



spannend/langweilig: Storytelling im Netz

Herr Förner: Eine gute Story hilft, auch abstrakte Produkte erfolgreich zu verkaufen. Ist das mit dem Glauben an einen Gott genauso?

„Sie werden lachen, die Bibel!“ so lautet bekanntlich die Antwort von Bertolt Brecht auf die Frage nach seinem Lieblingsbuch. Und zwar nicht, weil er so fromm war, sondern weil in der Bibel die besten Geschichten stehen. Neben der Bergpredigt ist auch die Verkündigung Jesu geprägt von Gleichnissen. „Mit dem Himmelreich ist es wie ...“ kann jede und jeder viel besser verstehen als dogmatische Traktate oder theologische Thesen.

Mit dem englischen Wort Story bin ich als gebürtiger Franke eher vorsichtig. Da wird aus der Story schnell die „Schdory“ und das wiederum wird meist synonym verstanden mit Geplauder. Außerdem gefällt mir besser, dass im Deutschen das Wort Geschichte beide englische Begriffe vereint, die Story genauso wie History, die spannende Geschichte, die mich auch emotional packt, genauso wie die Geschichte, in der ich stehe.

Mit 13 Jahren habe ich im Fernsehen „Holocaust – Die Geschichte der Familie Weiss“ gesehen. Wie eine gute Erzählung ein ganzes Land erschüttern konnte, wie die Geschichte der Familie Weiss half, die Deutschen zu einer Auseinandersetzung mit dem Holocaust zu bewegen, das dürfte nach wie vor exemplarisch sein für die Wucht, die eine gute Geschichte haben kann. Auch für diesen Fall gilt: in der Geschichte kommen Story und History zusammen..

Was sind für Sie die Quellen guten Storytellings und was ist die eigentliche Kunst dabei?

Für Storytelling im christlichen Kontext ist die Bibel sicherlich die erste Quelle. Spannende Charaktere, wie wir sie in den Heiligengeschichten finden, eignen sich aber mindestens genauso wie authentische Charaktere unserer Tage. Es ist kein Zufall, dass Ignatius von Loyola durch das Lesen von Heiligen-Biographien zum christlichen Glauben fand. Die Popularität von Papst Franziskus verdankt sich m.E. auch mehr dem, was er tut und wie er lebt, als dem, was er sagt oder schreibt.

Nutzen Sie in Ihrem Bistum das Instrument des Storytellings? Falls ja: Können Sie uns Beispiele nennen?

Auf dem Höhepunkt der Missbrauchskrise, kurz nach Bekanntwerden der Vorwürfe am Berliner Canisius-Kolleg meldete sich eine Tageszeitungs-Journalistin und wollte Priesteramtskandidaten befragen, warum sie ausgerechnet jetzt sich für diese Institution entscheiden, die doch gerade ein denkbar schlechtes Image hatte. Die Bedenken waren groß



Im Interview: Stefan Förner

Stefan Förner, Jahrgang 1965, ist

Diplom-Theologe, verheiratet und Vater von zwei Kindern. Seit 1996 arbeitet er fürs Erzbistum Berlin, zunächst als Redakteur für den privaten Rundfunk – hier war er beteiligt am Start von Radio Paradiso – und seit 2003 als Pressesprecher des Erzbistums Berlin. Er ist seit 2016 Vorsitzender der AG Presse, des selbstorganisierten Zusammenschlusses der Pressesprecher der (Erz-)Bistümer und der Werke. Stefan Förner ist Mitglied in der Katholischen Filmkommission für Deutschland, im Ausschuss zur Programmbegleitung von katholisch.de und Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen..

und vielköpfig. Schließlich erschien eine ganzseitige Reportage in der Berliner Zeitung. Die authentische Geschichte von zwei jungen Männern, die in schwierigen Zeiten ihrem Lebensziel treu bleiben, hatte eine Glaubwürdigkeit, wie sie keine Beteuerung, Erklärung, Statement je hätte haben können. Für mich war das ein Aha-Erlebnis. Wir haben in der Zwischenzeit zwei Bände mit dem Titel „Gesichter und Geschichten“ veröffentlicht, in denen wir nach dem gleichen Prinzip vorgehen: wir stellen Christen vor, die an unterschiedlicher Stelle in unterschiedlicher Weise zu ihrem Glauben und ihrer Kirche stehen.

Falls ja: Wie ist die Resonanz Ihrer Leser darauf (Print wie digital)?

Wir machen keine differenzierte Resonanz-Analyse, haben aber durchweg positive Rückmeldungen, auch von Seiten der Journalisten, die solche Geschichten, solche Personen anfragen.

Welche guten Beispiele von Storytelling kennen Sie sonst noch (aus anderen Bistümern, von Hilfswerken oder aus der Wirtschaft)?

Ein wenig neidisch verfolge ich, wie in anderen Bistümern Storytelling maßgeschneidert für die neuen oder sozialen Medien gemacht wird, in 140 Zeichen, in der passenden Sprache, mit Videos und Animationen, auf facebook, etc. Da muss man sicherlich das Bistum Essen als erstes nennen, das mit Jens Albers und Simon Wiggen nach meiner Wahrnehmung die kreativsten in diesem Bereich unter Vertrag hat.

Auch „Valerie und der Priester“ hat mich sehr positiv überrascht: Sowohl Valeries Neugier als auch die Antworten des Priesters waren echt und dadurch wohl so überzeugend.

Bei den Hilfswerken ist es schon lange üblich, nicht abstrakte Zahlen und Probleme aufwändig darzustellen, sondern konkrete Personen und Projekte zu erzählen, echte Menschen aus den Partnerländern auch hierzulande vorzustellen, bzw. Journalisten dies im Land selbst zu ermöglichen.

Was ist überhaupt neu beim Storytelling? Hat man denn je was Anderes gemacht als Geschichten erzählt?

Na ja, „Enzyklika“ oder „Hirtenwort“, das klingt noch nicht unmittelbar nach „Storytelling“. Aber unsere Quellen, unsere heilige Schrift, unsere Heiligen, das ist natürlich reinstes Storytelling.

Welche spannende Geschichte hat Kirche zu erzählen?

Die vielen Geschichten all der Menschen mit ihrem Glauben, das müssen nicht nur die strahlenden und erfolgreichen sein.

Mit welchen Geschichten kann man junge Menschen, die keine Beziehung zum christlichen Glauben haben, überzeugen und begeistern?

Thomas von Aquin soll auf die Frage, wie er jemanden zum Christentum bekehren würde, geantwortet haben: ich lade ihn ein, mit mir zu leben. In Zeiten von Internet, Foren, Chats, Blogs, „sozialen Medien“, etc., muss niemand mehr bei mir einziehen, um mein Leben zu teilen. Schon das überzeugende und authentische facebook-Profil eines Pfarrers kann die Geschichte sein, die jemanden neugierig macht auf Kirche und Christus.

Würden Sie sagen, dass es an der Theologie liegt, dass wir das Erzählen im Christentum verloren haben?

Dann wäre es keine Theologie mehr. Gute Theologen müssen gute Erzähler sein und mehr noch sollten sie bereit sein, auch ihre eigene Geschichte mit Gott zu erzählen. Ein junger freier Autor hat uns überzeugt, einen Podcast anzulegen. Er stellt sich Interviews vor mit Kirchenleuten, die dann auch mal 40 bis 50 Minuten lang sein dürfen. „Wer

soll sich das denn anhören?", haben wir ihn gefragt. Aber die Reaktionen geben ihm recht: es gibt wieder das Interesse an der langen Geschichte. Netflix-Serien über zig Staffeln, die Süddeutsche gibt ein eigenes Heft mit ihren langen Reportagen heraus, im Netz gibt es neben den 140 Zeichen auch mehr und mehr lange Geschichten. Vielleicht müssen wir einfach wieder mehr das Zuhören einüben.

Wie reagiert man innerhalb der kirchlichen Institutionen auf diese und andere, neue mediale Entwicklungen?

In das Klagelied, dass wir immer zu spät und zu langsam sind, stimme ich ungern ein. Was ich mir mehr wünschen würde, wäre ein größeres Selbstbewusstsein, eine größere Begeisterung für die frohe Botschaft, für die wir stehen. Was auch fehlt, ist mitunter eine größere Gelassenheit. Mir gefallen auch viele christliche Blogs nicht so richtig gut, aber ich will anerkennen, dass da Menschen über ihren Glauben reflektieren, wo andere nur Katzenfotos hochladen oder neue Kosmetik vorstellen. Und schließlich: katholisch heißt für mich immer „et et“, also eine gewisse Großzügigkeit, was Meinungen und Einschätzungen angeht. Dass mancherorts das Internet genutzt wird, um Andere zu verunglimpfen bzw. ihnen das Katholische abzusprechen, ist zutiefst unchristlich und unanständig.

Kann es sein, dass die biblische Geschichte eine wunderbare Story ist, aber von den Verkündern wie Priestern und Laien schlecht erzählt wird?

Die biblische Geschichte ist so gut, wie sie aktualisiert, aktuell mit Leben erfüllt wird. Das geht nicht ohne eine persönliche Beteiligung. Ein unbeteiligtes Nacherzählen wird niemanden beeindrucken.

Wird eigentlich in der Priesterausbildung Storytelling gelehrt?

Storytelling als eine eigene Technik vermutlich nicht. Aber wer spannend predigen will, muss eine Geschichte erzählen können.

Wieviel Wert wird in der Priesterausbildung auf die Qualität einer guten Predigt gelegt?

Predigen gehört zum Kerngeschäft, das ist unstrittig. Vielleicht kann man noch mehr versuchen, die individuellen Stärken der künftigen Prediger herauszuarbeiten. Denn „die gute Predigt“ gibt es so nicht, Ziel muss der authentische Prediger sein.

Erkennt man im Erzbistum Berlin die Notwendigkeit einer veränderten Glaubenskommunikation?

Wir haben uns den Prozess „Wo Glauben Raum gewinnt“ verordnet. Unserem Erzbischof ist es wichtig, dass dies im Kern eine Verständigung darüber ist, was wir glauben und wie wir Kirche leben. Das ist im Prinzip nichts anderes als Kommunikation unter sich permanent verändernden Rahmenbedingungen.

Gute Stories machen Unternehmen, Hilfswerke und Kirche greifbar. Ist es schwierig für Kirche gute Stories zu entwickeln?

Nein, weil wir gute Geschichten und gute Geschichtenerzähler haben. Wenn wir Fortbildungen für Ehrenamtliche in den Pfarrgemeinden machen, ist das immer mein Standardsatz: Öffentlichkeitsarbeit machen wir alle, ich habe die privilegierte Situation, genau dafür auch noch bezahlt zu werden.

Wie kann Kirche ihre Erzähltalente von morgen finden?

Das Bonifatiuswerk hat beispielsweise eine Aktion gestartet „Meine Story mit Gott“ und Kinder und Jugendliche ermutigt, zu erzählen, was ihnen an ihrem Glauben wichtig ist. Interessant finde ich auch die Initiative TOP Talente, wo es um Drehbücher geht. Das Stichwort lautet Medienkompetenz: wer einmal verstanden hat, wie man einen Beitrag baut, wie man richtig ins Mikrofon spricht, usw., der wird besser ver-

stehen, was da um ihn herum passiert. Und er wird Lust bekommen, selbst zu erzählen, ganz egal ob bei YouTube, in einem Blog, bei Instagram oder bei facebook.

Wenn Sie alle Möglichkeiten zur Verfügung hätten, wie würden Sie die Frohe Botschaft heute verkünden?

Nicht anders als vor 2.000 Jahren auch: ich würde in die Menschen investieren, die sich zu ihrem Glauben bekennen, die für ihren Glauben eintreten, sie ermutigen, sie qualifizieren und ihnen die Plattform bieten, ihre Geschichten zu verbreiten und bekannt zu machen.

NACH OBEN



[ÜBERSICHT](#) | [EDITORIAL](#) | [TITELSTORY](#) | [INTERVIEW](#) | [STATEMENTS](#) | [ÜBER DIE AUTOREN](#)

 →  