

Bei George Clooney hat's gewirkt

Chancen kirchlicher Gemeinschaft im Internet

Erklärt für kath.ch-Praxis, warum Seniorinnen und Senioren die zukunftsrelevante Zielgruppe im Internet sind: Workshopleiter und Mitgestalter der Web-Plattform seniorweb.ch, Christian Urech.

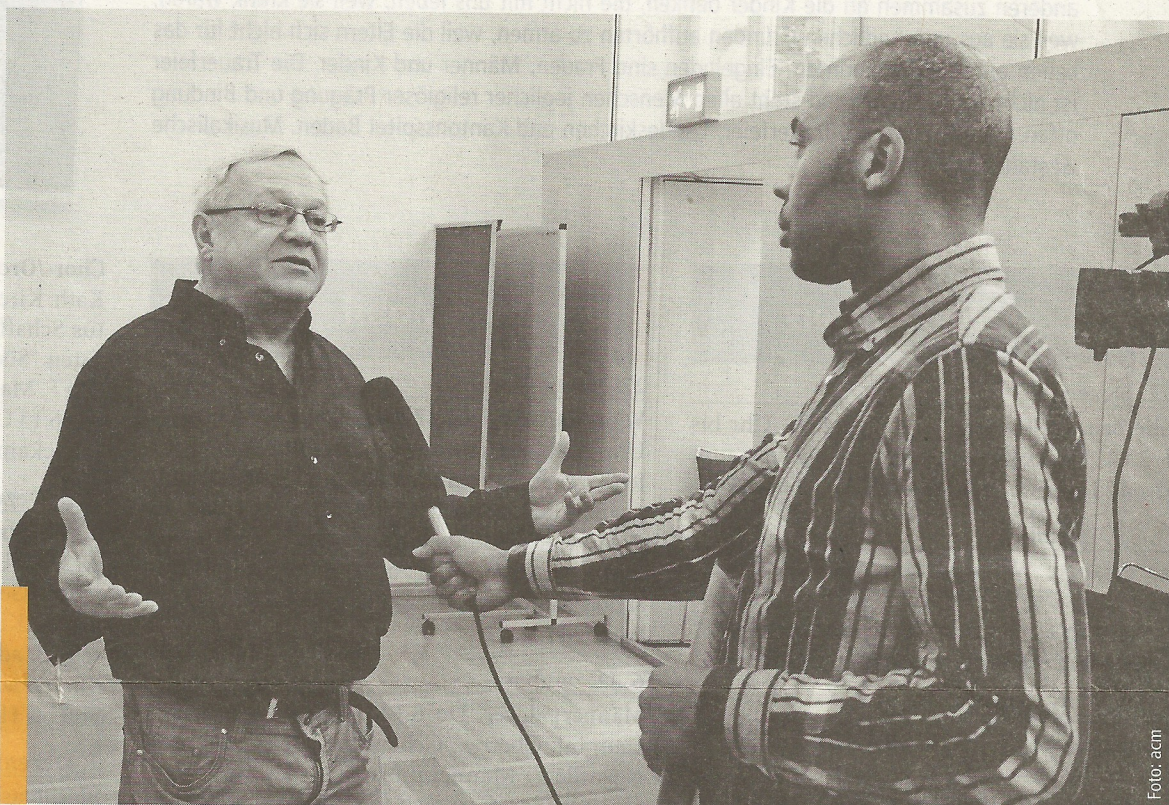


Foto: acm

Das «Community-Management» stand im Zentrum einer Social Media-Weiterbildung, welche Reformierte Medien und der Katholische Mediendienst am 9. November 2012 für Kirchenvertreter unter dem Motto «Folge mir – Kirchliche Gemeinschaft bei Facebook, Twitter & Co.» organisiert hatten. An der Tagung zeigte sich: Seniorinnen und Senioren werden auf sozialen Plattformen im Internet in den nächsten Jahren gewaltig zulegen, was den Kirchen spannende Herausforderungen bei der künftigen Gestaltung des Gemeinschaftslebens beschert.

Virtueller Effekt. Vertreterinnen und Vertreter von Pfarreien, Kirchgemeinden und kirchlichen Fachstellen verständigten sich an der Tagung in Zürich über Möglichkeiten, wie die Kirchen mit Hilfe der Neuen Medien verschiedene Zielgruppen für ein aktives Gemeinschaftsleben mobilisieren könnten. Dass sich das Resultat dieser Arbeit nicht mehr unbedingt im Gottesdienst, sondern in virtuellen Gruppen im Internet abbilden dürfte, liegt in der Natur der Medien.

Lebensqualität. Gerade ältere Menschen dürften bei zunehmendem Mobilitätsverlust Seelsorge-Angebote sowie auch den Austausch über Internet-Plattformen schätzen. Zum Bei-

spiel kann der Kontakt zu Familienangehörigen und Bekannten über digitale Kanäle ohne grossen Aufwand aufrecht erhalten und der Zugang zu Informationsangeboten vereinfacht werden. Aus diesem Grund werden Plattformen wie Facebook die Lebensqualität von Seniorinnen und Senioren nachhaltig verbessern, zeigte sich Workshopleiter Christian Urech überzeugt. «Die über 60-Jährigen sind die am stärksten wachsende Gruppe auf Facebook», betonte der Mitgestalter der Plattform seniorweb.ch und Marketingbeauftragte der Zeitschrift «Aufbruch». Es sei daher nur folgerichtig, wenn die Kirchen auf diese Entwicklung reagierten und ihre Seniorenarbeit im Bereich der neuen Medien intensivierten.

Keine Pflichtübung. Aber auch für die Jugendarbeit und die Seelsorge bieten die Neuen Medien Potenzial, wie zwei weitere Workshops zeigten. Der reformierte Pfarrer und Journalist Frank Lorenz aus Reinach und der Berner Jugendarbeiter und TV-Moderator Martin Andreggen erklärten, wie wichtig neben einem Flair für Technik vor allem Begeisterungsfähigkeit und Freude am Kommunizieren sind. «Macht es nicht zu einer weiteren Pflicht. Macht es nur,

wenn ihr es auch wollt», gab Pfarrer Frank Lorenz den rund 70 Anwesenden mit auf den Weg. Darüber hinaus könnten die Kirchen beim sorgfältigen Umgang mit Inhalten im Internet wichtige Akzente setzen. Facebook und andere Angebote tangieren unsere Privatsphäre, ma-

chen uns Menschen verletzlich. Umso wichtiger werden Verlässlichkeit und Vertrauen. Eine Chance für die Kirchen.

Schmales Budget. Die Pflege kirchlicher Gemeinschaft in virtuellen Räumen verlangt nach sorgfältigen Konzepten und Ressourcen. Erfolge «passieren nicht einfach», wie Christian Engeli, Kampagnenleiter bei solidar suisse aufzeigte. Der Erfolg der Kampagne für Fairness beim Kaffee rund um den Schauspieler George Clooney war kein Selbstläufer. Der «Schneeballeffekt» wurde über verschiedene Kanäle und Aktionen gezielt vorbereitet, verschiedene Zielgruppen durchdacht mobilisiert. «Auf diese Art und Weise gelingt auch einer kleinen Organisation mit schmalem Budget ein grosser Erfolg, wenn die Botschaft überzeugt». George Clooney jedenfalls, so Christian Engeli, soll die Zusammenarbeit mit dem kritisierten Kaffee-Multi eingestellt haben. Andreas C. Müller

Macht es nur,
wenn ihr es wirklich wollt.