

# Hoffnungen, Pläne, Maßnahmen. Kirchentheoretische Implikationen kirchlicher Digitalisierungsinitiativen

*Gerald Kretzschmar*

Auf dem Bild *Die Raupe*, gemalt von Keith Haring 1983, sieht man eine überdimensional große Raupe, deren Kopf ein Computer ist. Die Raupe trampelt achtlos über kopflose Menschen hinweg. Auf ihr sitzt ein kleiner Mensch, der versucht, sie mit einem Stock zu lenken. In einem Informationstext zu diesem Bild, das kürzlich in der Wiener *Albertina* zu sehen war, wird erläutert, dass die Raupe in Harings Werk sowohl für Verwandlung und Metamorphose als auch für Fresssucht und Gier stehe.

Überträgt man Harings Bild der Raupe auf die folgenden Ausführungen, dann besteht deren übergeordnetes Thema in der Frage, wie die Kirche auf die Raupe der Digitalisierung reagiert? Was löst dieses gleichermaßen faszinierende wie auch beunruhigende Phänomen in der Kirche aus? Im engeren Sinn wird dabei gefragt, wie die Kirche in den vergangenen Jahren die Digitalisierungsthematik aufgegriffen hat und in ihr Handeln zu integrieren sucht. Damit rückt die kirchentheoretische Perspektive in den Fokus. Welche Kirchenbilder lässt diese Beschäftigung gleichsam als Resonanz auf die Digitalisierungsthematik erkennen? Inwieweit sind diese Kirchenbilder geeignet, einerseits die mit der Digitalisierung einhergehenden positiven Möglichkeiten zu nutzen, gewisse Gefährdungen und Risiken andererseits aber auch abzuwehren?

Um Antworten auf die gestellten Fragen zu erhalten, werden im Folgenden exemplarisch konzeptionelle Texte der letzten Jahre aus dem kirchenleitenden Kontext analysiert.<sup>1</sup> So ist die folgende Analyse als Momentaufnahme zu verstehen, die zeigt, mit welchen Kirchenbildern sich kirchliche Organisationen bei

---

<sup>1</sup> Der Analysezeitraum reicht vom Jahr 2012 bis ins Jahr 2018. Dieser Zeitraum mag kurz erscheinen. Doch zum einen wird das Thema Digitalisierung erst zu Beginn der 10er Jahre zum Gegenstand prominenter kirchlicher Verlautbarungen. Und zum anderen schlägt sich die äußerst schnelle Fortentwicklung digitaler Technologien auch in den kirchlichen Papieren so sehr nieder, dass selbst für die kurze Zeit von 2012 bis 2018 markante Konturen und Entwicklungslinien in der kirchlichen Wahrnehmung der Digitalisierung zutage treten.

der Erstpräsentation oder einer besonders öffentlichkeitswirksamen Präsentation von Digitalisierungsinitiativen in Szene setzen. Auf die Analyse folgen eine kirchentheoretische Bilanz und die Präsentation kirchentheoretischer Impulse, die der Orientierung des kirchlichen Umgangs mit der Digitalisierung dienen sollen.

## 1. »Das Netz sinnvoll nutzen – Die Internet-Strategie der ELKB«<sup>2</sup>

Im Jahr 2012 legt die Bayerische Landeskirche wohl als erste der bundesdeutschen Landeskirchen ein Gesamtkonzept für den kirchlichen Umgang mit dem digitalen Wandel vor. Da im Untertitel der offiziellen landeskirchlichen Broschüre von einer »Internet-Strategie« die Rede ist, stellt sich spontan die Frage, ob sich die Kirche in einer Art Kriegszustand befindet und man nach einer möglichst effizienten Strategie sucht, um die gegnerische Seite zu besiegen. Wie auch immer man zu dieser Frage stehen mag, grundsätzlich steht der Text dem Internet und der Digitalisierung ambivalent gegenüber. Einerseits wirken sie faszinierend. So hebt der Text die Möglichkeit hervor, »Menschen, die wenig Kontakt zur Kirche haben, in ihren medialen Räumen anzutreffen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen« (3). Andererseits werden aber auch Gefahren und Risiken angesprochen, die Notwendigkeit zu medienethischer Reflexion internetbasierter Kommunikationsformen wird betont und das »Gespür für die richtige Relation zwischen medialer und persönlicher Kommunikation« (4) wird angemahnt.

In der Konkretion trägt die Broschüre vor allem einen missionstheologischen Charakter. So nehme die »Kommunikation der Kirche im Netz« (8) vor allem die Menschen in den Blick, »die gerade nicht fest in kirchliche Strukturen oder Gemeinden eingebunden sind« (8). Um diese Menschen zu erreichen, müsse »das Evangelium in vielfältiger Form im Netz präsent« (ebd.) sein. Man wolle auf neue »Formen der Vergemeinschaftung« (ebd.) reagieren und diese »neuen Räume« (ebd.) bewusst betreten, »um Menschen dort anzutreffen, wo sie sich aufhalten« (ebd.).<sup>3</sup>

<sup>2</sup> LANDESKIRCHENAMT DER EVANGELISCH-LUTHERISCHEN KIRCHE IN BAYERN (Hrsg.), *Das Netz sinnvoll nutzen. Die Internetstrategie der ELKB*, München 2012. Seitennachweise im Folgenden in Klammern im Text.

<sup>3</sup> Das Kirchenbild bzw. die Ekklesiologie, mit der sich die Kirche im Internet präsentieren möchte, umfasst die Dimensionen *Koinonia*, *Martyria*, *Leiturgia* und *Diakonia*. Diese im Umfeld der Michaelsbruderschaft zu Beginn des 20. Jahrhunderts formulierten Wesensmerkmale des Auftrags von Kirche sollen auch »in der Welt des Netzes zum Tragen« (9) kommen. Auch hier bildet sich die missionstheologische Intention der Broschüre ab:

Skizziert man das implizite Kirchenbild der bayerischen Internetstrategie, so tritt hier eine kirchliche Organisation in Erscheinung, die sich gleichsam im Besitz eines rechtmäßigen Auftrags von Kirche sowie der zu diesem Auftrag gehörenden Formen kirchlich-religiöser Praktiken sieht. All das soll in die als defizient wahrgenommene Welt des Netzes transportiert werden. Kirchentheoretisch bietet sich hier das Modell einer schlichten, hierarchisch angelegten missionstheologischen Struktur, die sich aus Subjekten der Mission und zu missionierenden Objekten zusammensetzt.

## 2. »Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft«<sup>4</sup> – Schwerpunktthema der Tagung der EKD-Synode 2014

Die Beschäftigung der EKD-Synode mit dem Thema der Digitalisierung wird in einer insgesamt 10 Punkte umfassenden Kundgebung zusammengefasst. Die Kundgebung stellt zunächst fest, dass die evangelische Kirche die mit der Digitalisierung der Gesellschaft einhergehende Entwicklung in christlicher Freiheit selbstbestimmt gestalten könne und »ihr nicht ausgeliefert« (150) sei. Man wolle die »neuen Möglichkeiten [...] für die Kommunikation des Evangeliums nutzen« (ebd.).

Wie genau soll das geschehen? Zunächst sei es notwendig, »die Digitalisierung in ihrer Vielfalt und in ihren Ambivalenzen besser zu verstehen« (ebd.). Insbesondere die Vervielfachung der Informationen, die im Zuge der Digitalisierung geboten würden, erhöhe die Anforderungen an die Fähigkeiten der Nutzenden. In diesem Zusammenhang wird insbesondere die Tatsache betont, dass Nutzerinnen und Nutzer nun gleichzeitig Empfangende und Sendende seien (vgl. ebd.).

Diese kirchentheoretische Perspektive wird im weiteren Verlauf des Kundgebungstextes allerdings nicht stark gemacht. Statt Kirche als umfassendes Kommunikationsgefüge zu betrachten, in dem kirchliche Organisationen Akteure neben und gemeinsam mit vielen anderen sind, zeichnet der Text das Bild einer kirchlichen Organisation, die sich der digitalen Welt gegenüber sieht und diese missionarisch erschließen möchte. Analog zum Strategiepapier der ELKB werden hier im Zuge der Digitalisierung neu entstandene Kommunikationsräume, Netzwerke und Gemeinschaften zu Feldern und Objekten missionari-

---

Der Kirche steht die ›Welt des Netzes‹ gegenüber, in das hinein sie ihren Auftrag vermitteln möchte.

<sup>4</sup> Vgl. KIRCHENAMT DER EKD (Hrsg.), Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft. Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode 2014 in Dresden, Frankfurt a.M. 2015, 148-152. Seitennachweise im Folgenden in Klammern im Text.

scher Initiativen. Ob die in dem Text artikulierten Vorsätze der Förderung digitaler und medienethischer Kompetenz sich dem Leitbild einer Kirche verpflichtet fühlen, die sich als Raum der Kommunikation des Evangeliums versteht, in dem sich alle Akteure auf Augenhöhe begegnen, oder doch eher dem Leitbild einer Kirche, die sich gleichsam im Besitz des Evangeliums fühlt, mit dem sie andere im Sinne eines Subjekt-Objekt-Gefälles missionieren möchte, lässt der Text mindestens offen.

### **3. Bericht des Rates der EKD über den Prozess der »Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft«<sup>5</sup>**

2017, also drei Jahre nach der EKD-Synode zum Thema »Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft«, legt der Rat der EKD der EKD-Synode einen Bericht über die Umsetzung der Synodalbeschlüsse des Jahres 2014 vor. Standen in der Synodenkundgebung hoffnungsvoll präsentierte Chancen digitaler Kommunikation in missionarischer Perspektive im Vordergrund, hat sich dies grundlegend geändert. Nun ist man in Bezug auf konkretes kirchliches Handeln zurückhaltender und macht stattdessen die Notwendigkeit ethischer Begleitreflexionen des gesellschaftlichen Digitalisierungsprozesses stark.

Kirchentheoretisch bemerkenswert ist die Neufassung des Terminus Mitglied. Nicht nur Kirchenmitglieder im traditionellen Sinn, sondern überhaupt alle, »die mit der evangelischen Kirche kommunizieren wollen« (3), werden in dem Bericht des Rates als Mitglieder verstanden. Um die Kirchenbindung dieses Personenkreises zu stärken, solle ein »Member Journey« realisiert werden, in dessen Rahmen »Daten der Mitglieder mit deren Einverständnis gesammelt, erfasst, bearbeitet und zur Kommunikation genutzt werden« (4).

### **4. Die »digitale Roadmap« der Evangelischen Landeskirche in Württemberg (Januar 2018)**

Die folgende Betrachtung basiert auf der im Internet abrufbaren Dokumentation des »Forum Digitalisierung der Evangelischen Landeskirche in Württemberg«, das am 19. Januar 2018 in Stuttgart stattfand.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Vgl. RAT DER EKD, Bericht über den Prozess der »Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft«, hg. v. der EKD-Geschäftsstelle der Synode. Drucksache XII/1, Hannover 2017. Seitennachweise im Folgenden in Klammern im Text.

<sup>6</sup> Zur Dokumentation der Veranstaltung vgl. <https://www.elk-wue.de/leben/digitalisierungsprojekt/> (31.7.2018).

In kirchentheoretischer Hinsicht bieten die Digitalisierungsaktivitäten der württembergischen Landeskirche zwei unterschiedliche Perspektiven. Auf der einen Seite steht ein Kirchenbild, in dem die Möglichkeiten der Digitalisierung als Mittel zur Mission gesehen werden. Die Kirche sieht die digitale Welt als einen Bereich, der ihr fremd ist und in dem sie noch nicht präsent ist. Als konkrete Personengruppe, die unter dem Vorzeichen der Fremdheit und einer nicht zufriedenstellenden kirchlichen Erreichbarkeit genannt wird, werden vor allem die sog. Digital Natives in der jüngeren Generation hervorgehoben. Diese Deutungsperspektive wird dadurch gestützt, dass der Prozess der landeskirchlichen Digitalisierungsaktivitäten von einer Werbeagentur begleitet wird. Offenbar geht es darum, analog zu wirtschaftlich kommerziellen Prozessen ein bestimmtes Produkt an potentielle Kunden gleichsam zu verkaufen. Dies zeigt das Impulsreferat von Theo Eißler, dem Chef der beratenden Werbeagentur, besonders eindrücklich. Indem er die Präsentation marketingstrategischer Tipps und Tricks mit der Erzählung einer mehr als klischeehaften Bekehrungsgeschichte<sup>7</sup> und in freiem Stichwortanschluss an Apg 2 mit der Skizze einer idealen Gemeinde beendet, reduziert er die Möglichkeiten der Digitalisierung auf ein schlichtes Instrument zur Bekehrung und Mission.

Auf der anderen Seite, allerdings in der öffentlichkeitswirksamen Wahrnehmbarkeit deutlich schwächer, zeichnet die Präsentation der landeskirchlichen Digitalisierungsaktivitäten aber auch das Bild von Kirche als einer Organisation, die ganz nüchtern die Digitalisierung für Kommunikation unter Mitarbeitenden und Mitgliedern sowie für die Öffentlichkeitsarbeit nutzbar machen möchte.

## 5. Digitalisierung – Synodenbericht von Kirchenpräsident Volker Jung zur Lage in Kirche und Gesellschaft<sup>8</sup>

Der im April 2018 publizierte Synodenbericht des hessen-nassauischen Kirchenpräsidenten und EKD-Medienbischofs Volker Jung ist das jüngste Dokument, das im Rahmen dieses Beitrags berücksichtigt wird. Die Art und Weise, wie Jung die Digitalisierungsthematik entfaltet, basiert nicht auf einem Raster des

<sup>7</sup> Die Bekehrungsgeschichte umfasst die Bausteine Topmanager – bei Unfall knapp dem Tod entkommen – Bekehrung zum Glauben – Pilgern auf dem Jakobsweg – seitdem Vortragstätigkeiten in Gemeinden.

<sup>8</sup> Vgl. VOLKER JUNG, Digitalisierung – Bericht von Kirchenpräsident Volker Jung zur Lage in Kirche und Gesellschaft für die 5. Tagung der Zwölften Kirchensynode der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, hg. v. der Synode der evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, Drucksache Nr. 04-2/18, Frankfurt a. M. 2018. Seitennachweise im Folgenden in Klammern im Text.

Musters »Chancen und Grenzen«. Hier wird vielmehr ein gewisser Abstand zu den Entwicklungen der vergangenen Jahre eingenommen und auffallend reflektierend, abwägend und bilanzierend vorgegangen.

Jung plädiert dafür, die neuen technischen Möglichkeiten in einer Form zu nutzen, dass sich die Lebensverhältnisse bessern, »und zwar so, dass diese Welt friedlicher und gerechter wird« (6). In diesem Sinne solle jede und jeder persönlich, aber auch die Kirche insgesamt, Digitalisierung nicht einfach geschehen lassen, sondern gestalten (vgl. ebd.).

Zu diesem bewusst gestalteten Umgang rechnet Jung unter anderem, sich die hinter diversen Kommunikationsangeboten stehenden Zusammenhänge klar zu machen. Dazu gehöre eine Reflexion darüber, welche Angebote man nutzen wolle und welche nicht. Was »bleibt privat, was will ich veröffentlichen? Wie ziehe ich Grenzen - zwischen Arbeit und Freizeit, zwischen Online- und Offline-Zeiten [...]? [...] Wem vertraue ich mich und meine Daten an und wem nicht?« (7), so Jung. In der Summe hält er fest: Das Internet »ermöglicht Teilnahme in einem guten Sinn und es hat auf der anderen Seite entsetzliche Grausamkeiten befördert« (ebd.).

Der Schlussteil des Textes wendet sich dezidiert dem Thema »Kirche und Digitalisierung« zu. Jung sieht eine große Herausforderung darin, »eine direkte digitale Kommunikation mit unseren Kirchenmitgliedern und allen, die mit uns kommunizieren wollen, aufzubauen« (13). Dabei sei die Frage des Umgangs mit persönlichen Kontaktdaten und deren geschützter Verwendung sehr wichtig. Insbesondere müsse überlegt werden, »inwiefern wir als Kirche etwa mit Facebook oder Google zusammenarbeiten wollen und können« (ebd.).

Grundsätzlich hält Jung fest: »Es gibt nicht die eine Digitalisierungsstrategie für uns als Kirche« (15). Entscheidend sei eine viel stärkere Orientierung an den Nutzerinnen und Nutzern (vgl. 15). Bei all dem gehe es nicht darum, »dass wir digitale Kirche werden. Es geht darum, dass wir in einer digitalisierten Welt Kirche Jesu Christi sind und bleiben wollen - glaubwürdig, menschlich und hoffnungsvoll« (ebd.).

In kirchentheoretischer Sicht ist für Jungs Text charakteristisch, dass er die Menschen als Subjekte wahrnimmt, die bereits unter den Bedingungen der Digitalisierung leben und damit gestalterisch umgehen. Auch kirchlich ist für Jung die Leitfrage, wie die Digitalisierung dem Wohl aller dient, die zur Kirche gehören oder mit ihr zu tun haben.<sup>9</sup> Auf dieser Grundlage liegt die kirchentheoretische Kontur des Textes sehr nah an einer subjektorientierten Kirche, die Henning

---

<sup>9</sup> Vgl. zu Jungs Haltung zur Digitalisierung in grundsätzlicher Sicht VOLKER JUNG, *Digital Mensch bleiben*, München 2018.

Luther in Anlehnung an Friedrich Niebergall als Gemeinschaft der Persönlichkeiten bezeichnet hat.<sup>10</sup>

## 6. Digitalisierung im kirchenleitenden Diskurs – Eine Verlaufskurve vom Jahr 2012 bis zum Jahr 2018 in kirchentheoretischer Perspektive

Im Jahr 2012, so zeigt es das bayerische Papier, ist der kirchliche Blick auf die Welt des Internets gleichermaßen von abschreckender Verunsicherung und von Faszination geprägt. Klar ist: Die Kirche muss sich der Digitalisierung stellen. Aus missionsstrategischer Perspektive rechnet man in der Welt des Internets vor allem mit kirchendistanzierten Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Diese möchte man im Sinne der kirchlichen Organisation aktivieren. Das Internet und dessen Nutzerinnen und Nutzer werden als Missionsfeld betrachtet, das es im Sinne der Organisation zu beeinflussen gilt.

Auch die EKD-Synode 2014 verfolgt eine missionarische Zielsetzung. Auf einem vermeintlichen Markt religiöser Angebote möchte man das Evangelium zu Gehör bringen und hofft auf die Entstehung neuer Gemeinden im Internet.

Drei Jahre später, so im Bericht des Rates der EKD an die Synode, scheint das Internet im Begriff, in der Kirche anzukommen. Der aktionistisch missionarische Reflex scheint verschwunden. Stattdessen wird die Notwendigkeit der ethischen Reflexion des digitalen Wandels in Kirche und Gesellschaft betont. Neu im kirchlichen Digitalisierungsdiskurs ist das Interesse zu erfahren, wie die Menschen die digitalen Möglichkeiten, auch in kirchlichen Zusammenhängen, faktisch nutzen. Die Nutzer- und Mitgliederperspektive kommt ins Spiel.

Zu der hier gezeichneten Verlaufskurve gehören auch Phänomene der Ungleichzeitigkeit. Die württembergische Landeskirche beispielsweise inszeniert ihre aktuelle Digitalisierungsinitiative im Jahr 2018 regelrecht euphorisch, indem sie die missionarischen Chancen der Digitalisierung betont. Eine Gegenüberstruktur von Kirche und Digitalisierung, betriebswirtschaftliche und missionsstrategische Logiken sowie die Ausblendung der Nutzer- und Mitgliederperspektive sind noch einmal prägend.

Ganz anders dagegen der jüngste hier betrachtete Text von Volker Jung. Für ihn ist die Digitalisierung weitreichend im Leben der Menschen angekommen, auch in kirchlichen Zusammenhängen. Ein bewusst gestalteter Umgang mit der Digitalisierung wird unterstrichen. Und ganz neu im kirchlichen Digitalisierungsdiskurs: Als handlungsorientierendes Kriterium werden nicht die Inter-

<sup>10</sup> Vgl. GERALD KRETZSCHMAR, Kirche und Gemeinde aus der Perspektive der Subjekte, in: KRISTIAN FECHTNER/CHRISTIAN MULIA (Hrsg.), Henning Luther. Impulse für eine Praktische Theologie der Spätmoderne, Stuttgart 2013, 40–53.

essen kirchlicher Organisationen im engeren Sinne in den Mittelpunkt gestellt, sondern schlicht die Frage, was den Menschen gut tut und dem Leben dient. Ebenfalls neu ist die Einsicht, dass es *die eine* Digitalisierungsstrategie nicht geben kann. Zahlreiche kritische Rückfragen, die sich auf Grund bisher gesammelter Erfahrungen mit internetbasierter Kommunikation und Digitalisierung stellen, prägen den Charakter des Textes.

## 7. Die Inszenierung von Kirche im Kontext von Digitalisierungsinitiativen

Welche Kirchenbilder lassen die Digitalisierungsinitiativen der vergangenen Jahre erkennen? Rein quantitativ gesehen dominiert das Bild von *Kirche als Gegenwelt zur Gesellschaft*.<sup>11</sup> Die Digitalisierung erscheint dabei als eine Art Scheidelinie, bei der diesseits die *Kirche als analoger Raum* und jenseits die *Gesellschaft als Raum der Digitalisierung* stehen. Motiviert durch die Erkenntnis, sich zu dem gesellschaftlichen Digitalisierungsprozess verhalten zu müssen, inszeniert sich die *Kirche als starke Organisation*, die mit einer Art Richtlinienkompetenz in Bezug auf ethische Bewertungen sowie die Steuerung und inhaltliche Profilierung religiöser Kommunikation ausgestattet ist. Mit dieser Selbstverortung am oberen Ende eines hierarchischen Gefälles geht eine starke Inszenierung von *Kirche als missionarischer Organisation* einher. Phänomene des Digitalen sind aus dieser Perspektive Objekte, die den Vorstellungen der starken Organisation Kirche entsprechend missionarisch zu bearbeiten sind. Zu dieser Haltung passt ein weiteres Kirchenbild, das in den Texten anzutreffen ist, nämlich das einer *Kirche als Konkurrentin auf dem Markt religiöser Angebote*.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Eine solche Gegenüberstellung von Kirche und Gesellschaft war in Kirche und Theologie in den Nachkriegsjahrzehnten recht häufig anzutreffen, vgl. dazu exemplarisch HANS-OTTO WÖLBER, *Religion ohne Entscheidung. Volkskirche am Beispiel der jungen Generation*, Göttingen 1959; GERHARD SCHMIDTCHEN, *Gottesdienst in einer rationalen Welt. Religionssoziologische Untersuchungen im Bereich der VELKD*, Stuttgart/Freiburg 1973; sowie – den Sachverhalt der Polarisierung von Kirche und Gesellschaft kritisch reflektierend – JOACHIM MATTHES, *Die Emigration der Kirche aus der Gesellschaft*, Hamburg 1964.

<sup>12</sup> Wie die kirchentheoretische Denkfigur von Kirche als Gegenwelt zur Gesellschaft belebt auch die Vorstellung, Kirche befände sich auf einem Markt religiöser Angebote in einer Konkurrenzsituation mit anderen Anbietern, einen gut zwanzig Jahre zurückliegenden kirchentheoretischen Diskurs, der auf der Fachebene eigentlich als weitgehend gründlich bearbeitet und abgeschlossen betrachtet werden kann, im kirchlichen Alltagsleben offenbar jedoch nach wie vor virulent zu sein scheint; vgl. zur Reflexion des kirchentheoretischen Markttheorems sowie zum kirchlichen und praktisch-theologischen

Das Aktionsfeld, auf dem die Kirche missionarisch tätig ist, gleicht einem Markt, auf dem mehrere Anbieter um die Gunst der Kunden und damit um Marktanteile konkurrieren.

Jenseits dieses kirchentheoretischen Stranges ruft der analysierte kirchliche Digitalisierungsdiskurs auch andere Kirchenbilder auf, die allerdings von deutlich geringerem Gewicht sind als die bereits genannten. Das gilt zum Beispiel für das Bild von *Kirche als konziliarer Diskursgemeinschaft*.<sup>13</sup> Das Bild wird explizit in dem Papier der bayerischen Landeskirche aufgegriffen. Dort allerdings in einer dem Gesamtduktus des Papiers folgenden Weise, die durch klare normative Vorstellungen über den konziliaren Diskurs geprägt ist. Implizit wird das Bild von Kirche als konziliarer Diskursgemeinschaft in den Papieren überall dort aufgegriffen, wo auf den Sachverhalt hingewiesen wird, dass die Digitalisierung aus allen, die digital kommunizieren, gleichzeitig sowohl Sender als auch Empfänger macht. Allerdings wird die Bedeutung dieser Tatsache für die kirchliche Kommunikation an keiner Stelle näher erläutert.

Ferner begegnet das Bild einer *öffentlichen Kirche*. Das ist allerdings ebenfalls nur in eingeschränkter und verkürzter Weise der Fall. So werden die Möglichkeiten der Digitalisierung lediglich unter dem Gesichtspunkt ihrer Nutzung für die kirchliche Öffentlichkeitsarbeit betrachtet. Was öffentliche Kirche über kirchliche Öffentlichkeitsarbeit hinaus bedeutet und vor allem, welche Konsequenzen die Digitalisierung für das Verständnis von Öffentlichkeit (und Öffentlichkeiten) hat, auf die hin jedes kirchliche Handeln orientiert ist, wird nicht reflektiert.<sup>14</sup>

Nicht überraschend für kirchliche Papiere zur Digitalisierung ist es, dass das Bild einer *digitalen Kirche* gezeichnet wird. Aber auch dies erfolgt in sehr knapper Weise. Visionär, vor allem aber höchst unspezifisch ist mitunter von einer In-

---

Austausch mit betriebswirtschaftlichen Ansätzen in den 90er Jahren JOACHIM FETZER/ ANDREAS GRABENSTEIN/ECKART MÜLLER (Hrsg.), *Kirche in der Marktgesellschaft*, Gütersloh 1999.

<sup>13</sup> Auch das kirchentheoretische Modell von Kirche als konziliarer Gemeinschaft ist schon älteren Datums (80er Jahre) und wird im Zusammenhang mit der aktuellen Beschäftigung mit der Digitalisierungsthematik erneut aufgerufen, vgl. dazu KIRCHENAMT DER EKD (Hrsg.), *Christsein gestalten. Eine Studie zum Weg der Kirche*, Gütersloh 1987; HERBERT LINDNER, *Konziliarität und Gemeindepraxis*, in: JOACHIM MATTHES (Hrsg.), *Kirchenmitgliedschaft im Wandel*, Gütersloh 1990, 99–117.

<sup>14</sup> Vgl. zum Thema Kirche, Öffentlichkeit und Digitalisierung KRISTIN MERLE, *Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen*, Berlin/Boston 2019; THOMAS SCHLAG, »Öffentlichkeit 4.0«. *Kirchentheoretische Überlegungen zur Gestalt und Gestaltung von Kirche in der digitalen Gesellschaft*, in: KONRAD MERZYN U. A. (Hrsg.), *Reflektierte Kirche. Beiträge zur Kirchentheorie* (FS Jan Hermelink), Leipzig 2018, 321–335.

ternetgemeinde und Kirchenmitgliedern die Rede, deren Mitgliedschaftsstatus allein dadurch begründet wird, dass sie auf dem Wege internetbasierter Medien mit der Kirche kommunizieren.

Schließlich ist noch das Bild einer *menschennahen Kirche* zu nennen. Hier steht ein Verständnis von Kirche im Mittelpunkt, das sich an dem orientiert, was Menschen gut tut und dem Leben dient. Die Berücksichtigung der Bedürfnisse der Menschen, oder im kirchlichen Jargon die Mitgliederorientierung, sind integraler Bestandteil dieses Kirchenbildes.<sup>15</sup> Im kirchlichen Digitalisierungsdiskurs ist dieses Kirchenbild allerdings so gut wie noch gar nicht anzutreffen und wird erst in dem aktuellen Text von Volker Jung stark gemacht.

## 8. Digitalisierung in der Kirche – kirchentheoretische Impulse

### a) Arbeit am Kirchenbild

Die vorherrschende kirchentheoretische Basis kirchlicher Digitalisierungsinitiativen ist problematisch und für die Gestaltung des kirchlichen Lebens nicht ertragreich.

Zum einen werden die Möglichkeiten der Digitalisierung auf Möglichkeiten missionarischen Handelns oder der Öffentlichkeitsarbeit enggeführt. Digitalisierung bietet bei weitem umfassendere Optionen – zum Beispiel im Verwaltungsbereich, im diakonischen Kontext und im Bildungsbereich.

Zum anderen gerät das Bild einer Kirche als starker Organisation leicht in Konflikt mit ekklesiologischen Grundsätzen reformatorischer Theologie. Kirche umfasst in dieser Perspektive bei weitem mehr als den Bereich kirchenleitender Organisationen. Nicht nur ihnen kommt ein Akteursstatus oder eine theologische Deutungskompetenz zu. Reformatorische Kerngedanken wie zum Beispiel das ›Priestertum aller Glaubenden‹ oder der ›Gottesdienst im Alltag‹ kommen an dieser Stelle zum Tragen. Aus der Perspektive dieser Axiome versteht sich die evangelische Kirche als Gemeinschaft, in der jede und jeder Einzelne ein Akteur oder eine Akteurin der je eigenen Gottesbeziehung ist. Dieser je individuellen Gottesbeziehung wiederum verleiht jede und jeder den individuellen Lebensbedingungen entsprechend einen eigenen Ausdruck im Alltag. Zu diesem Alltag gehören digitale Medien übrigens längst dazu. Kirche im reformatorischen Sinne ist somit automatisch weit mehr als das, was kirchliche Organisationen regeln sollen und können.

<sup>15</sup> Als historischer Vorläufer zu diesem Kirchenbild kann exemplarisch die Kirchentheorie Henning Luthers genannt werden (vgl. Anm. 10).

Kurz: Das im kirchlichen Digitalisierungsdiskurs vorherrschende Kirchenbild ist weder digitalisierungs- noch im Sinne reformatorischer Theologie kirchentauglich. Für das weitere Nachdenken über Digitalisierung in der Kirche ist die Weiterarbeit am Kirchenbild wichtig und aussichtsreich.

## **b) Die Vielgestaltigkeit des kirchlichen Lebens zum Ausgangspunkt machen**

Hinsichtlich konzeptioneller Überlegungen, wie digitale Möglichkeiten in der Kirche genutzt werden können, ist es wichtig, sich die gegebenen Strukturen des kirchlichen Lebens genau anzuschauen. Hier sieht man eine in vielerlei Hinsicht plural verfasste und ausdifferenzierte gesellschaftliche Großorganisation mit einer Vielzahl von Teilorganisationen in unterschiedlichen Handlungsfeldern mit ganz verschiedenen Verortungen in der Gesellschaft. Diese Organisationen – von der Parochialgemeinde über diakonische Einrichtungen bis hin zu kirchlichen Bildungseinrichtungen – halten ihrerseits ganz unterschiedliche Angebote und Veranstaltungen vor, die von Kirchenmitgliedern, aber auch von vielen anderen zur Kenntnis genommen und genutzt werden. Aus Mitglieder- und Nutzersicht korrespondieren diesen vielfältigen Organisationen, Angeboten und Veranstaltungen ganz unterschiedliche Formen der Kirchenbindung, je nach Prägung, Lebenssituation und individuellen Bedürfnissen. Hier kommt vieles zum Stehen: die Pflege intensiver regelmäßiger Gemeinschaft, ideelle Formen der Verbundenheit, sporadische Kontakte oder Kontakte in Gelegenheitsstrukturen, in Netzwerken verortete Bindungen und vieles mehr.<sup>16</sup> Möchte man all das systematisierend greifen, bietet es sich an, Kirche mit Jan Hermelink mittels der Dimensionen Organisation, Institution, Interaktion und Inszenierung zu betrachten.<sup>17</sup> Jede dieser Dimensionen ist für das Verständnis von Kirche als komplexem Phänomen sehr ertragreich. Für das Nachdenken über die Digitalisierung in der Kirche kann es lohnend sein, bei den vier Dimensionen Hermelinks anzusetzen

<sup>16</sup> Vgl. zum Verständnis von Kirchenbindung unter den Bedingungen mediatisierter Kommunikation GERALD KRETZSCHMAR, Kirchenbindung – Konturen aus der Sicht der Mitglieder, in: HEINRICH BEDFORD-STROHM/VOLKER JUNG (Hrsg.), *Vernetzte Vielfalt. Kirche angesichts von Individualisierung und Säkularisierung. Die fünfte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft*, Gütersloh 2015, 208–218. Zur Rolle von Gelegenheitsstrukturen und sozialen Netzwerken im Zusammenhang mit Kirchenbindung vgl. PETER BUBMANN U. A. (Hrsg.), *Gemeinde auf Zeit. Gelebte Kirchlichkeit wahrnehmen*, Stuttgart 2019; und FELIX ROLEDER/BIRGIT WEYEL, *Vernetzte Kirchengemeinde. Analysen zur Netzwerkerhebung der V. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung der EKD*, Leipzig 2019.

<sup>17</sup> Vgl. JAN HERMELINK, *Kirchliche Organisation und das Jenseits des Glaubens. Eine praktisch-theologische Theorie der evangelischen Kirche*, Gütersloh 2011, 89–123.

und zu fragen: Wie nutzen kirchliche Organisationen bereits digitale Möglichkeiten oder wie könnten sie sie nutzen? Wie sind digitale Möglichkeiten in institutionelle Strukturen zu integrieren oder auf diese beziehbar? Welche Rolle spielen digitale Möglichkeiten in Interaktionen, in Beziehungen im kirchlichen Kontext? Und schließlich: Wie können digitale Möglichkeiten für die gesellschaftliche und öffentliche Inszenierung von Kirche genutzt werden?

Die hier umrissene plurale, ausdifferenzierte und komplexe Struktur des kirchlichen Lebens unterstreicht die Einschätzung Volker Jungs, dass es die eine kirchliche Digitalisierungsstrategie wohl nicht geben kann. Hier scheint ein kleinteiligeres, kontext- und anwendungsbezogenes Vorgehen wohl zielführender zu sein. Dem korrespondierend sollten sich kirchenleitende Organisationen eher als »schwache« Organisationen begreifen, die helfend, beratend und moderierend in konkreten Einzelfällen und abgegrenzten Situationen agieren.<sup>18</sup>

### c) Mitglieder- und Nutzerorientierung

Erst jüngste Äußerungen zur Digitalisierung richten den Blick auf die eigentlichen Akteure der Digitalisierung, nämlich auf die Menschen, die digitale Möglichkeiten nutzen beziehungsweise nutzen sollen. Das bisherige Ausblenden der Mitglieder- und Nutzerperspektive überrascht. Schließlich entscheidet diese Perspektive maßgeblich darüber, ob bestimmte Digitalisierungsprojekte mit positiven Resonanzen auf der Nutzerseite rechnen können oder nicht. Für das weitere Nachdenken über die Digitalisierung sind empirische Kenntnisse über die faktische Nutzung digitaler Medien innerhalb der Kirche genauso notwendig wie Kenntnisse über Wünsche und Bedürfnisse der Mitglieder und anderer potenzieller Nutzer. Was gebrauchen die Menschen bereits? Was gibt es noch nicht, würde ihnen aber helfen? Wie steht es um das Verhältnis von analogen und digitalen Kommunikationsformen und Medien in der Kirche? Was wünschen sich die Mitglieder und Nutzer in Bezug auf das Miteinander und Ineinander von Analogem und Digitalem in der Kirche? Schätzungsweise ist die Kirche in vielen Punkten schon digitaler, oder besser gesagt: analog-digital koordinierter, als es vordergründig den Anschein haben mag und aus der Perspektive kirchlicher Digitalisierungsperspektive wahrnehmbar ist.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Zum ekklesiologischen Hintergrund von Kirche als »schwacher« Organisation vgl. TRUTZ RENDTORFF, Theologische Probleme der Volkskirche, in: WENZEL LOHFF/LUTZ MOHAUPT (Hrsg.), Volkskirche - Kirche der Zukunft?, Hamburg 1977, 104-131.

<sup>19</sup> Zur Neubestimmung des Verhältnisses von analoger und digitaler Kommunikation vgl. ILONA NORD, Die Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft. Impulsreferat zum Thema auf der 7. Tagung der 11. Generalsynode der VELKD 2014 in

#### **d) Abschließend noch ein Blick in die Zukunft**

Unter den Bedingungen der digitalisierten Welt besteht für Horst Gorski ein wichtiger Beitrag der Kirche darin, den Menschen »kognitive Distanz und emotionale Resilienz«<sup>20</sup> bereitzustellen. Er formuliert dies insbesondere vor dem Hintergrund der hohen Geschwindigkeit, mit der sich digitale Technologien entwickeln, und dem auf die Menschen einwirkenden Druck und Anspruch, mit dieser Geschwindigkeit Schritt halten zu müssen. Gleichzeitig unterstreicht er sowohl im Blick auf die Menschen als auch im Blick auf die Kirche als Organisation, dass dieses Schritthalten nicht möglich ist, aber dennoch bewältigt werden muss – individuell wie auch auf der Ebene der Organisation. Vielleicht wäre es ja für den Umgang mit der Digitalisierung in der Kirche eine Option, im koordinierten Miteinander und Ineinander digitaler neuer und analoger traditioneller Formen den Menschen Räume und Gelegenheiten zu bieten, in denen sie Abstand von den Anforderungen des Alltags nehmen und auf wohlthuende Weise zur Ruhe kommen können. Auf diese Weise könnten Digitales und Analoges den Menschen unter den Bedingungen der digitalen Gesellschaft Gutes tun.

---

Dresden, hg.v. der Generalsynode der Vereinigten Evangelisch-Lutherischen Kirche Deutschlands, Drucksache Nr. 9/2014, Dresden 2014.

<sup>20</sup> HORST GORSKI, Theologie in der digitalen Welt. Ein Versuch, in: PTh 107 (2018), 187–211: 208.