

ZPTh

Zeitschrift
für Pastoraltheologie

Wer ist WIR?
Fragmentarität in Gesellschaft, Kirche und Pastoraltheologie

ISSN: 0555-9308

44. Jahrgang, 2024-2

Kleine, aber feine Unterschiede Aktuell vergleichende Daten zur Digitalisierung der beiden christlichen Hauptkonfessionen in Deutschland aus der Studie „Digitalisierung im Raum der Kirchen“ (DiRK)

Abstract

Der vorliegende Artikel fragt nach der Rolle der Digitalisierung in der katholischen und evangelischen Kirche in Deutschland im Jahre 2023. Dazu werden Daten einer aktuellen Befragung unter Kirchenmitgliedern sowie -mitarbeiter:innen der römisch-katholischen Bistümer sowie der evangelischen Landeskirchen in Deutschland in einer bisher unveröffentlichten Sonderauswertung für diesen Beitrag miteinander verglichen. Die Ergebnisse zeigen insgesamt einen deutlichen Digitalisierungsschub seit der Corona-Pandemie, aber auch noch weiterhin viel Aufholbedarf im Vergleich zu Unternehmen oder anderen Non-Profit-Organisationen. Zudem werden viele zumeist kleine, aber feine und für die kirchliche Kommunikationspraxis interessante Unterschiede zwischen den beiden großen deutschen Konfessionen aufgezeigt.

This article examines the role of digitalisation in the Catholic and Protestant churches in Germany in 2023. Therefore, data from a recent large survey of church members and employees of the Roman Catholic dioceses and the Protestant regional churches in Germany are compared in a previously unpublished special analysis for this article. Overall, the results show a significant boost in digitalisation since the Covid-19 pandemic, but that there is still a lot of catching up to do compared to companies or other non-profit organisations. In addition, many mostly small but subtle differences between the two major German denominations that are interesting for church communication practice are highlighted.

Einleitung

Wäre Jesus heutzutage ein ‚Chief Digital Evangelist‘, also eine Person, die versucht, Menschen für Technologien der Digitalisierung zu begeistern? Diese Frage stellte indirekt vor einem halben Jahrzehnt in dieser Zeitschrift der römisch-katholische Theologe und Erziehungswissenschaftler Andreas Büsch, um sie bereits in seinem Titel (und ausführlicher dann am Ende des Textes, wir kommen darauf gegen Schluss dieses Beitrages zurück) zu verneinen (Büsch 2019). Digitalisierung als gesellschaftlicher Megatrend habe aber selbstverständlich auch Auswirkungen auf Kirche und Theologie, so Büsch damals. Und mit deutlichem Zeitversatz kämen die Diskurse dazu auch in der pastoralen Theorie und Praxis an.

Dieser von Büsch beschriebene Zeitversatz schien sich erst ein Jahr nach dem Erscheinen seines Artikels deutlich zu reduzieren – dann nämlich, als die Corona-Pandemie temporär auch die kirchliche Arbeit in der klassischen Form in vielen Bereichen

verunmöglichte. Kurzfristig müssten nicht nur in Deutschland alternative Lösungen für Gottesdienste, Andachten und Gruppentreffen und ebenso für Gremienarbeit wie viele Aspekte kircheninterner Organisationsstruktur gefunden werden. Ausweislich zahlreicher Studien, die im Abschnitt 2 dieses Beitrages noch ausführlicher besprochen werden, gelang dies mit z. T. großen konfessionellen Unterschieden in der Summe erstaunlich gut.

Und auch nach Ende der Hauptphase der Pandemie gab es eine gewisse Zeit lang beispielsweise noch sehr regelmäßig Online-Übertragungen von in Präsenz stattfindenden „normalen“ Gottesdiensten. Inzwischen sind diese kombinierten Formate nicht nur in der liturgischen Praxis wieder auf dem Rückzug. Doch was ist wirklich der Status quo zu diesem Thema und welche Unterschiede gibt es zwischen den beiden christlichen Hauptkonfessionen in Deutschland? Nähern wir uns dabei einem neuen digitalen gemeinsamen Haus oder werden wir zwischen den (wie auch innerhalb der) Konfessionen womöglich gewisse digitale Spaltungen erleben?

Diese und viele weitere Fragen sind Teil des Forschungsprojektes „Digitalisierung im Raum der Kirchen“ (DiRK 2023), das der Verfasser dieses Beitrags an der auf digitale Themen spezialisierten Hochschule Macromedia mit finanzieller Unterstützung des „Versicherer im Raum der Kirchen“ (VRK) und in punktueller Zusammenarbeit mit mehreren Bistümern sowie evangelischen Landeskirchen initiiert hat. Herausgekommen ist dabei die erste ökumenische Studie, die Kirchenmitglieder und -mitarbeiter:innen gleichermaßen recht breit angelegt nach Basisdaten zu ihrem Digitalisierungsverhalten befragt. Eine Wiederholungsstudie ist für 2026 geplant.

Der vorliegende Beitrag stellt dabei erstmals und exklusiv eine Sonderauswertung vor, die die durchaus interessanten Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei diesen Digitalisierungsfragen zwischen römisch-katholischen Bistümern in Deutschland sowie EKD-Gliedkirchen herausarbeitet; bisher war dies nur in einem kleinen Unterkapitel der Gesamt-Ergebnisübersicht zur Studie exemplarisch der Fall (Sievert 2024b). Zahlreiche weitere Beiträge mit vertieften Auswertungen zu Spezialaspekten oder -perspektiven der erhobenen Daten sind bereits in diversen Fachzeitschriften erschienen oder in Vorbereitung (Sievert, 2023, 2024a, 2024c, 2025a, 2025b).

Theoretische Grundlagen und Forschungsstand zu digitaler Kirche

Zum Thema der hier vorgelegten Studie sind die theoretischen, aber auch empirischen Grundlagen ausgesprochen umfangreich. Ein eigenes Buch ließe sich allein zum Thema „Digitalität“ und „Digitale Kultur“ schreiben (vgl. instruktiv Baumgärtel 2017; Becker et al. 2016; Mertens et al. 2017; Saner 2022; Schaffar 2019 und Stalder 2016; ausführlicher als hier dargestellt ist dieser Komplex auch bei Sievert 2023). Und auch rund um das Thema „Digitale Kirche“ sind in den letzten Jahrzehnten vielerlei Überblicksarbeiten und Handbücher entstanden (zuletzt z.B. Greifenstein & Terbuyken 2024). Dieser

Unterabschnitt fokussiert sich abseits einiger weniger einordnender Verweise jedoch auf den Forschungsstand vor allem der letzten fünf Jahre und gliedert die entsprechende Darstellung passend zum Thema dieses Artikels in katholische, evangelische und ökumenisch angelegte Studien.

Forschung im katholischen Kontext

Historisch gesehen ist das Verhältnis der katholischen Kirche zu den (auch digitalen) Medien ein nicht immer einfaches, da in ihm, wie Wolfgang Beck herausgearbeitet hat, die „Verortung der Kirche in einer modernen Gesellschaft“ ablesbar wird. Dass dieses Verhältnis aufseiten der katholischen Kirche „über weite Strecken durch Ressentiments gegenüber den Werten und Errungenschaften der Moderne bestimmt“ sei, ließe sich nach den vergangenen 150 Jahren durchaus kritisch feststellen (Beck 2018, 9–10):

„So wird sichtbar, dass menschliches Leben, insofern es durch Kommunikation geprägt ist, immer mit Medien verbunden ist. Es gibt kein menschliches Leben ohne Kommunikation und ohne die Nutzung von Medien. Deshalb haben sich nicht nur die Kommunikations- und Medienwissenschaften, sondern gerade auch die Pastoraltheologie für diese Themen zu interessieren.“

Ganz in diesem Sinne hat die Forschung über digitale Mediennutzung im katholischen Raum eine eher kurze Historie, die allerdings immerhin 25 Jahre zurückreicht. Den Startpunkt setzte 1999 der sogenannte „MDG-Trendmonitor“, der 2003, 2009 und 2020 aktualisiert wurde und neben klassischen Medien von Anfang u. a. auch die Internetangebote der Kirche untersuchte sowie in seiner letzten Durchführung die Nutzung von digitalen Angeboten und Social Media sogar als Fokusthema hatte (de Sombre 2021). Befragt wurden in der letzten Durchführung dieser breit angelegten Studie, die aufgrund der Auflösung der „Mediendienstleistungsgesellschaft“ (MDG) Ende 2023 voraussichtlich die letzte bleiben wird (Domradio 2023), insgesamt 1.690 Katholik:innen ab 14 Jahren. Da die Studie im Juni und Juli 2020 stattfand, werden zu einem guten Teil bereits erste digitale Medienerfahrungen in der Pandemie berücksichtigt. Demnach nutzen 83 Prozent der Katholik:innen generell das Internet. In der Altersgruppe unter 60 Jahren gilt dies für 90 Prozent sogar täglich, bei den über 60-Jährigen für 39 Prozent. Katholische Internetnutzer:innen, die in einer Pfarrgemeinde oder einer kirchlichen Organisation aktiv sind, besuchen über das Internet zu 48 Prozent häufig oder ab und zu kirchliche oder religiöse Inhalte. Insgesamt gilt dies sogar für gut ein Drittel der Katholik:innen mit einem Schwerpunkt auf kirchenverbundene Segmente. Insgesamt kommt die Studie zu dem Befund:

„Die Voraussetzungen für religiöse Kommunikation durch die katholische Kirche sind in den vergangenen Jahren schwieriger geworden: [...] Es ist eine fortschreitende Abkehr von den Kirchen in Deutschland zu beobachten. [...] Auch von Seiten der Mediennutzungsgewohnheiten und der Interessenslage der Adressaten werden die Rahmenbedingungen für kommunikative Maßnahmen der Kirche schwieriger.

Mediennutzung orientiert sich immer an bereits bestehenden Interessen oder situativen Informationsbedürfnissen“ (de Sombre 2021, 15).

Über die empirischen Daten hinaus (übrigens inkl. einer spannenden Einordnung nach Sinusmilieus) bietet der während der Pandemie erschienene Ergebnis-Sammelband eine Reihe von Kommentierungen zum Thema aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven. Religionssoziologisch fordert dabei Neumaier (2021) eine „Perspektiverweiterung“, warum (welche) Medienformate zu religiösen Zwecken genutzt würden, welche Anliegen de facto erfüllt würden und welche offen blieben. Pirker (2021) fragt pastoraltheologisch, wie gerade mit digitalen Medien „Nähe auf Distanz“ und „Treue in klarer Kritik“ gelingen kann. Und aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive stellt Rademacher (2021, 399) fest:

„Die Katholische Kirche kann [...] Angebote machen für Kirchenmitglieder, aber auch für ein großes gesellschaftliches Umfeld [...]. Dafür muss man den Mut haben, die noch bestehenden Ressourcen zu bündeln, in Training und Entwicklung zu investieren, und die Kommunikationshaltung grundlegend zu verändern. Dies wird ohnehin notwendig sein, um als Katholische Kirche in einer zunehmend säkularisierten Welt noch die eigene Legitimation zu behaupten.“

Über diese erwähnten Quellen hinaus gibt es eine Vielzahl von Veröffentlichungen in diesem Kontext: Von den neuen Herausforderungen für die katholische Soziallehre, die mit Digitalisierung zusammenhängen (Westphalen 2019; Tighe 2020), über Fragen der Liturgie (Böntert 2021) oder schlicht der Organisation katholischer Publizistik (Kasisk 2018) bis hin zu grundsätzlichen Aspekten der Bedeutung einer christlichen Botschaft in digitalen Zeiten (Plettscher 2022) oder auch seelsorgliche Reflexionen zum Thema aus dem Vatikan (Dikasterium für die Kommunikation 2023). Aus Platzgründen sei dies hier allerdings nicht weiter behandelt.

Forschung aus evangelischer Sicht

Im evangelischen Bereich könnte man klischeehaft schon allein aufgrund der historisch zentralen Bedeutung von Luthers Bibelübersetzung und der intensiven Geschichte evangelischer Publizistik (die es im katholischen Bereich aber ebenfalls gibt) eine offener Haltung gegenüber (neuen) Medien vermuten (Preul & Schmidt-Rost 2000; Schild 2010). Ob dem wirklich so ist, sollen die folgende, vor allem die letzten fünf Jahre betreffende Literatúrauswahl und später die eigenen Daten untersuchen.

Die „Evangelische Arbeitsstelle für missionarische Kirchenentwicklung und diakonische Profilbildung“ (midi) war verantwortlich für eine Studie, bei der evangelische Gemeinden im März 2020 und ein Jahr später zu ihrer Gottesdienstpraxis befragt wurden. Insgesamt nahmen etwas über 700 Befragte teil (Hörsch 2020 und 2021): Zwei Drittel der Gemeinden begannen demnach erst während der Corona-Pandemie damit, digitale Verkündigungsformate anzubieten. Dieses digitale Angebot blieb zwischen Frühsommer 2020 (71,2%) und Frühjahr 2021 (83,3%) konstant hoch. Eine weitere midi-Studie

aus dem Jahr 2022 untersucht die Bedeutung digitaler Communities als kirchliche Plattformen, um neue Zielgruppen zu erreichen. Die Studie umfasste die Teilnahme von mehr als 3.000 Follower:innen auf Instagram, die christlichen Influencer:innen folgen. Konkret heißt es dort:

„Für kirchliche Kanäle gilt also, was für Instagram allgemein zu beobachten ist: im Zentrum stehen die Influencer*innen selbst. Die Person und ihre Themen sind die visuell-kommunikative Pointe, nicht die Institution oder eine Gemeinde. [...] Die häufigsten Gründe, warum Menschen den Profilen folgen, sind, weil sie die jeweilige Person sympathisch (72,6%) oder authentisch im Glauben (75,6%) finden“ (Hörsch 2022, 64).

Bei der sogenannten „ReTeOG-Studie“ („Rezipiententypologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher*innen während und nach der Corona-Krise“) handelt es sich um eine Befragung, an der jeweils etwa 5.000 Besucher:innen von digitalen Gottesdiensten teilnahmen. Im Jahr 2021 wurde die ReTeOG 2-Studie veröffentlicht, die auf den Ergebnissen der vorherigen Studie von 2020 aufbaut (Reimann & Sievert 2021a). Ein zentrales Fazit beider Studien war, dass Online-Gottesdienste stark genutzt und in vielen Eigenschaften ähnlich positiv zu Präsenz-Gottesdiensten bewertet wurden (Reimann & Sievert 2020). Spannend in den Daten ist auch die Wahrnehmung von Interaktionen in Gottesdiensten:

„Nicht jede Gemeinde muss dabei alles anbieten. Andererseits ist eine lokale Verankerung digitaler Gottesdienste wichtig, da sie die Attraktivität derselben deutlich erhöhte. Es ist daher wünschenswert, dass die Gemeindeglieder, denen die Interaktion wichtig geworden ist, Gemeinden finden, in denen sie sich auch im Gottesdienst aktiv einbringen können – gern auch die eigene“ (Reimann & Sievert 2021b, 19).

Als aktuellste rein evangelische Studie ist CONTOC 2 zu nennen, die in der ersten Durchführung noch ökumenisch war (vgl. Kap. 2.3). Hier wurden diesmal rund 1.500 kirchliche Hauptamtliche in Deutschland und der Schweiz befragt. Erste Teile dazu sind veröffentlicht und kommen zu verhalten optimistischen Ergebnissen:

„Das nachhaltige Interesse an der Entwicklung digitaler kirchlicher Kommunikationsformate lässt den Schluss zu, dass Kirche sich zwei Jahre nach Ausbruch der Coronapandemie in der Tat in einem „New Normal“ befindet. [...] [Dabei] weisen das hohe Bedürfnis nach Unterstützung und der von den Befragten artikulierte Handlungsbedarf auf strategische, strukturelle und ressourcenbezogene Defizite in den Landeskirchen hin“ (Schlag et al. 2023b, 5).

Darüber hinaus gibt es im evangelischen Raum auch vielerlei konkrete Modellprojekte vor Ort, die wie „Die digitale Mustergemeinde“ dreier süddeutscher Landeskirchen oft vom „Digital-Innovationsfonds“ der EKD gefördert werden (z. B. EKD 2018; EKD 2024; Evangelische Landeskirche in Württemberg 2022; Sievert & Zeilinger 2024). Verwiesen sei der Vollständigkeit halber auch auf ein breites Spektrum von Smartphone-Apps: von Spiele-Apps zum Thema Luther und seinem Leben bis hin zu Apps von christlichen

Nachrichtendiensten, aber auch Gesangbuch- und Bibel-Apps (Pirner 2022).¹ Im biblischen Kontext ist ein nennenswertes Tool, das insbesondere eine Unterstützung für Pfarrer:innen bieten soll, die „Exegese für die Predigt“ (EfP) der Deutschen Bibelgesellschaft (2023). Kurz erwähnt sei als Beispiel im Bereich der Seelsorge noch das Projekt „Ankerplatz“, das Beratung per E-Mail, Chat und Video anbietet (Winiger 2024; ELVKA 2023).² Aber auch normativ einordnende Überblicke (vgl. instruktiv Bedford-Strohm 2021; EKD 2021; Müller 2022) oder umfassende thematischen Kompendien (Kirchenamt der EKD 2015) sind vorhanden, auf die aus den auch schon am Ende des katholischen Unterkapitels bemühten Platzgründen hier nicht weiter eingegangen wird.

Forschung in ökumenischer Perspektive

Leider gibt es insgesamt nur recht wenig vergleichende und zudem innerhalb Deutschlands ökumenisch entstandene Forschung rund um Digitalisierung und Kirche. Zum Teil konnten aus Budgetgründen auf katholischer Seite auch ökumenisch begonnene Projekte am Ende nicht in eine Wiederholung geführt werden.

Zuerst zu nennen ist hier die CONTOC-Studie („Churches Online in Times of Corona“). Sie bestand zunächst aus einer internationalen, ökumenischen Befragung von etwa 3.000 Pfarrpersonen und Hauptamtlichen in Kirchen- bzw. Pfarrgemeinden, um den Umgang mit Digitalisierungsprozessen während der ersten Phase der Pandemie zu untersuchen (Schlag et al. 2023a). Dabei sehen drei Viertel der Befragten in der Digitalisierung eher Chancen als Risiken. Es wurde festgestellt, dass die Pandemie eine Innovationsbereitschaft und Innovationspotenziale bei den Befragten aufzeigt, aber auch Bedarf an Weiterbildung und theologischer Reflexion in Bezug auf digitale Praktiken besteht. Die Gestaltung digitaler Gottesdienstformate, wie z. B. digitales Abendmahl oder digitale Eucharistiefeiern, wurde diskutiert und es wurden auch Herausforderungen im Bereich der Bildung und Beteiligung in der Gemeindegarbeit aufgedeckt. Insgesamt ist die Studie auch durch den internationalen Vergleich ein hervorragendes Sammelbecken aktueller Befunde zum Thema. Zwei Hauptautor:innen kommen zu dem Fazit (Schlag & Nord 2023, 521):

„Für das zukünftige kirchliche und pastorale Selbstverständnis sowie Gottesdienst, Seelsorge, Bildung und Diakonie gilt es, sich darüber klar zu werden, welchen Beitrag Kirche und Theologie innerhalb der immer stärker digital formierten Kultur leisten

¹ Ein interessantes Beispiel für eine evangelische App ist „Kirchenjahr evangelisch“. Diese App begleitet Nutzer:innen durch das Kirchenjahr und stellt die Texte, Lieder und liturgischen Farben für die jeweiligen Sonn- und Feiertage sowie zahlreiche Gebete kostenlos zur Verfügung (VELKD et al. 2024; Pirner 2022).

² Allerdings zeigen Kirchenmitarbeitende eine gewisse Skepsis gegenüber der Nutzung digitaler Medien in der Seelsorge: Wie die CONTOC2-Studie gezeigt hat, sieht die Mehrheit der Befragten digitale Medien in diesem Kontext eher für die individuelle und gelegentliche Nutzung als für die Seelsorge im Pflege- und Gesundheitswesen geeignet (Schlag et al. 2023b).

können und wollen und wie stark sie zu grundlegenden Transformationen ihres professionellen Selbstverständnisses, ihrer Kommunikationsformen und Angebotsstrukturen bereit sind.“

Obwohl vor allem aus evangelischer Tradition kommend, ist als weitere relevante ökumenische Studie auch zum Digitalisierungsthema die sechste Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung (KMU) zu nennen (EKD 2023a). An dieser Erhebung war auch die katholische Kirche erstmal als Juniorpartner beteiligt; die Deutsche Bischofskonferenz hatte die Erhebung durch fachliche Expertise und finanzielle Mittel unterstützt. Seit 1972 führt die EKD alle zehn Jahre diese breit angelegte und repräsentative Untersuchung durch, um die evangelische Kirche aus der Sicht ihrer Mitglieder und seit 1992 auch von Konfessionslosen zu erforschen. Diesmal gab es 5282 Befragte, repräsentativ ausgewählt für die in Deutschland lebende Gesamtbevölkerung ab dem vollendeten 14. Lebensjahr. Einige wenige Fragen der Studie beschäftigen sich auch mit dem Zukunftsthema „Digitalisierung“; bisher sind diese nur über den digitalen Tabellenband (EKD 2023b) zugänglich, eine weitere wissenschaftliche Auswertung soll folgen. Gefragt wurde z. B. nach Häufigkeit der Nutzung des Internets zu Themen im Kontext Religion und Kirche. Den höchsten Wert erreicht dabei die Aussage, dass man das Internet nutze, um sich „über religiöse und weltanschauliche Dinge zu informieren“: 8 Prozent der katholischen und 7 Prozent der evangelischen Christ:innen machen dies häufig, 18 bzw. 17 Prozent manchmal. Interessanterweise sind die Werte bei den konfessionslosen Befragten mit 7 Prozenten (häufig) bzw. 12 Prozent (manchmal) gar nicht so weit von Werten der Kirchenmitglieder entfernt. Eine andere Frage beschäftigte sich mit der Bewertung zur Internet-Nutzung zu den Themen Religion und Kirche. Den höchsten Wert erhält hier die Aussage „Mir ist es wichtig, dass meine lokale Kirchengemeinde im Internet präsent ist“. Für 11 Prozent der Katholik:innen und 15 Prozent der Protestant:innen trifft dies „voll zu“, für 33 bzw. 30 Prozent „eher zu“. Man darf gespannt sein, welche Erkenntnisse eine vertiefte Auswertung und Interpretation auch dieser KMU-Daten noch erbringen wird.

Ökumenische Modellprojekte gibt es natürlich ebenfalls – etwa im konkreten Bereich der Seelsorge wie „KHS im Chat“, das ein ökumenisches Team von norddeutschen Krankenhauseelsorger:innen vereint hat (Winiger 2024). Angesichts ähnlicher Herausforderungen und Fragestellungen wäre gerade bei solchen Themen generell noch mehr interkonfessionelle Zusammenarbeit wünschenswert.

Methodik der DiRK-Studie

Die Daten dieses Beitrages basieren auf einer eigenen aktuellen Erhebung des Autors, für die für diese Version gesonderte Auswertungen hinsichtlich der Unterscheidung evangelischer und katholischer Befragter vorgenommen wurde. Die gewählte Methodik beruht auf einer quantitativ-standardisierten Befragung (Meulemann 2000;

Möhring 2010; Scholl 2014; Reinecke 2022). Sie wurde von Februar bis August 2023 von der Hochschule Macromedia in Kooperation und mit finanzieller Unterstützung des Versicherers im Raum der Kirchen (VRK) durchgeführt. Die Studie richtete sich dabei gleichermaßen an Mitglieder wie Mitarbeiter:innen aller christlichen Kirchen in Deutschland, wobei der Mitarbeiter:innen-Begriff sowohl die verfasste Kirche als auch den Bereich von Caritas, Diakonie und ähnlichen Einrichtungen umfasste. Um diese sehr heterogene und nirgendwo einheitlich als Datensatz oder Sample vorhandene Zielgruppe zu erreichen, wurde auf zwei Wegen vorgegangen: Einerseits wurden in Kooperation mit diversen Landeskirchen, Bistümern und anderen kirchlichen Einrichtungen über deren Verteiler sowie über eigene Presse- und Medienarbeit seitens der Projektpartner VRK und Hochschule Macromedia Links zur Befragung aktiv verbreitet. Andererseits wurden rund 40.000 Kund:innen des VRK angeschrieben. Insgesamt nahmen basierend auf beiden Zugangswegen 5.365 Personen an der Studie teil.

Für die hier vorliegende Veröffentlichung wurden nur die 4.290 Fälle ausgewählt, bei denen die Befragten sich jeweils klar der römisch-katholischen Kirche in Deutschland oder einer der EKD-Gliedkirchen zugeordnet hatten.³ In den konfessionsspezifischen Teilsamples überwiegt wie in den kirchlichen Statistiken insgesamt der Frauenanteil – interessanterweise bei den katholischen Studienteilnehmer:innen (55,7 Prozent) sogar noch etwas mehr als den evangelischen (54,0 Prozent). Männer kommen entsprechend auf 44,0 Prozent (katholisch) bzw. 45,3 Prozent (evangelisch); sich als divers einordnende Personen machen 0,7 bzw. 0,6 Prozent aus. Die Altersstruktur ist in beiden Konfessionen breit gestreut mit einer gewissen Überrepräsentanz der 50- bis 59-Jährigen in Höhe von 30,2 bei den Katholik:innen bzw. 34,7 Prozent bei den Protestant:innen. Die deutschen Bistümer weisen zum Ausgleich ein wenig mehr jüngere Befragte aus (z. B. 9,7 Prozent zu 7,5 Prozent in der 20er-Altersgruppe und 17,1 zu 13,2 Prozent bei der 30er-Kohorte); bei den Landeskirchen in der Bundesrepublik nahmen hingegen mit 26,7 Prozent zu 24,4 Prozent etwas stärker über 60-Jährige teil. Etwa gleich groß ist unter den Befragten die Gruppe derjenigen, die hauptberuflich für Kirche tätig sind (58,4 zu 58,1 Prozent).⁴ Deutliche Unterschiede gibt es jedoch bei den Berufen: Zwar führen in beiden Fällen die Verwaltungsmitarbeiter:innen mit 20,7 bzw. 19,3 Prozent, doch sind im evangelischen Bereich die Pfarrer:innen mit 25,8 zu 17,9 Prozent im katholischen deutlich besser vertreten.⁵ Unter den fünf wichtigsten Berufsgruppen folgen

³ Zu anderen christlichen Kirchen in Deutschland liegen weitere Daten vor, die jedoch jeweils nur sehr geringe Fallzahlen aufweisen, weshalb auf eine weitere Auswertung hier verzichtet wird. Lohnen würde sich eventuell noch eine Auswertung für kirchliche Mitarbeiter:innen ohne Kirchenzugehörigkeit, die hier jedoch nicht in den thematischen Fokus gehört.

⁴ Soweit aus inhaltlichen Gründen nicht explizit anders benannt, werden im weiteren Verlauf dieses Textes der Übersichtlichkeit halber die katholischen Werte stets vor den evangelischen genannt.

⁵ Katholische Pastoralreferent:innen wurden in dieser ersten Version der Studie bedauerlicherweise nicht gesondert erfasst, kommen aber auch unter den konkreten freien Nennungen unter „Sonstige“ nur sehr wenig vor.

noch Sozialpädagog:innen (9,4 im katholischen Anteil der Beschäftigten; 6,2 Prozent im evangelischen), Erzieher:innen (8,2 zu 7,9 Prozent) und Krankenpflegende (7,9 zu 4,6 Prozent).

Nicht nur bezogene auf das im Folgenden behandelte, recht große katholisch-evangelische Teilsample, sondern insgesamt gliedert sich die Untersuchung in drei inhaltliche und einen demografischen Teil: Der erste Abschnitt beschäftigt sich allgemein mit Kirchenmitgliedern und -mitarbeiter:innen hinsichtlich deren allgemeiner Nutzung vor allem digitaler Medien. Im zweiten Bereich wurden nur die Kirchenmitarbeiter:innen nach einigen ihrer beruflichen Digitalisierungserfahrungen befragt. Der Nutzung digitaler Kanäle für religiöse Inhalte ausschließlich bei Kirchenmitgliedern (inkl. Mitarbeitenden, die auch Mitglieder sind) widmet sich das dritte inhaltliche Fragebogenkapitel. Einige demografische Fragen sowie ein komplett fakultativer Teil u. a. zu gemeinnützigen Online-Suchmaschinen wiederum für alle Subgruppen bilden den Abschluss. Fast alle Fragen wurden für diese Studie nicht neu entwickelt, sondern es wurden bewusst Fragen aus existierenden Befragungen oder empirischen Übersichten – entweder zur Gesamtbevölkerung oder zu spezifischen Subgruppen – erneut gestellt (u. a. aus Berg 2017; Bitkom 2013; D21 2022; Destatis 2022; DBK & EKD 2017; Hörsch 2021; IDG-Studie 2021; Koch 2022; Sievert et al. 2022; de Sombri, 2021; Reimann & Sievert 2021a). Dies bot einerseits den Vorteil einer erprobten Frage, vor allem aber andererseits die Möglichkeit, die neu erhobenen Daten mit früheren oder insbesondere mit der Gesamtbevölkerung zu vergleichen.

Aufgrund der beschriebenen Vorgehensweise ist die Studie nicht vollständig repräsentativ, liefert aber angesichts der hohen Anzahl an Befragten und der Verbreitung fast ausschließlich im kirchlichen Binnenbereich spannende aktuelle Einblicke. Für die Kirchenmitglieder der beiden Hauptkonfessionen konnte zudem ein Abgleich mit den demografischen Gesamtdaten für Deutschland vorgenommen werden, der beim Geschlecht quasi gleiche Werte zu dem hier genutzten Sample zeigt; auf die Altersstruktur war bereits der vorvorherige Absatz dieses Artikels eingegangen. Bezogen auf kirchliche Mitarbeiter:innen in allen Bereichen inkl. z. B. Krankenhäusern, Einrichtungen der Alten- und Krankenpflege, Kindertagesstätten und anderen diakonischen wie karitativen Einrichtungen gibt es eine solche Vergleichsstatistik leider nicht. Als methodische Schwierigkeit kommt ferner das Online-Format der Erhebung hinzu, wodurch besonders Online-Affine etwas überrepräsentiert sein dürften. Außerdem konnten aufgrund sehr unterschiedlicher Frage- und Skalenniveaus Signifikanzen etwas im Unterschied der Konfessionen nur teilweise berechnet werden, weshalb auch mit Blick auf die begrenzte Repräsentativität auf deren Darstellung in diesem Aufsatz verzichtet wird. Vor allem in den in diesem Artikel nur in ersten Ansätzen dargestellten multivariaten Analysen geht es jedoch mehr um Typologienbeschreibung sowie Unterschiede zwischen Konfessionen sowie Mitarbeiter:innen in Relation zu Mitgliedern als um umfassende Gesamtergebnisse. Doch auch diese sind als Trendbeschreibung insbesondere für

zumindest ein wenig online-affine kirchennahe Personen von großem Erkenntnisinteresse.

Ausgewählte Ergebnisse im ökumenischen Vergleich

Allgemeine Digitalisierung

Wie im methodischen Abschnitt dieses Artikels aufgeführt, befasste sich der erste Teil der Studie mit der allgemeinen Digitalisierung von Kirchenmitgliedern und -mitarbeiter:innen. Dabei wurde zunächst allgemein gefragt, welcher konkreten Mediennutzung die Befragten wie lange nachgegangen sind (vgl. Abb. 1). Im katholischen wie evangelischen Bereich führt dabei zeitlich die Internetnutzung. Die jeweils größte Gruppe nutzt dieses Medium 1–3 Stunden am Tag (49,1 katholisch zu 49,3 Prozent evangelisch), wobei die Intensivnutzer:innen mit mehr als vier Stunden bei den EKD-Gliedkirchen mit summiert 40,6 Prozent stärker ausgeprägt sind als bei den römisch-katholischen Bistümern in Deutschland mit kumuliert 37,5 Prozent. Auch erweisen sich die protestantischen Studienteilnehmer:innen bei Tageszeitung und Zeitschriften als etwas intensivere Mediennutzer:innen (wobei jeweils um die Mehrheit diese Kanäle in klassisch-gedruckter Form gar nicht mehr nutzt), während bei Radio- und Fernsehangeboten die katholische Klientel ein wenig länger verweilt.

Doch für welche allgemeine Anwendungen konkret nutzen katholische und evangelische Gläubige wie Mitarbeitende in Deutschland das Internet (ohne Abb.)? Hier liegen – wenig überraschend, aber hier der Vollständigkeit halber erwähnt – Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp, Threema oder Telegram weit vorne, die 89,4 (katholisch) bzw. 89,0 Prozent (evangelisch) ein oder mehrmals die Woche verwenden. Überhaupt entsprechen die Werte der Gläubigen hier im Wesentlichen denen der Gesamtbevölkerung, sind lediglich tendenziell zumeist etwas höher (vgl. D21 2022). Kleine konfessionelle Unterschiede um zwei bis vier Prozent in den Spitzennutzungswerten gibt es bei Suchmaschinen, Office-Programmen und Videokonferenzen zugunsten der Protestant:innen sowie bei Online-Bezahlen, Podcasts, Gesundheits- und Fitnessprogramm aufseiten der Katholik:innen. Fundamentale konfessionelle Unterschiede in Bezug auf Digitalität zeigen sich hier jedoch nicht.

Gemeinsam ist allen Befragten eine intensive Nutzung von Social Media-Kanälen. 60 Prozent der befragten Katholik:innen und 59 Prozent der interviewten Protestant:innen nennen hier Instagram an erster Stelle (vgl. Abb. 2). Facebook folgt in beiden Konfessionen mit ebenfalls nur geringem Unterschied auf Platz 2 (53,8 zu 53,0 Prozent). Tiktok ist mit deutlich geringeren Werten ebenfalls bei den Hauptkonfessionen ähnlich stark vertreten (10,9 zu 11,3 Prozent), gleiches gilt mit noch niedrigeren Prozentzahlen für Twitch und Reddit. Interessante Unterschiede zeigen sich bei übrigen Social Media-Angeboten: Hierbei erscheinen Pinterest und Snapchat vor allem als katholische Kanäle,

während LinkedIn, XING und Twitter deutlich stärker bei den evangelischen Sample-Vertreter:innen genutzt werden.

Berufliche Digitalisierung

Wurden mit den bisherigen Aspekten Kirchenmitglieder und -mitarbeiter:innen gleichermaßen adressiert, so fokussiert sich dieses Unterkapitel ausschließlich auf die hauptberuflich Kirchenmitarbeitenden. Zu Beginn ging es in diesem Teil der Studie um die primär genutzten digitalen Endgeräte sowie die Frage, ob diese seitens des Arbeitgebers gestellt oder privat eingebracht werden (vgl. Abb. 3). Insgesamt erweist sich das privat eingebrachte Smartphone dabei als das wichtigste Kommunikationsinstrument (59,4 Prozent im katholischen Kontext zu 65,5 Prozent im evangelischen). Quasi die „Silbermedaille“ bei diesem Thema geht an einen vom Arbeitgeber gestellten mobilen Computer (57,4 zu 61,6 Prozent). Tablet-Computer haben eine eher untergeordnete Bedeutung und werden mehr privat als beruflich eingebracht; normale Handys spielen in beiden Konfessionen fast keine Rolle mehr. Interessante Unterschiede gibt es aber bei den stationären PC-Rechnern: Diese spielen offiziell bereitgestellt im katholischen Milieu mit 49,7 Prozent noch eine mehr als zehn Prozent größere Rolle als im evangelischen.

Der weitere Verlauf des beruflichen Fragebogen-Teils zielte dann auf die Bedeutung, die soziale Medien wie Facebook, WhatsApp oder Yammer in der internen und externen Kommunikation der jeweils eigenen, unmittelbaren Organisation haben (vgl. Abb. 4). Die kirchlichen Mitarbeiter:innen wurden hier gebeten, dies auf einer aus der Unternehmensforschung zu diesem Thema bewährten Skala von „sehr gering“ bis „sehr hoch“ einzuordnen. Für den Autor dieses Beitrages ergaben sich erstaunlicherweise dabei nur kleine Unterschiede zwischen den Konfessionen: Über alle Themen hinweg dominierten bei beiden großen Kirchen in Deutschland eine geringe und sehr geringe Rolle mit Prozentwerten zwischen 50,4 und 59,2 Prozent. Umgekehrt kommt eine große oder sehr große Rolle von Social Media in der externen Kommunikation recht vergleichbar auf 28,4 bzw. 29,9 Prozent. Kleinere Unterschiede bei der positiven Top-Box zeigen sich zugunsten der evangelischen Seite bei der internen Kommunikation über Social Media auf *gleicher* Hierarchie-Ebene (27,3 zu 31,5 Prozent) und geringer auch auf *unterschiedlicher* Hierarchieebene (18,9 zu 22,0 Prozent).⁶

Ein weiterer Aspekt der Befragung der kirchlichen Hauptberuflichen waren die (nicht) absolvierten oder als sinnvoll empfundenen Weiterbildungsmaßnahmen (ohne Abb.).

⁶ Nachdenklich stimmen sollten hier aber weniger die Unterschiede zwischen den beiden Konfessionen, sondern vielmehr das große Gap im Vergleich zu den Unternehmen in Deutschland: Hier liegen die kirchlichen Werte noch unter dem Niveau, das deutsche Unternehmen bei der externen Social Media-Kommunikation vor acht Jahren erreicht hatten; bei der internen werden immerhin Unternehmenswerte von 2019 auf gleicher Hierarchieebene, aber nur von 2013 auf unterschiedlicher Ebene erreicht (Sievert et al. 2022).

Hier zeigen sich zwischen den in diesem Beitrag untersuchten Konfessionen bei sieben abgefragten möglichen Weiterbildungsfeldern nur wenige Unterschiede: Interessant ist aber, dass bei den Befragten im katholischen Bereich bereits 59,3 Prozent eine Weiterbildung zu Datenschutz gemacht haben, während es im evangelischen nur 51,3 Prozent waren. Hingegen ist bei den Katholik:innen der Anteil derjenigen, die richtiges Verhalten in Chats und sozialen Netzwerken als für ihren Job nicht relevant einschätzen mit 39,5 Prozent etwas höher als bei den Protestant:innen mit 35,6 Prozent. Bemerkenswert bleibt ferner, dass durchgängig alle Weiterbildungsferne in beiden kirchlichen Kontext in der Kategorie „Ich habe noch keine Weiterbildung gemacht, obwohl es im Job hilfreich wäre“ recht hohe Werte zwischen 28,3 und 40,1 Prozent erreichen.

Privat-religiöse Digitalisierung

Der dritte und letzte Komplex des Fragebogens der hier in einer Sonderauswertung vorgestellten Studie beschäftige sich mit der privat-religiösen Digitalisierung. Fragte man Kirchenmitglieder generell danach, welche religiösen Onlineangebote sie häufig nutzen (ohne Abb.), so dominierte bei beiden hier untersuchten (Haupt-)Konfessionen die Internetseite der eigenen Kirchen oder Pfarrgemeinde. Allerdings gibt es dabei klar nach oben abweichenden Prozentwerte im evangelischen Kontext von 48,2 Prozent im Verhältnis zu 41,4 Prozent bei den Katholik:innen. Gefolgt wird dies in beiden Fällen von der Internetseite der Landeskirche und des Bistums (34,0 zu 35,6 Prozent). Interessant ist, dass die katholischen Mitchrist:innen auf relativ höhere Werte bei *katholisch.de* bzw. *evangelisch.de* (26,0 zu 23,8 Prozent) sowie kirchlichen Verbänden und Akademien kommen (25,1 zu 22,0 Prozent), während bei den evangelischen Christen die Influencer:innen im Vergleich etwas besser abschneiden (25,5 zu 20,0 Prozent).

Interessant sind auch die Gründe, warum Influencer:innen gefolgt wird (vgl. Abb. 5). Der Hauptgrund ist bei beiden hier betrachteten Konfessionen quasi derselbe – nämlich, dass man ganz allgemein den Content interessant findet (60,4 bzw. 60,0 Prozent). Geht es jedoch um konkrete Begründungen, so sind die katholischen Befragten in ihren Aussagen zumeist etwas konkreter – egal, ob es darum geht, ob man die Person „authentisch im Glauben“ (55,3 zu 51,0 Prozent), „sympathisch“ (55,3 zu 52,6 Prozent) oder etwa „cool“ findet (20,9 zu 18,2 Prozent). Lediglich den Item, dass der Content „Trost und Halt im Alltagsleben“ gibt, nennen die evangelischen Studienteilnehmer:innen häufiger (16,3 zu 12,3 Prozent). Auch sonstige Gründe spielen eine größere Rolle (14,4 zu 8,5 Prozent).

Einige, vermutlich vor allem mit dem unterschiedlichen Gottesdienstcharakter verbundene Abweichungen zwischen den beiden großen Konfessionen in Deutschland gibt es auch, wenn es um den eigenen Besuch von Online-Gottesdiensten geht (ohne Abb.). So gab nur etwas mehr als ein Drittel (34,1 Prozent) der evangelischen Kirchenmitglieder an, diese Angebote zwar genutzt zu haben, aber nur, wenn es keine Präsenz-

Gottesdienste in der eigenen Gemeinde gab. Umgekehrt ist es fast schon die Hälfte im katholischen Kontext, die eine solche Aussage trifft (44,9 Prozent). Analog dazu ist auch der Prozentsatz derjenigen, die solche Angebote auch aktuell noch gelegentlich nutzen, bei den katholischen Christen mit 26,0 Prozent um ein knappes Fünftel niedriger als bei evangelischen mit 30,9 Prozent.

Interessant ist, dass trotz dieser Unterschiede der generelle Wunsch nach Beibehaltung von Online-Gottesdiensten in beiden Konfessionen eine Mehrheit findet (vgl. Abb. 6): 52,2 Prozent der Befragten Katholik:innen wünschen sich eine Beibehaltung oder Wiedereinführung solcher Formate und sogar 57,0 Prozent der Protestant:innen. Erklärt werden kann dies qualitativen Studien zufolge (vgl. Abschnitt 2.2 oben) möglicherweise mit Wunsch nach digitaler Teilhabe etwa von älteren Menschen oder von jungen Familienvätern und -müttern, die aus unterschiedlichen Gründen jeweils nicht so mobil sind.

Zusammenfassung und Ausblick

Dieser Beitrag hat den vor allem empirischen Forschungsstand sowie neue aktuelle Daten zur Digitalisierung für die beiden nach wie vor wichtigsten Konfessionsverbände in Deutschland aufgezeigt. Insgesamt ergeben sich dabei für beide Kirchen vielerlei Gemeinsamkeiten, die vor allem im weiterhin notwendigen Aufholbedarf sowie einer auch theologischen Klärung des Themas liegen, aber auch einige Unterschiede. Bei allen ökumenischen Bemühungen sollte kirchliche Strategie und Organisationsentwicklung insbesondere solche weiteren Daten zu auch kleinen konfessionellen Verschiedenheiten mitberücksichtigen. Ganz grob zeigen sich insgesamt Kirchenmitglieder beider Konfessionen digitalaffiner als die Gesamtbevölkerung, Kirchenmitarbeiter:innen ungefähr im Mainstream und kirchliche Institutionen der Entwicklung eher einige Jahre hinter. Doch die hohe digitale Affinität der Mitglieder bietet Chancen, die die Kirche in beiden Hauptkonfessionen nutzen sollte.

Um auf die am Anfang dieses Beitrages zitierte Eingangsfrage zurückzukommen und noch einmal Andreas Büsch (2019, 17) zu bemühen: Christus wäre nach ihm tatsächlich heutzutage kein ‚Chief Digital Evangelist‘,

„da seine Botschaft unabhängig von Digitalisierungsstrategien und user experiences Gültigkeit besitzt. Diese Botschaft immer wieder neu zu übersetzen, damit die Zeichen der Zeit von ihr her zu deuten und die richtigen Konsequenzen für kirchliches Handeln zu ziehen, ist die bleibende Aufgabe – auch und gerade angesichts einer im Entstehen begriffenen Kultur der Digitalität.“

Abbildungen

Mediennutzung nach Konfessionen

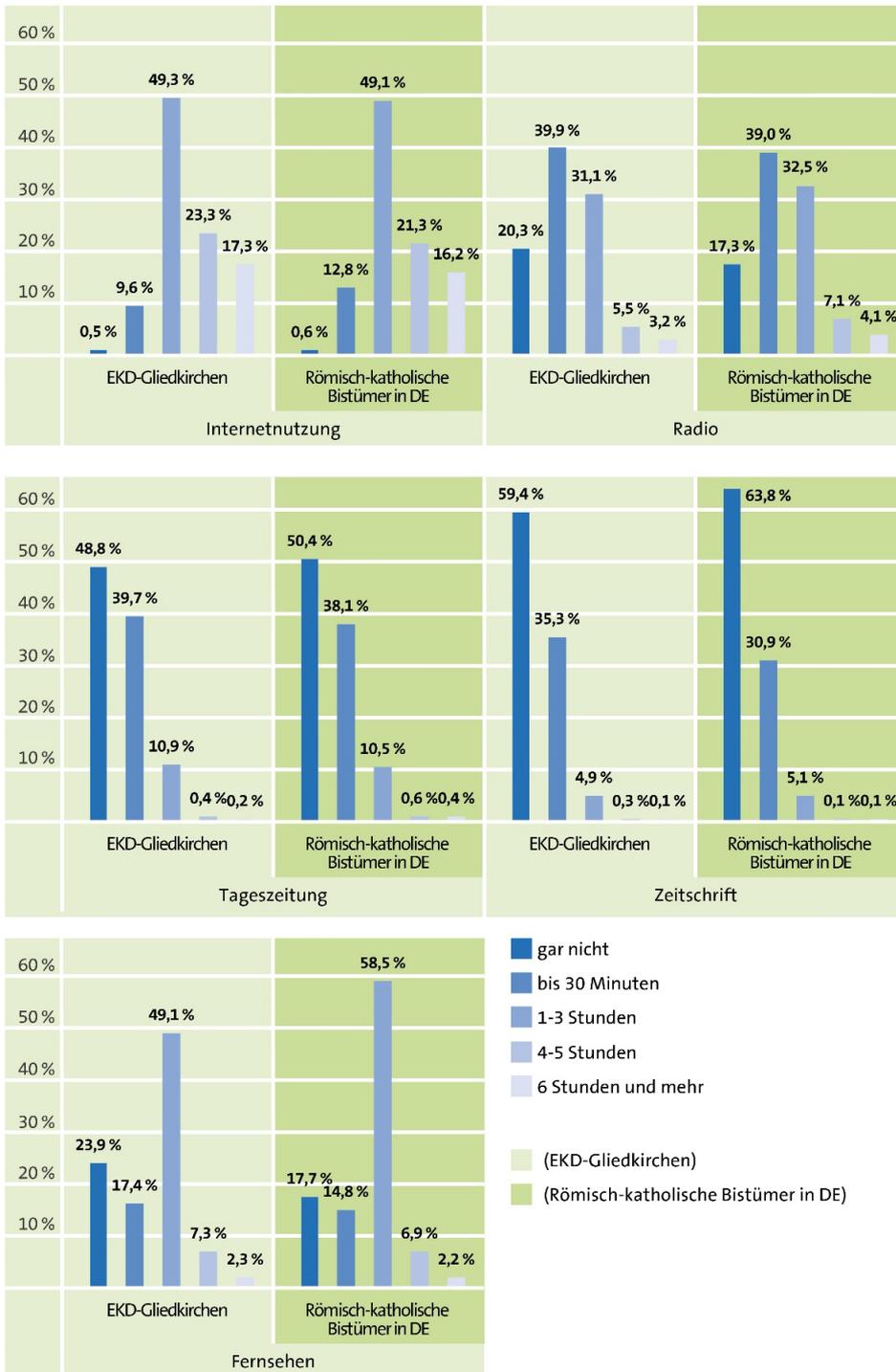
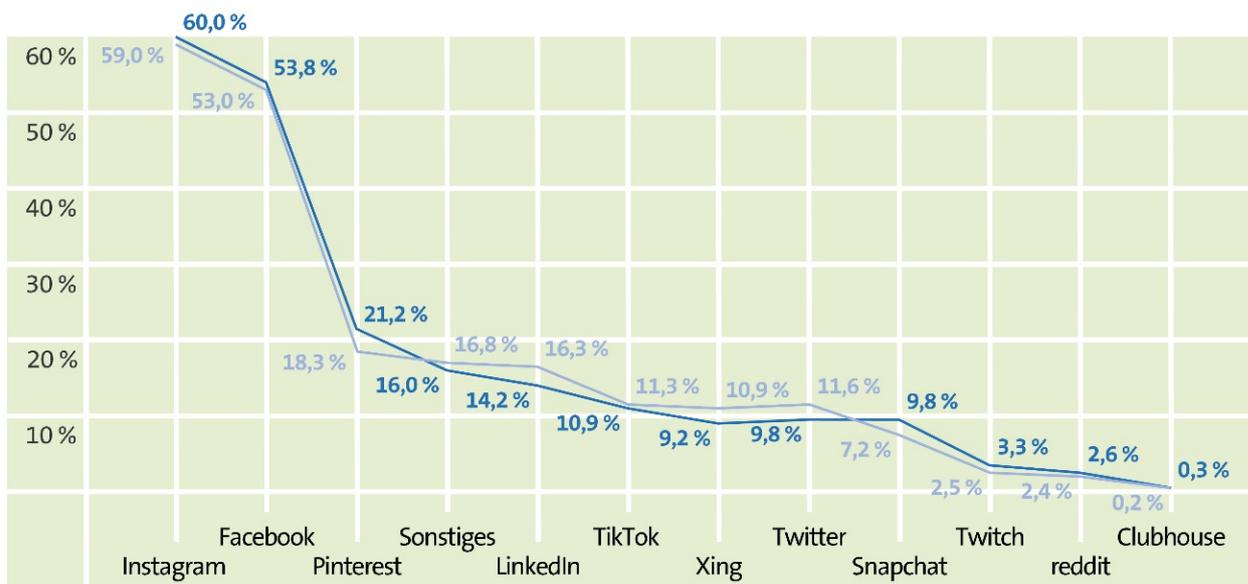


Abb. 1: Länge der Mediennutzung bei Kirchenmitgliedern und -mitarbeiter:innen nach Hauptkonfessionen. Quelle: Eigene Erhebung und Erstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen und -mitglieder in Deutschland; n=4.598; Originalfrage: „An einem typischen Tag in den letzten Wochen: Wie lange sind Sie folgenden Tätigkeiten nachgegangen?“. Frage in Anlehnung an VRK-interne Marktforschungsdaten (Kantar).

Social Media-Plattformen nach Konfessionen



■ Römisch-katholische Bistümer in DE ■ EKD-Gliedkirchen

Abb. 2: Mindestens wöchentliche Nutzung von Social Media-Plattformen bei Kirchenmitgliedern und -mitarbeiter:innen nach Hauptkonfessionen. Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen und -mitglieder in Deutschland. n=3.166; Originalfrage: „Welche Social Media-Plattform nutzen Sie mindestens einmal wöchentlich? (Mehrfachnennung möglich)“. Frage in Anlehnung an Koch 2022.

Berufliche Endgeräte nach Konfessionen

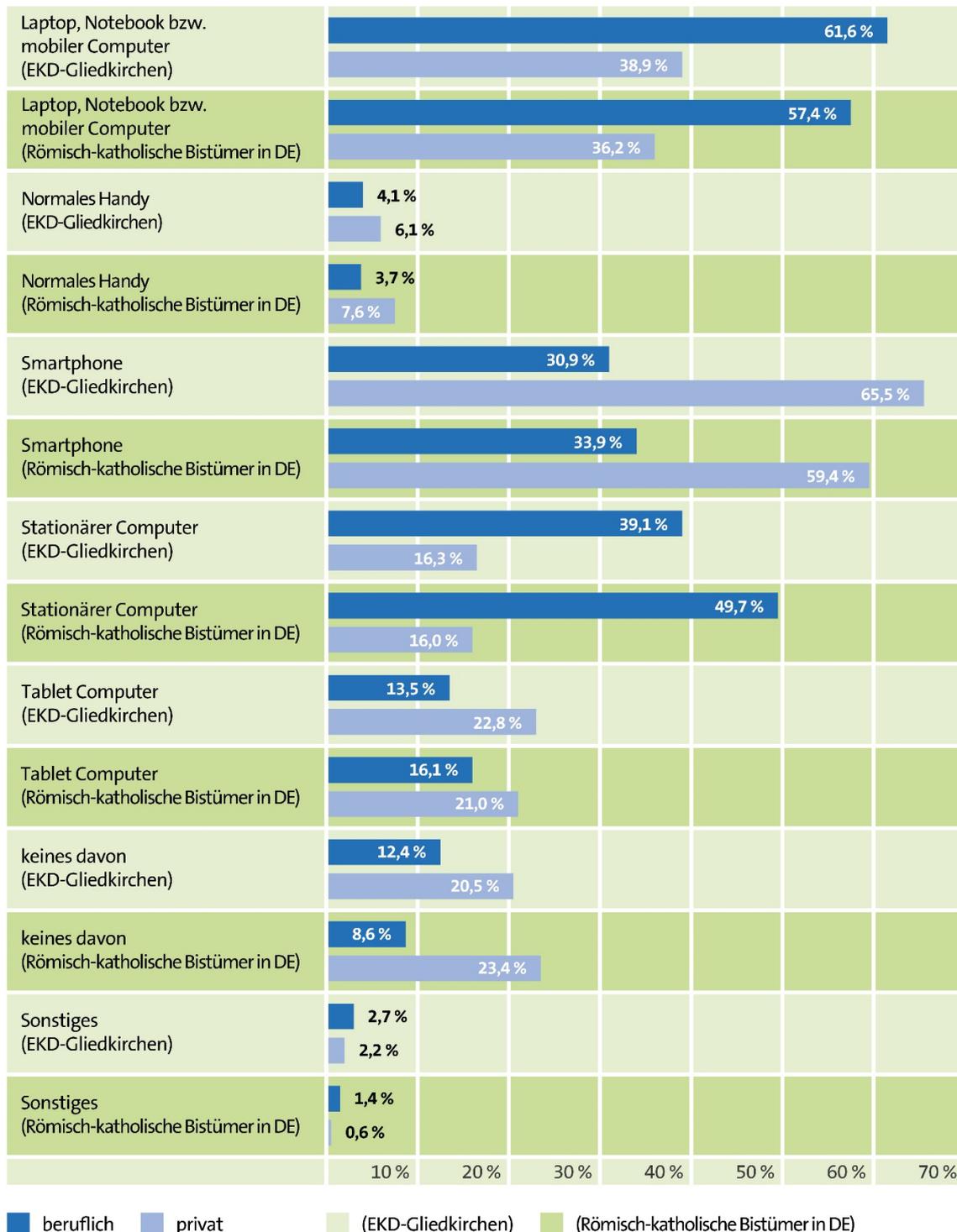


Abb. 3: **Beruflich genutzte Digitalgeräte mit Gerätesteller bei Kirchenmitarbeiter:innen nach Hauptkonfessionen.** Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen in Deutschland. beruflich n=2.474; privat n=2.405; Originalfragen: „Welche Geräte werden Ihnen von Ihrem Arbeitgeber für Ihre tägliche Arbeit zur Verfügung gestellt?“ und „Welche privat angeschafften Geräte nutzen Sie für Ihre tägliche Arbeit?“. Mehrfachnennung möglich; Frage in Anlehnung an Bitkom 2013.

Berufliche Social Media-Bedeutung nach Konfessionen

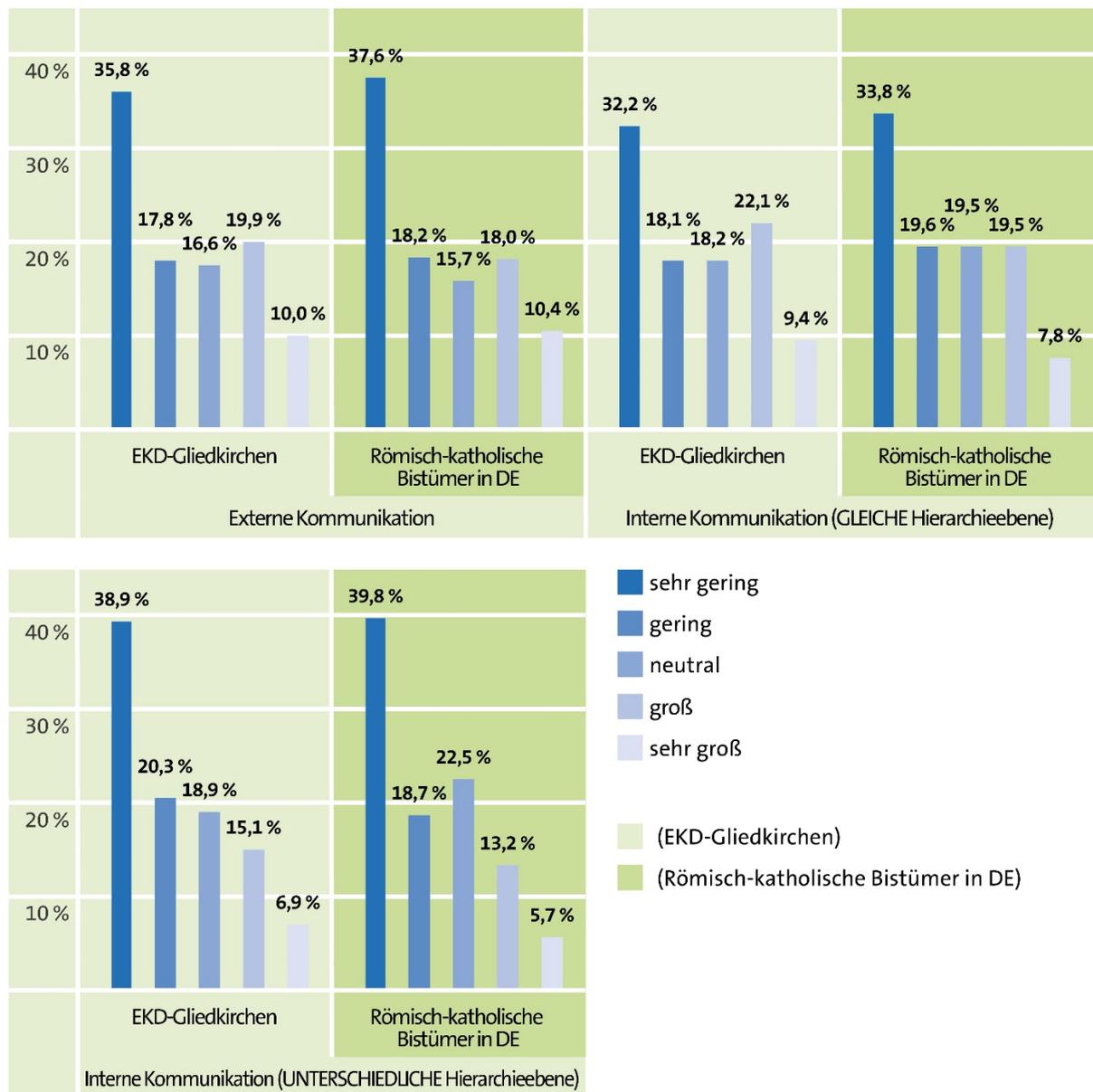


Abb. 4: Bedeutung von Social Media im Arbeitsalltag von Kirchenmitarbeiter:innen für verschiedene Einsatzfeldern nach Hauptkonfessionen. Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen in Deutschland. Extern n=2.581; intern GLEICH n=2.570; intern UNTER. n=2.569; Originalfrage: „Welche Rolle spielen soziale Medien (Anwendungen wie z. B. Facebook, WhatsApp oder Yammer) im bisherigen Arbeitsalltag Ihres Unternehmens?“. Frage in Anlehnung an Sievert et al. 2022.

Folgen von Influencer:innen nach Konfessionen

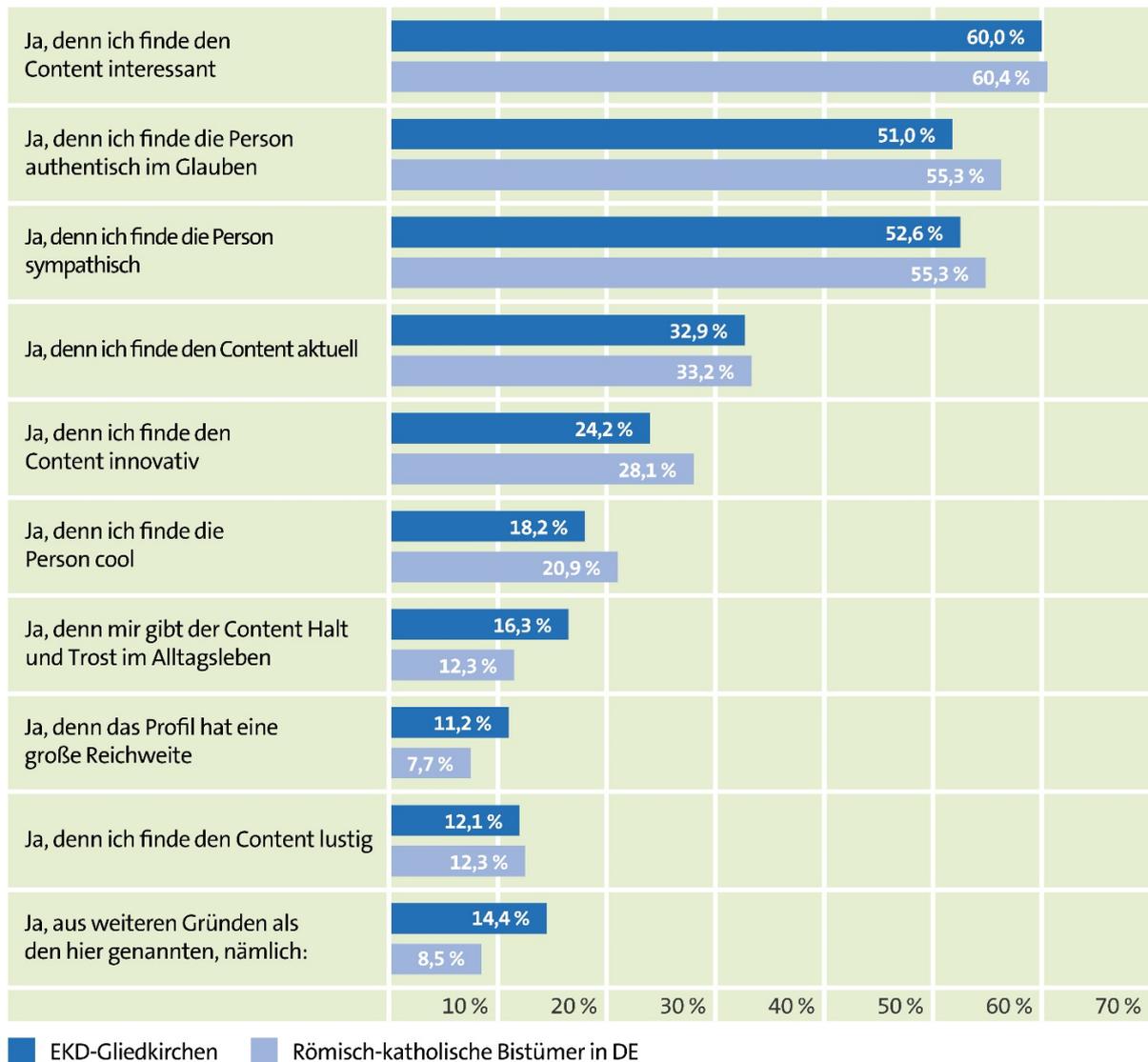


Abb. 5.: **Gründe für das Folgen von christlichen Influencer:innen nach Hauptkonfessionen.** Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitglieder in Deutschland. n=4.221 für Gesamtfrage inkl. Verneinung; Originalfrage: „Folgen Sie auf sozialen Medien wie z. B. Instagram einer/einem christlichen Influencer:in?“. Mehrfachnennung möglich; Frage in Anlehnung an Hörsch 2021.

Wunsch nach Online-Gottesdiensten nach Konfessionen

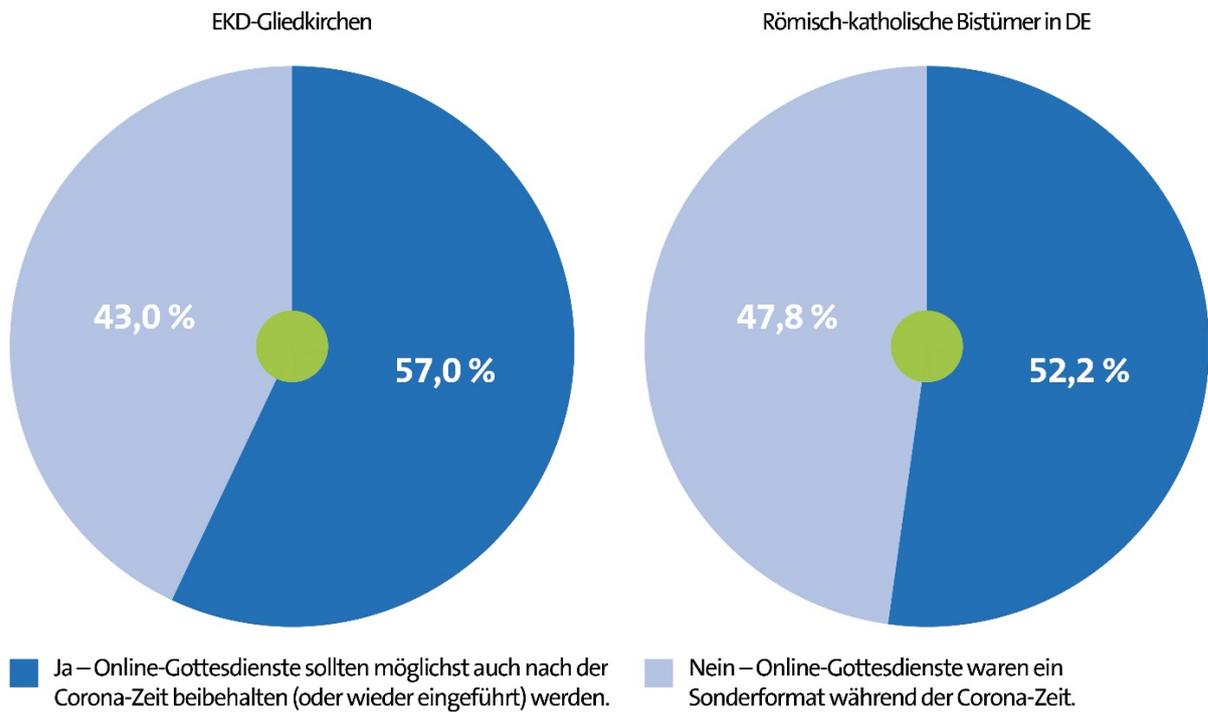


Abb. 6: **Wunsch nach Beibehaltung bzw. Wiedereinführung von Online-Gottesdiensten nach Hauptkonfessionen.** Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung im Rahmen der VRK/Macromedia-Studie (DiRK 2023); Kirchenmitglieder in Deutschland. n = 4.422; Cramer’s V = 0,100; Signifikanz $\leq 0,001$. Originalfrage: „Sollen die regelmäßigen Online-Gottesdienste generell beibehalten (oder wieder eingeführt) werden – auch, wenn Präsenz-Veranstaltungen in vollem Umfang wieder möglich sind?“. Frage in Anlehnung an Reimann & Sievert 2021a.

Literaturverzeichnis

- Baumgärtel, Tilman (Hg.) (2017). *Texte zur Theorie des Internets*. Ditzingen: Reclam.
- Beck, Wolfgang (2018). *Die katholische Kirche und die Medien. Einblick in ein spannungsreiches Verhältnis*. Würzburg: Echter Verlag.
- Becker, Klaus, Arreola González, Alejandro, Cheng, Chih-Hong, Döricht, Volkmar, Duchon, Markus, Fehling, Marcus, Grolman, Helmuth von, Hallensleben, Sebastian, Hopf, Stefan, Ivandic, Nicolas; Klein, Cornel; Läßle, Elena; Lindner, Jonas; Neuburger, Rahild; Prehofer, Christian; Schätz, Bernhard; Scholdan, Roman, Schorp, Konstantin, Sedlmeir, Joachim, Vittorias, Iason, Walckhoff, Sofie, Wenger, Monika & Zoitl, Alois (2016). *Digitale Transformation: Wie Informations- und Kommunikationstechnologie etablierte Branchen grundlegend verändern. Abschlussbericht vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Verbundvorhabens „IKT-Wandel“*. München: fortiss GmbH.
- Bedford-Strohm, Heinrich (2021). *Update der Reformation. Visionen für eine digitale Kirche – Visionen für eine digitale Gesellschaft*, abrufbar unter <https://landesbischof.bayern-evangelisch.de/downloads/EKD-Ratsvorsitzender-Heinrich-Bedford-Strohm-Vortrag-Landau-Digitalisierung-17092021.pdf> [20.12.2024].
- Berg, Achim (2017). *Arbeit und Qualifizierung in der digitalen Welt*, abrufbar unter <https://www.bitkom.org/sites/default/files/file/import/Bitkom-Charts-Qualifizierung-17-11-2017-final.pdf> [20.12.2024].
- Bitkom (2013). *Nutzung privat angeschaffter Geräte für die Arbeit & Mobile Online-Nutzung von betrieblichen Anwendungen*, abrufbar unter <https://www.bitkom.org/sites/default/files/file/import/Studie-Arbeit-30.pdf> [20.12.2024].
- Böntert, Stefan (2021). *Auf dem Weg in eine neue Normalität: Metamorphosen der Liturgie und ihrer Theologie im Zeitalter der Digitalisierung*. In: *Heiliger Dienst*, 75 (2), 90–98.
- Büsch, Andreas (2019). *Jesus war kein Chief Digital Evangelist! Digitalisierung als Chance und Herausforderung für die Pastoraltheologie*. In: *Zeitschrift für Pastoraltheologie*, 39 (1), 7–17.
- D21 (2022). *D21 Digital Index 2021/2022. Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft*, abrufbar unter https://initiated21.de/app/uploads/2022/02/d21-digital-index-2021_2022.pdf [20.12.2024].
- de Sombre, Steffen (2021). *Ergebnisse repräsentativer Befragungen unter Katholik:innen und Katholiken in Deutschland*. In: *Mediendienstleistung GmbH (MDG) (Hrsg): MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2020/31“*. Einstellungen, Zielgruppen, Botschaften und Kommunikationskanäle. Freiburg: Herder, 11–239.
- Destatis (2022). *Bevölkerung in Deutschland*, abrufbar unter <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/#!y=2017&v=2> [20.12.2024].
- Deutsche Bibelgesellschaft (2023). *Über Exegese für die Predigt*, abrufbar unter <https://www.die-bibel.de/ueber-efp> [20.12.2024].
- Deutsche Bischofskonferenz (DBK) & Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (2017). *Langfristige Projektion der Kirchenmitglieder und des Kirchensteueraufkommens in Deutschland*, abrufbar

- unter https://www.dbk.de/fileadmin/redaktion/diverse_downloads/dossiers_2019/Projektion-2060_FZG-Studie_Zahlen-katholische-Kirche.pdf [20.12.2024].
- Dikasterium für die Kommunikation (2023). Auf dem Weg zu einer vollkommenen Präsenz. Eine pastorale Reflexion über den Umgang mit sozialen Medien, abrufbar unter https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_de.html [20.12.2024].
- Domradio (2023): Katholische Kirche gibt ihre Unternehmensberatung MDG auf, abrufbar unter <https://www.domradio.de/artikel/katholische-kirche-gibt-ihre-unternehmensberatung-mdg-auf> [20.12.2024].
- Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers (EVLKA) (2023): Ankerplatz – ein Ort für Seelsorge und Beratung, abrufbar unter https://www.zentrum-seelsorge.de/fortsetzungen_nachrichten/archiv_2023_1/2023_06_12 [20.12.2024].
- Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (2018). Ziele des Digitalinnovationsfonds, abrufbar unter <https://www.ekd.de/unsere-ziele-digital-innovationsfonds-50623.htm> [20.12.2024].
- Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (2023a). Wie hältst du's mit der Kirche? Zur Bedeutung der Kirche in der Gesellschaft. Erste Ergebnisse der 6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung. Allgemeiner Überblicksband. Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt.
- Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (2023b). Tabellen Grundauszählung der KMU 6, abrufbar https://kmu.ekd.de/fileadmin/user_upload/kirchenmitgliedschaftsuntersuchung/PDF/Anhang_Tabellen_Grundausz%C3%A4hlungen_der_6_KMU.pdf [20.12.2024].
- Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (2024). Geförderte Projekte, abrufbar unter <https://www.ekd.de/projekte-des-digital-innovationsfonds-50690.htm> [20.12.2024].
- Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) (Hrsg.) (2021). Freiheit digital: Die Zehn Gebote in Zeiten des digitalen Wandels, abrufbar unter <https://www.ekd-digital.de/dokumente/denkschrift-freiheit-digital.pdf> [20.12.2024].
- Evangelische Landeskirche in Württemberg (2022). Die digitale Mustergemeinde: Ein Baukasten für digitale Gemeindegemeinschaft, abrufbar unter <https://www.elk-wue.de/leben/digitalisierung-in-der-landeskirche/die-digitale-mustergemeinde> [20.12.2024].
- Greifenstein, Philipp & Terbuyken, Hanno (2024): Vernetzt & zugewandt. Digitale Gemeinde gestalten. Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlagsgesellschaft.
- Hörsch, Daniel (2020). Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise. Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der Evangelischen Kirche in Deutschland. Midi, abrufbar unter <https://www.mi-di.de/materialien/digitale-verkuendigungsformate-waehrend-der-corona-krise> [20.12.2024].
- Hörsch, Daniel (2021). Gottesdienstliches Leben während der Pandemie. Verkündigungsformate und ausgewählte Handlungsfelder kirchlicher Praxis – Ergebnisse einer midi-Vergleichsstudie. Midi, abrufbar unter <https://www.mi-di.de/materialien/gottesdienstliches-leben-waehrend-der-pandemie> [20.12.2024].
- Hörsch, Daniel (2022). Digitale Communities. Eine Pilotstudie zur Followerschaft von christlichen Influencer:innen auf Instagram. Midi, abrufbar unter <https://www.mi-di.de/materialien/digitale-communities> [20.12.2024].

- IDG-Studie (2021). Maschinelles Lernen. Erfolgsfaktor auch in Krisenzeiten, abrufbar unter https://www.lufthansa-industry-solutions.com/de-de/studien/idg-studie-machine-learning-2021?gad_source=1&gclid=EAlalQobChMIpozHgOvFggMVieX3Ch3cSAgOEAAAYAAEgIhSvD_BwE [20.12.2024].
- Kasiske, Michael (2018). Kirche und Digitalisierung. Newsdesk als Reaktion kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit auf die Digitalisierung. In: *Communicatio Socialis*, 51 (1), 71–79.
- Kirchenamt der EKD (Hg.) (2015): *Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft*. Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode in Dresden. Frankfurt: Unternehmensgruppe Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik (GEP).
- Koch, Wolfgang (2022). Reichweiten von Social-Media-Plattformen und Messengern. Ergebnisse der ARD/ZDFOnlinestudie 2022. In: *Media Perspektiven*, 10, 471–478
- Mediendienstleistung GmbH (MDG) (Hg.): MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2020/31“. Einstellungen, Zielgruppen, Botschaften und Kommunikationskanäle.
- Mertens, Peter, Barbian, Dina & Baier, Stephan (2017). *Digitalisierung und Industrie 4.0 – eine Relativierung*. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Meulemann, Heiner (2000). Quantitative Methoden: Von der standardisierten Befragung zur kausalen Erklärung. In: *Soziologische Revue, Sonderheft 5*, 217–230.
- Möhring, Wiebke & Schlütz, Daniela (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Müller, Sabrina (2022). Öffentliche Kommunikation christlicher Sinnfluencer:innen. Medienethische und kirchentheoretische Beobachtungen und Reflexionen. In: *Pastoraltheologie: Monatsschrift für Wissenschaft und Praxis in Kirche und Gesellschaft*, 6 (111), 203–218.
- Neumaier, Anna (2021). Weniger offline, aber auch noch nicht online? Mediendienstleistung GmbH (MDG) (Hg.), MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2020/31“. Einstellungen, Zielgruppen, Botschaften und Kommunikationskanäle. Freiburg: Herder, 385–389.
- Pirker, Viera (2021). Grenzflächen der Pastoral. In: Mediendienstleistung GmbH (MDG) (Hg.), MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2020/31“. Einstellungen, Zielgruppen, Botschaften und Kommunikationskanäle. Freiburg: Herder, 390–395.
- Pirner, Manfred. L. (2022). Digitale Religion? Die Digitalisierung der Lebenswelt als theologische und religionspädagogische Herausforderung. In: Kristin Merle & Ilona Nord (Hg.), *Mediatisierung religiöser Kultur. Praktisch-theologische Standortbestimmungen im interdisziplinären Kontext*. Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt, 341–364.
- Plettcher, Stephan (2022). Die befreiende christliche Botschaft im Zeitalter der Digitalisierung. *Communio*, 51 (3), 252–263.
- Preul, Reiner & Schmidt-Rost, Reinhard (2000). *Kirche und Medien*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Rademacher, Lars (2021). Not all is lost that's lost. In: Mediendienstleistung GmbH (MDG) (Hg.): MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2020/31“. Einstellungen, Zielgruppen, Botschaften und Kommunikationskanäle. Freiburg: Herder, 396–399.

- Reimann, Ralf Peter & Sievert, Holger (2020). „Hybride“ Zukunft auch für Gottesdienste?. In: epd-Dokumentation, 46.
- Reimann, Ralf Peter & Sievert, Holger (2021a). Nachhaltige Digitalisierung. In: epd-Dokumentation, 39, 42–65.
- Reimann, Ralf Peter & Sievert, Holger (2021b). Interaktion unerwünscht? Online-Gottesdienste während der Corona-Pandemie. In: Cursor – Zeitschrift für explorative Theologie, abrufbar unter <https://cursor.pubpub.org/pub/iznaii5l/release/2> [20.12.2024].
- Reinecke, Jost (2022). Grundlagen der standardisierten Befragung. In: Nina Baur, Jörg Blasius (Hg.) Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS, 601–617.
- Saner, Philippe (2022). Datenwissenschaften und Gesellschaft. Die Genese eines transversalen Wissensfeldes. Bielefeld: transcript.
- Schaffar, Andrea (2019). Dynamiken im digitalen Wandel. Herausforderungen bezüglich Medien, sozialer Prozesse und Demokratie. In: Gruppe – Interaktion – Organisation 50, 309–318.
- Schild, Diana (2010). Die evangelische Kirche und Medien in Deutschland seit 1945. Norderstedt: GRIN Verlag.
- Schlag, Thomas, Nord, Ilona (2023). Die Corona-Pandemie und Dynamiken digitaler Innovation und Transformation. Praktisch-theologische Einordnungen und Ausblicke. In: Thomas Schlag, Ilona Nord, Wolfgang Beck, Arnd Bünker, Georg Lämmelin, Sabrina Müller, Johann Pock, Martin Rothgangel (Hg.), Churches Online in Times of Corona. Die CONTOC-Studie – Empirische Einsichten, Interpretationen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS, 521–533.
- Schlag, Thomas, Nord, Ilona, Beck, Wolfgang, Bünker, Arnd, Lämmelin, Georg, Müller, Sabrina, Pock, Johann, Rothgangel, Martin (Hg.) (2023a), Kirche Online in Zeiten von Corona. Die CONTOC-Studie – Empirische Einsichten, Interpretationen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS.
- Schlag, Thomas, Nord, Ilona, Lämmelin, Georg & Yadav, Katharina (2023b). Digitalisierung in der Kirche. Aktivitäten, Potenziale, Chancen - und was jetzt fehlt. In: Deutsches Pfarrerinnen- und Pfarrerblatt, 4, 203–207.
- Scholl, Armin (2014). Die Befragung. Konstanz: UTB.
- Sievert, Holger (2023). Neuentdeckung des digitalen (Kirchen-)Raums? Beobachtungen und aktuelle Befunde aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. Beitrag für Theologische Beiträge. In: Theologische Beiträge, 54. 352–367
- Sievert, Holger (2024a). Caritas und Diakonie müssen digitaler werden. In: neue caritas 15/2024, 26–28.
- Sievert, Holger (2024b): Digitaler als gedacht, aber noch viel zu tun. Ergebnisübersicht der 1. VRK/Macromedia-Studie „Digitalisierung im Raum der Kirchen“ (DiRK). In: epd-Dokumentation 22.
- Sievert, Holger (2024c). Verpasste Chancen? Empirische Befunde zu künstlicher Intelligenz und Digitalisierung im Raum der Kirchen nach Corona. In: zur debatte 2/2004, 68–71.

- Sievert, Holger (2025a). Wie digital sind evangelische Pfarrerpersonen? Ausgewählte Ergebnisse der Studie „Digitalisierung im Raum der Kirchen“ (DIRK). [Arbeitstitel]. In: Deutsches Pfarrerinnen- und Pfarrerblatt [Beitrag in Vorbereitung].
- Sievert, Holger (2025b): Multiperspektivität lohnt sich. Ergänzende Kontextualisierung ausgewählter CONTOC2-Ergebnisse mit Erkenntnissen aktueller Forschung zur Digitalisierung von Kirchenmitgliedern. In: Thomas Schlag, Sabrina Müller, Ilona Nord & Georg Lämmlin (Hg.), Die CONTOC 2-Studie. Empirische Einsichten, Interpretationen und Perspektiven [Arbeitstitel; Sammelband im finalen Redaktionsprozess]. Wiebaden: Springer VS.
- Sievert, Holger & Zeilinger, Thomas (2024): Gemeindeentwicklung und Digitalisierung. Konzeptionelle Überlegungen & Ergebnisse qualitativer Interviews. *Pastoraltheologie – Monatschrift für Wissenschaft und Praxis in Kirche und Gesellschaft*, 113(9), 412-434.
- Sievert, Holger, Meißner, Florian & Wilke, Alexander (2022). Digitalisierungsschub durch Corona? Neue Ergebnisse einer Langzeitstudie zum internen Einsatz sozialer Medien in deutschen Unternehmen 2013 bis 2022. *PR-Magazin*, 9, E1–E8.
- Stalder, Felix (2016): *Kultur der Digitalität*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Tighe, Paul (2020). Katholische Soziallehre im digitalen Zeitalter. In: Esther Berg-Chan & Markus Luber (Hg.) *Christentum medial. Religiöse Kommunikation in digitaler Kultur*, 37-49 (= *Weltkirche und Mission* 11).
- Vereinigte Evangelisch-Lutherische Kirche Deutschland (VELKD), Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern (ELKB) & Evangelisch-Lutherische Kirche in Norddeutschland (Nordkirche) (2024): *Kirchenjahr*, abrufbar unter <https://kirchenjahr-evangelisch.de/kirchenjahr/> [20.12.2024].
- Westphalen, Friedrich (2019). Die katholische Soziallehre vor neuen Herausforderungen: Globalisierung, unbewältigte Finanzkrise und Digitalisierung. In: Annette Schavan & Gregor Thüsing (Hg.), *Kirchlicher Dienst in säkularer Gesellschaft*, Festschrift für Norbert Feldhoff zum 80. Geburtstag. Freiburg: Lambertus, 587–606.
- Winiger, Fabian (2024). Verschläft die klinische Seelsorge die Digitalisierung des Gesundheitswesens? Eine kritische Betrachtung aktueller Entwicklungen in Europa und den USA. *Zeitschrift für Pastoraltheologie*, 44 (1), abrufbar unter <https://www.uni-muenster.de/Ejournals/index.php/zpth/article/view/5759/5864> [20.12.2024].

Prof. Dr. Holger Sievert
Hochschule Macromedia
Brüderstr. 17
50667 Köln
+49 (0) 221 31082-0
h.sievert(at)macromedia(dot)de
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0393-5851>