Evangelische Kirche
im Rheinland

Live und interaktiv: Tools und Plattformen für digitale Communities und Gottesdienste

Ralf Peter Reimann
@ralpe / reimann@ekir.de

EKHN Digiday 2020
14. November 2020

Evangelischer Pressedienst
epd

Dokumentation

Frankfurt am Main ▪ 10. November 2020 www.epd.de **Nr. 46**

■ »Hybride« Zukunft auch für Gottesdienste?

Ausgewählte Ergebnisse der Befragungsstudie »Rezipienten-Typologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher*innen während und nach der Corona-Krise (ReTeOG)«

Von Ralf Peter Reimann (Evangelische Kirche im Rheinland) und Holger Sievert (Hochschule Macromedia)

Studienkontext

- **midi 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/)

ReTeOG: Rezipient*innen-Orientierung

»Der Schrei sehr vieler Gemeindeglieder unsere Gottesdienste weiter im Stream anzubieten, ist ein Schrei quer durch alle Altersgruppen.« So sagten junge Familie, sie könnten »über Familiengottesdienst hinaus mal Predigt für uns mitnehmen, während die Kinder um uns herum spielten.« Ehemalige Konfirmandeneltern hätten geäußert: »Wir frühstücken jetzt sonntags als Familie mit Gottesdienst und alle sind zufrieden.« Und Senioren werden zitiert, dies sei eine gute Alternative, denn sie fühlten sich manchmal zu schwach zum Kirchgang.

Aus Erfahrungsbericht der Gemeindepfarrerin Maike Neumann aus Kaarst

ReTeOG: 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

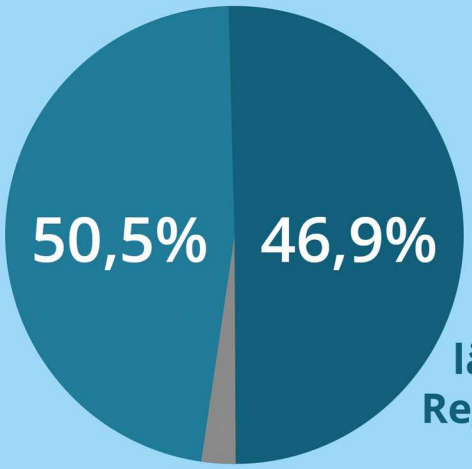
Umfrageteilnehmende

ca. 5000

Befragte aus 5 EKD-Gliedkirchen,
insbesondere Online-Gottesdienstbesuchende

66,6%

der Teilnehmenden
sind **verheiratet**



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.

Kurzzusammenfassung
ReTeOG

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

Teilnahme an Online-Gottesdiensten

Teilnahme bis erneutem Start der PG	24,2%
Teilnahme auch nach erneutem Start der PG	65,4%
Noch nie teilgenommen aber Interesse an Online-Gottesdiensten	4,7%
Kein Interesse an Online-Gottesdiensten	5,7%

Kurzzusammenfassung ReTeOG

Präsenzgottesdienste=PG

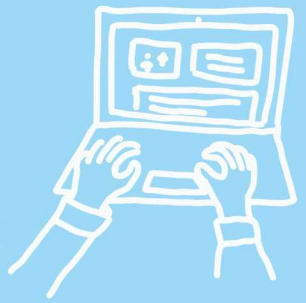
61,5% wünschen sich als **Drehort** den **sakralen Kirchraum**,

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**

Kurzzusammenfassung ReTeOG

Kurzzusammenfassung
ReTeOG

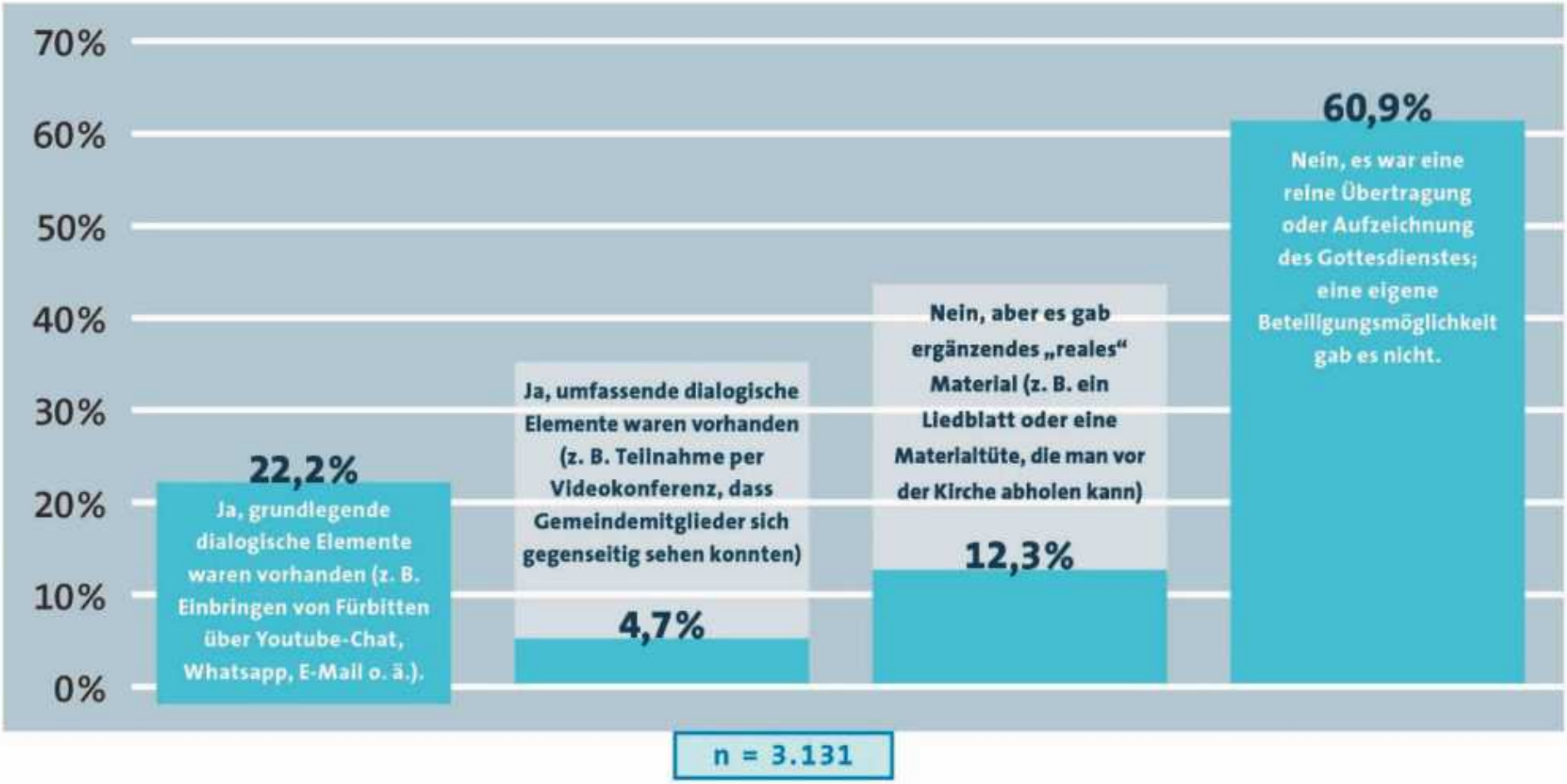
Die **Musik** sollte eine **Kombi** aus **modernen** und **klassischen Liedern** sein, wünschen sich **73,9%**

überwiegend erlebte Atmosphäre
freundlich, ermutigend, einladend

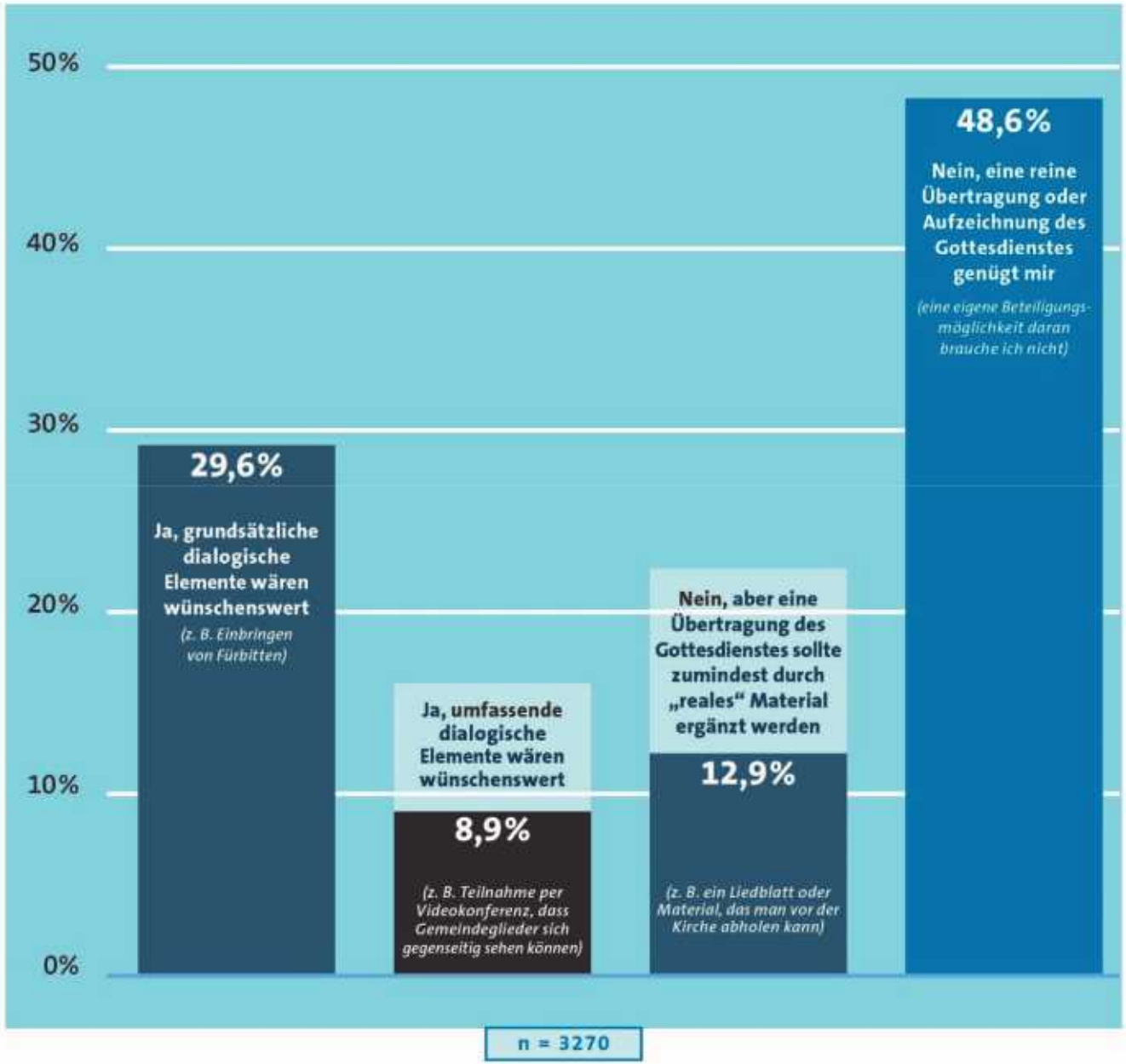
Atmosphäre und Länge

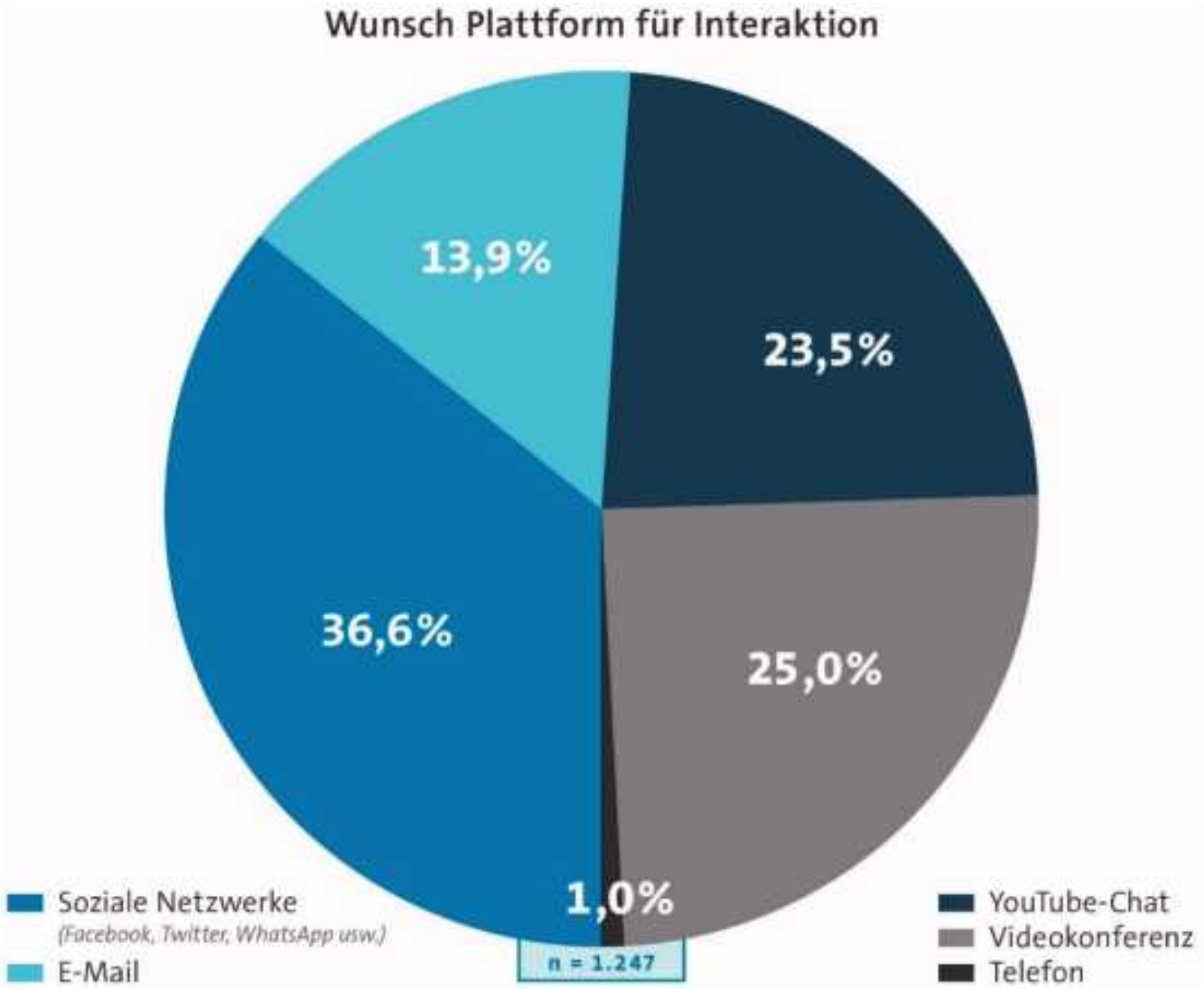
Die Gottesdienstlänge
sollte **unter 30 Minuten** sein,
maximal 45 Minuten

Erlebte Interaktionselemente in Online-Gottesdiensten



Wunsch Interaktion




Wunsch Plattform für Interaktion
13,9%
23,5%
36,6%
25,0%
1,0%
n = 1.247
Soziale Netzwerke
(Facebook, Twitter, WhatsApp usw.)
E-Mail
YouTube-Chat
Videokonferenz
Telefon

Gerätenutzung für den Online-Gottesdienst nach Alter

Verwendetes Endgerät	Verwendung in Prozent je Altersgruppe							gesamt
	bis 20	bis 30	bis 40	bis 50	bis 60	bis 70	über 70	
Sonstige Geräte	0,9	0,3	1,3	0,9	0,9	0,2	0,6	0,7
Computer	33,0	47,6	40,2	40,2	43,3	51,0	52,4	44,9
Online im Fernsehen	23,9	16,6	20,3	16,8	15,0	12,7	18,3	16,2
Smartphone	26,6	22,9	22,2	21,0	19,0	15,8	9,6	18,6
Tablet	15,6	12,5	16,1	21,1	21,8	20,2	19,1	19,6
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

n = 4.377	Cramer V= 0,076	Signifikanz <= 0,0

Bei Interaktion Endgeräte beachten

Danke!

Credits: Grafiken EMA