

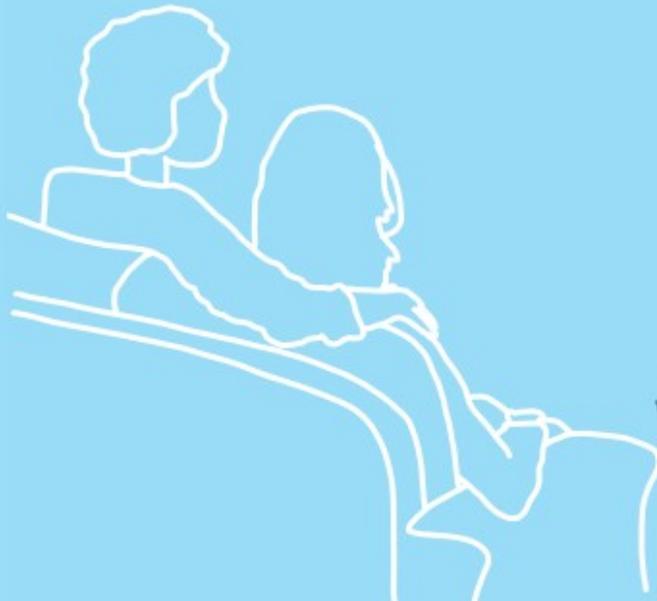
Studie „Rezipiententypologie evangelischer Online- Gottesdienstbesucher*innen während und nach der Corona-Krise“

Ralf Peter Reimann
@ralpe

Weiterbildung zu Verkündigung online:
Streaming Spirit – Weihnachten 2020
6. Oktober 2020

Studie zu Online- Gottesdiensten

Ausgewählte
erste
Ergebnisse



Befragungsstudie
„Rezipiententypologie evangelischer
Online-Gottesdienstbesucher*innen
während und nach der Corona-Krise“

Studienkontext

- **midid Ad-hoc-Studie:** Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise
Befragung der Gemeinden auf ihre Angebote hin
(<https://www.ekd.de/midi-studie-ergebnisse-kirche-digital-corona-56563.htm>)
- **Contoc-Studie** (Churches Online in Times of Corona) – Internationales, ökumenisches Forschungsprojekt zur digitalen Präsenz der Kirchen unter den Bedingungen von Versammlungsbeschränkung und Abstandsgebot während der COVID-19-Pandemie.
Der Forschungsansatz: Befragung der Akteurinnen und Akteure pastoraler Praxis
(<https://www.contoc.org/de/contoc/>)

Rezipient*innen-Orientierung

- Erleben digitaler Gottesdienste ist sehr unterschiedlich
- Auch bei digitalen Gottesdiensten müssen wir über Zielgruppen reden
- Unsere eigenen Vorstellungen von Digitalität sollten uns nicht den Blick verstellen, wie eine spezifische Zielgruppe Digitalität wahrnimmt

Rezipient*innen-Orientierung

- Clusterbildung
- Client Centricity
- „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“

82,8% wünschen sich **weiterhin**
regelmäßige Online-Gottesdienste



Teilnahme an Online-Gottesdiensten

Teilnahme bis **24,2%**
erneutem Start der PG

Teilnahme auch nach **65,4%**
erneutem Start der PG

Noch nie teilgenommen aber **4,7%**
Interesse an Online-Gottesdiensten

Kein Interesse **5,7%**
an Online-Gottesdiensten

Präsenzgottesdienste=PG

Umfrageteilnehmende

ca. **5000**

Befragte aus 5 EKD-Gliedkirchen,
insbesondere Online-Gottesdienstbesuchende

66,6%

der Teilnehmenden
sind **verheiratet**

städtische
Region

50,5%

46,9%

ländliche
Region

2,6%

kann ich nicht sagen

Wohnsituation

42,8% Paar

33,4% Familie mit Kindern

19,6% alleine

4,1% WG

0,2% Seniorenheim o.ä.

Die **Musik** sollte eine
Kombi aus **modernen** und
klassischen Liedern sein,
wünschen sich **73,9%**



**Atmosphäre
und Länge**

überwiegend
erlebte Atmosphäre
**freundlich,
ermutigend,
einladend**



Die Gottesdienstlänge
sollte unter 30 Minuten sein,
maximal 45 Minuten



61,5% wünschen sich als **Drehort**
den **sakralen Kirchraum**,

die **wenigsten** sind **zufrieden** mit
einer **Studioecke außerhalb des Kirchraums**

Der passende Raum und Beteiligungsmöglichkeiten

interaktive Beteiligung
sollte erfolgen über...

- ... soziale Netzwerke (36,6%)
- ... ein Videokonferenz-System (25,0%)
- ... den YouTube-Chat (23,5%)



38,5%
möchten **interaktiv am**
Gottesdienst **beteiligt** werden

48,6%
sind mit einer **reinen**
Übertragung zufrieden

Nutzer*innen wahrnehmen

- Beispiel: Pfarrer beklagt sich im Stream, dass er alleine Gottesdienst feiern müsse und sieht nicht, wie sich im Chat die User begrüßen.
- Bei hybriden Gottesdiensten die online teilnehmenden Gottesdienstbesucher*innen nicht vergessen (Begrüßung, Beteiligung von Fürbitten, etc.).

Zielgruppen und Ressourcen

- Wen wollen wir zu Weihnachten erreichen?
- Mit digitalen Angeboten verschieben sich Zielgruppen
- Wertigkeit einer Teilnahme am digitalen Gottesdienst
- Wer steht bei hybriden Formaten im Vordergrund? Oder doch besser Präsenz- und rein Digital-Angebote

Danke!