



## KOMMENTAR

### KOMMUNIKATION JA, ABER WIE?!

Viele Wege führen zum Ziel, aber leider eben nicht immer alle. Das gilt für den privaten Alltag genauso wie für die kirchliche Kommunikation. Die Bistümer sehen sich immer mehr vor die Herausforderung gestellt, wie sie ihre Themen transportieren und den Kontakt zu den Gläubigen halten können. Die Medien spielen dabei eine wichtige Rolle. Ohne Zweifel! Doch welche Kanäle werden wie genutzt? Das ist die entscheidende Frage!

Schon längst hat die Kirche erkannt, welche Chancen zum Beispiel die sozialen Netzwerke bieten. Papst Franziskus bekräftigt das in seiner ersten Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, in der er dazu aufruft, auch online den Glauben zu verkündigen und sich mit Menschen weltweit über ihn auszutauschen. Die Erkenntnis ist das eine, die Umsetzung das andere. Denn es reicht nicht aus, wenn sich jedes Bistum jetzt einfach einen Facebook-Account zulegt. Der Kanal ist damit zwar geschaffen, aber das garantiert noch keine Kommunikation. Es müssen auch die personellen Ressourcen vorhanden sein, um

diesen Kanal zu pflegen und wirklich kommunizieren zu können. Wenn ein Bistum einmal pro Woche etwas bei Facebook postet und vielleicht sogar Angst vor möglichen Diskussionen mit seinen Followern hat, dann wird das Prinzip der sozialen Netzwerke ad absurdum geführt. Der Kanal allein bewirkt nichts, er muss auch mit Leben gefüllt werden. Ein Blick ins Bistum Essen zeigt, dass das auch gelingen kann. Und der Einsatz wird belohnt – von mehr als 2.000 Facebook-Fans. Als diese Marke geknackt wurde, veranstaltete das Bistum Essen sogar ein Fan-Grillfest. Digitale Kommunikation, die reale Begegnung schafft. Kompliment!

Und auch bei den anderen Medien gilt es, die Regeln des jeweiligen Kanals einzuhalten. Für das Engagement der Bistümer im Privatfunk bedeutet das beispielsweise, dass die jeweiligen Formate der Radiosender beachtet werden müssen. Kurz, knackig und einfach ein Verständnis für Kirche bei einem oft nicht kirchlich-gebundenen Hörerpublikum zu wecken – das ist der zu erfüllende Auftrag. Sind die Radiobeiträge allerdings voller Kirchenlatein, lang

und besitzen keinen Bezug zur Lebenswelt der Hörer, ist auch hier der Kanal nur eine leere Hülle, die ins Nirgendwo führt.

Ob im Bereich der Printmedien die Kirchenzeitungen eine Zukunft haben, darüber wird oft und intensiv debattiert. Genauso über die möglichen Optionen. Auch hier geht das Bistum Essen neue Wege. Mit seiner kostenlosen Mitgliederzeitung „BENE“ kommt das Ruhrbistum jetzt sechsmal im Jahr in alle katholische Haushalte und will mit frischem Design und einfachen Geschichten wieder die Freude am Glauben vermitteln. Ein weiterer Pluspunkt: Das Magazin besitzt auch eine Website ([bene-magazin.de](http://bene-magazin.de)), die durch Audios und Videos die Artikel in gelungener Form ergänzt. Inwiefern sich dieses Modell bewähren wird, bleibt noch offen. Erst einmal ist es auf drei Jahre angelegt, die von einer Marktforschung eng begleitet werden. Vielleicht erweist sich dieses Projekt ja als nachahmenswert.

Kommunikation ja, aber wie?! Kanäle für die kirchliche Kommunikation gibt es viele, aber sie müssen auch richtig genutzt werden. *Nicole Stroth*

**Alle früheren Vorstandskommentare finden Sie im Internet unter:  
[www.gkp.de/mitglieder/kommentare](http://www.gkp.de/mitglieder/kommentare)**