



Youtube - die neue Kanzel: Möglichkeiten und Grenzen

Vor vier Wochen kam ein junger Kurde zu mir und erzählte, dass er Christ werden wolle. Er hatte sich Videos auf Youtube angesehen. Gestern sagte er: „Also hat der Sohn Gottes sich für uns Salatköpfe opfern lassen? Wie krass!“ Wie schön sind solche Begegnungen! Das wünsche ich mir mehr.



Selam Bruk ist begeistert von den Möglichkeiten des Internets, um die Botschaft von Jesus unter Menschen bekannt zu machen, die nicht in eine Kirche gehen würden.

Seit zehn Jahren leite ich den Youtube-Kanal „Bibel und Koran Team“ (<https://www.youtube.com/user/BibelundKoranTeam>). Mit einem internationalen Team erstellen wir Kurzvideos in unterschiedlichen Formaten. Von anspruchsvollen Vergleichen zwischen Bibel und Koran über Interviews in Fußgängerzonen bis hin zu emotionalen Videos, die auf Jesus hinweisen. Unsere Zielgruppen sind junge Leute, besonders Muslime, aber auch Christen und Suchende. Wenn man im Internet mit solchen Inhalten unterwegs ist, braucht man eine dicke Haut, denn es kommen auch Hasskommentare. Andererseits entstehen Kontakte zu Menschen, die offen sind für eine Diskussion.

wird das im Algorithmus „belohnt“, indem das Video öfters weiter empfohlen wird. Wenn die Videos nur kurz angeschaut werden, wird man „bestraft“, indem die Videos seltener vorgeschlagen werden. Youtube geht es dabei natürlich um den finanziellen Gewinn, den sie durch die eingeblendete Werbung erzielen. Dazu braucht es Kontinuität und langfristig gute Qualität. Erreichbar wird dies durch die finanzielle Freistellung von Mitarbeitern für die sozialen Medien.

Natürlich ist ein aussergewöhnlicher oder professioneller Inhalt eines Videos anziehend, doch das „Thumbnail“ (das Vorschaubild) entscheidet in der Regel darüber, ob das Video angeklickt wird oder nicht. Es muss den Zuschauer neugierig machen und sich abheben. Zudem sollten Videos auf Youtube höchstens sechs bis acht Minuten dauern, längere werden selten bis zum Ende angeschaut. D. h. man muss den eigenen Standpunkt in wenigen Worten einfach und lebensnah erklären.

Junge Leute nutzen Youtube oft viele Stunden täglich und folgen dabei ihren Idolen, den sogenannten Influencern. Diese betreiben einen eigenen Kanal und laden regelmäßig (manchmal täglich) Videos/Fotos etc. hoch, in denen sie ihre Fans an ihrem Leben teilhaben lassen. Muslimische Konvertiten mit einem christlichen Hintergrund nutzen dieses Format öfters. Christen, die Jesus lieben, und einen muslimischen Hintergrund haben und in ihr alltägliches Leben blicken lassen, findet man auf Youtube leider nicht. **Es fehlen Vorbilder, die ihr Gesicht zeigen, zu ihrer Kultur stehen, und deutlich machen: „Es ist möglich, als Türke Jesus nachzufolgen!“** Das birgt allerdings ein gewisses Gefahrenpotential für Konvertiten aus dem Islam.

Youtube selbst will die Zuschauer an sich binden. Je länger sie auf einem Clip bleiben, desto besser

Missionarische Organisationen sollten in eigene Influencer investieren. Natürlich ist es unerlässlich, solche Influencer geistlich und seelsorgerlich zu begleiten. Sie brauchen Partner, denen gegenüber sie Rechenschaft über ihr Leben ablegen. Nur so werden sie echt und ehrlich berichten, Anfechtungen standhalten und nicht nur das berichten, was ihnen hohe Zustimmung bringt. Das ist besonders wichtig für Menschen, die noch nicht so lange in der Nachfolge Jesu stehen.

Interessante Links:

- Von Isa Ibn Maryam und Jesus dem Messias:
<https://www.youtube.com/watch?v=m6lmOBS46u0>



- Ist die Bibel verfälscht?
<https://www.youtube.com/v=HReTGmjSGu8>



- Umfrage: Welche Propheten kennst du?
<https://www.youtube.com/watch?v=rlcAffyqoDo>

Ich wünsche mir, dass christliche Organisationen und Gemeinden noch stärker als bisher die Möglichkeiten von Youtube & Co. entdecken und Beziehungen zur Internetgeneration aufbauen. Dafür ist es nötig, Ressourcen an Mitarbeitern und Finanzen freizusetzen und Christen aufzubauen und zu begleiten, die als Influencer und Nachfolger Jesu in ihr Leben blicken lassen.

Selam Bruk

