

**„DA DIE KOMMUNIKATIONSMITTEL
OFT DIE EINZIGEN NACHRICHTEN-
VERBINDUNGEN ZWISCHEN KIRCHE
UND WELT SIND, WÜRDEN JEMAND,
DER SIE UNGENUTZT LIESSE, VON
GOTT VERLIEHENE TALENTE IN DIE
ERDE VERGRABEN.“ (CP, NR. 123)**

Wer ist (medial) «die Kirche»?

- Wie in allen Bereichen der Gesellschaft stehen «überregional» die oberen Hierarchiestufen für die Kirche
- Das heisst: der Papst, die Kardinäle, Bischöfe, Äbte, etc.
- Grund ist das Bedürfnis nach Leitbilder, Vorbildern, Wegweisern oder – Sündenböcken!

Lieber eine Nebenrolle...

- **Fazit: grosse Chancen und grosse Gefahren.**
- In (fast) allen Bereichen öffentlicher Kommunikation, auch in der Kirche, spielen Testimonials eine Hauptrolle.
- In (fast) allen Bereichen der öffentlichen Kommunikation haben viele kirchliche Amtsträger lieber eine Nebenrolle .

Er hat es vorgemacht!

Papst Johannes-Paul
II: ein virtuoser
Spieler auf der
Medienklaviatur!



Paradigmenwechsel nach II. Vatikanum

- „Gemeinschaft und Fortschritt menschlicher Gesellschaft sind die obersten Ziele sozialer Kommunikation und ihrer Instrumente.“ (Communio et Progressio CeP)
- Die Kirche sieht fortan in den Medien „Geschenke Gottes, weil sie die Menschen geschwisterlich verbinden, damit sie am Heilswerk Gottes wirken“. Sie seien „wesentlich für menschliche Kommunikation und Gemeinschaft“.

Fazit: Kirche und Medien - zwei die sich mögen müssen!

- Die Kirche spielt gesellschaftlich keine Hauptrolle mehr.
- Um ihren pastoralen Auftrag wahrzunehmen muss sie möglichst viele Kommunikationswege sinnvoll und auch im Krisenfall aktiv nützen



Zu These 1 und 2

- Mediale Fehlleistungen gibt es – unbestritten!
- Fehler gab es auch früher und Einseitigkeit!
- Wir müssen lernen, mit den heutigen Medien umzugehen, Jammern hilft nicht
- Passive Kommunikation führt in die Defensive (Beispiel: Debatte um sexuelle Übergriffe)
- Vertrauensfördernde Kommunikation wäre wichtig
- Pauschalurteile treffen auch Medienschaffende
- Kirchliche Medienarbeit fördern/verändern
- Medientrainings für «Testimonials», neue aufbauen

Medienarbeit ist vielfältig geworden

Für alle Medien ist die Kirche ein nicht zu vernachlässigender Player im gesellschaftlichen Leben.

Das ist eher Chance als Gefahr!

These 3 – Verkündigungsmethoden

- Nichts ersetzt das persönliche Gespräch, persönliches Zeugnis, glaubwürdige Lebensentwürfe
- Das katholische Milieu gibt es längst nicht mehr, wir verhalten uns, als ob es noch vorhanden wäre.
- Wie kann **und will** die Kirchen den Glauben ins Spiel bringen anstelle dogmatischer Diskussionen?
- Dafür die heutige Medienvielfalt nützen ist sehr wichtig!

These 4 – Vor- und Nachteile

Die neue Medienwelt hat Vor-

- Neue Medien ermöglichen Diskussion
- Schnelle Informationswege
- Multimedia ist für Medienkonsumenten spannend...

... und Nachteile

- Was ist Fakt und was ist Meinung?
- Primeur zulasten seriöser Recherche
- ...für Medienleute (über-)fordernd

Anonymität im Internet kann Gefahr sein!

Wo bleiben die good news?



lokal - regional - national - international

Good news vor allem
lokal und regional

Diakonie wird als
positiv wahrgenommen

National/international
oft schwierig

Omnipräsent: Papst
und Lehramt



Was wäre nötig?

- good news überhaupt ermöglichen...
- professionell kommunizieren, was Grund unserer Hoffnung ist und was die Kirche tut
- Kirchliche Medienarbeit hoch gewichten
- Aktivitäten auf Web 2.0 stärken
- Testimonials trainieren, neue «Köpfe» aufbauen

Es gibt Grenzen

Kommunikation von Inhalten, die nicht verstanden, sogar gänzlich abgelehnt werden.

Beispiele:

- Pflichtzölibat
- Stellung der Frau in der Kirche
- Umgang mit Geschiedenen

Welches Image hat die Kirche...

- ...wenn ein Bischof in den Medien gelobt wird dafür, dass er einen Priester der Vater wird nicht verurteilt und verdammt?
- ...wenn deren oberste Repräsentanten offensichtlich keinen gemeinsamen Kurs finden?
- ...wenn sie überregional vor allem durch Skandale und veraltete Strukturen auf sich aufmerksam macht?

Verantwortung beider Seiten

Kirche mit Amtsträgern

- offene, proaktive Kommunikation, auch in Notfällen
- good news proaktiv kommunizieren
- keine Eingriffe in die Pressefreiheit

Medienschaffende/Medienhäuser

- Genauigkeit nicht zugunsten der Schelligkeit opfern
- Interesse an good news zeigen/beweisen
- Pressefreiheit vor kommerziellen Interessen

Einmischung gefragt!

Die Menschen sind **nicht desinteressiert** an Religion – sie haben aber keine Bindung mehr an die Kirche.

Es braucht: Mutige Menschen, die durch ihr persönliches Zeugnis Freude am Glauben und an der Gemeinschaft der Kirche ausstrahlen.

Mutige Menschen, die nicht hinter Kirchenmauern bleiben sondern **sich einmischen** in wesentliche gesellschaftspolitische Fragen, auch wenn das unbequem ist.