



LS.16.04-07-02-03-V05

ANTRAG Nr. 35/20

nach § 17 GeschO

Betr.: Konzepte für christliche Influencerinnen und Influencer

Eingebracht in die Sitzung der 16. Landessynode am

A. Beschluss vom

 Verweisung an

B. Beschluss vom

 Annahme: einstimmig mit Mehrheit bei Jastimmen, Neinstimmen, Enthaltungen AblehnungC. Antrag zurückgezogen
am

Die Landessynode möge beschließen:

Der Oberkirchenrat wird gebeten, im Rahmen der Digitalisierung Konzepte zu erarbeiten, Ehren- und Hauptamtliche zu befähigen, in Sozialen Medien Glaubensinhalte zu kommunizieren, zu diskutieren oder zu teilen und dadurch die Kirche und den christlichen Glauben in der Gesellschaft und in der Lebenswelt der Menschen ins Gespräch zu bringen und präsent zu machen. Auch soll geprüft werden, ob professionelle Influencerinnen und Influencer gewonnen werden können, die für unsere kirchlichen Anliegen in der Welt der sozialen Medien und Plattformen wie Youtube, TikTok, Instagram, usw. hilfreich sind. Dabei wäre auch die Gründung eines eigenen Social-Media-Netzwerks anzudenken.

Begründung:

Eine öffentliche Kirche muss dort sein, wo sich Öffentlichkeit abspielt. Nicht erst seit Corona werden für uns als Kirche deshalb Soziale Medien immer wichtiger. Gerade jetzt ist es erstaunlich, wie viele Menschen sich in einen digitalen Gottesdienst „reinklicken“. Es ist unser Auftrag als Kirche in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft das Evangelium auch in dieser digitalen Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dabei kommen die klassischen Instrumente institutionalisierter Öffentlichkeitsarbeit an ihre Grenzen. Es braucht Christenmenschen, die unserer Kirche und dem christlichen Glauben ein Gesicht geben und als mündige und authentische Identifikationsfiguren im digitalen Raum präsent sind.

Die EKD hat mit dem GEP im Februar diesen Jahres das evangelische Content Netzwerk „yeet“ gegründet, das thematisch und theologisch diverse „Sinnfluencerinnen“ und „Sinnfluencer“ im Aufgebot hat und der evangelischen Mehrstimmigkeit Rechnung tragen soll. Dabei wäre zu überlegen, inwiefern ein solches Netzwerk auch für Württemberg denkbar wäre. Eine Verengung auf offiziell kirchliche Influencer wird dem Phänomen an sich aber nicht gerecht und übersieht vorhandenes Potential. Es gibt bereits unzählige Ehren- und Hauptamtliche, die in Sozialen Medien aktiv sind und zusammengenommen eine beträchtliche Reichweite besitzen. Dieses Potential sollte erkannt und gefördert werden. Hier ist die Kirche nicht zuletzt als Bildungsinstitution gefragt, Menschen medienpraktisch zu schulen, technische und personelle Infrastruktur bereitzustellen und Projekte finanziell

zu unterstützen.

Stuttgart, 22. Juni 2020

1. Prisca Steeb
Ute Mayer
Dr. Markus Ehrmann
Kai Münzing
Tobi Wörner
Christoph Schweizer

2. Christian Nathan
Rainer Köpf
Christoph Müller
Marion Blessing
Ulrike Bauer
Susanne Jäckle-Weckert

3. Christoph Reith
Beate Keller
Jasmin Blocher
Matthias Böhler
Britta Gall