

**Text: Jörg Eisfeld-Reschke**

Jörg Eisfeld-Reschke ist Gründer von ikosom (www.ikosom.de), dem Institut für Kommunikation in sozialen Medien. Als Autor, Referent und Berater ist er tätig in den Bereichen Online-Kommunikation und Fundraising. An der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg lehrt er Strategisches Fundraising-Management.

„Herr Eisfeld-Reschke, Sie sind Experte auf dem Gebiet „Kommunikation in sozialen Medien“. Welche Tipps und Ratschläge würden Sie der Kirche mit auf den Weg geben, wenn sie Sie als Kunde kontaktieren würde?“

Die Kirche ist dort, wo die Menschen sind. Der Glaube begleitet uns auf all unseren Wegen: In unseren Gedanken, unseren Gesprächen und unserem Handeln. So war es jahrhundertlang, aber in den vergangenen Jahren ist da irgendetwas schief gelaufen. Dort, wo die Menschen heute sind, ist es um die Kirche recht still.

Von Social Media ist die Rede. Von Facebook, Twitter und all den anderen Netzwerken, in denen man sich mit Freunden über Privates, Persönliches und Alltägliches austauscht. Wo Inhalte von jeder und jedem interpretiert, bewertet und in neue Kontexte gesetzt werden. Von stiller Andacht kann keine Rede sein - jeder flüstert, liked und flattered mit. Einzig die Kirche tut es - bis auf einige wenige Ausnahmen im deutschsprachigen Raum - nicht.

Würde die Kirche mich als Kunden kontaktieren wollen, dann müsste sie sich zu mir begeben und das nicht nur mit dem Glockenläuten am Sonntagmorgen. Erst wenn die Kirche auf mich reagiert, mit mir in den kritischen und humorvollen Dialog tritt, kann sie mich zurückgewinnen.

Damit die Kirche auch im digitalen Alltag der Menschen präsent wird, braucht es Inhalte und das Angebot diese gemeinsam zu diskutieren. An Inhalten mangelt es der Kirche keineswegs - allerdings werden theologische Diskurse meist nur mündlich im begrenzten Raum oder schriftlich auf dem Papier ausgetragen. Offensichtlich fällt es schwer, die vielen interessanten Inhalte entsprechend aufzubereiten und die neue Medien dafür einzusetzen. Youtube-Predigten, Online-Seelfürsorge, öffentliche Diskurse und Streitgespräche, das tägliche Marienbild oder ein „What would Jesus do“-Meme - viele Formate und Ansätze sind denkbar.

Soziale Medien können für die Institution Kirche und für alle Gläubigen eine Bereicherung darstellen, die Gemeinschaft stärken und (neue) Kundenkontakte ermöglichen, wenn

- sie als Erweiterung der Gemeindegarbeit eingesetzt wird,
- eine inhaltliche Dialogbereitschaft existiert,
- Inhalte multimedial und zeitnah aufbereitet und
- mit geographischen und thematischen Ankern umgesetzt werden,
- die Kapazitäten für all dieses bereitgestellt werden sowie
- eine Unterstützung und Bereitschaft zum Mitmachen auf allen Ebenen vorhanden ist.

Gelingt all dies, kann die Kirche ihre Kunden nicht nur online kontaktieren, sondern darüber hinaus das Potential das ihr zur Verfügung stehenden Ressourcen an Wissen, Fähigkeiten und Fundraising besser nutzen. Der Glaube selbst und die gegenseitige

Unterstützung in der Gemeinde werden gestärkt, wenn die Gemeindeglieder zeitlich und örtlich flexibler sind und eine Predigt auch noch Tage später zu Diskussionen und Reflektion führt.

NACH OBEN



ÜBERSICHT | EDITORIAL | TITELSTORY | INTERVIEW | STATEMENTS | ÜBER DIE AUTOREN

