

Udo Wallraf

Geobasierte Netzwerke im Kontext kirchlicher Arbeit

Chancen und Möglichkeiten

Kommunikation in Netzen

Die grundlegenden Änderungen der gesellschaftlichen Kommunikations- und Lebensstrukturen stellen auch die Kirche vor neue Herausforderungen. Die Austausch- und Arbeitsformen, die Möglichkeiten sowohl der Informationsbeschaffung wie auch der persönlichen Kontaktaufnahme bis hin zur Verortung der eigenen sozialen Identität verlagern sich rasant ins Netz und in die Communitys, welche die Wirklichkeitswahrnehmung zunehmend bestimmen. In diesen hochdynamischen Veränderungen lassen sich drei Tendenzen bestimmen: 1. die Visualisierung von Informationen und Produkten (YouTube); 2. die Verlagerung von Sozialkontakten ins Netz (Facebook); 3. die Kartografisierung und Verortung von Informationen (Google

Maps, GPSies). Hinzu kommt die hohe Entwicklungsdynamik in diesen Bereichen, sodass sich zwischen den unterschiedlichen Innovationen Synergien bilden und neue Hybridformen mit eigenem Angebot etablieren.

Auch die (Außen-)Wahrnehmung von Kirche unterliegt diesen Entwicklungen. Wer nicht im Netz vertreten ist, kommt nicht mehr vor, und umgekehrt, wer im Netz vorkommt, gewinnt an Aufmerksamkeit, Beachtung und »Freunden«. Dieses gilt besonders für die Kommunikations- und Mitmach-Angebote im Web 2.0 (bzw. Social Media). Beispielhaft seien hier die Plattformen zu Geocaching genannt, die Web-2.0-Variante der »Schnitzeljagd«, das sich zunehmend zu einem »Breitensport«, auch als neue Form der Regionalerkundung entwickelt.

Interessant ist, dass bei vielen hier abrufbaren Suchspielen Kirchen und kirchliche Orte zu finden sind, allerdings in der Regel vollkommen vom kirchlichen Kontext getrennt, nur auf das Gebäude im Rahmen des Suchspiels bezogen.

Zielsetzung und Rahmenbedingungen eines neuen Angebotes

Kirche und Kirche vor Ort kann und muss sich in diesen Strukturen einbringen, ihr eigenes Profil herausstellen und zur Geltung bringen. Spirituell wie kulturell verfügt sie über einen inhaltlichen Reichtum, der einzigartig ist. Daher sollte sie in diesen Kontexten nicht nur passiv und zufällig auftauchen, sondern ihre eigenen Angebote in den entsprechenden Formen selbst aktiv ausgestalten.

Im Netz lassen sich Kommunikationsformen etablieren und ausbauen, die der Vielschichtigkeit des kirchlichen Lebens Aktionsräume eröffnen und gleichzeitig Darstellungsmöglichkeiten nach außen bieten. Kennzeichnend für diese Plattformen sollten folgende Parameter bzw. Kriterien sein: Niederschwelligkeit, Mitmach- und Nutzungsmöglichkeiten, Austausch und Kommunikation, Kostengünstigkeit, subsidiäre Unterstützung, Cross-over und Vernetzung.

Ein erster Start einer kirchlichen Plattform in diese Richtung im Erzbistum Köln war die Einführung von www.medien-tube.de, die sich auf Visualisierung von Informationen konzentriert und sowohl Inhalte als auch Mitmachmöglichkeiten bietet. Die nun seit über drei Jahren betriebene Plattform bietet eine Vielzahl von Videos, Audios und Bilder, die nicht nur zentral abgerufen, sondern auch mit ein paar Klicks auf die eigenen Seiten eingebunden werden können. Der Content ist zum Teil usergeneriert, stammt aber auch aus Eigenproduktionen der Medienzentrale und von domradio.de. MedienTube bietet darüber hinaus umfangreiche Recherchemöglichkeiten und die Funktionalitäten eines »Web-TV«, bei dem sich der Nutzer sein »Programm« aus Beiträgen selbst zusammenstellen und abspielen oder an Freunde verschicken kann. Zu MedienTube gehört auch eine Community-Funktion mit entsprechenden Möglichkeiten.

Konzeption eines geo-basierten Netzwerks kirchlicher »Landschaften«

Eine neue, im Erzbistum Köln im Aufbau befindliche Plattform knüpft an die oben erwähnte Tendenz der kartografischen Darstellung von Informationen an. Kirche manifestiert sich heute in ihrer zentralen Rolle als »Volk Gottes« in den Seelsorgeeinrichtungen, den Pfarreien und in der Vielfalt der Kirchen und Kapellen. Darüber hinaus hat sie besonders in den sozialen Aufgabenfeldern wie Erziehung und Bildung, Krankenwesen und Altenbetreuung, Kinder- und Jugendarbeit, Erwachsenenarbeit usw. einen gesell-

schaftlich etablierten Platz.

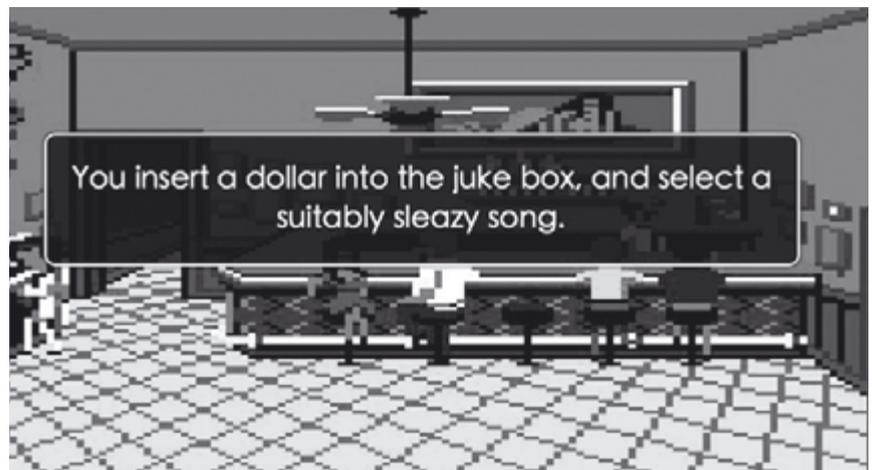
Inhaltliche Aufgabe einer mapbasier-ten Plattform ist es, diese Vielfältigkeit in Landkartenform darzustellen und darüber hinaus virtuelle Gestaltungsräume zu bieten, in denen sich diese Vielfältigkeit »ereignen« kann. Gestaltungsprinzip ist die Abbildung kirchlicher Angebote und Inhalte vor dem Hintergrund einer geografischen Darstellung. Über einen landkartengestützten Zugang wird der Besucher eingeladen, eher spielerisch Kirchenlandschaften zu entdecken, auch im Sinne einer Türöffnerfunktion für Kirchen Fernstehende. Nicht nur kirchliche Geschichte, sondern auch kirchliche Gegenwartskultur lässt sich so niederschwellig erfassen und erfahren.

Die Geo-Plattform fußt auf einem doppelten Prinzip. Sie stellt einerseits Grundinformationen bereit, die einen ersten Überblick ermöglichen, z.B. über alle Seelsorgebereiche, Kirchen, Kapellen, Tagungshäuser, Bildungswerke etc. Andererseits – und das ist das Entscheidende – ist sie eine Mitmach-Plattform, auf der die einzelnen Gruppen ihre Inhalte einstellen und gestalten können. Das betrifft Touren und Tracks, Geocaching, Tipps und Empfehlungen, Börsen und Tausch sowie besondere Veranstaltungen. Neben den angelegten Grundinformationen tritt also die Möglichkeit zum Mitmachen für die interessierten Gruppen vor Ort. Daraus ergeben sich

auch Formen der Zusammenarbeit unterschiedlicher regionaler Gruppen. Ein Beispiel: Oftmals gibt es Heimatkundler in den Gemeinden, die ihr detailliertes Wissen über ihre Gemeinde und deren kirchliches Brauchtum vorstellen wollen. Die Pfarrjugend macht Geocaches und Fahrradtouren und zeichnet diese mit GPS-Geräten auf. Beides lässt sich auf dieser Site kombinieren und veröffentlichen, als Strecke mit den eingetragenen »POIs« (Points of Interest) und hinterlegten Informationen und Bildern. Zwischen den Ortshistorikern und der Jugend können so neue Formen der Zusammenarbeit entstehen. Ein weiteres Beispiel wäre die Darstellung eines »Kirchen-caching«: Religiöse Symbole in der Architektur wie Sprüche, Heiligendarstellungen oder Andachtsnischen an Häusern wären zu entdecken, aber auch alte und vergessene Wallfahrts- und Pilgerwege, Wegekreuze und Andachtsstätten.

Kirche und vor allem Kirche vor Ort kann so ihr »Homeland« einbringen und eigene entsprechend profilierte Angebote unterbreiten. Kirche kann auf diese Weise einen allgemeinen Trend zur gesellschaftlichen Kommunikation mit bestimmten Alters- und Zielgruppen nutzen und auch fernstehende Menschen auf ihre Bedeutung und ihre Botschaft hinweisen.

Dr. Udo Wallraf, M.A. ist Leiter Referat Kommunikation im Generalvikariat des Erzbistums Köln.



Daddeln wie in alten Zeiten | Larry (1987)