

Alle Kanäle nutzen, aber nicht beliebig sein

Eröffnung der Evangelischen Medienakademie in Hamburg am 17. Januar 2017

Ansprache Bischof Dr. Hans-Jürgen Abromeit

Sehr verehrte Damen und Herren, liebe Schwestern und Brüder,

Was glauben Sie - welcher Bibelvers ist im vergangenen Jahr weltweit am häufigsten im Internet markiert und mit anderen geteilt worden?

Er stammt aus dem Jesajabuch, genauer aus Kapitel 41: «Fürchte dich nicht, denn ich stehe dir bei; hab keine Angst, denn ich bin dein Gott!»¹. Wenn Jesaja geahnt hätte, wie viele Clicks und Likes er einmal erhalten würde! Menschen suchen also – heute genauso wie vor 2500 Jahren – nach Trost, Ermutigung und Hoffnung. Gerade jüngere Menschen, so erlebe ich es in meiner Umgebung, lassen sich nicht abspeisen mit Floskeln – sie fragen nach Sinn in ihrem Leben. Nur tun das heute immer weniger im sonntäglichen Gottesdienst, sondern auch auf Facebook und Instagram.

Grundvoraussetzung dafür, dass wir im Konzert der unterschiedlich lauten Stimmen gehört werden, ist, dass wir unsere öffentlichen Äußerungen professionell erstellen und aufbereiten. Dass wir aus dem reichen Schatz der kleinen und großen Geschichten die erzählen, die neugierig machen auf unsere Kirche, die Vertrauen wecken und durch die etwas durchscheint von dem Licht Jesu Christi, das unsere Welt hell macht. Deshalb freue ich mich auch sehr, mit Ihnen heute den Neustart der Evangelischen Medienakademie zu feiern und überbringe Ihnen die Grüße der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Norddeutschland. Mit ihren breit gefächerten und fundierten Aus- und Weiterbildungsangeboten - vom Gestalten des Schaukastens der Kirchengemeinde bis hin zum Studiengang Öffentlichkeitsarbeit – bietet sie die allerbesten Voraussetzungen dafür, dass die Kommunikation des Evangeliums in unserer Mediengesellschaft gelingen kann.

«Seid stets bereit, jedem Rede und Antwort zu stehen, der euch auffordert, Auskunft über die Hoffnung zu geben, die euch erfüllt.» Mit diesem Satz aus dem 1. Petrusbrief könnte man evangelische Medienarbeit überschreiben. Eine Grundfrage, die wir uns stellen müssen: Werben wir für die Kirche oder für das Evangelium Jesu Christi? Das scheint mir doch ein grundlegender Unterschied, gerade was die Transparenz angeht. Ein aktuelles Beispiel: Aus Angst vor Imageverlust haben manche kirchlich Verantwortliche jahrzehntelang versucht, sexuellen Missbrauch und Ausbeutung Schutzbefohlener zu verdrängen und vertuschen. Auch Schönfärberei – etwa was die Mitgliedszahlen angeht – hilft unserer Kirche nicht wirklich. Im besten Fall verwässern wir das Evangelium, im schlimmsten Fall pervertieren wir es, wenn wir evangelische Medienarbeit allein als PR für die Kirche als Institution verstehen.

„Seid stets bereit, jedem Rede und Antwort zu stehen, der euch auffordert, Auskunft über die Hoffnung zu geben, die euch erfüllt.“ Professionalität ist eine Säule evangelischer Medienarbeit. Die andere ist der Mut, von der Hoffnung, die uns erfüllt, selbstverständlich zu erzählen. Wie Paulus es an anderer Stelle sagt: Wir schämen uns des Evangeliums nicht. Das scheint mir – wenn ich manche kirchliche Publikation lese – keineswegs selbstverständlich. Evangelische Medienarbeit soll alle verfügbaren Kanäle nutzen, aber niemals beliebig werden. So hat denn auch der Berliner Altbischof Wolfgang Huber vergangene Woche die Kirchen davor gewarnt, auf die „Twitter-Falle“ hereinzufallen. Im Hinblick auf die sozialen Medien meinte er, Kirche dürfe sich nicht zu stark an Moden orientieren. Die schwedische Erzbischöfin Antje Jackelén

¹ Statistik laut der Bibelsoftware Youversion, bekannt auch als Bible.com oder Bibel App, weltweit mehr als 200 Millionen Mal heruntergeladen.

dagegen meinte, als sie 2016 die Ehrendoktorwürde der Universität Greifswald erhielt: „Wir dürfen Facebook nicht den Idioten überlassen.“ Das umreißt das Spannungsfeld, in dem auch wir als Nordkirche stehen.

Um „stets bereit zu sein, den Grund unserer Hoffnung zu nennen“, ist es wichtig, dass wir Christinnen und Christen, gerade die Kirchenleute, trainieren, Dinge auf den Punkt zu bringen. Für uns evangelische Theologinnen und Theologen in der Tradition von Johannes Bugenhagen, der für seine stundenlangen Predigten berüchtigt war, eine echte Herausforderung. Eine gute Übung, die angehende wie langjährige Pastorinnen und Pastoren trainiert, sich auf den Kern der Botschaft zu konzentrieren: Passt das, was ich in der Predigt sagen möchte, in einen 30sekündigen O-Ton?

Es ist zwar fein, wenn kirchliche oder theologische Themen im Feuilleton der FAZ verhandelt werden, doch beispielsweise in Vorpommern, einer sehr ländlich geprägten Region mit vielen kirchenfernen Menschen, ist es wichtig, gute regionale Geschichten zu erzählen. Nicht davon auszugehen, dass Journalisten der Tageszeitungen sich in unseren kirchlichen Strukturen auskennen, ja, so bitter das auch sein mag, einzugestehen, dass es sie vielleicht gar nicht interessiert. Wir müssen noch stärker ein Gespür dafür entwickeln, was die Leute an Kirche interessiert oder sogar fasziniert. Evangelische Medienarbeit heißt auch, wieder hören zu lernen. Und davon kann die ganze Kirche profitieren. So gibt es zum Beispiel durchaus Nuancen zwischen der Öffentlichkeitsarbeit Ost und West, die nicht unter den Tisch fallen dürfen: Bei zu glatter Oberfläche und zu viel Hochglanz kann bei Menschen, die in der DDR sozialisiert worden sind, schnell der Eindruck inhaltsleerer Fassade entstehen.

Ich wünsche der altehrwürdigen evangelischen Medienakademie, die nun unter dem Dach unserer Nordkirche beheimatet ist, den Segen Gottes. Auf dass die gute Nachricht auf verschiedenen Wegen per Print, Hörfunk, Fernsehen, Internetseiten oder Social Media gute Wege zu den Menschen findet.