

**Von:** "sprecherrat@landeskonventhannover.de" <sprecherrat@landeskonventhannover.de>  
**Datum:** Montag, 27. Februar 2017 um 10:46  
**An:** "Oppermann, Kay" <Kay.Oppermann@evlka.de>  
**Betreff:** Werbevideos „Kirchliche Berufe vorgestellt“

Sehr geehrter Herr Oppermann,

auf der letzten Tagung des DelegiertenRats im November 2016 ist die Einrichtung einer Arbeitsgruppe beschlossen worden, die sich mit den Videos, die zur Nachwuchswerbung auf der Internetseite <http://www.kirchliche-berufe.de/> zu finden sind, auseinandersetzen sollte. Da Ihre Kontaktdaten im Impressum angegeben sind, wenden wir uns an Sie, bitten Sie aber ggf. darum, unsere Nachricht an die zuständigen Personen weiterzuleiten.

Wir finden es gut, dass sich die Landeskirche Hannovers stark für die Nachwuchsgewinnung kirchlicher Berufe einsetzt und hierzu mit den verschiedenen Werbevideos ein attraktives und zeitgerechtes Medium wählt. Die Platzierung der Videos u.a. auf den Internetseiten „Facebook“ und „YouTube“ erscheint uns zielgruppenorientiert und damit angemessen. Auch wenn wir uns fragen, weshalb die Videos nicht zusätzlich auf der offiziellen Homepage der Landeskirche Hannovers zu finden bzw. dort verlinkt sind.

Als Theologiestudierende und angehende Pastor\*innen in der Landeskirche Hannovers möchten wir aber auch konstruktive Kritik an der Werbekampagne „Kirchliche Berufe“ üben. Da wir natürlich nicht für die anderen Berufsgruppen sprechen können und wollen, gehen wir im Folgenden bewusst nur auf das Video „Pastorin werden“ ein.

Indem die Pastorin bei einem Fitnesskurs gefilmt wird, gelingt es, auf den notwendigen Ausgleich zum Berufsalltag hinzuweisen und die Pastorin in einem alltäglichen Umfeld bzw. im privaten Bereich darzustellen. Das figurbetonte Sportoutfit bricht an dieser Stelle zwar deutlich mit dem Stereotyp „Talar“, jedoch sehen wir es als problematisch an, dass die Frau auf ihren schlanken und trainierten Körper reduziert werden könnte. Diese Wahrnehmung wird verstärkt, da beim Aufrufen des Videos mit einem Smartphone nicht eindeutig zu erkennen ist, dass die Pastorin im Fitnesskurs auch diejenige in der Kirche am Ende des Videos ist. Da wir auf das Video selber via Smartphone aufmerksam geworden sind, geben wir zu bedenken, dass diese Irritation auch bei anderen Zuschauenden entstehen könnte; sie wird dadurch bestärkt, dass in der Schlusssequenz eine männliche Stimme zu hören ist – wobei uns bewusst ist, dass diese zu der medialen Einheit der Werbekampagne gehört.

Inhaltlich möchten wir anmerken, dass das Video aus unserer Sicht vom Pfarrberuf abschrecken könnte, obwohl es doch für diesen werben will: In keiner Weise wollen wir infrage stellen, dass der Pfarrberuf eine Vielzahl von Tätigkeitsfeldern mit sich bringt und dass Pastor\*innen stets vor der Herausforderung stehen, zahlreichen Ansprüchen gerecht zu werden. Jedoch kommt beim Anschauen des Videos der Gedanke auf, die

Berufsgruppe der Pastor\*innen stünde vor der ständigen Gefahr, ein Burnout zu erleiden („anders packe ich das im Job nicht“). Ob ein Werbevideo ein angemessenes Medium ist, um auf die derartige Belastung im Pfarrberuf hinzuweisen, bzw. ob dies überhaupt gewollt ist, möchten wir deshalb hinterfragen.

In der Aufzählung der verschiedenen Aufgabenbereiche irritiert uns besonders die Bezeichnung der Pastorin als „Psychologin“. Sowohl im Studium als auch im Vikariat werden wir als angehende Pastor\*innen nicht psychologisch ausgebildet, sondern in Seelsorge geschult. Infolge des Videos entsteht jedoch der Eindruck, dass die Berufsgruppe der Pastor\*innen als Psycholog\*innen ansprechbar sei. Dass im Werbevideo nicht zwischen Psychologie und Seelsorge differenziert wird, bedauern wir. Um den Ausdruck „Seelsorgerin“ zu vermeiden, hätte auch „Ansprechpartnerin“ oder Ähnliches (z.B. „ich habe ein offenes Ohr“) gewählt werden können.

Die Sequenz der Pastorin im Fitnesskurs endet mit den Worten: „Die Menschen blicken zu mir auf, sollten sie eigentlich gar nicht ...“ Auch wenn die Pastorin selbst die hierarchische Struktur indirekt kritisiert, wird hier unseres Erachtens ein eher autoritäres Pfarrbild gezeichnet, was wir besonders für ein aktuelles Werbevideo unpassend finden; es steht im Gegensatz zu dem, was im Studium in der Homiletik und Poimenik gelehrt wird, und dazu, wie wir uns in unserer zukünftigen pastoralen Rolle sehen.

Wir hoffen, dass Sie unsere Anmerkungen nachvollziehen können und würden uns sehr über eine Rückmeldung freuen. Gerne wollen wir mit Ihnen über unsere Studienmotivation ins Gespräch kommen und auch in der medialen Nachwuchsgewinnung zusammenarbeiten. Als gelungenes Beispiel möchten wir hierzu bereits die Blogeinträge auf der Internetseite <http://sehnsuchtsfragen.de/> erwähnen, die von Theologiestudierenden verfasst werden.

Mit herzlichen Grüßen,

Sandra Golenia, Tobias Grotefend und Lina Hantel  
als Sprecher\*innenRat

sowie Andrea Schmidt  
im Namen der Arbeitsgruppe „Werbevideo“