

Bistum Aachen: Junge Ideen für die digitale Ostergeschichte!

Das Bistum Aachen startet eine Digitalkampagne zu Ostern: Junge Menschen präsentieren die Passionsgeschichte modern auf Instagram Reels.



Das Bistum Aachen hat mit einer innovativen Digitalkampagne zu Ostern ein modernes Format gewählt, um die Passionsgeschichte zeitgemäß zu vermitteln. Heute, am 18. April 2025, berichten verschiedene Medien von dieser besonderen Initiative, die spannende Elemente der sozialen Medien mit biblischen Erzählungen verbindet. Die zentrale Frage der Kampagne lautet, wie die Auferstehung Christi in einer Welt wahrgenommen würde, in der Milliarden von Menschen die Ereignisse live im Fernsehen und über Social Media verfolgen.

Die Kampagne beinhaltet die tägliche Veröffentlichung von Instagram-Reels, die ab Gründonnerstag auf dem offiziellen Instagram-Kanal des Bistums Aachen zu sehen sein werden.

Diese kurzen Videos zielen darauf ab, die letzten Tage Jesu „live“ zu präsentieren, wobei sich der Inhalt auf Schlüsselszenen wie das letzte Abendmahl, die Kreuzigung und die Auferstehung konzentriert. Als zentrale Figur agiert ein TV-Reporter, dessen Rolle von Schauspieler Thomas Adamek verkörpert wird. Er berichtet von den Ereignissen und gibt den Zuschauern das Gefühl, aktiv dabei zu sein.

Interaktive Elemente und zeitgemäße Ansprache

Ein interessanter Aspekt der Kampagne ist die Einbindung von Reaktionen aus sozialen Medien. Eine Moderatorin wird diese Reaktionen im Verlauf der Berichterstattung einbringen, was das Gefühl von Interaktivität und Teilhabe verstärkt. Dabei spielen insbesondere die Gedanken und Gefühle junger Menschen aus dem Bistum Aachen eine zentrale Rolle, die ihre Kommentare zu den verschiedenen Szenen in das Projekt einfließen lassen. Diese Herangehensweise soll den Glauben nicht nur verständlicher, sondern auch zugänglicher machen.

Die Bistumssprecherin hebt hervor, dass die Aufbereitung der Passionsgeschichte in diesem modernen Format eine Brücke zwischen Tradition und Gegenwart schlagen soll. Sie betont, dass es wichtig ist, Glaubensgeschichten so zu erzählen, dass sie die heutige Generation ansprechen und für sie relevant sind. Laut **jesus.de** zielt die gesamte Kampagne darauf ab, die historischen Ereignisse verständlicher und ansprechender zu vermitteln, indem die gewohnten Medien genutzt werden.

In der Überlieferung der letzten Tage Jesu wird gezeigt, wie das historische Ereignis in einem aktuellen Kontext erlebt werden kann, wodurch eine neue Perspektive auf die christliche Botschaft erlangt wird. Eine spannende Leistung sowohl für die kreative Umsetzung als auch für die Ansprache einer neuen Zielgruppe, die möglicherweise eine andere Beziehung zu diesen Geschichten aufbauen kann. **Deutschlandfunk** hebt die damit verbundene Relevanz der Geschichten für die heutige Zeit

hervor und zeigt, wie Glaubenskommunikation neu interpretiert werden kann.

Details	
Quellen	• www.deutschlandfunk.de • www.jesus.de

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.net