

**Matthias Sellmann, Neue Medien gerne nutzen. Ein Plädoyer für kulturelles Liga-Bewusstsein (In: Lebendige Seelsorge, 63. Jahrgang, 1/2012), S. 17 - 22.**

Drei Beispiele sind es, drei „Situationen“, die der Juniorprofessor für Pastoraltheologie an der Ruhruniversität Bochum, Matthias Sellmann, zu Beginn seines Artikels schildert: Eine Gebets-App<sup>1</sup> mit automatischem Segen beim Programmschließen, ein hauptamtlicher Mitarbeiter in der Jugendpastoral, der in parallelen Internetuniversen wie „second life“ oder „World of Warcraft“ virtuelle Seelsorger affichieren möchte (Priester-Avatare) und eine Bibelrunde, die in Ermangelung regelmäßiger Treffen vor Ort via Internettelefonie „Skype“ ihre Exegese betreibt. Alle drei Beispiele sind fiktional, aber durchaus im Bereich des (technisch) Möglichen und in (abgewandelter oder abgeschwächter) Form zumindest pastorale Gedankenspiele. Und sie sind, so Sellmann selbst, nicht einmal originell oder spektakulär, „weil andere Institutionen und Personen längst ähnliche mediale Lösungen für ihre Probleme gefunden haben und praktizieren“<sup>2</sup>. Und hier sind wir schon bei der Grundfrage: Soll die Kirche ihre ewigen Wahrheiten „medienwirksam“ für die „facebook-generation“ aufbereiten und eine virtuelle Promotion-Tour starten oder nicht? Sellmann beantwortet diese Frage mit einem klaren „Ja“; eine Verweigerung zu neuen Kommunikationsformen kann sich die (katholische) Kirche nicht erlauben, wenn sie das Feld nicht „Mitanißtern am Sinnmarkt“ überlassen möchte. Die Frage ist nur, in welcher Liga die Kirche spielen will. Und hier wagt Sellmann einen atemberaubenden Vergleich - für ihn sind die christlichen Kirchen in Deutschland, was Vernetzung von Menschen, Mitarbeiter/innen - Stab und Bedeutung im kulturellen und sozialpolitischen Bereich betrifft in der obersten Liga anzutreffen, quasi in der Champions League, um eine Analogie zum Fußball zu ziehen. Diese Analogie zum Fußball wählt Sellmann sehr geschickt und schickt gleich den FC Bayern oder den BVB Dortmund als Lernbeispiel für die Kirche ins (Fußball-)Feld: „(...) sowohl der FC Bayern wie der BVB pflegen eine intensive Web- und Social-Media-Präsenz; hier wird informiert, vor allem aber positiv emotionalisiert: mit eigenen Videosendern, Quiz-Spielen, Wettbewerben, Freundschaftsvermittlungen, Webcams, Umfragen und vielem mehr. Fußball macht hier Spaß, Fußball macht an, Fußball wird zur eigenen Sache“<sup>3</sup>. Sellmann führt natürlich auch gleich die Gegenargumente gegen seinen Fußballvergleich an, betont aber, dass es ihm nicht so sehr um eine Diskussion über die eingesetzten Mittel, sondern um das Liga-Denken geht. Die Kirche muss im Blick auf neue Medien mehr Selbstbewusstsein zeigen und vor allem die Chancen und nicht so sehr die Risiken und Nebenwirkungen ins Blickfeld nehmen. Denn für Sellmann ist klar, dass auch für die Kirche kein Weg an Apps oder Youtube vorbeiführt. Verweigert sich die Kirche den virtuellen Realitäten des 21. Jahrhunderts, überlässt sie das Spielfeld kirchlicher Kernthemen und Begriffen anderen. Dabei sind die Torchancen für

---

1 All den wenigen Nicht-Smartphone-Besitzer/innen wie dem Autor dieser Rezension sei der kurze Hinweis erlaubt, dass eine Application ein aus dem Internet zu beziehendes Programm - kostenfrei oder zu bezahlen - ist, dass gewisse Features und Informationen bietet.

2 Seite 19

3 Seite 20

die „Kirchenelf“ hoch: „Ließe sich nicht neben der durchaus vielfältigen privaten auch eine professionelle katholische Blogosphäre einrichten, in der hochqualitativer Web-Journalismus gepflegt wird? Sollte man so eine Idee wie Google Church nicht forcieren, also flächendeckende Suchmaschinen für Kirchengebäude und Gottesdienstzeiten anbieten (...)“<sup>44</sup>. Gerade die Kirche muss, so Sellmann frei nach Lumen Gentium im Dienst der Lebensweisheit stehen und für diese Zeichen sein. Am Ende seines Artikels zitiert Sellmann einen Blogger, der das weltweite Netz nicht als Verbindung von Maschinen sieht, sondern als Heimat, die aus anderen Menschen besteht. Für Sellmann ist für eine Kirche, die in der Champions League spielt, das Netz und neue soziale Medien daher Spielstätte. Wenn sie überhaupt mitspielen will.

Sellmanns Artikel amüsiert, frustriert und regt gleichzeitig auf - er frustriert, wenn man als Österreicher den Fehler machen würde, die katholische Kirche in unserem Land mit der österreichischen Nationalmannschaft zu vergleichen. Er amüsiert allein durch den Vergleich Kirche-FC Bayern und er regt gleichzeitig gerade deshalb auf. Doch wenn die Aufregung der Reflexion weicht, muss man Sellmann Recht geben. Tatsache ist, dass kirchliche Inhalte schon lange Themen sozialer Netze sind und eine Unmenge von „Sinnanbietern“ neue Kommunikationsformen zum Verbreiten ihrer Thesen und Theorien nutzt. Tatsache ist auch, dass die Kirche prinzipielle Bereitschaft zur Interaktion im Internet signalisiert. Tatsache ist aber auch, dass die Angst vor dem eigenen Mut kirchliche Webauftritte und -aktionen bis dato eher - vorsichtig ausgedrückt- brav-biederer wirken lässt. Und mit brav-biederer Spielweise kommt man nicht in die Champions League - das zeigen, und nun darf der Vergleich erlaubt sein, die österreichischen Fußballmannschaften.

*Maximilian Fritz*

In der Diözesanbibliothek findet sich eine große Auswahl von deutschsprachigen theologischen Zeitschriften.

### **Diözesanbibliothek Klagenfurt**

Tarviser Straße 30, 9020 Klagenfurt

Tel: 0463/5877-2600

dh.bibliothek@kath-kirche-kaernten.at

### **Öffnungszeiten:**

Montag bis Donnerstag: 8.00-12.00 Uhr und 13.00-17.00 Uhr

Freitag: 8.00-12.00 Uhr