

Bubble bleibt Bubble

Brönnimann nahm die Herausforderung an. Jung, dynamisch, erfolgreich, alles eine Frage der Haltung. Das biologische Alter wird masslos überschätzt. Brönnimann durfte ungeniert von sich behaupten, Neuerungen gegenüber sehr aufgeschlossen zu sein. Auch beruflich bildete sich Brönnimann stets weiter. Gerade die Frage, die innerhalb der Kirche viel diskutiert wird, wie kirchenferne Menschen erreicht werden können, interessierte ihn schon länger. Brönnimann war sich bis dato nie zu schade gewesen, auf Messen oder Gewerbeausstellungen Teil des Auftritts der Kirche zu sein. Denn schliesslich ereignet sich Kirche dort, wo sich die Leute aufhalten. Man muss nur auf sie zugehen. Sein offenes Naturell und seine durchaus gewinnende Art kamen ihm da immer sehr gelegen. Unterdessen ist der Umstand schon längst kein Geheimnis mehr, dass sich ein grosser Teil unseres sozialen Lebens online abspielt. Man wählt dazu unterschiedliche Plattformen und lässt andere, teils wildfremde Menschen, teilhaben an manchmal sehr persönlichen Ereignissen. Und darüber kann man dann auch in einen gegenseitigen Austausch kommen. Auch wenn die Auftritte manchmal etwas gar inszeniert wirken und bisweilen ins leicht Exhibitionistische kippen: Wenn Menschen auf diese Weise ins Gespräch geraten über teilweise durchaus schwierige Themen, die man im direkten Kontakt eher umgeht, dann sollte man das wertschätzen und nicht einfach nur problematisieren. Und mit genau dieser wohlwollenden und interessierten Haltung hatte sich Brönnimann jüngst zu einer Weiterbildung angemeldet. Es ging darum, wie man als Pfarrperson selber sogenannten Content - also Inhalt - online zur Verfügung stellen konnte. Der Kurs wurde von mehreren jungen Leuten mitverantwortet, die mit viel Know-how und jahrelanger Erfahrung im digitalen Kosmos unterwegs waren und sich als "Influencer" einen in der Szene bekannten Namen gemacht hatten. Sprachlich hatte Brönnimann zwar zu Beginn etwas Mühe, die inflationär eingesetzten, englisch angehauchten Begriffe richtig zuzuordnen. Selbstverständlich liess er sich davon nichts anmerken, denn er war mit Abstand der älteste Teilnehmer im Raum. Sein Moment käme dann beim Aufbereiten der Inhalte, des Contents, den er kraft seiner im Vergleich zu den übrigen Kolleg:innen deutlich grösseren Lebenserfahrung garantiert mit mehr Tiefgang und Souveranität gestalten konnte. Insbesondere als er deren erste Produktionen mitansehen musste, die sich seiner Ansicht nach platt und dilettantisch mit anbiedernd jugendlicher Sprache mässig interessanten Fragestellungen widmeten (u.a. wurde die schlüpfrige Frage verhandelt, was Frau Pfarrer so unter dem Talar trägt...), fühlte er seine Stunde gekommen. Sein Anspruch war es, theologisch Relevantes so zu präsentieren, dass es für das Glaubensleben der Zuschauenden von Bedeutung sein kann. Brönnimann war ziemlich zufrieden mit seinem Blog zur Trinität. Gott in drei Personen, keine einfache Ausgangslage. Das war klar. Die Rückmeldungen der kursleitenden "Influencer" kreisten jedoch weniger um die einzelnen Naturen der göttlichen Dreifalt und darüber, inwiefern Brönnimann die komplexen Unterschiede differenziert und trotzdem verständlich heruntergebrochen habe. Sie fanden einzig den "queeren" Aspekt des Ganzen mega spannend. Man war sich zudem einig, dass sich Jesus total trans gefühlt haben musste. Brönnimann fehlten die Antworten. Darauf war er nicht gefasst gewesen. Auch beim zweiten Beitrag - ein 8 minütiges TikTok-Video zur Frage, ob bei der Feier des Abendmahls Christus nun real oder nur erinnert anwesend sei - fühlte sich Brönnimann nicht richtig verstanden. Irgendwie interessierte der als trendy bezeichnete vergoldete Abendmahlskelch mit Silberrand mehr als alles andere. Ein cooles Gadget, darüber war man sicher immerhin einig. Nicht jedoch bei der Frage, ob Weisswein oder Rotwein stylischer überkäme oder ob man nicht besser zu Wodka greifen sollte. Der wäre immerhin farblos und durchsichtig und würde das Gold krass zum Leuchten bringen. Unterdessen beschlich Brönnimann ein ungutes Gefühl, als er seinen dritten Beitrag vorstellen durfte. Es war ein Reel (Kurzvideo) auf Instagram, das die Frauengruppe aus Brönnimanns Kirchgemeinde frühmorgens in wallenden Gewändern beim sakralen Kreistanz zeigte, wie sie immer wieder den Taufstein umrundete und so der Mystik der schönen Geburt nachspürte. Eindrücklich, wie Brönnimann befand. Langweilig, befanden alle übrigen. Die Idee liesse sich aber durchaus zu einer heissen Tanzbattle pushen, meinte Sheena, die als "Influencerin" für künstliche Fingernägel ihr tägliches Brot verdiente. Dann wären die Moves sogar mega cool, schob sie nach. Dabei liess Sheena das Reel in 8facher Geschwindigkeit abspielen und alle fanden es in der Tat extrem amüsant. Brönnimann hingegen war bedient. Doch es geschehen noch Zeichen und Wunder. Brönnimann liess sich nicht entmutigen und produziert bis heute kirchlichen Content. Das war auch Sheenas expliziter Wunsch. Denn Brönnimanns Anzahl an Follower:innen war von Anfang an erstaunlich

hoch und sie nimmt stetig zu. Der Erfolg scheint ihm und ihr also recht zu geben. Das gleiche Phänomen ist übrigens auch bei allen anderen Kursteilnehmer:innen zu beobachten. Auch die Kirche ist sehr angetan von dieser ausgesprochen positiven Wirkung. Die Saat scheint aufzugehen. Die bemerkenswerte Breitenwirkung im digitalen Raum wird aktuell sogar wissenschaftlich ausgewertet. Die kirchlichen Entscheidungsträger sehen sich allesamt darin bestätigt, dass Innovation letztlich unbezahlbar sei und dass belohnt werde, wer sich zu bewegen wisse. Unterdessen sind längst auch andere kantonale Kirchen auf Sheena und ihr äusserst gut vernetztes Team aufmerksam geworden. Ihre Kurstätigkeit im kirchlichen Kontext wird laufend ausgebaut. Sheena und ihre Leute verdienen dabei mehr als nur gutes Geld. Und betätigen sich unermüdlich (in aller Diskretion und mit wechselnden Identitäten) als immerzu neue Follower:innen ihrer ehemaligen Kursteilnehmer:innen. Ihre Zahl ist unterdessen Legion.

Pfarrer Matthias Zehnder