

Christian Hermes

Das Netz auf der rechten Seite auswerfen

Erfahrungen eines Pfarrers in Europas
größtem Business-Netzwerk Xing

*Jesus aber sagte zu ihnen:
Werft das Netz auf der rechten Seite
des Bootes aus und ihr werdet etwas fangen.
Sie warfen das Netz aus
und konnten es nicht wieder einholen,
so voller Fische war es. (Joh 21,6)*

Kirche, Web 2.0 und die unerreichten Milieus

Im Nachtrag zum Johannesevangelium fordert der Auferstandene die mut- und erfolglosen Jünger auf, das Netz auf der rechten Seite auszuwerfen. Dass es sich bei diesem Vorschlag nicht um einen besonderen fischereitechnischen Trick, sondern um eine Ermutigung zu innovativen Wegen der Glaubenskommunikation handelt, ist offenkundig. Die Kirche kommt nicht umhin, immer wieder zu fragen, ob sie ihre Netze „auf der rechten Seite“ auswirft. Sucht sie, deren Beruf das Sammeln der Menschen in der Gemeinschaft mit Gott und untereinander ist, die Menschen dort, wo gar keine (oder keine mehr) sind, gleicht sie einem Fischer, der aus Bequemlichkeit oder falsch verstandener Traditionsverbundenheit sein Netz einfach immer noch und immer weiter dort auswirft, wo schon lange gar keine Fische mehr schwimmen.

Dass der Köder dem Fisch und nicht dem Angler schmecken müsse, ist eine nicht nur unter Petrijüngern, sondern auch unter Marketing-Leuten selbstverständliche Weisheit. Ebenso gilt: Die Fische schwimmen nicht dahin, wo der Fischer seine Netze auswirft, sondern der Fischer muss sein Netz dort auswerfen, wo die Fische schwimmen. Die Kommunikation des Glaubens muss um des Herrn Willen dort Beziehungen suchen und Vernetzungen stiften, wo die Menschen sind, und darf sich nicht etwa in Resignation, Publikumskritik oder Selbstmitleid ergehen, weil die Menschen sich nicht an den Orten und in den Strukturen zur Gemeinschaft sammeln lassen, die kirchlicherseits dafür vorgesehen oder überliefert sind.

Die postmoderne Mediengesellschaft stellt die Kirche zweifellos vor besondere Herausforderungen. Wahrzunehmen ist, dass die traditionell kirchlichen „Milieus“ und die überkommene individuelle und gemeinschaftliche kirchliche Praxis in vielen Bereichen wegbriecht. Wahrzunehmen ist auch, dass die florierenden und inzwischen fest etablierten virtuellen „social networks“ im Blick auf jene „community“, die wie keine andere historische Organisation sich auf das „Vernetzen“ von Menschen gerade auch in der Verbindung von personaler Unmittelbarkeit und medialer Vermittlung versteht, hohe Potenziale und eine hohe strukturelle Ähnlichkeit aufweisen. Drittens ist jedoch wahrzunehmen, und hier setzt das in diesem Beitrag vorgestellte Projekt an, dass die Kirche auf der Ebene der gemeindlichen Pastoral den zeitgenössischen interaktiven Medien zumeist noch recht ratlos gegenübersteht.

Die katholische Kirche ist bisher im Bereich von Web 2.0 und social networking noch immer unterdurchschnittlich repräsentiert. Eine stichprobenartige Suche ergibt beispielsweise in Xing nach wie vor nur etwa zwei Dutzend katholische Pfarrer. Die durchschnittliche Öffentlichkeitsarbeit der katholischen Gemeinden, die Medienkompetenz und die Sensibilität vieler pastoralen Verantwortungsträger für den Bereich des Internets und erst recht des Web 2.0 ist in der Mehrzahl als ungenügend einzuschätzen. Auch die institutionelle und professionelle kirchliche Öffentlichkeitsarbeit scheint noch nach einer Anwendung der neuen Techniken zu suchen, die pastoral angemessen und erfolgversprechend sein könnte. Dass es heute nicht mehr verantwortbar ist, die neuen Medien zu ignorieren, ist klar; weniger klar scheint aber zu sein, bei welchen der neuen Medien und Anwendungen es sich um sinnlose und/oder aufwendige Spielereien handelt und bei welchen um neue, nachhaltige und in jeder Hinsicht angemessene Instrumente kirchlicher Kommunikation.

Das „virtual social networking“, also die Herstellung von Verbindungen zwischen Individuen über das Medium Internet, entspricht der Situation eines globalisierten, dynamischen, komplexen und vielfach unübersichtlichen Marktes. Es entspricht auch der gesellschaftlichen Situation der in diesem Markt agierenden Individuen, die eine im Vergleich zu modernen Arbeitswelten hohe persönliche Mobilität und eine hohe Initiative bei der Organisation von Arbeit und Beziehungen erfordert und ganzheitlich auch im Kontext postmoderner gesellschaftlicher Strukturen und Entwicklungen wie einer Individualisierung, Flexibilisierung, Internationalisierung und Enttraditionalisierung zu betrachten ist. Social networking im Web 2.0 wird in je höherem Maße genutzt, in dem Menschen persönlich oder in ihrer Arbeit von den genannten Faktoren bestimmt werden und in dem es für sie von

Bedeutung ist, informationell und persönlich Zugänge zu sozial oder wirtschaftlich entsprechend ihren Angeboten oder Bedürfnissen interessanten Kontakten zu finden.¹

Aus der Perspektive der Sinus-Milieustudie, die als sehr taugliches Instrument zur Analyse religionssoziologischer Entwicklungen angesehen wird, ist das Web 2.0 insbesondere das Medium der sogenannten „modernen Performer“ sowie der „Experimentalisten“.² Dies aber sind zugleich Milieus, zu denen die Kirche heute – unter anderem – sehr schwer oder keinen Zugang hat.³

Zielgruppe „moderne Performer“

Xing ist laut Unternehmensangaben mit acht Millionen Mitgliedern in 200 Ländern eines der weltweit größten Business-Netzwerke. Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken wird es vorrangig zur professionellen Präsentation, zur Kontaktaufnahme wie etwa zur Aquse von Kunden und Aufträgen, zur strategischen Entwicklung, Entwicklung von geschäftlichen Kontakten und Kooperationen sowie zur Vernetzung nach persönlichen Interessen gebraucht. Aufgrund des geschäftlichen Hintergrunds rekrutiert das Netzwerk seine Mitglieder unübersehbar auf einem höheren Bildungs- und Sozialniveau, was auch einen seriöseren Stil und die Einhaltung der „Netiquette“ zur Folge hat. Albernheiten, Fantasienamen oder Fake-Profilen begegnet man dort ebenso unterdurchschnittlich wie Spam, anstößige Meinungsäußerungen, zweifelhaftem Bildmaterial oder anderen Erscheinungen, unter denen das interaktive Internet mitunter leidet. Im Gegensatz zu anderen Netzwerken sieht das Mitglied, wer die Profilseite besucht hat, sofern die Zugänglichkeit nicht auf Suchmaschinen ausgeweitet wird. Aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes werden Kontakt ablehnungen und Löschungen der anderen Seite jeweils nicht mitgeteilt.

- 1 Vgl. Jeremy Rifkin: *The Age of Access*. New York 2000; Aleksander Bard/Jan Soderquist: *Netocracy. The New Power Elite and Life After Capitalism*. New York 2002.
- 2 Die „modernen Performer“ repräsentieren die junge, unkonventionelle Leistungselite, die beruflich und privat modernitätsorientiert, intensiv, multi-optional und flexibel lebt. Die „Experimentalisten“ werden als die extrem individualistische „neue Bohème“ charakterisiert, die sich als ungebunden, spontan, durchaus lifestyle-avantgardistisch, aber auch widersprüchlich präsentiert.
- 3 Vgl. unter den zahlreichen Auswertungen der Sinus-Studie für die Situation der Kirche z. B. Bernhard Spielberg: Wenn die Analyse stimmt, was dann? In: *Lebendige Seelsorge*, 57. Jg. 2006, H. 4, S. 252-257 sowie die Beiträge in *Communicatio Socialis*, 39. Jg. 2006, H. 3.

Als Pfarrer einer an „modernen Performern“ reichen katholischen Seelsorgeeinheit wollte der Verfasser testen, wie eine Präsentation und Kontaktaufnahme über das Business-Netzwerk Xing im Bereich seines Sprengels ankäme. Dieser umfasst die Gemeinden Sankt Elisabeth (etwa 9500 Katholiken) und Sankt Clemens (etwa 3700 Katholiken) im Stadtbezirk Stuttgart-West sowie Stuttgart-Botnang.⁴ Insbesondere die Gemeinde Sankt Elisabeth zeichnet sich dadurch aus, dass in ihr überdurchschnittlich viele junge Erwachsene, Singles, junge Familien leben. Mehr als die Hälfte der Gemeindeglieder ist unter vierzig Jahre alt. Der Anteil von qualifizierten Angestellten im Bereich Finanzen und Versicherungen sowie von Freiberuflern und Angestellten in kreativen und innovativen Berufen (Architektur, Marketing, Design, Internet, Beratung) ist beachtlich. Entsprechend der demographischen und sozialen Situation kennzeichnet das Stadtviertel eine außerordentlich hohe Fluktuation, die in besonderer Weise die Altersgruppe der Studierenden und jungen Berufstätigen betrifft.

Die Kontaktaufnahme über Xing erfolgte zunächst mit einem sehr offenen Erwartungshorizont, weil anfangs nicht abzuschätzen war, wie viele Personen im territorialen Bereich der Seelsorgeeinheit Mitglieder in Xing sind und wie diese auf eine Kontaktaufnahme durch den katholischen Pfarrer reagieren würden. In Xing einzusteigen war ein pastorales Experiment: Wie lässt sich damit arbeiten? Wie kommt eine dezidiert kirchliche und persönliche Präsenz in diesem Medium und bei seinen Usern an? Lassen sich Zielgruppen erreichen und „Menschen sammeln“, die die Kirche vor Ort mit ihren klassischen Kommunikationsangeboten nicht erreicht, die aber einen signifikanten Anteil der nominellen Gemeinde darstellen?

Im Januar 2008 wurde das persönliche Profil des Pfarrers im Rahmen einer Premium-Mitgliedschaft in Xing eingestellt.⁵ Über die Suchfunktion wurde seitdem eine möglichst umfassende Zahl der Xing-Mitglieder im Postleitzahlbereich der Gemeinden recherchiert. Aufgrund technischer Einschränkungen kann die Zahl der Xing-Mitglieder in diesem Bereich nur geschätzt werden, wobei von einer Zahl um 3000 bis 4000 Mitglieder ausgegangen werden kann. Von 2008 bis 2009 wurden monatlich die Neuzugänge recherchiert, die

4 Vgl. <http://www.sankt-elisabeth.net/uber-uns/gemeinde.html>.

5 Nur die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft ermöglicht die Nutzung aller Funktionen von Xing. Eingeschränkte kostenlose Mitgliedschaften ermöglichen z. B. keine Nachrichten-Kommunikation mit anderen Mitgliedern und nur eingeschränkte Suchfunktionen.

zwischen 20 und 40 Mitgliedern lagen. Von den recherchierten Mitgliedern wurden und werden nur diejenigen angeschrieben, die von der Art ihres Profils erkennen lassen, dass sie in ernstzunehmender Weise Gebrauch der Plattform machen, d. h. Personen, die sich mit Bild vorstellen und/oder eine Premium-Mitgliedschaft haben und sich mit Berufsbezeichnung und einem einigermaßen aussagekräftigen Profil vorstellen. Als nicht sinnvoll hat sich eine Kontaktaufnahme bei Personen erwiesen, die nur ein sehr rudimentäres Profil anlegen, sehr wenig in ihrem Netzwerk aktiv sind und zum Beispiel nur aus oberflächlicher Neugier oder auf Anordnung ihres Unternehmens ein Profil in Xing angelegt haben. Eine nach religiös-weltanschaulicher Zugehörigkeit oder Neigung differenzierte Recherche ist in diesem Business-Netzwerk naturgemäß nicht möglich. Die religiöse Zuordnung der Xing-Mitglieder ist nur bisweilen indirekt zu vermuten, beispielsweise bei offenbar muslimischen Namen.

Es schreibt: „Ihr katholischer Pfarrer“

Zunächst wurden, da jeweils aus Sicherheitsgründen oder um belästigende Masseneinladungen zu vermeiden zugleich nur maximal 50 Personen angeschrieben werden können, die recherchierten Mitglieder „vorgemerkt“. Dies führte dazu, dass auch nach zwölf Monaten nicht alle vorgemerkten Personen angeschrieben werden konnten, sondern ein „Rückstau“ von rund 500 Personen bestand. Inzwischen scheint das Netzwerk jedoch „ausgewachsen“, sodass die Neuzugänge überschaubar bleiben. Angeschrieben wurden von Januar 2008 bis Mai 2010 knapp 3000 Personen, die erkennen ließen, dass sie Xing aktiv benutzen, ein seriöses Profil anbieten und deren im Netzwerk angemeldete Postleitzahl in das Territorium der Seelsorgeeinheit fiel.

Jeweils zum Wochenbeginn erhielten fünfzig Personen folgende personalisierte Kontaktanfrage: „Guten Tag, Herr/Frau N.N., als Ihr katholischer Pfarrer hier im Stuttgarter Westen würde ich mich freuen, Sie in meinem Netzwerk begrüßen zu dürfen. Schauen Sie gerne mal vorbei in St. Elisabeth am Bismarckplatz. Beste Grüße! Ihr Pfarrer Christian Hermes.“ Nach etwa einer Woche wurden die Kontaktanfragen, die unbeantwortet geblieben sind, gelöscht. Dieser Rhythmus hat sich aus praktischer Erfahrung ergeben, denn die meisten Xing-Mitglieder lassen sich bei einer Kontaktanfrage automatisch per E-Mail benachrichtigen und reagieren innerhalb von ein bis drei Tagen. Wer eine Woche lang nicht reagiert hat, reagiert erfahrungsgemäß nur in den seltensten Fällen später überhaupt beziehungsweise positiv.

Nach der Kontaktaufnahme haben die angeschriebenen Personen die Möglichkeit, a) gar nichts zu tun (wenn sie unentschlossen sind, kein Interesse am Kontakt haben, aber ihn auch nicht ablehnen wollen oder wenn sie in dieser Zeit nicht auf Xing aktiv waren), b) den Kontakt abzulehnen entweder mit einer Nachricht an den Einladenden oder ohne, oder c) den Kontakt zu bestätigen, wiederum mit einer Nachricht oder ohne eine Nachricht. Neben diesen routinemäßigen Einladungen wurden inzwischen auch alle Personen, mit denen der Pfarrer seelsorgerlich etwa im Zusammenhang mit Kasualien Kontakt hatte, darauf angesprochen und eingeladen.

Xing bietet neben dem Aufbau des Netzwerkes auch die Möglichkeit, private und öffentliche Einladungen auszusprechen. Die Mitglieder des Netzwerkes werden dementsprechend dort regelmäßig zu Gottesdiensten an den zentralen Festen des Kirchenjahres (Weihnachten, Karwoche, Pfingsten, Fronleichnam) oder zu besonderen Ereignissen (Erwachsenenkatechumenat, Gottesdienst für Verliebte, Verlobte und Verheiratete am Valentinstag) eingeladen. Öffentliche Termine sind jeweils dann für alle Xing-Mitglieder, zumeist auf ihrer Startseite, am entsprechenden Termin sichtbar, wenn ein aus dem Profil der Mitglieder generierter Suchalgorithmus meint, dass das „Event“ für die betreffende Person interessant sein könnte. Die Einladung zu einer Veranstaltung kann so mit geringem Aufwand an alle Mitglieder des Netzwerkes versandt und darüber hinaus bekannt gemacht werden.

Überraschend positives Feedback

In der Regel bestätigten konstant etwa zehn von fünfzig angeschriebenen Personen, d. h. zwanzig Prozent die Kontaktforderung, eine sehr geringe Anzahl lehnte die Anfrage explizit ab, der Rest reagierte nicht. Dieser konstante positive Rücklauf wurde nicht erwartet und war, verglichen etwa mit anderen kirchlichen Werbeaktionen und in Anbetracht der Tatsache, dass Personen jeglicher religiöser und weltanschaulicher Ausrichtung und eher kirchendistanzierte Milieus angeschrieben wurden, keineswegs zu erwarten. Der pastorale Testballon blieb nicht nur in der Luft, sondern flog höher und weiter als je vermutet. Diejenigen, die den Kontakt bestätigten, können – wie auch aus den teilweise mitgesandten Nachrichten ersichtlich wurde – in drei Gruppen unterschieden werden:

- Personen, die katholisch sind und bereits einen Bezug zur Gemeinde haben (eine verschwindende Minderheit);
- Personen, die katholisch sind und keinen Kirchen- bzw. Gemeindegemeinschaftskontakt haben;

XING 4 1 Mitglieder

Start Suche Nachrichten **Kontakte** Gruppen Events Jobs Unternehmen

Ihre Verbindung zu Dr. Christian Hermes Zeige alternative Verbindungen

Christian Klenk
Katholische Universität
Eichstätt-Ingolstadt

Dr. Christian Hermes
Katholische Kirche,
Diözese Rottenburg-
Stuttgart, Stadtdekanat
Stuttgart

Dr. Christian Hermes
Dr. theol.
Stellvertretender Stadtdekan
**Katholische Kirche, Diözese Rottenburg-
Stuttgart, Stadtdekanat Stuttgart**
Elisabethenstr. 32, 70197 Stuttgart,
Deutschland
☎ +49-711-636040
Ortszeit: 10:34

Meine Tags:
Vergeben Sie Tags, wie z. B. Kunde,
privat, London, um Ihre Kontakte
besser sortieren zu können.

Notizen:
Sie sind herzlich willkommen in
meinem Netzwerk.
Viele Grüße
Ihr Christian Hermes

Businessdaten Bestätigte Kontakte (576) Über mich Gästebuch Applikationen

Persönliches

Ich suche Philosophie, Theologie, Staatskirchenrecht, Verfassungsrecht, Kirchenrecht, Religion, Kirche, Katholische Kirche, Spiritualität, Cusanuswerk, Stuttgart, Stuttgart-West, Liturgie, Stiftung, Fundraising, Postmoderne, Ethik, Psychoanalyse, Ästhetik, Politische Theorie, Organisationsentwicklung, leadership

Ich biete Katholische Kirche

Organisationen Katholische Kirche, Deutsche Gesellschaft für Philosophie, Cusanuswerk, Stiftung Fahne

„Xing“-Profil von Pfarrer Christian Hermes

- Personen anderer Konfessionen, Religionen oder Glaubensrichtungen, die zustimmend auf die Anfrage reagierten und ein in der Regel unspezifisches, aber positives (seltenst auch ein unmittelbar geschäftliches) Interesse hatten, einen katholischen Pfarrer in ihrem Netzwerk zu haben.

Aufgrund dieses positiven Rücklaufs gehören dem Netzwerk des Pfarrers derzeit 576 Personen an, die im Bereich seiner Seelsorgeeinheit wohnen oder arbeiten. Über eine Kartenfunktion lassen sich diese darstellen, sofern sie eine spezifische Adresse angegeben haben. Wie die Rückmeldungen zeigen, verlief der Versuch der Kontaktaufnahme und Vernetzung nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ ausgesprochen erfreulich. Sehr wenige Kontakt ablehnungen wurden mit einer Nachricht verbunden, selbst dann wurde aber bis auf ganz wenige Ausnahmen ein guter Stil gewahrt und bisweilen hellsichtiger Witz bewiesen. So wurde eine Kontaktaufnahme etwa mit folgender Nachricht abschlägig beschieden: „Sie haben eine Ex-Katholikin

gefunden. In Ihrem Profil schreiben Sie, dass Sie Führungskraft der katholischen Kirche sind. Ihren Job hätte ich mir für mich auch vorstellen können. Dieser Weg steht jedoch nur Männern offen. So lange dies so ist, bin ich leider nicht zu bekehren. Gerne können Sie mich wieder kontaktieren, wenn sich diese Praxis ändert. Herzlichen Dank für Ihr Schreiben.“ Ein anderer Adressat antwortete: „klasse, dass pfarrer xing nutzen. danke für die einladung. ganz ehrlich, kirche ist so gar nicht mein thema.“

Bei einer erstaunlich hohen Zahl von Angeschriebenen jedwelcher religiösen und weltanschaulichen Ausrichtung schien es indes sehr gut anzukommen, dass die katholische Kirche beziehungsweise ein Pfarrer, der sich etwas frech als „Ihr katholischer Pfarrer“ präsentierte, persönlich auf sie zukam. Hier einige Reaktionen:

- „So eine Überraschung – ich freu mich über Ihre Nachricht und bedanke mich für Ihre Einladung!“
- „Die Idee, mit Xing die Schäfchen zu suchen, ist, mit Verlaub, genial.“
- „Herzlichen Dank für ihren Kontakt in Xing. Ich möchte meinem positiven Erstaunen darüber Ausdruck verleihen, von Ihnen hier angesprochen zu werden.“
- „Herzlich willkommen! Sie sind der erste Pfarrer in meinem Netzwerk!“
- „Na das ist ja mal eine Überraschung! Warum Überraschung? ... ja warum eigentlich? Ich freue mich über den Kontakt!“
- „Diesem Netzwerk trete ich doch gerne bei. Und bin sehr positiv über meine Gemeinde überrascht. Ein prima Internetauftritt. Neue Ansprache (ich hätte Sie in Xing ganz und gar nicht erwartet). Da wird meine Hoffnung mit einem breiten Schimmer belohnt. Ich werde gerne persönlich kommen.“

Menschen, die bereits eine positive Beziehung zur katholischen Kirche haben, sehen darin eine Bestätigung, dass die Kirche in einem von ihnen professionell genutzten Medium vertreten ist:

- „Ich freue mich über Ihre Einladung, zumal ich als Kind bei St. Elisabeth immer den Martinsumzug mitgemacht habe. Gerne bestätige ich den Kontakt und freue mich immer über einen Austausch im Sinne der Ökumene.“
- „Huch, dies ist ja wirklich mal etwas Neues! Herzlichen Dank für Ihre Nachricht. Unser Büro ist zwar in Stuttgart, allerdings wohne ich im schöneren Freiburg. Dort sind wir auch wunderbar in die Gemeinde eingebettet. Herzliche Grüße aus dem Zug!“
- „Vielen Dank für Ihre Nachricht! Leider konnte ich Ihnen nicht früher antworten, da ich im Ausland gearbeitet habe! Ich besuche auch ab und zu ihre Kirche!“

Schließlich ergeben sich Kontakte zu distanzierenden Katholiken oder Nichtkatholiken, die sich positiv berührt zeigen und die den Großteil der über Xing entstandenen Kontakte ausmacht. Sie äußern sich beispielsweise so:

- „Mir gefällt eine solche Kommunikation sehr gut und auch wenn ich Kirche oft als verstaubt empfinde; Sie sind das lebendige Gegenteil. ‚Leider‘ bin ich evangelisch ;-).“
- „Vielen Dank für Ihre Nachricht. Zunächst einmal möchte ich Ihnen gratulieren zu Ihrem ‚neuen‘ Weg, auf dem Sie Ihre ‚Schäfchen‘ ansprechen. Das finde ich super und absolut zeitgemäß. Ich hoffe, Sie werden damit viel Erfolg haben! Nun aber zur schlechten Nachricht: Ich bin leider evangelisch ;-).“
- „Kompliment, die Initiative finde ich richtig gut! Allerdings komme ich aus einer protestantischen Familie und habe mich über etliche Jahre reiflichen Reflektierens seit langem völlig von jeglicher Kirche und Religion gelöst. Unabhängig davon wünsche ich Ihnen viel Freude und Erfolg bei Ihrer Arbeit.“

Nichtmissionierende Mission

Beachtlich ist, dass Milieus, die die Kirche auf klassischen Wegen der Kommunikation wenig oder nicht erreicht, keineswegs religiös so desinteressiert oder gar ablehnend sind, wie oft vorurteilend angenommen wird, sondern für eine positive und – wenn man die religionssoziologischen Befunde einbeziehen möchte – „milieuentsprechende“ Kontaktaufnahme recht unbefangen empfänglich ist. Ohne den Inhalt, d. h. den Pfarrer selbst, seine Standpunkte, seine Arbeit usw. zu kennen, scheint Kirche hier positiv wahrgenommen zu werden allein schon aufgrund des Mediums, dessen sie sich bedient. Die Entscheidung, den Kontakt auf Xing zu bestätigen, wird ohne Kenntnis des Inhalts aufgrund der Form, ohne Kenntnis der Botschaft aufgrund des Mediums unter im weitesten Sinn medien-ästhetischem Aspekt gefällt. Womöglich bedeutet dies, dass die Kirche viel mehr Kredit und „credibility“ in diesen Milieus hat, als sie oft selber glaubt.

Unter pastoralen Gesichtspunkten erweist sich Xing als überraschend leistungsfähiges Instrument zur Aufnahme von Kontakten in einem ansonsten als kirchendistanziert eingeschätzten Milieu. Dabei ist selbstverständlich zu fragen, welcher Art die über Xing entstandenen Kontakte sind. Unsinnig ist dabei eine Beurteilung nach den Kriterien der Kerngemeinde-Pastoral: Es ist nicht so, dass plötzlich alle Mitglieder des Xing-Netzwerks den Sonntagsgottesdienst besuchen, sich in der Gemeinde engagieren oder zur katholischen Kirche

konvertieren. Die meisten der Kontakte, die ansonsten eher kirchendistanziert eingestellt sind und wenig oder keinen Kontakt zur Kirche haben, nehmen jedoch auf diese Weise überhaupt einmal oder wieder Kontakt zur Kirche auf, sodass man sie als „freundliche Beobachter“ oder mit Michael Hochschild als „Sympathisanten“ bezeichnen könnte. Sie zeichnet nicht nur eine institutionendistanzierte und religionskritische, sondern eben auch eine religiös berührbare und interessierte Haltung aus.⁶

Die Ansprache über Xing kann so als Beispiel einer „nichtmissionierenden Mission“, die kirchendistanzierte, aber keineswegs -desinteressierte oder -ablehnende Milieus freundlich und einladend anspricht, verstanden werden.⁷ Viele der Kontakte existieren bleibend nur „im Netz“ und damit virtuell und werden in der „realen Welt“ nicht aktualisiert. Dies war allerdings wohl zu allen Zeiten so, bevor eine milieuverengte Kirche nach dem Modell der Pfarrfamilie und Kerngemeinde die Reihen unter dem Anspruch intensiver, naher persönlicher Beziehungen und häufiger Gottesdienstfrequenz dichter zu schließen und distanziertere „Mitläufer“ und „Sympathisanten“ als laue Feiertagschristen abzuwerten begann. Zumindest aber scheint es auch in den postmodernen Milieus mehr als erwartet attraktiv – und keineswegs anstößig – zu sein, einen katholischen Pfarrer in seinem eigenen Netzwerk zu haben. Eine freundliche Distanz, die sich darauf beschränkt, „für alle Fälle“ mal den zuständigen katholischen Pfarrer zu kennen, kennzeichnete auch traditionell die Haltung vieler Gläubige zu ihren Seelsorgern.

Neu ist jedoch, dass man im „global village“ hochmobiler und medialisierter Gesellschaften und unter den Bedingungen heutiger pastoraler Strukturen seinen Pfarrer eben nicht mehr automatisch kennt, ebenso wenig wie man sonst automatisch irgendjemanden in einer Großstadt kennt oder automatisch persönliche und berufliche Kontakte findet. Umgekehrt findet unter den genannten Bedingungen auch die Kirche oder der Pfarrer nicht mehr automatisch Kontakt zu tatsächlichen Mitgliedern oder potentiellen Gläubigen, sondern muss die Menschen auf den neuen „Areopagen“ ansprechen und kontaktieren. Nimmt jemand dieses Kontaktangebot an, dann darf kirchlicherseits nicht unterschätzt werden, dass es bereits ein gar nicht unerhebliches

6 Vgl. u. a. Michael Hochschild: Auf der Schwelle in die Zukunft. Den Wandel der Kirche verstehen und mitgestalten. Stuttgart 2001; ders.: Beobachtungen der Kirche 1. Eine kleine Aufmerksamkeitsökonomie. Münster 2001.

7 Vgl. Herbert Haslinger: Lebensort für alle. Gemeinde neu verstehen. Düsseldorf 2005.

Statement darstellt, in seinem beruflichen Netzwerk, das bei vielen nur um die zwanzig bis dreißig Personen umfasst, für alle übrigen Kontakte sichtbar einen katholischen Pfarrer „zu halten“.

Wie die hohe Zahl von über 6000 Zugriffen auf das Profil des Verfassers zeigt, nehmen auch Mitglieder, die Kontakte der Netzwerk-Mitglieder, also Kontakte zweiten Grades, sind, die kirchliche Präsenz mit Interesse wahr. In nicht geringer und zunehmender Zahl entstehen schließlich aus den virtuellen Kontakten über die Business-Plattform Xing pastorale Kontakte in der realen Welt, so etwa wenn Personen aus dem Netzwerk dann doch in den Gemeindegottesdienst oder zu Veranstaltungen kommen, um ein seelsorgerliches Gespräch nachsuchen (oder Bekannte auf den Pfarrer aus ihrem Netzwerk verweisen) oder gar ehrenamtliche Mitwirkung in der Gemeinde anbieten. Diese Kontaktaufnahmen sind, wie im wirklichen Leben auch, oft vorsichtig und tastend und bedürfen insofern auch besonderer pastoraler Aufmerksamkeit und Pflege.

Fruchtbare Glaubenskommunikation

Werft das Netz auf der rechten Seite des Bootes aus... Vermutlich rechneten die Jünger nicht damit, auf der rechten Seite des Bootes etwas anderes zu fangen als auf der linken, nämlich nichts. Ähnlich rechnete der Verfasser nur sehr vorsichtig mit einem positiven Echo auf seine Präsentation im Business-Netzwerk Xing und auf seine Kontaktaufnahmen im Rahmen dieses Netzwerks. Wie die Jünger aber keineswegs damit rechnen konnten, dass das Netz so groß und voll von Fischen aller Art sein werde, konnte nicht erwartet werden, dass so viele Menschen die Einladung in ein virtuelles Netzwerk so positiv annehmen würden. Das Gelingen dieser pastoralen Vernetzungsinitiative sollte dazu ermutigen, als Pfarrer oder pastoraler Mitarbeiter des ältesten und erfolgreichsten Netzwerks der Welt die neuen Netze des 21. Jahrhunderts klug und angemessen, jedenfalls aber mit Vertrauen und Hoffnung auszuwerfen – auf der rechten oder besser: im Blick auf die Menschen von heute auf der richtigen Seite.

Fruchtbar, dies ist eine geistliche Lehre aus dieser Initiative, scheint Glaubenskommunikation heute wie vor zweitausend Jahren sein zu können, wenn sie an der „rechten“ und „richtigen“ Stelle und mit den richtigen „Netzen“ arbeitet, auf den Meister des Netzwerks und den Herrn der Kirche Christus hört und sich von ihm zu immer neuer Universalität ermutigen lässt, und in der entstehenden *Communio* und Kommunikation ebendiesen Herrn erkennt und erkennbar macht.