

Wie kann eine Internetstrategie der Kirche aussehen, die für „Digital Residents“ attraktiv ist?

Moderne Performer, Experimentalisten, Hedonisten und Postmaterielle - gesellschaftliche Leitmilieus - sind im Social Web prominent vertreten, sie sind Digital Natives oder Digital Residents. Sie prägen das Bild dieses Mediums, dass davon lebt, dass die User_innen selbst Inhalte generieren, sich vernetzen und immer mehr ihre Identität online konstruieren. Gleichzeitig sind diese Leitmilieus – sagen uns die Sinusstudien - aber auch jene Milieus, die eine starke Distanz zur Institution Kirche haben.

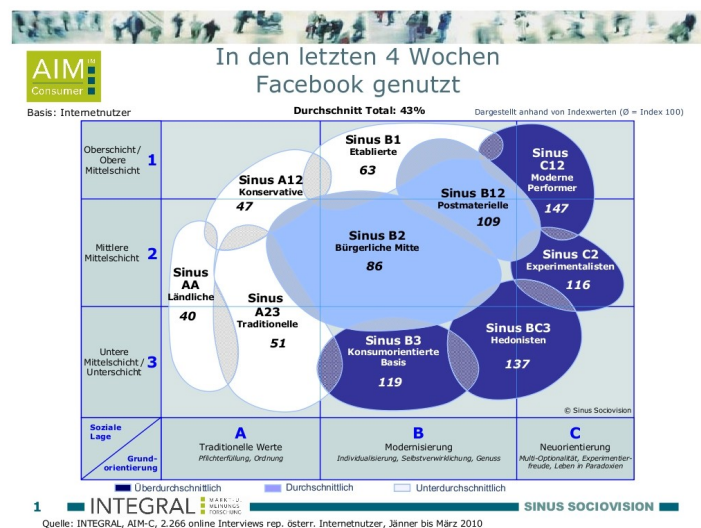
Die Aufgabe der Kirche ist es, eine gute Botschaft für alle Menschen zu verkünden, Kirche will „Kirche für alle“ sein. Will Kirche postmoderne Milieus erreichen, muss sie sich inkulturierend auf die stark von Social Media geprägte Kommunikationskultur dieser Milieus einlassen und nicht nur online, sondern auch offline passende Angebote für diese Milieus schaffen.

Wie kann eine Internetstrategie der Kirche aussehen, die für postmoderne Milieus attraktiv ist? Wer sind die Akteur_innen einer solchen Strategie?

0 Einleitung

1 Sehen: Die kirchenfernen Milieus Performer, Experimentalisten, Hedonisten und Postmaterielle sind in Social Media aktiv, sind Digital Natives und Digital Residents

- Social Media – Nicht nur eine technische, sondern eine gesellschaftliche und soziale Veränderung der Kommunikation
 - Definition(en), Begriffe Digital Natives, Digital Residents
 - Bedeutung, Zahlen, 90/9/1-Regel
 - grundlegende Merkmale: Identität / Beziehung / Information¹
- Der empirische Befund der Sinusstudien und des MDG-Trendmonitors mit Fokus auf postmoderne Milieus



2 Urteilen: „Kirche für alle“ ist ohne Social Media nicht mehr möglich

- „Kirche für alle“
 - theologische Grundlegung, es geht um die gute Botschaft für alle Menschen „Wenden aber muss sich die Kirche an alle, und auch das wegen ihrer Botschaft. Denn Gottes Heilswillen ist universal und reicht im Übrigen auch weiter als die Kirche und ihre Kommunikationsmöglichkeiten. Die Kirche ist auf den Gott Jesu verpflichtet, der aber ist der Gott aller Menschen und will das Heil aller. Und deshalb braucht die Kirche „Zielgruppenkenntnisse“. Nicht, um ihre Botschaft zu adaptieren, sondern um mit allen Kulturen heute, den globalen wie den lokalen, gemeinsam auf die Entdeckungsreise zu gehen, was es denn bedeuten könnte, an diesen Gott des Jesus zu glauben. Die Kirche weiß das nämlich nicht von vorneherein, wenn sie auch manchmal so

¹ Vgl. Kronawetter, Karl-Heinz, Verkündigung im Internet. Kommunikation des Evangeliums im Web 2.0, in: Gruber, Franz, Niemand, Christoph, Reisinger, Ferdinand (Hgg.), Geistes-Gegenwart. Vom Lesen, Denken und Sagen des Glaubens, Frankfurt/Main 2009, 411 - 425

- getan hat“².
- in postsäkularen Zeiten sind differenzierte Orte dafür notwendig, dass der eigene Anspruch eingelöst werden kann
- Rezeption der Sinusstudien: lebensweltorientierte Seelsorge
- Offizielle Stellungnahmen der Katholischen Kirche zum Internet, näherhin Social Media
- Das Paradigma der Netzinkulturation³ - das Social Web als Ort der Pastoral 2.0
„Katholizität hat schon immer bedeutet nach der je neuen Artikulationsgestalt der geoffenbarten Freundlichkeit Gottes zu suchen“⁴

3 Handeln: Kirche 3.0 - Eine Social Media-Strategie der Kirche mit postmodernen Milieus⁵

- auf der Ebene der **Kirchenkommunikation**
 - „Was nicht im Internet steht, gibt es nicht“ - Konsequenzen für Kommunikationsmaßnahmen der Kirche als Institution (es braucht Digital Natives beteiligt an der Organisationsentwicklung)
 - Beispiele anhand der Grundvollzüge:
 - *Martyria* (Zeugnis): Bekannte Persönlichkeiten/Vertreter_innen, die bloggen oder facebooken
 - *Diakonia* (Dienst): Dialogischer Ausbau von unterstützenden Angeboten, z.B. für digitale Bohème/Prekariat
 - *Leiturgia* (Gottesdienste und Sakramente): Gottesdienst-Übertragungen ins Internet - verbunden mit Rückkanälen
 - *Koinonia* (Gemeinschaft): bspw. Content für das Sharing, Facebook-Pages von Pfarrgemeinden und interaktive Internetpräsenzen eigener Milieu-Projekte
- auf der Ebene der **Glaubenskommunikation**
 - Die Person, nicht die Institution⁶ - im digitalen Alltag
 - Beispiele anhand der Grundvollzüge:
 - *Martyria* (Zeugnis): Facebook-Profil und Blogs als Ort von Glaubenszeugnissen
 - *Diakonia* (Dienst): „Freude und Hoffnung, Trauer und Angst“ wird durch ChristInnen online wahrgenommen, bspw. das Facebook-Profil als Kondulenzbuch
 - *Leiturgia* (Gottesdienste und Sakramente): bspw. Predigtvorbereitung und -nachbereitung via Facebook; Transformation kultureller Codes, bspw. Twitterfasten
 - *Koinonia* (Gemeinschaft): Einbringen von Christ_innen in Communities, z.B. gegen Abschiebungen, gegen Rassismus, Netzpolitik, ...
- als **Lernfeld**
 - „Nicht, was kann das Internet für die Kirche tun, sondern was kann die Kirche für das Internet, für die Menschen im Internet, tun“
 - Anwendung der Sinusstudien offline (postmoderne Milieus einbeziehen in die Entwicklung), Türöffner funktionieren nur, wenn das Haus das hält, was es verspricht
 - Rückkanäle von den postmodernen Milieus zur Kirche via Social Media entwickeln:
„Die Empathiefähigkeit für das Anderssein der anderen ist bei uns „Pastoralleuten“ zu stärken“⁷

2 Bucher, Rainer, Was geht und was nicht geht. Zur Optimierung kirchlicher Kommunikation durch Zielgruppenmodelle, in: http://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_04/titelstory.htm

3 Vgl. Jürgen Pelzer, "Gehet hin und bloggt!", Netzinkulturation im Zeitalter des Leitmediums Internet, in: Stimmen der Zeit 12/2010

4 Sellmann, Matthias, Sobetzko, Florian, Pastoral 2.0. Das Internet als ein Ort christlicher Inspiration, in: Herder Korrespondenz Spezial, Pastoral im Umbruch, 1-2011, 64

5 Die Differenzierung der drei Bereiche folgt: Sellmann, Matthias, Kirchen- und Glaubensmarketing, oder: Paulus reloaded, in: http://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_09/titelstory.htm

6 Berndt, Sebastian, Medialisierte soziale Kommunikation, Seelsorge 2.0: Das Referat „Glaubensinformation und Online-Beratung“, in: evangel - Magazin für missionarische Pastoral, 1/2011: Gemeinschaftsformen des Christlichen (März 2011), in: http://www.kamp-erfurt.de/level9/cms/download_user/Magazin/evangel_1-11.pdf

7 Wanke, Joachim, Was uns die Sinus-Milieu-Studie über die Kirche und ihre Pastoral sagen kann – und was nicht. Anfragen und Anregungen an Milieu-Studie und Kirche, in: Lebendige Seelsorge, Zeitschrift für praktisch-theologisches Handeln, 57. Jahrgang, 4/2006

4 Zusammenfassung und Schlußbemerkungen