

Das Bild hat das Wort

Impulse für Online-Gottesdienste aus der Fernseharbeit¹

Selten hat ein Verbot so viel Kreativität ausgelöst wie die Kontaktsperre im Frühjahr 2020. Ostern ohne Gottesdienst – das war für die Kirchen undenkbar. Und so entwickelten zahlreiche Gemeinden während der Corona-Pandemie kleine oder größere digitale Verkündigungsformate. Die Resonanz war geteilt. Kirchlich Hochverbundene freuten sich, ihre vertrauten Pfarrerinnen und Pfarrer in ihren Heimatkirchen zu sehen. Zugleich gab es bisweilen auch verhaltene bis scharfe Kritik an der Qualität der Beiträge.

Seit Himmelfahrt, als analoge Gottesdienste wieder möglich wurden, trat auch unter den Befürwortern der digitalen Formate eine gewisse Ernüchterung ein. Inzwischen wurde deutlich, wie zeitaufwändig und komplex die Vorbereitung und Durchführung von Online-Gottesdiensten ist. Viele Beiträge verloren an Reichweite. Auch die Unbekümmertheit, das eigene Werk selbstbewusst bei YouTube einzustellen, ließ nach, denn ein einfacher Mausklick offenbarte Fähigkeiten, Zuschauerzahlen und die Anzahl der Likes.

Dieser Artikel zeigt *Grundlinien*² auf, warum und wie Gemeinden dennoch das besondere Potenzial von Online-Gottesdiensten nutzen sollten. Sie basieren auf Erkenntnissen aus Analysen von Verlaufskurven evangelischer Fernsehgottesdienste, fernseh-dramaturgischen Untersuchungen und der Auswertung von mehreren hundert telefonischen Zuschauerreaktionen nach jeder Gottesdienstübertragung.

Die Struktur dieses Artikels folgt in leicht geänderter Reihenfolge dem „Kano-Modell“³. Hinweise zum Wesen dieses Formates werden hier vorangestellt („Was wesentlich ist“), damit sich die Grundvoraussetzungen für Online-Gottesdienste besser erschließen („Was stimmen muss“). Am Schluss stehen Gestaltungsideen und weitere Anregungen („Was begeistern kann“).

¹ Die Verfasserin war zwischen 2009 und 2019 Senderbeauftragte für evangelische Fernsehgottesdienste im ZDF. Besonders in dieser Zeit wurde in der evangelischen Rundfunkarbeit der EKD gemeinsam mit Filmschaffenden des ZDF intensiv am Format dieser Gottesdienste gearbeitet. Die Formatentwicklung, die ständig fortgesetzt wird, hat zu einem steten Wachstum der Reichweite beigetragen.

² Auf Checklisten wird hier angesichts der Komplexität des Themas und auch aus Respekt vor der Professionalität von Filmschaffenden verzichtet.

³ Vgl. F. Fendler (Hg.), *Qualität im Gottesdienst*, Gütersloh 2015, 11-16.

Setting

Online-Gottesdienste sind „Zwitter“. Überspitzt gesagt sind sie Filme in der Kategorie „Gottesdienst“. Sie überzeugen, wenn sie als *eigenes Format* anerkannt und *nach Regeln des Films gestaltet* werden. Diese Notwendigkeit ergibt sich bereits aus dem Setting der Rezipienten: Während die Gottesdienstbesucher in der Kirche Teil des Geschehens sind, sich im Raum selbst orientieren und entscheiden, wo sie hinsehen, muss ihnen am anderen Ort Raum und Thema optisch erschlossen werden. Menschen am Bildschirm sind daher auf eine gute Auswahl der Bilder angewiesen. Umgekehrt gestalten sie ihre Teilnahme wie ihr persönliches Umfeld individuell. Da stellt eine zum Beispiel Kerzen neben den Bildschirm, während ein anderer sich das Bügelbrett aufbaut. Störungen können ihre Aufmerksamkeit schnell unter- oder abbrechen. Darum ist es unverzichtbar, für Online-Gottesdienste eine eigene Dramaturgie zu entwickeln und gleich in der ersten Minute Spannung aufzubauen. Wer diese Vorarbeit überspringt, stellt später enttäuscht fest, wie sehr der Bildschirm den Raumeindruck verflacht und das Zeitempfinden verändert.

Ziel

Zuerst muss wie in anderen Gottesdiensten auch zunächst das *Ziel* geklärt werden. Will ich die Zuschauer für meine Botschaft in einen Kirchoraum locken, oder begeben mich in umgekehrter Richtung virtuell zu ihnen an den Tisch? Welches Kirchen- oder Gemeindebild vertritt ich und was soll davon sichtbar werden? Auf Seiten der Absender reicht das Spektrum von der Hausgemeinde über die Parochie bis zum Freundeskreis einer Citykirche. Die meisten Betrachter differenzieren nicht so genau. In ihren Augen stehen Online-Gottesdienste stellvertretend für die evangelische Kirche insgesamt. Diese Wahrnehmung sollte bei der Wahl des Sendeortes mit bedacht werden.

Zielgruppen

Zugleich muss die *Zielgruppe* ins Auge gefasst werden. An wen genau richtet sich das Angebot? Mit welchen Erwartungen, Vorlieben und Sehgewohnheiten ist zu rechnen? Welche aktuellen Themen beschäftigen sie? Was ist für sie relevant? Was wird sie überraschen? All dies hat Einfluss auf die inhaltliche und ästhetische Gestaltung, damit sich die Menschen am Bildschirm nicht bloß als „Zaungäste“ eines Geschehens an einem anderen Ort fühlen, sondern den Gottesdienst möglichst intensiv mitfeiern können. Gemeinden, denen im Vorfeld vermittelt wird, dass sie durch diese Form der Übertragung den Gottesdienst ins Wohnzimmer, ans Krankenbett oder sogar in die Gefängniszelle bringen können, lassen sich meist gern und neugierig auf solch eine aufwändigere Gestaltung ein.

Über die gewählte Zielgruppe hinaus werden wahrscheinlich auch „Internet-Passanten“ den Online-Gottesdienst entdecken oder darauf aufmerksam gemacht werden. Darum sollte das, was auf dem Bildschirm zu sehen ist, auch „religiös-unmusikalischen“ Zuschauern verständlich und nachvollziehbar sein, ohne Befremden auszulösen. Es lohnt sich, dafür aus beiden Gruppen bereits vor der Aufzeichnung des Gottesdienstes Feedbacks einzuholen. Nach der Ausstrahlung gibt das Teilnahmeverhalten der Zuschauer Aufschluss über mögliche Schwerpunkte in weiteren Online-Gottesdiensten.

Thema, Schwerpunkte

Im Zentrum steht ein für die Zuschauergemeinde *relevantes Thema*, das ab der ersten Sekunde in einem ständigen Gedankenfortschritt entlang eines roten Fadens stringent weiter entwickelt wird. Dabei ordnet sich die Liturgie dem Thema unter und vermittelt den Gedankengang mit jeder Textzeile, jedem Liedvers und jedem weiteren Gestaltungselement. Im Bild gesprochen geht es hier also um Linien, nicht wie im agendarischen Gottesdienst um die Eröffnung von Klangräumen.

Nachdem das Thema, seine Zielbotschaft und der *rote Faden* durch den Gottesdienst geklärt sind, werden die *Schwerpunkte* festgelegt. Diese verleihen einem Gedanken besonderes Gewicht, etwa durch emotional vertiefende Musik und Einblendungen von Zuspielbildern und -videos. Auch hier ist es notwendig, aber manchmal konflikträchtig, empfänger- und nicht absenderorientiert vorzugehen, damit sich Schwerpunkte nicht zufällig oder aufgrund bestimmter Vorlieben der Akteure ergeben. („Der Wurm muss nicht dem Angler schmecken.“)

Was stimmen muss

Mit Mandat handeln

Anstatt auf eigene Faust zu drehen, sollten sich Teams zunächst mit ihren Leitungsgremien abstimmen und klären, in wessen Auftrag sie handeln und wie ihr Auftrag genau aussieht. Erwartungen können sehr verschieden ausfallen und sollten geklärt werden bevor ein Projekt an den Start geht. Dies ist besonders bei strittigen Themen wie dem Online-Abendmahl geboten. Wo Erwartungen diffus im Raum stehen, hilft es, sich gemeinsam verschiedene Beispiele anzusehen und sich über Zustimmung oder Abgrenzung dem eigenen Anliegen zu nähern.

Technische Mindeststandards einhalten

Die Qualität von Online-Gottesdiensten wird kontrovers diskutiert. Toleranzgrenzen hängen davon ab, für wen das Angebot gedacht ist. Richtet es sich an eine kleine Gruppe von Hochverbundenen, die vermutlich mit großem Wohlwollen über filmische Schwächen hinwegsieht – deren Sehgewohnheit jedoch ebenfalls vom Fernsehen geprägt ist? Oder sollen unter Umständen kritischere Zielgruppen erreicht werden? Um Liturgie und Predigt nicht durch die filmische Umsetzung zu schwächen, müssen Mindeststandards eingehalten werden. Dazu gehört das bildschirmfüllende Bild im Querformat. Wo das Tageslicht nicht reicht, müssen Gesichter ausgeleuchtet werden. Auch ein guter Ton ohne Hall ist unverzichtbar. Nähere Informationen dazu sind bereits ausführlich an anderer Stelle ausführlich dargelegt.⁴

Spannung aufbauen

Nachdem Mandat und Thema, Zielgruppe, roter Faden, inhaltliche Schwerpunkte, Gestaltungsmöglichkeiten, technische Ausrüstung, Urheberrechtsfragen und Persönlichkeitsrechte von Mitwirkenden geklärt sind, kann ein Drehbuch entworfen werden. Drehbücher sind mehrspaltig aufgebaut. Sie enthalten zur Orientierung der Beteiligten hinter der Kamera den wortgetreuen Text sowie Zeitangaben und Regieanweisungen.

⁴ Vgl. www.kirchejetzt.de bzw. www.ekd.de/hybride-gottesdienste-55511.htm.

Zu Beginn gilt es, Neugier zu wecken, zum Beispiel mit einer Frage- oder Problemstellung, die im Laufe des Gottesdienstes in jedem liturgischen Element weiterbedacht und gegen Ende des Gottesdienstes (auf)gelöst wird. Die Auflösung sollte frühestens am Schluss der Predigt erfolgen, damit es nicht vorzeitig zu einem Spannungsabfall kommt. Im analogen Gottesdienst wäre das zu verschmerzen, da bleiben die Besucher höflich sitzen und beteiligten sich bald wieder. Am Bildschirm spulen viele jedoch vor oder steigen diskret per Mausklick aus.

In den evangelischen ZDF-Gottesdiensten fallen Glockengeläut und Außentotalen der Kirchen zum *Einstieg* daher immer sehr kurz aus, sie dauern etwa 15 Sekunden. Bald danach begrüßen die Pfarrerrinnen und Pfarrer ihre Gemeinde am Bildschirm und eröffnen das Thema. „Reiseführerbegrüßungen“, in denen zuerst der Ort vorgestellt wird, konnten dabei weniger überzeugen als Ansprachen, in denen sofort das Thema eingeführt wurde. Offenbar wollen Zuschauerinnen und Zuschauer zuerst wissen, ob ein Thema für sie relevant ist, bevor sie Informationen über den Ort erhalten, an den sie gebeten werden. Gänzlich verzichtbar sind Ausführungen darüber, was eigentlich geplant war, nun aber entfallen ist. Ein Großteil der Zuschauer hätte es ohnehin nicht gewusst und daher auch nicht vermisst. Auch Gags, die nichts mit dem Thema zu tun haben, sondern nur kurzfristig Aufmerksamkeit erzielen, sind nicht hilfreich, denn sie lenken ab und hinterlassen schnell das schale Gefühl, gelockt oder gar getäuscht zu werden.

Für bildschirmgerechte Längen sorgen

Die Möglichkeiten für das Zusammenspiel von themengerechten Bild- oder kurzen Filmeinblendungen, Personen, Raum und Musik sind von Ort zu Ort sehr verschieden. So eignet sich ein vierminütiges „Ubi Caritas“ während einer katholischen Eucharistiefeier, bei der verschiedene sakrale Gegenstände und Handlungen der Liturgen gezeigt werden, sehr gut dazu, die Musikerinnen und Musiker sowie Details aus dem Bildprogramm der Kirche vorzustellen, während dasselbe Werk als reines Vortragsstück in einer schlichten Kirche am Bildschirm Langeweile erzeugt – selbst wenn es musikalisch ein Hochgenuss ist. Es kann daher keine überall gültigen Faustregeln für die Längen der einzelnen liturgischen Elemente geben. Aber es gibt Obergrenzen: Eine Begrüßung sollte eineinhalb Minuten nicht überschreiten, eine auch visuell interessant gestaltete Predigt maximal zwölf Minuten dauern, Gemeindelieder ohne Unterbrechung nicht länger als zweieinhalb Minuten ausfallen.

Musik abwechslungsreich gestalten

Selbst in ZDF-Gottesdiensten, die über eine ausgefeilte und umfangreiche Technik verfügen, wird zur Enttäuschung vieler Musiker darum auf solistische Instrumentalstücke, besonders von der Orgel, verzichtet. Dies ist kein Urteil über die Musikqualität, sondern liegt allein im Medium begründet. Eine ruhige Annäherung, wie sie in analogen Gottesdiensten etwa durch ein mehrminütiges Orgelspiel zu Beginn des Gottesdienstes erfolgt, führt am Bildschirm, wie die Analyse vieler Verlaufskurven gezeigt hat, zu immensem Verlust an Zuschauerzahlen. Als musikalische Beiträge bieten sich daher besser Miniaturen, kurze Vorspiele und Improvisationen sowie musikalische Interpretationen von Texten und Bildern an.

Musikalische Literatur eignet sich für Online-Gottesdienste daher besser, wenn sie auf unterschiedlichen Instrumenten gespielt wird, die abwechselnd eingeblendet werden. Diese sollten – soweit es das Zusammenspiel erlaubt – möglichst nebeneinander, nicht hintereinander stehen, dann kann die Kamera sie besser zeigen. Zur Frage von Urheberrechten von Musikstücken und weiterführende Links finden sich ausführliche Informationen unter: bit.ly/37n1dK5.

Auch wenn der größere Teil der Gemeinde sich in Online-Gottesdiensten an einem anderen Ort befindet, sind *Beteiligungsmöglichkeiten* unverzichtbar. Darum sollten die Gemeindelieder während des Gottesdienstes eingeblendet bzw. auf der Gemeinde-Homepage oder per Newsletter vorab bekannt gegeben werden.

Rollen klären

Während in agendarischen Gottesdiensten die Rollen der Mitwirkenden oft durch ihre Funktionen in der Kirchengemeinde vorgegeben sind, sollten sie in Online-Gottesdiensten möglichst vom Thema und der gewünschten Zielgruppe her bedacht werden. So lohnt es sich, in der Gemeinde nach Menschen zu suchen, denen ein Text auf den Leib geschrieben ist. So klingt das „Was ist der Mensch, dass Du seiner gedenkst und des Menschen Kind, dass Du Dich seiner annimmst?“ aus Psalm 8 aus dem Munde eines sechsjährigen Lockenkopfes mit glockenheller Kinderstimme anrührender als von einem fünfzigjährigem Lektor, der diesen Vers im blauen Anzug mit sonorer Stimme routiniert vorträgt, ihn aber nicht sichtbar „verkörpert“.

Eine kleine Prise Narzissmus und Extrovertiertheit ist für Auftritte vor der Kamera durchaus willkommen. Menschen mit dieser Persönlichkeitsstruktur sind meist unbefangener als introvertierte Personen. Aber sie brauchen wie alle Beteiligten auch Demut, um die gemeinsame Aufgabe über Eigeninteressen zu stellen. Zudem sollte die Chemie unter den Agierenden stimmen. Das gebietet die gottesdienstliche Feier. Zudem verrät die Körpersprache von Mitwirkenden vor der Kamera manchmal mehr als ihnen lieb ist.

Die Geschlechter und Generationen sollten möglichst vielfältig beteiligt werden, das erhöht die Identifikation. Auch „Lebensexperten“ bereichern solche Gottesdienste, denn sie können mit ihrer Sicht der Dinge ein Thema vertiefen.⁵ Gewiss, in Zeiten von Hygiene- und Abstandsregeln ist dies besonders in kleinen Kirchen schwer umzusetzen. Dennoch empfiehlt es sich, auch in Andachten mit wenig Mitwirkenden die Rollen bewusst und dem Thema gemäß zu besetzen, anstatt einer den Zuschauern unbekanntem institutionellen „Logik“ zu folgen.

Dieser Rat gilt auch für Theologinnen und Theologen. Kurz vor Ostern waren in den Online-Gottesdiensten meist Pfarrerinnen und Pfarrer zu sehen. Das war oft sachlich notwendig, hinterließ allerdings vielfach den Eindruck einer „Pastorenkirche“. So sei hier die Frage erlaubt, ob Pfarrerinnen und Pfarrer vor der Kamera immer im Talar auftreten müssen.

Über die im Gottesdienst üblichen Rollen hinaus hat sich darüber hinaus auch die aus dem Film stammende Funktion eines „Gastgebers“ bewährt, der oder die die mitfeiernde Gemeinde zu Beginn empfängt, andere Mitwirkende vorstellt und mit kurzen sachlichen Überleitungen entlang des thematischen roten Fadens die einzelnen Elemente auch für liturgisch Unkundige nachvollziehbar verbindet. Die Überzeugung, dass Gott der wahre Gastgeber eines jeden Gottesdienstes ist, bleibt davon unberührt.

Bilder gestalten

Das Bild hat die stärkste Botschaft. 80 Prozent aller Informationen nehmen Menschen über die Augen wahr. Loriots missglückter Heiratsantrag mit einer Nudel im Gesicht ist dafür ein eindrückliches Beispiel. Bilder besitzen daher in Online-Gottesdiensten ein großes Potenzial. Sie können Texte wie

⁵ THOMAS HIRSCH-HÜFFEL, Gottesdienst mit Lebens-ExpertInnen, vgl. <https://bit.ly/3fIPKxf>.

Musik emotional verstärken. Aber sie können beides auch durchkreuzen. Wenn etwa eine Lektorin zu früh an ihrem Platz steht und minutenlang in die Kamera lächelt, während neben ihr ein Pfarrer von Jesu qualvollem Sterben am Kreuz spricht, entsteht die klassische *Text-Bild-Schere*, bei der sich das Bild auf Kosten des Textes durchsetzt. Darum muss vorab bei jedem, wirklich jedem einzelnen Bild des Online-Gottesdienstes die *Aussageabsicht* bedacht werden. Welche Botschaft soll wann vermittelt werden und wie kann das Bild sie bestmöglich unterstreichen? Hier lohnen sich frühzeitige Absprachen mit Kameraleuten entlang des Drehbuchs. Ebenfalls sinnvoll ist es, Kameraleute schon vorab zu Proben einzuladen. So können sie sich vom Raum, Thema und den Akteuren ein Bild machen und später zielgerichteter und ökonomischer drehen. Zwar lassen sich Videos nachträglich kürzen, aber allein die Ankündigung, einzelne Szenen später gegebenenfalls herauszuschneiden, ist demotivierend, hat schon zu großen Verwerfungen unter Mitwirkenden geführt und sollte daher unbedingt vermieden werden.

Wer Online-Gottesdienste filmt, stellt schnell fest, dass statische Bilder Langeweile erzeugen, während Bewegtbilder, wechselnde Perspektiven und Einstellungsgrößen die Aufmerksamkeit der Zuschauer halten. Dies sollte jedoch gezielt und in Kenntnis der Aussage-Absicht von Texten und Liturgie geschehen. Es ist hilfreich, solche Absprachen auch mit professionellen Filmschaffenden zu treffen, die hier und da Gemeinden bei Online-Gottesdiensten unterstützen. Wenn sie bislang Fußballspiele, Shows oder YouTube-Beiträge gefilmt haben, sind sie nicht automatisch mit dem Rhythmus von Gottesdiensten vertraut. Kamerafahrten und Schnitte, wie sie in dem jeweiligen Genre üblich sind, eignen sich für Online-Gottesdienste nur bedingt, meist werden sie als zu unruhig empfunden.

Zudem macht es manchmal Sinn, die Mitwirkenden gerade nicht zu zeigen. Bei Gebeten zum Beispiel überzeugen eingblendete Kerzenflammen oder betende Hände mehr als der Blick auf die betende Person. Der Blick der Mitwirkenden in die Kamera würde ein falsches Bild vermitteln, denn die Betenden sprechen in dieser Situation ja nicht mit der Gemeinde, sondern mit Gott.

Auch an anderen Stationen können Kamera-Einstellungen die inhaltliche Aussage untermauern. So eignet sich etwa für tröstliche Botschaften in der Predigt die Naheinstellung des Gesichtes, während für das Bekenntnis einer Gemeinschaft die Totale plausibel ist. Schnelle rhythmische Lieder vertragen auch schnelle Schnitte.

Manche Einstellungen können auch irritieren. In Online-Gottesdiensten sind Predigerinnen und Prediger von der Seite zu sehen. Diese Einstellung suggeriert, dass sie zu einer im Raum anwesenden Gemeinde sprechen. Diese Perspektive kann jedoch nur überzeugen, wenn sich dort auch tatsächlich Menschen befinden die zwischendurch zu sehen sind.

Bei der Einblendung von Musikstücken sollte zuvor geklärt werden, welche Funktion sie in den einzelnen Sequenzen für den Gottesdienst haben. Musik ist Teil der Verkündigung und hat besonders bei Gottesdiensten auf dem Bildschirm die Aufgabe, Menschen zu berühren. Dies geschieht in „selbständiger Funktion“⁶, etwa in den liturgischen Stücken, und in „begleitender Funktion“⁷, etwa während eines Einzuges. Handelt es sich um ein Vortragsstück, freuen sich Zuschauer über die Einblendung der Musiker und ihrer Instrumente. Hier sind Großaufnahmen reizvoll oder auch die virtuose

⁶ WITTELSBERGER, 62ff.

⁷ WITTELSBERGER, 64.

Beinarbeit von Organisten.⁸ Ein Musikstück kann aber auf der Linie des roten Fadens noch zu ganz anderen, unterstützenden Bildern anregen, wie zum Beispiel in einem Konzertgottesdienst zu Kantate 2020. Dort sind während des Vortrags von Olivier Messiaens Werk „Die Vögel und die Wasserquellen“ neben der Orgel immer wieder verschiedenen Vögeln zu sehen.⁹

Dient die Musik zur emotionalen Vertiefung eines Textes oder Bildeindruckes, so sollte sie ausschließlich zu *hören* sein. Wenn im Spielfilm der Cowboy in den Sonnenuntergang reitet, wird ja auch nicht das Symphonieorchester abgebildet, das gerade die Schlussakkorde spielt.

Um dem Bild Tiefe zu geben, stehen die Mitwirkenden mit etwas Abstand vor dem Altar. Kleine Wege von etwa 5-10 Sekunden orientieren die Zuschauer darüber, wo sich die Mitwirkenden im Raum befinden. Solche sichtbaren Übergänge vermeiden den Eindruck, dass die Mitwirkenden plötzlich „aus dem Boden schießen“.

Einspielbilder sollten bewusst und themengerecht gewählt werden. Sie stammen möglichst aus dem Bildprogramm der Kirche oder der Lebenswelt der Mitwirkenden. Bei leeren Bankreihen ist jedoch Vorsicht geboten. Ihr Anblick löst schnell Einsamkeitsgefühle aus und durchkreuzt die Absicht, zu trösten. Auch Fotos von karibischen Stränden oder Gletscherspalten, wie sie gelegentlich in christlichen Kalendern zu sehen sind, wirken wie entsprechende Fototapeten in mitteleuropäischen Wohnzimmern leicht als Fremdkörper. Statt darauf zurück zu greifen, lohnt es sich, regelmäßig Detailaufnahmen aus der Kirche und ihrem Umfeld zu sammeln. An einem Sonnentag entsteht vielleicht ein buntes Lichtspiel auf dem Boden. Zufahrten auf Fenster offenbaren bislang übersehene Kreuze. Skulpturen werfen interessante Schatten oder laden zu kleinen Inszenierungen mit Mitwirkenden ein. Und Drohnenbilder verraten, wie die Kirche von oben oder mit wechselnden Wolkenbildern aussieht. Besonders in großen Kirchen können auch Drohnenbilder aus dem Innenraum der Kirche faszinieren und Details zeigen, die den Gottesbesucherinnen und -besuchern sonst meist verborgen bleiben.

Besonders in analogen Familiengottesdiensten sind Anspiele sehr beliebt. Diese haben es auf dem Bildschirm schwer, denn sie vermitteln den Eindruck der „Guckkasten-Bühne“ und erinnern damit an Fernsehübertragungen der 1970er Jahre aus dem Ohnsorg-Theater. Zeitgemäßer und dem Format des Online-Gottesdienstes als Film angemessener sind Einspielvideos. Sie wirken meist frischer und natürlicher als Gottesdienste, die wie Theaterstücke inszeniert werden.

Die Präsenz der Mitwirkenden fördern

Online-Gottesdienste können über große Entfernungen hinweg *Nähe* herstellen. Ein gutes Beispiel dafür sind die „Wohnzimmergottesdienste“, etwa der Creativen Kirche in Witten. Hier begeben sich die Mitwirkenden in dieselbe Situation wie die Mitfeiernden. Sie sitzen „auf Du und Du“ den Gottesdienstbesuchern gegenüber als seien sie im gleichen Raum. Auch wenn solche Gottesdienste eine legere Anmutung haben und damit natürlicher wirken als Gottesdienste in der Kirche, brauchen die Mitwirkenden eine gute Körperspannung, denn die geht im Sitzen leicht verloren.

⁸ Nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind Notenstapel, Metronome und andere Hilfsmittel, die gerne neben Orgeln aufbewahrt werden. Überhaupt empfiehlt es sich, von den Drehorten alles zu entfernen, was keinen Zusammenhang mit dem Thema hat. Sonst wirkt ein Bild schnell unaufgeräumt oder es entstehen Doppelbotschaften.

⁹ Vgl. <https://bit.ly/30BwFTw>.

Aus Kirchen heraus gelingt es, Nähe zu entwickeln, wenn die Mitwirkenden in die Kamera schauen und sich dabei einen konkreten Menschen vorstellen. Sie blicken gewissermaßen durch die Kamera hindurch und kommunizieren mit einer gedachten, ihnen bekannten und sympathischen Person. So sprechen sie automatisch freundlich und zugewandt. Um dies zu üben, hilft es, wenn sich vor der Aufzeichnung zunächst jemand an den Platz stellt, an dem später die Kamera steht und den Mitwirkenden konstruktiv Rückmeldung zu ihrer Ausstrahlung gibt.

Während in analogen Gottesdiensten *Gesten* manchmal groß ausfallen müssen, sollten sie in Online-Gottesdiensten eher klein sein, damit sie nicht theatralisch wirken oder aus dem Bildschirm „herausragen“. Gesten können gut fließen, wenn die Texte auf handlichen DIN A5-Karten stehen statt in Ringbüchern oder auf Tablets. Im Idealfall werden diese Karten nur als Gedächtnisstütze für freies Sprechen genutzt.

Als *Garderobe* eignet sich alles, was die Botschaft des Textes nicht überlagert. Sie sollte angenehm zu tragen sein, Bewegungen zulassen und beim Aufstehen keine Korrekturen notwendig machen. Aufdrucke und Schriftzüge können für unfreiwillige Komik sorgen, einfarbige Kleidung ist deswegen sinnvoller. In heißen Sommermonaten hilft transparenter Puder, allzu „glänzende“ Auftritte zu kaschieren.

Auf Reaktionen eingehen

Online-Gottesdienste erfordern Zeit für Nacharbeit. Rückfragen und Kommentare sind auf digitalen Plattformen üblich und sollten beantwortet werden, solange sie nicht beleidigenden Charakter haben. Manchmal werden Texte oder Fundorte von Liedern gewünscht, oder jemand möchte einen Gedanken der Predigt diskutieren, vielleicht auch ein seelsorgliches Anliegen besprechen. Solche Bitten setzen nicht voraus, dass man sich kennt, denn für die Ratsuchenden hat ein Pfarrer oder eine Pfarrerin mit dem Online-Gottesdienst gerade einen virtuellen „Hausbesuch“ gemacht und Vertrauen gewonnen.

Nach dem Gottesdienst sind die gemeinsame Auswertung und gegenseitige Stärkung der Mitwirkenden wichtig. Positive Rückmeldungen motivieren die Gruppe, negative Rückmeldungen können zusammen besser eingeordnet werden als allein.

Für die Gestaltung weiterer Online-Gottesdienste sind Analysen wertvoll. Aussagekräftiger als die absoluten Zahlen derer, die am Bildschirm dabei waren, sind die oben schon erwähnten Verlaufskurven¹⁰. Sie geben Aufschluss darüber, welche Gottesdienstelemente die Zielgruppe angesprochen haben, was künftig besser vermieden werden sollte und zu welchen Themen sich eine Fortsetzung lohnt.

¹⁰ Mit Google Analytics stehen dafür geeignete Tools zur Verfügung.

Was begeistern kann

- Besonders in vorproduzierten Online-Gottesdiensten kann die Gemeinde intensiv beteiligt werden, etwa durch die Einladung, Gebetsanliegen zu schicken oder Liedwünsche anzumelden.
- Daneben verspricht die Zusendung thematisch geeigneter *Einspielbilder und -videos* große Aufmerksamkeit, etwa das von verschiedenen Menschen versweise gelesene Evangelium oder eine von „Bildrand zu Bildrand“ weitergereichte Kerzenflamme. In einem Gottesdienst zum Taufgedächtnis können beispielsweise Collagen von Taufkleidern oder Taufhandlungen eingeblendet werden, in einem Passionsgottesdienst Bilder von Plätzen im eigenen Stadtteil, an denen Leid geschehen ist, in einem Erntedankgottesdienst Früchte aus dem eigenen Garten.
- Menschen, die wenig mit Gottesdiensten vertraut sind, freuen sich über kurze *thematische Überleitungen*, die den roten Faden weiter spinnen und mithelfen, Zusammenhänge herzustellen, die liturgisch Kundigen selbstverständlich sind. Neben Präfamina zu Lesungen kann dies auch eine kleine Einführung in ein Musikstück durch den Organisten oder die Organistin sein.
- *Schnitte*: Jugendliche sind Jump Cuts aus Musikvideos gewohnt, also räumliche Sprünge, die Akteure übergangslos an unterschiedlichen Orten zeigen. Diese sind auch in Online-Gottesdiensten denkbar, etwa bei persönlichen Statements, Zeugnissen oder während der Predigt. Auch *Perspektivwechsel* sind attraktiv, zum Beispiel indem zu einer Psalmübertragung zunächst Bilder aus der Innensicht eines Mitwirkenden gezeigt werden („Subjektive“) und zu einem späteren Zeitpunkt wieder in die Außenperspektive gewechselt wird.
- Musiker fasziniert die Möglichkeit, sich in „gebauten“ Gottesdiensten durch *Mehrspuraufnahmen* selbst zu begleiten. Dies braucht in der Bildauswahl allerdings besondere Sorgfalt. Es kann sehr irritieren, wenn der Ton ein anderes Bild suggeriert als das, das zu sehen ist.
- In der Kirche setzt *farbiges Licht* besondere Akzente, hebt architektonische Details hervor und gibt nüchternen Wänden Tiefe. Künstlerisch gestaltete Kirchenfenster laden zu Bildbetrachtungen ein und können dafür abends oder in der dunklen Jahreszeit stimmungsvoll von außen beleuchtet werden.
- Auf positive Resonanz sind Online-Gottesdienste gestoßen, in denen sich die Verantwortlichen *themengerechte Kulissen* wählen, wie etwa in der Reihe #KircheZuhause. Dort fand ein Pfingstgottesdienst in einer Windmühle statt¹¹.
- Um die Zuschauergemeinde dauerhaft zu gewinnen, eignen sich *Trailer*, kurze Videoankündigungen, die vorab auf den nächsten Gottesdienst neugierig machen.
- An Medienstandorten kann über eine *Kooperation mit Filmschaffenden* nachgedacht werden. Absolventen von kleineren Film-Akademien sind vielleicht sogar eher für gemeinsame Projekte zu gewinnen. Auch Stadtarchive, Zeitungen, Museen und Tourismusbüros können um Archivmaterial und Bilder von Ausstellungsstücken gebeten werden.

¹¹ Vgl. <https://bit.ly/2UDII4j>.

Fazit und Ausblick

Liturgie, Musik und Predigt in Online-Gottesdiensten profitieren von einer zuschauergerechten Gestaltung. Dazu kann auf Erfahrungen aus der kirchlichen Fernseharbeit zurückgegriffen werden.

Jetzt, da analoge Gottesdienste unter strengen Schutzmaßnahmen wieder erlaubt sind, spielen viele Gemeinden aus praktischen Gründen mit dem Gedanken, diese Präsenz-Gottesdienste abzufilmen und zu streamen. Das überzeugt, wenn solche Gottesdienste bildschirmgerecht konzipiert und gestaltet sind. Wenn nicht, wird die Gemeinde am Bildschirm „abgehängt“ und verliert auf Dauer das Interesse.

Neue Zielgruppen können langfristig besser mit „gebauten“ Online-Gottesdiensten erreicht werden, denn sie erlauben eine attraktivere Bildgestaltung. Sie werden zwar nicht an beiden Orten live gefeiert, aber mit geeigneter Dramaturgie sind sie am Bildschirm durchaus ein spirituelles Ereignis. Dies verstärkt sich, wenn mehrere Personen in einem Raum vor dem Bildschirm miteinander beten oder zeitgleich über soziale Medien verbunden sind.

So sind Online-Gottesdienste eine große Chance für Gemeinden und die Kirche insgesamt. Sie stabilisieren Beziehungen, schaffen neue Kontakte, vermitteln Orientierung und Trost. Damit das Feuerwerk der guten Ideen während der Hochphase der Corona-Pandemie weiter leuchtet, sind nun Digital-Strategien notwendig, die die Akteure mit zeitlichen Freiräumen, geeigneten Fortbildungen und finanziellen Mitteln unterstützen. Als Zusatzaufgabe werden die oben beschriebenen Online-Gottesdienste im Gemeindepfarramt nicht zu leisten sein. Aber vielleicht als gemeinsames Projekt im Kirchenkreis?

Literatur

Liturgie in der digitalen Welt, Liturgie und Kultur. Zeitschrift der Liturgischen Konferenz für Gottesdienst, Musik und Kunst 1-2018

JOACHIM FRIEDMANN, Storytelling. Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, Stuttgart 2019.

GREGOR ALEXANDER HEUSSEN, Die Textperson im dokumentarischen Film, Wiesbaden 2020.

DANIEL MOJ / MARTIN ORDOLFF, Fernsehjournalismus, Köln 2015.

MANFRED WITTELSBERGER, Fasziniert von der Aufgabe das Unsichtbare zu zeigen. ZDF-Gottesdienste aus der Sicht des Regisseurs, in: CHARLOTTE MAGIN und HELMUT SCHWIER (Hgg.): Kanzel, Kreuz und Kamera konkret, Leipzig 2008, 55-76.

Fachbereich Gottesdienst und Kirchenmusik
im Institut für Aus-, Fort- und Weiterbildung
der Evangelischen Kirche von Westfalen
Iserlohner Str. 25 (Haus Villigst)
58239 Schwerte
Elke.Rudloff@institut-afw.de