



Arbeitspapier 08 aus TPT 02 und TPT 09

Digitale Glaubenskommunikation

Das Arbeitspapier 08 des Teilprojektteams 2 nimmt die digitale Glaubenskommunikation in den Blick. Es ist als Diskussionsgrundlage und Arbeitshilfe für die Phase II des Pastoralen Weges zu verstehen.

Begriffsbestimmung

Bewusst sprechen wir in diesem Papier von „Digitaler Glaubenskommunikation“. „Digital“ bezieht sich auf den gesamten Bereich des Internets, in dem Menschen zusammenkommen und miteinander interagieren, konsumieren oder sich informieren. Das Wort „Glauben“ macht deutlich, dass es nicht um reine Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Veranstaltungswerbung), sondern um den Ausdruck und/oder Verbalisierung von spirituell-religiös bedeutungsvollen und relevanten Glaubenserfahrungen geht und dadurch die Diversität des kirchlichen Lebens (einzelne Christinnen und Christen, amtliche Verkündigung, Caritas, Bildungsarbeit, Musik u.v.m.) im Zusammenspiel mit der Gesellschaft erfahrbar wird. Der Begriff „Kommunikation“ will deutlich machen, dass es (anders als es vielleicht die Begriffe „Verkündigung“ oder „Vermittlung“ tun) bei dem Vorhaben darum geht, Menschen einen kommunikativen Raum zu öffnen und einen Austausch über authentische Zeugnisse von Lebens- und Glaubenswegen aus der Inspiration des Evangeliums und der christlichen Überlieferung zu ermöglichen.

Vision

Die katholische Kirche im Bistum Mainz nimmt digitale Räume als potentielle Kirchorte wahr und ist in ihnen mit ihrer Botschaft, authentischen Glaubensbotinnen und -boten und verschiedenen Formaten präsent. Biografische, authentische und experimentierfreudige Accounts von Christinnen und Christen aller Generationen in verschiedenen sozialen Netzwerken und Plattformen und die offiziellen, institutionellen Kanäle des Bistums bieten einen persönlichen, ästhetisch und qualitativ ansprechenden sowie lebens- und alltagsrelevanten Zugang zum Glauben und eröffnen Räume für den Austausch und Interaktion über verschiedene Glaubens- und Lebensthemen. Dies geschieht im Bewusstsein, dass Glaubenskommunikation im digitalen Bereich immer auch über das Bistum hinausreicht und auch für überdiözesane Netzwerke und Kooperationen offen ist.

Votum des TPT 2/9

Um diese Vision zu realisieren, schlagen wir folgende Maßnahmen vor:

A. Rasch umsetzbar:

- strukturelle Einbindung und Verantwortlichkeit des Themas im Bistum, in Ergänzung und/oder Abgrenzung zur Öffentlichkeitsarbeit
- Vernetzung von haupt- und ehrenamtlichen Akteurinnen und Akteuren im Bistum
- Bereitschaft, sich auf den institutionellen Kanälen auf einzelne Gesichter und die biografische Verkündigung des Glaubens einzulassen: Offenheit für Initiativen und Accounts von Haupt-

und Ehrenamtlichen im Bistum oder externe Gesprächsgäste (z.B. Einbindung in Postingplan, regelmäßiges Teilen von Beiträgen, Themenwochen, projektweise Accountübernahme)

- Etablierung von digitalen Kommunikationsplattformen und Videokonferenzen als in Pastoral, Bildungsarbeit und Katechese bewährten Formaten und Tools – auch über die Pandemiezeit hinaus

B. Entwicklung (bedarf bestimmter Voraussetzungen)

- Sichtung, Förderung und Unterstützung von Ehrenamtlichen (z.B. durch Summercamp oder Fortbildungskurs)
- Spezifische Fort- und Weiterbildungsangebote für Hauptamtliche zur Professionalisierung eigener digitaler Glaubenskommunikation oder Befähigung, Elemente digitaler Glaubenskommunikation in analoge Formate (Firmvorbereitung, Glaubenskurse etc.) einzubinden
- gezielte Personalentwicklung für diesen Bereich (u.a. durch gezielte Entsendung zum Masterstudiengang Crossmediale Glaubenskommunikation an der RUB, Bochum)
- Bereitstellung von technischem Equipment (Diensthandy und -laptops mit aktueller Soft- und Hardware) und die Möglichkeit, für gezielte Projekte/Formate auch professionelle Ressourcen einzukaufen
- Entwicklung einer zielgruppendifferenzierten Strategie, wo und wie (oder auch nicht) das Bistum im digitalen Raum präsent sein will: Auswahl/Weiterentwicklung der Social Media-Kanäle, Frage nach Podcasts-Format, Entwicklung einer App, Seelsorger-Bot auf der Homepage, Gaming-Pastoral etc.
- Entwicklung von Kooperationen und Vernetzung über Konfessions-, Länder- und Bistumsgrenzen hinweg (z.B. Netzgemeinde da_zwischen)

C. Innovation (schrittweise umsetzbar, ressourcenintensiv)

- Weitere Überlegungen zu einer Unterstützungsstruktur für Akteurinnen und Akteure in der digitalen Glaubenskommunikation, z. B. durch eine zentrale Servicestelle mit theologischen, mediengestalterischen, kommunikativen und technischen Kompetenzen
 - o Unterstützung insbesondere auf Pfarrei-/Regionsebene im Bereich der digitalen Glaubenskommunikation (ggf. auch der Öffentlichkeitsarbeit) z. B. durch Beratung, bei konkreten Kampagnen- und Projektplanungen, der Erstellung von Layouts
 - o Einbezug externer Dienstleistungen
 - o Koordination, wie und wann Inhalte digitaler Glaubenskommunikation auf den Bistumskanälen erscheinen
- Projektbezogene Förderung und Unterstützung (ggf. auch durch anteilige Freistellung von Hauptamtlichen) von größeren Kampagnen und Initiativen
- Ehrenamtsmanagement: Stetige Begleitung und Förderung ehrenamtlicher Akteurinnen und Akteure
- Experimentierfreude und Fehlerfreundlichkeit sind einerseits Grundlage der digitalen Glaubenskommunikation; andererseits führt die konsequente Evaluierung von digitalen Formaten (mit Ressourcen des Bistums) zur frühzeitigen Weiterentwicklung oder der Beendigung von Projekten

D. Schnittpunkte Pastoraler Weg / über das Bistum hinaus

- Digitale Glaubenskommunikation greift die Dimensionen „Glauben teilen“ und „Leben teilen“ des Pastoralen Wegs auf: insbesondere für die Kombination aus beidem in Form von biografisch ansetzender und eine daraus resultierende lebenspraktische und relevante Glaubenskommunikation ist der digitale Raum im besonderem Maße geeignet (Kommunikation aus dem Alltag in den Alltag der Followerinnen bzw. Follower und Nutzerinnen bzw. Nutzer)

- Besonders kosten- und ressourcenintensive Projekte und Formate (z.B. Entwicklung von App zur Begleitung der Firmvorbereitung) werden überdiözesan angegangen werden – z.B. auch in Rückbindung an den VDD (Verband der Diözesen Deutschlands)

Erläuterung

Nicht erst durch die Corona-Pandemie, aber durch sie enorm beschleunigt hat Kirche das Potential des digitalen Raums auch als Ort von Glaubenskommunikation (und nicht nur als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit) entdeckt. Vielfach wurde das Potential aufgrund fehlender Kompetenzen und Ressourcen aber nicht umfassend und nachhaltig erschlossen. Wir sehen es angesichts der Digitalisierung und der stetig steigenden Bedeutung des digitalen Raums als notwendig an, dass Kirche in diesem Raum präsent ist – als Institution mit ihrer Botschaft und auch in Form von authentischen Glaubenszeuginnen und -zeugen. Das Potential ist deutlich größer als bestehende Formate ins Internet zu übertragen.

Zum Beispiel ließe sich im Bereich der Social Media durch die Einbindung, Förderung und Unterstützung von persönlich angelegten Accounts/Influencerinnen bzw. Influencer (Hauptamtliche oder Ehrenamtliche mit ganz verschiedenen Herangehensweisen) oder themenspezifische Kanäle auf den Bistumskanälen ein großer Mehrwert erzielen, der die dort hauptsächlich stattfindende Öffentlichkeitsarbeit inhaltlich ergänzt. Die einzelnen Accounts dürfen nicht vereinnahmt werden, behalten sich aber im Gegenzug die Freiheit, authentisch, konstruktiv-kritisch und überzeugend aus ihrem (Er-)Leben und Glauben zu kommunizieren.

Leichter als vor Ort und in Präsenz lassen sich Formate für einzelne Zielgruppen entwickeln und durchführen. Digitale Formate oder inhaltlicher Content kann vielfach unabhängig von Ort, Zeit oder Diaspora-Situation umgesetzt werden und ist flexibel abrufbar. Trotz der Ungleichzeitigkeit besteht für Followerinnen bzw. Follower und Nutzerinnen bzw. Nutzer die Möglichkeit zu interagieren und durch Likes, Kommentare oder durch das Teilen in eigenen Kanälen zu partizipieren. Auf dieser Basis bildet sich – wenn auch in anderer Form als in der klassischen Gottesdienstgemeinde – Gemeinschaft mit entsprechendem Dazugehörigkeitsgefühl und Interaktion. Die Nutzerin bzw. der Nutzer entscheidet selbstbestimmt über die Intensität dieser Gemeinschaft. Das ist für viele sehr attraktiv, weil es eine größere Freiheit und Flexibilität ermöglicht. Auch die Anonymität kann als Chance gesehen werden, an kirchlichen Angeboten partizipieren zu können.¹

Unterstreichen wollen wir die Notwendigkeit von (multi-)professioneller Unterstützung in dem Bereich in Form von eigenständig theologischen, mediengestalterischen, kommunikativen und technischen Kompetenzen: Nicht zuletzt durch den „iconic turn“ und die stetig steigenden Erwartungen an ästhetische und wertige Designs und Layouts (nicht nur, aber vor allen auch) im digitalen Bereich ist es für uns unabdingbar, dass Kirche sich auch hier in Zukunft deutlich professioneller aufstellt und multiprofessionelle Unterstützung für den Bereich der digitalen Glaubenskommunikation (wie auch für die Öffentlichkeitsarbeit auf Ebene des Bistums, in den Regionen und Pfarreien) anbietet. Viele inhaltlich erfolversprechende Initiativen verpuffen, werden mangels guter Kommunikation zu schwach wahrgenommen oder kommen nicht in die Umsetzung,

¹ Insbesondere Menschen, die nur hin und wieder Kontakt zu Glaube und Kirche haben, scheinen im digitalen Raum durch die Flexibilität, die selbst wählbare Intensität und mögliche Anonymität leichter ansprechbar für Themen rund um Glaube und Kirche zu sein. Das legt u.a. die Umfrage „Platz für dich?!“ (www.platzfürdich.de) unter jungen Erwachsenen nahe.

weil Ressourcen und Kompetenzen zur (grafisch ansprechenden und mediums-differenzierten) Umsetzung fehlen. Diesen Umstand zu verändern, scheint uns ein wesentlicher Faktor für eine wirkungsvolle digitale wie crossmediale Kommunikation zu sein.²

Jonas Ansorge, Tobias Dera, Anna Draxler, Sabine Eberle, Helena Gilbert, Alexandra Haustein, Aaron Torner, Katharina Unkelbach, Benedikt Beer, Ute Friedrich, Wolfgang Modery, Jomin Pulipara, Ralf Rothenbusch, Annette Reithmeier-Schmitt, Ludger Verst, Susanne Winnekens-Udovic, Lutz Brenner, Dorothea Busalt, Tobias Dulisch, Andreas Günter, Dunja Puschmann, Rainer Stephan, Pfr. Clemens Wunderle

Ergänzungen aus den Resonanzgruppen

Sachausschuss "Erneuerung und Vertiefung des Glaubens" (September 2021)

- Der Katholikenrat hatte das Thema „Digitalisierung“ (auch mit Blick auf Glaubensverkündigung) zu einem Themenschwerpunkt der laufenden Periode erklärt; eine Befassung ist aber noch nicht erfolgt
- Das Web ist eine Größenordnung, mit der Kirche (mit Blick auf die territorialen Bezüge) sonst nicht (oder nur sehr wenig) plant. Darin liegt eine Herausforderung.
- Digitales kann nicht die Begegnung ersetzen; für viele echte Glaubenserlebnisse ist die Beziehung wichtig, aber: auch andere Kirchorte haben ihre Begrenztheiten und Defizite; der digitale Kirchort birgt weitere, besondere Potenziale
 - Digitales kann den Weg zur Beziehung öffnen
 - Digitales kann einen geschützten Rahmen des Hineinschauens bieten > „Türöffner“; Unverbindlichkeit
 - Digitale Kommunikation kann Hemmschwellen überwinden und auch kirchenferne Menschen erreichbar(er) machen, die nicht zuvorderst den persönlichen Kontakt suchen würden > Chancen für Erstkontakte / initiale Begegnungen.
- Erforderlich sind theologische und digitale Kompetenz
- Eine Herausforderung liegt in der Darstellung und Auswahl von Inhalten

² Wenn eine interne Unterstützung nicht möglich ist, sollen die entsprechenden Akteurinnen und Akteure nach Möglichkeit mit einem umfangreichen Budget ausgestattet sein, um sich gezielt professionelle Ressourcen extern einkaufen zu können.