



Zwischenbericht des Arbeitspakets 7 Zukunftskonzept junge Erwachsene und Familien

Stand: 23.03.2021

Mitglieder der Arbeitsgruppe

Christian Schwindt

Annika Kaplan

Tobias Albers-Heinemann

Dr. Julia Dinkel

Paula G. Lichtenberger

Ina Wittmeier

Heike Wilsdorf (Koordinierende Leitung)

1. Auftrag

In diesem Arbeitspaket soll an zeitgemäßen Fragestellungen, Sichtweisen und Handlungsmöglichkeiten gearbeitet werden, um junge Erwachsene und junge Familien als Mitglieder der Kirche besser wahrnehmen zu können und ihre Lebensräume und Glaubensfragen besser zu verstehen. Als Mitglieder der Gemeinschaft prägen junge Familien und junge Erwachsene kirchliches Leben. Sie tragen dabei auch die gegenwärtigen und zukünftigen Fragen und Möglichkeiten der Gestaltung in das kirchliche Leben ein. Veränderungen von Kirche leben davon, die Gestaltungsräume, Motivationen und Vorstellungen ihrer Mitglieder im kirchlichen Handeln sichtbar und lebbar zu machen.

Für die Entwicklung eines Zukunftskonzeptes sollen in Workshops fünf Gestaltungsräume erkundet werden. Aus den Ergebnissen sollen Impulse entwickelt werden, woraufhin Kirche sich verändern soll und kann, um junge Familien und junge Erwachsene als Mitgliedern von Kirche auch zukünftig Raum zu geben.

2. Status des Gesamtprozesses

Die Arbeitspakete werden wie vereinbart parallel und eigenverantwortlich bearbeitet. Die Gesamtgruppe trifft sich (seit August 2020 bis zur Berichtserstellung) monatlich in Online-Konferenzen, um Zwischenergebnisse, Arbeitsweisen und Thesen gemeinsam zu beraten. Dabei steht jeweils ein Gestaltungsraum zur kollegialen Beratung im Mittelpunkt.

Wir bereits im 1. Statusbericht vermutet, haben die Bedingungen der Corona- Pandemie (insbesondere durch den Lockdown ab November 2020), die Möglichkeiten zur Erarbeitung des Auftrags gemeinsam mit der Zielgruppe erheblich verändert. So konnte z. B. der Vorsatz, Schüler*innen in Berufsschulen zu besuchen um qualitative Interviews zu führen, nicht umgesetzt werden. Stattdessen wird es hier eine Online-Befragung geben. Familienzentren und -bildungsstätten haben geschlossen, so konnten die Teilnehmenden bislang nicht erreicht werden. Der Prozess im Gestaltungsraum 3 ist deshalb „unterbrochen“. Studierende haben uns in einer gemeinsamen Onlinekonferenz eindrücklich von ihrer derzeitigen Situation berichtet, die es schwer macht, Kommiliton*innen für die Frage nach der Kirche zu begeistern.

Während die Erarbeitung im Gestaltungsraum 5 abgeschlossen ist, sind alle anderen Gestaltungsräume noch im Prozess. Wir gehen derzeit davon aus, dass die meisten Ergebnisse im Sommer vorliegen und gemeinsame Handlungsempfehlungen im Spätsommer formuliert werden können. So wird der Abschlussbericht der Synode im November 2021 vorliegen können.

3. Überschneidungen mit anderen Arbeitspaketen

Anfang März 2021 findet ein Austausch mit den Verantwortlichen des Arbeitspaketes 6 „Kinder- und Jugend“ statt. Insbesondere im Gestaltungsraum 4 „Junge Erwachsene im Umfeld kirchlichen Handelns (z.B. junge ehrenamtliche Mitarbeitende in Gemeinde, Kirchenvorstand, Synode)“, ergeben sich Überschneidungen bei der Zielgruppe.

Mit der Leitung des Arbeitspaketes 4 Kindertagesstätten (Sabine Herrenbrück) gab und gibt es einen laufenden Austausch, insbesondere zur Frage der Familienzentren.

4. Synodale Anregungen / Anträge:

Den Verantwortlichen des Arbeitspaketes 7 ist bewusst, dass nicht jede Lebenssituation von jungen Erwachsenen und Familien durch die Fragestellungen in den Gestaltungsräumen abgedeckt ist und sein kann.

Wir sehen ressourcen- und zeitbedingt keine Möglichkeit, einen weiteren Gestaltungsraum einzurichten unter der Fragestellung „junge Erwachsene nach ihrer Ausbildung/ ihrem Studium, die nicht ehrenamtlich in der Kirche aktiv sind und noch keine Familie gegründet haben.“ Wir sind aber überzeugt, dass sich vie-

le Fragestellungen und zu erwartenden Ergebnisse übertragen lassen werden. Da es sich hier in der Tat um eine wichtige Zielgruppe handelt, die sich vermutlich durch Angebote der EKHN wenig angesprochen und gesehen fühlt, werden wir bei der Formulierung der Handlungsempfehlungen darauf eingehen.

5. Arbeitstand der einzelnen Gestaltungsräume:

Gestaltungsraum 1: Junge Erwachsene im Umfeld Studium/ Hochschulbildung

Zuständigkeit / Autor: OKR Christian Schwindt (ZGV)

Status: Im Prozess

Die Unter-AG „Gestaltungsraum: Junge Erwachsene im Umfeld Studium/ Hochschulbildung“ hat sich im Berichtszeitraum weitere fünf Mal getroffen. Es wurde u.a. eine nicht-repräsentative Umfrage unter Studierenden in den Evangelischen Studierenden Gemeinden der EKHN (ESG-EKHN) auf den Weg gebracht, verschiedene Tiefenbefragungen von nicht in der ESG organisierten Studierenden unternommen, die beiden Untersuchungen des Sozialwissenschaftlichen Institutes der EKD (SI) „Kirche und Campus“ und „Was mein Leben bestimmt? Ich!“ ausgewertet und die Ergebnisse EKD-Synode 2018 in Würzburg mit dem Schwerpunktthema „Glaube junger Menschen“ gesichtet.

Die bisherigen Erkenntnisse aus wissenschaftlichen Untersuchungen zeichnen bei der Frage „Was will eine selbstbewusste, akademisch orientierte Generation der 20 – 35 Jährigen von der Kirche noch?“ ein höchst ambivalentes Bild. Die Antwort lautet zusammengefasst: Zunächst einmal erwartet diese Generation nichts mehr von der Kirche - erst auf Nachfrage im Sinne einer Spurensuche kommen einige höchst individuelle Hinweise und in den Tiefenschichten der je eigenen Lebensbiographie eingelagerte Erinnerungen, die vor allem mit der eigenen Familie verbunden sind.

Die Unter-AG diskutiert gegenwärtig intensiv die Frage, wie eine Kirche der Zukunft mit einer selbstbestimmten und -bewussten, akademisch orientierten „postchristlichen Generation“ in fluiden Lebenssituation (mehrfacher Studienortwechsel) in Kontakt kommen kann, dass die je eigenen Lebenslagen, Anliegen und Überzeugungen so mit organisierter Religion (Kirche) verbunden bleiben, dass „Glaube in Gemeinschaft“ nicht als Bevormundung und Einengung eigener Lebensäußerungen erfahren wird, sondern die eigene Entfaltung stärkt, freie Begegnungsräume sichert und selbstgewähltes Engagement und mehr verantwortliche Mitsprache ermöglicht.

Mit ersten Ideen und Handlungsempfehlungen (Arbeitsergebnis) ist frühestens ab Sommer 2021 zu rechnen.

Gestaltungsraum 2: Junge Erwachsene im Umfeld Ausbildung

Zuständigkeit / Autorin: Dr. Julia Dinkel (ZGV) unterstützt von Hannah Thielmann (Studentin)

Status: Im Prozess

Die Zielgruppe „Auszubildende“ ist sehr heterogen und reicht von 16-Jährigen über Abiturient*innen bis hinzu Studienabbrecher*innen, Umschüler*innen oder benachteiligten Menschen.

Nicht wenige Auszubildende machen die Erfahrung, dass ihre zahlreichen Kompetenzen in einer Gesellschaft, die sich immer mehr akademisiert, nicht immer wertgeschätzt werden.

Das Themenfeld „Junge Menschen in Ausbildung“ ist vielschichtig. Um dieses weite Themenfeld explorativ zu untersuchen und Handlungsmöglichkeiten zu entwerfen, erscheint es in einem ersten Schritt sinnvoll, Einstellungen der Zielgruppe – in diesem Fall Auszubildende – gegenüber der evangelischen Kirche zu erheben. Davon ausgehend können dann in einem zweiten Schritt Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Zur Erhebung von Einstellungen gegenüber der evangelischen Kirche wird voraussichtlich im März 2021 eine nicht repräsentative Online – Umfrage unter Auszubildenden durchgeführt. Grundlagen für den Fragebogen der geplanten Umfrage sind zum einen Ergebnisse von relevanten Untersuchungen wie der SI-Studie „Was mein Leben bestimmt – Ich!“, der „Freiburger Studie“ oder der McDonalds-Ausbildungsstudie, aber auch Vorgespräche mit Auszubildenden, mit der mit Ausbildung befasster Per-

sonen und Interessierten. Basierend auf diesen Überlegungen wurden erste Arbeitshypothesen entwickelt, die mittels einer kurzen Umfrage (5-10 min) unter Auszubildenden überprüft und getestet werden. Fragebogendesign und Auswertung werden von der Arbeitsgruppe selbst vorgenommen.

Leitend für die Arbeit dieses Gestaltungsraums sind folgende drei Fragen:

- Junge Menschen als Zielgruppe der EKHN: Unter welchen Voraussetzungen / Veränderungen?
- Wo sind die Strukturen in der EKHN so, dass sich junge Menschen willkommen fühlen und was kann davon gelernt werden?
- Die EKHN beschäftigt sich mit vielen Themen, die auch junge Erwachsene bewegen. Wo lassen sich Anknüpfungspunkte finden?

Gestaltungsraum 3: Junge Familien im Umfeld Familienzentren/-bildung

Zuständigkeit / Autorin: Paula G. Lichtenberger (ZB), Heike Wilsdorf (ZB)

Status: Im Prozess

Wie geplant wurden mit Unterstützung der Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft für Familienbildung in der EKHN relevante Inhalte und Fragestellungen für eine Umfrage bei Teilnehmende in Familienzentren und Familienbildungsstätten ermittelt, die in eine mit LimeSurvey erstellt und per QR Code abzurufende Online-Umfrage eingebracht wurde. Zielgruppe sind junge Familien mit Kindern zwischen 0-6 Jahren. Bis zur Erstellung der Endfassung gab es mehrere Runden, bei denen Resonanzpartner*innen befragt wurden.

Insbesondere ein niederschwelliger Zugang zu der Umfrage erscheint uns wichtig. So wird eine Teilnahme auch mit Hilfe der Einrichtungsleitungen in Papierform möglich sein.

Unterstützend beim Design der Umfrage war die Sozialforschungsstelle der EKHN (Dr. Katharina Alt). Mit der Durchführung und Auswertung wurde Denise Bellmann (FRÖBEL Bildung und Erziehung gemeinnützige GmbH) beauftragt.

Bedingt durch den Lockdown ab November 2020 konnte die fertiggestellte Umfrage nicht durchgeführt werden. Vereinbart ist jetzt mit den Einrichtungsleitungen die Durchführung und Auswertung Mitte Mai/Anfang Juni.

Zur wissenschaftlichen Leitung der Studie die EH Ludwigsburg mit der Fragestellung: „Welche Kirche braucht Familie“ wurde Kontakt aufgenommen. Hier besteht ein gegenseitiges Interesse an den Ergebnissen. Die Befragungsergebnisse werden auch in Bezug gesetzt zu kirchlichen Verlautbarungen der letzten Jahre (z.B. der EKD-Orientierungshilfe „Was Familien brauchen“).

Gestaltungsraum 4: Junge Erwachsene im Umfeld kirchlichen Handelns (z.B. junge ehrenamtliche Mitarbeitende in Gemeinde, Kirchenvorstand, Synode)

Zuständigkeit /Autorin: Ina Wittmeier (EAA)

Beteiligte: Johannes Wehrstein, junger Ehrenamtlicher, Kirchengemeinde Darmstadt Griesheim / Stella Berker, junge Ehrenamtliche Dekanat Dreieich-Rodgau / René Muhn, junger Ehrenamtlicher, EJHN / Heike Schulz, Ehrenamtliche Dekanat Ingelheim / Prof. Dr. Michael Vilain, EHD /Tobias Meyer, EHD / Begleitung: Fred Balke (IPOS)

Status: Im Prozess

In mehreren Treffen wurde der Auftrag geklärt und eine online Befragung von jungen Ehrenamtlichen (14-27 Jahren) geplant. Dazu wurden Studien unter der Fragestellung „wer engagiert sich und aus welchen Motiven“ gesichtet und zusammengefasst sowie erste Hypothesen für die Befragung zusammengestellt.

Verwendete Studien: Freiwilligensurvey inklusive Sonderauswertung für die EKD des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD, Empirica Jugendstudie, Dritter Engagementbericht der Bundesregierung, Freiwilligenmanagement in Jugendorganisationen.

Interessante Studienergebnisse:

- Insgesamt engagiert sich fast die Hälfte aller jungen Menschen zwischen 14 und 25 Jahren (49,2 Prozent) in Deutschland freiwillig. Damit liegt die Engagementbeteiligung junger Menschen über dem Bevölkerungsdurchschnitt (43,6 Prozent).
- 58% der evangelischen Engagierten finden es sehr oder eher wichtig sozial Benachteiligten und gesellschaftlichen Randgruppen zu helfen
- Die Engagementbeteiligung von Mädchen und Jungen im Alter von 14 bis 17 Jahren unterscheidet sich nicht.
- Je höher der Bildungsgrad, desto höher die ehrenamtliche Beteiligung.
- Der Anstoß zum Engagement kam am häufigsten von Personen aus dem privaten Umfeld sowie aus dem Engagementumfeld.
- Sind oder waren Eltern ehrenamtlich engagiert, engagieren sich auch die Kinder eher.
- (Hoch)religiöse Jugendliche engagieren sich mit über 75% in christlichen Zusammenhängen. Dabei gab es *keine* statistischen Zusammenhänge zu Freikirchen / Landeskirchen, Geschlecht und Alter.

Erste Hypothesen, die sich aus den Studien sowie aus der Expertise der Beteiligten ergeben:

- Die Konfi-Zeit ist als Einstieg ins Engagement in kirchlichen Strukturen sehr wichtig.
- Anbindung aus familiären Vorbildfunktionen spielt eine Rolle: Haben Eltern oder andere erwachsene Angehörige eine Vorbildfunktion?
- Eine Beobachtung: Der Anteil „Hochreligiöser“, die sich engagieren, ist höher. Ist dann die Stärkung der je eigenen religiösen Einstellung der Weg zu (mehr) Engagement?
- „Christ*innen“ sind gesellschaftlich stärker engagiert als Nicht-Religiöse.
- „Echt helfen“ ist im kirchlichen Bereich eine sehr hoch stehende Motivation für Engagement.
- Die „ruhigere Atmosphäre“ in Kirchen und kirchlichen Gliederungen zieht gerade auch ruhigere junge Leute an. Gemeint ist hier die Abwesenheit von Wettbewerb, die Akzeptanz von Schwächen, die Einbeziehung von Handicaps etc.
- Soziale Medien und Online-Präsenz spielen eine Rolle für die Entwicklung von Engagement und Kontakt. Unklar ist, welcher Art und eine wie starke diese Rolle ist.
- Ehrenamt braucht Organisation: Die guten Rahmenbedingungen für ehrenamtliche Arbeit vor Allem in kirchlichen Strukturen überzeugen und ziehen an.
- Die für das Engagement in kirchlichen Strukturen oft eingeforderte Dauer (KV: 6 Jahre Amtsperiode) ist zu prüfen: Kann Gremienarbeit auch anders organisiert werden? Können digitale Möglichkeiten das Engagement erleichtern und ergänzen?
- Die Erfahrungen mit Leitungspersonen (Pfarrer*innen, Gemeindepädagog*innen, ...) sind von sehr hoher Relevanz für die Entwicklung von dauerhaftem Engagement. Hier spielen Vorbildfunktion und Beziehungsaspekte, Förderung und Unterstützung von Engagement von jungen Erwachsenen eine Rolle: Gibt es Freiräume für „junges Engagement? Wie ist die Führungskultur?

Gestaltungsraum 5: Junge Erwachsene und junge Familien in virtuellen Räumen und Netzwerken der Kommunikation

Status: Prozess abgeschlossen, Ergebnisse fließen am Ende des Gesamtprozesses in gemeinsame Handlungsempfehlungen ein.

Zuständigkeit / Autor*innen: Annika Kaplan(KV) und Tobias Albers-Heinemann (ZB)

Um eine Expertise im Rahmen des Zukunftskonzeptes " Junge Erwachsene und Familien in virtuellen Räumen und Netzwerken der Kommunikation" im Rahmen des EKHN 2030 Prozesses zu erarbeiten, haben die Autor*innen auf aktuelle Studien und Ergebnisse im Bereich der Mediennutzung zurückgegriffen, um die digitalisierte Lebenswelt der Zielgruppe aufzuzeigen. Neben der JIM- und FIM-Studie des medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest lieferten u.a. die ARD/ZDF Onlinestudie 2019 sowie die Bitkom Studie 2019 wertvolle Ergebnisse, die aufzeigen, dass digitale Medien und digitale Kommunikation keinen vorübergehenden Trend darstellen, sondern einen wesentlichen Bestandteil eines gesellschaftlichen Wandels.

Ergebnisse der Studien und mögliche Auswirkungen auf kirchliches Handeln:

Veränderung durch Digitalisierung

Mit der technischen Innovation der Digitalisierung hat sich die Kommunikationskultur grundlegend verändert. Noch vor 25 Jahren wurde im Prinzip nicht die Person, sondern der Hausanschluss angerufen. Da der Anrufende nicht wusste, wer auf der anderen Seite ans Telefon gehen würde, war es üblich, sich mit Namen zu melden.

In der heutigen Zeit werden weder Haus noch Wohnung angerufen, sondern die Person direkt auf ihrem Smartphone. Wir wissen, wer abnehmen wird, allerdings nicht, wo sich diese Person aufhält. Der Angerufene sieht die Nummer und den Namen des Anrufers im Display. So ist heute eher zu beobachten, dass ein Telefonat mit der direkten Begrüßung des Anrufers beginnt, sofern das eigentliche „Telefonat“ an und für sich überhaupt noch eine Rolle spielt. Denn mit den mobilen Endgeräten hat sich auch die mobile Kommunikation etabliert, d.h. der Austausch über Text- und Sprachnachrichten, unabhängig vom Aufenthaltsort und von festen Zeiten.

An diesem Beispiel wird sichtbar, dass die technische Entwicklung dazu geführt hat, dass sich ein normales und etabliertes Kommunikationsmodell vollkommen verändert und sich den Bedürfnissen der Gesellschaft nach einer mobilen, zeit- und ortsunabhängigen Kommunikation angepasst hat. So zeigt verdeutlichend die ARD/ZDF Onlinestudie 2019, dass in der Altersgruppe bis 49 Jahren die befragten Menschen eher ein Smartphone als einen Fernseher besitzen.

Tab. 11 Gerätenutzung 2019 – zumindest selten
Gesamtbevölkerung, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
Fernseher	95	95	95	87	95	97	98
Smartphone	83	83	83	100	95	80	49
UKW-Radiogerät	80	81	79	62	78	87	91
Laptop	66	65	68	78	75	66	38
stationärer Computer	53	48	58	52	60	56	37
Tablet	45	45	45	51	59	42	20
E-Book-Reader	23	26	20	22	31	22	12
WLAN-Radio	19	18	19	16	25	19	10
Smart Watch, Activity Tracker bzw. Fitness-Armband	13	12	14	16	19	11	2
smarter Lautsprecher wie Amazon Echo mit Alexa oder Google Home	9	8	10	9	15	7	2
Virtual-Reality-Brille	2	2	3	5	4	1	0
mittlere Anzahl der genutzten Gerätetypen	5	5	5	5	6	5	4

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 000).

Quelle: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends; ARD/ZDF-Onlinestudie 2019.

Über das “Online-Sein” in “virtuellen Räumen”

Die soeben skizzierte veränderte Lebenswelt der Menschen unterscheidet nicht mehr zwischen digital und analog oder zwischen offline und online, denn für viele ist der Alltag ein selbstverständlicher Hybrid¹. Verdeutlicht werden kann dies am Beispiel einer Spotify-Kundin, die als eine von 140 Millionen Nutzer*innen Musik nicht mehr kauft, sondern monatlich einen Beitrag bezahlt und dafür unbegrenzt hören kann, vergleichbar mit einer Telefonflatrate, in der nur noch ein Monatspreis fällig wird anstatt einer Abrechnung pro Minute. Anhören kann sie sich die Musik entweder, wenn sie heruntergeladen und auf dem Smartphone gespeichert wurde - also offline oder direkt über die Internetverbindung - also online. Für die eigentliche Handlung “Musik hören” ist das erst einmal zweitrangig. Sie ist weder online noch offline - sie hört Musik.

Dieses Zusammenspiel ist vor allem in kommunikativen Zusammenhängen zu beobachten. Der Kontakt beispielsweise über WhatsApp, TikTok oder auch Facebook zu einer Person ist ein genau so wichtiger Bestandteil der alltäglichen Kommunikation wie das persönliche Treffen². Junge Menschen und Familien unterscheiden nicht, ob sie analog oder digital kommunizieren - sie kommunizieren. Daher ergibt es wenig Sinn, digitale Kommunikation als separate Disziplin zur analogen zu behandeln.

Findet also ein Diskurs über die Gestaltung von digitalen Räumen statt, geht es somit für junge Menschen und Familien im Allgemeinen um Räume. Ob diese analog oder digital sind, ist zweitrangig.

Welche Haltung hat die Kirche gegenüber digitalen/virtuellen Räumen?

Die Haltung der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau gegenüber digitalen Räumen ist sehr divers. Während auf der einen Seite aktuelle Kanäle wie Facebook und Instagram sowie digitale Kommunikationsräume wie Twitter (#digitalekirche) aktiv genutzt werden, gibt es andererseits auch diejenigen, die Schwierigkeiten mit und Bedenken gegenüber dieser Kommunikationsform haben. Auch innerhalb der Kreise, in denen progressiv und konstruktiv mit Digitalisierungsprozessen umgegangen wird, herrscht keine einheitliche Haltung, was insbesondere in dem kontrovers diskutierten Thema der Sinnfluencer und dem christlichen Contentnetzwerk Yeet³ deutlich wird.

Die EKHN befindet sich in einer medialen und digitalen Findungs- und Erprobungsphase. Der zwangsläufige Digitalisierungsschub, der durch die Corona-Krise initiiert wurde, hat dafür gesorgt, dass nach einer Eingewöhnungsphase positive Erfahrungen gemacht wurden. Optimierungsbedarf besteht allerdings noch in der alltäglichen, selbstverständlichen und institutionellen Nutzung digitaler Räume und dem Transfer des Selbstverständnisses in die Strukturen der Landeskirche. Zu klären ist dabei, wie die medialen Gewohnheiten und Lebenswelten der Menschen in den Gemeinden auf der einen Seite und die Vorgaben des Datenschutzes auf der anderen Seite miteinander in Einklang gebracht werden können, ohne dass ein Abwandern in rechtliche Grauzonen geschieht.

Welche Angebote hat die Kirche für junge Menschen in virtuellen Räumen? Welche kann sie in Zukunft haben?

Die EKHN baut seit einigen Jahren verstärkt Angebote in digitalen Räumen auf, die sich nicht nur an junge Erwachsene und junge Familien richten, aber auch.

Während der Corona-Pandemie sind die digitalen Angebote der EKHN stark ausgebaut worden: Es gibt inzwischen eine Vielzahl an Podcasts, Online-Gottesdiensten (gestreamt oder aufgenommen), interaktiven Sublan- oder Zoom-Gottesdiensten, Instagram-Andachten, Webinaren und Online-Veranstaltungen.

¹ ARD ZDF Online Studie: <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> + JIM Studie 2019: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2019/>

² Bitcom Studie 2019 https://www.bitkom.org/sites/default/files/2019-05/bitkom_pk-charts_kinder_und_jugendliche_2019.pdf

³ <https://yeet.evangelisch.de/>

Seit dem 1. Oktober 2020 ist der neue Instagram-Kanal ekhn.gemeinsam online, in dessen Konzeption die Kommunikation und Vernetzung mit anderen eine große Rolle spielen. So liegt ein wichtiger Fokus des Kanals auf der Vorstellung verschiedener Akteurinnen und Akteure der EKHN. Das Programm wird vielfältig gestaltet durch sogenannte "Take-Over": Verschiedene Organisationen betreiben jeweils eine Woche lang den Kanal und zeigen ihre Arbeit.

Bei der Beschäftigung mit dem Thema fallen drei Dinge auf:

Erstens: Es gibt seit längerem sehr kreative und zielgruppenorientierte digitale Inhalte und Angebote in der EKHN. Die Corona-Pandemie hat darüber hinaus ein großes kreatives Schaffenspotential freigesetzt. Für die weitere digitale Arbeit nach der Corona-Krise ist es notwendig, dass die Beschäftigten und Ehrenamtlichen der EKHN die Arbeit in virtuellen Räumen als selbstverständlichen Teil ihrer Arbeit begreifen. Dies sollte sich auch in den Konzeptionen zukünftiger Stellen- und Tätigkeitsprofile niederschlagen.

Zweitens: Um digitale Räume für junge Erwachsene und junge Familien zu schaffen, brauchen die Beschäftigten und Ehrenamtlichen der EKHN digitale Kompetenzen, eine angemessene (technische) Ausstattung und technischen Support. Eine zentrale Stelle mit angemessener Ausstattung und ein Netzwerk für die Vermittlung und den Austausch digitaler Kompetenz wären dazu hilfreich.

Drittens: Gezielte digitale Angebote der EKHN für junge Erwachsene sind schwer zu finden. Es gibt eine Vielzahl an Angeboten in digitalen Räumen, aber nur sehr wenige, die sich gezielt an die Bedürfnisse und die Lebenswelten junger Erwachsener richten. Als ein Beispiel kann die neue Plattform indeon genannt werden, die sich mit publizistischen Inhalten vor allem in ihren social media-Angeboten explizit an junge Erwachsene ab 20 Jahren richtet.

Was muss die Evangelische Kirche tun, um Menschen in ihrer Lebenswelt anzusprechen?

Da die jungen Menschen in ihrer Lebenswelt nicht mehr zwischen „analog“ und „digital“ unterscheiden, scheint es auch nicht sinnvoll, bei der Konzeption von Angeboten zwischen analog und digital zu unterscheiden. Kirche muss dort sein, wo die Menschen sind - dieses "wo" hat sich in Teilen in den digitalen Raum verlagert. Durch die Vermittlung von Wissen und Kompetenzen zur Gestaltung digitaler Kommunikation erscheint eine Haltungsänderung in der Wahrnehmung der digitalen Welt am ehesten möglich. Darüber hinaus sollten Erfahrungsräume zum Austausch zur Verfügung gestellt werden.

Analoge, digitale und hybride Angebote sollten gleichwertig gedacht, digitale Angebote als selbstverständlicher Teil der strategischen Kommunikation der Kirche verstanden werden.

Es braucht ein einheitliches und abgestimmtes Vorgehen, das Inhalt, Form und Rahmenbedingungen von Angeboten für junge Erwachsene und Familien an deren Bedürfnissen orientiert und die passenden Rahmenbedingungen schafft. Akteurinnen und Akteure müssen vernetzt handeln und ihr Wissen teilen.

Digitale Formate sollten sich grundsätzlich an den (Kommunikations-)Logiken in digitalen Räumen orientieren.

Wie bereits unter Punkt 3 ausgeführt wurde, besteht zudem für viele Mitarbeiter*innen eine rechtliche Unsicherheit in der Verwendung lebensweltbezogener digitaler Kommunikationsmittel. Hier benötigt es neben einer rechtlichen Klarheit einer Strategie im Umgang mit den rechtlichen Rahmenbedingungen.