

Influencer im Namen Jesu

Gebets-Apps, gläubige Influencer auf Social Media, späte Taufen: Ausgerechnet im aufgeklärten Westen finden immer mehr – vor allem junge – Menschen zum christlichen Glauben zurück.

Anna Giulia Fink

Bring! Heute schon Rosenkranz gebetet? Das fragt Hallow jene, die die Gebetsapp auf dem Startbildschirm am Handy haben. Hallow erfreut sich mit ihren Bibel-Audios, Meditationsplänen und Fasten-Challenges derart großer Beliebtheit, dass sie es zwischenzeitlich auf Platz eins im Apple Store schaffte. Und die mobile Seelsorgerin ist kein Randprogramm, sondern Teil eines größeren Trends.

Junge Influencerinnen und Influencer feiern auf Tiktok, Youtube und Co ihre religiöse Erweckung und scharen enorme Followerschaft um sich. Die Suchanfragen auf Google zum Thema Bibel steigen steil an, jene zu Christentum ebenso. Gottesdienste werden wieder öfter besucht – im Radio, Fernsehen, Internet ebenso wie physisch. Und auf beiden Seiten des Atlantiks ist erstmals seit einem halben Jahrhundert Folgendes passiert: Ausgerechnet in den säkularsten Teilen der Welt also, wo die Bevölkerung seit Jahrzehnten in Scharen vom Glauben abgefallen ist, finden viele wieder zu Gott. Der Anteil jener Menschen, die sich in Umfragen des Pew Research Centers und der EU als christlich definieren, ist in zahlreichen Ländern in den vergangenen fünf Jahren wieder gestiegen (USA), gleich geblieben (Spanien, Portugal, Italien und Finnland) oder zumindest weniger schnell gesunken (Großbritannien, Österreich, Irland) – vor allem unter den Jungen. Doch das Selbstbekenntnis kommt nicht in den Amtskirchen an: Die katholische und die evangelische Kirche leiden im globalen Norden an ungebremstem Mitgliederschwund.

Was in Gottes Namen passiert hier gerade? Wieso geht religiöser Content viral, während Kirchenbänke leer bleiben?

Queere Pfarrer und Fundis

Wer sich dieser Frage annähert, landet sehr bald auf Social Media. Hier findet man: Ordensschwwestern und -brüder, die Fragen über ihr Leben im Kloster beantworten, queere Pfarrer, christliche Heilsbotschaften gemischt mit Beauty-Tipps, liberalere sogenannte Christfluencer und solche mit fundamentalistischen Ansichten. Es ist nicht so, dass Kirchen und Religionsgemeinschaften hier gar nicht vertreten wären. Aber die Accounts mit großer Reichweite, die haben andere.

Die neuen Autoritäten in diesem neuen religiösen Raum sind oftmals junge Laien, das Zugehörigkeitsgefühl entsteht über Identifikation. Nimmt man etwa einen der Superstars der Szene her, die Deutsche Jana Hochhauser, eigentlich Ärztin und unter dem Pseudonym Jana Highholder auf Social Media unterwegs, dann sieht man: Sie haben sich zumeist in der Praxis, durch kirchliches Engagement oder Beten, mit

dem Glauben befasst. Im Fall Hochhausers in freikirchlichen Gemeinden. Ihre Hauptthemen: Liebe, Familie, die gesellschaftlichen Rollen von Frauen und Männern – streng-konservativ ausgelegt, denn Grundlage ihrer Ansichten ist die Bibel.

Auf Instagram folgen ihr über 86.000 Menschen, in ihrem Profil steht dort auf Englisch: „Klarheit in einer Welt der Verwirrungen.“ Sie spricht darüber, warum sie Jungfrau ist, Abtreibung für „egoistisch“ hält und sich Frauen einen Mann aussuchen sollen, „der deiner Unterordnung würdig ist“. Sie postet aber auch darüber, dass sie es mag, wenn im Flugzeug geklatscht wird und macht sich lustig über mieses Krankenhausessen – auf humoristische Weise, mit einem freundlichen Gesichtsausdruck.

Auch viele andere Stars der Szene stammen mehrheitlich aus dem freikirchlichen Bereich des Christentums. Dass die neue Hinwendung zum Glauben nicht zu einer Hinwendung zur Kirche geführt hat, gilt nicht für die evangelikalen Freikirchen: Sie zählen zu den am schnellsten wachsenden christlichen Gemeinschaften weltweit, am meisten in den USA, wo sie eines der wichtigsten Wählersegmente des Präsidenten sind. Evangelikale propagieren breitkonservative Werte, die Bandbreite der Auslegung ist allerdings riesig. Ihr bekanntester Vertreter ist der ermordete Aktivist Charlie Kirk.

„Sehr einfaches Weltbild“

„Es ist eindeutig eine stärkere christliche Präsenz im öffentlichen Raum da“, sagt die Theologin Sigrid Rettenbacher, die an der Privaten Pädagogischen Hochschule der Diözese Linz und auch an der US-University of Portland lehrt. „Die Frage ist nur, ob es tatsächlich immer um Religion geht oder ob christliche Inhalte missbraucht und instrumentalisiert werden.“ Sehe man sich Apps wie Hallow oder einige Social-Media-Kanäle an, dann zeige sich: „Viele traditionelle Influencer brechen unsere komplexe Welt auf ein sehr einfaches Weltbild he-

runter. So entsteht ein Ungleichgewicht, weil es weniger Kanäle mit anderen Interpretationen gibt, die anerkennen, dass unsere Welt komplexer ist. Das geht dann oft eher in Richtung Ideologie als christliche Werte.“

Rettenbacher spricht jene Positionen an, bei denen sich Rechte und Religion treffen, also die Themen Migration, beziehungsweise Islam, Frauenrechte und Gender. Übersehen werde hier etwa oft, dass „Jesus auf die Ausgeschlossenen und Marginalisierten einer Gesellschaft zugegangen ist“, arme Menschen etwa.

Gläubige Generation Z

Nicht alle, die tiktoken, youtube und instagrammen, beackern diese Kulturkampfthemen. Viele Accounts, auch aus Österreich, richten sich bewusst an eher kirchenferne Jugendliche: jener der tanzenden Schwestern der Diözese Graz beispielsweise, die von Ordensleuten und Priestern gestartete Berufungsinitiative „Gott ruft“ oder jener der unter dem Hashtag Klostertalk publizierenden Ordensschwester Ida von den Franziskanerinnen in Vöcklabruck, die über Red Bull, Nagellack und Tinder spricht.

Sie bedienen eine Sehnsucht, die Umfragen durchaus belegen. Dass Religion im traditionellen Sinne zunehmend an Bedeutung verliert, nicht aber generell, ergab auch eine im Jänner veröffentlichte Studie der Universität Wien und des ORF. 22 Prozent geben darin an, an Gott zu glauben – ein historischer Tiefstand. Verbreiteter sind demnach der Glaube an ein vorherbestimmtes Schicksal, an „höhere Energie“ oder die „Kraft des Universums“. Spiritualität und Glauben haben demnach weiterhin Bedeutung, jedoch in veränderter Form. Am meisten trifft das auf die Gruppe der 14- bis 25-Jährigen, die Generation Z, zu. Unter ihnen bejahten 30 Prozent die Frage, ob sie an Gott oder an ein höheres Wesen glauben.

Eine 2023 durchgeführte Umfrage des Meinungsforschungsinstituts

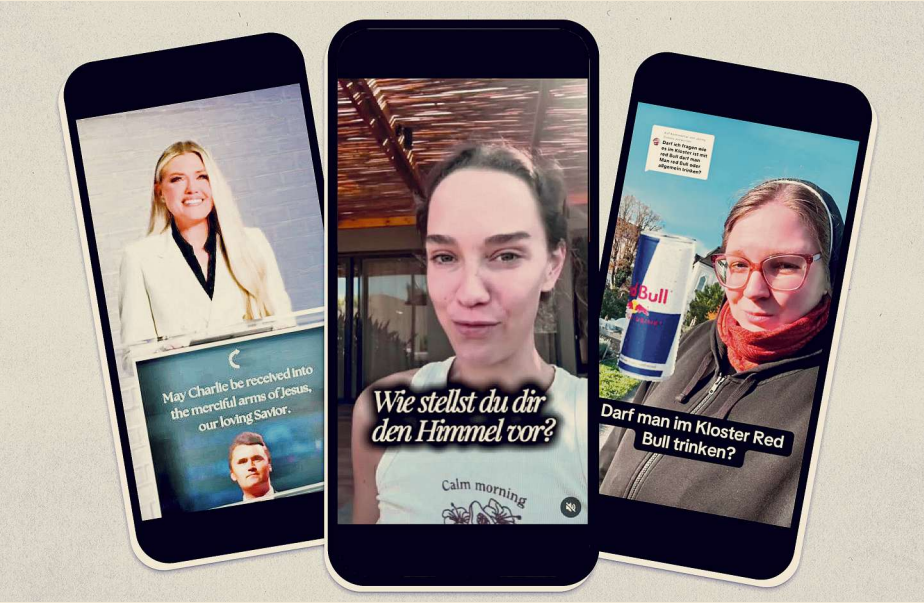
Ipsos in 26 europäischen Ländern kommt ebenfalls zum Schluss, dass sich allen voran zwischen 1997 und 2012 Geborene mit Glauben beschäftigen. Sie empfinden ihn öfter „als positiven Einfluss auf ihr Leben“ und bezeichnen ihn häufiger als „sinnstiftend“. Sie glauben außerdem in größerer Anzahl an eine höhere Macht als ihre Großeltern und

bezeichnen sich eher als „spirituell“. Sie beten häufiger als die Baby-boomer-Generation, also all jene, die zwischen 1956 und 1965 auf die Welt gekommen sind. Und sie entscheiden sich vermehrt für Erwachsenentaufen.

Berufung und Klosterleben

Wenn Religion also nicht mehr weltfremd, sondern stattdessen sogar cool ist, verändert sich dann gerade etwas Fundamentales?

Anne Goujon, Demografin an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW), ist skeptisch. Sie spricht eher von einem Trend, der im Widerspruch zur generellen Entwicklung stehe. Der nämlich „geht seit Jahrzehnten im globalen Norden weg vom Christentum“. Goujon verweist auf die Pew-Langzeitstudie für 2010 bis 2020: Christinnen und Christen machen demnach 29 Prozent und damit den größten Anteil der Weltbevölkerung aus. Aber: Der Gesamtanteil schrumpft. Einen Zuwachs gibt es nur mehr in den Ländern Afrikas südlich der Sahara, in Europa und den USA werden sie immer weniger.



COLLAGE DER STANDARD/SCREENSHOT/YOUTUBE, INSTAGRAM, TIKTOK

Drei unterschiedliche Beispiele für Christinnen, die auf Social Media aktiv sind. Von links: die Amerikanerin Erika Kirk, Witwe des ermordeten Aktivisten Charlie Kirk, die deutsche Influencerin Jana Highholder und die österreichische Tiktokerin Schwester Ida.

EROBIQUE
CORDOBA78
HAIYTI
BERGSTEIGER

24.1.
2026

radio
FM4

MAJAN
LOVEHEAD
JÜRGENS
VOODOO

DAVIDECKS
& DRUMS
FILLY
STEINER & MADLAINA

FM4
GEBURTSTAGS
FEST

oeticket+
Ottakringer
CLUB

@OTTAKRINGER
BRAUEREI

ORF FÜR ALLE