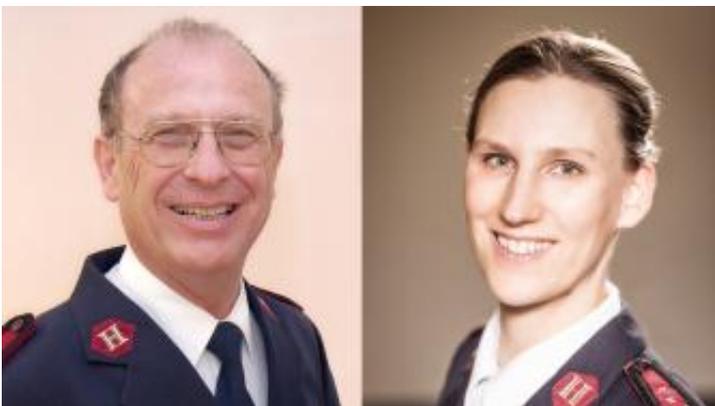


30.08.2019 von Alfred Preuß Geistliches Leben

Die neuen Medien:

Wie man das Evangelium zeitgemäß verbreiten kann



Neue und moderne Medien verändern unsere Informationsgewohnheiten. Das World Wide Web, Online-Newsletter, Facebook, Instagram & Co. – die Kommunikationswege sind vielfältig und richten sich nach den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe. Die Heilsarmee trägt dieser Veränderung Rechnung und sucht alternative Wege des Austausches und der Kommunikation mit den Interessengruppen innerhalb und außerhalb ihrer Organisation. Ein Interview mit Major Rolf Metzger und Kapitänin Anni Lindner.

Heilsarmee-Magazin (HM): Der Austausch innerhalb einer Organisation ist Teil der Unternehmenskultur. Fachleute aus Kommunikation und Personal messen dem Austausch untereinander und über alle Leitungsebenen hinweg einen hohen Stellenwert bei. Können Sie das bestätigen?

Major Rolf Metzger (RM): Der Austausch innerhalb der Heilsarmee ist besonders wichtig. Da wir ja unseren Dienst in den Strukturen einer Armee leisten, sollten wir auch wie eine Armee fest zusammenstehen. Dies ist nur möglich, wenn wir miteinander in ganz engem und festem Kontakt stehen.



Kapitänin Anni Lindner (AL): Dies ist, je nachdem, welche Strategie das Unternehmen hat, sehr verschieden. In Branchen, die auf Eigenverantwortung der Mitarbeiter setzen, spielt dies sicher eine große Rolle.

HM: Warum stehen dennoch viele Mitarbeitende dem Thema Unternehmenskommunikation skeptisch gegenüber?

RM: In unserer „digitalen Welt“ erhält das Thema Datenschutz eine besonders wichtige Stellung. Deshalb sind die Mitarbeiter einer Firma einerseits sehr darauf bedacht, nicht zu viele Einzelheiten aus ihrem persönlichen Leben preiszugeben. Andererseits fehlt vielen der Mut, sich durch klare Kommunikation angreifbar zu machen. Dabei geht es uns gemeinsam darum, dass auch andere Menschen die Botschaft der Liebe Gottes erfahren und vom Tod zum Leben finden.

AL: Ich kann nicht bestätigen, dass viele diesem Thema skeptisch gegenüberstehen. Mein Erleben ist eher, dass Angestellte sich nach mehr Austausch sehnen. Bei jedem Prozess der Veränderung kommen Fragen, Zweifel und Skepsis auf. Wenn diese jedoch ernst genommen und geduldig nach und nach ausgeräumt werden, bin ich sicher, dass auch die veränderte Kommunikation irgendwann als normal empfunden wird. Dazu ist es aber notwendig, dass alle Beteiligten sich mit den Herausforderungen und Stärken der neuen Kommunikationsformen auseinandersetzen.

HM: Können Sie Beispiele nennen, wie ein guter Austausch das Miteinander in der Organisation beflügelt oder auch hemmt?

RM: Als ich, gemeinsam mit meiner Frau, Divisionschef der Heilsarmee in Berlin war, trafen wir uns mit den Offizieren der sieben Korps regelmäßig einmal in der Woche, um uns auszutauschen und gemeinsam für die verschiedenen Anliegen zu beten. Und es wurde deutlich sichtbar, wie unser Herr unsere Anliegen erhört hat.

AL: Ein gemeinsames Ziel zu haben und als Angestellter das berechtigte Gefühl vermittelt zu bekommen, dass die eigene Arbeitsleistung für das Erreichen des Zieles notwendig und wertvoll ist, muss meiner Meinung nach die Organisation „beflügeln“. Informationen über die Ziele und Strategien der Leitung zu haben ist also für Angestellte wichtig. Allerdings ist die Art und Weise, wie diese vermittelt werden, ein wichtiger Faktor.

HM: Der persönliche Austausch ist sicher sehr wichtig. Nun ist dies aufgrund der räumlichen Distanz nicht immer möglich. Wie bewerten Sie das Heilsarmee-Magazin und



die Nachrichtenseiten auf der Homepage, um den Austausch zu fördern und Inspiration zu erhalten?

RM: Ich denke, dass man nicht Online gegen Zeitschrift ausspielen sollte. Beides hat seine Berechtigung. Der Vorteil der „Online-Plattform“ ist, dass man rasch ein Ergebnis findet, wenn man etwas Konkretes sucht. Der Nachteil jedoch ist, dass Leute nur die Informationen erhalten, die sie von sich aus tatsächlich suchen. Die Zeitschrift hingegen konfrontiert den Leser mit allen wichtigen Themen, nach denen er gar nicht gefragt hat, die aber für ihn lebenswichtig sind, wie zum Beispiel das Evangelium.

AL: Das Heilsarmee-Magazin habe ich als wertvolles Material für den internen Gebrauch in den Korps angesehen, um einen geistlichen Impuls und einen Einblick in aktuelle Begebenheiten innerhalb der Heilsarmee zu geben. Hochwertige Druckerzeugnisse machen auch heute noch einen professionellen Eindruck. Besonders für ältere Menschen, die sich noch nicht so stark digital informieren, war es wichtig. Allerdings gehen jetzt auch schon ältere Menschen dazu über, modernere Kommunikationsplattformen zu nutzen. Die Heilsarmee-Webseite ist sicher eine gute Möglichkeit, sich über die Heilsarmee im Allgemeinen zu informieren. Man muss aber gezielt nach Inhalten suchen, um die gewünschten Informationen zu erhalten. Was mir dagegen aufgefallen ist, sind kurze Infos (Foto und lustiger/interessanter Text), die von der Heilsarmee in Deutschland auf Facebook geteilt werden. Diese erscheinen dann in meinem Facebook-Feed, ohne dass ich danach suche. Top! Für die Generation Facebook ist dies eine gute Sache. Gern dürften hier auch evangelistische Inhalte erscheinen. Auf die gleiche Weise sollte – für die jüngere Generation – Instagram genutzt werden. Die Heilsarmee in Deutschland sollte meiner Meinung nach dort auch sehr präsent sein. Eine weitere Möglichkeit, Inhalte zeitgerecht zu teilen, wäre für mich ein aktuell gehaltener Heilsarmeeblog. Das Ganze sollte auf eine persönlich ansprechende Weise geschrieben sein – keine distanzierten Berichte, sondern ein Hineinnehmen in das Leben der Korps. Das würde mich begeistern!

HM: Der Blog ist sicher eine gute Idee, über die man nachdenken kann. Was könnte darüber hinaus helfen, um regelmäßig miteinander im Austausch zu bleiben?

RM: Für den kollegialen Austausch ist das Online-System sicherlich vorteilhaft, betrachtet man Aktualität, Kosten und Schnelligkeit. Allerdings gibt es eine Anzahl von Menschen, die nicht – bzw. nicht mehr – online sind und daher nicht erreicht werden.

AL: Innerhalb der Heilsarmee würde ich entweder eine Art Rundbrief, ähnlich des Gebetsrundbriefes, befürworten, der zum Beispiel monatlich geschickt oder auf der Website zur Verfügung gestellt wird. Diesen könnte man für non-digitale Korpsmitglieder bei Bedarf selbst ausdrucken.



HM: Der Gründer der Heilsarmee, General William Booth, hat sich immer sehr für neue Entwicklungen interessiert, um seine Botschaft zu verbreiten. So nutzte er früh das Automobil (erfunden von Carl Benz 1887), um die Menschen aufzusuchen und seine Botschaft zu verbreiten. Was, glauben Sie, hätte der General getan angesichts der rasanten Entwicklung neuer Medien?

RM: Er hätte sicher beide Möglichkeiten (Online und Zeitschrift) genutzt und als Visionär noch weitere entdeckt. Schließlich liebte er die Menschen und wollte nicht zusehen, wie sie verloren gehen.

AL: Er hätte dafür gesorgt, dass Menschen, die sich mit diesen Medien auskennen, aktiv am Ball bleiben und das Evangelium sowie Neuigkeiten aus der Heilsarmee in den Medien präsent halten. Wahrscheinlich hätte er gesagt: „Why should the devil have all the good posts?“ („Warum sollte der Teufel immer die besten Beiträge haben?“)

HM: Schulungen zur Nutzung der Medien hat es ja bereits gegeben. Gibt es eine Empfehlung, die Sie der Heilsarmee mitgeben möchten?

RM: Alle Wege nutzen, auf denen Menschen mit der lebensrettenden Botschaft von Jesus erreicht werden können! Schließlich geht es nicht darum, welches die besseren Medien sind, sondern wie wir Menschen retten können.

AL: Sei mutig! „Wer die Zukunft ändern will, muss die Gegenwart stören“, hat Catherine Booth gesagt. Und „Ich schäme mich des Evangeliums nicht“ ein gewisser Paulus. Lasst uns die gute Nachricht von Jesus Christus und seiner Liebe wieder ganz nach vorn in den Vordergrund holen und auch die neuen Medien damit überfluten.

HM: Die Redaktion bedankt sich bei Ihnen beiden sehr herzlich für das offene und konstruktive Gespräch. Gottes Segen auf allen unseren Wegen!

Das Interview führten Manfred Simon und Major Alfred Preuß