



Social Media

Möglichkeiten und Herausforderungen für Kirchengemeinden

Social-Media-Kanäle wie Instagram, YouTube oder Facebook sind Plattformen, die inzwischen ganz selbstverständlich zur Lebenswelt vieler Menschen dazu gehören. Sie dienen etwa der Kommunikation und Vernetzung, der Informationssuche, Unterhaltung, dem Ausdruck der eigenen Identität und Kreativität und lassen einen auch an einer Gemeinschaft teilhaben.

Als Kirche möchten wir Menschen in allen möglichen Lebenslagen – und damit auch in den Medien, die sie nutzen – erreichen. Entsprechend bieten Social Media Plattformen gute Möglichkeiten, sich als Kirchengemeinde mit ihren vielfältigen Angeboten zu präsentieren und Kontakt zu Interessierten herzustellen. Im Folgenden stellen wir Ihnen einige Möglichkeiten vor, wie Kirchengemeinden Soziale Medien nutzen können. Darauf folgen auch einige Gedanken zu den Herausforderungen, die die Arbeit mit den Plattformen mit sich bringt.

Social Media bietet katholischen Kirchengemeinden vielfältige Möglichkeiten, um von der Frohen Botschaft zu berichten, die Gemeinschaft zu stärken und Menschen mitzunehmen. Hier sind einige konkrete Anregungen.

Möglichkeiten

1. Gottesdienstübertragungen und Gebetszeiten

Gerade während der Corona-Pandemie haben sich Liveübertragungen in vielen Gemeinden bewährt.

- **Live-Streaming von Gottesdiensten:** Über Plattformen wie YouTube oder Facebook können Gottesdienste live übertragen werden, damit auch diejenigen, die nicht persönlich teilnehmen können, mit dabei sind.
- **Virtuelle Gebetszeiten:** Regelmäßige Gebetsstunden oder Rosenkranzgebete können live gestreamt werden, sodass die Gemeinde auch online gemeinsam beten kann. Auch Impulse sind möglich oder Gebetsanliegen – diese können auch kürzer ausfallen (etwa auf Instagram Live).

2. Information und Kommunikation

Über aktuelle „Posts“ (also Foto-Beiträge mit Text), (längere) Videos oder (kürzere) Reels können Sie Ihre Community über Aktuelles bzw. Wissenswertes aus Ihrer Gemeinde auf dem Laufenden halten.

- **Veranstaltungsankündigungen:** Aktuelle Informationen zu Veranstaltungen, Gottesdiensten oder besonderen Feiern können über Social Media geteilt werden.
- **Neuigkeiten bzw. Nachrichten, Rückblicke und Updates:** Regelmäßige Updates, Neuigkeiten bzw. Nachrichten und Rückblicke auf vergangene Veranstaltungen können über Plattformen wie Facebook oder Instagram verbreitet werden. Dazu gehören beispielsweise auch Rückblicke wie etwa Eindrücke von der Mini-Wallfahrt nach Rom, dem Ferienlager, dem letzten Pfarrfest oder der Erstkommunion.
- **Messenger:** Für Rückfragen stehen Sie als Pfarrei via Messenger etwa auf Instagram oder Facebook bereit. Über die „Meta Business Suite“ behalten Sie den Überblick über Kommentare unter den Bei-

trägen und über Nachrichten, die Ihnen per Messenger zugestellt werden.

3. Glaubensbildung

Ein weiterer wichtiger Aspekt, den Sie als Gemeinde auf den Netzwerken verfolgen können, ist die Glaubensbildung (bzw. Glaubenskommunikation), die zur Teilnahme motivieren kann.

- **Tägliche Bibelverse oder spirituelle Impulse:** Kurze, inspirierende Inhalte können täglich geteilt werden, um die Gemeinde im Glauben zu stärken.
- **Katechese/Glauben:** Videos / Reels oder (Text-) Posts zu Glaubensfragen, kirchlichen Traditionen und Riten oder Sakramenten können Impulse für die Gemeindemitglieder sein, die im Alltag über das Smartphone ganz leicht zugänglich sind.
- **Evangelisierung:** Durch das Teilen von Zeugnissen, Glaubensgeschichten und spirituellen Inhalten kann die Kirche neue Menschen erreichen und sie zum Glauben einladen.

4. Gemeinschaft und Vernetzung

Auch die Gemeinschaft und Vernetzung innerhalb der Gemeinde kann durch Social Media gestärkt werden.

- **Interaktive Gruppen:** Facebook-Gruppen oder Instagram-Chat-Gruppen können z.B. für Jugendgruppen, den Kirchenchor oder Bibelkreise genutzt werden, um den Austausch und die Vernetzung zu fördern.
- **Community-Events:** Virtuelle Veranstaltungen, wie Diskussionsrunden oder Online-Chats mit den Seelsorgerinnen und Seelsorgern (oder auch externen Fachleuten), können die Gemeinschaft stärken.

5. Pastorale Betreuung

Im Bereich der pastoralen Betreuung eröffnet Social Media neue Wege der Seelsorge.

- **Online-Seelsorge:** Möglichkeiten zur „virtuellen“ Seelsorge, z.B. durch Chat oder Videoanrufe können angeboten werden, um auch digital für die Gemeindemitglieder da zu sein.
- **Gebetsanliegen teilen:** Eine Plattform für Gebetsanliegen, wo Gemeindemitglieder ihre Anliegen teilen können, ist über Social Media ebenfalls möglich.

6. Transparenz und Öffentlichkeitsarbeit

Schließlich können Social-Media-Kanäle genutzt werden, um Transparenz zu schaffen und so die Öffentlichkeitsarbeit zu fördern.

- **Einblicke hinter die Kulissen:** Einblicke in das Leben der Gemeindemitglieder, die Arbeit der Seelsorgerinnen und Seelsorger oder die Aktivitäten der Gemeinde können geteilt werden, um Transparenz zu schaffen. Positives Image der Kirche stärken: Durch das Teilen von Leuchtturmprojekten und positiven Nachrichten kann die Gemeinde ein positives Image nach außen tragen.

Herausforderungen

Trotz der zahlreichen Vorteile, die Social Media katholischen Kirchengemeinden bieten kann, gibt es auch einige Grenzen und Herausforderungen, die bedacht werden müssen.

1. Verlust der persönlichen Begegnung

Die persönliche Begegnung und das direkte Miteinander kann durch Social Media nicht ersetzt werden - vielmehr können Soziale Netzwerke als eine Ergänzung zum kommunikativen Angebot gesehen werden, die eine bestimmte Zielgruppe ins Auge fasst. Die physische Präsenz etwa bei Gottesdiensten oder in der Seelsorge sind zentraler Bestandteil kirchlichen Lebens: Diese können nicht ersetzt, sondern nur initiiert oder ergänzt werden.

2. Datenschutz und Privatsphäre

Datenschutz und der Schutz in der Privatsphäre sind komplexe Themen, die wir an dieser Stelle nur sehr oberflächlich anreißen können.

Einerseits sollten Nutzerinnen und Nutzer von Social Media, im vorliegenden Fall also Gemeindeglieder, den Schutz Ihrer Daten und Ihre Privatsphäre im Netz ernst nehmen. Denn: Die meisten sozialen Netzwerke sind kostenlos. Die „Währung“ mit der man die Dienstleistung zahlt, sind die eigenen Daten. Nutzerinnen und Nutzer können durch entsprechende Einstellungen des eigenen Accounts ihre Privatsphäre schützen oder zumindest verbessern. Ganz ohne Preisgabe persönlicher Daten lassen sich Soziale Netzwerke in der Regel aber nicht nutzen. Zur Kommunikation innerhalb der Gemeinde kann aber auf datensichere Messenger gesetzt werden. Die Erzdiözese unterstützt etwa die Nutzung des Messengerdienstes „Threema“ als Alternative zum Facebook-Messenger oder WhatsApp (das ebenfalls zum Konzern Meta gehört). Mehr Informationen finden Sie unter www.ebfr.de/threema.

Aber auch die Betreiber eines öffentlichen Accounts sollten sich mit dem Thema Datenschutz auseinandersetzen. Jede gewerbliche Plattform muss ein gültiges Impressum besitzen. Das gilt auch für Social-Media-Kanäle. Der einfachste Weg, das zu lösen, ist, einen Link zum Impressum auf der Website einzurichten.

Es gilt auch, bei Posts auf Social Media die Rechte anderer Nutzerinnen und Nutzer zu achten, z.B. das Recht am eigenen Bild, d.h. die Einwilligung zur Nutzung. Entsprechend kann die Kirchengemeinde beispielsweise vor einem Event eine entsprechende Nutzungseinwilligung schriftlich einholen. So sieht es die Konferenz der Diözesandatenschutzbeauftragten der Katholischen Kirche Deutschlands als ausreichend an, wenn die Einwilligung für konkret benannte Veranstaltungen vor bzw. bei Beginn des Schul- oder Kitajahres oder für Ministranten für das jeweilige Jahr eingeholt wird. Die Einwilligung kann entweder unmittelbar im Anmeldeprozess oder am ersten Schul- oder Kita-Tag für das jeweilige Jahr eingeholt werden. Im kirchlichen Raum dagegen, beispielsweise bei einer Prozession, können Bilder im Internet veröffentlicht werden, ohne dass in jedem Fall eine Einwilligung nötig ist. Bei Fotos von Kindern unter 16 Jahren ist vor Veröffentlichung die Einwilligung der Personensorgeberechtigten für jedes einzelne Bild einzuholen.

Soziale Netzwerke bieten Ihnen als Account-Betreiber außerdem in der Regel ein Social-Media-Monitoring (also die Insights) an. Darüber erfahren Sie etwas über das Verhalten Ihrer Zielgruppe oder möglicherweise auch über die Wünsche Ihrer Nutzerinnen und Nutzer. Hier ist darauf zu achten, dass die dort erhobenen Daten nur anonymisiert ausgewertet werden.

3. Ressourcen und Zeitaufwand

Als Kirchengemeinde brauchen Sie Zugang zu den benötigten Technologien und das Wissen, um Social Media effektiv zu nutzen. Man sollte also vorab überprüfen, inwiefern man für eine solche Arbeit „gewappnet“ ist. Die Pflege einer aktiven und effektiven Social Media-Präsenz erfordert erhebliche Ressourcen, sowohl in Bezug auf Zeit als auch auf Personal. Es empfiehlt sich, ein festes Redaktionsteam zu haben, das Inhalte mit einem Redaktionsplan entwirft und sich die Aufgaben (Beiträge konzipieren, umsetzen, ausspielen, Nachrichten beantworten, Kommentare in Blick behalten etc.) aufteilt. Für viele Gemeinden, die ohnehin mit knappen Ressourcen arbeiten, kann dies eine erhebliche Herausforderung darstellen.

4. Umgang mit negativer Online-Resonanz: Kritik und Negativität im Netz

In der Anonymität des Internets sind Hasskommentare, Missbrauch und negative Kritik leider weit verbreitet. Auch kirchliche Inhalte und Beiträge können davon betroffen sein. Der Umgang mit solchen Herausforderungen erfordert Fingerspitzengefühl und eine klare Strategie. Eine sogenannte „Netiquette“, also eine Zusammenstellung von Verhaltensregeln für Nutzerinnen und Nutzer Ihres Auftritts, ist empfehlenswert. Ermutigen Sie Ihre Community, sich an die Netiquette zu halten und sich gegenseitig in einem respektvollen Umgang zu unterstützen. Die Social Media Guidelines der Erzdiözese sind unter www.ebfr.de/smg abrufbar.

Bei negativen Kommentaren ist es ratsam, ruhig und sachlich zu antworten. Versuchen Sie, auf berechtigte Kritik konstruktiv einzugehen, während Sie gleichzeitig die Grenzen des akzeptablen Diskurses aufzeigen. In Fällen von klaren Hasskommentaren, Beleidigungen oder Missbrauch ist es oft am besten, diese zu ignorieren oder den Absender zu blockieren. Diskussionen mit sogenannten „Trollen“ führen selten zu positiven Ergebnissen.

5. Ethische Bedenken

Die Nutzung von Social-Media-Plattformen, die auf Algorithmen basieren, die die Aufmerksamkeit maximieren sollen und sich über Daten finanzieren, wirft ethische Fragen auf.

Ebenso ist das Phänomen der sogenannten Filterblasen ein kritisches Thema. Algorithmen und personalisierte Inhalte führen dazu, dass Nutzerinnen und Nutzer hauptsächlich Informationen sehen, die ihre bereits bestehenden Überzeugungen und Interessen bestätigen. Dies geschieht, weil Social-Media-Plattformen auf Basis des bisherigen Verhaltens und der Interaktionen der Nutzenden entscheiden, welche Inhalte ihnen gezeigt werden. Dadurch entsteht eine Art „Blase“, in der Nutzerinnen und Nutzer nur noch mit ähnlichen Meinungen und Informationen konfrontiert werden und andere Perspektiven aus dem Blickfeld geraten. Dies kann dazu führen, dass Menschen in ihrer eigenen Weltanschauung gefangen bleiben und die Vielfalt der Meinungen und Informationen, die in der realen Welt existiert, nicht mehr wahrnehmen. Diese Filterblasen können die Polarisierung in der Gesellschaft verstärken und das Verständnis und die Akzeptanz anderer Meinungen erschweren.

Eine Alternative zu den großen kommerziellen Sozialen Netzwerken stellen Plattformen dar, die keine Nutzerdaten sammeln, um sie an Anzeigenkunden zu verkaufen. Die Gesamtheit solcher Plattformen und Netzwerke wird als „Fediverse“ bezeichnet. Am bekanntesten ist derzeit die Twitter (bzw. X-) Alternative „Mastodon“. Dabei handelt es sich um ein Netzwerk, hinter dem kein kommerzieller Anbieter steht

und das seinen Nutzerinnen und Nutzern auch die Freiheit lässt, mit ihren bzw. seinen Daten umzugehen, wenn ihr / ihm die Politik einzelner Teilnetzwerke nicht behagt. So fördern Netzwerke aus dem Fediverse den Gedanken der Kommunikation und Vernetzung, ohne dass Daten missbraucht werden. Der Nachteil ist derzeit allerdings noch, dass diese Netzwerke viel weniger bekannt sind – dennoch sollten gerade kirchliche Anbieter über die Nutzung nachdenken.

Diese Bedenken stehen im Spannungsfeld zu den oben genannten Chancen und es bedarf ein gutes Abwägen zwischen Nutzen und Risiken.

Christine von Lossau