

update

jugendpastoral | 2.2011

Liebe Leserin, lieber Leser,

zum Auftrag der Jugendseelsorge im Erzbistum Köln gehört es vor allem, mit ihrer gläubigen Identität und ihrer Botschaft gerade dort präsent zu sein und sich einzubringen, wo junge Menschen sich aufhalten, sich darstellen, miteinander kommunizieren, Beziehungen knüpfen und Antworten auf ihre (Lebens- und Glaubens-)fragen suchen.

Nicht nur für Jugendliche und junge Erwachsene ist eine Welt ohne Internet kaum mehr vorstellbar. Das World-Wide-Web gehört zur Lebenswirklichkeit in Arbeit, Beruf und Freizeit. Und natürlich haben die digitalen Welten Einfluss auf die religiösen Fragen junger Menschen, auf ihre spirituellen Suchbewegungen und auf ihre Glaubenspraxis. Daher macht diese Entwicklung auch vor Kirchenportalen nicht halt und allenthalben fordern immer mehr Verantwortliche in der Kirche, den neuen „sozialen Medien“ mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen.

Diese Einsicht ist jedoch längst noch nicht selbstverständlich und so macht es Sinn, sich als Kirche die Bedeutung dieser Entwicklung vor Augen zu führen. Die vorliegende Ausgabe von „update jugendpastoral“ greift das Thema auf und dokumentiert die Religio-Altenberg-Tagung „Facebook oder Faithbook - Jugendpastoral im Web 2.0“. Die Artikel, besonders von Sellman und Sobetzko, wollen aufzeigen, was Jugendpastoral im Web 2.0 heißt und wie sie aussehen kann. Die Chancen für die und in der Verkündigung werden theologisch aus dem Sendungsauftrag des Evangeliums und dem Heilsauftrag der Kirche hergeleitet.

Viele jugendpastorale Kolleg/innen sind bereits im Netz unterwegs und das ist gut so! Die Präsenz der Jugendseelsorge im Erzbistum Köln ist längst nicht mehr vollständig zu erfassen. Von den Aktivitäten jugendpastoraler Akteure zeugen exemplarisch die Praxisberichte in dieser Ausgabe.

Eine gute Lektüre wünscht

Mike Kolb

Pfarrer Mike Kolb
Diözesanjugendseelsorger



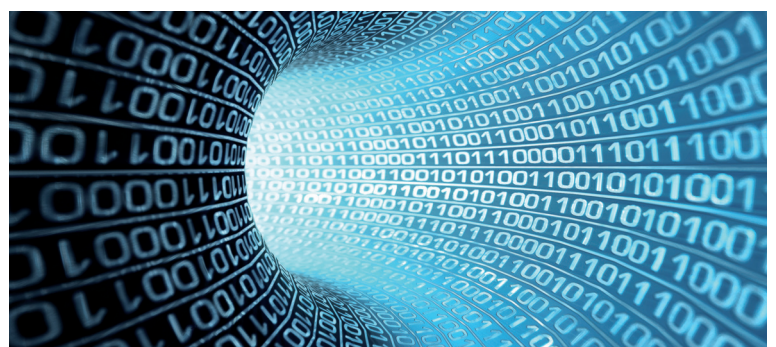
(Jugend)Pastoral im Web 2.0

„Pastoral braucht Verrückte und Leute, die mit diesen Verrückten zusammenarbeiten“. Für Matthias Sellmann, Pastoraltheologe an der Ruhr-Uni Bochum, eine wichtige Voraussetzung, wenn Kirche es ernst meint mit einer Pastoral im Web 2.0. Social Media können ein großartiges Instrument beim Aufbau kirchlicher Wirkungsorte sein, ist ein Fazit des Studenttags „Facebook oder Faithbook - Jugendpastoral im Web 2.0“ am 8. Juni 2011 in Altenberg. Aber dafür braucht es Mut und Pioniergeist, die Bereitschaft, sich öffentlich darzustellen, mal etwas auszuprobieren. Eine gewisse Verrücktheit kann da in der Tat ganz hilfreich sein.

Kirche und Medien

Setzt man das Thema „Pastoral & Web 2.0“ etwas allgemeiner unter die Überschrift „Kirche und Medien“, dann löst dieses Begriffspaar scheinbar immer noch aus: Kirche ist modern, gibt sich aufgeschlossen, will up-to-date-sein. Dabei ist das Thema Kirche und Medien – weiß Gott – kein neues Thema. Das Christentum ist als Offenbarungsreligion von vorne herein auf Mitteilung angelegt. Zunächst auf überschaubare geografische Räume begrenzt, standen die frühen Protagonisten – Propheten, Evangelisten, Apostel, Gelehrte etc. – vor der Aufgabe, die Botschaft Jesu hinaus in alle Welt zu tragen.

Religionen haben sich dabei schon immer der zeitgenössischen Medien bedient. Von ästhetisch vielleicht schönen, aber für die Weitergabe doch eher unpraktischen Höhlenmalereien oder Steintafeln →



(Jugend)Pastoral im Web 2.0

Fortsetzung



Dieter Boristowski
Abteilung Jugendseelsorge

(1. Medienrevolution), über Tierhäute, Pergament und Schriftrollen (2. Medienrevolution) bis hin zur durchgreifendsten Erfindung überhaupt, dem Buchdruck (3. Medienrevolution).

Also, Kirche und Medien, kein wirklich neues Phänomen.

Jugendpastoral und Medien bzw. Jugendpastoral im Web 2.0 doch dann erst recht nicht, oder? Denn Jugend ist scheinbar immer den aktuellen Entwicklungen gegenüber aufgeschlossen. Obwohl: das Durchschnittsalter der Facebook-Nutzer lag einer Studie aus dem Jahr 2010 zufolge bei 39 Jahren!

Zweifelsohne leben wir in einer Internetgesellschaft.

Und auch Kirche nutzt das Internet (4. Medienrevolution) und beginnt, wenn auch noch verhalten, in den sogenannten Social Media zu posten, zu twittern, zu bloggen ... Wird damit das Internet, werden die Social Media zu Garanten der erfolgreichen Weitergabe des christlichen Glaubens? Erreichen wir Jugendliche und junge Menschen eher, wenn wir uns der Medien ihrer Lebenswelt bedienen? Tragen **Social Media** - der Name verweist bereits auf Gemeinschaft, auf Beziehung hin - zur Verkündigung und Vertiefung des Glaubens bei? Oder gar zur Vergemeinschaftung im christlichen Glauben? Das wünschen sich Papst und Bischöfe ebenso wie Seelsorger und Ehrenamtliche vor Ort. Vielleicht sind aber mindestens genauso Viele noch skeptisch und blicken mit Argwohn auf die virtuelle Welt, haben eher die Grenzen und Risiken dieser Medien im Blick.

Der folgende Artikel versucht Antworten auf diese Fragen zu geben und den Fragehorizont zu erweitern. Die beiden **Autoren** haben bei o.g. Tagung als Referenten starke Impulse gesetzt: **Prof. Dr. Matthias Sellmann** von der Ruhr-Universität Bochum, der sich als Pastoraltheologe intensiv mit der Frage von Kirche in der heutigen Gesellschaft befasst. Und **Florian Sobetzko**, Pastoralreferent aus Aachen und regelmäßiger Facebooker.



Matthias Sellmann (geb. 1966)
ist seit 2009 Juniorprofessor für Pastoraltheologie an der Ruhr-Universität Bochum. Davor war er stellvertretender Leiter der Katholischen Sozialethischen Arbeitsstelle der Deutschen Bischofskonferenz und Initiator der Studie zu den kirchlichen Orientierungen in den Sinus-Milieus. Er ist Mitbegründer und Redakteur von www.sinnstiftermag.de.



Florian Sobetzko (geb. 1972)
ist am Netz seit 1994, lebt als Digitalnomade und Pastoralreferent in Aachen. Als Gründer der „kafarna:um Hauskirche von Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ verbindet er musikalische, technische und jugendpastorale Begeisterung und versteht sich als glaubender Grenzgänger.

Pastoral 2.0

Das Internet ist ein Ort christlicher Inspiration

In der katholischen Kirche in Deutschland steht man erst am Anfang, das „Web“ als kirchlichen Ort zu entdecken. Dabei sollte die enorme Bedeutung, die soziale Netzwerke, digitale Filmplattformen oder so genannte „SmartPhones“ in nur wenigen Jahren erlangten, Grund genug sein, das Internet als einen auch pastoral „heißen“ Ort anzusehen.

Seit diesem Jahr lebt ein kleines Mädchen in Ägypten und heißt „Facebook“.

Die Geschichte ging als liebenswerte Anekdote rund um den Erdball: Die Eltern, engagiert im nationalen Befreiungskampf gegen das Mubarak-Regime, wollten sich mit der Namensnennung für ihr Baby bei jener Institution bedanken, ohne die der Aufstand niemals geglückt wäre – dem sozialen Netzwerk „Facebook“. Hier hatte man den Radar der offiziellen Nachrichtenzensur unterliegen können und sich gegenseitig mobilisiert. Hier aber hatte man auch die Weltöffentlichkeit informiert über das, was während der Revolution auf dem Kairoer Tahrir-Platz geschah. Barrikaden kann man einreißen, Redaktionen schließen und Radiosender stürmen – aber man kann nicht jedem Bürger das Fotohandy wegnehmen, seine Tastaturen zertrümmern oder die Kabelverbindungen kappen. Und darum waren unsichtbar und unhörbar Millionen von Augen und Ohren in Kairo dabei: Beteiligt durch „Youtube“-Videos, Blog-Einträge, Fotos auf „flickr“, Tweets auf „Twitter“, Status-updates auf Facebook, Liveaudiofiles und „rss-feeds“. Das Regime kämpfte gegen gleich mehrere, gegen Hunderte Öffentlichkeiten – und musste weichen. Bald wird die kleine Facebook laufen und springen können – und sicher fragt sie bald ihre Eltern, wann sie ihr erstes „iPhone“ bekommt.

Rasanter technischer Wandel

Keine Frage, die Neuen Medien haben unser Kommunikationsverhalten und damit unsere Welt verändert. Und es sieht nicht so aus, als würde der digitale „Hype“ sich in Zukunft abschwächen. Lesegeräte wie das „iPad“, neue Möglichkeiten wie „Augmented reality“-Anwendungen auf Smartphones und natürlich auch solche Politskandale wie „Wikileaks“ oder der schnelle Fall des Verteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg sorgen weiter zuverlässig dafür, dass wir uns modern fühlen, wenn wir surfen – nicht, wenn wir anderen dabei zusehen. Es ist dabei müßig, mit Zahlen zu argumentieren. Heute spricht man von etwa 600 Millionen Menschen, die ein

Facebook

- Das berühmte berühmte amerikanische Sozialnetzwerk
- sehr erfolgreich und verbreitet
- in Sachen Datenschutz verheerend
- jeder Nutzer hat seine eigene Seite, auf der er seinen eigenen „Status“ publiziert und die Meldungen von „Freunden“ chronologisch sortiert vorfindet
- Interessenbasierte Gruppen mit gemeinsamer Pinnwand, Diskussionsforen, Fotoalben etc.
- Facebook Seiten für Projekte und Einrichtungen
- macht süchtig



Konto im sozialen Netzwerk „Facebook“ unterhalten. Man hört von etwa 300 000 mobilen Applikationen für Smartphones (so genannte „Apps“) und von einer nahezu kompletten Sättigung des Handy-Marktes bei jungen Leuten im Alter von 12 bis 19 Jahren (vgl. Uwe Hasebrink / Claudia Lampert, Kinder und Jugendliche im Web 2.0, in: Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 3/2011, 3 ff.).

Aber was bedeutet das schon? Übermorgen schon werden die Zahlen sich rapide verändert haben. Was man begründet vermuten kann, ist nur: Die Zahlen werden weiter steigen. Und das so rasant schnell, dass man zum Greis mutiert, wenn man die Jüngeren darauf hinweist, dass Telefone früher noch Kabel hatten und man noch den Geschmack von gummierten Briefmarken auf der Zunge kannte. Wie lang das her ist? Soziale Netzwerke, Smart Phones und „YouTube“ gibt es erst vier Jahre. Trotzdem scheint es undenkbar, die gelernten Routinen zurückzuschrauben. Allein die schiere Quantität des Phänomens kann als ein erster Grund dafür genommen werden, das Netz als einen auch pastoral „heißen“ Ort zu respektieren. Zwar gehen hier die Meinungen über die fälligen Strategien stark auseinander. Aber dass man als Kirche im Netz geschaltet sein sollte, leuchtet doch den Meisten ein. Zumal der Papst vorangeht: Benedikt XVI. nutzt seit einigen Jahren den jährlich am 24. Januar (Todesstag von Franz von Sales) terminierten katholischen „Welttag der sozialen Kommunikationsmittel“, um für das „Web“ als Evangelisierungschance zu werben. Dabei bedient er sich durchaus kämpferischer Rhetorik: 2009 hieß es, die jungen Christen sollten den „digitalen Kontinent“ missionarisch erobern; 2010 wurden den Priestern die Aufgabe zugewiesen, „dem Kommunikationsstrom des Internet eine Seele zu geben“; und in diesem Jahr forderte der Papst die Christenheit auf, im Netz selber kulturwirksam zu werden und eine eigene „christliche Stilpräsenz“ zu kreieren.

Zwei Dinge fallen an diesen Botschaften auf: Erstens gilt manchem wegen solcher Sätze Benedikt XVI. sogar schon als „Papst des Internet“, der den „Papst der Bilder“, Johannes Paul II., in guter Weise beerbt habe. Zwar weisen Journalisten süffisant darauf hin, dass er weltweit erst knapp 1000 „Freunde“ auf seinem vatikanischen „Facebook“-Account verzeichnen kann, „die Päpstin“ aber fast 20 000 und Lady Gaga als Publikumsabräumerin Nummer eins fast 27 Millionen. Aber trotzdem: Unter Benedikt XVI. hat der Vatikan seine Internetpräsenz massiv ausgebaut, einen eigenen mehrsprachigen „YouTube“-Channel mit dem Namen „vatican“ eröffnet, diesen mit den sozialen Netzwerken und einem „E-Card-Service“ an Priester verlinkt und sogar eigene „Apps“ fürs iPhone entwickeln lassen, die unter „www.pope2you.net“ zu finden sind (vgl. HK, Mai 2010, 236 ff.). →

Pastoral 2.0

Das Internet ist ein Ort christlicher Inspiration

Fortsetzung

Muss der digitale Kontinent missioniert werden?

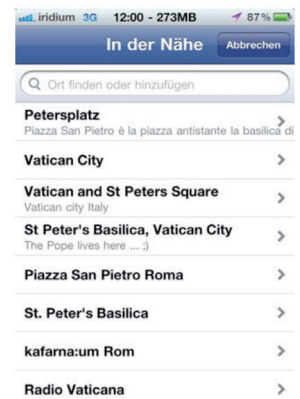
Das Zweite ist vielleicht ebenso programmatisch: Das „Web“ wird kirchlicherseits vor allem als Sphäre angesehen, der man etwas zu geben habe. Der Papst – und mit ihm eine Vielzahl pastoraler Stimmen – argumentiert im Zuwendungsparadigma: Da ist ein neuer Kontinent, der braucht jetzt eine Seele und einen christlichen Stil. Aus diesen Worten spricht sicher keine missionarische Goldgräberstimmung. Aber implizit wird doch ausgedrückt, dass das „Web“ sich selbst überlassen sozusagen auswuchert, aus sich heraus wenig ethische Selbstkorrektur aufbringt, irgendwie wild und stil- und seelenlos sei und viele Gefahren berge. Dieses eher vorsichtige Abschätzen und der sofort einrastende Ethik- und Pädagogikreflex ist seltsam typisch für kirchliche Erst- und Zweitreaktionen auf mediale Neuerungen, seien dies TV, Kino, Privatfernsehen, PC oder eben jetzt Web 2.0. Fast schon klassisch stehen sich mit Medien und Religionsgemeinschaften zwei ungleiche Schwestern gegenüber. In seinem Buch „Ende der Vorstellung – Die Poesie der Medien“ hat der Germanist Jochen Hörisch gezeigt, dass die Buchreligionen seit jeher skeptisch sein müssen angesichts der Entdeckung, „wie elegant sich jenseits der Buchstabengitter Wirklichkeit einfangen und schalten lässt“. Denn: „Wer Grund zu dem Glauben hat, das ‚Reale‘ aufzeichnen sowie weiter- und wiedergeben zu können, ist auf tradierte (...) Formen der Vorstellung des Nichtpräsenten nicht mehr so sehr angewiesen wie zuvor.“ (Frankfurt 1999, 26 f.; vgl. auch 11 ff.).

Die einschlägig verfügbaren Zahlen bestätigen diesen defensiven Umgang mit den neuen Möglichkeiten. Der im Sommer letzten Jahres erschienene Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2010“ der MDG Medien-Dienstleistung GmbH (ein Institut der DBK) untersucht das Medienverhalten deutscher Katholiken ab 16 Jahre. Hier wird zunächst festgestellt, dass die Katholiken im Internetverhalten voll im Bundesdurchschnitt liegen, hier ihre „E-Mails“ laden, sich informieren und vor allem einkaufen. (vgl. HK, Juli 2010, 344 ff.)



Facebook Places: Mein Besuch als Bekenntnis

- Aus einer Seite kann bei Eingabe einer gültigen Adresse ein Ort werden
- User können Orte festlegen
- Orte können „mir gefallen“
- Updates per Smartphone



Allerdings sorgt die mit der quantitativen Empirie verbundene qualitative Milieuperspektive sogleich für ein differenziertes Bild: Es sind vor allem die modernen, technik-affinen Lebensstile wie die der „Modernen Performer“ oder der „Etablierten“, die das Medium aktiv nutzen und mehr daraus machen als ein Schwarzes Brett, einen Postkasten oder einen regenfreien Einkaufsbummel. Das Problem: Diese „jungen Wilden“ sind leider eher kirchenfern. Der Monitor formuliert lakonisch: „Das Online-Nutzerpotenzial von Personen mit hohem Interesse an religiösen Themen kann wegen der (bisher noch) geringen Affinität dieser Personengruppe zum Internet nur zum Teil ausgeschöpft werden“ (vgl. Medien-Dienstleistung GmbH, MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation 2010, 2 Bände, München 2010).

Ein Medium sucht seine Benutzer. Nur 1 Prozent (!) aller Katholiken besucht die Angebote ihrer Kirche im Internet „häufig“, weitere 10 Prozent „ab und zu“. Umgekehrt stellt man interessanterweise fest, dass genau diejenigen Katholiken eine hohe Internetaffinität haben, die sich vom traditionellen Medienangebot der Kirche nicht erreichen lassen – dies allerdings auch nicht, um sich nun im Netz über religiöse Themen zu informieren.

Es gibt offenbar durchaus eine beträchtliche Anzahl surfender Katholiken, die aber im Netz nichts passendes Katholisches für sich finden, weil der typisch traditionelle Katholik seine Mediendistanz pflegt und religiöse Interessen lieber über die alten Medien, wie religiöses Buch oder katholische Zeitschrift, absättigt. Junge, moderne und kirchenkritische Zielgruppen werden über das Internet bisher so gut wie gar nicht erreicht. Dabei zeigt die differenzierte Analyse des Projektes zum Beispiel, dass experimentalistisch geprägte Zeitgenossen ein überdurchschnittlich hohes Surf-Interesse an Sinnfragen und an Lebenshilfe haben, allerdings ebenso weit überdurchschnittlich gerade der Kirche nicht zutrauen, Relevantes für sie aussagen zu können. Das Internet bietet noch enorm viel pastorale Gestaltungsfläche: Auf „YouTube“ werden zum Beispiel pro Minute etwa 35 Stunden Filmmaterial eingestellt. Trotzdem äußert

Junge, moderne und kirchenkritische Zielgruppen werden über das Internet bisher so gut wie gar nicht erreicht!

Facebook Pages

- Quasi eine Homepage in Facebook
- Facebookmitglieder können „gefällt mir“ klicken und bekommen dann alle Updates auf ihre Facebookseite
- Veröffentlichen von Statusupdates, Fotos, Filmen, Terminen
- Synchronisierbar mit Web-Blogs
- <http://www.facebook.com/kafarnaumaachen>



nur ein einziges mageres Prozent von Katholiken im Alter von 16 bis 29 Jahren Interesse an Online-Videos mit religiösem oder kirchlichem Inhalt. Folgerichtig endet der „Trendmonitor“ mit dem Hinweis: „Bei der Interpretation dieser ernüchternden Befunde ist allerdings in Rechnung zu stellen, dass es bislang ein breites Angebot religiöser Videos im Netz nicht gibt, die Befragten bei der Beantwortung der Frage trotz der Nennung von Beispielen (Gottesdienstaufzeichnungen, Worte zum Tag, Nachrichten aus der Kirche, geistliche Musik usw.) auch kaum konkrete Vorstellungen gehabt haben dürften, was genau sie sich unter ‚Videos mit kirchlichem oder religiösem Inhalt‘ vorzustellen haben und wie attraktiv ein solches Angebot sein kann.“ Man ist versucht zu sagen, dass die magere Antwortrate eventuell nicht trotz, sondern wegen der Nennung der Beispiele so ausfiel. All dies zeigt einen dreifachen Ansatzpunkt: Das Netz wartet erstens offenbar nicht auf katholische Impulse, sondern schafft längst eigene sinnhafte Welten. Das Vermisungserlebnis liegt – hoffentlich – bei uns, nicht bei den Anderen.

Offensichtlich kann zweitens ein reines „Zuwendungsparadigma“ der Pastoral die Komplexität der Herausforderung auch nicht annähernd schultern. Nötig ist ein „Lernparadigma“, etwa unter der Leitfrage: Welche Veränderungs- und Innovationschancen bietet uns das Netz als Ort? Was können wir hier lernen? Unter welche Zustimmungsbedingungen kommen wir ins Netz, und welche bisher nicht einmal geahnten Erkenntnis- und Artikulationsgestalten unserer Gottesrede stehen uns hier ins Haus? Und nicht zuletzt, drittens: Wer Nachfrage will, sollte Angebot schaffen.

Was bietet das Netz bereits heute für Leute, die sich durch „YouTube“, „Blogs“ (Web-Tagebücher oder -Journale) und Sozialnetzwerke im Internet inspirieren und

informieren wollen? Multiplikatoren wie Jürgen Pelzer (wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Religionspädagogik der Frankfurter Goethe-Universität) kommt das Verdienst zu, wichtige Vernetzungsdienstleistungen zu erbringen. Unter „www.netzinkulturation.de“ oder „www.kirche-imweb20.de/wiki“ bekommt man einen ersten katalogischen Einblick in das, was es so gibt. Auch eine Studie der „Akademie Bruderhilfe Pax Familienfürsorge“ zu kirchlichen Sinnangeboten im Web 2.0 erlaubt einen guten Überblick (www.kirche-imweb20.de/Bruderhilfe-Web20-Studie-Langfassung.p df).

Nimmt man weitere Manegen hinzu („www.ichurch.de“ oder „frisch-fischen.de“), so drängt sich allerdings schon nach kurzer Zeit der Eindruck auf, den die genannten „Pages“ auch meist selbst formulieren: Man steht katholisch-kirchlich erst am Anfang, das Web als kirchlichen Ort zu entdecken. Gemessen an der kulturellen Bedeutung und der nach wie vor ja vorhandenen „Feldkraft“ der katholischen Kirche verwundert es, nur so wenige sorgfältig gepflegte, offizielle kirchliche Auftritte im Internet zu finden, die das Medium entschlossen und über mehrere Ebenen hinweg nutzen. Zwar haben natürlich inzwischen alle Bistümer eigene Homepages, und einige Bistümer wie Mainz oder Trier unterhalten auch eigene „Facebook“-Konten sowie „YouTube“-Kanäle (vgl. auch www.medien-tube.de aus dem Erzbistum Köln). Aber im Ganzen herrscht doch vornehme Zurückhaltung. Vor allem fällt auf, dass man die einzelnen Distributionskanäle prominent für Informationen nutzt. Eine wirkungsstarke und auch unterhaltsame →



Pastoral 2.0

Das Internet ist ein Ort christlicher Inspiration

Fortsetzung

- Veranstaltungen programmieren und Freunde einladen
- TeilnehmerInnen können eigene Freunde einladen
- Wenn die kommt, komme ich auch!
- Profis synchronisieren mit Google Calendar

Facebook Veranstaltungen



„Performance“, die gerade bewegte Bilder ermöglichen würden, unterbleibt meistens. Traut man dem Medium zu wenig zu? Was an Wirkung auch bei uns zu erzielen wäre, zeigt beispielhaft der sehr smarte, weil immer wieder einmal leise selbstironische Auftritt vom Bistums Osnabrück (www.bistum-osna-brueck.de). Hier unterhält man seit Neuem einen eigenen „Bistums-blog“, man „twittet“, ist antreffbar in „Facebook“, und das vielfältige Bistumsleben wird auf der Fotoplatzform „flickr“ sympathisch emotionalisiert.

Im Kleinen und ohne institutionellen Segen wird viel experimentiert

Sucht man im „App-Store“ der Firma Apple nach kirchlich geprägten Anwendungen, erbringt der Suchbegriff „Bistum“ gar keine Treffer. Dabei sind gerade die „Apps“ für Smartphones großartige Möglichkeiten sozusagen für ein „Christsein to go“. Wie prima wäre es etwa: im Zug, während einer Mittagspause, beim Spaziergang über eine „App“ der Erzabtei Beuron oder eines liturgischen Institutes den aktuellen liturgischen Texten folgen zu können, permanent die Perikopen der Einheitsübersetzung abrufbar zu haben oder das Kirchenjahr erklärt zu bekommen. Leider ist bisher wenig realisiert. Zwar werden die Lutherbibel, die Elberfelder Übersetzung und auch die „Herder-Bibel“ angeboten, allerdings kostet das gut 10 Euro. Die Volx-Bibel gibt's gratis, genauso wie viele Übersetzungen wohl freikirchlicher Herkunft.

Welche neuen Aneignungspotenziale solche „Apps“ haben können, zeigen etwa die originellen Kreationen der Citykirche Wuppertal sowie die Anwendung von „kirche.tv“, herausgegeben von der

katholischen Fernseharbeit der Deutschen Bischofskonferenz (www.kirche.tv). Hier gibt's den Tagessegen als kleines „Movie“, einen ethischen Blick auf das aktuelle Mediengeschehen und das Video zum aktuellen Namenstag. Das katholische Rundfunkreferat NRW stellt fast unbemerkt täglich aktuelle Podcasts von kirchlichen Radiobeiträgen bereit. Leider ist die Programmierung der Seiten technisch nicht auf dem neuesten Stand und lässt die Anbindung an die Sozialnetzwerke vermissen.

Ansonsten wird viel experimentiert, aber eben eher im Kleinen und ohne institutionellen Segen: Zu nennen sind unter anderem die Kirchensuchmaschine „Diomira“, des Erzbistums Freiburg im „Second Life“, verschiedene Adventskalender, pastorale Audio-Tagebücher, Internetkirchen wie das optisch in die Jahre gekommene, aber hochverdiente „www.funcity.de“ oder die zum Teil sehr hochwertigen Magazine wie „www.sinnstiftermag.de“, das „www.mannamagazin.de“ oder das „froh-magazin“ des Kölner Motoki-Kollektivs. Medieninnovativ arbeitet die Aachener Jugendhauskirche „kafarna:um“. Unter „www.kafarnaum.de“ kann studiert werden, dass die neuen Medien Kulturtechniken darstellen, die tatsächlich neue pastorale Möglichkeiten erschließen. Dies gilt etwa für die Partizipationsmöglichkeiten Ehrenamtlicher, die ihren Terminkalender auf „iPod“ und Mobiltelefon mit dem der Jugendkirche synchronisieren. Kleine Werbevideos auf „Youtube“, ein magazinartig gelayouteter Newsletter mit Klickauswertung und eine über das Web einsehbare Hauskamera sorgen für die wertvolle Gewissheit, echter Teil der Gemeinde zu sein. Neue medientypische evangelisatorische Möglichkeiten erzielt die Hauskirche über virales Marketing im Netz. So kann man mit „Facebook“-Informationsbannern ganz gezielt und ganz spezifisch Zielgruppen adressieren.

Ein Beispiel: Dieses Banner soll eingeblendet werden bei 17 bis 23-Jährigen im Raum Aachen, die in ihrem Profil „Taizé“ als Interesse angegeben haben und noch nicht mit kafarna:um verbunden sind. Das sind immerhin 80 Leute, die potenziell Interesse am nächsten Taizé-Gottesdienst haben könnten und die man ohne „Facebook“ nur schwer erreicht hätte. An Gottesdienstvorlagen und Liedblättern arbeitet man von unterwegs und zuhause gemeinsam. Gemeinschaftseffekte werden auch für die erzielt, die gerade bei Aktionen nicht dabei sind, indem etwa mobile Webcams Projekte live dokumentieren, Videos von Ferienfahrten echtzeitlich auf der Homepage erscheinen, Nachrichten per iPhone mobil gebloggt werden oder die Predigt des Sonntagsgottesdienstes per „Skype“ aus Mexiko bezogen werden kann. Partizipation – Evangelisation – Gemeinschaftsbildung – das Internet erweitert medial das Handlungsspektrum für das Erreichen ganz traditioneller pastoraler Ziele.

Alles nur Technik?

Das klingt alles nach Technik, nach komplizierter obendrein. Ist denn Pastoral plötzlich gleichzusetzen mit virtuoser Computerbeherrschung? Läuft das Mediale dem Personal den Rang ab? Es wäre sehr schade, wenn dieser Eindruck eine Blockade für die entschlossene Nutzung „webbasierter“ pastoraler Kommunikation darstellen würde. Denn das Web hat nicht (nur) deswegen pastorale und theologische Bedeutung, weil viele Leute online sind und man viele raffinierte Möglichkeiten für Botschaften hätte, sondern weil hier alltäglich lebensbedeutsam kommuniziert wird. Pastoral ist ja gemäß des Zweiten Vatikanischen Konzils die Neuentdeckung der Gottesrede am gegebenen „Welt“-Ort (vgl. *Gaudium et spes*, Nr. 44), und das kann auch für ein a-topisches Medium gelten, das ja nur vorgeblich jeden Ortsbezug auflöst. Sucht man nach theologischen Motiven, die dem Web 2.0 als kommunikativem Kontext gerecht werden, landet man zum Beispiel bei der Ähnlichkeit virtueller und religiöser Rede. Wie der Fundamentaltheologe Johann Ev. Hafner konzis herausgearbeitet hat, agiert christlich-religiöses Reden immer im Modus des Versprechens. In pastoralem Handeln legen wir aus, dass Gott uns etwas (genauer: sich) versprochen hat. Ein Versprechen aber liegt als Sprechakt genau zwischen Aktualität und Potenzialität: Es versetzt den, dem etwas versprochen wird, in die Lage, aktuell bereits auf etwas zu setzen, was erst in der Zukunft eingelöst werden wird. Damit aber wird religiöses Sein im originären Sinn virtuell – es lebt aus einer Kraft, die abwesend erscheint (Gottes Benutzeroberfläche. Zur Funktion religiöser Versprechen, in: Peter Roth u. a. [Hg.], *Die Anwesenheit des Abwesenden: theologische Annäherungen an Begriff und Phänomen von Virtualität*, Augsburg 2000, 57 ff.).

Eine innovative Rolle auch in der Sakramentenpastoral

Zur derzeit heiß diskutierten Frage nach einer Kirchenbildung aus den Charismen der Leute: Die Kernphilosophie des Web 2.0 ist ja gerade die des benutzergenerierten Inhalts: Jede und jeder wird hier potenziell zum Sender, „bloggt“, „postet“, stellt Filme ein und sendet. Für eine missionarische Pastoral kann dies durchaus bedeuten, dass eine neue christliche Sprachfähigkeit gelernt werden kann. Das Web lädt ein und ermöglicht es viel mehr als bisherige Medien, jeden Einzelnen als eigene „Sendestation“ für Christsein zu verstehen und dies zu trainieren. Im „Social Web“ wird der Begriff der „Gemeinde“ in bestimmter Weise neu konfiguriert. Es wird künftig territoriale Gemeinden geben, die durch mediale Impulse aktiviert werden. Es wird personale Gemeinden geben, deren physische soziale Kontakte durch mediale Netzwerke ausgedrückt und vitalisiert werden, und es wird rein „mediale Gemeinden“ geben, für die ein Treffen im physischen Raum keine Rolle spielt. Dabei kommt es hier zu dem ebenfalls spannenden Phänomen, dass jeder gleichzeitig zu einem Gründer beziehungsweise „Leader“ eigener Gemeinden (Communities) und zu einem „Follower“ fremder Gemeinden wird. Damit werden grundlegende Kompetenzen für ekklesiale Gemeindebildungen eingeübt.

Nach der je neuen Artikulationsgestalt der geoffenbarten Freundlichkeit Gottes suchen

Spürbar diakonische Relevanz bekommt eine webbasierte Pastoral etwa über neue Möglichkeiten des Fundraisings in neuen Partizipationsräumen für Gehörlose und/oder Sprachbehinderte. Darüber hinaus ist es gerade die Anonymität beziehungsweise Maskierung

der eigenen Person, die es marginalisierten Menschen erlaubt, in einen sonst für sie sehr erschwerten „normalen“ Kommunikationsverkehr einzusteigen. Gemeint sind Menschen, die sich hässlich finden, die psychisch behindert oder traumatisiert sind, die für „Normale“ schwer verständliche Neigungen oder Gewohnheiten haben, die an einer sozialen Phobie leiden und vieles mehr. Pastoral empfängt hier die diakonische Aufgabe, gerade für diese Personen garantiert geschützte Kommunikationsräume zu eröffnen.

Eine innovative Rolle kann eine webbasierte Pastoral in der Sakramentenpastoral spielen. Denkbar und teilweise schon erprobt sind katechetische Formate, beispielsweise „Communities“ zur Erstkommunion oder der Versand spiritueller Impulse an Firmbewerber. Zu diskutieren ist dabei, unter welchen Bedingungen auch Sakramente beziehungsweise Sakramentalien virtuell gespendet werden können, zum Beispiel die Beichte. Auch wenn sich der Päpstliche Rat für die sozialen Kommunikationsmittel im Dokument „Kirche und Internet“ aus dem Jahr 2002 hier klar dagegen positioniert hat und die jüngsten Debatten um eine „Beicht-App“ für eine Urteilsbildung sehr hinderlich waren, steht angesichts der Medienentwicklungen doch die theologische Debatte an, für wie konstitutiv man die personale Anwesenheit für den wirksamen Empfang von Segen, Absolution oder gnadenhaftem Zuspruch bewerten muss. Schließlich sind Fernsehgottesdienste mit Segens- und Ablassspendungen wie etwas das weihnachtliche „Urbi et Orbi“ ebenfalls virtuelle Veranstaltungen.

Eine bedeutende pastorale Herausforderung liegt im Datenschutz und in der Technologiefolgenabschätzung für unsere Kommunikationsroutinen. Hier geht es um die Balance zwischen einer nüchternen Problemeinschätzung, die sich aber nicht zum Generalverdacht und/oder zu einer Übersteigerung der medienkritischen Attitüde auswachsen sollte. Vielleicht kann es ja sogar gelingen, eigene avantgardistische Umgangsformen mit persönlichen Daten zu entwickeln. Eine weitere Herausforderung besteht fast flächendeckend für die EDV-Abteilungen der Diözesen, denen bei den neuerdings eingehenden Wünschen nach Dienst-iPhones, „Kalendersharing“ und mobil installierten „Apps“ vermutlich ganz schummrig wird. Gerade hat man mit viel Mühe und teils großen Investitionen die Systeme sicher gemacht, da rufen pastorale Mitarbeiter nach ungefiltertem Netzzugang und avantgardistischen Funktionalitäten. Hier wird deutlich, dass eine Pastoral mit den modernen medialen Instrumenten schon vor ihrem Eintreffen in der seelsorglichen Praxis zu scheitern droht, bleibt sie weiterhin in ihrem gewohnten Paradigma institutioneller Bürokommunikation.

Vielleicht wird es in Zukunft pastorale Berufe geben, die ganz im Netz arbeiten. Vielleicht sucht und findet man die aktuellen Gottesdienstzeiten der Kirche in der Nähe, weil man auf dem „iPhone“ geositioniert ist. Vielleicht gibt es flächendeckend Bibelkreise auf „Skype“, das gemeinsame Stundengebet in virtuellen Kapellen und spannende Predigten als „Podcast“. Sicher scheint aber: Mediale pastorale Kontakte werden und wollen niemals die Ebene der personalen Konfrontation ersetzen. Und Katholizität hat schon immer bedeutet, nach der je neuen Artikulationsgestalt der geoffenbarten Freundlichkeit Gottes zu suchen. Nichts spricht dagegen, dass sein Geist auch im Netz „lebt und webt“.

Matthias Sellmann / Florian Sobetzko

Praxisspots

Der BDKJ, die Ministranten oder die OT - die meisten Verbände und Einrichtungen der Jugendpastoral sind mit Profilen in sozialen Netzwerken vertreten. Exemplarisch werden hier drei Auftritte in Facebook vorgestellt. update jugendpastoral hat die verantwortlichen Mitarbeiter/innen nach den Gründen für ihre Online-Präsenz und ihrer Einschätzung zu Chancen und Risiken der sozialen Netzwerke befragt.

„die botschaft“, Düsseldorf

Wir nutzen Facebook um für unsere Veranstaltungen zu werben. Das ist neben der persönlichen Ansprache fast noch effektiver als das Drucken von Flyern. Zudem haben wir für einige Kreise Facebook-Gruppen gegründet – z.B. für den Arbeitskreis Ministranten. Durch Facebook wissen wir sehr viel mehr Persönliches aus dem Leben der Jugendlichen. Wir können dadurch unter Umständen besser auf ihre Bedürfnisse und Probleme eingehen. Aktionen (z.B. eine Frühschicht nach dem Erdbeben in Japan) sprechen sich in Windeseile rum und viele Jugendliche nehmen spontan daran teil. **Allerdings ist eine Zusage in diesen Medien unverbindlicher als eine schriftliche Zusage.** Die Jugendlichen und auch viele Jugendseelsorger reagieren eher auf eine Anfrage bei Facebook als auf eine Anfrage per Mail. Wir fahren aber trotzdem immer zweigleisig und laden auch per Mail ein, denn nicht alle Jugendlichen sind bei Facebook. Viele Jugendliche, die in „die botschaft“ kommen, nutzen regelmäßig ihr Smartphone und posten, was sie gerade hier erleben und machen damit nebenbei auf uns aufmerksam. Erschreckend ist oftmals der sehr unbedachte Umgang mancher Jugendlichen mit diesem Medium. Das ist sicherlich ein Feld, in dem man für die Jugendlichen Aufklärungsarbeit leisten kann und Medienkompetenz vermitteln sollte.

Christian Stelljes, pädagogischer Mitarbeiter, Jugendpastorales Zentrum „die botschaft“, Düsseldorf

Stephanie Müller, Jugendseelsorge für Düsseldorf und den Rhein-Kreis Neuss

www.diebotschaft-jpz.de, www.facebook.com/diebotschaft



KjG Diözesanverband, Köln

Wir sind in mehreren Netzwerken unterwegs, bei Facebook aber auch bei Studi-VZ, um optimal unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Viele Jugendliche stehen Facebook und der dort herrschenden Datenlage kritisch gegenüberstehen und nutzen eher andere Netzwerke. **Wir nutzen die Netzwerke**, um dort aktuelle Informationen zu verbreiten, die mit unserer Homepage verlinkt sind und dort vertieft werden können. Inzwischen kündigen wir jeden neuen Artikel auf unserer Website bei den Netzwerken an, wir profitieren einfach von der hohen Dynamik der Communities. **Wir erproben die Netzwerke** seit Neustem auch, um dort Diskussionen zu aktuellen gesellschaftlichen, politischen oder theologischen Themen anzuregen. **Stichwort Medienkompetenz:** Wir weisen auf die sich ändernde Privatsphäre-Einstellungen in den Netzwerken hin, aus Verantwortung gegenüber unserer Zielgruppe. Die Netzwerke ermöglichen den schnellen Kontakt, viele Jugendliche lesen Nachrichten dort schneller als die „gute alte“ E-Mail. Vor allem aber nutzen wir die Netzwerke, um über die Menschen unserer Zielgruppe mehr zu erfahren. Wir besuchen nämlich im Gegenzug auch die Seiten unserer Mitglieder, die bei uns posten, sowie auch der KjG-Regionen und -Pfarreien. Wir erhalten dort Aufschluss über Aktivitäten, die ansonsten auch mal an uns vorbeilaufen könnten. Wir können unsere Hilfe anbieten, wenn wir von Problemen erfahren, die Mitglieder öffentlich untereinander diskutieren. Das ist der eigentliche großartige Gewinn der Netzwerke. Wir stehen dem Prinzip, Kommunikation kreisförmig zu gestalten, sehr positiv gegenüber. Wir möchten nämlich nicht nur unseren Mitgliedern etwas mitteilen, sondern auch etwas von ihnen erfahren. Nur so können wir als Diözesanstelle unsere (Bildungs)Angebote auf die Zielgruppe abstimmen. www.kjg-koeln.de



Birgit Elsner

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Katholische junge Gemeinde - Diözesanverband Köln



Jugendwohnheim Bernhard-Letterhaus, Köln

www.jugendwohnheim.com

Seit 2011 ist auch das Katholische Jugendwohnheim Bernhard Letterhaus bei Facebook. Die Idee dort mitzumachen, schwirrte schon lange in unseren Köpfen herum, aber so richtig haben wir uns nicht getraut dort einzusteigen. Die Unsicherheit dort etwas loszutreten, was sich eventuell später negativ auf unsere Einrichtung oder unsere sozialpädagogische Arbeit auswirkt war doch zu groß. Auch hatten wir uns noch nicht intensiv mit Facebook beschäftigt, obwohl alle unsere Jugendlichen dort vertreten sind. Der Druck dort einzusteigen um zu partizipieren und auch um zu verstehen wo sich unsere Jugendlichen aufhalten war schon vorhanden.

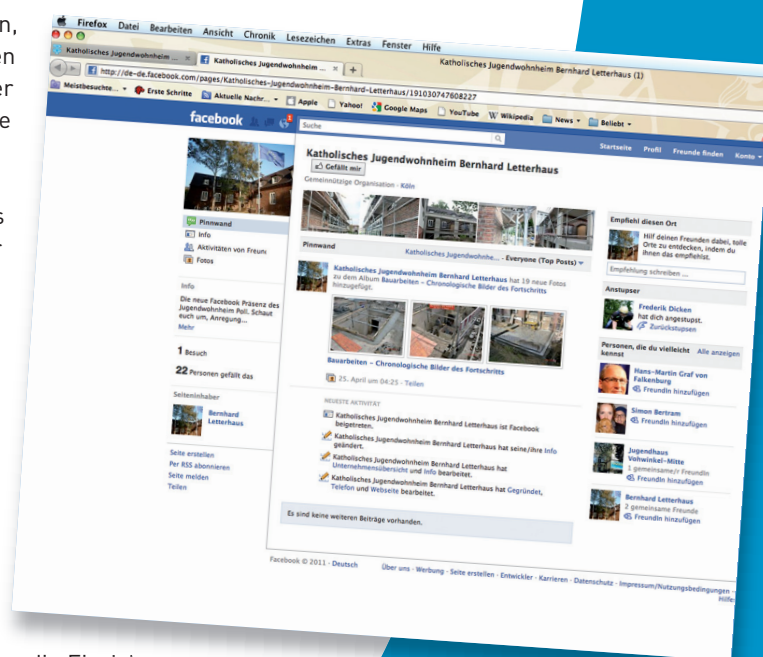
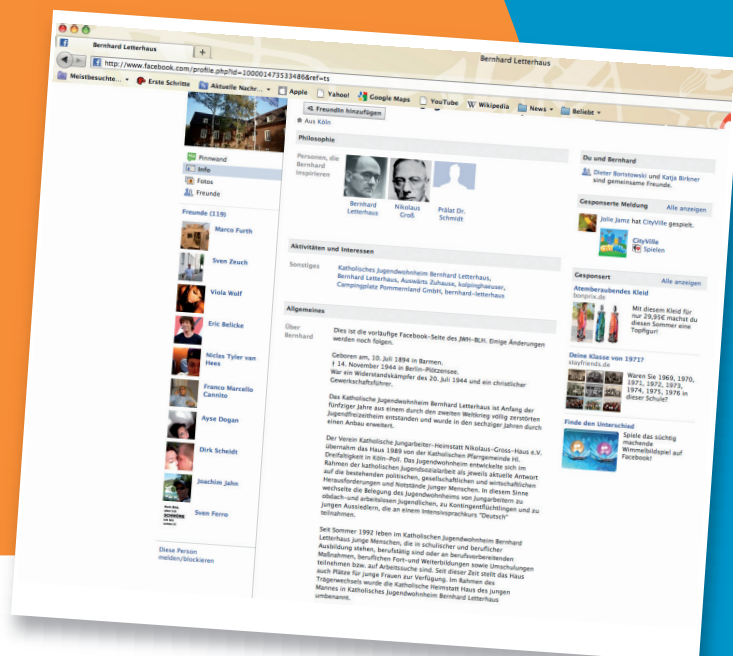
Die Ermutigung durch die Katholische Jugendfachstelle Köln, hat dazu geführt, dass wir uns den letzten Ruck gegeben haben, um bei Facebook zu starten. Auch die Präsenz der Abteilung Jugendseelsorge bei Facebook, hat uns die Entscheidung leichter gemacht hier mit zu machen.

Zum Aufbau von Facebook haben wir uns der Erfahrung eines ehemaligen Bewohners bedient, der uns mit Rat und Tat zur Seite stand und auch bis zum heutigen Tage die Seite mit administriert. Als wir mit Facebook gestartet haben, hat es keine 2 Stunden gedauert, bis alle unsere Jugendlichen im Haus wussten, dass wir dort vertreten sind. Das war schon mal ein „Aha-Effekt“ für uns. Mittlerweile haben wir ca. 120 „Freunde“ auf der Seite und es melden sich viele Ehemalige, die teilweise vor 20 Jahren bei uns gewohnt haben. Die Sorgen von einigen Bedenkensträgern im Vorfeld haben sich bisher nicht bewahrheitet. Wir haben noch keinen negativen Eintrag erhalten. Ganz im Gegenteil, können wir auf Kommentare direkt reagieren. Aber es zeigt sich wie immer bei Jugendlichen, dass diese sehr differenziert und fair urteilen, auch wenn sie z.B. aus disziplinarischen Gründen die Einrichtung verlassen mussten.

Facebook ist das Medium der Jugend, bei allen Bedenken und auch berechtigten Kritiken an diesem Forum, kommen wir an diesen Kommunikationsformen nicht vorbei. Vielleicht haben wir als Mitarbeiter der katholischen Jugendsozialarbeit sogar die Pflicht uns daran zu beteiligen, um unsere Jugendlichen auch entsprechend begleiten zu können.



Stefan Müller
Heimleiter,
Kath. Jugendwohnheim
Bernhard Letterhaus, Köln



update online
mit noch mehr Infos
und Service zum
Thema unter
www.update-jugendpastoral.de



center

Impressum

Herausgeber:

Erzbistum Köln
Abteilung Jugendseelsorge
Marzellenstraße 32
50668 Köln
Telefon 0221 1642-1941
Telefax 0221 1642-1400
www.kja.de

v.i.S.d.P.

Diözesanjugendseelsorger
Pfr. Mike Kolb

Schriftleitung:

Dieter Boristowski
Telefon 0221 1642-1941
dieter.boristowski@erzbistum-koeln.de

Autoren dieser Ausgabe:

Dieter Boristowski, Birgit Elsner,
Stefan Müller, Stephanie Müller,
Matthias Sellmann, Florian Sobetzko,
Christian Stelljes

Grafik & Layout:

Leufen Media Design, Wuppertal

Druck:

Eugen Huth GmbH & Co. KG, Wuppertal

Erscheinungsweise:

2-3x jährlich

Auflage: 3.750