitalisierung ist nur als Prozess mit und für Menschen zu verstehen. Bei der Digitalisierung von Arbeitsverfahren, Produkten und Geschäftsmodellen geht es darum, einen größeren Nutzen für jene Menschen zu erzielen, die an und mit ihnen arbeiten oder von ihnen leben. Auch wenn Digitalisierung im technischen Sinne die

Speicherung von Daten in einer Binarität von scheinbar endlosen 0110001101010-Ketten bedeutet, braucht sie deshalb Gefühl. Digitalisierung soll nützen. Darum müssen Digitalisierer:innen nach den Menschen und ihren Bedürfnissen fragen.

Mit diesen Vorüberlegungen ist schon eine Menge über die Digitalisierung von Kirche, Theologie und Gemeinde gesagt: Es geht bei der Digitalisierung in der Kirche nicht darum, die analoge Kirche „abzuschaffen“ oder „zu ersetzen“, wie den Digital-Begeisterten immer wieder vorgeworfen wird, sondern um die Verbesserung kirchlicher Arbeitsprozesse, Dienstleistungen und Angebote mit Hilfe digitaler Werkzeuge. Ein solches Vorverständnis von „Kirche im digitalen Wandel“ inkludiert auch die Erkenntnis, dass eben nicht alle kirchlichen Vollzüge digitalisiert werden können oder müssen (auch wenn es für jeden der bekannten Grundvollzüge von Kirche mehrere brauchbare digitale Beispiele gibt, siehe Tabelle). Es geht nicht um ein Gegeneinander von analoger Kirche auf der einen Seite und einer sphärischen digitalen Kirche auf der anderen, sondern um ein In- und Miteinander. Eine Kirche in der digitalisierten Gesellschaft wird notwendig *auch* digitale Kirche sein.

Grundvollzüge der Kirche

Zeugnis	Gottesdienst	Diakonie	Gemeinde
Verkündigung <i>martyria</i>	Liturgie <i>leiturgia</i>	Dienst <i>diakonia</i>	Gemeinschaft <i>communio</i>
Blogs	Gottesdienst-Stream	#ansprechbar	Webseite
Newsletter	Online Gemeinde	Chat-Seelsorge	Erreichbarkeit im Sozialraum
Audio-/Video-Andachten	Chat Ansprachen	Barrierefreiheit/ Inklusion	Social Media
Sharepics	#Twomplet	Robotik und KI in der Pflege	Online-Gemeinde
Sinfluencer:innen			

Für die Theologie ist die Digitalisierung sowohl eine Praxis als auch ein Forschungsgegenstand. In einer digitalisierten Welt findet theoretische Reflexion gleichzeitig oder nachträglich statt. Die Theolo-

gie als Reflexion auf Glaubens- bzw. Kirchenpraxis ist das eigentlich gewohnt. Aus dem stumpfen Nachdenken in „Chancen und Risiken“ kommt man raus, indem man die ohnehin gegebene Teilhabe an der digitalisierten Welt bejahend antizipiert. Nachdenken über Digitalisierung, Digitalität und #digitaleKirche geht nicht ohne Teilhabe an der digitalisierten Welt. Das heißt nicht, dass jede:r Theolog:in einen Instagram- oder YouTube-Kanal bespielen muss. Es heißt aber wohl: die eigene digitale Praxis zu reflektieren und nicht zum *non plus ultra* des eigenen Theologisierens zu erklären. Unter allen wissenschaftlichen Disziplinen bringt die Theologie dafür eigentlich das beste Rüstzeug mit, denn sie ist seit jeher Wissenschaft, die sich durch die Teilhabe am Forschungsgegenstand auszeichnet.

Für die Digitalisierung einer Kirchengemeinde lässt sich aus den kurzen Vorüberlegungen oben ableiten: Gelungene Digitalisierung nutzt den Menschen, die in und mit und von der Gemeinde leben. Sie unterstützt, erleichtert und ermöglicht *Kommunikation* sowohl unter den Haupt- und Ehrenamtlichen sowie mit und zwischen den Gemeindemitgliedern als auch dem die Kirchengemeinde umgebenden Sozialraum inklusive all der Menschen, die (noch) nicht zur Gemeinde gehören, aber ein Interesse an ihren Angeboten oder Dienstleistungen haben könnten – und dieses ja gar nicht so selten sogar formulieren. Oder in Kirchensprech: Gelingende Digitalisierung ist ein Segen für die Gemeinde Jesu Christi und alle ihre Gäste und Glieder.

Was ist #digitaleKirche?

Wir kommen zu Beginn nicht um eine kurze Einführung in einige gängige Begriffe und Labels herum, mit denen im kirchlichen Digitalisierungsdiskurs gearbeitet wird. Bleiben Sie aber dran, denn direkt im Anschluss an diesen kurzen Durchgang haben wir eine grausame Wahrheit für Sie im Gepäck!

Kapitel 3:

Die Gemeinde-Webseite

Wer nicht gefunden wird, existiert nicht

Um zu verstehen, wie wichtig Webseiten heute noch sind, ist ein kurzer Blick in die Geschichte sinnvoll. Bereits im Jahr 2007 hat der Journalismus-Professor und Internet-Pionier Jeff Jarvis den Satz geprägt: „Do what you do best, link to the rest.“²¹ Es ist die beste Kurzbeschreibung dessen, was das Wesen des Internets ausmacht: der Link. Wer „ins Internet“ geht, meint damit zumeist das World Wide Web (WWW): Eine Ansammlung von Webseiten, die Informationen bereitstellen und miteinander verbunden sind. Das Konzept des WWW einschließlich des Übertragungsprotokolls HTTP wurde 1991 von Tim Berners-Lee am Kernforschungszentrum CERN vorgestellt, 1992 kam dann HTML dazu.

HTTP steht für „Hypertext Transfer Protocol“, HTML steht für „Hypertext Markup Language“. HTML bezeichnet eine Auszeichnungssprache, die es ermöglicht, unterschiedliche Dokumente und unterschiedliche Stellen in diesen Dokumenten direkt anzusteuern. Gemeinsam ermöglichen es die Auszeichnungssprache und das Versand- und Empfangsprotokoll mithilfe eines „Universal Re-

21 <https://buzzmachine.com/2007/02/22/new-rule-cover-what-you-do-best-link-to-the-rest/> (zuletzt aufgerufen am 29. 11. 2023).

source Identifiers“ – URI, auch „Universal Resource Locator“ (URL) genannt –, Dokumente zu strukturieren und untereinander erreichbar zu machen.

Der Link ist inzwischen völlig selbstverständlich geworden. Aber nur durch die Kombination aus Übertragungsprotokoll, Auszeichnungssprache und Link ist das Wissen der Welt tatsächlich online zugänglich gemacht worden. Die bereits angesprochene Auflösung von hierarchischen und räumlichen Grenzen durch die Digitalisierung manifestiert sich hierbei ganz wesentlich: Mit einer Kette von Links kann ich potentiell das gesamte World Wide Web erkunden und jede verfügbare Information in diesem Netz erreichen.

Neben dem World Wide Web wurde die E-Mail zum zweiten großen universalen digitalen Kommunikationsmittel. Heute sind Social-Media-Plattformen aber mindestens genauso wichtig geworden, die vom Wesen her als *walled gardens* funktionieren. Facebook, YouTube, Twitter (seit 2023 X), Instagram und TikTok sind abgeschlossene Plattformen, die wenig Interesse daran haben, Nutzer:innen mit Links aus ihrer geschlossenen Umgebung herauszuführen. Instagram lässt aus diesem Grund keine Links in Beiträgen zu – und trotzdem ist „Link in Bio!“ zu einem Standard-Ausspruch auf Instagram geworden. Denn wer auf Inhalte außerhalb der Plattform verweisen möchte, braucht dafür eben wiederum den Link auf diese eigenen Informationen. Am besten an einer möglichst gut zugänglichen Stelle.

Das gilt für Medienunternehmen, die auf ihre Inhalte verweisen, ebenso wie für Firmen, die auf ihre Produkte aufmerksam machen wollen. Um das zu verhindern, haben Social-Media-Plattformen inzwischen eigene Varianten, wie man direkt aus der App heraus Produkte kaufen kann. TikTok ist als jüngste große Social-Media-Plattform am weitesten vorgeprescht und ermöglicht den Einkauf direkt aus der App heraus, ohne dass auf externe Online-Shops verlinkt werden muss. Aber auch auf YouTube, Instagram oder Facebook sind vergleichbare Optionen verfügbar.

Warum ist eine eigene Webseite dann überhaupt noch wichtig, wenn die Menschen sich sowieso nur in den ummauerten Gärten von Social Media aufhalten? *Erstens* ist sie die einzige Plattform, auf der Anbieter die vollständige Kontrolle über ihre Inhalte haben. Dort kann ich garantieren, was genau da steht, wie lange es dort stehen, und in welchem Kontext die Information präsentiert wird. *Zweitens* verschwindet der Inhalt auf einer eigenen Webseite nicht im endlos scrollenden Social-Media-Feed und ist in seiner Sichtbarkeit nicht abhängig von der Auswahl durch intransparente Algorithmen. Wer weiß, wo ein Inhalt steht, kann ihn immer wiederfinden. *Drittens* und für den kirchlichen Kontext sehr wichtig, ermöglicht eine eigene Webseite die direkte Verbindung zu interessierten Menschen. Wer freiwillig, direkt und wiederholt auf meine Webseite kommt, ist mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit eine Person, die sich für meine Angebote interessiert oder sich engagieren möchte.

Eine Webseite muss gleichzeitig auf allen Endgeräten funktionieren. Viele Menschen surfen mit dem Smartphone im Internet, so dass jede Webseite *responsiv* sein muss. Das bedeutet, dass sie sich an die Größe des jeweiligen Bildschirms automatisch anpasst und auf dem Smartphone, dem Tablet, dem Laptop oder dem großen Schreibtischbildschirm gut aussieht.

Eine eigene Webseite ist unverzichtbar, weil sie die einzige Plattform ist, die die Kirchengemeinde komplett selbst steuern kann. Sie ist die wichtigste Anlaufstelle, um die Fragen „wer, was, wann und wo“ für das Gemeindeleben zu beantworten. Die Webseite muss auf dem Smartphone genauso nutzbar sein wie auf dem großen Computerbildschirm.

Leseprobe

nen Gefallen und reproduzieren Sie deren Erzeugnisse nicht noch einmal! Ihre Ressourcen sind anderswo besser eingesetzt. Weisen Sie die Ehren- und Hauptamtlichen in Ihrer Gemeinde vielmehr auf bestehende Angebote hin, auch wenn diese auf anderen Ebenen Ihrer Kirche entstehen. Und: Liefern Sie den Newsletter-Autor:innen dort doch bei Gelegenheit Material aus Ihrem Sprengel oder Ihrer Pfarrei an!

Newsletter bieten sich als kostengünstige und ressourcensparende Alternative und Ergänzung zum gedruckten Gemeindebrief an. Jede Kirchengemeinde sollte zumindest einen Newsletter für die Information der Gemeindemitglieder anbieten. Darüber hinaus birgt das Newsletter-Format weitere Chancen, um mit interessierten Leser:innen in Kontakt zu treten und ihnen die Gute Nachricht weiterzusagen.

Podcast

Warum hören so viele Menschen Radio? Im Jahr 2023 gab es laut Statista 32 Millionen tägliche Radiohörer:innen in Deutschland. Die Hörer:innen-Zahlen des linearen Radioprogramms gehen zwar stark zurück (2019: 36 Millionen), aber sind nach wie vor sehr hoch. Besonders hohes Vertrauen unter den Hörer:innen genießen die Sender des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks mit ihrem Informations- und Kulturangebot. Zur linearen Ausstrahlung, also Radio über den Hörfunk und Livestreams nach Sendeschema, sind in den vergangenen Jahren Podcasts getreten: Audio-Sendungen, die in Apps und auf Webseiten zur *zeitsouveränen Nutzung* bereitgestellt werden. Nutzer:innen entscheiden selbst, wann sie diese Inhalte hören oder sehen wollen.

Podcasts werden, anders als das laufende Radioprogramm, häufiger über Kopfhörer gehört. Was auf den ersten Blick trivial erscheint, birgt für die kirchliche Kommunikation große Chancen: Selten kommen Sie als Sprecher:innen Menschen so nahe wie durch Ihre Stimme, die Hörer:innen direkt am Ohr haben! Podcasts sind

darum eine sehr persönliche Kommunikationsform. Beachten Sie dies bei der Gestaltung! Wie möchten Sie gerne im persönlichen Gespräch angesprochen werden?

Ihre Hörer:innen finden Podcasts über Ihre Gemeindefwebseite und auf Podcast-Plattformen. Es ist nicht notwendig, die Audio-Dateien auf Ihrem eigenen Server bereitzustellen. Achten Sie allerdings darauf, Ihre Audio-Produktionen nicht allein auf abgeschlossenen Streaming-Plattformen wie Apple Podcasts, Amazons Audible oder Spotify zur Verfügung zu stellen, sondern immer auch barrierearm und ohne Zugangsbeschränkungen auf Ihrer Webseite. Es stehen für das Audio-Hosting und die darauf folgende Einbindung von Playern auf Webseiten in Deutschland zahlreiche Dienste zur Verfügung. Achten Sie auf einen möglichst datensparsamen und datenschutzfreundlichen Dienst. Mini-Podcasts können sehr gut auch direkt als „Sprachnachrichten“ in Messenger-Apps an die Hörer:in gebracht werden!

Podcasts, Videos und Webseiten sind tatsächlich die wichtigsten Medienangebote einer Kirche zur zeitsouveränen Nutzung. Mit ihrer Hilfe können Sie Menschen erreichen, die nie oder nur sehr selten im Gottesdienst oder bei Gemeindekreisen und -veranstaltungen auftauchen. Nur weil jemand es nicht zum Sonntagsgottesdienst schafft oder die analogen Angebote der Gemeinde nicht zu ihrem Lebensstil oder den persönlichen Interessen passen, muss man nicht vom Gemeindeleben ausgeschlossen werden!

Die Gründe für die Abwesenheit „im Fleische“ sind vielfältig und reichen von Stress und Zeitnot bis hin zur mangelnden Barrierefreiheit in unseren Kirchen. Nehmen Sie nicht von vornherein an, dass fernbleibende Gemeindemitglieder der Gemeinde und dem Glauben per se desinteressiert gegenüberstehen! In unserer mediatisierten Gesellschaft sind wir an die zeitsouveräne Nutzung von Medien gewohnt. Geben Sie den Menschen in Ihrer Gemeinde die Möglichkeit, ihren Glauben dann zu leben, wann sie es für richtig halten.

Das Podcast-Studio

Für die Zwecke einer Kirchengemeinde unterscheiden wir zwischen zwei Produktionshöhen:

- Bei Podcasts im engeren Sinne handelt es sich um längere Audio-Sendungen, zumeist Gespräche zwischen mehreren Sprecher:innen, die sich mit einem Thema befassen. Häufig besteht ein Podcast aus mehreren Episoden zu einem Thema, in denen verschiedene Aspekte oder Beispiele erklärt und diskutiert werden. Inzwischen gibt es eine unüberschaubare Vielfalt unterschiedlicher Podcast-Formate vom tagesaktuellen Nachrichten-Hintergrund über die beliebten True-Crime- und Krimi-Formate bis hin zu nischigen Themenpodcasts. Solche Podcast-Serien werden im Kontext von Kirchengemeinden von hochengagierten und begeisterten Ehren- und Hauptamtlichen erstellt, für die Podcasts (mehr als) ein Hobby sind. Wenn Sie im Kreise der Gemeindemitarbeitenden solche Menschen haben, schätzen Sie sich glücklich und unterstützen Sie sie dabei, Ihre Kompetenz und Begeisterung einzubringen!
- Mini-Podcasts hingegen sind im Vergleich dazu wesentlich kürzer und beschränken sich auf wenige Gedanken, die den Hörer:innen vermittelt werden. Sie können in der Kirchengemeinde schnell und flexibel zum Einsatz kommen, weil sie unkompliziert produziert werden können. Beispiele für solche Mini-Podcast-Serien sind zum Beispiel Audio-Adventskalender oder -Fastenbriefe, Sonntagsgrüße oder Mini-Andachten zum Wochenbeginn etc.

Für die Produktion von Mini-Podcasts genügen Produktionsmittel, die in vielen Haushalten ohnehin vorhanden sind. Seit der Corona-Pandemie finden sich auf vielen Schreibtischen gute Headsets für Online-Meetings. Die Mikrofone dieser Headsets sind qualitativ für die Produktion von Podcasts zumeist ausreichend. Wollen Sie

die Audio-Qualität Ihrer Podcasts weiter steigern, dann investieren Sie am besten in eines der Einsteigermodelle bekannter Mikrofonhersteller. Für den Schnitt und die Postproduktion Ihrer Podcasts gibt es kostenlose und Open-Source-Software, die gerade Neueinsteiger:innen teuren und elaborierten Produktionsprogrammen vorziehen sollten. Große Programme liefern hunderte von Einstellungsmöglichkeiten und Werkzeuge mit, die Sie im Alltag nicht benötigen. Das kostenlose Audio-Schnittprogramm Audacity reicht für gemeindliche Zwecke völlig aus. Es ist nicht notwendig, in teure Hard- und Software zu investieren!

Beachten Sie bei der Produktion von Podcasts die Hinweise zum Arbeiten in Projekten, um die beteiligten Haupt- und Ehrenamtlichen nicht zu überfordern.⁵¹ Für den Schnitt und die Postproduktion einer Podcast-Episode müssen Sie mindestens die dreifache Zeit veranschlagen, die eine Podcast-Episode lang ist. Die Zeit Ihrer Hörer:innen ist ebenso kostbar wie die der Produzent:innen. Auch wenn sich die sprichwörtlich gewordenen „Laberpodcasts“ immer noch großer Beliebtheit erfreuen: Halten Sie bei der Länge Ihrer Podcast-Episoden Maß! Fragen Sie bei den Hörer:innen nach, welche Episodenlänge sie sich wünschen und handeln Sie danach.

Podcast als Zweitverwertung

In unseren Kirchengemeinden entstehen jede Woche Inhalte, die prinzipiell auch als Podcast versendet werden können. Die Arbeit, die Prediger:innen in die Vorbereitung einer Predigt oder Andacht investieren, kann durch eine zweite Nutzung (Zweitverwertung) neben dem analogen Gottesdienst als Podcast größere Resonanz finden. Predigten und Andachten lassen sich unkompliziert einsprechen und auf der Gemeindewebseite zur Verfügung stellen. Vermeiden Sie es bitte, längere Audios direkt in Messenger-Gruppen zu posten. Nur wenige Menschen bringen genügend Toleranz

⁵¹ Siehe Kapitel 2 - Life-Hack: Projektbezogenen Arbeiten auch im Netz.

dafür auf, im Alltag unvermittelt zugepredigt zu werden, ganz zu schweigen vom notwendigen Datenvolumen, das auch nicht allen Menschen unbegrenzt zur Verfügung steht.

Vielen Menschen fällt es schwer, den Inhalt von schriftlichen Texten zu erfassen. Stellen Sie deswegen Ihre Predigten, Andachten oder längere Texte auch als Audio-Dateien auf Ihre Webseite. Beim Einsprechen von Texten bemerkt man übrigens häufig, wie kompliziert sie tatsächlich formuliert sind. Nutzen Sie den Formatwechsel auch dazu, die Formulierung Ihrer Texte insgesamt zu verbessern.

Da ist Musik drin!

Als Kirchengemeinde sind sie gegenüber anderen Podcast-Produzenten im Vorteil! Wegen der komplizierten Rechtslage müssen Podcasts im deutschsprachigen Raum nämlich weitgehend auf den Einsatz von (guter) Musik verzichten. Die Jingles von Podcasts sind nicht selten deswegen Bearbeitungen von lizenzfreier Musik oder musikalischen Werken unter Creative-Commons-Lizenzen. Auch Sie können sich selbstverständlich solcher Musik bedienen! Als Kirchengemeinde sind sie allerdings in der komfortablen Lage, für den kirchlichen Gebrauch auch viele andere musikalische Werke nutzen zu können, weil Sie unter dem Schirm der kirchlichen Rahmenverträge mit den Rechteinhabern operieren.

Nutzen Sie in Ihren Podcasts die Kraft der Musik, egal ob es sich um Kirchen- oder Popmusik von professionellen Musiker:innen oder die Ergebnisse der Probenarbeit Ihrer Chöre, Bands und Ensembles in der Kirchengemeinde handelt. Wie toll wäre es, wenn auch Gemeindemitglieder, die es nicht zum adventlichen Chorkonzert geschafft haben, so einen Eindruck von der Begeisterung der Mitwirkenden erhalten!

Nutzen Sie die Chancen von Audio-Formaten für die Kommunikation des Evangeliums in Ihrer Kirchengemeinde: Lassen Sie von sich hören und kommen Sie den Menschen mit Podcasts nahe. Begleiten Sie interessierte Hörer:innen mit Mini-Podcasts im Alltag und stellen sie Texte aus der gemeindlichen Werkstatt als Audios auf Ihrer Webseite zur Verfügung, um so noch mehr Menschen zu erreichen und wenigstens ein paar der Barrieren durchlässig zu machen, die gelingender Kommunikation in unseren Kirchen häufig im Wege stehen.

Video

Das lineare Fernsehen ist im deutschsprachigen Raum nach wie vor das beliebteste Unterhaltungs- und Informationsmedium, wenngleich es in den jüngeren Alterskohorten vom Internet und von Streaming-Diensten abgelöst wird. Auch bis ins hohe Lebensalter hinein nutzen Menschen inzwischen Mediatheken, um Bewegtbild zu konsumieren. Bewegte Bilder bewegen uns. Die Wirkung, die Videos bei uns Menschen entfalten, kann kaum überschätzt werden. Die Bildwelten von Kino und Fernsehen nehmen uns gefangen, wir tauchen ab in fremde Welten, werden in entlegene Weltregionen entführt und nehmen Anteil am Leben von Menschen, die uns eben noch ganz fremd waren.

Nutzen Sie Videos in Ihrer Kirchengemeinde *gezielt* und *strategisch*, um mit Menschen in Verbindung zu treten. Eine geeignete Verwendung von Videos stellt zum Beispiel die Präsentation von Kirchengemeinde, Mitarbeitenden und Kirchengebäuden auf der Gemeindef Webseite dar. Aber auch in der Verkündigung, insbesondere auf Social-Media-Plattformen, spielen Bewegtbildinhalte eine wichtige Rolle.