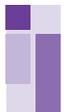


Das Netz sinnvoll nutzen

Die Internet-Strategie
der ELKB



Evangelisch-Lutherische
Kirche in Bayern



Geleitwort

Die Gesellschaft im 21. Jahrhundert ohne Internet ist kaum noch vorstellbar. Die mediale Kommunikation

hat andere seit Jahrhunderten übliche Kommunikationsformen wie zum Beispiel den Briefverkehr zunehmend verdrängt. Das Internet ist zum Leitmedium unserer Gesellschaft geworden. Diesem Leitmedium kann und will sich unsere Kirche nicht verweigern. Es gilt vielmehr die Chancen zu nutzen, die uns das Internet bietet. Über verschiedene Netzwerke und Plattformen besteht die Möglichkeit, Menschen, die wenig Kontakt zur Kirche haben, in ihren medialen Räumen anzutreffen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.

Neben den Chancen birgt das Internet aber auch Gefahren und Risiken. Viele Menschen verlieren sich darin oder flüchten in Parallelwelten. Darum ist es wichtig, das Internet verantwortungsvoll zu nutzen. Die zunehmend ins Zentrum rückende Medienethik dient dafür als wichtige Hilfe.

Die Internetstrategie unserer Landeskirche soll Orientierung über die Ziele der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern bieten, besonders denen, die in unserer Landeskirche arbeiten.



Ausdrücklich danken möchten wir all jenen, die sich um die Erstellung und stetige Aktualisierung der verschiedenen kirchlichen Internetseiten bemühen.

Wir wünschen allen, die das Internet und besonders die kirchlichen Webseiten besuchen, viel Freude beim Surfen und darüber hinaus das Gespür für die richtige Relation zwischen medialer und persönlicher Kommunikation.

Heinrich Bedford-Strohm
Landesbischof

Detlev Bierbaum
Oberkirchenrat



Inhalt	
Das Netz sinnvoll nutzen – Die Internet-Strategie der ELKB	5
0. Zusammenfassung	5
Strategische Grundsatzentscheidung	
Konkretion: Interne Kommunikation	
Konkretion: Externe Kommunikation	
1. Voraussetzungen	6
1.1 Ausgangslage	
1.2 Prognosen	7
2. Theologie, Kirche und Web	8
2.1 Das Netz als Raum für missionarische Kommunikation	
2.2 Die vier Grunddimensionen der Kirche im Web 2.0	
2.3 Die Aufgabe der Kirche	12
3. Ziele und Kriterien der Internet-Strategie der ELKB	16
3.1 Grundlagen	
3.2 Strategische Grundentscheidung und Ziele für die kommenden Jahre	17
3.3 Kriterien für die Internetarbeit der ELKB	20
4. Ausblick	21

Das Netz sinnvoll nutzen – Die Internet-Strategie der ELKB

0. Zusammenfassung

Der Landeskirchenrat verabschiedet mit dieser

Internetstrategie eine strategische Grundsatzentscheidung im Blick auf die künftige Nutzung des Mediums Internet.

Strategische Grundsatzentscheidung:

Das Netz sinnvoll nutzen: Globalziel dieser Internetstrategie der ELKB ist die

systematische Akzeptanz und sinnvolle Nutzung des Internets – neben anderen Medien – mit all seinen Möglichkeiten für die Verbreitung des Evangeliums. Dabei geht es um die Verwendung des Internets als Hilfsmittel im Blick auf Öffentlichkeitsarbeit, um die Durchdringung der im Netz neu geschaffenen Räume (Social Media etc.) sowie die Bereitstellung eigener Räume im Netz für wie auch immer an der Arbeit der ELKB mit ihren Gemeinden, Dekanaten, Einrichtungen und Diensten interessierte Menschen unter den Stichworten Befähigung und Vernetzung. Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB zugleich, Beobachterin und gegebenenfalls Mahnerin zu sein, d.h. sich medienethische Kompetenz zu erarbeiten und zu vermitteln.

Konkretion: Interne Kommunikation

Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, Gemeinden, Dekanate,

Einrichtungen und Dienste – wo nötig – zu befähigen im Rahmen der internen Kommunikation und dem Intranet auf dem aktuellen Stand zu bleiben, um die zeitgemäße Information und Kommunikation der Mitarbeitenden der ELKB untereinander zu garantieren und zu fördern. Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, im Internet Gemeinschaften (communities) im Sinne der Kirche zu bilden und bestehende Gemeinschaften durch Kontakt und Kommunikation zu unterstützen, um das Evangelium Jesu Christi zu verbreiten.

Konkretion: Externe Kommunikation

Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, im Internet verstärkt

Öffentlichkeit und Präsenz zu zeigen und als Ansprechpartner für Interessierte zur Verfügung zu stehen sowie Gemeinden, Dekanate, Einrichtungen und Dienste in ihrer Internetarbeit zu unterstützen, um das Evangelium Jesu Christi zu verbreiten.

Die folgende Ausarbeitung erläutert und begründet den Weg zu dieser Strategie.



1. Voraussetzungen

1.1 Ausgangslage

Zunahme der Interaktion

Digitale Dekade. In der Nutzung der digitalen Plattformen sind dabei in den vergangenen Jahren deutliche Veränderungen sichtbar geworden: Während in den Anfangsjahren des Internets der Informationsaspekt wichtig war, steht heute *Kommunikation* im Vordergrund. Man spricht deshalb bei den im Internet genutzten Medien von *Social Media* (zu den Begriffen im Einzelnen siehe Glossar im Anhang). Studien zufolge werden die interaktiven Elemente im Internet zunehmen – das klassische Informationsschema von Sender-Botschaft-Empfänger hat sich mit einfach zu installierenden oder im Web zur Verfügung stehenden *Content-Management-Systemen* (Programme, mit denen man Texte ins Internet stellen kann), *Community-Software* (andere werden benachrichtigt, wenn man einen Text/eine Botschaft ins Netz stellt oder herkömmlicher Chatroom) etc. aufgelöst. Während alle Welt vom Web 2.0 spricht, steht das so genannte *Web 3.0* vor der Tür: Die Informationen im Web sollen von Maschinen interpretiert und automatisch weiterverarbeitet werden. Informationen über Orte, Personen und Dinge werden mit Hilfe des Semantischen Webs von Computern miteinander in Beziehung gesetzt.

Die Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK-Technologien) prägen seit Jahren die moderne Gesellschaft. Fachleute bezeichnen die Jahre 2000 bis 2010 als

Veränderte Nutzungsanforderungen

Man nennt die im Netz aktiven jungen Menschen *sharing generation* – also die Generation, die ihre Erfahrungen, Erlebnisse etc. miteinander teilt. Dabei gilt für viele Jugendliche und junge Menschen die Kommunikationsregel „Wenn eine Nachricht wichtig ist, wird sie mich erreichen“. Diese Formel spiegelt ein geändertes Kommunikationsverständnis wider: Nicht die aktive Suche nach Angeboten steht im Vordergrund, sondern das Bewusstsein, dass der Nachrichtensender sich um geeignete Mittel und Wege bemüht, seine Informationen und Angebote zielgruppengerecht an die Frau und an den Mann zu bringen. Das erfordert ein Umdenken auf Seiten der Nachrichtensender (Anbieter). Während junge Menschen selbstverständlich mit dem Netz umgehen, nimmt zugleich der Teil der älteren Menschen zu, die in das Netz gehen. Nach einer Studie des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) haben über 50 Prozent der Personen, die 65 Jahre und älter sind, einen PC zu Hause, wengleich derzeit nur rund ein Drittel sich regelmäßig ins Internet begibt, Tendenz gleichwohl steigend.¹ Das Phänomen Internet ist nicht mehr auf junge Leute zu beschränken, sondern ist ein wichtiger Bestandteil gesellschaftlicher Kommunikation geworden. Durch die neuen Kommunikationsformen im Internet erwarten die Nutzenden von Organisationen nicht nur Informationsseiten im Netz, sondern umfangreiche Materialbereitstellung,

1 Die Studie findet sich unter: www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Praesentation_Senioren_im_Internet_03_11_2010.pdf





etwa in Form von Videos und Audiodateien, Möglichkeiten zum Feedback oder Kommentar, Newsletter, Communities, Blogs etc. Zudem bleiben diese Entwicklungen nicht auf den klassischen Heim-PC beschränkt, sondern entwickeln sich zunehmend *crossmedial* (Mobiltelefone als Mini-Computer). Die so genannten *Applikationen* („Apps“, = Anwendungen, die man sich je nach Bedarf aus dem Netz auf sein Mobiltelefon laden kann) machen die Nutzung von Software und Internet immer individueller.

1.2 Prognosen

Das Internet ist heute ein Standardmedium, in dem sich Menschen aller Bevölkerungsschichten und Altersstrukturen tummeln.

Gleichwohl ist je nach Altersgruppe die Nutzung und die Erwartungshaltung an die Möglichkeiten des Internets unterschiedlich: Während die jüngere und junge Generation das Internet als Kommunikationsplattform verwendet, dient der älteren Generation (50 Jahre und älter) das Internet vor allem zur Informationsbeschaffung und zum Versenden von Mails. Eine Studie² des Münchner Kreises³ vom November 2009 macht folgende Zukunftstrends für das Internet aus:

- in *zehn Jahren* nutzen über *95 Prozent* der erwachsenen Deutschen *regelmäßig das Internet*
- in *zehn Jahren* ist es für Mediennutzende in Deutschland normal, *einen Medieninhalt über verschiedene Träger zu nutzen*; crossmediale Kommunikation und Information sind Standard (Zeitungsartikel auf Mobiltelefon, Internet über Fernseher etc.)
- ab dem *Jahr 2015* nutzen in Deutschland mehr Menschen das Internet über *mobile Endgeräte* als über stationäre Computer
- die intra- und intermediale Kommunikation nimmt weiter zu (Communities, Groups, Social Web)

2 „Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien“; die Studie wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft unterstützt. Über 550 internationale Experten haben 2009 in einer Delphimethode 144 Zukunftsszenarien zu thematischen Schwerpunkten der Medien für die kommenden 20 Jahre eingeschätzt und deren Relevanz bewertet.

3 Wissenschaftliche Vereinigung für Forschung im Blick auf die Zukunft der Informationsgesellschaft



2. Theologie, Kirche und Web

2.1

Das Netz als Raum für missionarische Kommunikation

ren oder Gemeinden eingebunden sind (missionarische Kommunikation). Wenn diese von der frohen Botschaft erreicht werden sollen, muss das Evangelium in vielfältiger Form im Netz präsent sein. Deswegen ist es für die Kirche wichtig, auf die neuen Formen der Vergemeinschaftung zu reagieren und diese neuen Räume bewusst zu betreten, um Menschen dort anzutreffen, wo sie sich aufhalten.

2.2

Die vier Grunddimensionen der Kirche im Web 2.0

Zeugnis der Bibel und der Confessio Augustana

weite Strecken als „Gemeinschaft“ (*Koinonia, communio*); *ecclesia* ist etwa gemäß der Apostelgeschichte dort, wo Menschen sich auf Grund der Verkündigung zusammengeschlossen haben, um in, mit und unter Christus, ihrem Herrn, zu leben. Eindrücklich verdeutlicht diese Theologie Paulus im Bild vom Leib mit vielen Gliedern, die zeitgemäß mit dem Begriff Netzwerk deutbar wäre. Zudem projiziert sich die

Kommunikation der Kirche im Netz nimmt Menschen in den Blick, die gerade nicht fest in kirchliche Struktu-

Wenn Kirche und Internet sich begegnen, kommen theologische, insbesondere ekklesiologische Fragen in den Focus. Das Neue Testament charakterisiert Kirche über

christliche Kirche in die Geschichte vom wandernden Gottesvolk des Alten Testaments und sieht sich hier in einer fortlaufenden heilsgeschichtlichen Tradition.

Koinonia ergibt sich durch jede Form der Vergemeinschaftung von Menschen im Namen des Glaubens und in der Hoffnung auf Gottes Gnade. Kernpunkt christlicher Gemeinschaft ist der gemeinsame Glaube daran, dass das Individuum von Gott Rechtfertigung erfahren hat. Kirche als *Koinonia* ist die sichtbare Gemeinschaft derjenigen Individuen, die den Glauben an die Rechtfertigung gemeinsam in Wort und Sakrament erfahren (CA 7), ihn gemeinsam leben und mit anderen teilen (*communicatio*).⁴ Diese Kommunikation ist nicht medialerfolgsorientiert, sondern verständigungsorientiert zu verstehen,⁵ da Verständigung und Einverständnis ein gemeinschaftliches, auf Gott gerichtetes und von Gott kommendes Geschehen ist.

4 „(N)ach evangelischem Verständnis (ist) der Kernpunkt christlicher Gemeinschaft als diejenige Anerkennung zu bestimmen, die dem Menschen im Glauben erschlossen ist. Die Kirche als sichtbare, empirische Gemeinschaft christlicher Praxis ‚besteht‘ allein in den Mitteln, in denen diese Anerkennung als durch keine zusätzliche Praxis bedingt zur Darstellung kommt, in der Kommunikation von Wort und Sakrament.“ (Rendtorff, Trutz: Ethik, Stuttgart, 2. Auflage 1990, Band I, S 31)

5 Die Unterscheidung von erfolgsorientierter und verständigungsorientierter Kommunikation macht Habermas. Die erfolgsorientierte versteht sich als eine zweckrationale-instrumentelle Kommunikation als strategisches Handeln zur Durchsetzung vorher festliegender Ziele, die verständigungsorientierte als eine solche, die im Kommunikationsprozess selbst auf Verständigung abzielt.





An dieses Verstehen von *Koinonia* schließen sich die drei weiteren konstitutiven Grunddimensionen von Kirche an, die auf das Grundverständnis vom Menschen als einem kommunikativen Wesen zielen: *Martyria*, *Leiturgia* und *Diakonia*. Diese Dimensionen kommen auch in der Welt des Netzes zum Tragen. Denn Gemeinschaft haben mit Christus heißt auch, die frohe Botschaft weiter tragen und für ihn Zeugnis abzulegen: *Martyria*. Im Internet bedeutet dies, moderne Medien nutzen, um die bedingungslose Liebe Gottes in das Netz zu senden und sie zu bekennen; um damit auch Orientierung zu geben. Um die Dimension *Leiturgia* aufscheinen zu lassen, wird künftig auch darauf zu achten sein, welche bestehenden Rituale im Netz neuen Ausdruck erfahren; Form, Inhalt und Medium müssen sich – noch intensiver – finden! Die Dimension der

Diakonia wird auf verschiedenen Ebenen virulent: Zum einen spiegelt sich der Dienst am Nächsten in der Internetarbeit darin, dass Kirche sich immer auch in kritischer Distanz zur Gesellschaft und ihren Entwicklungen bewegen muss. Gefahren und Risiken des Netzes für den und die Nächste sind von der Kirche als Mahnerin gleichwertig zu den – deutlich erkennbaren – Chancen in den Blick zu nehmen. Die Kirche sieht sich auch im Netz als Anwältin der Schwachen. Zum anderen zeigt sich der diakonische Aspekt in der seelsorgerlichen Kommunikation existentieller Fragen des einzelnen Menschen.

Pluralisierung, Individualisierung und Gegenseitigkeitsorientierung⁶

Auf dem Hintergrund der vier Dimensionen sind

die Beziehungen zu sehen, die im Netz geknüpft werden. Dabei lässt sich zwischen „schwachen“ (z.B. zufällige, kurzzeitige Bekanntschaft in einem Blog) und „starken“ Beziehungen (z.B. intensive Freundschaftspflege) unterscheiden. In der modernen Gesellschaft verlieren die vertrauten Formen von Gemeinschaft an Bedeutung, die eine starke Verbindlichkeit – wie z.B. lebenslanges Engagement – implizierten; die schwachen Beziehungen dagegen drängen in den Vordergrund. Auch die Bereitschaft zum Engagement verändert sich in ihrem Anforderungs- und Erwartungsprofil. Gemeinschaft wird heute zunehmend in Netzwerken als genuines Produkt der modernen Gesellschaft erfahren. Was das Leben in Netzwerken kenn-

⁶ Vgl. dazu: Bedford-Strohm, Heinrich: Wie viel Kirche braucht die Zivilgesellschaft?, in: Deutsches Pfarrerblatt 10/2010, S 2ff



zeichnet, lässt sich mit drei Aspekten beschreiben: *Pluralisierung*, *Individualisierung* und *Gegenseitigkeitsorientierung*. *Pluralisierung* bedeutet, nicht mehr von einer gemeinsamen Grundlage auszugehen, von der traditionelle Gemeinschaften lebten und der alles untergeordnet wurde: z.B. Familienbände, politische Überzeugung oder religiöse Orientierung. Die Menschen heute leben in vielen unterschiedlichen Gemeinschaften, die ihre Existenz mitprägen (Sportverein, Literaturkreis, Schulgemeinschaften der Kinder etc.). Sie bilden das Netzwerk, in dem Menschen sich bewegen. Die durch schwache Beziehungen ermöglichte Pluralisierung eröffnet Zugang zu anderen Gemeinschaften, die ansonsten verschlossen gebliebene Horizonte eröffnen. Das heißt: Pluralisierung bedeutet nicht Abbruch, vielmehr Veränderung von Gemeinschaft. Für die Kirche ist es von zentraler Bedeutung, dass sie die schwachen Netzwerksbeziehungen als Formen der Gemeinschaft von Menschen würdigt und sich mit ihren Angeboten darauf einstellt.

Individualisierung heißt, dass Menschen heute die Freiheit haben, ihr Leben so zu gestalten, wie sie es wollen, anstatt Rollen und Lebenswege vorgegeben zu bekommen. Das Engagement zahlloser Ehrenamtlicher in Parteien, Kirchen und Vereinen zeigt, dass solche Individualisierung keineswegs in Egoismus und Einzelzettelung führen muss. Der in solchem Engagement zum Ausdruck kommende solidarische Gebrauch der Freiheit ist Zeugnis dafür, dass Individualisierung und Gemeinschaft nicht in Gegensatz stehen. Wer sich in der Kirche engagiert, tut das aus einer bewussten Entscheidung

heraus. Diese Individualisierung fordert die Kirche zur aktiven Präsenz, zum Bereitstellen von Räumen und zum offenen Dialog mit Menschen heraus, die sich für die Kirche interessieren.

Als drittes zeichnet sich *Gegenseitigkeitsorientierung* ab. Gegenseitigkeitsorientierung heißt, dass Menschen sich für andere engagieren, dies aber nicht mit dem Gefühl, sich aufzuopfern und zu verleugnen, sondern mit der Erwartung, davon profitieren zu können. Auch für die Gegenseitigkeitsorientierung gilt: Sie lässt bestimmte Faktoren der Bindung an die Gemeinschaft, wie etwa die Bereitschaft zur Aufopferung, zurücktreten. Das, was sie an die Stelle solcher traditioneller Bindungskräfte setzt, birgt das Potential für eine gelingende Gemeinschaftsbeziehung unter den Bedingungen der Moderne, die ein Ernstnehmen des Individuums mit dem Engagement für die Gemeinschaft verbindet.

Die Kirche hat allen Grund, Individualisierung, Pluralisierung und Gegenseitigkeitsorientierung in und durch die neuen Netzwerke zu bejahen und das Evangelium im Blick auf die vier Grunddimensionen der Kirche im Lichte der beschriebenen gesellschaftlichen Entwicklungen neu zur Geltung zu bringen.

Mit-Teilen, Konziliarität und Partizipation

Im Blick auf Netz und Kirche rückt die enge Verbindung von *Communio*

und *Kommunikation* in den Vordergrund: „Ohne das Mit-Teilen wäre die Kirche nicht, was sie ist. Das kommunale, gemeinschaftliche Moment der Kirche setzt die Kommunikation, die





Mitteilung voraus: Als Grundgeschehen die Mitteilung Gottes in Jesus Christus.⁷ Der Auftrag zur Wortverkündigung, zur Verbreitung des Evangeliums (Martyria) macht deutlich, dass dieses Evangelium nicht auf einen Binnenraum bezogen ist, sondern all denen gilt, die es hören und sich davon erfassen lassen wollen. Dazu bedarf es Netzwerke, Verknüchtungen und dezentraler Weitergabe der frohen Botschaft. Der Begriff der *Konziliarität*, der im Bereich der klassischen Gemeindeaufbautheorie sowie in der Ökumene Verwendung findet, kann auch im Sinne des Netzwerkes für die Internet-Gemeinde fruchtbar gemacht werden. Dabei geht es um ein Zweifaches: In Luthers Freiheitsverständnis tritt zum einen das

7 Zeilinger, Thomas: Netz. Macht. Kirche. Möglichkeiten institutioneller Kommunikation des Glaubens im Internet, Erlangen 2011, S 185

Individuum in den Vordergrund, das seine Freiheit aus dem Zuspruch Gottes erfährt. Dieses Grundverständnis kommt dann zum Tragen, wenn man im Blick auf das Internet das Recht auf freie Meinungsäußerung und individuelle Gestaltung in den Mittelpunkt rückt. Im Blick auf die Ökumene bedeutet dies, das Individuum im Miteinander zu sehen und gemeinsames kirchliches Leben zu ermöglichen. Zum anderen spiegelt sich im Begriff der Konziliarität der Gleichberechtigungsgedanke, der im lutherischen Sinne eine alleinige Deutungshoheit durch eine wie auch immer geartete Autorität ablehnt. Diese Vielfalt der Individuen und die lutherische Ablehnung einer hierarchischen Autorität führen zum Gedanken der Pluralisierung, die für den Protestantismus und die evangelische Kirche wesensbestimmend ist.

Auch dies spiegelt sich im Internet als dezentrales Netzwerk mit einzelnen Knotenpunkten wider: „Gerade weil nach evangelischem Verständnis die Mitglieder die Kirche sind (,allgemeines Priestertum der Getauften‘) zeigt sich die Leistungsfähigkeit kirchlicher Kommunikationsformen und ihrer Institutionalisierung wesentlich darin, dass es ihr gelingt, *Partizipation* am inhaltlichen Diskurs zu aktivieren.“⁸ Dies ist umso drängender, da die individuell-lebendige Frömmigkeit des und der Einzelnen sowie ganzer Gruppen – in und neben dem klassischen Gemeindeleben – immer mehr an Kraft gewinnt. Im Sinne einer öffentlichen Theologie geht es also auch darum,

8 Zeilinger, Thomas: Netz. Macht. Kirche. Möglichkeiten institutioneller Kommunikation des Glaubens im Internet, Erlangen 2011, S 190/191, kursiv im Original

den öffentlichen Raum des Internets zu nutzen und darin die Kraft wie die Befreiung durch die Botschaft des Evangeliums zu vermitteln (Leiturgia).

Grenzen der Interneteuphorie | Freilich: Es gilt, aus theologischer Sicht auf die Grenzen des Internets zu blicken. So hilfreich, faszinierend und erleichternd moderne, medial vermittelte Auseinandersetzung und Verständigung, Zustimmung und Ablehnung sind, besteht gleichwohl die Gefahr der Einseitigkeit. Zwar ist das Internet nicht mehr eine nur auf Tastaturen beschränkte Kommunikation, jedoch entspricht die Internetkommunikation nicht dem Miteinander mit allen Sinnen, wie es im Kontakt zweier oder mehrerer Menschen zum Tragen kommt. Mediale und internetbasierte Kommunikation haben gegenüber dem zwischenmenschlichen Miteinander immer den Charakter des Indirekten. Darüber hinaus bilden sich im neuen Medium auch in anderen Kommunikationsstrukturen bekannte Gefahren aus (Mobbing, Sucht, Vereinzelung etc.), auf die die Kirche mit Antworten und Instrumenten reagieren muss. Zu bedenken sind hier auch vielfältige juristische Implikationen (Datenschutz etc.), auf deren rechtmäßige Wahrung die Kirche besonderes Augenmerk richten muss.

2.3 Die Aufgabe der Kirche

Kirche und Medien

Glaube hat stets auf mediale Verbreitung gesetzt. War es zur Zeit der alten Väter und Mütter die Mund-zu-Mund-Propaganda, die als Medium genutzt

wurde, wurde es – im Sinne der Vergewisserung, des Erhaltes und der Weitergabe – bald die Schrift. Die Verschriftlichung der Glaubenserfahrungen in der Bibel, die Darstellung des Lebens und Sterbens Jesu in den Berichten der Evangelien, all das war mediale Glaubensverbreitung. Schließlich wäre die Reformation nicht so rasch ein Erfolgskonzept geworden, hätte nicht Gutenberg um 1450 den Buchdruck erfunden, den sich die Reformatoren als Medium zu Nutze machten.

Das zeitgemäße Medium der Kommunikation ist heute das Internet. Das heißt, darüber nachzudenken, welche Bedeutung das Internet für die Kirche heute und künftig haben kann.

Artikel 1,1 der Kirchenverfassung beschreibt die Aufgabe der ELKB und ihrer Mitglieder: „Die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern hat die Aufgabe, Sorge zu tragen für den Dienst am Evangelium von Jesus Christus in Wort und Sakrament, für die geschwisterliche Gemeinschaft im Gebet und in der Nachfolge Jesu Christi, für die Ausrichtung des Missionsauftrages, für das Zeugnis in der Öffentlichkeit, für den Dienst der helfenden Liebe und der christlichen Erziehung und Bildung.“

Daraus lassen sich im Blick auf das Internet folgende Grundaufgaben für die Kirche ableiten:

- a) Medienethische Kompetenz im Umgang mit dem Internet bilden und weitergeben



- b) Bildung und Förderung von Gemeinschaften im innerkirchlichen Umfeld und Förderung der internen Kommunikation, sowie Bildung und Förderung von Gemeinschaften im Internet, die sich mit der frohen Botschaft beschäftigen, und diese weiterverbreiten (*interne Kommunikation*)
- c) Präsenz zeigen im Internet zum Zeugnis am Evangelium (*externe Kommunikation*)

Medienethische Kompetenz als Leitfaden

Medienethische Kompetenz muss sich als Leitfaden durch die

Präsenz der Kirche im Internet ziehen. Die Kirche muss stets als Beobachterin und gegebenenfalls Mahnerin fungieren, wenn im oder durch das Internet Grundregeln menschlichen Zu-

sammenlebens verletzt werden. Es geht um die Befähigung der Menschen, kompetent mit dem Internet umzugehen, damit es tatsächlich Erleichterung in der Kommunikation ermöglicht. Zugleich geht es stets auch darum, die Risiken und Gefahren, die sich in und durch das Internet ergeben, im Blick zu behalten. In Abschnitt 76 der EKD-Denkschrift „Das rechte Wort zur rechten Zeit“ heißt es dazu: Bei aller verständlichen Faszination durch solche Möglichkeiten [*sc. durch die neuen Medien*], die auch von kirchlichen Mitarbeitenden längst genutzt werden, sind doch auch deren potentiell problematische Auswirkungen zu bedenken etwa hinsichtlich des Schwundes persönlich erlebter Zwischenmenschlichkeit zu Gunsten der Teilnahme an virtuellen Begegnungsräumen und Inszenierungen von Lebensvollzügen (*„second life“*). Gerade weil ganzheitlich verstandene und gelebte, den ganzen Menschen ansprechende Kommunikation im besonderen Interesse der Kirche liegt, muss sie das Risiko einer derart grundlegenden Veränderung des Kommunikationsverhaltens ansprechen und mit adäquaten Angeboten attraktive Alternativen bieten.“⁹

Gemeindeaufbau im Internet

Für die ELKB bietet der GroBraum des Internets heute und in Zukunft viele Chancen und Möglichkeiten,

das Evangelium zu verkünden und Agendasetting zu betreiben. Gleichwohl sind die Entwicklungen auch eine Herausforderung, auf die die ELKB reagieren muss. Die Bedingungen der Kom-

9 Das rechte Wort zur rechten Zeit, Eine Denkschrift des Rates der EKD zum Öffentlichkeitsauftrag der Kirche, Gütersloh 2008



munikationsarbeit lassen sich vergleichen mit den Herausforderungen der Parochie. Die Internetgemeinde besteht aus unterschiedlichen Gruppen mit vielen Interessen. Auch in der Internetgemeinde gibt es Menschen, die aktiv nach Angeboten der Kirche suchen (so genannte *Pull-User*, also diejenigen, die sich die Informationen selbst holen) und solche, die man durch das spezifische Angebot anlocken muss (*Push-User*, die darauf hingewiesen werden müssen). Das heißt: Auch im Internet kommt es darauf an, einzelne Zielgruppen zu beachten, ihre spezifischen Kommunikations- und Interessenslagen zu erkennen und entsprechende Angebote zu machen. Wie eine Gemeinde verschiedene Angebote für verschiedene Zielgruppen macht, so muss auch die Kirche im Internet zielgruppenspezifisch arbeiten. Es gibt also strukturelle Parallelen zum herkömmlichen Gemeindeaufbau, gleichwohl nimmt, im Gegensatz zur Vorort-Gemeinde, im Internet die Zahl der potentiellen und tatsächlichen Gemeindeglieder kontinuierlich zu. Hier Anschluss zu halten heißt, die entsprechende Sprachfähigkeit zu entwickeln. Freilich wird damit auch eine Arbeitsaufgabe beschrieben, deren Bewältigung die ELKB vor große Herausforderungen stellt. Dies gilt es im Blick auf andere Aufgaben der ELKB im Auge zu behalten.

Die ELKB als lernende Organisation

In der Auseinandersetzung mit dem Internet wird deutlich, dass es nie die eine Lösung

oder Strategie für einzelne Themen oder Bereiche gibt. Das Netz bietet vielfältige Möglichkeiten, Strukturen, Hilfsmittel und Konzepte zu entwickeln, die für die jeweilig sich stellende Herausforderung angewendet werden können. Darüber hinaus lebt das Internet davon, dass jede Nutzerin und jeder Nutzer jeweils individuelle Erfahrungen und Wissen haben, die die Meinung über das Medium beeinflussen – das macht den dezentralen Charakter des Mediums aus. Deswegen ist ein wichtiger Aspekt im Blick auf die strategische Aufstellung, immer wieder den Blick zu öffnen für Lösungen oder Konzepte, die dezentral in Gemeinden, Einrichtungen und Diensten auf der einen Seite, wie auch für Lösungsmöglichkeiten, die in nichtkirchlichen Organisationen entwickelt werden. Eine ELKB-Internetstrategie erhebt nicht den Anspruch, jede Verästelung und Möglichkeit im Detail zu kennen, sondern will vielmehr das Ziel und die Leitplanken beschreiben, innerhalb derer Lösungen ermöglicht und erreicht werden sollen. Pluralismus und Pluralität als Kennzeichen des Protestantismus finden im Internet ihre netzbasierte Abbildung. Dabei ist gleichwohl entscheidend für eine Strategie, jenseits der jeweilig individuellen Erfahrungen und Kenntnisse ein systematisches Grundverhältnis zu dem Medium zu entwickeln, das das Handeln als Organisation ermöglicht. Dabei geht es um die *Vernetzung* derjenigen, die bereits Internet-Lösungen für die sinnvolle Nutzung des Internets innerhalb der ELKB



entwickelt haben, es geht um die *Befähigung* derjenigen, die künftig gerne das Internet stärker nutzen wollen sowie um die *Kompetenzschaffung* für diejenigen, die sich konstruktiv-kritisch mit den Auswirkungen des Netzes beschäftigen. Bei diesem *Kontinuierlichen Verbesserungsprozess* versteht sich die ELKB mit ihren Gemeinden, Dekanaten, Einrichtungen und Diensten als lernende Organisation, die den Blick sowohl nach innen wie nach außen richtet und sich im Sinne der Vernetzung stets offen zeigt für Veränderungen und Anregungen. Das hat Auswirkungen auf die künftige Arbeit der Fachbereiche, Gemeinden, Dekanate, Einrichtungen und Dienste. Denn die Aufbereitung theologischer, kirchlicher und kirchenrelevanter Themen kann in den meisten Fällen nicht einfach delegiert werden, da häufig die fachliche Kompetenz fehlt. Demnach

braucht es für an der und für die Öffentlichkeit arbeitende Mitarbeitende der ELKB ein Umdenken hin zum Inblicknehmen der (auch) internet-orientierten Aufbereitung öffentlichkeitsrelevanter Themen.

Interne Kommunikation | Bei der intern ausgerichteten Kommunikation gilt es,

Gemeinschaft und Vergemeinschaftung derjenigen zu unterstützen, die Verantwortung tragen in Gemeinden, Dekanatsbezirken sowie (diakonischen) Einrichtungen und Diensten. Dabei ist der Ausbau der internetbasierten Kommunikation nur ein Weg; herkömmliche Kommunikationsarbeit (Gemeindebrief, Arbeitsgruppen und Kreise etc.) hat daneben das gleiche Recht auf Unterstützung. Das Internet ist hier als Hilfsmittel, nicht als Ersatz zu verstehen.

Zugleich kommen die nicht fest in Gemeinden oder kirchlichen Strukturen eingebundenen Menschen in den Blick. Viele Formen der Vergemeinschaftung, auch von Anhängerinnen und Anhängern des christlichen Glaubens, finden heute auch im Internet statt. Im Sinne der „zeit- und sachgemäßen Erfüllung des Auftrages der Kirche“¹⁰ muss die Kirche in diesen Formen der Vergemeinschaftung Präsenz zeigen. Zudem spiegeln sich in der Vielzahl der Nutzenden des Internets auch die Ansprüche wider, wie sie in der physischen Welt auch vorhanden sind (Wunsch nach Gespräch, Seelsorge, Beistand etc.).

¹⁰ Art 1, 2 KVerf der ELKB



Externe Kommunikation

Bei der externen Kommunikation ist im Blick zu behalten,

dass für Menschen unter 20 Jahren das Internet zu einem Standardkommunikationsmittel geworden ist. Für junge Menschen gilt die Trennung zwischen virtueller und realer Welt nicht. So wird zum Beispiel – nach den Erfahrungen der bisherigen Online-Seelsorge der ELKB – Internet-Seelsorge für Internet-Nutzende als vollwertig und ganzheitlich wahrgenommen, ohne dass es dabei zu einer personalen Begegnung kommt. Deswegen ist es im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit und des Zeugnisses für das Evangelium wichtig, in den Wirklichkeiten präsent zu sein, die für junge Menschen (wie auch für immer mehr ältere Menschen) kommunikationsprägend und vor allem Alltag sind. Es gilt dabei, vorhandene Räume im Netz zu füllen (Social Media) wie auch eigene Bühnen für extern orientierte Kommunikation aufzubauen und zu bespielen.

3. Ziele und Kriterien der Internet-Strategie der ELKB

Die hier vorgelegte Internet-Strategie basiert auf

3.1 Grundlagen

- den Publizistischen Grundlinien für die ELKB aus dem Jahre 2008
- dem Kommunikations- und Strategiepapier, das der Landeskirchenrat in seinen Sitzungen vom Februar und Mai 2010 angenommen hat
- der Vorlage zum Umbau der Vernetzten Kirche, die der Landeskirchenrat in seiner Sitzung vom Dezember 2010 beschlossen hat.

Die Internet-Strategie ist im Grundsatz abgestimmt mit der Teilhandlungsfeldkonferenz Internet und der Handlungsfeldkonferenz 8 Medien und Öffentlichkeitsarbeit, die die hier vorgelegten Überlegungen einstimmig unterstützen.¹¹ In beiden Gremien sind auch die künftigen *Mitglieder des Projektausschusses Internet* vertreten, der künftig als Fachgremium über die Vergabe der zusätzlichen Haushaltsmittel im Bereich entscheidet.

¹¹ Bei der Tagung der Handlungsfeldkonferenz 8 am 24./25. Oktober 2011 wurde einstimmig folgender Beschluss gefasst: „Die Handlungsfeldkonferenz 8 hat sich mit den von der Fachabteilung vorgelegten Überlegungen zu einer Internetstrategie der ELKB ausführlich beschäftigt und diese diskutiert. Die Handlungsfeldkonferenz begrüßt und unterstützt – nach Aufnahme der Anregungen aus dem Gremium – im Grundsatz diese Internetstrategie.“



Die Internet-Strategie dient der ELKB als Leitfaden und Richtschnur bei Entscheidungen und Ausrichtungen im Bereich Internet. Sie ist Grundlage für die zielorientierte Ausrichtung und Präsenz kirchlicher und religiöser Inhalte im Internet und ermöglicht, dass das Internet als ein Kommunikationsmittel durch die Landeskirche sinnvoll, zeitgemäß und unterstützend genutzt wird. Die Internet-Strategie legt Grundentscheidungen und Ziele fest und erleichtert somit die Entscheidungsfindung und Beschlussfassung in den dafür zuständigen Gremien bei aktuellen und künftigen Themen rund um das Internet. Die ständig fortschreitende Entwicklung im Internet und die sich dadurch stetig verändernden Anforderungen an eine Internet-Strategie bedingen eine kontinuierliche (mindestens einmal jährlich) Evaluation und dynamische Fortschreibung.

Bei entsprechenden Veränderungen wird die Strategie wieder dem Landeskirchenrat vorgelegt.

3.2 Strategische Grundentscheidung und Ziele für die kommenden Jahre

Globalziel

Der Einsatz des Internets soll dazu beitragen, die modernen Möglichkeiten medialer Verkündigung sowie der Kommunikation kirchlicher und religiöser Inhalte auszuschöpfen und sich damit zeitgemäß in der modernen Kommunikationswelt zu präsentieren. Zudem ist zu umreißen, wie die Möglichkeiten, die sich durch das Internet bieten, als Unterstützung für Gemeinden, Dekanatsbezirke und Dienste genutzt werden können. Schließlich geht es um die Grundlagen für die Schaffung medienethischer Kompetenz, wie sie für Mitarbeitende in der ELKB angeboten werden sollen. Dabei geht es nicht um zusätzliche Belastung der Gemeinden, sondern um die Wahrnehmung, Förderung und Vernetzung dessen, was ohnehin bereits auf vielen Ebenen stattfindet.

Eine Strategie beschreibt Richtung und Umfang künftigen Handelns mit dem Ziel: *Das Richtige zur rechten Zeit tun*. Demnach ist diese Internetstrategie der ELKB Basis für eine zielorientierte Ausrichtung der eingesetzten Ressourcen im Bereich Internet und muss kontinuierlich fortgeschrieben sowie an künftige Entwicklungen und damit verbundene Herausforderungen angepasst werden. Meilensteine können

Der Einsatz des Internets soll dazu beitragen, die modernen Möglichkeiten medialer Verkündigung sowie der Kommunikation kirchlicher und



nach der grundsätzlichen Entscheidung über die Strategie gesetzt werden.

Um die Arbeit der ELKB im Internet systematisch zu unterstützen und unter dem Stichwort Vernetzung weiter voranzutreiben, bedarf es einer grundsätzlichen Entscheidung der kirchenleitenden Organe der ELKB. In ein Ziel zusammengefasst, lautet diese Grundentscheidung folgendermaßen:

Das Netz sinnvoll nutzen: Globalziel dieser Internetstrategie der ELKB ist die systematische Akzeptanz und sinnvolle Nutzung des Internets – neben anderen Medien – mit all seinen Möglichkeiten für die Verbreitung des Evangeliums. Dabei geht es um die Verwendung des Internets als Hilfsmittel im Blick auf Öffentlichkeitsarbeit, um die Durchdringung der im Netz neu geschaffenen Räume (Social Media etc.) sowie die Bereitstellung eigener Räume im Netz für wie auch immer an der Arbeit der ELKB mit ihren Gemeinden, Dekanaten, Einrichtungen und Diensten interessierte Menschen unter den Stichworten Befähigung und Vernetzung. Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB zugleich, Beobachterin und gegebenenfalls Mahnerin sein, d.h. medienethische Kompetenz zu erarbeiten und zu vermitteln.

Aus dem Globalziel dieser Internet-Strategie der ELKB werden folgende Ziele für die kommenden drei Jahre festgelegt:

- a) Die ELKB erarbeitet sich medienethische Kompetenz, um zugleich als kritische Beobachterin der aktuellen Entwicklungen und Anwältin der Schwachen unter Umständen mahnend auf Herausforderungen reagieren zu können.
- b) Die ELKB erarbeitet Schulungsmaterial und Hilfsmittel, um Mitarbeitende auf den verantwortungsvollen Umgang mit dem Internet vorzubereiten. Ziel ist, bis Mitte 2014 60 Prozent aller Mitarbeitenden im verantwortlichen Umgang mit dem Internet geschult zu haben.
- c) Die ELKB baut ihr Angebot an medienethischer Kompetenz für junge Menschen aus, in dem auch die Angebote des Lehrstuhls für christliche Publizistik sowie der neu zu bildende Masterstudiengang Medienethik stärker in die Wahrnehmung der Öffentlichkeit gerückt werden.
- d) Die ELKB unterstützt Gemeinden, Dekanate sowie (diakonische) Einrichtungen und Dienste beim Aufbau eigener Webseiten (Web 1.0) und im Umgang mit den Social Media (Web 2.0). Insbesondere die Kirchenkreise als regionale Repräsentanten der ELKB benötigen einen zeitgemäßen und zukunftsfähigen Internetauftritt.
- e) Die ELKB vernetzt die vielseitigen Aktivitäten im Bereich des Internets und lässt sie an einem strategischen Punkt im Landeskirchenamt zur Sicherstellung wechselseitiger Kommunikation und zur weiteren Vernetzung – auch im Blick auf ihre ethischen Implikationen – zusammenfließen. Ziel ist, auf Basis der gewollten und gewünschten dezentralen Aktivitäten mehr gegenseitige Information und Wissen zu erreichen.



Konkretion: Interne Kommunikation

Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, Gemeinden, Dekanate, Einrichtungen und

Dienste – wo nötig – zu befähigen im Rahmen der internen Kommunikation und dem Intranet auf dem aktuellen Stand zu bleiben, um die zeitgemäße Information und Kommunikation der Mitarbeitenden der ELKB untereinander zu garantieren und zu fördern.

Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, im Internet Gemeinschaften (communities) im Sinne der Kirche zu bilden und bestehende Gemeinschaften durch Kontakt und Kommunikation zu unterstützen, um das Evangelium Jesu Christi zu verbreiten.

- a) Die ELKB befähigt die Verantwortlichen im Umgang mit den Social Media und entwickelt entsprechende Weiterbildungsangebote (auch als E-Learning).
- b) Die ELKB fördert die strategische Neuausrichtung des Intranets zu einer Kommunikationsplattform und die dafür technische Anpassung und Relaunch des Intranets elkb.de.
- c) Die ELKB verkoppelt eng die interne mit der externen Kommunikation. Das erfordert eine enge Absprache zwischen den Verantwortlichen. Ziel ist hierbei, die Mitarbeitenden der ELKB zeitgleich über Entwicklungen und Prozesse, Entscheidungen und Reaktionen zu informieren. Konkret sollten Mitarbeitende der ELKB bei öffentlichkeitsrelevanten Fällen rasch Material (Statements, offizielle Sprachregelung etc.) zur Hand haben.
- d) Die ELKB erreicht Jugendliche und junge Erwachsene gezielt über Social-Media-Aktivitäten. Gerade im Blick auf die jüngere Generation ist eine aktive Präsenz notwendig, da für diese das Internet Standard der Information und Kommunikation ist. Diese Generation ist über herkömmliche Öffentlichkeitsarbeit (Gemeindebriefe, Aushänge etc.) kaum noch zu erreichen.
- e) Die ELKB baut mittelfristig eigene Blogs zu bestimmten relevanten Themen auf. Diese Themen ergeben sich oft aktuell aus der Diskussion (aktuelles Bsp.: Transaktionssteuer, Buß- und Betttag etc.). Dabei ist in den Blick zu nehmen, das kirchenrelevante Themen in Blogs nicht einfach an Dritte delegiert werden können, sondern von Fachleuten betreut werden müssen. Damit rückt das



Thema Schulung und Fortbildung in den Social Media für Mitarbeitende der ELKB in den Vordergrund (siehe unten).

Konkretion: Externe Kommunikation

Das Netz sinnvoll nutzen, heißt für die ELKB, im Internet verstärkt Öffentlich-

lichkeit und Präsenz zu zeigen und als Ansprechpartner für Interessierte zur Verfügung zu stehen sowie Gemeinden, Dekanate, Einrichtungen und Dienste in ihrer Internetarbeit zu unterstützen, um das Evangelium Jesu Christi zu verbreiten.

- a) Die ELKB hat einen zeitgemäßen (d.h. Web 2.0-tauglichen) Internet-Auftritt und passt diesen kontinuierlich an mögliche Veränderungen im Internet an.
- b) Die ELKB ist in den Social Media präsent.

3.3 Kriterien für die Internetarbeit der ELKB

Kooperation, Vernetzung und Transparenz sind die Grundgedanken für die Umsetzung der Internetstrategie der ELKB.

Kooperation

Kooperation bedeutet in diesem Zusammenhang

Zusammenarbeit im Dienste der Sache (nämlich die Verkündigung sowie Kommunikation kirchlicher und religiöser Themen im Internet zu ermöglichen und sich als ELKB zeitgemäßer

Medien zu bedienen). Dazu dienen in erster Linie der Runde Tisch Internet (RTI) – jetzt Projektausschuss Internet (s.u.) –, die Teilhandlungsfeldkonferenz Internet wie die Handlungsfeldkonferenz 8 sowie die Zusammenkünfte der Internetbeauftragten der Gemeinden und Dekanate, schließlich auch der künftig regelmäßig ELKB-weit geplante Internet-Tag. Kooperation bedeutet, Projekte, Aufträge und Aufgaben zunächst darauf zu prüfen, ob sie durch die internen Gremien/Dienstleister erledigt werden können. Ziel sollte aus haushaltstechnischer Sicht sein, so viele Projekte wie möglich innerhalb der Organisationsstruktur der ELKB zu vergeben, um die internen Ressourcen zu nutzen bzw. Aufgaben und Aufträge intern vergeben zu können. Das Verfahren der Ausschreibung und des Wettbewerbs (auch intern) um Projekte ist dabei zu nutzen. Aus publizistischer Sicht geht es unter anderem auch darum, dass für die jeweilige Umsetzung die am besten geeignete Lösung zum Zug kommt.

Vernetzung

Vernetzung ist die Fähigkeit unabhängiger, zum Teil heterogener Systeme miteinander

zu kommunizieren und gegebenenfalls voneinander zu profitieren, um Informationen, Erkenntnisse und Kompetenzen auf effiziente und verwertbare Art und Weise auszutauschen bzw. sich gegenseitig zur Verfügung zu stellen, ohne dass dabei gesonderte Absprachen mit Dritten notwendig sind. Im Zusammenhang der Internetstrategie wird unter Vernetzung die Information, Kommunikation und tatsächliche virtuelle Verkopplung der verschiedenen Aktivitäten innerhalb der





ELKB verstanden. Dazu ist in der Regel die Verwendung und Einhaltung gemeinsamer (auch technischer) Standards notwendig. Das heißt gerade im technischen Bereich, möglichst von Insellösungen abzusehen, sondern solche Systeme und Softwares zu verwenden, die zu den Verwendeten kompatibel sind. Gelingende Vernetzung erfordert *Transparenz* bei allen Beteiligten, Fähigkeit zur *Kommunikation* und gegenseitigem *Vertrauen*, möglichst gleichen *Informationsstand* aller Beteiligten und *kompatible technische Umgebung*.

Transparenz | *Transparenz* bedeutet, offen miteinander zu kommunizieren in allen Richtungen.

Dies ist im Blick auf das Medium Internet von besonderer Bedeutung, da das Medium von sich aus dieses Kriterium erfordert. In diesem Zusammenhang bedeutet Transparenz, dass Absprachen und Planungen, Projekte oder Ideen, die sich aus Sitzungen und Besprechungen der Beteiligten ergeben, und die für eine größere Zielgruppe relevant sind, rasch für alle Beteiligten und Interessierte zugänglich gemacht werden.

4. Ausblick | *Die verschiedenen Player und Aktivitäten in der ELKB müssen künftig gut vernetzt sein und bleiben.*

Es gilt vor allem, Doppelarbeiten oder –entwicklungen zu vermeiden. Die Vision dabei ist, die ELKB breit im Internet aufzustellen und dabei auch Vorreiter im Reigen der Gliedkirchen zu sein, wie es die ELKB immer schon war. Dies ist freilich nicht als Selbstzweck zu verstehen, sondern im Blick darauf, dass sich die alltägliche, medial vermittelte Kommunikation verstärkt im Internet abspielt, und die Kirche dabei an vorderster Stelle dabei sein sollte.



Raum für Notizen



Evangelisch-Lutherische
Kirche in Bayern

**Das Netz sinnvoll nutzen.
Die Internet-Strategie der ELKB
Stand Oktober 2012**

Herausgegeben vom
Landeskirchenamt der
Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern
Katharina-von-Bora-Straße 11
80333 München
Tel. +49 89 5595-0

Bildrechte:

Titelbild Tischenko Irina, 9 Jon Le-Bon, 11 Martin Allinger,
13 Przemyslaw Wasilewski, 15 Luis Santos, 17 nito,
19 fenghui, 21 Barone Firenze - alle © 2012 Benutzung unter
Lizenz von Shutterstock.com, 7 Michael Schlierbach

Gestaltung:

Michael Schlierbach, 2012, schriftbildwort.de