

Matthias Müller¹

Evangelisation und neue Medien

Wir schreiben das Jahr 1881. Ein kleines Buch sorgt in Berlin für Aufsehen. In ihm sind 96 Namen verzeichnet. Die 96 Genannten werden vom Volk verspottet, denn sie sind auf eine amerikanische Erfindung hereingefallen, die sich niemals durchsetzen wird. Schnell findet sich für das Verzeichnis ein Name: Das Verzeichnis der 96 Narren.

Wer die aktualisierte Auflage aufschlägt, wird sicher nicht auf den Gedanken kommen, es sei eine Narrensammlung. Heute hat es hunderte Seiten – in Großstädten ist es mindestens zweibändig auf dünnstem Papier und hat seinen endgültigen Namen erhalten: Telefonbuch.² So können Medien, über die man einst lachte, sich so etablieren, dass man sie sich nicht mehr wegdenken mag.

Ähnlich wird es sicher mit den sogenannten „neuen Medien“ sein, die seit einigen Jahren unsere Welt prägen. Und Evangelisation? Was ist daraus geworden? „Evangelisation“ ist ein schönes Wort, das sein Anziehung (oder Wirkung) verloren hat. Irgendwie auf der Reise vom Jerusalem des Gestern nach dem Jericho von heute ist es unter die Räuber gefallen, die es geschlagen, verwundet, ausgeraubt und halbtot liegen gelassen haben. Es braucht eiligst einen Samariter, der es wagt, sich dem Wegesrand zuzuwenden und das arme Opfer auf sein Tier zu heben, zur Herberge zu bringen und es zu pflegen. Das ist besonders nötig angesichts der erhabenen Prozession von Priestern und Leviten, die sich nicht nur weigern zuzufassen, sondern, wie wir fürchten, innerlich das Leid des armen Verletzten belächeln, und heimlich hoffen, dass es mit ihm bald ein Ende nimmt.“³

Sicher sarkastisch – aber nicht von der Hand zu weisen. Sind die neuen Medien in der Lage, dem „Verletzten“ zu Hilfe zu eilen? Evangelisation ist Teil der Mission. Mission ist so vielfältig wie die Menschen es sind. Evangelisation mit neuen Medien ist *ein* Weg unter vielen.

¹ Matthias Müller, M.A. (USA) ist Pastor, Evangelist und Geschäftsführer des adventistischen Medienzentrums „Stimme der Hoffnung“ mit Sitz in Darmstadt.

² In: ComputerCompass Forum 1/98, hrsg Horn & Görwitz GmbH & Co. Berlin.

³ Clovis G. Chappell, *Evangelistic Sermons of Clovis G. Chappell*, Abingdon 1973, p. 40.

Evangelisation und „Alte Medien“

Die Evangelisten vergangener Zeiten waren sich bewusst, dass sie die Nähe zum Hörer brauchten und gingen dahin, wo die Menschen waren. Ebenso war Anschaulichkeit ein Gebot der Stunde. Schon Paulus bezog sich vor den Athenern auf ihren „Altar“ für den „Unbekannten Gott“.

Auch in der Geschichte meiner Kirche – der Siebenten-Tags-Adventisten – finden sich beizeiten Beispiele von engagierten Evangelisten, die versuchten, die Aufmerksamkeit der Zuhörer mit ungewöhnlichen Anschauungsmitteln zu fesseln, z.B. W.W. Simpson (USA), der 1907 35jährig starb, aber offenbar ein begnadeter Evangelist war. Er brachte große Nachbildungen der Tiere aus den Daniel-Propheteiungen auf die Bühne – in einer Zeit ohne Film geradezu spektakulär. 1940 wurde H.M.S. Richards, der Mitbegründer adventistischer Radiomission, mit dem „Award for the Best Religious Radio Broadcasts in North America“ ausgezeichnet und zwei Jahre später gab es die erste adventistische USA-weite Radiosendung.

Insofern war es nur ein logischer Schritt, als 1948 die Adventisten die „Stimme der Hoffnung“ als erstes privates christliches Radiowerk in Deutschland starteten. Die Redaktion saß in Berlin-Zehlendorf, die Produktion der Sendungen geschah in Paris, die Ausstrahlung lief über Radio Luxemburg. Heute betreibt die „Stimme der Hoffnung“ neben einer Internationalen Bibelkorrespondenzschule eine Blindenhörbücherei sowie eine Radio- und eine AV-Abteilung, die Videos und Fernsehbeiträge produziert sowie in ganz Europa christliche Satellitenübertragungen in Digitaltechnik realisiert.

Eine ähnliche Entwicklung durchlief der ERF, der als überkonfessionelles Radiowerk 1959 ins Leben gerufen wurde und 1961 die erste Sendung über Kurzwelle in den Äther schickte. Aus mutigen kleinen Anfängen hat sich ein professionell arbeitender Sender mit fast 200 Mitarbeitern entwickelt. Wer lange genug „dabei“ ist, wird sich sicher noch an die „Flanellbilder“ erinnern, ein Medium, das sowohl für Kindergottesdienste als auch für Evangelisationen genutzt wurde (in den 80er Jahren durch Folien ersetzt). Und wer evangelistisch tätig war, konnte kaum an Dias vorbeigehen. Besonders, als sie den Sprung vom Schwarz-Weiß zur Farbe geschafft hatten, waren Vorträge mit Farbdias ein Magnet bei evangelistischen Veranstaltungen.

Mitte der 90er Jahre tauchten im christlichen Gesichtsfeld zwei neue Elemente auf.

„Evangelisation und neue Medien“ - wovon reden wir?

„Blenden wir zurück ins Jahr 1988: Der Name *Internet* wird – anders als heute – hauptsächlich mit dem Austausch von Daten zwischen verschiedenen Rechnern verwendet. Das deutsche Computernetzwerk besteht aus 158 Teilnehmern. Einziger Anbieter ist die Universität Dortmund ... Verglichen mit heute, wo sich mittlerweile viele Millionen im deutschen Internet tummeln, waren die 158 Teilnehmer damals noch ein recht familiärer Kreis. Man kannte sich meistens persönlich ...“⁴

Inzwischen surfen fast 30 Millionen Deutsche im World Wide Web, von denen 80% meinen, dass das Internet sehr wichtig für sie ist und rund 37 Prozent der Deutschen nutzen es regelmäßig. Die Surfer sind nicht auf die Jugend beschränkt. „Die Gruppe der über 50jährigen verzeichnet in Deutschland den stärksten Zuwachs an Internet-Usern, zeigen Umfragen von Meinungsforschungsinstituten. Die Anzahl der sogenannten ‚Silver-Surfer‘ stieg im letzten Jahr [2001] um über zehn Prozent. Selbst in der Altersgruppe von 70 bis 90 ist mittlerweile jeder Zehnte im Internet. Die Scheu der älteren Menschen vor der Technik schwindet.“⁵

Hat die Verkündigung des Glaubens in dieser ungeheuren Vielfalt überhaupt auch nur eine geringe Chance, wahrgenommen zu werden? Viele Christen sind davon überzeugt, denn gerade die christlichen Anbieter gehören zu den Pionieren öffentlicher Internet-Seiten.

Das zweite neue Hilfsmittel ist eigentlich nur eine konsequente Fortführung der bereits bekannten Radioarbeit. Die Videotechnik wurde erschwinglicher und – noch bedeutungsvoller – die Satellitentechnik rückte durch ihre Kommerzialisierung auch in den Handlungsraum christlicher Kirchen. So gibt es im Gefolge der Amerikaner auch in Deutschland seit den 90er Jahren Evangelisationen, die mittels Satellit über Kontinente hinweg die Gute Nachricht verkündigen. Hier wäre zunächst ProChrist zu nennen, das 1993 als Großereignis von Essen aus in viele Orte übertragen wurde und eine Reihe eröffnete, die sich wachsender Beliebtheit erfreut. Billy Graham war 1993 der Evangelist, in den Folgejahren löste Ulrich Parzany (CVJM) ihn ab.

Siebenten-Tags-Adventisten fingen mit einer USA-weiten Satellitenevangelisation 1995 eine „NET“-Serie an, die 1998 in einer ersten weltweiten Evangelisation einen vorläufigen Höhepunkt fand. Evangelist war da-

⁴ Martin Haase, Ph.D., Navigieren im kybernetischen Ozean, Monatliches Informationsblatt der Stimme der Hoffnung, 08, 2002, S. 1.

⁵ Andreas Dippel, Das Feld nicht den Jüngeren überlassen!, Christliches Medienmagazin 4/2002, S. 4.

mals Dwight Nelson, Campus-Seelsorger der Andrews-Universität in Michigan. Seine 26 Vorträge wurden simultan in 40 Sprachen übersetzt und um die Welt gesendet. Seither sind adventistischerseits in Deutschland mehrere solcher Evangelisationen mit deutschen Sprechern veranstaltet worden, die besonders auf den säkularen Menschen zugeschnitten waren und auch im Ausland großen Anklang gefunden haben.

Inzwischen zeichnet sich immer stärker das Zusammenwachsen dieser technischen Neuerungen ab. Radiohören und Fernsehen im Internet wird durch immer schnellere und kostengünstigere Verbindungen attraktiv. Seit einigen Jahren wird Live-Streaming eingesetzt (quasi parallel zur Satellitensendung läuft das gleiche Programm auch im Internet). Als Sprecher der Satelliten-Evangelisation NET2001 habe ich Zuschauer-Mails beantwortet, aus denen deutlich wurde, dass Leute die Sendung nur im Internet verfolgt hatten, ohne zu einem der Versammlungsorte zu gehen bzw. wussten z.T. nicht einmal davon, dass es solche Orte gab. Der an die Satelliten- oder Live-Stream-Sendung anschließende Internet-Chat bietet die Möglichkeit der direkten Kommunikation zwischen Evangelisten und Zuschauern.

Unsere Gesellschaft lebt nicht nur mit Medien, sie lebt längst in den Medien. Vor allem Jugendliche und Männer suchen Gemeinschaft im World Wide Web – dies ist eine Zielgruppe, die von den Kirchen nicht mit großer Selbstverständlichkeit erreicht wird. Darum sollten sie Möglichkeiten des Web zur Verbreitung des Evangeliums nicht unterschätzen und keinesfalls ungenutzt verstreichen lassen.

Die Evangelisation per Satellit stieß von Anfang an nicht nur auf Begeisterung, sondern auch auf teilweise schwere Bedenken. Darauf wird noch einzugehen sein. Andererseits zeigt sich, dass die Akzeptanz bei Kirchenmitgliedern und Nichtchristen ungebrochen ist und offenbar zunimmt. Das lässt sich am einfachsten anhand von Statistiken zeigen - inklusive Risiko des Missverständens-Werdens. (Bringt man als Evangelist statistische Angaben, gibt es Leute, die sagen: „Denen geht es immer nur um Zahlen anstatt um Menschen.“ Verschweigt man die Statistik, sagen andere – oder dieselben? – über die Evangelisation: „Das ist reine Geldverschwendung und es kommt nichts dabei heraus.“) Dennoch: „Das Ziel, gute Taufzahlen zu haben, ist biblisch. Christus scheint nicht zufrieden zu sein mit Fischen ohne Fang (Lk 5, 4-11), einer leeren Festtafel (Lk 14,15-23), Säen ohne Ernte (Mt 13,3-9), einem Feigenbaum ohne Feigen, einem verlorenen Schaf ohne Hirten, einer verlorenen Münze (nach C. Peter Wagner).“⁶

⁶ Börge Schantz, A Path Straight to the Hedges, Ministerial Association, General

ProChrist2000 (ProChrist e.V.) zählte 1.400.000 Besucher an ca. 900 Veranstaltungsorten in Deutschland. Es waren 7 Abende mit Gesamtkosten von ca. 15 Mio DM. Für ProChrist2003 hatten sich drei Monate vor Beginn über 950 Orte, davon die meisten in Deutschland, zur Teilnahme angemeldet. Das Interesse an solcher Art Veranstaltung ist also ungebrochen hoch. NET2001 (STA) zählte 250.000 Besucher (etwa 15.000 pro Abend) an ca. 300 Veranstaltungsorte in Deutschland. Diese Reihe beinhaltete 14 Vortragsabende, einen Gottesdienst sowie vier Videobänder als Hauskreis-Themen mit Gesamtkosten von ca. 0,5 Mio DM.

Auch bei den Adventisten ist das Interesse weltweit an Satelliten-Evangelisationen („NET“ im Anklang an Internet, aber vor allem an das Fischernetz in der Bildersprache Jesu) ungebrochen hoch, wie nachstehende unvollständige Aufstellung belegt.

- 1995 - 1 NET - Nordamerika - 670 Gemeinden - 60.000 Teilnehmer pro Abend⁷ - 10.000 Taufen
- 1996 - 1 NET - Nordamerika, Europa - 2.500 Gemeinden - 180.000 Teilnehmer pro Abend - 15.000 Taufen
- 1997 - 1 NET - Nordamerika
- 1998 - 2 NETs - Amerika, Europa, Afrika, Indien, Asien, Australien - 17 + 40 Sprachen - über 5.000 Gemeinden - 750.000 Teilnehmer pro Abend - 25.000 Taufen
- 1999 - 8 NETs - Mittelamerika, Afrika, Papua-Neuguinea, Amerika, Europa, Australien - über 5.000 Gemeinden - ca. 1.300.000 Teilnehmer pro Abend - über 110.000 Taufen
- 2000 - 12 NETs - Nord-, Süd-, Mittelamerika. Europa. Afrika, Karibik, Südkorea,
- 2001 - 9 NETs - Mittel- und Südamerika, Afrika (16 Sprachen), Papua Neu-Guinea, Australien, Karibik, Europa (Portugal, Rumänien, Deutschland)
- 2002 - 11 NETs - Rumänien, Santo Domingo, Australien (Jugend), Kanada, Nordamerika, Deutschland - Österreich - Schweiz (Jugend), Kamerun (Afrika), Südamerika

Conference of Seventh Day Adventists, Pacific Press Publ. Ass., Nampa, ID, 2000, S. 125.

⁷ Man beachte die unterschiedliche Zählweise. Bei ProChrist geht man statistisch wie bei einer Messe vor – jeder Besucher wird als einzelner Besucher gezählt, selbst wenn er an jedem Messetag wieder kommt. Bei NET zählt man Besucher pro Abend. Das hieß bei NET98 mit 26 Abenden und 750.000 Besuchern pro Abend in anderer Zählweise ca. 19 Mio Teilnehmer!

Was spricht gegen Evangelisation mit neuen Medien?

So sehr wir uns über den Zuspruch zu evangelistischen Veranstaltungen freuen, ist es doch sinnvoll, die Methode zu hinterfragen. Ist der Einsatz von Hightech der Verkündigung des Evangeliums angemessen? Bewegen sich evangelikale Christen damit nicht auf einer Schiene, die sie selbst verurteilen? Hatten nicht viel Mahner auf die Gefahr der Manipulation durch das Fernsehen hingewiesen?

„Der Zuschauer wird in der Tat schon durch die übliche Funktionsweise des Fernsehens manipuliert. Viele Zuschauer scheinen anzunehmen, dass sie das, was sie im Fernsehen sahen, mit ihren eigenen Augen wahrnahmen. Der Zuschauer denkt, dass er selbst tatsächlich dabei war. Er *weiß* es, weil seine eigenen Augen es sahen. Er hat den Eindruck einer größeren direkten und objektiven Kenntnis als je zuvor. Für viele ist das, was sie im Fernsehen sehen, wirklicher als das, was sie mit ihren eigenen Augen in der Außenwelt sehen. Doch irrt man da sehr – man darf nicht vergessen, dass jede Minute Sendezeit bearbeitet wurde. Der Zuschauer sieht nicht das Ereignis. Er sieht eine bearbeitete Form des Ereignisses. Man sieht nie das Ereignis, sondern ein zu einem *Symbol*, zu einem *Bild verarbeitetes* Ereignis. Man fühlt und bildet sich Objektivität und Wahrheit ein; aber selbst wenn die Kameralente völlig neutral wären, würde das nicht vollständig zutreffen. Die physikalischen Begrenzungen der Kamera verlangen, dass nur ein einziger Aspekt der ganzen Situation wiedergegeben wird. Wenn die Kamera fünf Meter weiter nach rechts oder fünf Meter weiter nach links schwenken würde, könnte eine ganz andere ‚objektive Wiedergabe‘ entstehen.“⁸

Ähnlich auch Stephan Holthaus, wenn er schreibt: „Das Fernsehen ist nicht nur das Fenster zur Welt. Das wäre noch gut zu ertragen. Sondern es ist längst das Auge geworden, mit dem wir die Welt erleben. Es bestimmt den Fokus, die Schärfe, den Ausschnitt ... Medien sind nicht die Wirklichkeit, sondern spiegeln nur in Bruchstücken die Wirklichkeit wider. Dieser Zusammenhang wird heute häufig übersehen ... Medien stehen unweigerlich in der Gefahr, den Nutzer zu manipulieren.“⁹

All dies trifft zweifellos zu, wobei man im Blick auf die bisherigen Satelliten-Evangelisationen im deutschsprachigen Raum zumindest einschränkend hinzufügen muss, dass dies Live-Übertragungen waren. Damit sind

⁸ Francis Schaeffer, *Wie können wir denn leben?*, Hänssler-Verlag, Stuttgart, 4. Aufl. 1995, S. 241 f., Hervorhebungen im Original.

⁹ Stephan Holthaus, *Trends 2000*, Brunnen Verlag, Basel, Gießen, 4. Aufl. 1999, S. 165 f.

einer möglichen bewussten Manipulation durch entsprechende Bearbeitung von vornherein Grenzen gesetzt. Das schließt jedoch nicht aus, dass auch solche Veranstaltung einer gewissen „Dramaturgie“ bedarf und selbst der unvoreingenommenste Bildschnitt bei einer Live-Sendung als eine Art Manipulation gedeutet werden kann.

Die Wirkung des Evangelisten, der Musiker, Sänger usw. auf den Zuschauer ist mittels der Großleinwand anders als wenn er nur die Live-Veranstaltung von der hintersten Reihe aus verfolgen würde. Ich habe Teilnehmer an solchen Veranstaltungen gesprochen, die während einer Satelliten-Evangelisationsreihe sowohl am Austragungsort (Live) als auch an einem Übertragungsort teilgenommen haben. In der Regel empfanden sie die Veranstaltung am Übertragungsort als angenehmer oder gar beeindruckender. Dies liegt sicher auch darin begründet, dass sie am Übertragungsort keine störenden Kamerafahrten oder Bühnenauf- und -abgänge von Musikern usw. mitbekommen.

Außerdem bleibt zu fragen, ob sich die Kirche mit diesem neuen Medium nicht eines unerlaubten Hilfsmittels bedient, welches das „Menschenwerk“ wie eine dunkle Wolke vor die reine Sonne des Evangeliums schiebt. „Es gibt nur eine Methode zu evangelisieren: nämlich getreulich die Botschaft des Evangeliums zu erklären und anzuwenden. Daraus folgt – und dieses ist das Schlüsselprinzip, nach dem wir suchen – dass der Test für jegliche Art von geplanter Strategie, Technik oder Form evangelistischer Aktivität dieser ist: Dienen sie dem Wort? Sind sie so berechnet, dass dadurch das Evangelium wahrheitsgetreu und vollständig dargestellt wird und tief und genau die Hörer trifft? Insoweit sie dazu helfen, sind sie rechtens, insoweit sie dazu neigen, die Wirksamkeit der Botschaft zu verdecken oder zu verdunkeln und ihre Schärfe abzupolstern, sind sie böse und falsch.“¹⁰ Besteht vielleicht die Gefahr, sich statt auf die Wirkung des Heiligen Geistes auf die beeindruckende Technik zu verlassen? „Der Glaube an Gottes Souveränität würde die Kirche vor dem Niedergang durch Pragmatismus und Weltförmigkeit befreien. Er würde uns zurücktreiben zu biblischer Predigt. Setzen die Prediger ihr Vertrauen nur in Gottes Kraft und Gottes Wort, so brauchten sie die Botschaft nicht zu beschneiden, zurechtzubiegen oder abzuschwächen. Sie wären nicht der Meinung, durch künstliche Mittel könnten sie zahlreichere Bekehrungen erzielen. Sie sähen die Evangelisation nicht als Marketing-Problem an, sondern als das, was sie ist – die Verkündigung der göttlichen Offenbarung als dem einzigen Mittel, durch das Gott seine Auserwählten zu

¹⁰ J. I. Packer, *Evangelism and the Sovereignty of God*, Downers Grove, Ill., 1961, S. 86.

sich ruft. Sie würden sich mehr auf das Evangelium verlassen, als der ‚Kraft Gottes zur Errettung‘. Und sie würden mit den weltlichen Komödien aufhören, durch die die Kirche nur immer schneller dem Untergang entgegengetrieben wird.“¹¹

Zusammengefasst wäre auf folgende Gefahren im Zusammenhang mit der Nutzung der Satellitentechnik für Evangelisationen und Großveranstaltungen hinzuweisen:

- Gefahr der Manipulation (Großleinwand beeindruckt mehr als „echte“ Live-Situation)
- Gefahr der Massen (Großveranstaltungen suggerieren Stärke und Macht. Geht es bei Evangelisation aber nicht um den Einzelnen?)
- Gefahr der Show (das Medium verpflichtet?)
- Gefahr des Menschenkultes (Heranzüchten von „Stars“ – Gefahr für das Ego von Leuten vor der Kamera und deren „Fans“)
- Gefahr der „Aktion“ (wir sind die „Macher“ und beruhigen unser Gewissen mit derlei „Aktivitäten“, um dann wieder zum Alltag überzugehen)
- Gefahr der Technik (sie ist „un-menschlich“, eben technisch-tot anstatt menschlich nah. Aber: Nicht Technik gewinnt Menschen, sondern Menschen gewinnen Menschen.)
- Gefahr der Alibifunktion für das persönliche Zeugnis: „Jetzt kann’s ja jeder im Fernsehen sehen, also brauche ich nichts mehr zu sagen.“
- Gefahr der „Technik-Anbetung“ (Der technische Aufwand ist hoch und teuer – wenngleich bei der großen Zahl der teilnehmenden Gemeinden durchaus im Rahmen und verantwortbar. Aber: Sollten wir nicht ein Kontrastprogramm zur „Welt“ fahren? Lassen wir uns mit der Technik nicht auf das falsche Lebensprinzip ein, das uns Technik überhaupt bringt: Wir haben alles Griff – wir schalten ab, wann wir wollen – wir funktionieren – wie die Technik. Oder auch nicht, dann werden wir ausgetauscht!? Fördern wir die Hybris des Menschen, der sich durch die Technik zum Gott aufspielt nach dem Motto: Ich leiste nichts im Leben, aber ich kann gut Gas geben.)
- Gefahr der Fixierung auf Know-How und Geld. Wer ein Massenmedium benutzt, bekommt vom Zuschauer keine „Gnade“, sondern wird erbarungslos mit den Profis verglichen. Christlicher guter Wille, gepaart mit

¹¹ John F. McArthur, Wenn Salz kraftlos wird, Bielefeld 1996, S. 175 f.

amateurhafter Qualität, wird nicht akzeptiert. Das zwingt die Veranstalter zu hohen Investitionen.

Auch im Blick auf das Internet wird zu Recht auf Gefahren und Schwächen des Mediums hingewiesen.

- Die Kontakte sind oberflächlich und meist kurz
- Die Anonymität, die anfangs manchen den Erstkontakt erleichtert, steht einer Vertiefung des Kontaktes oft im Wege.
- Der Mensch wird nicht aus seinem einsamen Wohnzimmer in die Gemeinde geführt, wo er realen Kontakt zu realen Menschen hätte. Er bleibt oft einfach Beobachter, der den Absprung nicht schafft.

Was spricht für den Einsatz neuer Medien in der Evangelisation?

Jesus benutzte das Boot auf dem See Genezareth, damit er besser zu hören und zu sehen ist. (Was später gewissermaßen die Kiste im Londoner Hyde-Park war, ist heute Saal und Satellit.) Tun wir auf Hightech-Ebene nicht dasselbe wie die Glasbildkünstler und Bildhauer des frühen Mittelalters? Schließlich stellten sie bildlich dar, was verkündigt werden sollte. Missbrauch war zu jener Zeit ebenso wenig ausgeschlossen wie heute. Auch Jesus „malte“ in seinen Gleichnissen Bilder vor Augen und benutzte bekannte Geschichten, Vorgänge oder Gegenstände aus der Umgebung, um sein Anliegen zu verdeutlichen. Evangelisation per Satellit oder Internet ist effizient: *Ein* Sprecher erreicht hunderte Gemeinden und ihre Gäste gleichzeitig. Es muss nur *ein* qualitativ hochwertiges Programm für viele Gemeinden erstellt werden. Dies ist besonders für kleine Gemeinden bedeutsam, wo weder Evangelist noch Solist je hinkäme.

Satellitenevangelisation ist im Grunde eine sparsame Angelegenheit, da durch die vielen Gemeinden die Druckkosten für Werbemittel günstig werden (bei NET2001 z.B. hatte für ca. 1.500,00 Euro jeder Veranstaltungsort eine Evangelisation von hoher Qualität inklusive Werbung nach Wunsch). Der Evangelist ist für die meisten Besucher unbedrohlich fern. Was zum einen ein Nachteil ist – die Distanz – ist zum anderen ein Vorteil. Man muss nicht Angst haben, in irgendeiner Weise unter Druck zu geraten. Man kann jeder Zeit abschalten oder gehen. Das lässt dem Einzelnen viel Freiheit.

Landesweit gleichzeitig stattfindende Evangelisationen sind öffentlichkeitswirksam: Die Werbegesellschaft, in der wir leben, nimmt ein Ereignis eher wahr, wenn sie an vielen Orten die gleiche Werbung sieht. Die Nutzung

moderner Medien signalisiert, dass die Christen „aus dem Winkel“ herauskommen und nicht „hinter dem Mond“ sind.

Veranstaltungen dieser Art sind zugleich hilfreich nach „innen“. Sie stärken das Gemeinschaftsgefühl, wirken einigend und identitätsstiftend. Sie fördern verschiedene Gaben, denn jetzt können sich auf einmal Leute mit ganz anderen Gaben als traditionell in Kirchen plötzlich einbringen.

Durch evangelistische Höhepunkte per Satellit wird die Ortsgemeinde entlastet, denn sie braucht nicht selbst ein großes Programm auf die Beine zu stellen, kann sich aber je nach Kräften in das Vor- und Nachprogramm einbringen und verleiht dadurch dem Vorhaben einen lokalen „touch“. Wenn die Treffen in Gemeindesälen oder auch öffentlichen Räumen stattfinden, wird – entsprechend dem biblischen Bild vom Leib Christi – Gemeinschaft gefördert und damit einem wichtigen Anliegen von Gemeinde Rechnung getragen.

Nicht zuletzt sollte noch auf den behindertenfreundlichen Aspekt hingewiesen werden, denn nicht in allen Gemeinden gibt es Leute, die zu einer Übersetzung in die lautbegleitende Gebärdensprache in der Lage sind. So aber kann dies entweder per Einblendung in das Großbild oder auf anderem technischem Wege übermittelt werden.

Im Internet erlauben Pseudonyme eine große Offenheit – der Bildschirm dient gewissermaßen als Schutzmaske. Unvermittelt können sehr tiefe Kontakte entstehen. Einrichtungen, die Seelsorge anbieten, bekommen immer stärker mit E-Mail-Seelsorge zu tun, wo die Klienten häufig Dinge zur Sprache bringen, die sie im direkten persönlichen Kontakt nicht so leicht offenbaren würden. Beim ERF zum Beispiel haben die 12 Seelsorger monatlich zwischen 400-600 Anfragen zu bewältigen, wovon ein nicht unerheblicher Teil per E-Mail eintrifft.

Schlussfolgerungen und Ausblick

Auch durch neue Medien ändert sich an den Grundprinzipien evangelistischer Arbeit nichts: Evangelisation als Aktion ist eher schädlich als nützlich. Jesus bleibt das Vorbild. Er missionierte planvoll in Vorbereitung, Saat, Ernte und Bewahren der Ernte (Lk 10,1; Mk 4,26-29). Wenn Evangelisation nicht in den Lebensstil und das Gemeindekonzept eingebettet ist, wird sie wenig Wirkung haben. Zur Ernte werden alle gebraucht. „Von den 1007 Versen der Apostelgeschichte beziehen sich 280 auf Predigten oder Zeugnis

vom Evangelium. Weniger als 90 Verse handeln von Zeichen und Wundern, und noch weniger drehen sich um Gemeindeverwaltung.“¹²

Die praktische Erfahrung zeigt, dass Menschen dort am offensten für den Zuspruch aus Gottes Wort und die Hilfe Christi sind, wenn ihre Bedürfnisse angesprochen und – wo möglich – erfüllt werden. Daran ändern auch neue Medien nichts. Ich sage das bewusst als langjähriger Evangelist, der sowohl in traditionellen Evangelisationsformen als auch mit den neuen Medien Erfahrungen gesammelt hat. Die immer wieder bestätigte Erkenntnis ist, dass die meisten Besucher durch persönliche Kontakte zu den Evangelisationsabenden mitgekommen sind. Andere Werbemittel sollten dennoch nicht vernachlässigt werden, denn auch sie erreichen Menschen, die das Evangelium brauchen.

Bei den Satellitenevangelisationen ist im Laufe der Jahre eine Tendenz zu stärkerer Regionalisierung und Spezifizierung zu erkennen. Es gibt Übertragungen besonders für Jugendliche (Jesus House, Link2Life), weitere zum Thema Gesundheit oder Ehe sind in Vorbereitung. Die modernen Medien werden immer stärker zusammenwachsen und die Kirchen tun gut daran, diese Entwicklung im Auge zu behalten und ihren inhaltlichen Beitrag zu leisten.

Gerade bei den Jugendprogrammen tritt die Verbindung zwischen Satelliten-TV und Internet in Erscheinung, weil hier viel stärker die Interaktion gefragt ist. „Alte Hierarchien und Monopole der Meinungsbildung gibt es nicht mehr. Die Ansicht eines Schülers steht direkt neben der des Bundespräsidenten oder der Bischöfin... Eine Stärke der asynchronen Kommunikation z.B. innerhalb eines Forums [im Internet] ist die lange Haltbarkeit von Rat und Meinung. Das Internet macht keinen Stress, die Daten sind auch morgen noch zu lesen und stehen zum Download bereit.“¹³ Der Kontaktknopf auf einer homepage ist darum wichtig – er bietet immerhin die Chance der persönlichen Verbindungsaufnahme, ohne die Evangelisation nicht funktionieren kann.

Ohne persönliches Zeugnis und ehrliche Freundschaft wird kein Medium helfen, sondern es kommt immer auf den menschlichen Botschafter an, der

¹² Robert E. Coleman, *The Master Plan of Discipleship*, Fleming H. Revell (Hrsg.), Baker Book House Company, Grand Rapids, MI, 2. Aufl. 1998, S. 139, Anm 8.

¹³ Achim Blackstein, *Der Nächste ist nur einen Mausklick entfernt*, Examensarbeit zum Zweiten Theologischen Examen in der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Hannovers, 2002, S. 12 u. 29.

dem Mitmenschen das gute Wort von der Erlösung bringt. Diese Strategie – von Mensch zu Mensch – hat uns Gott gegeben, um die Welt zu evangelisieren. Um die Massen zu erreichen, muss man mit den Wenigen arbeiten.