



Katholische Influencer, die auf TikTok, Instagram oder YouTube präsent sind, haben im Zuge der verschiedenen von Papst Franziskus getroffenen Entscheidungen einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt.

Einer dieser katholischen Influencer ist Bruder Paul-Adrien, der sich selbst als „einziger Priester, der sich der Evangelisation im Internet widmet“ bezeichnet. Paul-Adrien predigt jede Woche vor etwa 249.000 Abonnenten auf YouTube und etwa 58.000 Fans auf TikTok. Der 41-jährige Content-Ersteller wird auf den Plattformen der sozialen Medien inzwischen von Dutzenden französischer Priester und einigen Nonnen nachgeahmt, die einen Weg beschreiten wollen, der von Benedikt XVI. skizziert und dann von seinem Nachfolger Franziskus abgesteckt wurde. **„Habt keine Angst, Bürger des digitalen Territoriums zu werden“**, hatte sie der Papst bereits im Januar 2014 ermutigt. „Die Aufmerksamkeit für die Präsenz der Kirche sind in der Welt der Kommunikation wichtig, um mit dem Menschen von heute einen Dialog zu führen und ihn dazu zu bringen, Christus zu begegnen“, hatte der Pontifex schon vor Jahren gepredigt.

Papst Franziskus war „der erste, der diese digitale Präsenz erkannt und gefördert hat“, betont Pater Matthieu, der auf TikTok zum Star geworden ist, wo mehr als 1,2 Millionen Menschen seine Aktivitäten verfolgen. Wie bei den anderen katholischen Influencern, die jetzt von dem Sender Franceinfo befragt wurden, war der Weg des Pfarrers aus Joigny (Yonne) in die sozialen Netzwerke mit guten Absichten gepflastert. Er erklärt, dass er zunächst während der Lockdowns, als er „die Leute nicht mehr finden konnte“, die Notwendigkeit verspürt habe, in der digitalen Welt tätig zu werden. Als er sich auf YouTube und TikTok etablierte, sah der ehemalige Vermögensverwalter, dessen hellblaue Augen immer wieder hitzige Kommentare hervorrufen, eine „geniale Plattform“, um auf die Sinnfragen zu antworten, „die uns heute alle bewegen“.

@perematthieu « Conversation avec Dieu » 📌❤️📌 YT : père matthieu 📌📌
##joie##prière##apprendreaùprier##contemplation##Dieu##Jésus##JMJ 🎵
Beautiful Paradise – Aga Alamsyah

„Eine neue Form der Evangelisation“, die selbstbewusst auftritt.

Diese neue Berufung als Influencer wird manchmal auch von den Gläubigen selbst beeinflusst. „Die Jugendlichen haben mir gesagt, dass, um meine Bergfotos zu posten, Facebook ein unumgänglich ist, dass man auf Instagram sein muss“, kommentiert etwa Pater Gaspard. Der Bergsteiger, Ex-Soldat und Diplom-Ingenieur organisiert Camps für Jugendliche in Savoyen und hat sich eine Online-Präsenz geschaffen, als er feststellte, wie viel Zeit seine Schützlinge in den Netzwerken verbrachten. „Sie wollten dann, dass ich die kleinen Predigten, die ich für sie hielt, auch als Videos veröffentliche.“ Der Diözesanpriester passte



Papst Franziskus in Marseille: Katholische Influencer versuchen die französische Jugend zu interessieren

sich zunächst an das Format – weniger als eine Minute – an und fand dann seinen eigenen Stil. Beim Wandern stellt ihm ein Jugendlicher eine Frage, die von der Garderobe des Priesters bis zum Thema Selbstmord reichen kann, und er antwortet ihm spontan.

@peregaspardcraplet Montrons notre affection aux personnes tentées par le
#suicide #soul #depression #amour #ciel 🎵 son original – Gaspard Craplet,
prêtre SJMV

Die Jugendlichen, mit denen Vater Gaspard zu tun hat, geben ihm immer wieder Ratschläge, wie er seinen Bekanntheitsgrad steigern kann. Sie haben ihm beigebracht, dass „Regelmäßigkeit für den Algorithmus wichtig ist“, und ihn dazu gebracht, alle zwei Tage einen Beitrag zu veröffentlichen. Das Ziel ist, dass „jeder sich darin wiederfindet, ohne dass es langweilig wird“.

Alle von Franceinfo befragten Influencer geben zu: Ja, sie betreiben „eine neue Form der Evangelisation“, die ihrer Meinung nach funktioniert, ohne dass man dies jedoch quantitativ messen kann.