

Christian Klenk

App-Solution am Mobiltelefon

Internetanwendungen für Smartphones sind ein Wachstumsmarkt – und eine Chance für die Kirche

„Zukunftsfantasien“ haben die Holsteinischen Pflanzenbutterfabriken Wagner & Co GmbH ihre bunten Sammelbildchen genannt, die im Jahr 1929 in das „schöne echte Wagner Album“ eingeklebt werden konnten. Auf einer Skizze sieht man zwei Damen im Freien an einem Tisch sitzen. Sie unterhalten sich angeregt – nicht miteinander, sondern mit wundersamen Geräten. Auf den Ohren tragen die Frauen Kopfhörer, in einer Hand halten sie eine Sprechmuschel mit einem aufgesetzten runden Bildschirm, auf dem die Gesprächspartner zu sehen sind. „Drahtloses Privattelefon und Fernseher“ ist die Szene überschrieben. „Jeder hat nun sein eigenes Sende- und Empfangsgerät und kann sich auf einer bestimmten Welle mit Bekannten und Verwandten unterhalten. Aber auch die Fernseh-Technik hat sich so vervollkommnet, daß man dem Freunde gleichzeitig ins Angesicht schauen kann. Sende- und Empfangsgerät sind nicht mehr an den Ort gebunden, sondern werden in einem Kasten von der Größe eines Photoapparates immer mitgeführt.“¹ Wohlgemerkt: Diese Beschreibung entstand vor mehr als 80 Jahren.

Längst ist auch und gerade im Bereich der Kommunikationstechnologie aus gewagten Science-Fiction-Vorstellungen Realität geworden. Fast jeder hat heutzutage ein Multifunktionsgerät in der Tasche, das die dafür gebräuchliche Bezeichnung Mobiltelefon kaum verdient. Ja, telefonieren kann man mit Handys auch. Sogar die Vision von der drahtlosen Bildtelefonie ist bei neuesten Geräten – entsprechende Datenübertragungsstandards vorausgesetzt – möglich. Dariüber hinaus sind praktisch alle Handys zugleich Telefon- und Adressverzeichnis, Kalender und Wecker, Taschenrechner und Musikabspieler, Fotoapparat und Videokamera.

Damit nicht genug: Rund ein Drittel aller in Deutschland neu verkauften Handys, also gut zehn Millionen Geräte, werden in diesem Jahr nach Prognosen des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) so genannte Smart-

1 Vgl. Das schöne echte Wagner Album Nr. 3, Serie Nr. 12, 1929, Bild Nr. 4: Zukunftsfantasien (Holsteinische Pflanzenbutterfabriken Wagner & Co GmbH).

phones sein.² Das sind Mobiltelefone mit Computerfunktionalität, die nicht nur ein Betriebssystem mit festgelegten Funktionen haben, sondern auch die Nutzung von Programmen für unterschiedliche Zwecke ermöglichen. Einige dieser Applikationen, kurz Apps, bringt das Smartphone bereits werkseitig mit. Der Reiz für die Anwender liegt darin, das Gerät eigenen Wünschen und Ansprüchen entsprechend individuell mit weiteren Funktionen auszustatten. Die Programme beschafft man sich – umsonst oder kostenpflichtig – über das Mobilfunknetz bei so genannten App Stores. Die Nachfrage ist im Jahr 2010 geradezu explodiert. Deutsche Nutzer von Smartphones luden sich im Jahr 2010 nach Bitkom-Angaben rund 900 Millionen Anwendungsprogramme auf ihre Geräte – ein Anstieg von 112 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der Branchenverband geht außerdem davon aus, dass es im Februar 2011 weltweit rund 520 000 verschiedene Programme zur Auswahl gab.

Das Angebot an Apps wächst täglich und lässt sich auch inhaltlich kaum mehr fassen. Dieser Beitrag unternimmt den Versuch, einen Überblick zu geben, welche Möglichkeiten Software und Endgeräte im Zusammenspiel derzeit bieten. Vor allem aber wird dargestellt und diskutiert, welche religiösen und kirchlichen Angebote es derzeit auf diesem Markt gibt und was künftig aus Sicht der katholischen Kirche in Deutschland denkbar und sinnvoll wäre.

Funktionale Konvergenz und steigende Nutzung

Die Kommunikation mit Mobilfunkgeräten ist wie kaum ein anderer Bereich der Technik von Konvergenz gekennzeichnet. Funktional verschmelzen hier auf einer Plattform Individual-, Gruppen- und Massenkommunikation. Ursprünglich waren die Geräte ausschließlich für den Informationsaustausch zwischen zwei interagierenden Personen konzipiert: Längst telefonieren mehr Menschen mobil als über Festnetz, und der Kurznachrichtendienst SMS wurde zu einem großen Erfolg. Die Anbindung der Handys an das Internet bringt nun auch die Möglichkeit, sich an jedem beliebigen Ort mit mehreren „Freunden“ gleichzeitig auszutauschen (z. B. über soziale Netzwerke) oder Angebote der Massenmedien zu nutzen beziehungsweise selbst Informationen zur Verfügung zu stellen (z. B. über den Mikroblogging-Dienst Twitter).

² Vgl. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.: Zahl der App-Downloads explodiert. Pressemitteilung vom 14. Februar 2011 (www.bitkom.org).

Viele Zeitungsverlage und Rundfunksender haben sich auf die neue Plattform eingestellt und maßgeschneiderte Angebote für das mobile Internet entwickelt.³ Die Herausforderung besteht vor allem darin, den für das Onlinemedium bereits vorhandenen Content passend für das Gerät (eingeschränkte Möglichkeiten der Ein- und Ausgabe von Informationen über kleines Display und/oder wenige Knöpfe) und dessen Nutzungsbedingungen (unterwegs und in kürzeren Zeitfests-tern) aufzubereiten. Hier helfen auch die bereits erwähnten Apps, die speziell auf diese Geräte abgestimmt sind. Derzeit hoffen viele Zeitungsverlage, dass sie mit dem Verkauf solcher Apps oder gar über Abonnementgebühren Einnahmen erwirtschaften können, um endlich die Kostenloskultur im Onlinejournalismus überwinden zu können.

All diese Anstrengungen würden nicht ohne entsprechende Nachfrage verfolgt. Die Tagesschau-App der ARD hatten knapp zwei Monate nach der Einführung schon mehr als eine Million Nutzer installiert.⁴ Immer mehr Menschen nutzen das Internet mobil. Im Jahr 2010 gingen in Deutschland bereits 16 Prozent der Internetnutzer über ihr Handy online, das entspricht einem Anstieg von 78 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Besonders junge Menschen zwischen 25 und 34 Jahren nutzen die Möglichkeit intensiv (24 Prozent).⁵ Bei den 16- bis 24-Jährigen verdoppelte sich die Marktdurchdringung. Gründe für die wachsende Verbreitung sind unter anderem:

- Mobilfunkkunden tauschen ihr Gerät wegen der Vertragslaufzeiten häufig im zweijährigen Turnus aus. Fast alle neuen Geräte bieten heute die technischen Voraussetzungen für einen Internetzugang.
- Die Bedienung der Geräte und das Navigieren auf Internetseiten sind dank berührungsempfindlicher und hochauflösender Bildschirme („Touchscreen“) nutzerfreundlicher geworden.
- Die Mobilfunknetze wurden inzwischen nahezu flächendeckend auf einen Standard mit hohen Übertragungsraten (UMTS) ausgebaut.
- Was die Nutzungskosten betrifft, so sinkt mit dem Vertrieb von Flat-rates für unbegrenzten Netzzugang (inzwischen ab rund 20 Euro pro Monat) die Hemmschwelle auf Seiten der Anwender.
- Das mobile Internet bietet, im Vergleich zum herkömmlichen Onlinezugang zuhause oder am Arbeitsplatz, gänzlich neue Funktionen, wie im Folgenden gezeigt werden soll.

3 Vgl. Ansgar Mayer: Mobile Media. Nur ein Häppchen oder „echter“ Journalismus? In: *Communicatio Socialis*, 42. Jg. 2009, H. 2, S. 189-196.

4 Vgl. Markus Brauck: ZDF plant App-Offensive. www.spiegel.de (17.2.2011).

5 Vgl. Statistisches Bundesamt: Mobile Internetnutzung über das Handy 2010 stark gestiegen. Pressemitteilung Nr. 60 vom 14. Februar 2011 (www.destatis.de).

Technische Konvergenz und neue Möglichkeiten

Konvergenz ist nicht nur in funktionaler, sondern auch in technischer Hinsicht feststellbar. Smartphones sind nicht für das Telefonieren optimiert, sondern für den multimedialen Einsatz. Die Geräte verfügen über eine Reihe von Schnittstellen (z. B. kabel- und funkbasierter Datenaustausch, Audioein- und -ausgang), Sensoren (Bewegungs-, Lage-, Magnetfeld- oder Lichtsensoren), Kamera, Mikrofon und Lautsprecher sowie GPS-Empfänger zur satellitengestützten Positionsbestimmung. Viele Apps stützen sich unmittelbar auf eine dieser Funktionen. Es gibt also Anwendungen zum Abspielen von Musik, Videos, Radiostationen und Web-TV, zur Verwendung des Handys als Diktiergerät und audio-visuelles Aufnahmegerät, als Kompass und Wasserwaage. Der Internetzugang macht Recherchen möglich: in Suchmaschinen, Online-Lexika, Telefonverzeichnissen, Gesetzessammlungen, Übersetzungsdielen, sozialen Netzwerken und nicht zuletzt auf Nachrichtenseiten.

Die üppige Geräteausstattung, die bei Smartphones inzwischen zum Standard gehört, ermöglicht in Kombination mit dem mobilen Internet darüber hinaus Anwendungen, die über das klassische Surfen am heimischen Computer hinausgehen. Man spricht von Kontextsensitivität, wenn Anwendungsprogramme die Informationen über ihre Umgebung benutzen, um ihr Verhalten darauf abzustimmen. Im Folgenden nur ein paar wenige Beispiele, was heute schon möglich ist und auch angeboten wird:

- *Internet und GPS*: In erster Linie soll das Satellitensignale empfangende Modul das Handy zum Navigationssystem machen und Autofahrer oder Fußgänger zum Ziel führen. Doch in Verknüpfung mit dem Internet und der Fülle dort gespeicherter Daten ergeben sich unzählige Möglichkeiten für standortbezogene Dienste (Location-based Services). Nutzer können bestimmte Einrichtungen („Points of Interest“) in der Nähe ihres Standorts recherchieren, auf einer Karte anzeigen und sich dorthin lotsen lassen, zum Beispiel Kino oder Pizzeria, Briefkasten oder Geldautomat, Parkhäuser oder die nächste Busstation samt Fahrplan. Solche Dienste werden vom Nutzer situationsbezogen angefordert. Gibt der Mobilfunknutzer hingegen laufend seine aktuelle Position preis (was aus Gründen des Datenschutzes auch kritisch diskutiert wird), so kann die Umwelt von sich aus reagieren: Der Einzelhandel kann zum Beispiel Werbung auf das Handy des Kunden schicken, sobald dieser in die Nähe des Ladens kommt. Oder Handynutzer können feststellen, ob sich Freunde und Bekannte in der Nähe aufhalten.

- *Internet, GPS/Magnetfeldsensor und Kamera:* Bindet der Smartphone-Nutzer in die Onlinerecherche vor Ort aufgenommene Bilder ein, bekommt die Suche eine neue Dimension. Da das Gerät seine exakte Position kennt, kann es die Bilder mit Informationen aus dem Netz verknüpfen (Objekterkennung). Zum Foto oder Livebild eines Gebäudes oder einer Sehenswürdigkeit erscheinen im Handyscreen weiterführende Informationen (zum Beispiel aus der Online-Enzyklopädie Wikipedia), oder Berge bekommen bei einem Panoramabild ihre Namen zugeordnet. Bereits marktreif ist die nicht unumstrittene Funktion, mittels Handy auch Gesichter erkennen zu können. Und was bereits vielfach genutzt wird, das ist die Möglichkeit, den Barcode auf Produktverpackungen abzufotografieren, um sich dann umgehend Angebote aus dem Internet oder aus nahegelegenen Läden anzeigen zu lassen.
- *Internet und Audioaufnahme:* Ähnliche Anwendungen gibt es beim Aufzeichnen und Übermitteln kurzer Musiksequenzen: Hält man mit diesen Apps das Handy zum Beispiel an den Radiolautsprecher oder singt einige Takte, sucht das Programm den Song, liefert Albumtitel und Liedtexte und verweist auf Angebote im Webshop.

Betrachtet man nur solche Anwendungen, bei denen der Nutzer mittels seines Smartphones mit anderen Menschen bzw. mit anderen Computern und Datenbanken interagiert, so kann man mit Blick auf den Angebotsmarkt im Wesentlichen vier Kategorien unterscheiden: Kommunikation, Information, Entertainment und Transaktion. Die Rubrik Entertainment schließt den angebotsreichen Bereich der Onlinespiele ein. Hinter Transaktion stecken Werbung und Vertrieb über das Mobilfunknetz. Beispielsweise können Bahnfahrkarten übers Handy gekauft und dann auf dem Display angezeigt werden.

Angebot und Vertrieb

Das erste Smartphone gab es 1996, ein 500 Gramm schweres Handy von Nokia. Mit dem „Communicator“ konnten Geschäftsleute bereits E-Mails und Faxe versenden und empfangen, auf Webseiten zugreifen und Office-Dateien bearbeiten. Massentauglich wurden Smartphones 2007 mit der Einführung des iPhones von Apple. Die Beschreibung „massentauglich“ eignet sich allein schon wegen des Hypes, der um das Gerät gemacht wurde: Kunden standen beim Verkaufsstart weltweit Schlange vor den Läden, das US-amerikanische „Time“-Magazin kürte das iPhone zur Erfindung des Jahres 2007 und schrieb: „It's not a phone, it's a platform. [...] It's a genuine handheld, walk-around computer, the first device that really deserves the name. One of the

big trends of 2007 was the idea that computing doesn't belong just in cyberspace, it needs to happen here, in the real world, where actual stuff happens. The iPhone gets applications like Google Maps out onto the street, where we really need them.⁶ Bis Ende 2010 verkaufte Apple nach eigenen Angaben rund 90 Millionen iPhones.⁷

Längst bieten andere Handyhersteller ähnliche Geräte an. Auch dafür gibt es eine wachsende Zahl von Zusatzprogrammen, außerdem ähneln sich das Design der Geräte, die Ausstattung und die Bedienung mittels Touchscreen sehr. Anbieter von Apps müssen ihre Programme heute weniger auf die Endgeräte abstimmen als vielmehr auf die Betriebssysteme, mit denen die Geräte laufen. Ende 2010 lag das zum Google-Konzern gehörende System Android mit 33 Prozent Marktanteil weltweit an der Spitze. 31 Prozent der verbreiteten Smartphones liefen mit dem Nokia-Betriebssystem Symbian. 16 Prozent Marktanteil hatte Apple (iPhone-Betriebssystem iOS), 14 Prozent Blackberry (Research in Motion). Das Handy-Betriebssystem von Windows spielte mit 3 Prozent Verbreitung kaum eine Rolle. Doch der Wettkampf der Anbieter um Marktanteile ist noch nicht entschieden.

Obwohl Apple nicht Marktführer bei den Betriebssystemen ist, gibt es für das iPhone nach wie vor das größte Angebot an Zusatzprogrammen. Beim Verkaufsstart der zweiten iPhone-Generation 3G im Juli 2008 standen nach Angaben von Apple mehr als 500 Apps zur Auswahl,⁸ Ende 2010 waren nach Schätzungen bereits mehr als 300 000 Apps erhältlich.⁹ Am 22. Januar verkündete Apple auf seiner Internetseite: „Es ist vollbracht, die Marke von 10 Milliarden Downloads im App Store wurde geknackt.“ Für die Plattform Android kann man die Entwicklung bei Angebot und Nachfrage live auf einer Website verfolgen.¹⁰ Bis Ende Februar wurden hier demnach rund 3,5 Milliarden Apps heruntergeladen, im Schnitt wuchs das Angebot an Programmen täglich um 800 bis 1000 Apps.

Die im Apple-App Store und Android Market angebotenen Anwendungen stammen von Drittunternehmen, Organisationen und freien Programmierern. Um für das iPhone Apps entwickeln und anbieten zu können, muss man eine Lizenz erwerben.¹¹ Beim Android Market

6 Lev Grossman: Invention Of the Year: The iPhone. (http://www.time.com/time/specials/2007/article/0,28804,1677329_1678542,00.html)

7 Addierte Absatzzahlen aus den Vierteljahres-Geschäftsberichten seit 2007.

8 Vgl. <http://www.apple.com/pr/library/2008/07/10iphone.html>

9 Vgl. z. B. www.moblix.com mit Analysen zum mobilen Internet.

10 Vgl. <http://www.androlib.com/appstats.aspx>

11 Diese kostet derzeit 99 Dollar/Jahr, vgl. <http://developer.apple.com/programs/ios/>

müssen Programmierer eine Registrierungsgebühr bezahlen. Nach der technischen und inhaltlichen Prüfung der Software ist diese dann für die Kunden erhältlich. Den Verkaufspreis kann der Anbieter selbst bestimmen, 30 Prozent behalten Apple und Google als Provision. Viele Apps sind kostenlos, ansonsten bewegen sich die Preise meist zwischen knapp einem Euro und fünf Euro – nur in Ausnahmefällen ist es mehr. Erste Zeitungsverlage verfolgen mit Premium Apps eine Abonnementpreispolitik, wenngleich bislang noch wenige Nutzer zur regelmäßigen Bezahlung von Onlinecontent bereit sind.

Religiöse und kirchliche Angebote im Appstore

Die katholische Kirche hat die Bedeutung moderner Kommunikationsmittel erkannt. Die Botschaften des Papstes werden vom Vatikan nicht mehr nur über die klassischen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen verbreitet. Beim Start des Vatikanangebots auf der Videoplattform Youtube sagte Benedikt XVI.: „Der Zugang zu Mobiltelefonen und Computern hat in Verbindung mit der globalen Reichweite und engmaschigen Verbreitung des Internets eine Vielzahl von Wegen geschaffen, durch die es möglich ist, Worte und Bilder sofort in die entferntesten und abgeschiedensten Winkel der Welt zu schicken [...]. Insbesondere die jungen Menschen haben das enorme Potential der neuen Medien erfasst, Verbindung, Kommunikation und Verständnis unter Menschen und Gemeinschaften zu fördern.“¹² Der Papst ist davon überzeugt, dass die Kirche und ihre Priester die neuen Medien und ihre Möglichkeiten nutzen müssen: „Die neuen Kommunikationsmittel machen es möglich, mit Gläubigen jeder Religion, mit Nicht-Gläubigen und Menschen jeder Kultur in Kontakt zu treten.“¹³ Das Wort Gottes werde „sich so seinen Weg unter den unzähligen Schnittstellen im dichten Netz der ‚Highways‘, die den ‚Cyberspace‘ durchziehen, bahnen können“. Vor allem Priestern böten die neuen Medien „immer neue und seelsorgerisch unbegrenzte Perspektiven, die sie anregen, die universale Dimension der Kirche für eine weite und konkrete Gemeinschaft zur Geltung zu bringen“.

Wie steht es seitens der Kirche um die Nutzung der Möglichkeiten, die das mobile Internet bietet? Exemplarisch wurde für diesen Beitrag im Februar 2011 das Angebot in Apples App Store auf religiöse und

12 Benedikt XVI.: Botschaft zum 43. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel (2009); vgl. www.vatican.va.

13 Benedikt XVI.: Botschaft zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel (2010); vgl. www.vatican.va.

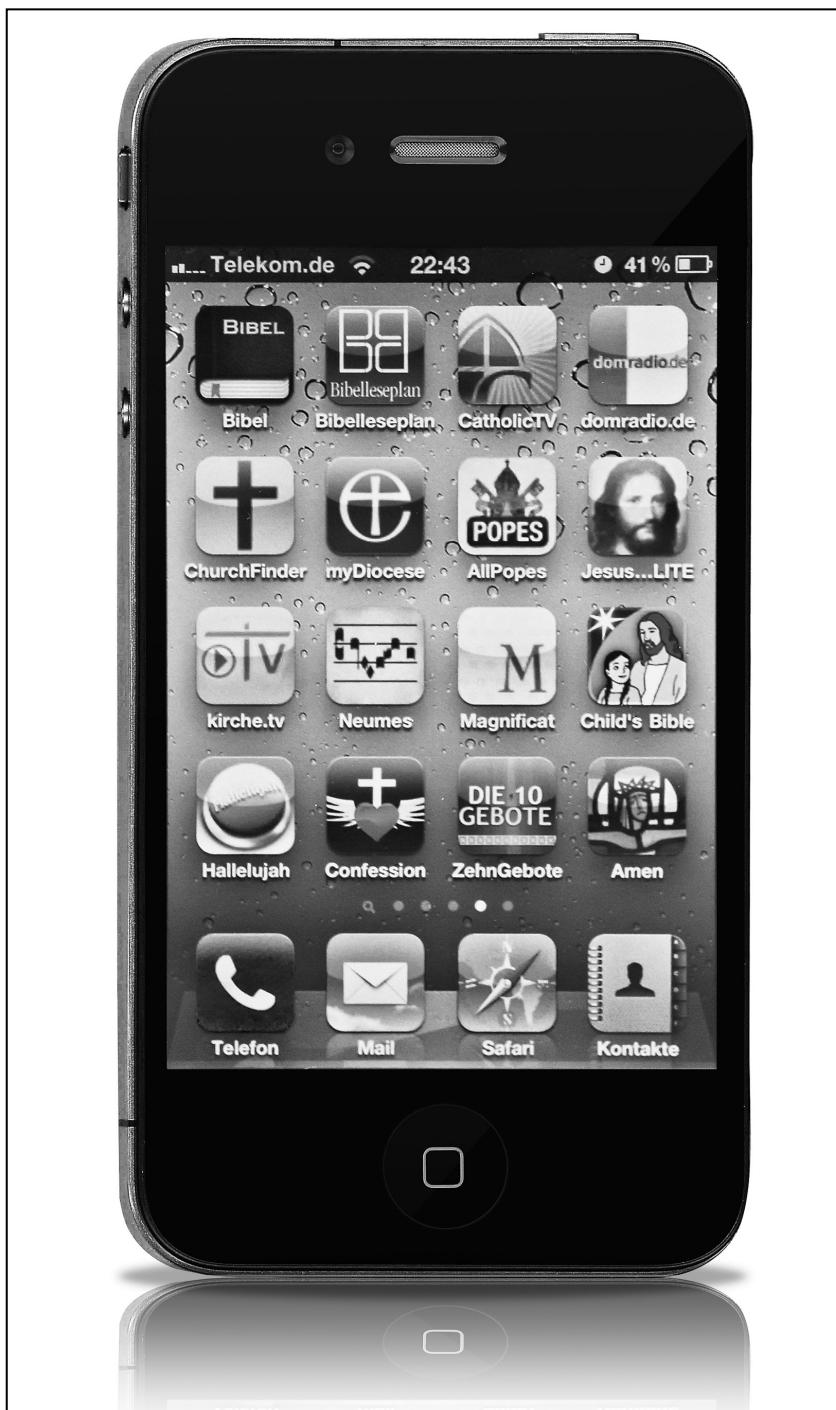


Abb. 1: Iphone von Apple mit religiösen Anwendungen

kirchliche Angebote hin durchforstet. Dabei wurde nach Anwendungen mittels einschlägiger Suchbegriffe in deutscher und englischer Sprache recherchiert: Kirche (church), christlich (christian), katholisch (catholic), Diözese (diocese), Vatikan (vatican), Bibel (bible), Jesus. Eine Vollerhebung und empirische Auswertung wurde nicht angestrebt – hierzu ist der Markt zu sehr in Bewegung. Vielmehr werden Beispiele für mobile Anwendungen mit religiösem Hintergrund vorgestellt. Die Apps wurden vom Verfasser auf ein iPhone geladen und ausprobiert. Weiterführende Informationen stammen, wenn nicht anders angegeben, aus Beschreibungen der Anbieter im App Store.

Kirchliche Medien

Eine Vorreiterrolle nehmen in Deutschland das Kölner Domradio und die Katholische Fernseharbeit der Deutschen Bischofskonferenz ein. Beide Apps sind kostenlos und bieten Inhalte, die auch auf der „normalen“ Internetseite verfügbar sind. Der Mehrwert ist die Verfügbarkeit unterwegs. Bislang sind beide Anwendungen nur für das iPhone erhältlich. Bei der App *domradio.de* (Abb. 2), die von einer externen Softwarefirma entwickelt wurde und seit September 2009 verfügbar ist, gibt es ein Live-Streaming des Radioprogramms und einen täglich aktualisierten Videoclip mit kirchlichen Nachrichten. Bis Februar 2011 hatten laut Domradio rund 1000 iPhone-Besitzer die App auf ihrem Gerät installiert, an Spitzentagen nutzten bis zu 100 Hörer die mobile Anwendung. Derzeit arbeitet das Domradio an einer Android-Version. Dann sollen auch das Evangelium des Tages abgerufen sowie Musikwünsche an die Redaktion übermittelt werden können.

Über die App *kirche.tv* kann man seit März 2010 Videos aus einer täglich ergänzten Mediathek abrufen (Abb. 3). Derzeit sind das Clips aus den Rubriken „Tagessegen“ und „So gesehen“ (Gedanken zum Tag bzw. christliche Impulse zu einem aktuellen Thema), Bibelclips und Filmtipps, die Beantwortung einer „Gewissensfrage“ sowie vereinzelte Videos aus Bistumsredaktionen. Auch bietet die Applikation Tipps zum Fernsehprogramm mit kirchlichem Bezug in deutschen Sendern. Gerne würde die Fernseharbeit sämtliche aktuelle Videos aus den Diözesen über die App zur Verfügung stellen, sagt Redaktionsleiter Ulrich Fischer. Dies scheiterte jedoch daran, dass die Filme zumeist dezentral auf den Servern der Bistümer liegen. Seit September 2010 wurde die App rund 700 mal heruntergeladen. Videoabrufe über die App können nur indirekt gemessen werden – es sind schätzungsweise 200 pro Monat. In diesem Jahr soll ein größeres Update erscheinen. Geplant ist u. a. die Möglichkeit, von der Redaktion empfohlene TV-Sendungen direkt in den Kalender des iPhones zu übernehmen.



Abb. 2 und 3: Apps vom Domradio und von der katholischer Fernseharbeit

Angebote gibt es auch von katholischen Rundfunkstationen im Ausland. Die App *CatholicTV* kommt von America's Catholic Television Network (Boston) und bietet Nachrichten, geistliche Ansprachen, tägliche Fernsehgottesdienste und einen Rosenkranz als Videoclip. Werktagsmessen werden in einer studioartigen Kapelle aufgezeichnet. Bei den Radio-Apps gibt es: *Catholic Radio* (u. a. EWTN Radio; 2,39 Euro), *Radio Notre Dame* (Paris), *Ave Maria Radio* (USA/Michigan), *iCatholicRadio* (The Station of the cross; New York/Boston) sowie *Radio Maria*. Die deutschen Internetportale *kath.de* und *frischfischen.de* bieten ebenfalls Apps an – allerdings bislang nur für Handys von Nokia.

Bibel und Nachschlagewerke

Die Heilige Schrift für Smartphones gibt es in verschiedenen Ausführungen und Sprachen. Die kostenlose deutschsprachige *Bibel*-App (Abb. 4) kommt mit verschiedenen Übersetzungen (Lutherbibel, Elberfelder Bibel, Schlachterbibel). Ebenfalls gratis ist *Bibel.is* (etwa 100 Sprachen, in Englisch auch zum Anhören) und *Bibelleseplan* von der Ökumenischen Arbeitsgemeinschaft für Bibellesen mit einem täglichen Schriftstück aus der Lutherbibel. Für Kinder gibt es auch Angebote auf deutsch, u. a. *Die Kinderbibel* (Übersetzung der App einer spanischen Firma). Wöchentlich ist eine Geschichte aus dem Alten oder Neuen Testamente in Comicform gratis, die Gesamtausgabe kostet 6,99 Euro.



Abb. 4 und 5: Bibel und Verzeichnis gregorianischer Neumen fürs iPhone

Wer Gregorianik nach alten Noten singt, aber nicht alle Quadratnotationen und Neumen kennt, für den gibt es *Neumes* (0,79 Euro). Die englischsprachige App erklärt die Bedeutung der aus dem Mittelalter stammenden Notenzeichen (Abb. 5). Es gibt diverse religiöse Nachschlagewerke für Smartphones, doch nicht alle bieten einen wirklichen Mehrwert. Über die englische App *AllPopes* lassen sich Lebensdaten zu allen Päpsten recherchieren, aber das Programm bezieht seine Inhalte bloß aus Wikipedia. *Die zehn Gebote* sind wirklich nur eine Auflistung des Dekalogs – weder in Stein gemeißelt, noch auf Papyrus geschrieben, sondern auf dem Touchscreen angezeigt.

Beten, Beichten und Brevier

Der Vatikan sah sich zu einer Richtigstellung veranlasst: Das Beichtprogramm *Confession: A Roman Catholic App* (Abb. 6) für das iPhone ersetze keine sakramentale Beichte. Die Firma Little iApps hatte die Anwendung entwickelt (es gibt auch ähnliche Anwendungen anderer Anbieter: *Beichte* und *iFather*) und dafür angeblich sogar von einem US-amerikanischen Bischof das kirchenrechtliche Siegel der Unbedenklichkeit verliehen bekommen. Anhand eines Fragenkatalogs, der entlang der zehn Gebote formuliert wurde, wird der iPhone-Nutzer nach seinen Verfehlungen gefragt. Die Sünden werden in Listen mittels Häkchen markiert. Es folgt ein Gebet

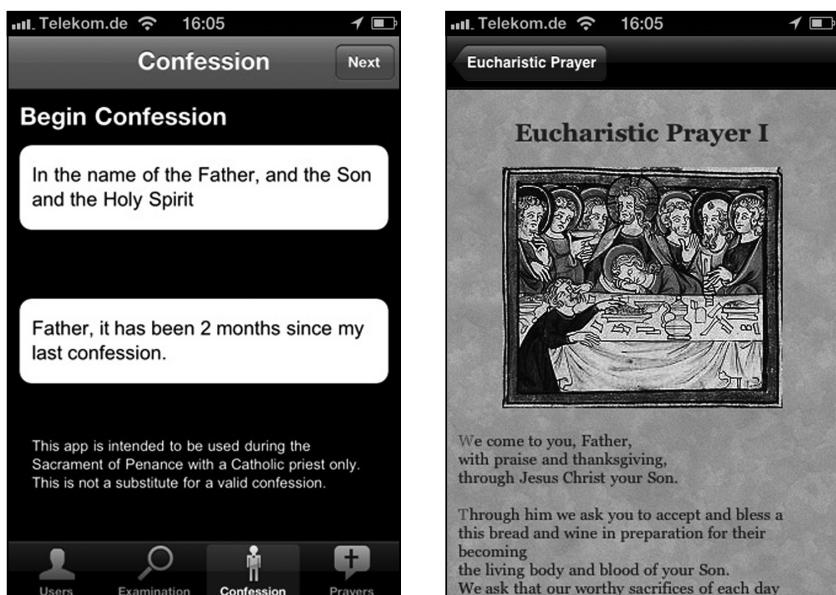


Abb. 6 und 7: Beichte mit der App Confession, Messe feiern mit iBreviary

zum Nachsprechen, wahlweise in englisch oder lateinisch. Die App (1,59 Euro) machte weltweit in den Medien Schlagzeilen. Vatikansprecher Federico Lombardi teilte daraufhin in einer Pressemitteilung am 9. Februar mit, bei einer Beichte sei es wichtig, dass es eine persönliche Beziehung zwischen dem Priester und dem Beichtenden gebe. Dies sei bei einer „virtuellen Beichte“ nicht der Fall. Bei der Anwendung für Smartphones gehe es vielmehr darum, die Menschen dazu zu bringen, wieder mehr über die Bedeutung der Beichte nachzudenken. Nach einem Programm-Update heißt es nun, die App sei dazu gedacht, sie während des Bußsakraments mit einem katholischen Priester zu verwenden.

Verschiedene andere Anwendungen dienen als Gebetbuch für unterwegs. Vorreiter war der italienische Geistliche Paolo Padrini, der bereits 2008 zusammen mit einem Webdesigner *iBreviary* auf den Markt brachte (inzwischen unter dem Namen *iBreviaryPro* kostenlos im App Store erhältlich; Abb. 7). Die App ist ein vollständiges Brevier und enthält die Texte für das Stundengebet des jeweiligen Tages (Laudes, Mittagsschor, Vesper und Komplet) in englischer, italienischer, spanischer, französischer und lateinischer Sprache, dazu Gebete und Messbuch. Nicht ganz so umfangreich, jedoch ebenfalls kostenlos, ist die Gebetssammlung von *Magnificat* (englische, französische und spanische Version).



Abb. 8 und 9: Kirchenführung mit Erläuterungen zum Anhören

Kunst- und Kirchenführer

Die Vorstellung ist noch etwas gewöhnungsbedürftig, dass Leute mit Handy am Ohr durch eine Kirche laufen und sich Fresken, Heiligenfiguren und Altäre anschauen. Doch für einige Dom- und Wallfahrtskirchen gibt es inzwischen Apps unter dem Namen *Artguide*, die eine kunsthistorische Führung durch die sakralen Bauwerke anbieten. Das iPhone ist damit einsetzbar wie jene Audioguides, die es inzwischen in vielen Museen gibt. Die App stammt von der Kölner Firma Pausanio, die Inhalte liefert der auf Kunstdführer spezialisierte Verlag Schnell & Steiner. In die Skizze des Kirchgrundrisses (Abb. 8) sind die Stationen der Hörführung mit Nummern eingezzeichnet. Bevor man die Erläuterungen anwählt, erscheint auf dem Handydisplay der Hinweis: „Die Kirche ist als Gotteshaus ein Ort der Ruhe und des Gebets. Wir bitten Sie, diesen Ort zu respektieren und die Audioführung im Innern der Kirche ausschließlich mit Kopfhörern zu hören.“

Neben den gesprochenen Erklärungen gibt es geschriebene Informationen, Fotos, eine Zeittafel mit geschichtlichen Daten und Hinweisen zu Anfahrt, Gottesdienstzeiten und Führungen. Bisher gibt es die Artguides für wenige Museen und Burgen sowie für mehr als ein Dutzend Kirchen: die Domkirchen von Limburg, Mainz, München, Regensburg, Worms und Würzburg, in München außerdem Asamkirche, St. Peter sowie Heilig Geist, in Würzburg Marienkapelle und

Neumünster, die Wallfahrtskirchen Andechs, Steinhausen und Wieskirche sowie Kloster Weltenburg und Kirchen in Miltenberg. Jeder App-Kirchenführer kostet 3,99 Euro. Weitere Kirchen sind nach Angaben des Verlags in Vorbereitung. Insgesamt plane man 1500 Titel, lautet das ambitionierte Ziel. Das Projekt gewann 2011 in Berlin bei den Mobile Innovation Awards.

Von Pausanio gibt es unter dem Namen *Audioguide* auch zwei Apps für den Kölner Dom und die Bruder-Klaus-Kapelle in Wachendorf (jeweils 3,99 Euro). Schließlich gibt es mit *iDom* noch eine weitere einfache App für den Kölner Dom. Das kostenlose Programm zeigt bisher lediglich eine von einer Webcam übertragene aktuelle Außenansicht der Kathedrale und verlinkt auf einen für Handys optimierten Internetauftritt des Erzbistums für den Dom (mobil.koelner-dom.de). Als nächstes möchte die Diözese ihren Internetauftritt als App aufbereiten. Der Starttermin ist noch offen: „Wir sind noch in der Sonderungsphase“, sagt Ralf Diessner von der Staabsabteilung Medien.

Standortbezogene Dienste

Die Ortungsfunktion von Smartphones mit Hilfe von GPS binden bislang nur wenige Apps aus dem religiösen Bereich ein – obwohl hierin ein echter Mehrwert bestünde. Einige wenige Beispiele finden sich aber schon im App Store: Die anglikanische Church of England



Abb. 10 und 11: Kirchensuche und auf den Spuren des Stadtpatrons

ietet die Anwendung *myDiocese* an (Abb. 10; Ende Februar wurde die App umbenannt in *myCofE*), die nicht nur Nachrichten und Basisinformationen (zum Beispiel zu kirchlichen Hochzeiten und Beerdigungen) bereit hält. Mit Hilfe der App kan man sich die Kirchen im Umkreis anzeigen lassen („Find a Church“) und dann sogleich auch Gottesdienstzeiten und Kontaktdaten der Gemeinden abfragen. Eine ähnliche iPhone-App (*Churchfinder*) funktioniert theoretisch auch in Deutschland, aber praktisch sind die Trefferlisten – so zeigen einige wenige Versuche – unvollständig und fehlerhaft. Das Anwendungsprogramm wird nicht redaktionell betreut. Vielmehr durchsucht die App offenbar Telefonbucheinträge nach bestimmten Stichworten. Auf diese Weise gelangen zwar Altenheime der Caritas und katholische Kindergärten in die Auflistung – doch die meisten Kirchen im näheren Umkreis fehlten.

Eine mobile Suchanwendung für Gottesdienste gibt es bisher unter dem Namen *Weihnachten*. Die Deutsche Bischofskonferenz und die Evangelische Kirche in Deutschland sammeln bundesweit Gottesdienstzeiten an den Feiertagen in einer Internetdatenbank (für 2011 auch geplant an Ostern), die mit Hilfe der App auch auf Smartphones gut recherchierbar und mit Hilfe der GPS-Ortung räumlich eingrenzbar ist. Das funktioniert bisher jedoch nicht im gesamten Kirchenjahr. Abhilfe könnte die Internetdatenbank des privaten Anbieters Dirk Wetzel aus Berlin bieten, der die Seite www.kirchensuchmaschine.diomira.de aufgebaut hat. Im Internet kann man damit schon jetzt Kirchen nach Ort oder Postleitzahl suchen. Eine Datenbank mit zugehörigen Gottesdienstzeiten ist noch im Aufbau. Derzeit arbeitet Wetzel an einer App der Kirchensuchmaschine für die Plattform Android. Die Anwendung werde auf dem Kartendienst GoogleMaps basieren. Ampelsymbole sollen dann darstellen, wo in nächster Zeit Messen gefeiert werden: grün symbolisiert einen Gottesdienst innerhalb der nächsten Stunde, gelb innerhalb der nächsten drei Stunden, und bei rot gibt es keine Gottesdienste oder es sind keine bekannt. Wetzel hofft, dass eine erste Version der App noch in der ersten Jahreshälfte 2011 kostenlos erhältlich sein wird.

Ein gelungenes Beispiel für die Möglichkeiten von Smartphone-Apps ist *St. Laurentius* (Abb. 11). Die Katholische Citykirche Wuppertal bietet damit einen Stadtspaziergang auf den Spuren des Schutzpatrons von Elberfeld, einst selbstständige Stadt, heute ein Stadtteil von Wuppertal. Das Programm (auch unter www.laurentiusweg.de) führt die Benutzer auf dem Elberfelder Laurentiusweg durch den Stadtteil. Mit *Stadtpatron Wuppertal* gibt es eine zweite App – ein E-Book mit Informationen zum Heiligen Laurentius für unterwegs.

Resümee und Ausblick

Smartphones sind auf dem Vormarsch. Vor allem bei jungen Menschen sind die multifunktionalen Taschencomputer immer beliebter: weil die Geräte technisch ausgereifter werden, weil die Preise für die Webnutzung sinken, weil die Angebote bei den Apps und damit die möglichen Einsatzgebiete vielfältiger werden – und weil iPhone und Co. „schick“ sind. Gerade die jungen „Digital Natives“, mehr oder weniger deckungsgleich mit den „modernen Performern“ und „Experimentalisten“,¹⁴ verwenden als „Early Adopters“ schon jetzt die neue Technik – und werden zugleich von den traditionellen kirchlichen Medienangeboten kaum erreicht.¹⁵ Es liegt also nahe, dass die Kirche auf diesem Feld auch Angebote bereitstellt, wenn sie die Experimentierfreudigen erreichen will. Doch ist ein erfolgreicher Anschluss an diese Milieus mithilfe neuester Medien keinesfalls garantiert. Die Sinus-Milieustudie hat gezeigt, dass es in den jungen postmodernen Milieus grundsätzliche Vorbehalte gegen Kirche und eine religiöse Lebensführung gibt. Auf der anderen Seite könnte der Gebrauch einer modernen Kommunikationstechnologie gängige Vorurteile einer „verstaubten“ Institution Kirche korrigieren und zum Ausproprieren, zu einem Erstkontakt animieren.

Doch unreflektierter Aktionismus ist – wie bei allen anstehenden Entscheidungen der Kirche in Medienfragen – fehl am Platz. Bevor Angebote entwickelt werden, gilt es vier Punkte zu bedenken:

- Medienangebote für das mobile Internet kosten zunächst einmal Geld. Da Softwarespezialisten, die technisch, funktional und optisch qualitativ hochwertige Apps entwickeln, in den Reihen des kirchlichen Personals rar sind, wird man – zumindest derzeit – auf externe Hilfe beim Programmieren der Anwendungen zurückgreifen müssen. Hier ist mit vier- bis fünfstelligen Summen bei den Entwicklungskosten selbst für relativ einfache Apps zu kalkulieren. Umgerechnet auf die Zahl tatsächlicher Nutzer ist das (noch) viel Geld. Verdienen wird man mit kirchlichen Angeboten ohnehin kaum etwas – die Zahlungsbereitschaft der Nutzer ist selbst bei „Premiumcontent“ (z. B. von Zeitungsverlagen) äußerst gering.
- Der Mobilfunkmarkt und seine Technologien befinden sich derzeit noch stark in Bewegung. Lange Zeit konzentrierten sich App-An-

14 Vgl. Medien-Dienstleistung GmbH (Hg.): *Milieuhandbuch Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005*. München/Heidelberg 2005.

15 Vgl. Medien-Dienstleistung GmbH (Hg.): *MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation 2010. Kommentarband I und II*. München/Allensbach/Heidelberg 2010.

bieter auf das Betriebssystem von Apples iPhone, weil dieses Gerät das erste massenhaft nachgefragte Smartphone war. Entsprechend ist noch heute das Angebot an Applikationen für iPhones am vielfältigsten. Doch die Gewichte auf dem Markt verschieben sich momentan deutlich hin zu Googles Android. Die künftige Rolle von Microsoft Windows und anderen Plattformen ist noch unklar. Wer möglichst viele Nutzer mit seinem Angebot erreichen will, muss für mehrere „Smartphone-Welten“ programmieren – und entsprechend mehr in die Entwicklung investieren. Unklar ist außerdem, welche Rolle in Zukunft die sogenannten Tablet-PCs spielen werden, also Geräte zwischen Notebook und Smartphone. Hier hatte bislang Apple mit dem iPad beinahe eine Monopolstellung – aber andere Hersteller und damit auch andere Betriebssysteme folgen. Hierfür müssten dann ebenfalls Applikationen bereitgestellt werden.

- Erfolgreich werden Apps dann sein, wenn sie maßgeschneidert für die vorgesehenen Geräte und die mobile Nutzung sind. Zum einen muss also auf Bedienungsfreundlichkeit (Usability) geachtet werden – eigentlich eine Selbstverständlichkeit. Zum anderen dürfen die Anwendungen nicht bloß Plagiate von bereits existierenden Internetangeboten sein. Die Möglichkeiten der Technik (Stichwort Kontextsensitivität) gilt es sinnvoll auszunutzen. Beispielsweise müssen die Komponenten Raum und Zeit eingebunden werden. Sinnvolle Anwendungen können Datenbanken zu Kirchen, Gottesdiensten, Seelsorgeangeboten und kulturellen Veranstaltungen sein, in denen Nutzer mit Ortskoordinaten und Zeitangaben recherchieren können: Gibt es an diesem Urlaubsort schöne Kirchen zu besichtigen? Wo findet heute Abend in der Nähe eine Eucharistiefeier statt? Und wann das nächste Orgelkonzert?
- Die Beantwortung solcher Fragen zu jeder Zeit an jedem Ort setzt nicht nur entsprechende Handys und Apps voraus. Die Programme funktionieren nicht ohne ein standardisiertes und koordiniertes Erheben und Pflegen entsprechender Datensätze, auf welche die Apps zugreifen können. Hierbei muss die Kirche zwingend diözesanübergreifend (womöglich sogar ökumenisch) arbeiten – das Einsatzgebiet einer App darf nicht an Bistumsgrenzen enden.

Bereits heute werden erste Schritte auf diesem neuen Feld der medialen Kommunikation gegangen. In Deutschland sind sie noch zaghaft. Manche Angebote sind vielversprechend, andere verbesserungswürdig, wieder andere reine Spielerei. In jedem Fall zeigen die jetzt schon angebotenen Apps, dass sich die katholische Kirche auch mit modernsten Medien intensiv beschäftigt, um ihrem eigentlichen Auftrag nachgehen zu können – der Verkündigung der Frohen Botschaft.