

Notabene

Für eine kirchliche Internet-Offensive

Für eine stärkere Nutzung des Internets durch die Kirche haben sich mehrere Stimmen zu Wort gemeldet. Auf allerhöchster Ebene befassten sich die Mitglieder des Päpstlichen Medienrates auf ihrer diesjährigen Vollversammlung in Rom mit den neuen Kommunikationstechniken.

Papst Benedikt XVI. sprach in einer Audienz für die Teilnehmer von einer „regelrechten Revolution“ in der Medienentwicklung, auf die die Kirche angemessen reagieren müsse. Diese Technologien müssten dazu beitragen, einen Dialog zu intensivieren, der der Wahrheit verpflichtet sei und uneigennützig Freundschaft fördere. Die Medienvertreter rief der Papst auf, sich für eine Kultur des Respekts gegenüber der Menschenwürde und dem Wert der Person einzusetzen.

Bei einer Akademieveranstaltung in Schwerte plädierte der Erzbischof von Paderborn, Hans-Josef Becker, für die Verstärkung kirchlicher Medienpräsenz. Im Blick auf die starke Nutzung des Internets durch junge Menschen trat er für einen Ausbau des Angebotes der Kirche in diesem

Medium ein, vor allem auch, weil die angespannte finanzielle Situation die Realisierung eines eigenen Fernsehsenders erschwere.

Schließlich sprachen sich auf der Jahresversammlung der Katholischen Rundfunkarbeit in Hamburg, die unter dem Thema „Generation digital – Die Internet-Offensive der Kirche“ stand, die mehr als 80 Medienvertreter insbesondere für ein größeres Engagement in den Internetzirkeln aus. Auf der Jahrestagung standen neben inhaltlichen Fragen Diskussionen über die Organisationsstrukturen im Mittelpunkt. Sie sind bisher in der katholischen Kirche vorwiegend regional und auf Diözesan-Ebene entwickelt. Deshalb soll das bundesweit operierende Internet-Portal *katholisch.de* ausgebaut werden. Bischof Fürst ließ mitteilen, dass die Internet-Gestaltung durch die Bischofskonferenz bis Ende des Jahres abgeschlossen sein soll. Vorgesehen ist auch ein Engagement der Kirche in sozialen Netzwerken wie *StudiVZ* oder *Facebook* sowie im Umfeld virtueller Kirchen und in den Spielwelten.

Kritik an der Medienberichterstattung über Kirche

Die Kritik von Bischöfen an der Medienberichterstattung über kirchliche Ereignisse nimmt zu. Zu Beginn der jüngsten Vollversammlung der Europäischen Bischofskonferenzen beklagte deren Vorsitzender, Kardinal Peter Erdö von Esztergom-Budapest, viele europäische Medien zeigten in Nachrichten ein verzerrtes Bild über das Leben der Kirche. Die Kirche werde oft angegriffen und ins Lächerliche gezogen. Gegenüber der katholischen Kirche seien in den Medien Zeichen einer wahren Intoleranz wahrzunehmen.

Als unzureichend kritisierte auch Medienbischof Gebhard Fürst die mediale Berichterstattung über Religion und Kirche in den deutschen Medien. Bei einer Veranstaltung im Haus der Geschichte Baden-Württembergs sagte Fürst, es gebe einen Ausschluss des Religiösen in der Öffentlichkeit. Als einen Grund für die mangelnde mediale Aufmerksamkeit nannte der Bischof die Tatsache, dass viele Journalisten alles Religiöse als Privatsache ansähen. So nehme beispielsweise das Thema Gewalt in den Nachrichten gegenüber dem Thema Kirche den 50-fachen Raum ein. Als weiteres Beispiel für die Unausgewogenheit nannte der Bischof von Rottenburg-Stuttgart die Fernsehberichterstattung über die

„demonstratio“ der Gläubigen an Fronleichnamsprozessionen. Obwohl es in den letzten Jahren viel weniger Ostermärsche gegeben habe, fänden diese in den Medien ungleich stärkere Beachtung.

Nicht von ungefähr dürfte auch der Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz, Erzbischof Robert Zollitsch, die Journalisten zu mehr Verantwortung aufgerufen haben. Bei der Verleihung des diesjährigen Katholischen Medienpreises in Bonn kritisierte Zollitsch eine oberflächliche Jagd nach Auflage und Quote. Angesichts einer Gesellschaft, die sich Kommunikationsgesellschaft nenne, aber oft nur mit einem Ohr hinhöre, sei eine kritische und zugleich fundierte Berichterstattung unerlässlich. Qualität, Wahrhaftigkeit und das gute Wort zur rechten Zeit zeichneten eine seriöse Berichterstattung aus. Die Einhaltung ethischer Mindeststandards bringe langfristig mehr Erfolg.

Zugleich betonte der Erzbischof das Interesse der Kirche an mehr Präsenz in den Medien. Das Gespräch mit der Öffentlichkeit sei wichtig, auch wenn es sich um schwierige Themen handle. Dabei müsse die Kirche auch mutig neue Wege gehen und alle neuen Techniken benutzen. Er selbst habe mit einem Internet-Tagebuch positive Erfahrungen gemacht.

katholisch.de soll neue Inhalte bekommen

Das Internetportal *katholisch.de* soll in zwei Stufen ausgebaut werden. Zunächst soll erfasst werden, was es bereits in den Diözesen gibt und was zusammengefasst werden kann. In der zweiten Stufe sollen die überdiözesanen Aktivitäten koordiniert und neue Formate und Inhalte etabliert werden, u. a. mit Videos und Community-Formen. Außerdem sollen seelsorgliche Angebote erschlossen werden. Eine bei der Allgemeinen gemeinnützigen Programm-Gesellschaft in Köln eingerichtete Steuerungs-

gruppe setzt die Pläne um. Jedoch soll es um die Besetzung der Steuerungsgruppe Unstimmigkeiten geben, ebenso um den künftigen Träger von *katholisch.de*. So gehören zur Projektgruppe die Erzbistümer Köln und München-Freising sowie das Bistum Rottenburg-Stuttgart, der Leiter des Bereichs Kirche und Gesellschaft im Sekretariat der Bischofskonferenz, Vertreter des „Rheinischen Merkurs“, der Katholischen Nachrichtenagentur, der Filmgesellschaft Tellux und externe Experten.

Neues Portal evangelisch.de gestartet

Bereits gestartet ist das neue Internetportal *evangelisch.de*. Es soll sich, wie die Online-Leiterin Melanie Huber mitteilte, nicht nur an kirchennahe Menschen wenden, sondern an alle, die an der evangelischen Kirche und ihren Positionen interessiert sind. Das Portal soll „jung, bisweilen auch frech“ sein, anregen, Halt und Orientierung geben. *evangelisch.de* gliedert sich in drei Bereiche. Unter „Themen“ werden Aktuelles und Hintergründe zu kirchenrelevanten Vorgängen in Politik, Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft, Umwelt und Wissen angeboten, „Community“ gibt Anregungen zum Leben in den Gemeinden. Unter „Kompass“ finden sich Informationen über

Dienstleistungen der evangelischen Kirche, darunter auch Fragen zu Glauben und Religion.

Das Internetportal ist wie die Nachrichtenagentur Evangelischer Pressedienst (epd) und das Magazin „chrismon“ dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) in Frankfurt zugeordnet. Die Kosten für *evangelisch.de* bezifferte GEP-Direktor Jörg Bollmann auf jährlich eine Million Euro. Bischof Wolfgang Huber hatte noch während seiner Amtszeit als Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche in Deutschland betont, *evangelisch.de* werde eine Schlüsselrolle im gesamten Internetangebot der evangelischen Kirche zukommen.

Welche Zukunft hat der Blogging-Dienst Twitter?

Auf den Münchener Medientagen Anfang November hat sich in dem Forum „Twitter – ist das Gezwitscher nur eine Hype oder das Kommunikationstool der Zukunft?“ eine heftige Diskussion über die Zukunft der Internet-Kommunikation entzündet. In einem KNA-Bericht zieht Thomas Winkel das Fazit: Das Geschnatter um Twitter wird sich legen, und das Micro-Blogging wird nicht das allein selig machende Medium der Zukunft sein.

Der Apologet der Blogger-Szene, der Journalist Rainer Meyer, wies zwar auf die große Erfolgsgeschichte des Twitters in Deutschland mit zur Zeit 1,8 Millionen Nutzern hin, stellte aber auch fest, dass das Twitter-Wachstum in den USA zum Stillstand gekommen sei. Viele Nutzer der maximal 140 Zeichen umfassenden Mitteilun-

gen sprängen ab, weil sie – wie er selbst – Twittern nicht für zukunftsfähig hielten; es sei weiterhin zu oberflächlich.

Einzelne Vertreter der Kirchen hingegen setzen (vorerst) noch auf Twittern. So bezeichnete Bischof Franz-Peter Tebartz-van Elst aus Limburg diese Micro-Form der Internet-Kommunikation als Herausforderung, um „Substanzielles durch Virtuelles zu transportieren“. Mit dieser Form wolle sein Bistum Brücken zwischen Himmel und Erde bauen. In der evangelischen Kirche ist die Bibel in 1400 Kurznachrichten für Twitter-Dienste erfasst worden.

„Focus-online“-Redakteur Alexander von Streit unterstrich, das entscheidende journalistische Prinzip sei es, Informationen zu überprüfen und nicht nur zu übernehmen.

Katholiken setzen auch in der Schweiz aufs Internet

Die katholischen Journalisten in der Schweiz sind auf der Jahresversammlung des Schweizerischen Katholischen Pressevereins (SKPV) aufgerufen worden, den Einstieg ins Internet nicht zu verpassen. Dies sei umso wichtiger, als die allgemeine Lage der katholischen Medien in der Schweiz „nicht so rosig“ sei, wie SKPV-Präsident Markus Vögtlin erklärte. Der Verein hat in den

letzten fünf Jahren, bedingt durch Konzentrationen und Sparmaßnahmen, etwa ein Drittel seiner Mitglieder verloren. Daher, so Vögtlin, stünden der Kampf gegen die Überalterung und die Erschließung neuer Einnahmequellen im Vordergrund.

In Schwierigkeiten geraten ist auch die zweisprachige katholische Nachrichtenagentur KIPA, die in Genossenschaftsform ge-

führt wird. Zwar konnte dank größerem kirchlichen Zuschuss das Personal erhöht werden, dennoch bedarf die Agentur zum Kostenausgleich weiterer Mittel. Die Generalversammlung

beschloss einen gezielteren Produktverkauf. Neben Einnahmen aus Werbung auf ihren Internet-Nachrichtenseiten sollen die Agenturdienste gezielt Privatbezieher angeboten werden.

Erziehung zur Medienkompetenz verstärken

Die Notwendigkeit, Heranwachsende zur Medienkompetenz zu erziehen, wurde auf einer Tagung über das Thema „Ohne Gewalt geht's auch – Wie Jugendliche Medien bewusst nutzen können“ in München betont. Auf dem von der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) mitveranstalteten Treffen der Frauen-Union Bayerns erklärte das FSM-Vorstandsmitglied Valentina Daiber, dass Medienerziehung und Jugendschutz keine Randthemen in der Gesellschaft bleiben dürften. Es sei wichtig, Eltern und Heranwachsende stärker als bisher ein Bewusstsein über Stärken und Risiken der Mediennutzung zu vermitteln. Deshalb müssten Politik und

Wirtschaft Erziehungsberechtigte zur Verbesserung der Medienkompetenz angehalten und mit praxisnahem und kindgerechtem Material versorgt werden.

Die FSM hatte sich auf einer Tagung in Berlin für eine Bewertung von Internet- und Computerspielen eingesetzt. Nach einer Studie des Interessenverbandes Bitcom gibt es in der Bundesrepublik inzwischen mehr als 21 Millionen Video- und Computerspieler, vorwiegend unter den 14- bis 29-Jährigen. 70 Prozent von ihnen spielten digital und 45 Prozent im Internet. Die FSM entwickelt zur Zeit eine Klassifizierung zur Einstufung von Internet-Inhalten, die auch Online-Spiele einschließen.

Anregungen für die Medienarbeit des Vatikans

Eberhard von Gemmingen moniert erhebliche Schwächen in der Medienarbeit des Vatikans. Anlässlich seines Abschieds als Leiter des deutschsprachigen Programms von Radio Vatikan sagte der Jesuitenpater in einem KNA-Interview: „Der Vatikan bleibt ein gutes Stück hinter sei-

nen Möglichkeiten zurück.“ Als Beispiel verwies er auf die vaticanischen Internetseiten, die zwar ein „wunderbares Archiv“ enthielten, jedoch keine aktuellen Mitteilungen. Er wünsche sich auch mehr afrikanische und asiatische Sprachen für das vaticanische Radio.

Bernhard Sassmann neuer UCIP-Präsident

Die zweimalige Wahl von Maria Strivens aus Südafrika zur Präsidentin der Katholischen Weltunion der Presse (UCIP) 2007 und 2008 war vom Präsidenten des Päpstlichen Rates für die Laien, Kardinal Stanislaw Rylko, wegen unklarer Statuten nicht anerkannt worden. Jetzt hat eine UCIP-Generalversammlung Anfang November in Rom den Österreicher Bernhard Sassmann, Direktor einer Wiener Werbeagentur, zum neuen Präsidenten gewählt. Sassmann war der einzige Kandidat. Da nun die Prä-

sidenten des Päpstlichen Medien- und Laienrates anwesend waren, geht die UCIP davon aus, dass diese Wahl statuten- und kirchenrechtlich gültig ist.

Sassmann tritt die Nachfolge des brasilianischen Kommunikationswissenschaftlers Ismar de Oliveira Soares an, der seit 2001 für zwei Amtszeiten an der Spitze der UCIP stand. Von 1980 bis 1986 war der Vater von Bernhard Sassmann, der 1997 verstorbene österreichische katholische Verleger und Publizist Hanns Sassmann, Präsident der UCIP.

Aufgelesen: Das PR-Konzept von König Salomo

Ratschläge zu einer erfolgreichen Kommunikation basierend auf den Sprüchen des Königs Salomo gibt PR-Experte Ralf Lengen in Heft 5/2009 des Christlichen Medienmagazins „Pro“. Den Tipp, man solle besser andere lobende Worte über einen selbst äußern lassen, findet Lengen zum Beispiel in der Heiligen Schrift, Sprüche 27,2: „Es rühme dich ein anderer und nicht dein eigener Mund, ein Fremder und nicht deine Lippen.“ Auch raten PR-Experten im Falle von Krisen, dass man offen kommuniziert und Fehler einräumt. Dies wusste auch schon Salomo: „Wer seine Verbrechen zu deckt, wird keinen Erfolg haben; wer sie aber bekennt und lässt,

wird Erbarmen finden“ (Sprüche 28,13). Selbstverständlich soll man freundlich im Tonfall bleiben, schließlich heißt es schon in der Bibel: „Eine sanfte Antwort wendet Grimm ab, aber ein kränkendes Wort erregt Zorn“ (Sprüche 15,1). Ein weiterer Ratschlag kommt Ralf Lengen, Inhaber einer PR-Agentur, nicht ungelegen: Man soll Experten zu Rate ziehen, denn „Pläne scheitern, wo keine Besprechung ist; wo aber viele Ratgeber sind, kommt etwas zustande“ (Sprüche 15,22). Weitere Salomo-Tipps verrät Lengen auf seiner Internetseite www.salomo.de. *kl*

Zusammengestellt von
Ferdinand Oertel