

Joachim Stängle berät, begleitet und verantwortet seit Ende der Neunzigerjahre Projekte, die im weitesten Sinne heute mit Digitalisierung umschrieben werden. Steckte die Digitalisierung damals noch in den Kinderschuhen, so ist Digitalisierung als *das* zentrale Thema inzwischen auf allen Ebenen angekommen. Kaum jemand kann sich ihm entziehen und auch Kirchen und Gemeinden sind gut beraten, sich damit eingehend zu beschäftigen.

DENKEN WIR, DASS
MENSCHEN DAS
BRAUCHEN, WAS WIR
FÜR RICHTIG HALTEN?

GEBEN WIR IHNEN VOR,
WAS SIE ZU BRAUCHEN
HABEN?

ODER DENKEN WIR
KONSEQUENT VON DEN
MENSCHEN AUS,
DIE WIR ERREICHEN
WOLLEN?

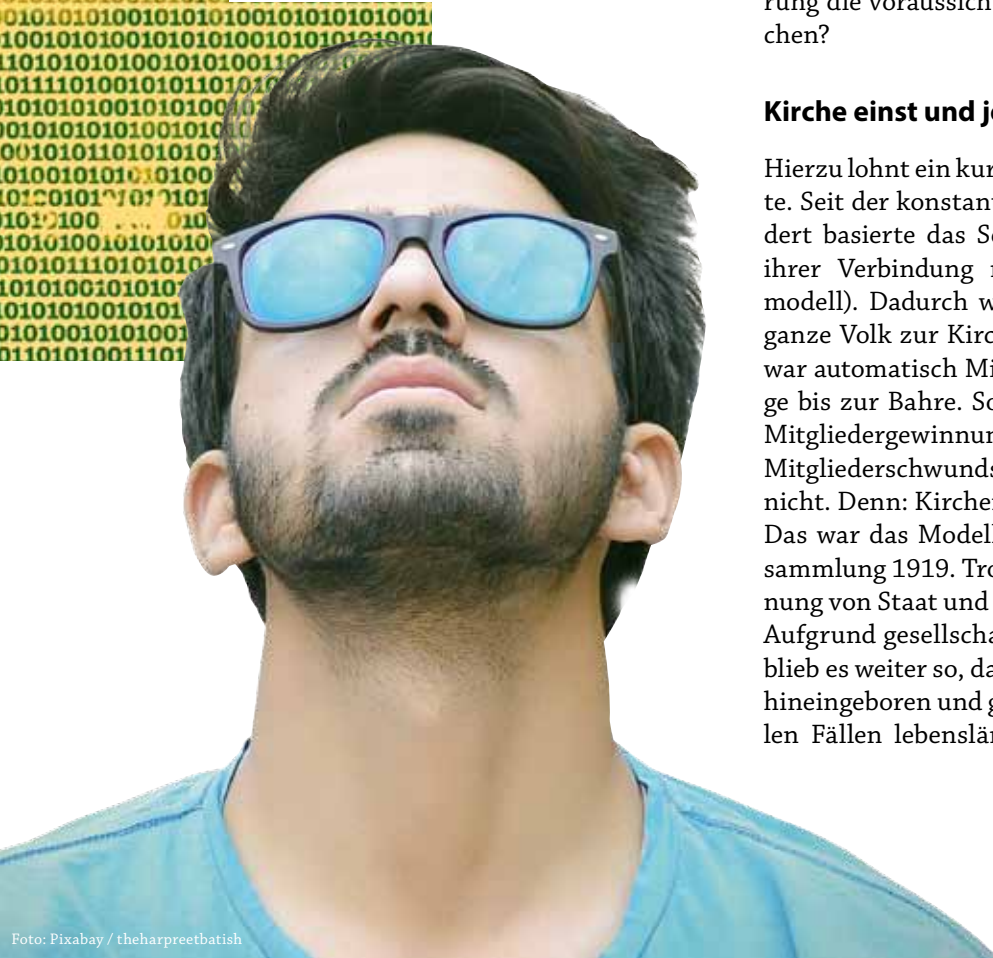
Begriffsbestimmung

Jeder versteht unter dem Thema Digitalisierung etwas anderes. Während sich der eine freut, dass er Anmeldungen zur Konfirmandenfreizeit jetzt auch per E-Mail bekommt, machen sich andere Gedanken, welche Auswirkungen »künstliche Intelligenz« auf die Gesellschaft und das christliche Menschenbild haben werden. Denken die einen bei Digitalisierung an Computer und Roboter, sehen andere darin eine elementare Kulturveränderung und eine damit verbundene Transformation, die alle Bereiche unseres Denkens und Handelns erreichen wird. All das ist wahr und kann jeweils als Teilbereich der Digitalisierung gesehen werden. Ganz sicher – der Begriff Digitalisierung ist arg strapaziert.

Was bedeutet es aber im Zusammenhang von Kirche und Gemeinde? Und warum ist gerade Digitalisierung die voraussichtlich letzte Chance der Volkskirchen?

Kirche einst und jetzt

Hierzu lohnt ein kurzer Blick in die Kirchengeschichte. Seit der konstantinischen Wende im 4. Jahrhundert basierte das Selbstverständnis der Kirche auf ihrer Verbindung mit dem Staat (Staatskirchenmodell). Dadurch war grundsätzlich klar, dass das ganze Volk zur Kirche gehört (»Volkskirche«). Jeder war automatisch Mitglied der Kirche – von der Wiege bis zur Bahre. Sorgen um Nachwuchs, Ideen zur Mitgliedergewinnung oder gar zur Reduzierung des Mitgliederschwunds gab es nicht. Brauchte es auch nicht. Denn: Kirchenmitglied zu sein, war Standard. Das war das Modell bis zur Weimarer Nationalversammlung 1919. Trotz der erfolgten offiziellen Trennung von Staat und Kirche blieb die Verbindung eng. Aufgrund gesellschaftlicher oder familiärer Zwänge blieb es weiter so, dass Babys in die Kirche der Eltern hineingeboren und getauft wurden und damit in vielen Fällen lebenslänglich (kirchensteuerzahlendes)



Mitglied der Kirche waren. Daher konnten sich die Kirchen auch jahrhundertlang leisten, nach der Maxime zu leben und zu handeln: Wir öffnen die Türen, wir läuten die Glocken und alle dürfen kommen.

Seit den 1970er-Jahren hat sich das nach und nach gewandelt. Die Gründe dafür sind sicher vielfältig und es würde den Rahmen dieses Artikels sprengen, sie alle zu beleuchten. Ein meines Erachtens wichtiger Grund ist die kontinuierlich steigende Individualisierung der Gesellschaft. Zeiten, in denen man seine Mitgliedschaft aus familiärer Tradition oder aus Gründen der sozialen Zugehörigkeit aufrechterhält, sind längst vorbei. Menschen entscheiden selbst, ob und zu welcher Kirche sie gehören wollen. Die zentrale und leitende Frage, die gestellt wird, lautet: Werden meine Bedürfnisse durch diese Kirche bedient? Dass jüngsten Veröffentlichungen zufolge pro Jahr hunderttausende Menschen den großen Kirchen den Rücken zuwenden, ist weniger eine Frage des nachlassenden Interesses an Glaubenthemen, sondern vor allem die Frage: Bieten Kirche und Gemeinde den Menschen das, was sie suchen?

Für Unternehmer ist die Grundvoraussetzung für erfolgreiche Arbeit, Kunden im Fokus zu haben. Permanent zu fragen, was die Bedürfnisse der Kunden sind, welche Anforderungen vorhanden sind, wie diese sich verändern, wo und auf welchem Wege bestehende und potentielle Kunden erreicht werden können. Das ist eine Überlebensfrage! Nun sind Kirchenmitglieder keine Kunden – ich weiß, aber die Denkweise ist dieselbe oder muss es sein und werden. Auch für Kirche und Gemeinde muss die zentrale Frage sein, wie die Bedürfnisse der Kunden bzw. Kirchenmitglieder bestmöglich bedient werden können. Und wenn sie das nicht ist, muss sie es schnellstmöglich werden.

Kirche in der digitalen Gegenwart

Kernelement der Digitalisierung ist die Konsequente und permanente Ausrichtung auf die Zielgruppen und die Bedürfnisse des Kunden. Wenn sich Kirche und Gemeinde auf den Weg in die digitale Gegenwart machen, kann das nur bedeuten, »neu denken« zu lernen.

Und daher komme ich zu der Aussage, dass die Volkskirche jetzt die (aus heutiger Sicht) letzte Chance hat, sich grundsätzlich zu wandeln, die oben beschriebene Geschichte endgültig hinter sich zu lassen. Jetzt gibt es die Möglichkeit, auf dem »Ticket der Digitalisierung« zu lernen, was es heißt, die Bedürfnisse der Zielgruppe in den Fokus zu nehmen. Zu lernen, was es bedeutet, alle Angebote, Veranstaltungen etc. auf die Bedürfnisse »des Kunden« auszurichten.

**DIE ZENTRALE
UND LEITENDE FRAGE,
DIE GESTELLT WIRD,
LAUTET:
WERDEN MEINE
BEDÜRFNISSE
DURCH DIESE
KIRCHE BEDIENT?**



Denken wir richtig? Denken wir, dass Menschen das brauchen, was wir für richtig halten, und geben wir vor, was sie zu brauchen haben? Oder denken wir konsequent von den Menschen aus, die wir erreichen wollen? Ich kann mich des Eindrucks nicht verwehren, dass gerade wir Christen oft sehr genau meinen zu wissen, was andere brauchen, wie sie denken und leben sollten. Neu denken lernen bedeutet, zu fragen: Was brauchen eigentlich die Menschen in unseren Kerngemeinden? Welche Bedürfnisse haben die, die einen anderen Lebensentwurf haben als wir? Neu denken lernen heißt auch, zu fragen, was diejenigen brauchen, die von Kirche nichts mehr wissen wollen. Menschen, die vergessen haben, dass sie Kirche vergessen haben.

Veränderung des Selbstverständnisses

Wenn in Kirchen und Gemeinden dieses Selbstverständnis herrscht, wird es sehr viel leichter sein, die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen und die Herausforderungen zu meistern.

Das verändert als erstes die eigene Kommunikation. Kirche und Gemeinde werden nicht mehr »Angebote« für Menschen machen, sondern zuerst fragen, wo die Menschen zu finden sind und was die Menschen brauchen.

Aktuellen Studien zufolge bringt der Durchschnittsdeutsche über drei Stunden täglich online. Doch dort findet er viel zu wenige Möglichkeiten, mit Kirche und Gemeinde in Kontakt zu kommen. Voraussetzung hierfür ist, als Kirche und Gemeinde auffindbar und ansprechbar zu sein. Dafür gibt es die verschiedensten digitalen Instrumente. Von der klassischen Internetseite der örtlichen Gemeinde über Social-Media-Aktivitäten bis hin zu persönlichen Messenger-Gruppen von Pfarrern und Gemeindegliedern.

Vor wenigen Wochen kursierte ein Satz auf Twitter, der mich sehr angesprochen hat und elementar beschreibt, was es bedeutet, in digitalen Zeiten als Kirche für die Menschen ansprechbar zu sein:

»Keine Webseite/Facebook-Seite zu haben, ist vergleichbar dazu, kein Kirchengebäude zu haben. Menschen können nicht zu uns kommen, wenn wir nicht da sind.« (frei übersetzt aus den socialmedia guidelines der Church of England)¹

**WENN SICH KIRCHE
UND GEMEINDE
AUF DEN WEG IN DIE
DIGITALE GEGENWART
MACHEN, KANN
DAS NUR BEDEUTEN,
»NEU DENKEN«
ZU LERNEN.**



Für unsere Kinder und erst recht unsere Enkel wird es völlige Normalität sein, mit dem umzugehen, was in den letzten Jahren an Möglichkeiten entstanden ist und noch entstehen wird.

Präsenz und Kommunikation in der digitalen Welt, vor allem in den sozialen Medien, signalisiert, dass Kirche bereit ist zu kommunizieren. Und das nicht nur von der Kanzel im Einbahnstraßenformat, sondern buchstäblich auf gleicher Höhe. Nur weil wir Kirche sind, können wir nicht erwarten, dass sich Menschen an uns wenden. Die Zeiten sind längst vorbei. Daher reicht auch nur der pure Einsatz von sozialen Medien nicht aus. Das Selbstverständnis muss ein anderes werden. Wahr- und ernstnehmen, dass sich sowohl die Zeiten als auch die Menschen verändert haben – das heißt verändertes Denken.

Virtuelle und reale Welt

Die digitale Präsenz und Kommunikation schaffen Nähe. Wo früher bei vielen die Bibel lag, befindet sich heute das Smartphone. Über Nacht auf dem Nachttisch und am Tag in der Hosentasche. Dort präsent und nahe bei den Menschen zu sein – sowohl bei der Kerngemeinde als auch bei kirchlich Distanzierten –, muss das Anliegen von Kirche und Gemeinde sein. Das ist eine enorme Chance! Das kann der leicht auffindbare Internetauftritt der örtlichen Gemeinde sein, der mit allen abrufbaren Infos signalisiert, dass die Gemeinde vor Ort eine sehr attraktive Einrichtung ist. Das kann ein breites Angebot an Medien sein, das von ausdrucksstarken Fotos und den

online abrufbaren Predigten bis hin zu Live-Übertragungen von Gottesdiensten reicht. Inzwischen gibt es auch Veranstaltungen, bei denen Menschen, die irgendwo auf der Welt verstreut leben, sich z. B. zu Hauskreisen online treffen. Menschen, die gewohnt sind, online

**PRÄSENZ UND
KOMMUNIKATION
IN DER DIGITALEN
WELT SIGNALISIEREN,
DASS KIRCHE
BEREIT IST ZU
KOMMUNIZIEREN.**

¹ Social media guidelines Church of England:
<http://dioceseofyork.org.uk/uploads/attachment/2688/social-media-guidelines.pdf>



zu kommunizieren, fällt es ungleich leichter, auch mit persönlichen Fragen, Sorgen und Nöten auf diesem Wege mit Kirche oder Pfarrer in Kontakt zu treten. Nähe bedeutet, nahbar zu sein und nicht nur Botschaften zu senden oder zu empfangen, sondern auch als Mensch präsent zu sein, um Beziehung zu ermöglichen. So nähern sich die reale und virtuelle Welt immer mehr an – für viele Menschen ist hier kaum mehr ein Unterschied zu spüren. Eine Art der Gemeinschaft, die für manche sicher ungewohnt ist. Aber eine Gemeinschaft, die Menschen längst gewohnt sind und daher gerne annehmen. Und ganz sicher eine Möglichkeit, Menschen mit dem Evangelium zu erreichen.

Digital vernetzt in die Zukunft

Die Württembergische Landeskirche hat sich schon vor fast zwei Jahren auf den Weg gemacht, sich den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zu stellen. Es wurde ein Prozess gestartet, um einen durchdachten und definierten Weg auf verschiedenen Ebenen zu planen. Wie kann Kirche der Digitalisierung konkret begegnen und sich darauf vorbereiten? Diese Leitfrage stand zu Beginn des Prozesses, den ich mit einer Projektgruppe aus unterschied-

lichen Bereichen der Kirche begleite. Menschen unterschiedlicher Zielgruppen wurden nach ihren Bedürfnissen befragt. Daraus wurde eine »digital Roadmap« mit konkreten Meilensteinen erstellt, die jetzt als Fahrplan für die nächsten Jahre dient (www.elk-wue.de/vernetzt). Erste hoffnungsvolle Projekte konnten entwickelt werden, Vernetzungsmöglichkeiten wurden geschaffen und angestoßen. Als dauerhafte große Herausforderung empfinde ich den Wandel in der Kultur und im Selbstverständnis wie zu Beginn beschrieben. Das geht nicht von heute auf morgen, denn jede Veränderung ist mit Abschiedsschmerzen verbunden.

**NUR UNSERE
GENERATION IST ES,
DIE DEN BEGINN
DER DIGITALISIERUNG
KENNT.**

Und jetzt?

Wir stehen an einer einmaligen Schwelle zu Veränderungen, die es zu gestalten gilt. Nur unsere Generation ist es, die den Beginn der Digitalisierung kennt. Für unsere Kinder und erst recht unsere Enkel

wird es völlige Normalität sein, mit dem umzugehen, was in den letzten Jahren an Möglichkeiten entstanden ist und noch entstehen wird. Und irgendwann werden sie uns fragen, warum zum Gottesdienst die Glocken läuten – eine push notification (Benachrichtigung auf dem Smartphone) aber ausbleibt. Stellen wir uns darauf ein und nutzen wir die (voraussichtlich) letzte Chance! ■



DER AUTOR:

Joachim Stängle

berät und begleitet Unternehmen und Organisationen auf dem Weg in die digitale Gegenwart. Unter anderem koordiniert er die Projektgruppe Digitalisierung in der Württembergischen Landeskirche.

📧 www.staengle-consulting.de

