§

Schriftliche Hausarbeit im Fach Evangelische Theologie
zur Zulassung zur 1. Staatsexamensprüfung
für das Lehramt an Gymnasien
im Herbst 2003

VIRTUELLE KIRCHENRÄUME

NEUE FORMEN VON KIRCHE IM INTERNET

eingereicht von Sebastian Eisele am 18. März 2003
bei Prof. Dr. Ulrich Schwab
Lehrstuhl für Praktische Theologie
Ludwig-Maximilians-Universität München

Sebastian Eisele, 10. Semester, Friedrichstr. 1, 80801 München, Fon 089 - 38 997 897

Inhalt

INHALT **3**

VORWORT **4**

TEIL I: RELIGION UND KIRCHE IM INTERNET **5**

1 BEGRIFFSKLÄRUNGEN **5**

1.1 VIRTUELL 5
1.2 INTERNET 6
1.3 KOMMUNIKATION IM INTERNET 6
1.4 KIRCHE 6

2 RELIGION IM INTERNET **7**

2.1.1 Alte und neue Religionen im Internet *7*
2.1.2 Visualisierte Pluralisierung *8*
2.1.3 Demokratisierung und Individualisierung *8*

3 KIRCHE IM INTERNET **9**

3.1 BEGRÜNDUNGEN FÜR KIRCHLICHES ENGAGEMENT IM INTERNET 9
3.1.1 Sich auf den Weg zu den Menschen machen *10*
3.1.2 Den Paradigmenwechsel nachvollziehen *11*
3.1.3 Sich in den Diskurs einbringen *13*
3.1.4 Trotz Beschränkungen: Kommunikation von Mensch zu Mensch *13*
3.2 AUFGABENFELDER VON KIRCHE IM INTERNET 15
3.2.1 Verantwortung für die Gesellschaft in Kritik und Engagement *15*
3.2.2 Verkündigung und Selbstdarstellung *17*
3.2.3 Diakonische Angebote *18*

TEIL II: FALLANALYSEN **18**

4 ZUR METHODIK **18**

4.1 KOMBINATION VON METHODEN 18
4.1.1 Einzelfallstudie *18*
4.1.2 Analyse von Internetseiten *18*
4.1.3 Interpretation sozialer Interaktion *18*
4.2 VORGEHEN 18

5 FALLANALYSE 1: ST. BONIFATIUS (FUNAMA-KIRCHE) **18**

5.1 DIE FUNAMA-COMMUNITY 18
5.1.1 Eindrücke auf erste Besucher *18*
5.1.2 Idee und Gründung *18*
5.1.3 Die Bewohner der Community *18*
5.1.4 Funama - Community zwischen virtuellen und lokalen Welten *18*
5.2 DIE KIRCHE ST. BONIFATIUS IN DER FUNAMA-COMMUNITY (FUNAMA-KIRCHE) 18
5.2.1 Idee und Gründung *18*
5.2.2 Die Besucher der Funama-Kirche *18*
5.3 BESCHREIBUNG DER DARSTELLUNG UND DER INHALTE 18
5.3.1 Charakteristika der Darstellung *18*
5.3.1.1 Syntax und Layout 18
5.3.1.2 Navigation 18
5.3.1.3 Text vs. Bild 18
5.3.2 Beschreibung der Inhalte (nach einzelnen Elementen) *18*
5.3.2.1 Fürbittebuch 18
5.3.2.2 Kirchenchat 18
5.3.2.3 Beichtstuhl 18
5.3.2.4 Seelsorgeangebote 18
5.3.2.5 Gästebuch 18

5.3.2.6 Exerzitien im Alltag 18
5.3.2.7 Gemeindebrief 18
5.4 ANALYSE 18
5.4.1 Kommunikation *18*
5.4.1.1 Kommunikationsparameter in St. Bonifatius 18
5.4.1.2 Kommunikation im Fürbittebuch 18
5.4.1.3 Kommunikation im Kirchenchat 18
5.4.1.4 Kommunikation in der Seelsorge 18
5.4.1.5 Kommunikation im Gemeindebrief 18
5.4.1.6 Summe 18
5.4.2 Kontext einer Chatcommunity *18*
5.4.2.1 Teil einer Community 18
5.4.2.2 Ein Angebot für Chatter 18
5.4.2.3 Der Mehrwert einer Kirche erkannt 18
5.4.2.4 Mitten in einer Fülle von Alternativen 18
5.4.2.5 Summe 18
5.4.3 Dimensionen eines Kirchenraums *18*
5.4.3.1 Menschen teilen Glauben 18
5.4.3.2 Wie Kirche von den Besuchern erfahren wird 18
5.4.3.3 Alternative zu einer lokalen Gemeinde? 18
5.4.3.4 Summe 18
5.5 RESÜMEE ZUR FUNAMA-KIRCHE ST. BONIFATIUS 18

6 FALLANALYSE 2: TRAUERNETZ 18

6.1 HINTERGRÜNDE UND DATEN ZU TRAUERNETZ 18
6.1.1 Eindrücke auf erste Besucher *18*
6.1.2 Gründung und Idee *18*
6.1.3 Besucherzahlen *18*
6.2 BESCHREIBUNG DER DARSTELLUNG UND DER INHALTE 18
6.2.1 Charakteristika der Darstellung *18*
6.2.1.1 Navigation 18
6.2.1.2 Bild, Musik und Text 18
6.2.2 Beschreibung der Inhalte (nach einzelnen Elementen) *18*
6.2.2.1 Ein Trauerraum mit zwölf Bereichen 18
6.2.2.2 Animation 18
6.2.2.3 Instrumentalmusik 18
6.2.2.4 Texte 18
6.2.2.5 Trauerbuch 18
6.2.2.6 Verweise 18
6.3 ANALYSE 18
6.3.1 Kommunikation *18*
6.3.1.1 Mehrstufige Kommunikation 18
6.3.1.2 Kommunikationsrichtung 18
6.3.1.3 Persönliche Kommunikation als Ziel 18
6.3.1.4 Summe 18
6.3.2 Kontext der Trauerkultur im Internet *18*
6.3.2.1 Sich in den Diskurs einbringen 18
6.3.2.2 Nichtkirchliche Zielgruppe 18
6.3.2.3 Summe 18
6.3.3 Raum der Kirche *18*
6.3.3.1 Elemente eines physischen Kirchenraumes 18
6.3.3.2 Diakonischer Raum der Kirche 18
6.3.3.3 Kirche mit virtuellen und lokalen Angeboten 18
6.3.3.4 Summe 18
6.4 RESÜMEE ZUM TRAUERNETZ 18

7 REFLEXION 18

7.1.1 Neue Formen von Kirche *18*
7.1.2 Eine virtuelle Kirche? *18*

BIBLIOGRAPHIE 18

Vorwort

Die breitere Diskussion um Internet und Religion begann vor ungefähr acht Jahren. In schnell sprießenden Fantasien einer besseren (virtuellen) Welt stellte sich bald die Frage, ob Religion analog zu anderen Bereichen wie Handel, Kommunikation und Information nun auch virtuell gedacht werden könne.

Die Kirchen in Deutschland wurden dadurch herausgefordert. Mit Stellungnahmen und der Veröffentlichung von Texten wurde die eigene Sichtweise in die Diskussion eingebracht. Gleichzeitig wurden Projekte vorgestellt, mit denen die Kirchen ihren Vorstellungen von Kirche und Religion im Internet Gestalt verliehen.

Der Zeitpunkt der Arbeit erlaubt es nun mit Bezug auf die Diskussion der letzten sechs Jahre, aktuelle Projekte von virtuellen Kirchenräumen zu untersuchen. Dabei widmet die Arbeit sich vor allem der Frage, wie Kirche sich im Internet ereignet.

Die Arbeit gliedert sich in zwei Teile: Teil I skizziert die aktuelle religiöse Landschaft im Internet und führt in die Diskussion um kirchliches Engagement im Internet ein. Dieser Überblick dient als Grundlage für Teil II, in dem zwei konkrete Beispiele von Kirchenräumen im Internet vorgestellt und analysiert werden. Dabei handelt es sich zum einen um die ökumenische Internetkirche St. Bonifatius in der Chatcommunity Funama (kurz: Funama-Kirche), zum anderen um das Trauernetz, einen virtuellen Trauerraum, den die Evangelische Kirche im Rheinland im Sommer 2002 eröffnet hat.

In einer abschließenden Reflexion werden ekklesiologische Implikationen der herausgearbeiteten Beobachtungen in kurzen Sätzen skizziert.

Lesehinweise:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbegriffen auf die Nennung beider Genera verzichtet. Syntaktisch-maskuline Formen sind inklusiv zu verstehen.

Der Arbeit ist eine CD beigelegt, welche die in Teil II analysierten Fallbeispiele in einer Kurzvorstellung präsentiert. Die Fallbeispiele sind außerdem jeweils mit ihrer kompletten Website auf dieser CD archiviert. Um die einzelnen Inhalte der CD öffnen zu können, ist nach dem Einlegen der CD die Datei *index.html* aufzurufen.

Teil I: Religion und Kirche im Internet

1 Begriffsklärungen

Die Zentralbegriffe dieser Arbeit, „virtuell“, „Kirche“ und „Kommunikation im Internet“, unterliegen einer breiten Spanne von Bedeutungen. Deshalb ist es notwendig, die Verwendung dieser Begriffe im Vorfeld zu klären. Weitere Begriffe, insbesondere Fachbegriffe aus dem Bereich Internet, werden bei Bedarf in Fußnoten erklärt.

1.1 Virtuell

Einer lexikalischen Definition der Brockhaus Enzyklopädie zufolge bezeichnet der Begriff „virtuell“ etwas, das der Anlage nach als Möglichkeit vorhanden ist[1], d.h. etwas, das noch nicht „wirklich“ ist, aber Wirklichkeit werden kann. Damit wird der Begriff „virtuell“ als Gegensatz zu den Begriffen „wirklich“ oder „real“ aufgestellt.

Außerhalb dieser Definition ist der Begriff „virtuell“ im Alltagsgebrauch feststehende Verbindungen mit anderen Wörtern eingegangen. Wendungen wie „virtuelle Welten“, „virtuelle Räume“ oder „virtuelle Stadt“ benutzen Raummetaphern und sind sehr nah an der bereits ausgeführten lexikalischen Definition, während andere wie „virtuelle Kommunikation“ und „virtueller Chat“ die obige Definition in Frage stellen. Denn die Kommunikation über das Internet, die gemeinhin als „virtuelle Kommunikation“ bezeichnet wird, ist nicht unwirklicher als andere Kommunikationsformen. Sie mag zwar reduziert sein, da sie optische und akustische Merkmale nicht transportiert; aber auch telefonische Kommunikation ist reduziert und trotzdem real. „Virtuelle Kommunikation“ findet zwischen realen Menschen statt. Die Folgen der Kommunikation können ebenso real sein: Freundliche Worte schaffen eine angenehme Atmosphäre, unfreundliche Worte zerstören sie.

Hier stößt man also an die Grenzen einer strengen Gegenüberstellung von „virtuell“ und „real“.

---

[1] A. HANLE/G. DROSDOWSKI/W. SCHOLZE-STUBENRECHT, Brockhaus-Enzyklopädie Bd. 23, 19. völlig neu bearbeitete Auflage., Mannheim 1994, Art. „virtuell“.

Gemeinsam ist den verschiedenen Verwendungen von „virtuell" allerdings eine „Entörtlichung"[2]. Die oben aufgeführten Metaphern werden verwendet, weil die damit beschriebenen Phänomene „entörtlicht" sind. Die Metaphern versuchen „Raum" neu abzubilden, weil sie von ihm losgelöst sind. Auch die „virtuelle Kommunikation" oder der „virtuelle Chat" sind nicht zu verorten. Wo findet ein solcher Chat statt? Auf dem Server oder auf den Bildschirmen der vielen am Chat Beteiligten?

„Virtuell" kann also bestimmt werden als ein Begriff für Dinge, denen die Dimension des Raumes entzogen ist. Das „Nicht-Virtuelle" kann dann konsequenterweise mit dem Begriff „lokal" bezeichnet werden. Dies Unterscheidung wird der leicht irreführenden Unterscheidung von „virtuell" und „real" vorgezogen.

1.2 Internet

Technisch gesehen, ist „Internet" durch das zu Grunde liegende Protokoll zum Datenaustausch (TCP/IP) definiert. So verwenden die verschiedenen Formen des Internets (World Wide Web, Email, IRC [Chat], FTP, Foren/Newsgroups) alle das Protokolls TCP/IP.

1.3 Kommunikation im Internet

Kommunikation im Internet kann entweder hypertextuell (durch statische WWW-Seiten), asynchron (durch Email, Foren[3]) oder synchron (im Chat[4], in einer Videokonferenz, als Internettelefonie) erfolgen. Wenn in dieser Arbeit von „Kommunikation im Internet" die Rede ist, ist an Kommunikation via WWW-Seiten, Email, Foren oder Chat gedacht. Der Einsatz von Videokonferenzen und Internettelefonie ist zurzeit noch vor allem auf die Bereiche Wirtschaft oder Weiterbildung beschränkt und kann daher im Bereich virtueller Kirchenräume vernachlässigt werden.

1.4 Kirche

In dieser Arbeit ist vielfach von „Kirche" die Rede; dabei sind vor allem die miteinander in Kirchengemeinschaft verbundenen evangelischen Kirchen in Deutschland

---

2 A. GREIS, Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen der Kommunikation im Internet, München 2001, S. 217.

3 Forum (auch „Newsgroup"): Ein Forum ist vergleichbar mit einem „Schwarzen Brett" im herkömmlichen Sinn. Hier können neue Nachrichten hinterlassen werden oder vorherige Nachrichten beantwortet werden.

4 Chat: Der Chat ist ein „schriftliches Gespräch". Die Äußerungen der Teilnehmer sind in Echtzeit auf den Bildschirmen der anderen Teilnehmer sichtbar.

in den Blick genommen. Für eine nachvollziehbare Darstellung ihres Engagements im Internet werden neben der Analyse konkreter Beispiele auch die unter dem Dach der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD) veröffentlichten Stellungnahmen zu Kirche und Internet herangezogen.

Die hier verhandelten Themen und Beispiele gehen jedoch über den evangelischen Horizont hinaus. So wird in ökumenischer Perspektive auch die katholische Kirche in Betracht gezogen; dies geschieht v.a. im Fallbeispiel 1 (Funama-Kirche), das aus einer katholischen Initiative entstanden ist und erst später um eine ökumenische Dimension erweitert wurde.

Der Begriff „virtuelle Kirchenräume" meint Aktivitäten von Kirche im Internet. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Aktivitäten gelegt, die über das reine Präsentieren von Informationen hinaus gehen und kirchliches Leben und Handeln im Internet erfahrbar machen. Anders formuliert könnte man sagen, Angebote, bei denen ein „Raum" geöffnet wird, indem Besucher sich aufhalten können, Ansprechpartner finden, sich austauschen und neue Erfahrungen machen können.

2 Religion im Internet

Um den Rahmen kirchlichen Engagements im Internet zu vergegenwärtigen, ist die religiöse Landschaft im Internet in wenigen Sätzen zu skizzieren.

2.1.1 Alte und neue Religionen im Internet

Mit zunehmender Verbreitung des Internets rückte die Frage nach Religion in den letzten Jahren schnell in den Blickpunkt des Interesses. Anfangs erregten Vertreter traditioneller Religionen schnell Aufsehen mit Phänomenen wie dem virtuellen Glockengeläut von tibetanischen Mönchen oder der Möglichkeit für jüdische Gläubige, via Email Anliegen nach Jerusalem zu schicken, dort ausdrucken und an die Klagemauer heften zu lassen.[5] Ein Großteil der Internetaktivitäten war allerdings weniger Aufsehen erregend und beschränkte sich weitgehend auf die Darstellung der eigenen Geschichte, Strukturen und Überzeugungen sowie Informationen über aktuelle Veranstaltungen.

---

[5] M. SCHNELL, Aufbruch in die Zukunft. Wie das Internet die Formen christlichen Glaubens im 3. Jahrtausend verändern wird, in: Mitarbeiterhilfe 52 (Heft 3/1997), S. 7, URL der Onlineversion: http://www.ekd.de/schnell/zukunft.html (Stand 15.03.03).

Einschätzungen von vor fünf Jahren, nach denen Menschen in absehbarer Zeit nur noch virtuellen Formen von Religion angehörten und Gemeinschaft über Datenleitungen und Videokonferenzen suchten, anstatt sich real zu treffen[6], können inzwischen wohl als Auswirkungen einer allgemeinen Interneteuphorie angesehen werden. Jedenfalls legen die Untersuchungen aktueller virtueller Kirchenräume diesen Schluss nicht nahe (siehe Teil II, Kap. 5.4.3.3).

Doch nicht nur etablierte Religionen wandten sich dem Internet zu, es entstanden auch neue, ausschließlich im Internet vertretene Religionsgemeinschaften. Im Kampf um die Aufmerksamkeit der Surfer entstanden neue Phänomene. So konkurriert die Online-Ordination per Mausklick[7] mit der Internethochzeit der Internetkirche von Cyberosophy[8], während andere Religionsbastler sich ihr Menü an erlesenen Inhalten aus vielen Jahrhunderten Religionsgeschichte zusammenstellen. Ein Überblick über derartige Religionsgemeinschaften findet sich auf den Internetseiten von GENE R. THURSBY (University of Florida).[9]

2.1.2 Visualisierte Pluralisierung

Die Vielfalt der religiösen Formen im Internet unterstreicht eine Entwicklung, die sich auch außerhalb des Internets längst etabliert hat: Die Pluralisierung der religiösen Landschaft. Im Internet rücken die einzelnen Religionen und Sinnangebote jedoch noch enger zusammen, sind wenige Mausklicks oder Sekunden voneinander entfernt und finden sich gemeinsam auf dem großen Markt der Möglichkeiten wieder. Im Wettstreit mit den anderen Angeboten bemühen sie sich, die Aufmerksamkeit der Suchenden auf sich zu ziehen und sich mit einem eigenen Profil von anderen Anbietern abzusetzen.

2.1.3 Demokratisierung und Individualisierung

Die einfachen Publikationsmöglichkeiten im Internet bewirken eine Demokratisierung religiöser Angelegenheiten. Der einzelne (Laie) ist nicht mehr nur Rezipient von ihm vorgelegten religiösen Inhalten, sondern er kann selbst als Gestalter auftreten.

---

6 Vgl. für derartige Überlegungen M. SCHNELL, Aufbruch in die Zukunft, S. 7f.

7 The Church of Spiritual Humanism, Spiritual Humanism: A Natural Religious Ethic, URL: http://www.spiritualhumanism.org (15.03.03).

8 Church of Cyberosophy, Church of Cyberosophy , URL: http://www.cyberosophy.com (15.03.03).

9 G.R. THURSBY, Virtual Religions, URL: http://www.clas.ufl.edu/users/gthursby/rel/virtual.htm (15.03.03).

Zahlreiche Beispiele belegen, wie aus vielen unterschiedlichen religiösen und geistesgeschichtlichen Traditionen eine je eigene Auswahl bevorzugter Elemente vorgenommen wird, die dann publiziert und in den Diskurs der religiösen Angebote eingebracht werden kann.[10] Damit wird Religion nicht nur demokratisiert, sondern auch radikal individualisiert. Die vielen neuen Internetreligionen zeugen davon.

3 Kirche im Internet

Wer auf dem Internetmarkt der religiösen Möglichkeiten mit seiner eigenen Identität wahrgenommen werden will, muss sich adäquat präsentieren. In einer Gesellschaft, in der Meinungen immer mehr am Ort der Massenmedien diskutiert werden, ist für den, der sich hier behaupten möchte, eine attraktive Repräsentation geradezu unausweichlich.[11] Dass diese Repräsentation im interaktiven und kommunikativen Medium des Internets nicht nur aus unidirektionaler Informationsanbiederung bestehen kann, liegt auf der Hand. Dabei sind verschiedene Formen kirchlicher Aktivitäten im Internet denkbar.

Im Folgenden soll die in den vergangenen Jahren geführte Diskussion über die Begründungen für kirchliches Engagement beleuchtet werden; darauf aufbauend werden danach mögliche kirchliche Aufgaben für das Internet aufgezeigt.

3.1 Begründungen für kirchliches Engagement im Internet

Die Diskussion um kirchliches Engagement im Internet nahm in den vergangenen fünf bis sechs Jahren eine Wendung von einer kritischen, abwartenden Einschätzung hin zu einer offenen, die Chancen erkennenden Haltung. Was die offiziellen Verlautbarungen der EKD angeht, sind für diese Diskussion von besonderer Relevanz das Publizistische Gesamtkonzept der EKD[12], die gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland zu

---

[10] Siehe etwa T. ALDEN, Technosophy, URL: http://www.technosophy.com (15.03.03) oder Church of Virus, Church of Virus: A neo-cybernetic philosophy for the 21st century, URL: http://www.lucifer.com/virus (15.03.03).

[11] Vgl. G. MEIER-REUTTI, Zwischen Markt und Medien. Kirche in der Mediengesellschaft, in: W. NETHÖFEL/M. SCHNELL (Hg.), Cyberchurch?. Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 17.

[12] Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Mandat und Markt. Perspektiven evangelischer Publizistik. Publizistisches Gesamtkonzept 1997, Frankfurt am Main 1997.

Chancen und Risiken der Mediengesellschaft[13] und EKD-Text Nr. 64 zum Verhältnis von Protestantismus und Kultur im 21. Jahrhundert[14]; ferner sind v.a. die Beiträge von WOLFGANG NETHÖFEL und MATTHIAS SCHNELL hervorzuheben, die sich schon früh mit Fragen zu Kirche und Internet auseinandergesetzt haben.

3.1.1 Sich auf den Weg zu den Menschen machen

Kirchliches Engagement im Internet ist zunächst aus einem ganz einfachen Grund gefordert: Kirche, die sich als Teil des gesellschaftlichen Lebens und als Teil des Lebens der Menschen verstanden wissen will, muss die Menschen dort suchen, wo sie in ihrem Alltag anzutreffen sind. Eine Beschränkung auf einen Raum innerhalb der Kirchenmauern in der Hoffnung, dass genügend Menschen den Weg dorthin finden werden, erscheint als wenig zukunftsfähig.

Neueste Zahlen über die Verbreitung und Nutzung des Internets belegen eine weitreichende Durchdringung der Gesellschaft durch das Internet. Demnach ist die Vorstellung, dass Jugendliche und Junge Erwachsene Hauptnutzer des Internets sind, inzwischen überholt.

- Die Gruppe der unter 30-jährigen kommt lediglich für 29,5 % der Nutzer auf,
- während 30 bis 39-Jährige (30,8 %) und 40 bis 49-Jährige (22,2 %) inzwischen über deutliche Anteile verfügen.
- Sogar die über 50 Jährigen sind mit 17,6 % relativ stark repräsentiert.
- Die Mehrheit der Internetnutzer (62 %) ist an mindestens sechs Tagen in der Woche online.
- Gut 44 % geben an, dass sie das Internet in ihrem täglichen Leben nicht mehr missen möchten,
- für weitere 37,5 % spielt das Internet zumindest „eine wichtige Rolle“ in ihrem Leben.[15]

---

[13] Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Hannover 1997.

[14] Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Gestaltung und Kritik. Zum Verhältnis von Protestantismus und Kultur im neuen Jahrhundert (EKD-Text Nr. 64), Frankfurt am Main, 1999.

[15] Fittkau & Maaß GmbH, 15. W3B-Umfrage, Oktober/November 2002 , URL: http://www.w3b.de (15.03.03), n= 99.364.

Es ist offensichtlich, dass hier eine Menge potentieller Kontakte vorhanden sind und das Medium eine große Reichweite bei der Verbreitung von Inhalten verspricht.

In einer grundlegenden Darstellung ihrer Öffentlichkeits- und Publikationsarbeit, welche die EKD 1997 in ihrem Publizistischen Gesamtkonzept vorgelegt hat, wird ausdrücklich auf die Chance verwiesen, mit den Medien Menschen zu erreichen, die von anderen kirchlichen Angeboten nicht oder nur wenig erreicht werden.[16] Diese Einschätzung wird von vielen geteilt[17] und zeigt sich darüber hinaus auch in der praktischen Erfahrung mit konkreten Projekten.[18]

3.1.2 Den Paradigmenwechsel nachvollziehen

Der durch das Internet als neues Leitmedium vollzogene Medienwechsel impliziert einen weitreichenden Paradigmenwechsel.[19] Dieser wird oft dem der Einführung der Schrift oder der Erfindung des Buchdruckes gleichgestellt. Am grundlegendsten kann dieser Paradigmenwechsel als eine durchgreifende Veränderung von Kommunikations- und Informationsstrukturen verstanden werden. Die daraus resultierenden Veränderungen sind umfassend und betreffen die unterschiedlichsten Lebensbereiche.[20] Sie bewirken irreversible Veränderungen in der Wirtschaft, in den Kommunikationsgewohnheiten der Menschen und im Umgang mit Wissen und Informationen.

Die EKD ist sich dieses Wechsels der Grundbedingungen von Medien und Kommunikation bewusst, wenn sie, wie z.B. in „Gestaltung und Kritik", konstatiert, dass die Informations- und Kommunikationsmedien und „vollends das Internet […] wohl gesellschaftliche Veränderungen nach sich ziehen, die seit der Erfindung Gutenbergs ohne Beispiel sind."[21] Gleichzeitig wird registriert, dass die Folgen dieser Entwicklungen schwer kalkulierbar sind und Befürchtungen und Hoffnungen, Risiken und Chancen einander gegenüberstehen.

---

16 EKD, Mandat und Markt, S. 136. In EKD, Gestaltung und Kritik, S. 39, wird im Bezug auf Jugendliche festgestellt, dass gerade sie vornehmlich durch Medien mit Religion in Kontakt kommen.

17 Vgl. etwa C. BRUNS, Wie werden Medien „menschen-verträglich"? Die Herausforderung der Kirche durch die Digitalisierung, in: W.NETHÖFEL/M. SCHNELL, Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 39 oder A. FOERST, Schöne neue Cyberwelt! Online beten ist sicher, sauber und praktisch. Aber ziemlich lebensleer, in: Chrisma. Das evangelische Magazin (10/2000), S. 60-61.

18 Siehe Besucherzahlen in der Funama-Kirche, Kap. 5.2.2.

19 Vgl. M. EISELE/M. HEROLD, Relationsontologie und Online-Kommunikation der Kirche, in Magazin für Theologie und Ästhetik (7/2000), URL: http://www.theomag.de/7/eh1.htm (15.03.03).

20 Vgl. B. GATES, Digitales Business. Wettbewerb im Informationszeitalter, München 2000, S. 83f.

21 EKD, Gestaltung und Kritik, S. 49.

Vielleicht sind es solche Ambivalenzen, die den Mut zu einem Paradigmenwechsel bedrohen. Dies zeigt sich in der Praxis, wenn neue Projekte initiiert werden sollen: Sie erfahren den Gegenwind eingefahrener traditioneller Handlungsmuster. Neue Formen von kirchlicher Kommunikation und Verkündigung etablieren sich nur langsam.

In welcher Form Schwierigkeiten bei einem solchen Wechsel auftreten können, verdeutlicht die Kritik von W. NETHÖFEL Ende der neunziger Jahre: [22] Er beklagt bei Teilen der christlichen Traditionsgemeinschaft eine allzu starke Furcht vor technischer Manipulation bei gleichzeitiger Überbetonung an persönlicher Begegnung. Es werde oft unterstellt, dass mit Gott nur in personaler Kopräsenz, also physischer Gemeinschaft von Menschen kommuniziert werden könne. Er kritisiert, dass von diesem Paradigma der physischen Gemeinschaft nur in traditionell bewährten Mustern abgewichen wird. So ist es in einem Gottesdienst z.B. kein Problem, in „Gemeinschaft" mit den (nichtanwesenden) Alten und Kranken zu feiern; es ist auch unproblematisch sich solidarisch verbunden mit den Kirchen und Gemeinden in anderen Teilen der Welt zu sehen. Die fehlende physische Gemeinschaft wird bei virtuellen Angeboten dagegen problematisiert. Dabei ist doch schon die Gegenwart Gottes keine physische.

Dass sich hier eine Spannung abzeichnet zwischen dem Bewahren von traditionellen Mustern und dem Aufbruch zu neuen Formen der Kommunikation und des Glaubens, ist offenbar. Vielleicht ist das in einer Zeit des Paradigmenwechsels unausweichlich.

Andererseits gab es in den vergangenen zwei bis drei Jahren erhebliche Veränderungen: Das im publizistischen Gesamtkonzept der EKD aufgestellte Ziel, ein für spezielle Ziel- und Altersgruppen zugeschnittenes Angebot zu präsentieren[23], wird inzwischen mit entsprechenden Internetangeboten umgesetzt. Die EKD hat das Anliegen, mit ihren publizistischen Angeboten im Internet den Menschen in allen seinen Lebenslagen begleiten zu können, seit kurzem mit einer neu konzipierten Internetseite forciert. Unter dem Motto „evangelisch das Ganze leben" bieten die EKD und

---

22 W. NETHÖFEL, Zwischen Medien und Märkten. Theologische Orientierung im Übergang zur Informationsgesellschaft, in: W. NETHÖFEL/M. SCHNELL (Hg.), Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 95.

23 EKD, Mandat und Markt, S. 84.

vier Gliedkirchen eine Plattform für zielgruppenorientierte Angebote.[24] Darin integriert finden sich Angebote wie das *konfiweb* der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern für Konfirmandinnen und Konfirmanden[25] oder das in Kap. 6 vorgestellte Trauernetz.

Die protestantische Tradition, die von dem Innovation des Buchdruckes vielfach profitierte, ist herausgefordert, an einem neuerlichen Paradigmenwechsel in den Medien nicht zu scheitern. Ein Hinweis aus „Gestaltung und Kritik" kann hier wertvoll sein. Demnach kommt jedes Medium für christlich-religiöse Kommunikation in Betracht, solange dabei die Unverfügbarkeit Gottes gewahrt bleibt.[26]

3.1.3 Sich in den Diskurs einbringen

Früher bestehende Hierarchien, die den christlichen Kirchen eine Monopolstellung in religiösen Fragen erlaubten, sind nun abgebaut. Die Kirchen sind herausgefordert, sich wie die anderen Anbieter in diesen Diskurs der verschiedenen Religionsformen im Internet einzubringen. Entscheidend für die Zukunft könnte sein, ob es den Kirchen gelingt, auch die darin verborgenen Chancen zu entdecken: in einen Markt vieler, vereinzelter und versprengter Formen individualisierter Religiosität kann sie den Hintergrund einer langen Traditionsgeschichte stabilisierend einbringen. Sie will mehr sein als nur eine Momentaufnahme eines einzelnen HTML-Programmierers. Sie versteht sich als eine Glaubensgemeinschaft, die sich horizontal in die Gegenwart und vertikal in Vergangenheit und Zukunft erstreckt. Im Unterschied zu zahlreichen Internetreligionen ist sie lokal mit einem flächendeckenden Netz präsent. Diesen Mehrwert kann sie in den im Internet stattfindenden Diskurs mit Religionen, die nur virtuell präsent sind, einbringen. Sie verweist dabei auf eine wichtige Dimension von Religion: Religion überschreitet die Grenzen des bloß Gedanklichen und will in der materiellen Welt erlebbar sein.

3.1.4 Trotz Beschränkungen: Kommunikation von Mensch zu Mensch

Kommunikation im Internet ermöglicht Begegnung zwischen Menschen, obwohl Beschränkungen vorliegen: Menschen, die mit anderen im Internet kommunizieren, tun dies akorporal. Sie treten sich gegenüber, ohne dass zwangsläufig ihr Alter, Ge-

---

[24] Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) et al., evangelisch-das-Ganze-leben, URL: http://www.evangelisch-das-ganze-leben.de (15.03.03), online seit 07.01.03.

[25] Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern, konfiweb - und Du siehst die Dinge anders, URL: http://www.konfiweb.de (15.03.03).

[26] EKD, Gestaltung und Kritik, S. 48.

schlecht oder ihre Ethnie kommuniziert wird. Vorurteile werden damit ausgeschaltet. Menschen können sich hier neu erfinden, sich eine neue Identität geben, mit einem anderen Geschlecht, einem anderen Alter, gar einem anderen Aussehen.[27] ANNE FOERST, Theologin am MIT, spricht in diesem Zusammenhang sogar davon, dass Personen, die sich eine solche neue Identität geben, „keine endlichen, biologischen und verkörperlichten Wesen", mehr sind, „sondern reine Idee und Vorstellungskraft".[28]

Dies bedeutet eine kritische Anfrage an das eben dargelegte Anliegen, mit einem Engagement im Internet auf dem Weg zu den Menschen zu sein. Kann denn dann wirklich noch davon gesprochen werden, dass Menschen mit ihren Alltagsproblemen angesprochen werden? Wird ein Mensch in solch einer Umgebung denn tatsächlich in seiner eigentlichen Identität angesprochen oder lediglich in einer künstlichen?

Der alltägliche Umgang vieler Menschen mit dem Internet ist meist weit entfernt von derlei Befürchtungen. Wenn Menschen das Internet benutzen, verstehen sie sich selten als „virtuelle Personen". Sie erleben stattdessen, dass sie per Email mit realen Menschen eine reale Kommunikation haben können. Sofern „neue Identitäten" angenommen werden, geschieht das meist auf eine spielerische Art und Weise und begrenzt sich auf die Verwendung eines Nicknames[29]. Bei genauerem Hinsehen wird oft deutlich, dass in den allermeisten Fällen über die eigene, angestammte Identität geredet wird, selbst wenn dies unter dem Vorzeichen eines Nicknames geschieht.[30]

Eine Disqualifizierung von sozialer Kommunikation im Internet, wie sie A. FOERST pauschalisierend vornimmt[31], wird der Sache nicht gerecht. Zwar liegen gewisse Beschränkungen in der Kommunikation vor, doch sind diese Beschränkungen nicht so tiefgreifend, dass sie personale Kommunikation verhindern könnten. Stattdessen kann die durch die Beschränkung hervorgerufene Anonymität sogar hilfreich sein, wenn es darum geht, dass Menschen sich in seelsorgerlichen Gesprächen öffnen. In

---

27 Dies ist der Fall, sofern die Kommunikation optisch durch sog. Avatare ergänzt wird. Avatar ist ein Begriff, mit dem im Hinduismus verschiedene Erscheinungsformen einer Gottheit beschrieben werden. Im Kontext des Internets werden damit digitale, menschenähnliche Figuren bezeichnet. In dreidimensionalen Chatumgebungen begegnen sich Internetnutzer mit diesen Avataren.

28 A. FOERST, Cyberwelt, S. 60f.

29 Nickname: Kosename, mit dem ein Internetnutzer in Chats und Communities auftritt.

30 Siehe hierfür die Chatexzerpte in Kap. 5.4.3.2. Dennoch gibt es darüber hinaus natürlich Personen, die für Kommunikation im Internet eine vollkommen neue Identität verwenden. Unterstellt man dieses Verhalten jedoch allen Internetnutzer, verkennt man, in welch hohem Maß die eigene Identität bei der Kommunikation im Internet preisgegeben wird.

31 A. FOERST, Cyberwelt, S. 60f.

den meisten Fällen wird die Anonymität im Laufe des Seelsorgekontaktes ohnehin aufgegeben.

3.2 Aufgabenfelder von Kirche im Internet

Für viele der Internetnutzer sind der Umgang mit dem Internet und die Kommunikation über Internet so alltäglich und Teil ihrer normalen Erfahrungswelt geworden, dass ein Verständnis von einer „virtuellen Welt" im Sinne einer irrealen Welt sich nicht mehr nahe legt. Die Welt des Internets wird nicht als eine Welt jenseits der übrigen Welt, sondern lediglich als eine weitere Ausdehnung verstanden. Das Virtuelle ist Teil des Realen.[32] Damit ist das Internet Teil der einen Schöpfungswirklichkeit, in die der Mensch gestellt ist. [33]

Aus theologischer Perspektive ergeben sich aus diesem Verständnis weitreichende Folgen. Die dem Menschen in der Schöpfung mitgegebene Verantwortung für die Welt fordert ihn zu einem verantwortlichen Handeln mit der Welt auf. Daneben ist die Kirche auch herausgefordert, ihre Sendung in die Welt auch im Bereich des Internets Wirklichkeit werden zu lassen.

Im Wesentlichen lassen sich drei verschiedene Aufgabenfelder benennen, die sich an den in „Mandat und Markt" geäußerten Grundaufträgen von Gesellschaftsdiakonie und Evangeliumsbezeugung orientieren.[34]

3.2.1 Verantwortung für die Gesellschaft in Kritik und Engagement

In der Verantwortung für die eine Schöpfungswirklichkeit ist die Kirche herausgefordert, sich kritisch mit den Entwicklungen im Bereich des Internets auseinander zu setzen und sich selbst konstruktiv in den praktischen Diskurs einzubringen.

In „Gestaltung und Kritik" bejaht die Evangelische Kirche in Deutschland explizit ihre Aufgabe als „kritische Gegen-Öffentlichkeit" und als „Anwälte für Menschenwürde und verantwortete Freiheit". [35]

In Bezug auf die Medien und insbesondere das Internet weist sie darauf hin, dass die Dominanz der Medien möglicherweise zum „Verlust von realem Erleben und authentischen Erfahrungen" führt. Sie unterstreicht den unverzichtbaren Beitrag von

---

32 Vgl. M. EISELE/M. HEROLD, Relationsontologie, ohne Seite da WWW-Dokument.

33 Vgl. W. NETHÖFEL, Zwischen Medien und Märkten, S. 95 sowie M. EISELE/M. HEROLD, Relationsontologie, ohne Seite da WWW-Dokument.

34 EKD; Mandat und Markt, S. 17.

realen Sozialkontakten und personaler Interaktion, um ein angemessenes Bild von sich und der Welt zu erhalten. Damit macht sie die Gefahren einer zu starken Orientierung auf virtuelle Welten bewusst und mahnt zu einem verantwortlichen Umgang mit den Kommunikationsmöglichkeiten des Internets.[36]

Zuvor hatte die EKD bereits 1997 in einer gemeinsamen Erklärung der Katholischen Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche auf die Ambivalenz der Wirkung von Medien hingewiesen und auf zahlreiche Gefahren damaliger Entwicklungen aufmerksam gemacht (z.B. eine Verstärkung des Wissensgefälles[37]; die Verdrängung von Primärerfahrung und unmittelbaren Erlebnissen durch Sekundärerfahrung und künstliche Medienwelten sowie die Fluchtmöglichkeiten vor frustrierender Wirklichkeit in virtuelle Welten[38]; schließlich die Probleme unpersönlicher Glaubensweitergabe im Internet[39]).

Bei der Kritik allein darf es allerdings nicht bleiben. Es bedarf zusätzlich eines konstruktiven Beitrages. Das Beispiel der Funama-Kirche zeigt exemplarisch, wie ein konstruktiver Beitrag zu einer positiven Gesprächskultur in Chaträumen geleistet werden kann. Die Besucher werden persönlich begrüßt, in ihren Fragen ernst genommen und haben die Möglichkeit, vertraulich über ihre Probleme zu reden. Es entsteht eine Atmosphäre, in der Besucher sich wohl fühlen; sie registrieren einen Unterschied zu anderen Chaträumen.[40] Hier wird ein konstruktiver Beitrag zu einer Internetkultur der gegenseitigen Achtung und Wertschätzung geleistet. Ein solches Vorgehen entspricht dem in „Gestaltung und Kritik" festgehaltenen Anspruch eines „Kulturbeitrags" oder einer „bewussten Mitgestaltung" der eigenen kulturellen Gegenwart. Die „bleibende Verantwortung für die Prägung unserer Kultur" [41], die in diesem Text konstatiert wird, kann mit diesen und ähnlichen Beispielen für den Bereich des Internets umgesetzt werden. Die früher von W. NETHÖFEL geäußerte Kri-

---

35 EKD, Gestaltung und Kritik, S. 53.

36 EKD, Gestaltung und Kritik, S. 51.

37 EKD, Chancen und Risiken, S. 19.

38 EKD, Chancen und Risiken, S. 26.

39 EKD, Chancen und Risiken, S. 33.

40 Vgl. entsprechende Aussagen aus einem Chat, der am 13.02.03 durchgeführt wurde. Ziel war es, innerhalb der gewohnten, natürlichen Umgebung, also während des zweimal wöchentlich stattfindenden Kirchenchats, ein Gespräch über die Motivationen der Besucher der Funama-Kirche zu führen. Ein Teil der Fragen wurde vom Autor angeregt und von den Moderatoren des Kirchenchats eingebracht; der Autor nahm nicht aktiv am Kirchenchat teil, um die „künstliche Forschungssituation" eines Interviews so weit als möglich zu vermeiden. Das Protokoll des Chats findet sich als Anhang auf der beigefügten CD.

41 EKD; Gestaltung und Kritik, S. 67.

tik, die Kirche vermöge es nicht, kulturell wirksame Leitbilder zu programmieren, kann deshalb so heute nicht mehr akzeptiert werden.[42]

Verantwortung für die Welt (des Internets) wird in Kritik *und* Engagement wahrgenommen. Ein Engagement ohne Kritik läuft Gefahr, sich fremden Einflüssen auszuliefern, Kritik ohne Engagement läuft Gefahr als unverbindliches, pauschales Urteil von außen nicht ernst genommen zu werden.

3.2.2 Verkündigung und Selbstdarstellung

Die neuen Medien bieten für Verkündigung und Selbstdarstellung neue Chancen. Diese werden in „Gestaltung und Kritik" klar bejaht.[43]

Die Art der Verkündigung kann stark variiert werden, das Internet bietet hierzu vielfältige Formen an. So schlägt die EKD etwa die einfache „Veröffentlichung von wichtigen Informationen und aktuellen Hinweisen" ebenso vor, wie die „interaktive Kommunikation mit den Internet-Nutzern".[44]

Dem lange währenden Manko, dass Angebote der evangelischen Publizistik „zu stark an die kirchlichen Organisationsformen gebunden, zu deutlich absenderorientiert und zu wenig am Publikum ausgerichtet"[45] sind, kann gerade durch die dialogische Struktur von Internetkommunikation begegnet werden. Hier werden durch das Medium Brücken gebaut von einer traditionellen, unidirektionalen zu einer modernen, multidirektionalen Publizistik.

Doch an dieser Stelle ist noch viel Arbeit zu einer religionspädagogischen Umsetzung der bisherigen Verkündigung in die neue Form des Internets nötig. M. SCHNELL fragt zurecht in seinem Aufsatz „Aufbruch in die Zukunft":

> „Wo ist denn der christliche Chat-Kanal, in dem jeden Abend ‚über Gott und die Welt' gesprochen wird? Warum gibt es noch keine Internet-Seelsorge, die ständig besetzt den Menschen in Not rund um die Uhr weiterhilft? Wo sind denn die Online-Pfarrerinnen/Pfarrer, die mit Menschen im Netz über den Glauben reden? Wer hat sich denn schon über kreative, dem Medium entsprechende Formen christlicher Verkündigung Gedanken gemacht? Auf welchem Schreibtisch entstehen die theologischen Entwürfe einer neuen Internet-Homiletik? Wo sind die religionspädagogischen Konzepte für die Vermittlung des Glaubens im 21. Jahrhundert?"[46]

---

42 W. NETHÖFEL, Zwischen Medien und Märkten, S. 94.

43 EKD, Gestaltung und Kritik, S. 53.

44 EKD, Mandat und Markt, S. 83.

45 EKD, Mandat und Markt, S. 136.

46 Vgl. M. SCHNELL, Aufbruch in die Zukunft, S. 9.

Ein Teil der Fragen, die bereits 1997 gestellt wurden, kann heute beantwortet werden, etwa die Frage nach dem Chat-Kanal oder der Internetseelsorge. Andere Fragen wie die nach einer Internet-Homiletik bedürfen noch einer weiter gehenden Reflexion. Eine Analyse von Fallbeispielen aktueller Aktivitäten, wie sie in Teil II durchgeführt wird, kann dazu ein kleiner Baustein sein.

Das Internet wird von allen möglichen Gruppierungen zur Verkündigung, Werbung und Selbstdarstellung benutzt. Kirche ist hier herausgefordert, nicht passiv zurückstehen, sondern aktiv am Geschehen teilzunehmen, sich in den Diskurs einzubringen und dabei neue Formen des Verkündigens mitzugestalten. Sie kann anderen Vorbild sein für dialogische Kommunikation, die zwischen Mensch und Gott vermitteln will und die es wagt, Impulse von außen an den Menschen heranzutragen, ohne dabei aufdringlich zu sein.

Die Verkündigung schließt eine umfassende Selbstdarstellung mit ein. Wer mit anderen in einen Kommunikationsprozess eintreten möchte, ist dazu aufgefordert, Rechenschaft über seine Werte, Überzeugungen und Ziele abzulegen. Das WWW bietet viele Möglichkeiten, durch eine transparente Internetpräsenz nicht nur Rechenschaft abzulegen, sondern Vertrauen zu gewinnen: Mit der Veröffentlichung aktueller Texte können eigene Positionen nachvollziehbar erläutert werden, mit Erklärungen zu politischen Themen kann Farbe bekannt werden, mit der Veröffentlichung von Kontaktdaten kann eine Einladung zum persönlichen kennen Lernen ausgesprochen werden.

Interessierte können sich anhand einer umfassenden Selbstdarstellung der Kirche unverbindlich informieren. Jede weitere Entscheidung, sich auf einen Kommunikationsprozess mit der Kirche einzulassen, liegt in der Hand des einzelnen. Die Kirche präsentiert sich so als unaufdringlich, aber einladend.

3.2.3 Diakonische Angebote

Die Sendung der Kirche in die Welt gilt neben der Verkündigung auch für die Diakonie. Diakonisches Handeln im Internet nimmt neue Formen an, da Handlungen im Internet sich von sonstigen Handlungen unterscheiden. Sie sind nicht physikalischer Art, sondern bestehen aus kommunikativen Handlungen. Diakonisches Handeln nimmt im Internet die Form eines kommunikativen Handelns an.

Viele solcher diakonischen Angebote haben einen im weitesten Sinn seelsorgerlichen Charakter. Sie bieten Menschen, die einen Gesprächs- oder Kommunikationspartner suchen, ein offenes Ohr. Dies kann z.B. in explizit seelsorgerlichen Angeboten wie

etwa dem Seelsorgenet[47] oder in implizit seelsorgerlichen Angeboten, wie etwa dem Trauernetz oder auch der Funama-Kirche geschehen. Letztere stellen das Seelsorgeangebot nicht in den Mittelpunkt ihres Angebots, sondern legen Wert auf die Kommunikation der Besucher untereinander; Seelsorger, die das Angebot betreuen, stehen aber selbstverständlich für seelsorgerliche Kontakte zur Verfügung.

Der Dienst am Menschen in einem seelsorgerlichen Angebot im Internet wurde in den offiziellen Texten der EKD bislang wenig thematisiert[48]. In der Praxis allerdings hat sich der Bedarf dafür längst erwiesen und konkrete Umsetzungen sind inzwischen etabliert. Der Bedarf liegt darin begründet, dass es viele Menschen gibt, die bereit sind, über Internet, d.h. vornehmlich über Chat und Email ihre Nöte, jemandem anzuvertrauen. Die Anonymität des Internets senkt dabei die Hemmschwelle; der Kontakt ist einfach herzustellen. Viele der Menschen, die ein solches Angebot nutzen, nehmen vielleicht gar Kontakt auf ohne die explizite Intention, „Gespräche mit seelsorgerlichen Fragen zu führen".[49] In Angeboten wie dem der Funama-Kirche wird dies durch fließende Übergänge zur Seelsorge besonders gefördert (siehe Kap. 5.3.2.4).

Seelsorge im Internet ist als wichtige Ergänzung zu übriger Seelsorge zu verstehen. Sie ist in einem wichtigen Teil der Lebenswelt vieler Menschen als Angebot präsent. THOMAS BÖHM und MONIKA UDEANI entdecken dabei eine ganz einfach gelagerte Motivation für kirchliches Handeln: Hilfe dort anbieten, wo sie notwendig ist. Sie weisen außerdem darauf hin, dass Internetseelsorge selbst nicht als ganzheitliche Seelsorge zu verstehen ist, auch wenn andere Seelsorgeangebote dadurch vielleicht ganzheitlich gemacht werden.[50]

Jedoch sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass Seelsorge im Internet zwar neue Chancen eröffnet, ihr aber enge Grenzen gesetzt sind: Wenn Menschen massive seelische Störungen haben, ist eine anonyme, computervermittelte Kommunikation

---

47 J. V. GRÜNIGEN, Die Internet-Seelsorge, URL: http://www.seelsorge.net (15.03.03).

48 Lediglich in EKD, Mandat und Markt, S. 84, findet sich die vorsichtige Perspektive, das Internet „sollte auch für Beratung und Information (Internet-Seelsorge) ... vermehrt in Anspruch genommen werden".

49 C. WESSELY, Authentische Aussagen? Grundlagen und Probleme internetgestützter Medien, in: Diakonia 31 (2000), S. 389.

50 T.H. BÖHM/M. UDEANI, Mit Leib und Seele. Internetseelsorge und Gemeindepastoral im Dialog, in: Diakonia 33 (2002), S. 131.

schwerlich als geeignet anzusehen.[51] So gesehen werden seelsorgerliche Angebote im Internet auch selten als Alternative zu den bisherigen Seelsorgeangeboten verstanden, sondern als wichtige Ergänzung und Vorbereitung. Mit diesem Ansatz bleibt es im Bereich der Seelsorge beim Primat der persönlichen Begegnung.

Dass es außerdem durch die Zunahme an technisch vermittelter Kommunikation zu einem neuen Bedarf an persönlicher Kommunikation kommen könnte, ist durchaus denkbar. So gesehen scheint gerade eine vorbereitende Seelsorgearbeit im Internet in der Verzahnung von virtuellen und lokalen Angeboten besonders erfolgsversprechend.

Schließlich weisen diakonische Angebote im Internet eine weitere wichtige Dimension auf: Sie machen Glauben erlebbar. Während weite Teile der im Internet dargebotenen Inhalte, auch der kirchlichen, aus nüchternen Informationen bestehen, erlauben es die diakonischen Angebote, Glaube greifbar zu präsentieren, weil er nicht als einfache Information, sondern in interpersonaler Kommunikation erfahrbar weitergegeben wird.

---

51 M. SCHNELL, Internetseelsorge als Element einer pastoralen Konzeption Internetseelsorge, URL: http://www.ekd.de/schnell/seelsorge.html (15.03.03).

Teil II: Fallanalysen

Für die anschließende Untersuchung wurden zwei Fälle kirchlichen Engagements ausgewählt, zum einen die Internetkirche *St. Bonifatius* in der Community *Funama*, zum anderen das *Trauernetz*, ein Angebot für trauernde Menschen.

Die Beschreibung und Analyse der Internetkirche St. Bonifatius nimmt im Vergleich zum Trauernetz einen wesentlich breiteren Raum ein. Das hängt damit zusammen, dass das Trauernetz insgesamt kleiner ist und viele ähnlich aufgebaute Seiten führt; die Funama-Kirche ist Teil einer größeren Community, die für die Analyse mitberücksichtigt werden muss und verfügt außerdem über zahlreiche Kommunikationsangebote, deren Interpretation aufwändiger ist.

Die beiden Fälle wurden ausgewählt, weil beide als diakonische Angebote ein Stück kirchlichen Lebens im Medium des Internets umsetzen. Sie öffnen einen Raum, um anderen Menschen zu helfen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Sie laden ein, Kirche von einer anderen Seite kennen zulernen, und tragen zu einer überzeugenden Repräsentation von Kirche im Internet bei. Beide dienen auch als Beispiel für eine positive Gestaltung spezifischer Bereiche von Internetkultur.

4 Zur Methodik

4.1 Kombination von Methoden

Die Analyse von Internetangeboten ist relativ jung, so dass hierzu bisher nur Methoden*ansätze* vorliegen, jedoch kein auf die Vielzahl der unterschiedlichen Angebote universal anwendbares Methoden*kompendium*.

Die verschiedenen Methodenansätze sind so zu kombinieren, dass sie dem Forschungsgegenstand und dem Forschungsziel gerecht werden. Die konkrete Methodenwahl ist am Forschungsgegenstand selbst vorzunehmen.

Der Forschungsgegenstand befindet sich im Schnittpunkt von mehreren Disziplinen: Soziologie, Psychologie, Kommunikationswissenschaft, Sprachwissenschaft und Theologie. Abhängig davon, unter welcher Perspektive man die untersuchten Internetangebote betrachtet, legen sich verschiedene Methodentraditionen nahe. Im Folgenden werden drei zentrale Ansätze vorgestellt.

4.1.1 Einzelfallstudie

In der Einzelfallforschung werden nach BERND OTTO WEITZ[52] einzelne Fälle als für sich bedeutsam angesehen. Fallstudien dienen nicht dazu, eine Häufigkeitsverteilung festzustellen, sondern sollen durch die Auswahl von Kontrastbeispielen die Bandbreite der Unterschiede veranschaulichen.

WEITZ hat für die pädagogische Einzelfallforschung verschiedene Prinzipien herausgearbeitet, die auch für die Analyse von Internetangeboten hilfreich sind: Das Prinzip der *Offenheit* (des Forschungsprozesses, d.h. die Behandlung des Gegenstands muss so erfolgen, dass nicht nur bekannte Informationen verarbeitet, sondern auch neue entdeckt werden können[53]); außerdem das Prinzip der *Mehrperspektivität* (das fordert, dass die am Forschungsgegenstand beteiligten Personen mit ihrer je eigenen Perspektive berücksichtigt werden[54]); ferner das Prinzip der *Multiinstrumentalität* (dem zu Folge mehrere sich ergänzende und unterstützende Forschungsinstrumente eingesetzt werden sollen, um Verkürzungen und Einseitigkeiten zu vermeiden, wobei vor allem offene, explorative und interpretativ angelegte Instrumente einzusetzen sind[55]).

Die Auswahl der hier erwähnten Prinzipien nennt lediglich die für diese Untersuchung relevantesten. Andere Prinzipien wie Kommunikation, Objektivität oder Ganzheitlichkeit bleiben deshalb nicht unberücksichtigt.

4.1.2 Analyse von Internetseiten

In der Tradition der Inhaltsanalyse wurden in der Kommunikationswissenschaft in jüngster Zeit Methoden für die Analyse von Internetangeboten entwickelt. Hier sind v.a. die Arbeiten von PATRICK RÖSSLER zu nennen.[56]

RÖSSLER übernimmt z.T. Elemente der Inhaltsanalyse, die für andere Medien wie beispielsweise Zeitungen entwickelt wurden. Da Onlinemedien charakteristisch ande-

---

52 B.O. WEITZ, Möglichkeiten und Grenzen der Einzelfallstudie als Forschungsstrategie im Rahmen qualitativ orientierter Modellversuchsforschung, Essen 1994, S. 80.

53 B.O. WEITZ, Möglichkeiten und Grenzen der Einzelfallstudie, S. 100-110.

54 B.O. WEITZ, Möglichkeiten und Grenzen der Einzelfallstudie, S.111-120.

55 B.O. WEITZ, Möglichkeiten und Grenzen der Einzelfallstudie, S. 152-178.

56 P. RÖSSLER, Standardisierte Inhaltsanalysen im WorldWideWeb. Überlegungen zur Anwendung der Methode am Beispiel einer Studie zu Online-Shopping-Angeboten, in: K. Beck/G. Vowe (Hg.), Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997, S. 245-267 sowie DERS./W. EICHHORN, WebCanal – ein Instrument zur Beschreibung von Angeboten im World Wide Web, in: B. BATINIC et al. (Hg.), Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse, Göttingen u.a. 1999, S. 263-276.

re Merkmale aufweisen (Interaktivität, Selektivität, Dynamik) bedarf es jedoch entscheidender Modifizierungen.

Die anderen Merkmale beruhen vor allem auf einer veränderten Kommunikationssituation. Die im Medium des Internets verankerte Option eines sog. Rückkanals vom Rezipienten zum Kommunikator einer Botschaft ermöglicht eine Auflösung der klassischen Kommunikationsrollen.[57] Während bisher in Massenmedien von einer unidirektionalen Kommunikation des Einen an die Vielen auszugehen war, besteht nun die Möglichkeit einer multidirektionalen Kommunikation der Vielen an die Vielen.

Da viele Internetangebote von dieser Möglichkeit wenig Gebrauch machen, ist bei der Untersuchung der einzelnen Fälle darauf zu achten, ob und in welchem Maße die Option des Rückkanals genutzt wird; daraufhin kann überlegt werden, welche Auswirkungen sich für das Verständnis der Kommunikation und des Internetangebots insgesamt dadurch ergeben.

Auf Grundlage der von RÖSSLER für die Analyse von Internetseiten vorgeschlagenen Analysefragen[58] können für diese Untersuchung folgende Fragen als besonders relevant identifiziert werden:

- Für die Deskription der Inhalte: In welcher Form werden Inhalte dargestellt? Welchen Stellenwert haben die interaktiven Komponenten? Was für ein syntaktischer Aufbau (Hyperlinks, Frames) liegt vor?
- Bezüglich des Kommunikators: Wie werden die Charakteristika des Mediums eingesetzt? Welche Intention verfolgt der Kommunikator?
- Bezüglich der Rezipienten: Werden Rezeptionsgewohnheiten des Rezipienten berücksichtigt?
- Bezüglich der Situation: Wer kommt zu Wort, wer nicht? Welche Themen werden angesprochen, welche nicht? Wie verläuft Interaktion?

4.1.3 Interpretation sozialer Interaktion

Die in dieser Untersuchung behandelten Fälle weisen z.T. ein erhebliches Maß an sozialer Interaktion auf. Dies zeigt sich daran, dass entsprechende Internetangebote

---

57 P. RÖSSLER, Inhaltsanalysen, S. 247.

58 RÖSSLER, Inhaltsanalysen, S. 250.

nicht besucht werden, um sich zu informieren, sondern, um andere Besucher zu treffen. Es bildet sich um die einzelnen Angebote also so etwas wie eine Gemeinschaft. Bei St. Bonifatius beispielsweise wird in diesem Zusammenhang von einer „Kerngemeinde“ geredet.[59]

Für die Beschreibung sozialen Geschehens sind soziologische Methoden und Perspektiven gefordert, welche die Erfahrungen der an der sozialen Interaktion Beteiligten zu Tage fördern (z.B. Interview).

4.2 Vorgehen

In der Analyse der Beispiele soll nun folgendermaßen vorgegangen werden: In einem ersten Teil werden Spezifika des Angebots mit einer einführenden Beschreibung vorgestellt. Auf Grundlage dieser Beschreibung werden Merkmale, die für das Verständnis besonders wichtig erscheinen, als Leitkategorien für die folgende Analyse bestimmt. Anhand dieser Leitkategorien wird in einem zweiten Schritt die eigentliche Analyse des Angebots durchgeführt.

Dabei werden, den oben methodisch geforderten Prinzipien von Multiperspektivität und Multiinstrumentalität folgend, Anbieter- *und* Besucherperspektiven, sowie Beobachtungen vom Standpunkt eines externen Beobachters berücksichtigt. Als Instrumente werden hierfür Befragungen durch Interview, Email und Chat, sowie eine modifizierte Inhaltsanalyse eingesetzt.

---

[59] Interview mit A. MEDEKE (15.01.03) sowie Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

5 Fallanalyse 1: St. Bonifatius (Funama-Kirche)

5.1 Die Funama-Community

5.1.1 Eindrücke auf erste Besucher

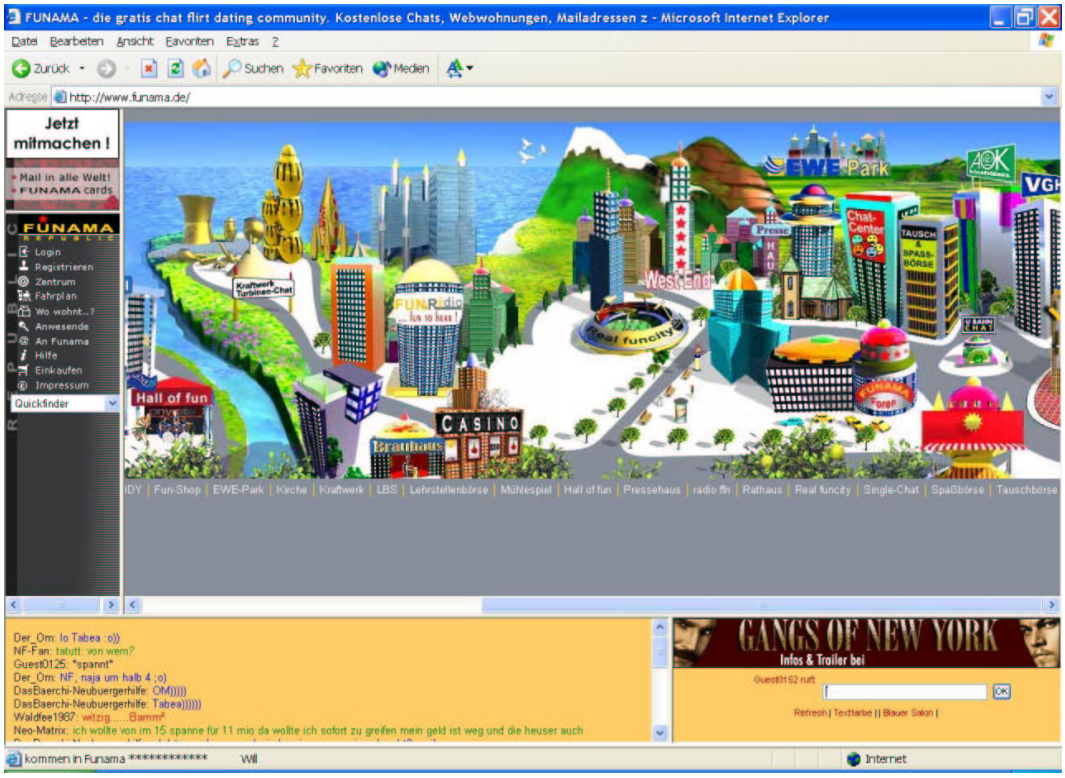


Abbildung 1: Startseite der Funama-Community

Besucht man die Seiten von Funama[60] zum ersten Mal, wird man mit einem Panoramabild der virtuellen Stadt Funama begrüßt. Sofort taucht man ein in eine Welt von virtuellen Einwanderungsbehörden (um sich registrieren zu lassen), von virtuellen Banken (um ein Konto mit Funama Euro zu eröffnen und das Begrüßungsgeld abzuholen) oder von virtuellen Wohnungen, die man dann beziehen kann.

Entscheidend für das kohärente Verständnis einer virtuellen Stadt ist die durchgehende Betonung der Raummetapher: Die einzelnen Elemente der Community sind in einem Übersichtsplan verzeichnet, der dem Besucher suggeriert, er begebe sich etwa zum Casino, während er mit einem Klick lediglich das Öffnen einer neuen Internetseite mit dem Namen Casino veranlasst. Die Raummetapher wird in der Gestaltung der einzelnen Angebote, z.B. Rathaus, Bank, City Mall etc., vertieft.

---

60 Cross Media Service Holding (CMS), Funama, URL: http://www.funama.de (15.03.03).

Bei den virtuellen Wohnungen handelt es sich um eine eigene Homepage, die jeder Bewohner nach eigenem Belieben einrichten kann und die von anderen Bewohnern von Funama besucht[61] werden kann. In der virtuellen Wohnung können die Bewohner von Funama die Wahl der Tapete bestimmen, Bilder aufhängen und die eigene Mailbox einrichten.

5.1.2 Idee und Gründung

Die Online-Community Funama wurde 1997 als virtuelle Stadt mit dem Namen *Funcity* von Radio *ffn* und der Internetfirma CMS gegründet. Ziel war es, eine Konvergenz von Internet und Radio zu schaffen, die gezielt für Kundenbindungs- und Marketingstrategien eingesetzt werden kann. Werbepartner können durch diese Konvergenz gezielt in Radio und dem dazugehörigen Internetangebot Funama (bis Anfang 2002 unter dem Namen Funcity bekannt) werben und durch die Kombination der beiden Medien einen höheren Aufmerksamkeitswert erzielen.

Die neu entstandene virtuelle Stadt wurde anfangs intensiv durch Radiospots beworben; die Mitgliederzahl steigerte sich entsprechend. Zur Zeit liegt sie bei ca. 100.000 Mitgliedern und 10.000.000 Pageimpressions pro Monat.[62]

Zu den Werbe- und Kommunikationspartner von Funama zählen u.a. LBS, Sparkasse, EWE, Amazon. Das Bistum Hildesheim gehört zu den ersten Partnern und gründete 1998 die Internetkirche *St. Bonifatius*. Im November 1998 erhielt Funama den pädagogischen Interaktivpreis „Pädi in Bronze" in der Disziplin „Online-Angebote für Jugendliche".[63]

5.1.3 Die Bewohner der Community

Die überwiegende Mehrheit der Bewohner von Funama jünger als 30 Jahre (14 bis 19-Jährige: 33 %; 20 bis 29-Jährige: 41 %; 30 bis 39-Jährige: 17 %; 40plus: 9 %); 48 % sind entweder Schüler, Azubis oder Studenten. 62 % geben an, wenigstens 1-mal pro Tag im Internet zu surfen. 73 % bleiben mehr als eine Stunde online. Auffällig ist, dass die Mehrheit der Besucher weiblich ist (56 %, nach Fittkau & Maaß liegt der Anteil der weiblichen Internetnutzer nur bei nur 39,3 %[64]). Unerwartet niedrig, zu-

---

61 Der Begriff „besuchen" macht hier schon deutlich, wie sehr bestimmte Metaphernbegriffe schon Einzug gehalten haben.

62 Interview mit M. MANIG, Community Managerin bei CMS (28.02.03).

63 Siehe „Impressum" unter CMS, Funama, URL: http://www.funama.de.

64 Fittkau & Maaß GmbH, 15. W3B-Umfrage, Oktober/November 2002.

mindest wenn man das Klischee des einsamen Surfers im Hinterkopf hat, ist die Zahl derer, die aus Single-Haushalten stammen (15 %).[65]

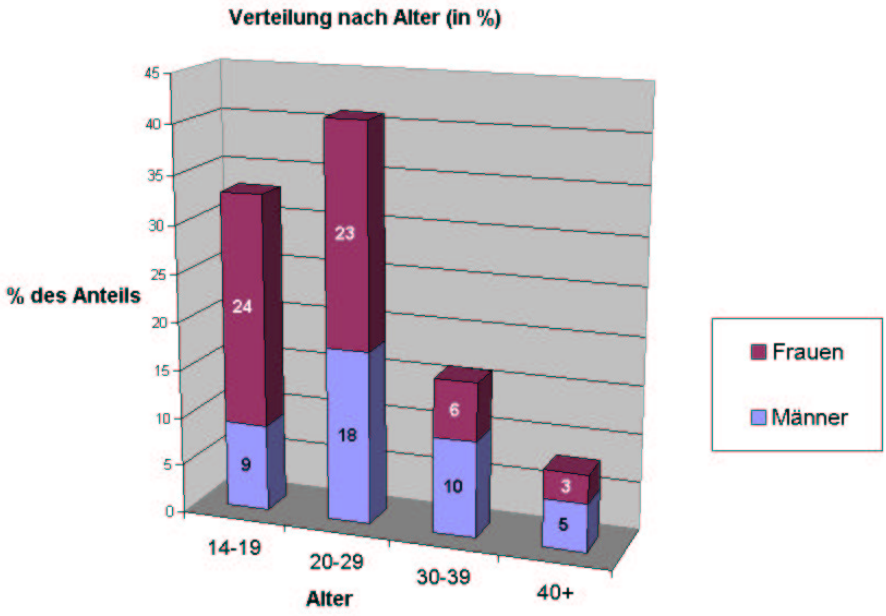


Abbildung 2: Altersverteilung der Funama-Mitglieder

Vorwiegende Beschäftigung der Bewohner von Funama ist die Kommunikation. Dafür stehen sieben Foren und zehn offizielle Chats sowie unzählige Privatchats zur Verfügung. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, in den Privatwohnungen eigene Chaträume einzurichten und Freunde und Bekannte aus Funama zum Chat einzuladen. Wem das nicht genug ist, kann schließlich auf externe Foren ausweichen, die von Funama-Bewohnern in Eigeninitiative erstellt werden.

5.1.4 Funama - Community zwischen virtuellen und lokalen Welten

Durch die ökonomische Zielsetzung, erhöhte Marketingeffekte durch die Konvergenz von Radio, Internet und außermedialer Realität zu erzielen, sind bei Funama virtuelle und lokale Welten nicht strikt getrennt. Dies zeigt sich an mehreren Stellen: Wie in jeder Stadt kann auch in Funama eingekauft werden. Ein Klick auf die Einkaufsmöglichkeiten bringt den Besucher direkt zu Online-Kaufhäusern wie Amazon. Wer sich für einen Kauf entscheidet, zahlt jedoch nicht mit virtuellem Geld, sondern mit Kreditkarte. Als weiteres Beispiel dient der Fußballclub *Real Funcity*, eine Freizeitmannschaft, deren Spieler sich als virtuelle Bewohner bei Funama zusammenge-

---

65 Cross Media Service Holding (CMS), Media & Marketing. Funama-Fakten, URL: http://www.c-

funden haben; die Ergebnisse von Real Funcity werden bei Funama veröffentlicht. Außerdem gibt es die *Funama Foundation*, die im Sommer und Herbst 2002 zu einer großen Spendenaktion zu Gunsten der Opfer der Flutkatastrophe in Sachsen und Sachsen-Anhalt aufrief. Zusammen mit der *Otto-Bock Stiftung* wurden durch die Aktion „Hoffnung leben - Hoffnung geben" über 300.000 Euro an Spenden gesammelt. Schließlich gibt es Stammtischtreffen von Funama-Bewohnern, die in mehreren großen Städten Deutschlands regelmäßig organisiert werden.

Das Angebot der Funama-Kirche St. Bonifatius verbindet schließlich ebenfalls virtuelle und lokale Welt: Fürbitten aus dem der Internetkirche werden in realen Ortsgemeinden verlesen, die Seelsorger arbeiten als solche in der virtuellen und lokalen Welt und besondere Aktionen wie die Exerzitien im Alltag werden virtuell und lokal durchgeführt.

5.2 Die Kirche St. Bonifatius in der Funama-Community (Funama-Kirche)

5.2.1 Idee und Gründung

Als Funama 1997 gegründet wurde, war die *Hannoversche Landeskirche* von den Betreibern[66] angefragt worden, ob sie sich mit der Gestaltung einer Kirche in die virtuelle Stadt einbringen wolle. Dies wurde abgelehnt. Daraufhin wurde das Bistum Hildesheim angefragt, das sich entschloss mit der dazugehörigen Rundfunkabteilung „Bernward Mediengesellschaft" in das Projekt einzusteigen. Zunächst wurde dafür ein Kaplan freigestellt. Da die Arbeit jedoch rasch wuchs, wurden in der Folge Mitarbeiter aus anderen Diözesen angefragt. Schließlich kamen 1999 Mitarbeiter der evangelischen Kirche hinzu.[67]

Während die *Bernward Mediengesellschaft* die organisatorische Seite des Internetsauftritts betreut, wird die inhaltliche Arbeit von Mitarbeitern beider Kirchen verantwortet. Bei den Seelsorgemitarbeitern handelt es sich um theologisch ausgebildete Mitarbeiter der beiden Kirchen (Priester, Pfarrer, Pastoralreferenten, Diakone und Kapläne).

---

m-s.de (15.03.03).

66 Zur Verwendung der Begriffe „Betreiber" und „Anbieter": Betreiber verantworten die technische und wirtschaftliche Seite eines Internetangebots, Anbieter die inhaltliche. In diesem konkreten Fall sind die Betreiber der Funama-Community gemeint.

67 Interview mit G. SCHULZE(17.01.03); Interview mit N. LÜBKE (12.02.03).



Abbildung 3: Startseite der Funama-Kirche

5.2.2 Die Besucher der Funama-Kirche

In einer ersten Annäherung ist das soziale Profil der Besucher von St. Bonifatius zunächst analog zu dem aller Funama-Bewohner anzusetzen (siehe Kap. 5.1.3).

Eine Umfrage von DIEMO ROLLERT[68] vom Oktober 2002 legt nahe, dass gut die Hälfte der Kirchenbesucher von Funama sich den Kirchen „recht verbunden" fühlen oder ein sehr enges Verhältnis zu ihnen haben. Besucher der Funama-Kirche sind vor allem auf der Suche nach einem Raum für Diskussion und Glaubenserfahrung. Über 60 % haben bereits Hilfe in der Funama-Kirche gesucht, gut die Hälfte im Bereich Beziehungen/Familie, ein Fünftel in Glaubensfragen. Allerdings ist die Zahl der Befragten relativ klein (n=23), so dass die Ergebnisse der Umfrage vor allem als Tendenzanzeiger zu verstehen sind.

Allerdings ist das Besucherprofil nach den unterschiedlichen Angeboten von St. Bonifatius zu unterscheiden. Der Gemeindebrief, ein wöchentlicher Impuls zu einem Text aus den vier Evangelien, ist wohl das dezidiert christlichste Angebot; dies spie-

---

68 D. ROLLERT, Umfrage Fc-Kirche – Auswertung,
URL: http://home.arcor.de/diemo.rollert/umfrage/auswertung.htm (15.03.03).

gelt sich in einer vornehmlich kirchlichen Klientel wieder.[69] Der zweimal wöchentlich angebotene Kirchenchat dagegen versteht sich als sehr offenes Angebot. Hier ist die „innerkirchliche Klientel" schätzungsweise mit unter 20 % anzunehmen.[70]

5.3 Beschreibung der Darstellung und der Inhalte

Eine detaillierte Inhaltsanalyse der Internetseiten samt Einzelcodierung ist im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich. Stattdessen wird eine adäquate, intersubjektiv nachvollziehbare Beschreibung in folgendem Zweischritt geleistet:

Zunächst werden allgemeine Charakteristika der *Darstellung* der Inhalte beschrieben. Die drei ausgewählten Kategorien Syntax und Layout, Navigation sowie Text vs. Bild erlauben eine generelle Beschreibung der Spezifika dieses Online-Angebots.

In einem zweiten Schritt werden dann die *Inhalte* der einzelnen Elemente von St. Bonifatius beschrieben.

5.3.1 Charakteristika der Darstellung

5.3.1.1 Syntax und Layout

Für die Inhalte wurde eine Darstellung durch Frames[71] gewählt; dies bringt Vorteile bei den Ladezeiten, v.a. für Internetnutzer mit einer langsamen Modemverbindung. Es erleichtert ferner die Navigation. In einem weiteren Frame am unteren Seitenende erscheint je nach eigener Präferenz ein Chat, Links auf die verschiedenen Foren, eine Umfrage oder Ähnliches. Im Hauptframe erscheint der aktuell gewählte Aufenthaltsort.

Durch die Verwendung von Frames und die dadurch erzeugte Inhaltsfülle ergibt sich für den Besucher eine allgegenwärtige Multioptionalität. Er ist ständig mit der Entscheidung konfrontiert, seine Aufmerksamkeit entweder weiter auf den aktuellen Inhalt zu verwenden oder einem anderen Kommunikationsangebot (über die Navigationsleiste) zuzuwenden.

---

69 Der Emailverkehr des Autors mit Lesern des Gemeindebriefs dient hier als Hinweis; die Einschätzung wurde von der Redaktion des Gemeindebriefes bestätigt, Interview mit N. LÜBKE (26.02.03).

70 Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

71 Eine mit Frames (dt.: Rahmen/Fenster) gestaltete Internetseite ist aus mehreren Einzelseiten zusammengesetzt. Durch eine solche Gestaltung ist es möglich, viele verschiedene Inhalte gleichzeitig anzuzeigen, z.B. Haupt-, Nebennavigation und Inhalt.

Dies ist für ein Internetangebot nicht untypisch, im Gegenteil kann eine solche Multioptionalität sogar als charakteristisches Kennzeichen vieler Angebote bestimmt werden. Jedoch ist es gerade für eine Internetkirche erstaunlich. Der virtuelle Kirchenraum erweist sich dadurch im Gegensatz zu anderen Kirchenräumen rein äußerlich eben gerade nicht als Ort der Ruhe und Sammlung.

5.3.1.2 Navigation

Das Angebot zeichnet sich durch einfache Navigierbarkeit aus: Im linken Frame befindet sich eine Navigierleiste, darunter ein Shortcut-Feld[72]. Am unteren Ende des Mainframes werden die verschiedenen Bereiche von Funama erneut als Links präsentiert.

Eine derartige Darstellung garantiert, dass man sich in der großen virtuellen Umgebung schnell zurecht findet und dass die einzelnen Bereiche näher zusammenrücken. Die Folge ist eine Reduktion der Raummetapher, denn die Dimensionen von *rechts, links, oben* und *unten* werden zu Gunsten einer 1-2- oder 3-Klick-Entfernung aufgegeben.

5.3.1.3 Text vs. Bild

Besucher von St. Bonifatius werden in einer Art Eingangshalle begrüßt (siehe Abbildung 3). Durch verschiedene Türen bzw. Links gelangt man in weitere Räume, also in den eigentlichen Kirchenraum, zum Kirchenchat, zum Fürbittebuch, in die Redaktion des Gemeindebriefs oder ins Pfarrhaus.

Die anfängliche Dominanz von visueller Gestaltung wird, je weiter man vordringt, mit textlichen Elementen ausgeglichen. Spätestens, wenn man sich den eigentlichen Kommunikationsangeboten der Funama-Kirche zuwendet, d.h. dem Fürbittebuch, dem Chat oder den Kommunikationspartnern, treten die visuellen Elemente zurück.

Die unterschiedliche Verteilung ist auf die Funktion der Bilder zurückzuführen. Sie sollen vor allem der Aktualisierung der Raummetapher dienen. Insofern ist ihre Verwendung gerade auf der Eingangsseite unverzichtbar. Die Besucher können dadurch leichter in den neuen Raum eingeführt werden. Sobald die Raummetapher in der Vorstellung der Besucher verankert ist, werden die visuellen Elemente zu Gunsten der Textkommunikation wieder reduziert.

---

[72] In einem Dropdownfeld können alle Auswahloptionen in alphabetischer Reihenfolge direkt angeklickt werden.

5.3.2 Beschreibung der Inhalte (nach einzelnen Elementen)

5.3.2.1 Fürbittebuch

Gemessen an den Besucherzahlen[73] ist das Fürbittebuch das beliebteste Element der Funama-Kirche. Das Fürbittebuch wird in Form eines Forums präsentiert. Einträge dürfen maximal 1500 Zeichen umfassen, allzu umfangreiche und damit leserunfreundliche Beiträge werden dadurch verhindert. Einträge erscheinen mit Uhrzeit und Link zu den jeweiligen Autoren und erscheinen in der Reihenfolge ihrer Eintragung. Unerwünschte Beiträge, die gegen die Netiquette[74] verstoßen, werden „herausgepflegt".

Das Anliegen der Beiträge ist sehr breit gestreut. Klassische Fürbitten stehen neben kritischen Anfragen an Kirche und den christlichen Glauben; kleine Lebensweisheiten stehen neben politischen Statements. Außerdem hinterlassen Besucher zuweilen auch Einträge der Klage, die nicht unbedingt an Gott gerichtet sind, sondern vielmehr dem eigenen Leiden etwas Luft verschaffen sollen.[75] Bei besonderen Ereignissen wie z.B. der Flutkatastrophe in Deutschland vom August 2002 oder den Terroranschlägen in den USA vom September 2001 steigt die Zahl der Beiträge, analog zum steigenden Interesse an lokalen Gottesdiensten, sprunghaft an.

Durch die Veröffentlichung der einzelnen Beiträge und durch die Links zu deren Autoren wird das Fürbittebuch zu einem kommunikativen Instrument: Andere Besucher können auf vorherige Beiträge antworten und Widerspruch oder Zustimmung zum Ausdruck bringen. Damit wird die unidirektionale Kommunikation von den Autoren zu den Lesern relativiert und mit Interaktivität ergänzt.

Die Gebete des Fürbittebuchs werden von den Seelsorgern in ihr eigenes Gebet aufgenommen. Sie verbinden sich mit den Betenden und Fragenden des Fürbittebuchs. Sie nehmen Gebete aus dem Fürbittebuch auch in ihre Gemeinden mit, verlesen sie

---

73 Den von CMS für die Zwecke dieser Arbeit zur Verfügung gestellten Logfiles zufolge.

74 Netiquette: Allgemeiner Konsens bezüglich der gängigen Kommunikations- und Umgangsformen im Internet.

75 Eine Auswertung von 56 Einträgen in der Zeit von 05.12.-18.12.02 und 20.02.-08.03. ergab folgende Verteilung: Gebete: 50 %, allgemeine Statements, wie sie auch in anderen Foren anzutreffen sind: 25 %, Klage und Fragen zu persönlichen Nöten: 23 %. Insgesamt 18 % bezogen sich auf vorhergehende Einträge. Die Einträge zwischen dem 19.12.02 und dem 19.02.03 sind auf Grund eines Datenfehlers verloren gegangen und konnten auch nicht von den Betreibern zur Verfügung gestellt werden. Die oben angezeigte Verteilung ist nicht als repräsentativ zu verstehen, sondern lediglich als Richtungsanzeiger.

in Jugendgottesdiensten und in Andachten.[76] Auf die Weise erhält das Fürbittebuch eine neue Funktion. Das Gebet im Fürbittebuch fungiert als Klammer zwischen Seelsorgern und Gästen und zwischen virtueller und lokaler Welt.

5.3.2.2 Kirchenchat

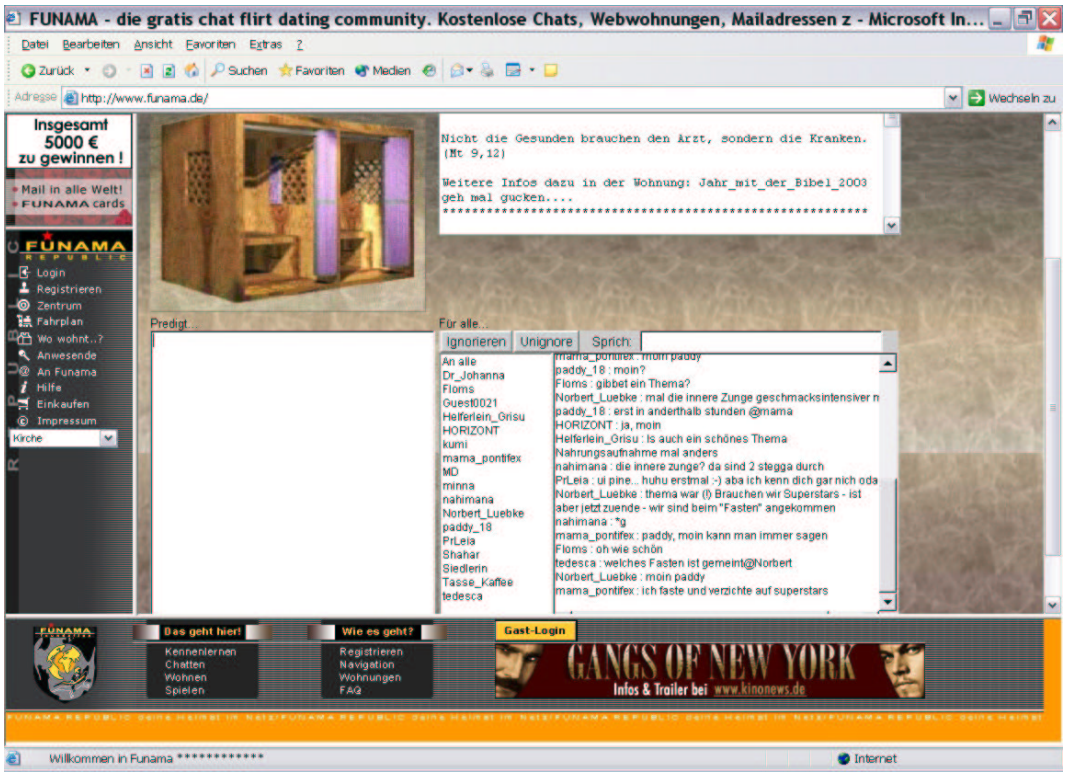


Abbildung 4: Kirchenchat mit Beichtstuhl

Der Kirchenchat wird zweimal in der Woche, Dienstag- und Donnerstagabend, jeweils von 21 bis 23h angeboten. Dabei sind in der Regel zwei Seelsorger anwesend, die den Chat moderieren. Dieser bereitet ein Thema vor und bringt es in die Diskussion ein.

Auffallend ist die freundliche Gesprächsatmosphäre im Kirchenchat. Besucher werden mit Namen begrüßt und willkommen geheißen, Neulinge werden schnell in die Gruppe der anwesenden und z.T. miteinander bekannten Chatter aufgenommen. Die Seelsorger zeigen ein ehrliches Interesse an den Besuchern und ihren Fragen. Die freundliche Atmosphäre im Kirchenchat wird von den Besuchern wahrgenommen

---

[76] T. KOTTE, „Bemüht euch um das Wohl der Stadt“ (Jer 29,7) - Chancen und Grenzen der Seelsorge in der virtuellen Kirche St. Bonifatius in „Funcity“ unter www.funama.de, Pfarrexamensarbeit zum Pfarrexamenskurs 2002, Osnabrück 2002, S. 8.

und ausdrücklich begrüßt. Für einige von ihnen ist diese Atmosphäre der eigentliche Grund, weshalb sie den Kirchenchat besuchen.[77]

Die Themen reichen von Familienproblemen, über allgemeine Sinnfragen bis hin zu spezifisch christlichen Fragen. 2003, im Jahr der Bibel, sollen v.a. auch biblische Themen eingebracht werden.

Der Kirchenchat hat neben den thematischen Impulsen schließlich eine weitere Funktion: Einfache Kontaktmöglichkeiten zu den Seelsorgern herzustellen. Darauf wird unter Kap. 5.3.2.4 weiter eingegangen.

Für die Besucher ergeben sich im Kirchenchat verschiedene Möglichkeiten, stufenweise eine engere Kommunikation mit dem Seelsorger aufzubauen. Die einfachste Möglichkeit liegt in der direkten, also öffentlichen Anrede an den Seelsorger. Soll vermieden werden, dass die anderen Chatter die Kommunikation zwischen Seelsorger und Besucher verfolgen können, kann in den Flüstermodus gewechselt werden. Dies bedeutet, dass die Äußerungen des Besuchers nur auf dem Bildschirm des Seelsorgers erscheinen, nicht jedoch auf den Bildschirmen der anderen Chatter. Schließlich kann auch in einen eigenen, abgeschlossenen Chatraum (geschützter Chat) gewechselt werden. Dieser kann von nur maximal zwei Personen betreten werden. Während beim Flüstern die einzelnen Äußerungen geschützt sind, ist im abgeschlossenen Gesprächsraum die gesamte Kommunikation geschützt.

Mit fortschreitender Separierung erfolgt auch eine zunehmende Offenbarung der eigentlichen Besucheridentität. Die Identität hinter dem Nickname wird im öffentlichen Chat quasi nie offenbart; dies erfolgt „selten während des Flüsterns, häufiger im Gesprächsraum; am meisten passiert es aber in folgenden Emailkontakten, dass man sich dann wirklich auch die realen Namen nennt, die Situation schildert etc.“[78]

Das Profil der Besucher im Chat hat sich mit der Zeit gewandelt: Am Anfang war die Klientel v.a. von Heavy-Usern[79] bestimmt, die den Kirchenchat als einen Chatraum wie jeden anderen verstanden und an einem ernsthaften Austausch nicht interessiert waren. Dies hat sich in der Zwischenzeit gewandelt. Wer in den Kirchenchat kommt, kommt nicht mehr nur wegen des Chats an sich, sondern verstärkt auch auf Grund

---

77 Siehe entsprechende Aussagen im Kirchenchat vom 13.02.03. Vgl. Fußnote 40.

78 Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

79 Heavy-User: Bezeichnung für Internetnutzer, die mehrere Stunden täglich im Internet verbringen.

der Themen. Die von den Seelsorgern mit den vorgegeben Themen angestrebte Profilierung zeigt hier erste Erfolge.

Am Ende eines jeden Chats gibt es die Möglichkeit des Gebetes. Dies geschieht zunächst in freier Form, d.h. die Chatteilnehmer bringen verschiedene Fürbitten ein, beten (tippenderweise) für Frieden in der Welt oder für eine ihnen nahe stehende Person; sogar für Anliegen anderer Chatteilnehmer, die während des Chats geäußert wurden, wird gebetet. Am Ende wird zusammen das Vater Unser „gesprochen", wobei die Teilnehmer zeitgleich Zeile für Zeile des Vater Unsers eintippen und dabei einzelne Bitten gelegentlich dem Sinn entsprechend variieren. Das Chatgebet, für Außenstehende ungewohnt, ist für die Besucher des Chats ein gewohnter Abschluss des Kirchenchats.

5.3.2.3 Beichtstuhl

Der Beichtstuhl entsprang nicht einer Idee der beteiligten Kirchen, sondern ist ein Postulat der Betreiber der Community Funama. Zusammen mit dem idyllisch anmutenden Äußeren der Kirche sollte hier ein traditionelles Bild von Kirche entworfen werden.

Technisch gesehen handelt es sich beim Beichtstuhl lediglich um einen abgeschlossenen Gesprächsraum. Doch ist der Beichtstuhl mehr, denn die Bezeichnung impliziert, dass hier ein Geistlicher anzutreffen ist, dass das Gesagte der Schweigepflicht unterliegt und dass eine offene Gesprächsatmosphäre angestrebt wird, die es ermöglicht, auch über eigenes Versagen zu reden. Die mit dem Begriff „Beichtstuhl" erzeugte Besuchererwartung und Vertrauen kann das Gespräch über schwierige seelsorgerliche Themen entscheidend erleichtern.

Wichtig ist jedoch festzustellen, dass die Besuchererwartung in letzter Konsequenz nicht erfüllt werden kann („es kommt dann häufiger die Frage, kann ich jetzt bei Ihnen beichten?"[80]); an dieser Stelle betonen die Seelsorger, das zwar über alles geredet werden kann, dass eine Beichte aber nur lokal möglich ist.[81]

5.3.2.4 Seelsorgeangebote

Die Seelsorger von Funama stellen sich im sog. Haus der Seelsorger vor. Sie haben wie alle anderen Bewohner von Funama eine eigene Wohnung, in der sie besucht

---

80 Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

81 Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

werden können. Im Unterschied zu normalen Bewohnern verzichten sie jedoch darauf, sich eine neue, virtuelle Identität zu verleihen. Damit laden Sie diejenigen, die mit ihnen in Kontakt treten, ein, ihren Nickname aufzugeben und persönlicher zu kommunizieren. Über die Selbstcharakterisierungen der Seelsorger, die in den Wohnungen präsentiert werden, erhält der interessierte Besucher einen ersten Eindruck von seinem möglichen Kommunikationspartner. Obwohl die persönliche Vorstellung der Seelsorger die Kommunikation und Kontaktaufnahme erleichtert, ist sie keineswegs selbstverständlich für christliche Internetseelsorge. Andere Seelsorgeangebote wie z.B. das Kummernetz[82] oder die Internetseelsorge[83] verzichten darauf.

Keiner der Seelsorger arbeitet vollzeitlich bei St. Bonifatius. Einige arbeiten als kath. Priester oder ev. Pfarrerinnen in einer Gemeinde, andere sind als Jugendarbeiter in der evangelischen oder katholischen Kirche tätig.

Seelsorge in St. Bonifatius kann über verschiedene Wege in Anspruch genommen werden. Zum einen über direkte Emails, zum anderen über die „Sprechstunden" im Kirchenchat. Während dieser Zeit stehen die Seelsorger auch für persönliche Seelsorgechats zur Verfügung.

Die Emailseelsorge stellt den wichtigsten Teil der Seelsorgearbeit dar. In der Woche erreichen 25-50 Emails die jeweils zuständigen Seelsorger. Emaildialoge können sich über einen längeren Zeitraum erstrecken und sich zu Telefongesprächen und persönlichen Begegnungen ausweiten.

Besondere Beachtung findet die Seelsorge bei den Betreibern von Funama, der Cross Media Service Holding; die Marketingfirma hebt die Seelsorge von St. Bonifatius als besonderes Highlight von Funama hervor und wirbt damit um neue Werbepartner.[84]

5.3.2.5 Gästebuch

Das Gästebuch setzt ein wichtiges Anliegen von St. Bonifatius um: „Hier muss man nicht beten, aber die Tür steht immer offen und bietet eben auch ein Dach für alle"[85]. Wer bei St. Bonifatius ein Gebet oder ein Gebetsanliegen loswerden will, kann dies

---

82 Kummernetz e.V., Kummernetz: Beratungs-, Internetseelsorge- und Kommunikationsplattform für Erwachsene, URL: http://www.kummernetz.de (15.03.03).

83 J. v. GRÜNIGEN, Die Internet-Seelsorge, URL: http://www.seelsorge.net (15.03.03).

84 Cross Media Service Holding (CMS), Media & Marketing. Funama-Fakten, URL: http://www.c-m-s.de (15.03.03).

85 Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

im Fürbittebuch machen. Wer in die Kommunikationsgemeinschaft von St. Bonifatius eintreten will ohne zu beten, tut dies im Gästebuch.

Das Gästebuch ist außerdem der Ort für die organisatorische Kommunikation der Funama-Kirche, sozusagen der Ort für die Abkündigungen.

In der Praxis vermischen sich die Inhalte von Gästebuch und Fürbittebuch jedoch. So tauchen im Gästebuch auch Gebetsanliegen auf, während das Fürbittebuch, wie oben erläutert, nicht nur aus Gebeten besteht.

5.3.2.6 Exerzitien im Alltag

Wie in örtlichen Kirchengemeinden gibt es auch in St. Bonifatius am Kirchenjahr orientierte Aktionen. Bereits zum dritten Mal fanden in der Vorweihnachtszeit 2002 die „Exerzitien im Alltag", kurz ExiA, statt. Die ExiA finden auf drei Ebenen statt: Mit einer Gruppe von 10-15 Teilnehmern bei wöchentlichen Treffs in einem lokalen Gemeindehaus; mit einer Gruppe von sechs Teilnehmern in einem geschlossenen Chat, die sich ebenfalls wöchentlich trifft und mit einer Gruppe von 60 bis 80 Teilnehmern, die per Email die Impulse erhält. Pastoralreferentin GABI WEINZ betreut alle drei Gruppen parallel und verwendet jeweils das gleiche Material.

Um die ExiA in einem Chatraum durchzuführen, bedarf es besonderer Arrangements. Veranstaltet wird der Chat mit Teilnehmern, die sich zuvor per Email angemeldet haben, in der virtuellen Wohnung von Pastoralreferentin WEINZ. Den Teilnehmern werden vorher Gesprächsregeln zugesandt, die sicherstellen, dass die Teilnehmer einander „zuhören". Während des Chats selber achtet die Leiterin auf eine klare Gesprächsleitung, die auf Grund fehlender nonverbaler Kommunikationsmöglichkeiten strikter als in anderen Austauschgruppen wahrgenommen wird.

Zu Beginn der ExiA stellen sich die Teilnehmer einander vor: Sie werden ermutigt, von sich zu erzählen, Geschlecht, Alter und richtigen Namen den anderen mitzuteilen. Ziel der ExiA ist es, miteinander in Beziehung zu treten und sich zu einer Weggemeinschaft zusammenzufinden.

Die ca. zweistündigen Sitzungen haben in der Regel drei Teile: Entspannung, persönlicher Austausch und Gebet. Im ersten Teil werden die Teilnehmer aufgefordert, sich vor dem Bildschirm zu entspannen, die Hände von der Tastatur zu nehmen und den Anweisungen zu folgen, die nacheinander von der Leiterin eingegeben werden. Entspannt wird beispielsweise durch bequemes Sitzen, oder Atemübungen. In der Zeit des persönlichen Austausches wird darauf geachtet, dass jeder Teilnehmer aus-

reden darf. Inhaltlich geht es um die Erlebnisse der zurückliegenden Woche, die Teilnehmer können erzählen, wie sie mit den täglichen Impulsen, die sie per Email erhalten haben, zurecht gekommen sind. Im dritten Abschnitt wird zusammen gebetet; dies geschieht ähnlich wie im Kirchenchat und beginnt mit einer offenen Gebetsrunde, gefolgt von einem gemeinsamen Vater Unser und einem Segensgebet, das jeweils ein Teilnehmer vorbereitet hat.

Abgesehen von diesem Schema ereignet sich vieles, was sich auch in der lokalen ExiA Gruppe ereignet: Zu Beginn halten die Teilnehmer Smalltalk und warten bis alle da sind, nach dem Abend bleiben die Teilnehmer z.T. noch im Raum und unterhalten sich.

Aus den ExiA ergeben sich auch persönliche Seelsorgekontakte mit den Teilnehmern. Einzelgespräche werden bei den Online ExiA sogar häufiger gewünscht als in der lokalen Gruppe. Pastoralreferentin WEINZ sieht in der Anonymität einen großen Vorteil. „ Sich öffnen können, ohne erkannt zu sein, und doch über den Nick eine gewisse Identität haben – das baut manche Hemmungen ab und erleichtert den Schritt zur Offenheit.“[86]

5.3.2.7 Gemeindebrief

Als wichtiges Instrument für die Identitätsbildung von St. Bonifatius dient der wöchentliche Gemeindebrief, der vor allem von der Kerngemeinde von St. Bonifatius genutzt wird.[87] Zwei Redakteure arbeiten daran, die ca. 760 Abonnenten[88] umfassende Mailingliste zu betreuen und geben einen wöchentlichen Impuls heraus. Inhaltlich handelt es sich bei dem Gemeindebrief um das am deutlichsten christlich geprägte Angebot von St. Bonifatius. Der Impuls orientiert sich am sonntäglichen Evangeliumstext (nach kath. Lesung). Er spricht dementsprechend vor allem Menschen aus dem kirchlichen Umfeld an, die für dezidiert christliche Inhalte offen sind.

Inzwischen sind ca. 50 % der Abonnenten extern, d.h. sie nehmen, abgesehen vom Gemeindebrief, nicht am Leben der Funama-Kirche teil. Der Gemeindebrief erreicht eine weltweite Leserschaft mit Abonnenten in Europa, Nordamerika und Asien.

Abonnenten nehmen am Kommunikationsgeschehen des Gemeindebriefes teil, indem sie den Brief an Freunde weiterleiten (dadurch erhöht sich die Leserschaft auf

---

86 G. WEINZ, Exerzitien im Internet, unveröffentlicht.

87 Interview mit N. LÜBKE (12.02.03).

88 Stand Mitte Februar, Interview mit N. LÜBKE (12.02.03).

ca. 2500 Leser insgesamt[89]) oder für die eigene gemeindliche Arbeit verwenden (so etwa eine Jugendgruppe in den USA oder ein Seelsorger in einem Altenheim in Ostdeutschland). Die Zahl der Abonnenten steigt stetig, in den letzten drei Monaten kamen weitere knapp 10 % hinzu.

5.4 Analyse

Für die interpretierende Analyse werden multiinstrumentell - also durch Interviews mit den Anbietern, im Web veröffentlichte Selbstdarstellungen der Anbieter sowie Aussagen der Besucher in den Foren, Emails und in einem zum Thema durchgeführten Chat - drei verschiedene Leitkategorien untersucht: Kommunikation, Kontext und Kirche.

5.4.1 Kommunikation

Die Leitkategorie Kommunikation ist durch die Spezifika des Mediums Internet bedingt. Hier ist zu untersuchen, ob die Kommunikations*funktionen* von Kommunikator und Rezipient[90], wie sie in klassischen Medien auftreten, neu interpretiert werden.

Das Besondere an Kommunikation im Internet liegt darin begründet, dass, anders als in klassischen Massenmedien, in zwei Richtungen kommuniziert werden kann. Wenn dies geschieht, verändern sich die klassischen Funktionen von Kommunikator und Rezipient, eine eindeutige Zuordnung kann nicht mehr vorgenommen werden.[91] Kommunikation im Internet wird deshalb oft als eine demokratische Kommunikation bezeichnet.

Im Folgenden soll untersucht werden, ob es sich bei der Kommunikation in St. Bonifatius um eine offene Kommunikation handelt oder ob die Art der Kommunikation sich mehr an Kommunikationsströmen orientiert, wie sie z.B. in Medien herkömmlicher Art vorkommen.

---

89 Interview mit N. LÜBKE (12.02.03).

90 Der Fülle der Kommunikationstheorien gemeinsam sind in der Regel die Funktionen von Kommunikator und Rezipient; Kommunikation kann allgemein als ein Vorgang verstanden werden, bei dem ein Kommunikator eine Botschaft über einen Träger an einen Rezipienten emittiert und eine Wirkung hervorruft; vgl. K. MERTEN, Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Münster 1999, S. 54-82 sowie Art. „Kommunikation" in A. SILBERMANN, Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung, Berlin 1982.

91 Vgl. P. RÖSSLER, Inhaltsanalysen, S. 247.

Zur Beantwortung dieser Fragen werden die Kommunikationsstrukturen zwischen Anbieter, Besucher und (externem) Beobachter in den einzelnen Bereichen von St. Bonifatius untersucht.

5.4.1.1 Kommunikationsparameter in St. Bonifatius

Grundsätzlich ist festzustellen, dass es sich bei St. Bonifatius um ein Angebot einer institutionalisierten Gruppe handelt; dieses Angebot versteht sich als ein offenes Angebot („Wer da bedrängt ist, findet Mauern, ein Dach und muss nicht beten“[92]); es gibt also einen Gastgeber, der eine offene Einladung ausspricht an mögliche Gäste. Die Rollenverteilung als Gastgeber und Gast ist jedoch als relativ offen anzusehen, eine weitere Festlegung auf Kommunikationsfunktionen ist damit noch nicht getroffen. Diese Funktionen werden in den einzelnen Kommunikationsmöglichkeiten unterschiedlich wahrgenommen und müssen einzeln analysiert werden. Erst die Zusammenschau dieser einzelnen Elemente am Ende ermöglicht eine Gesamtbewertung.

5.4.1.2 Kommunikation im Fürbittebuch

Im Fürbittebuch kann rund um die Uhr kommuniziert werden. Jeder Besucher kann sich mit Beiträgen von maximal 1500 Zeichen beteiligen. Anders als der Titel dieses Forums vermuten ließe, können hier nicht nur Gebete formuliert werden, sondern auch Meinungen geäußert, Fragen an die anderen Leser gestellt oder über den eigenen Glauben geredet werden.

Besucher können hier sowohl die Funktionen von Kommunikatoren als auch von Rezipienten einnehmen. Leser (Rezipienten), die sich in das Kommunikationsgeschehen des Fürbittebuchs einbringen, werden zu Kommunikatoren einer Mitteilung, die eine große Zahl an anderen Rezipienten erreicht.

Seelsorger, die das Fürbittebuch verantworten, greifen nur gelegentlich ein, indem sie, wie in anderen Foren auch, Beiträge entfernen, welche die Netiquette verfehlen. Davon abgesehen nehmen sie sogar weitgehend die Rolle von Rezipienten ein, da sie sich nur selten zu Wort melden.

Das Fürbittebuch weist also eine offene, demokratische Kommunikationsweise auf, in der die Rahmenbedingungen von Gastgeber und Gast fast vollständig in den Hintergrund treten.

5.4.1.3 Kommunikation im Kirchenchat

Im Kirchenchat kann sich jeder Gast ungefiltert und frei äußern. Besucher nehmen im offenen Dialog miteinander sowohl die Rollen von Kommunikatoren wie auch von Rezipienten ein.

Die Seelsorger beteiligen sich als Moderatoren am Chat; sie betonen ihre Rolle als Gastgeber, indem sie das Thema des Chats bestimmen und zu Beginn präsentieren; auf dieser Rolle wird jedoch nicht bestanden, sie wird lediglich angeboten, dies zeigt sich daran, dass die Besucher nicht ständig ermahnt werden, bei einem speziellen Thema zu bleiben. Die Seelsorger beschränken sich in ihrer kommunikativen Funktion jedoch nicht auf die von Kommunikatoren. Sie bieten gleichzeitig, im Einzelchat oder im Flüstermodus, ein „offenes Ohr" an und nehmen so die Funktion eines Rezipienten an.

Die Besucher können im offen geführten allgemeinen Chatgespräch die Funktion von Kommunikatoren einnehmen, indem sie Gesprächsthemen einbringen und so den Gesprächsablauf zeitweilig gestalten.

Gegen Ende des Kirchenchats erfährt die Kommunikationssituation eine letzte Wendung. Nachdem die Moderatoren (Seelsorger) die Kommunikation vom Gespräch weg und auf das abschließende Gebet hingeführt haben, kann zunächst in einer offenen Gebetsrunde, später dann im Vater Unser gebetet werden. In der Öffnung der Kommunikation auf einen externen Rezipienten verlassen alle Kommunikationsteilnehmer ihre komplementären Funktionen und kommen auf derselben Ebene zu stehen. Dabei nehmen sie in den einzelnen Gebeten, die sie äußern, *gemeinsam* die Funktion von Kommunikatoren ein.

Abschließend kann festgestellt werden: Im Kirchenchat zeigt sich eine vielschichtige Kommunikationssituation. Die Funktionen von Kommunikator und Rezipient werden neu nuanciert oder wechseln komplett zwischen Gastgeber und Besucher. Im abschließenden Gebet überlagern sich die beiden Funktionen gar. Die Kommunikationssituation ist als äußerst demokratisch anzusehen.

5.4.1.4 Kommunikation in der Seelsorge

Die Kommunikation in der Seelsorge, sei es im geschützten Chat oder in der Emailseelsorge, zeichnet sich durch ihren dialogischen Charakter aus. Beide Teilnehmer

---

92 Eingangsmotto im Pfarrhaus der Funamakirche, URL: http://www.funama.de (15.03.03).

nehmen dabei abwechselnd die Funktion von Kommunikator und Rezipient ein, wobei die Rollen von Gastgeber und Gast berücksichtigt bleiben: Der Seelsorger bleibt Seelsorger, auch wenn er sich äußerlich in eine offene Kommunikationssituation gibt.

Im Unterschied zur lokalen Seelsorge verfügt der Besucher in St. Bonifatius jedoch über mehr Optionen. Während die Identität der Seelsorger in beiden Fällen öffentlich bekannt ist (sie können im Haus der Seelsorger besucht werden, wo sie sich mit Bild und Informationen zu ihrer Person vorstellen), bleibt die Identität des Besuchers zunächst hinter dem Nickname verborgen. Es liegt in der Hand des Besuchers, wie schnell diese Identität offenbart wird. Damit ist es dem Besucher möglich, die Art und Weise der Kommunikation wesentlich zu bestimmen.

Obwohl dadurch dem Besucher mehr „Macht" zukommt, bleibt das grundsätzliche Verhältnis von Gastgeber und Gast durch die Rollen von Seelsorger und Besucher eindeutig erhalten.

Die Kommunikation im geschützten Chat oder im Emailverkehr ist also eine offene Kommunikation, die sich im Rahmen einer festen Rollenverteilung abspielt.

5.4.1.5 Kommunikation im Gemeindebrief

Der Gemeindebrief weist eine unidirektionale Kommunikationsrichtung vom Gastgeber (Kommunikator) zum Gast (Rezipient) auf. Dies entspricht der klassischen Kommunikationsweise von Printmedien. Die Rollen von Gastgeber und Gast in ihrem Verhältnis zueinander finden in der Kommunikation ihre direkte Entsprechung.

Festzuhalten ist jedoch, dass Rezipienten auch zu Kommunikatoren werden können. Umfragen der Gemeindebrief-Redaktion haben ergeben, dass jeder Abonnent den Gemeindebrief an durchschnittlich über drei weitere Adressaten (Freunde, Interessierte) weiterleitet.[93] Abonnenten bejahen also die Botschaft, die vom ursprünglichen Kommunikator ausgeht, und unterstützen sie; dabei werden sie den neuen Rezipienten gegenüber selbst zu Kommunikatoren.

Insofern können die oben auf ihre Funktion als Rezipienten scheinbar festgelegten Gäste selbst zu Kommunikatoren werden.

---

93 Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

5.4.1.6 Summe

Der Durchgang durch die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten von St. Bonifatius erbrachte folgende Erkenntnisse:

- Die Kommunikationssituation in St. Bonifatius ist durch die feste Rollenverteilung „Gastgeber" und „Gast" grundlegend bestimmt; die damit verbundenen Funktionen als Kommunikator und Rezipient sind jedoch nicht auf diese Rollenverteilung fixiert und werden in den einzelnen Bereichen unterschiedlich interpretiert.
- Das Fürbittebuch stellt die offenste Form von Kommunikation in St. Bonifatius dar. Dabei können Besucher ihre Gebete und Glaubensüberzeugungen direkt und demokratisch mit anderen Besuchern teilen und darüber in einen Dialog eintreten.
- Die Kommunikation im Kirchenchat weist eine vielschichtige Gestalt auf. Seelsorger bringen sich stärker ein als im Fürbittebuch. Insgesamt zeichnet sich der Kirchenchat aber durch eine demokratische Kommunikation aus.
- Die anderen, weniger demokratischen Kommunikationsformen in Seelsorge (geschützter Chat, Email) und Gemeindebrief ermöglichen es den Anbietern, als Gastgeber St. Bonifatius ein Profil zu geben.

Zu beachten ist, dass bestimmte Kommunikationsformen durch entsprechende Positionierung auf der Eingangsseite besonders hervorgehoben werden: Fürbittebuch und Kirchenchat werden dem Besucher als die naheliegendsten Kommunikationsmöglichkeiten präsentiert. Die demokratische Kommunikation mit anderen Besuchern wird dadurch in den Vordergrund gerückt. Seelsorgerliche Kommunikation bleibt jedoch als Angebot im Hintergrund präsent.

5.4.2 Kontext einer Chatcommunity

Die Internetkirche St. Bonifatius ist Teil einer ganzen Internet-Community und unterscheidet sich damit von anderen christlichen Internetangeboten grundlegend. Dieser Sachverhalt bedarf einer näheren Untersuchung.

5.4.2.1 Teil einer Community

In der Funama-Community präsentiert sich die Kirche als Teil der Gesellschaft. Sie ist mitten im Leben der Internetnutzer und drückt damit aus, dass sie nicht als ein kleiner Privatbereich wahrgenommen werden will. St. Bonifatius gelingt damit etwas,

worum sich die lokalen Kirchen oft bemühen, jedoch nicht mehr selbstverständlich erreichen: Als integraler Teil der Gesellschaft wahrgenommen zu werden. Mit der Entscheidung, Teil von Funama zu sein, wird auch daran verdeutlicht, dass man sich bemüht, auf die Menschen zuzugehen. Dabei drängt man sich nicht auf, sondern überlässt es dem Einzelnen, ob er in Kontakt treten will. Aber die Hemmschwelle zur Kontaktaufnahme ist auf ein minimales Maß gesenkt.

Das Argument, durch die Einbindung in eine fremde Community schließe man einen Großteil des Internetpublikums vom Angebot aus, ist nur sehr begrenzt wirksam, denn die Angebote von St. Bonifatius können auch ohne Funama-Mitgliedschaft genutzt werden. Der Gemeindebrief und die Exerzitien im Alltag sind gute Beispiele für eine weitergehende Wirkung. Sie erfreuen sich auch außerhalb der Funama-Community eines regen Zuspruchs (siehe Kap. 5.3.2.6 und 5.3.2.7).

Trotzdem werden vor allem die Bewohner von Funama angesprochen. Sobald sie sich bei Funama einloggen, wird ihnen eine Ansicht der gesamten Funama-Stadt geboten. Wer nicht gleich gezielt auf die Kirche klickt, wird spätestens bei einem Erkundungsgang durch Funama aus Interesse einen Blick in die sie werfen. Wer Gespräch und Diskussion in einem der Foren sucht, wird schnell an St. Bonifatius verwiesen, denn zwei der insgesamt sieben Foren werden von der Kirche betreut.

Die Tatsache, dass die Seelsorger wie die Bewohner in ihren virtuellen Wohnungen anzutreffen sind, bringt zum Ausdruck, dass sie bemüht sind, Seelsorge als einen Dialog zu verstehen. Die Bereitschaft, sich helfen zu lassen, dürfte dadurch gesteigert werden.

5.4.2.2 Ein Angebot für Chatter

Die Platzierung der Internetkirche innerhalb einer Chat-Community bestimmt die Ausrichtung von St. Bonifatius wesentlich mit. Mit ihrem Angebot spricht die Funama-Kirche zahlreiche Chatter an. Viele von ihnen sind eher auf der Suche nach einem Chatangebot und weniger nach einer Internetkirche. Die angenehme Atmosphäre, die viele Chatter als positiv hervorheben, ist für sie jedoch oft Anlass, zu bleiben und neue Freundschaften zu schließen.

Aussagen der Besucher bezüglich der Motivation ihres Besuchs in St. Bonifatius deuten daraufhin, dass für sie der Chat ein wesentlicher Grund ihrer Teilnahme an St. Bonifatius darstellt (die Aussagen stammen aus dem Kirchenchat vom 13.02.03,

Rechtschreibung nicht korrigiert)[94]: Besucher 1: „ was mich hier her zieht? ... die netten gespräche"; Besucher 2: „ich fühle mich ganz wohl hier, deswegen chatte ich hier". User 3: „ich habe ine Interesse an den themen und an den (im vergleich zu anderen chats) durchaus ernsthaften gesprächen". User 4: „Hier geht man nett miteinander um - und die Sprache ist ok" (spricht mit den Umgangston ein Hauptproblem zahlreicher Chats an).
Die Umfrage von D. ROLLERT legt einen ähnlichen Schluss nahe; demnach liegt der Chat unbestritten auf Platz eins der genutzten Angebote (82 %) und deutlich vor dem Fürbittebuch (35 %).[95]

Die Kirchen präsentieren sich bewusst im Kontext einer Chatcommunity. Ihnen gelingt es, sich aktiv einzubringen und sich auf den Weg zu den Menschen zu machen. Die Integration in eine Chatcommunity ermöglicht es den Kirchen, mit diesem Angebot vorwiegend Jugendliche und Junge Erwachsene anzusprechen.

Das Angebot der Kirchen wird im Modus einer Community angeboten, die auf Kommunikation ausgerichtet ist; dies geschieht, indem Chat und Foren (Fürbittebuch und Gästebuch) in den Mittelpunkt gestellt werden. Die Besucher spüren und schätzen die positive Atmosphäre, die im Chatangebot der Funama-Kirche herrscht. Insofern gelingt es den Kirchen auch, ein Stück Internetkultur, in diesem Fall Chatkultur, positiv mitzugestalten. Dem in Kap. angesprochenen Schöpfungs- und Gestaltungsauftrag kommen sie in diesem Sinne nach.

5.4.2.3 Der Mehrwert einer Kirche erkannt

Dass sich an einem Ort wie Funama eine Kirche findet, ist kein Zufall. Die Marketingidee von Funama beruht auf der Idee einer virtuellen Stadt und nach Überzeugung der Betreiber der Funama-Community muss, „in einer Stadt [...] eine Kirche sein, sonst ist das keine Stadt"[96]. Hier ergreift also nicht die Kirche die Initiative, um in einer virtuellen Gesellschaft präsent zu sein, sondern der Wunsch nach einer Kirche wird von anderen geäußert, und zwar nachdrücklich: Nachdem zunächst die evangelische Kirche gefragt wurde und ablehnte, gingen die Betreiber auf die katholische Kirche zu, die sich schließlich 1997/98 auf das Experiment einließ.[97]

---

94 Vgl. Erklärung zu diesem Chat in Fußnote 40.

95 D. ROLLERT, Umfrage Fc-Kirche – Auswertung, URL: http://home.arcor.de/ diemo.rollert/ umfrage/auswertung.htm (15.03.03); Mehrfachnennungen möglich.

96 G. SCHULZE über die Motivation der Betreiber, Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

97 Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

Die Kirche präsentiert sich mit ihren eigenen Stärken (z.B. Seelsorge, Dienst an den Menschen) und wird so zur Bereicherung. Dies wurde von den Medien erkannt und schlug sich in einem entsprechenden Presseecho nieder. Der Beitrag der Kirche kommt so Betreibern wie Besuchern zu Gute. Daher verwundert es auch nicht, dass die Kirche einen hervorgehobenen Platz in der Community erhält: von den insgesamt sieben Foren sind mit Fürbittebuch und Gästebuch zwei dieser Foren in der Kirche zu Hause.

5.4.2.4 Mitten in einer Fülle von Alternativen

Durch die Integration in ein säkulares Angebot, präsentiert sich St. Bonifatius immer als ein Angebot unter vielen. Dies zeigt sich besonders in Grafik und Benutzerführung: Hat man es bis in die Kirche von St. Bonifatius geschafft, wird man ständig mit Alternativen konfrontiert (siehe Abbildung 3). Statt in der ruhigen Umgebung der Internetkirche zu verweilen, kann man links in der Navigationsleiste schnell ein anderes Ziel auswählen, der angebotene Quickfinder bringt einen sogar mit zwei Mausklicks an jeden Ort in Funama. Außerdem lockt in einem Frame am unteren Seitenende ständig ein Chat.

Die unmittelbare Nähe der verschiedenen Angebote in Funama ermöglicht es dem Besucher, sich schnell von einem Ort zum anderen zu bewegen. Für die Kirche bedeutet das einen erhöhten Strom von Neugierigen. Sie präsentiert sich mit einem Angebot, das mitten im Internet-Alltag der Internetnutzer platziert ist und das ohne große Barrieren zu erreichen ist. Andererseits ist die Kirche als ein Ort der Ruhe und Sammlung, von Besuchern einer lokalen Kirche oft geschätzt, um abseits des Alltags- und Straßenlärms zur Ruhe zu kommen, dadurch erheblich gefährdet.

5.4.2.5 Summe

Für die Kirche bedeutet die Partizipation in einem Internetangebot eines säkularen Betreibers einen Kompromiss: Sie kann wesentliche Rahmenbedingungen ihres Auftritts nicht selbst bestimmen. Dies wirkt sich insbesondere auf die Tatsache aus, dass der Besucher der Funama-Kirche ständig von Alternativangeboten umworben wird. Letztlich lohnt sich der Kompromiss jedoch, und zwar in mehrfacher Hinsicht:

- Die Hemmschwelle, ein kirchliches Angebot zu nutzen, wird erheblich gesenkt; dadurch kommt Kirche mit neuen Menschen in Kontakt und kann ihnen dienen.

- Kirche bringt zum Ausdruck, dass sie bemüht ist, auf die Menschen zuzugehen. Die Integration der Seelsorger in die Community und die Gestaltung des Angebots im Modus der Community (mit Schwerpunkt Chat) verdeutlichen dies.
- Kirche macht deutlich, dass sie ein wichtiger Teil der Gesellschaft ist. Der Dienst der Kirche wird von Betreibern wie Besuchern als echter Mehrwert erkannt.

Die Internetkirche St. Bonifatius geht also ein symbiotisches Verhältnis zu ihrem Kontext der Chatcommunity ein. Beide Seiten profitieren von der Einbettung des kirchlichen Angebots in die Chatcommunity, indem sie Publicity (Funama) oder Besucher (St. Bonifatius) gewinnen.

5.4.3 Dimensionen eines Kirchenraums

Eine letzte Leitkategorie untersucht, inwiefern sich Kirche hier ereignet. Konkreter gesprochen ist an dieser Stelle nach Elementen von Gemeinschaft und Glaubenskommunikation zu fragen. Außerdem ist zu klären, inwiefern St. Bonifatius als Alternative zu lokalen Gemeinden gesehen werden kann.

5.4.3.1 Menschen teilen Glauben

Kirche macht sich nicht nur an äußeren Gegebenheiten fest, sondern v.a. an Menschen, die sich zusammenfinden und Glauben teilen. Sie identifizieren sich mit der Gemeinschaft. Sie investieren Zeit, um in dieser Gemeinschaft präsent zu sein. Es gibt ausgebildete Seelsorger: Ev. Pfarrerinnen, kath. Priester, Diakone und Kapläne, die sich zur Verfügung stellen.

Glaube wird nicht nur im Fürbittebuch in Gebeten und sonstigen Beiträgen geteilt, sondern auch in Diskussionen im Kirchenchat. Das gemeinsame, synchrone Gebet am Ende des Kirchenchats ist wohl als intensivster Ausdruck der Glaubensgemeinschaft zu verstehen.

Wie in lokalen Gemeinden kann bei St. Bonifatius von einer Kerngemeinde ausgegangen werden, die ca. 100 Leute im engeren Kreis umfasst.[98] Diese Gruppe beteiligt sich aktiv und regelmäßig am „Gemeindeleben". Mag das Medium auch virtuell sein, die Kommunikation und die Menschen, die sich dadurch begegnen sind echt.

---

98 Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

5.4.3.2 Wie Kirche von den Besuchern erfahren wird

Die Erfahrungen der Besucher sind ein wichtiger Beitrag für die Interpretation des Geschehens in St. Bonifatius. Im Folgenden sollen einige der Besucher mit ihren Erfahrungen mit der Funama-Kirche zu Wort kommen. Ihre Äußerungen stammen aus einer Diskussion im Chat der Funama-Kirche[99] (Rechtschreibung nicht korrigiert, Namen der Seelsorger und Besucher anonymisiert, das Geschlecht konnte nur bei den Seelsorgern identifiziert werden).

Dialog-Exzerpt 1:

> **Seelsorger 1:** man trifft hier Gleichgesinnte, die man vielleicht im Alltag nicht so schnell finden würde
>
> **Besucher 1:**...und auch mal solche, die ganz schön zäh wurmen.
>
> **Besucher 1:** Auch das ist toll hier - ökumenischer Austausch!
>
> **Besucher 1** *(etwas später, das Thema später noch einmal aufgreifend)***:** Ich meine, es dauert allerdings einige Zeit , sich hier hereinzufinden und mitzumachen und zu merken, dass hier Kirche abgeht (in Phasen ;)

Dialog-Exzerpt 2:

> **Besucher 2:** hier gefällt es mir auch besser als in der Kirche, wo man den Mund halten muß
>
> **Seelsorgerin 2:** den mund halten? hast du diese erfahrung gemacht, Besucher 2?
>
> **Besucher 3:** *g* gar nicht wahr, Besucher 2... du sollst da doch singen!
>
> **Besucher 3:** aber ich sing auch nie!
>
> **Besucher 2:** ja, habe ich zur genüge
>
> **Besucher 2:** ich singe ja auch, aber man muß sich soviel anhören und schweigen

Dialog-Exzerpt 3:

> **Besucher 4:** für mich ist die kirche hier im ganz anderen licht gerückt...früher hiess es hier zwar kirche...doch war da wenig von glauben ..gott... die rede
>
> **Seelsorgerin 2:** hat sich das im laufe der jahre geändert, Besucher 4?
>
> **Besucher 4:** Seelsorgerin 2, ja sehr. früher war hier einfach nur der fun im vordergrund. das hat sich aber im gesamten chat geändert..die leute sind nun ernster und nicht mehr so locker wie damals...
>
> **Besucher 4:** Seelsorgerin 3, was nicht schlechter ist...eben nur anders als ich es von früher her kenne.
>
> **Seelsorgerin 3:** Besucher 4, endmal jemand, der die veränderungen hier positiv sieht....
>
> **Besucher 4:** doch nun sehe ich das hier als einen guten udn schönen ort wohin ich abends ab und an gehe.. wenn meine kleine tochter dies zulässt und lese hier ansichten über den glauben... und finde somit mehr zu meinem....
>
> **Seelsorgerin 3:** das freut mich sehr, Besucher 4
>
> **Besucher 4:** möchte meiner tochter etwas vermitteln können... viele ansichten hierzu ..deswegen bin ich oftmals hier...

---

[99] Kirchenchat vom 13.02.03, vgl. Fussnote 40.

Seelsorgerin 3: dazu soll es sein: dass man zu seinem eigenen Glauben findet

etwas später:

Besucher 4: Seelsorger 1...früher war der gesamte chat mein zufluchtort.. vor der einsamkeit... vor der angst... vor den problemen... vor allem.. heute ist es ein austausch... den ich in dem moment geniesse..aber nicht mehr dafür lebe :o)

Seelsorgerin 3: es hat sich bei dir eine Menge verändert, Besucher 4, das ist schön!

Dialog-Exzerpt 4:

Seelsorger 1: ich glaube, hier kann man freier über gott reden, wird sonst totgeschwiegen, oder man schämt sich darüber zu reden

Besucher 5: In dieser Kirche kann Mensch mit Mensch reden

Besucher 5: nicht wie in anderen Kirchen Singen,beten singen ...nach Hause gehen

Seelsorgerin 2: wenn hinter der schreibe der jmensch spürbar wird, ist ganz viel erricht, Besucher 5.

Dialog Exzerpt 5:

Besucher 5: Erfahrungen mit der St.B. oder FC- Kirche[100]: Diese Kirche kann für einen Menschen der letzte Rettungsanker sein!

Besucher 5: und zwar deshalb...

Besucher 5: ... weil in der Kirche jeder annonym bleiben kann und trotz allem alles aus sich heraus lassen kann was Ihm oder Ihr auf dem Herzen brennt

Seelsorgerin 3: Besucher 5, die Anonymität als Schutz

Besucher 5: einsame Menschen finden Hier neuen Mut zu reden

Besucher 8: das stimmt Besucher 5;-)

Besucher 5: Schutz ja und nein..

Seelsorgerin 3: das mußt du erklären, Besucher 5

Besucher 5: Schutz ja weil hier jeder mit senem persönlichem Problem kommen kann

Besucher 5: schutz nein weil er wenn er seine Probs oder Ansichten öffentlich unter seinem Nick darbringt auch hinterher gemieden werden könnte

Seelsorgerin 3: Besucher 5, dazu gibt es auch andere Möglichkeiten: man kann jemanden anflüstern oder mit einem Seelsorger in den gesprächsraum gehen

Seelsorgerin 3: Besucher 5, und hier ist es wie im realen Leben: wenn man sich outet, geht man ein Risiko ein....

Besucher 5: aber die Wahrscheinlichkeit, jemanden von euch real zu treffen, ist (gottlob?) nicht sehr groß :-) (**Besucher 7**, *sitzt mit Besucher 5 vor demselben Computer*)

Besucher 8: pah ich treff dauernd zufällig leute aussem chat real

Bezüglich des Verständnisses der Besucher von St. Bonifatius lassen sich aus den einzelnen Exzerpten mehrere Erkenntnisse ableiten:

Die Funama-Kirche als Kirche: Mehrere Besucher reden von St. Bonifatius wie von einer Kirche unter anderen (Besucher 4 in Dialog 3 [D3], Besucher 5 in D4 und D5), in

[100] FC-Kirche: Für die Funama-Kirche wird z.T. noch ihr alter Namen „Funcity-Kirche“,kurz „FC-Kirche“ verwendet.

der man, wie in einer lokalen Kirche, negative und positive Erlebnisse macht: Die anderen „Gemeindeglieder“ können „wurmen“, während Ökumene als „toll“ erlebt wird (Besucher 1 in D1). Einen deutlichen Unterschied zwischen St. Bonifatius und „der Kirche“ macht Besucher 2 in D2, indem er die beiden gegenüberstellt und vergleicht. Eine genaue Differenzierung im Verständnis von St. Bonifatius legt Besucher 1 in D1 an den Tag, indem er feststellt, dass es Zeit braucht, „zu merken, dass hier Kirche abgeht“.
Er setzt die St. Bonifatius also nicht mit Kirche gleich, sieht aber wesentliche Merkmale von Kirche in St. Bonifatius repräsentiert.

Die Funama-Kirche als Ort des persönlichen Austausches: Die Möglichkeit, sich in der Funama-Kirche austauschen zu können, wird an mehreren Stellen betont. Besucher 1 in D1, Besucher 2 in D2 („hier gefällt es mir auch besser als in der Kirche, wo man den Mund halten muss“), Besucher 4 in D3 („lese hier ansichten über den glauben... und finde somit mehr zu meinem...“),Besucher 5 in D4 („In dieser Kirche kann Mensch mit Mensch reden“).
Dass die Funama-Kirche als Ort des persönlichen Austausches geschätzt wird, verwundert nicht. Die kommunikativen Möglichkeiten sind breit gestreut, die Betreuung durch die Seelsorger ist umfassend.

Die Funama-Kirche als Ort der Diakonie: Dass die Funama-Kirche ein Ort der praktischen Hilfe für das Leben der Besucher ist, bringt Besucher 4 in D3 zum Ausdruck: „...früher war der gesamte chat mein zufluchtort.. vor der einsamkeit... vor der angst... vor den problemen... vor allem..“ Diese Einschätzung wird von Besucher 6 in D5 geteilt, wenn er feststellt, dass diese Kirche für einen Menschen der letzte Rettungsanker sein kann. Besucher 6 präzisiert sieht v.a. für einsame Menschen diesen Rettungsanker. Insofern erweist sich St. Bonifatius als ein diakonisches Angebot, das Menschen in Einsamkeit, Not und Angst kompetent helfen will. Die Funamakirche verwirklicht den diakonischen Auftrag der Kirche für Menschen, die in einer Chatcommunity nach Hilfe suchen.

5.4.3.3 Alternative zu einer lokalen Gemeinde?

Die Anbieter der Funama-Kirche verstehen ihre kleine Internetkirche nicht als Alternative zu den Ortsgemeinden.[101] Auch auf Seiten der Besucher wollen nur wenige die

[101] Interview mit G. SCHULZE (17.01.03).

Internetkirche als Alternative verstanden wissen (knapp 9 %[102]). Vielmehr versteht sich St. Bonifatius als ein zusätzliches Angebot, mit dem Leute angesprochen werden, die von anderen Angeboten von Kirche nicht erreicht werden: „Leute, die in ihrem bisherigen Leben Enttäuschungen mit Kirche erlebt haben", „die der Amtskirche skeptisch gegenüber stehen", „Leute, die Kirche und Glauben ablehnen, aber eben vom Medium Internet und Chat fasziniert sind und dadurch dann plötzlich wieder mit uns in Kontakt kommen"[103]. Die in Kap 5.1.4 aufgeführten Querverbindungen zwischen den virtuellen und den lokalen Angeboten zeigen, dass die Funama-Kirche kein Ersatz für Ortsgemeinden, sondern ein Hinweis auf deren Angebote sein will. Die Wirkung geht dabei über die ständigen Besucher der Funama-Kirche hinaus. Das große Presseecho, das die Funama-Kirche in den letzten Jahren erzeugte, war beste Werbung für die großen Kirchen.

5.4.3.4 Summe

Fasst man die bisherigen Feststellungen zusammen, so kann Folgendes konstatiert werden:

- St. Bonifatius ist ein Ort, an dem Glaube geteilt wird: Menschen reden in Fürbittebuch und Chat über ihren Glauben und über ihre Zweifel. Die Gebete sind öffentlich und laden ein, nachvollzogen zu werden.
- Die Funama-Kirche ist ein Ort der Gemeinschaft. Die Existenz einer nicht abgeschlossenen „Kerngemeinde" und die „gemeindlichen Angebote" (siehe oben) zeugen davon.
- Die Funama-Kirche ist ein Ort der Diakonie. Menschen, die Hilfe suchen, erfahren in den Seelsorgeangeboten Hilfe.
- Bei St. Bonifatius handelt es sich nach eigenem Selbstverständnis der Anbieter *nicht* um eine Alternative zu Ortsgemeinden. Dennoch stellt St. Bonifatius ein *alternatives Angebot* dar, mit dem Leute angesprochen werden, die von anderen Angeboten der Kirche nicht angesprochen werden.
  Auf diese Weise betreiben die Kirchen mit ihrer Arbeit Werbung für ihre lokalen Angebote.

---

[102] D. ROLLERT, Umfrage Fc-Kirche – Auswertung, URL: http://home.arcor.de/diemo.rollert/umfrage/auswertung.htm (15.03.03).

[103] Interview mit A. MEDEKE (15.01.03).

5.5 Resümee zur Funama-Kirche St. Bonifatius

Die Funama-Kirche leistet einen wichtigen Beitrag für die Präsenz der Kirchen im Internet. Die Funama-Kirche erreicht vor allem Jugendliche und Junge Erwachsene. Der Modus des Chats eignet sich besonders, die Bedürfnisse dieser Altersgruppe anzusprechen. Der Chat als besonders offene Form der Kommunikation vermittelt den jugendlichen Gästen der Funama-Kirche, dass sie mit ihren Fragen ernst genommen werden. Es ist nicht daher nicht verwunderlich, dass v.a. im Menschen angesprochen werden , die an anderen Angeboten der Kirche nicht teilnehmen würden.

Im Bereich der *Verkündigung* werden klassische Wege verlassen und neue Formen ausprobiert. Der im Internet gängigen indirekten und unpersönlichen Verkündigungsform durch Präsentieren von Texten wird im Kirchenchat eine direkte und synchrone Kommunikationsform entgegengesetzt. Zwar unterliegt diese Form der Kommunikation wesentlichen Beschränkungen, dennoch ist sie *unter den Bedingungen des Internets* als persönliche Kommunikation anzusehen: Die Seelsorger sind mit ihrer echten Identität bekannt und bieten synchrone Kommunikation an.
Die Verkündigung in der Funama-Kirche geschieht dialogisch, wie die Analyse der Kommunikationsformen in den einzelnen Bereichen gezeigt hat. Auf den "Zuspruch von außen" muss dennoch nicht verzichtet werden; mit dem Gemeindebrief wurde eine attraktive Form hierfür geschaffen.

Der Funama-Kirche gelingt es, den *diakonischen Auftrag* der Kirche unter den Bedingungen des Internets zu realisieren. Das am Eingang des Pfarrhaus formulierte Versprechen, "wer da bedrängt ist, findet Mauern, ein Dach und muss nicht beten", wird gehalten. Menschen in Not finden einen Gesprächspartner, der zuhört und gemeinsam mit dem Betroffenen nach Hilfe sucht und Kontakte zu lokalen Ansprechpartnern vermittelt.

Die Funama-Kirche versucht außerdem, weitere Aspekte des Glaubens im Modus der Kommunikation im Internet erfahrbar zu machen. Mit dem gemeinsamen freien Gebet und dem Vater Unser werden traditionelle Ausdrucksformen von Glauben auf kreative Weise auf die Gegebenheiten des Internets transferiert. Die neue Art zu beten ist dabei nicht weniger echt wie die herkömmliche, die Anliegen sind ernst gemeint und entspringen oft authentischen Nöten der Besucher, die im Chat geäußert wurden. Besondere Aktionen wie die Exerzitien im Alltag stellen ein weiteres Beispiel eines solchen Transfers dar. Die Erfahrungen von G. WEINZ zeigen, dass auch der

persönliche Austausch über Glaubensfragen und das Gestalten einer verbindlichen Weggemeinschaft mittels Chat und Email möglich ist.

Die Funama-Kirche ergänzt den *kritischen Beitrag* der Kirchen zur Internetkultur. Die Beteiligung an einer säkularen Community und die Gestaltung einer angenehmen Chatkultur sind ein wichtiger Gegenpol zu der Kritik der Kirchen an den Ambivalenzen der neuen Medien. Wer sich engagiert beteiligt, dem wird das Recht auf Kritik leichter eingeräumt (Kap. 3.2.1).

Die Grenzen von St. Bonifatius werden schließlich da sichtbar, wo sich die Grenzen von Kommunikation im Internet auftun: in der Beschränkung auf vorwiegend schriftliche Kommunikationssignale und in der fehlenden physischen Gemeinschaft. Diese Restriktionen bedingen eine gewisse Unverbindlichkeit in Kommunikation und Gemeinschaft, die nur unter spezifischen, streng regulierten Bedingungen, wie etwa bei den Exerzitien im Alltag, deutlich reduziert werden kann. Existentielle Merkmale von kirchlicher Gemeinschaft wie die Ausübung der Sakramente, sind nicht transferierbar.

6 Fallanalyse 2: Trauernetz

6.1 Hintergründe und Daten zu Trauernetz

6.1.1 Eindrücke auf erste Besucher

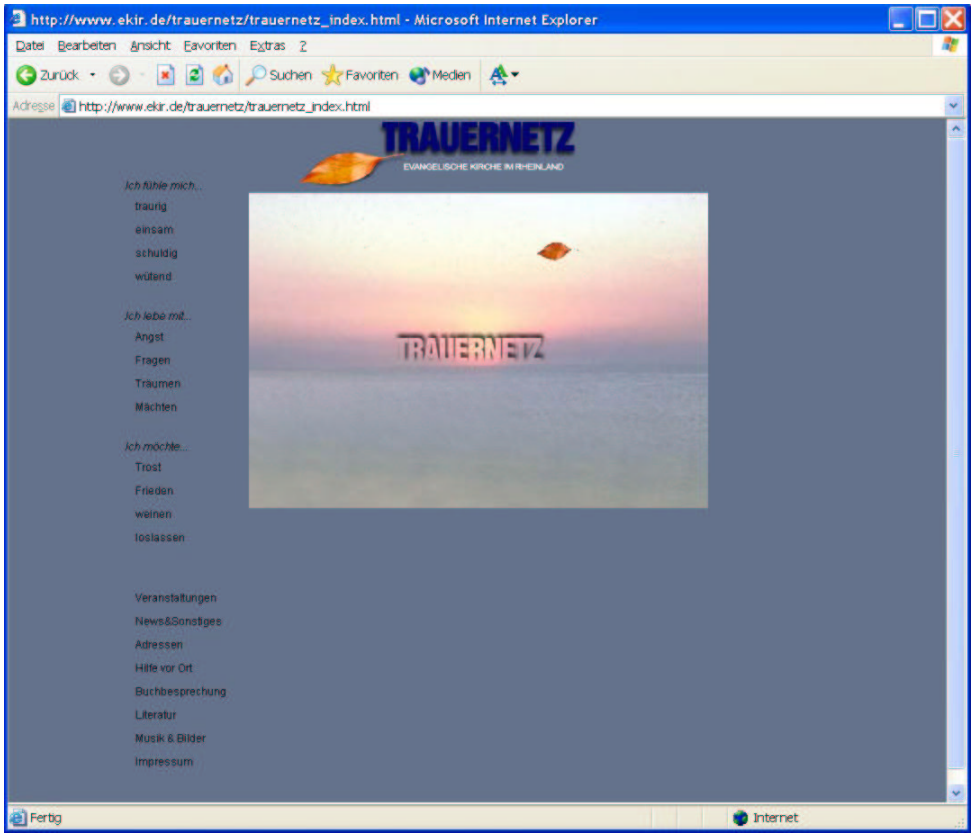


Abbildung 5: Startseite des Trauernetzes

Besucht man die Seiten des Trauernetzes[104], wird man mit einem Meeresblick begrüßt, ein Bild, das zentral in die Mitte der Seite platziert ist. Mit beruhigenden Tönen einer Meeresbrandung werden Besucher aus der Hektik ihrer Reise durch das Internet abgeholt und an einen Ort der Ruhe geleitet. Über dem Bild in der Mitte, gleich der Inschrift in einem Portal, stellt sich der Gastgeber dieses Ortes vor, die evangelische Kirche im Rheinland. Die Navigationsmöglichkeiten am linken Rand machen deutlich, dass hier der Gast im Mittelpunkt steht. Die einfachen Satzanfänge wie „Ich fühle mich... traurig/einsam/..., ich lebe mit Angst/Fragen/..., ich möchte Trost/Frieden/...“ wollen den Gast dort abholen und ins Gespräch einladen: Mit

104 Evangelische Kirche im Rheinland, Trauernetz, URL: http://www.trauernetz.de (15.03.03).

Bildern, Texten, Musik, schließlich im Trauerbuch auch mit anderen Gästen oder per Email mit den Anbietern der Seite.

6.1.2 Gründung und Idee

Am 29.08.02 wurde das Trauernetz von der Evangelischen Kirche im Rheinland vorgestellt. Ein fünfköpfiges Team hatte in einjähriger Vorbereitungszeit ein entsprechendes Konzept ausgearbeitet und umgesetzt. Das Trauernetz ist der erste Online-Trauerraum im deutschsprachigen Raum, der von einer Kirche betreut wird. Den Anstoß zu diesem Projekt hatten andere Anbieter von virtuellen Trauerräumen, Friedhöfen und Gedenkstätten im Internet gegeben. Der Evangelischen Kirche im Rheinland war es ein besonderes Anliegen, in den Kontext von Trauerkultur im Internet ein seriöses kirchliches Angebot einzubringen.[105] Weiter handlungsleitend war die Motivation, „zu den Menschen nach Hause zu kommen“[106], auf sie zuzugehen anstatt zu erwarten, dass sie sich aufmachen, kirchliche Angebote aufzusuchen. Dabei sollen bewusst nicht nur kirchlich interessierte Leute angesprochen werden. Das Trauernetz ist „für jeden, der trauert“, unabhängig von seinem Glauben. Das Trauernetz ist als diakonisches Angebot der Kirche für die Menschen in der sie umgebenden Gesellschaft zu verstehen.[107]

Ein weiteres Anliegen ist die Ausdehnung kirchlichen Lebens in den Bereich des Internets: „Wer nach dem Verlust eines geliebten, nahen Menschen trauert, wütend oder hilflos ist, der findet in unseren Kirchen Räume der Stille und des Hörens auf Gottes Wort und Menschen, die Trost und Hilfe bieten. […] Einen solchen Raum haben wir nun auch auf das Internet übertragen, weil wir festgestellt haben, dass sich viele Menschen in der Anonymität des WWW eher mit ihren Gefühlen öffnen.“[108] Das Trauernetz reiht sich ein in das publizistische Gesamtkonzept der EKD, demzufolge über das Internet ein für spezielle Ziel- und Altersgruppen zugeschnittenes Angebot präsentiert werden soll.[109]

---

105 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

106 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

107 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

108 R.-P. REIMANN, Internetkoordinator der rheinischen Kirche, zitiert nach W. KEHLBREIER, Erster virtueller Trauerraum seit heute online, URL: http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/Dietmar.Kehlbreier/kirchturm/trauerraum.htm (15.03.03).

109 EKD, Mandat und Markt, S. 84 sowie Statement des EKD-Ratsvorsitzenden M. KOCK am 7. Januar 2003 in Bad Neuenahr, URL: http://www.evangelisch-das-ganze-leben.de.

6.1.3 Besucherzahlen

Im ersten halben Jahr erfuhr das Angebot von Trauernetz einen stetigen Zuwachs an Besucherzahlen. Zur Zeit wird das Angebot ca. 1600 mal pro Monat besucht. [110] Das Profil der Besucher von Trauernetz ist zum jetzigen Zeitpunkt schwer zu definieren, das Angebot ist zu jung und es gibt noch zu wenig aussagekräftige Rückmeldungen.[111]

Diejenigen Besucher, die einen Eintrag im Trauerbuch hinterlassen, können dagegen näher bestimmt werden, bei ihnen handelt es sich meist um Menschen, die sich nicht mehr in der ersten Trauerphase unmittelbar nach dem Verlust eines Menschen befinden; meist liegen mindestens drei Monate zwischen einem Trauerfall und der Öffnung nach außen im Trauerbuch.

6.2 Beschreibung der Darstellung und der Inhalte

Die Beschreibung des Trauernetz erfolgt wie in Kap. 5.3 in einem Zweischritt: Nach einer Beschreibung der allgemeinen *Darstellung*scharakteristika (hier durch die Kategorien Navigation bzw. Bild, Musik und Texte) werden die *Inhalte* der einzelnen Elemente beschrieben.

6.2.1 Charakteristika der Darstellung

6.2.1.1 Navigation

Die Darstellung zeichnet sich durch Schlichtheit aus. Die farbliche Gestaltung orientiert sich an dezenten Blau-, Grau- und Schwarztönen. Die Navigation ist einfach und übersichtlich: Mit einem Blick ist der wesentliche Aufbau der Seite erfasst: Im oberen (Haupt)teil der Seite befindet sich links die Navigation für die einzelnen Bereiche des eigentlichen Trauerraums (mit den Themen Traurigkeit, Einsamkeit, etc.), in der Mitte ein Fenster für die Darstellung der Bilder, Texte und Animationen, rechts vier feste Optionen zur Vertiefung der einzelnen Bereiche des Trauerraums.

Im unteren Teil der Seite wird die linke Navigationsleiste mit Verweisen zu lokalen Angeboten fortgesetzt.

---

[110] WebSuxess, Logfile www.ekir.de Jan 2003, URL: http://www.ekir.de/trauernetz/logs (15.03.03).
[111] Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

Dieser Grundaufbau wird durchgängig erhalten, egal ob man sich in einem der Bereiche des Trauerraums oder bei den Verweisen zu den lokalen Angeboten befindet. Die jeweiligen Inhalte werden durchgängig im Mittelfenster angezeigt.

6.2.1.2 Bild, Musik und Text

In den einzelnen Bereichen des Trauerraums sind die verschiedenen Elemente Bild, Musik und Text eng miteinander verknüpft. Klickt man in der Navigationsleiste auf einen der Bereiche, erscheint eine Animation mit Bildern und Bibeltexten, Musik und weitere Texte können nach Bedarf zusätzlich geladen werden.

Bilder, Musik, Gebete, Bibelworte und Texte sind auch die Medien, die in jeder Kirche vorkommen. Hier liegen sie eng beisammen und können per Mausklick vom Besucher zu einer Art selbst gebasteltem Andachtsraum eigenhändig zusammengestellt werden.

Insgesamt überwiegen textliche Elemente gegenüber Animationen und Bildern deutlich. Die unterlegte Musik ergänzt diese Texte und verhilft zu einem multimedialen Gesamterlebnis.

6.2.2 Beschreibung der Inhalte (nach einzelnen Elementen)

6.2.2.1 Ein Trauerraum mit zwölf Bereichen

Der "Trauerraum" umfasst insgesamt zwölf Bereiche, die unter drei Überschriften präsentiert werden: „ich fühle mich traurig, einsam, schuldig, wütend“; „ich lebe mit Angst, Fragen, Träumen, Mächten“; „ich möchte Trost, Frieden, weinen, loslassen.“ Alle zwölf Bereiche sind nach dem selben Muster aufgebaut: Nach einer Eingangsanimation kann ein Musikstück abgespielt werden und verschiedene Texte aufgerufen werden. Schließlich gibt es die Möglichkeit, sich in das Trauerbuch einzutragen. Die Teile der zwölf Bereiche des Trauerraums werden im Folgenden erläutert:

6.2.2.2 Animation

Sobald ein Bereich des "Trauerraumes" gewählt ist, erscheint im Mittelfenster eine vierteilige Flashanimation: Im ersten Teil wird der Titel des Bereichs mit einer einfachen Animation vorgestellt. Nach 15 Sekunden erscheint ein zum Thema passender Bibelvers mit Verweisstelle, dann nach jeweils weiteren 15 Sekunden ein Naturfoto oder ein Bild eines Kunstwerkes und ein weiterer Bibelvers. Die 24 Bibelstellen sind bis auf drei neutestamentliche Ausnahmen allesamt dem Alten Testament entnom-

men. Die Bilder stammen von den Künstlern UWE APPOLD und MARGRET ZILLEßEN, die Naturfotografien bedienen sich oft des Himmels als Motiv.
Die langsame Abfolge der einzelnen Elemente kann das Reisetempo des Internetsurfers reduzieren und ihn einladen, hier eine Ruhepause einzulegen.

6.2.2.3 Instrumentalmusik

Bei den ausgewählten Musikstücken handelt es sich um zwei bis fünfminütige Ausschnitte aus Werken von Schuhmann, Schütze, Chopin und anderen. Sie werden mit der verbreiteten Multimedia-Software *Realplayer* abgespielt und erfordern selbst bei einer Modemverbindung nur kurze Wartezeiten. Die Musik bleibt im Hintergrund, wenn der Besucher zu den Texten des jeweiligen Bereiches weiterklickt.

6.2.2.4 Texte

Die Texte in den einzelnen Bereichen sind aufgeteilt in die drei Felder Gebete, Lyrik und Meditation. In jedem Feld steht jeweils ein kurzer Text zur Verfügung.

Bei den Gebeten handelt es sich bis auf zwei Ausnahmen um moderne Texte des 20. oder 21. Jh. Die Gebete bekennen die eigene Unzulänglichkeit, Schwäche, Ohnmacht und Versagen. Dies wird Gott geklagt und in diese Situation hinein wird Gottes Hilfe erbeten. Neun der zwölf lyrischen Texte reden aus der Ich-Perspektiv.

Meditation wird hier in einem sehr weiten Sinn verstanden. Auch lyrische Texte und Gebete tauchen unter dieser Rubrik noch einmal auf. Bei acht von zwölf Meditationstexten liegt eine Perspektive der ersten Person vor.

Insgesamt ist also eine deutliche Konzentration auf die erste Person in allen drei Textfeldern festzustellen. Sie greifen damit die Perspektive der drei gliedernden Überschriften auf. Sie verstärken die oben angesprochene Kommunikationssituation: Der Besucher wird in der Kommunikation mit den Texten zu sich selbst geführt und soll sich mit seinen eigenen Gedanken auseinandersetzen.

6.2.2.5 Trauerbuch

Das Trauerbuch lädt am Ende eines jeden Bereiches des Trauerraumes zu einer öffentlichen Kommunikation ein.

Mehrere Einträge pro Woche zeigen, dass es ein konstantes Interesse am Trauerbuch gibt. Im Trauerbuch können eigene Gedanken formuliert und veröffentlicht werden. Wer möchte, kann seinen Namen und seine Emailadresse angeben, wer das nicht möchte, kann sich auch anonym eintragen.

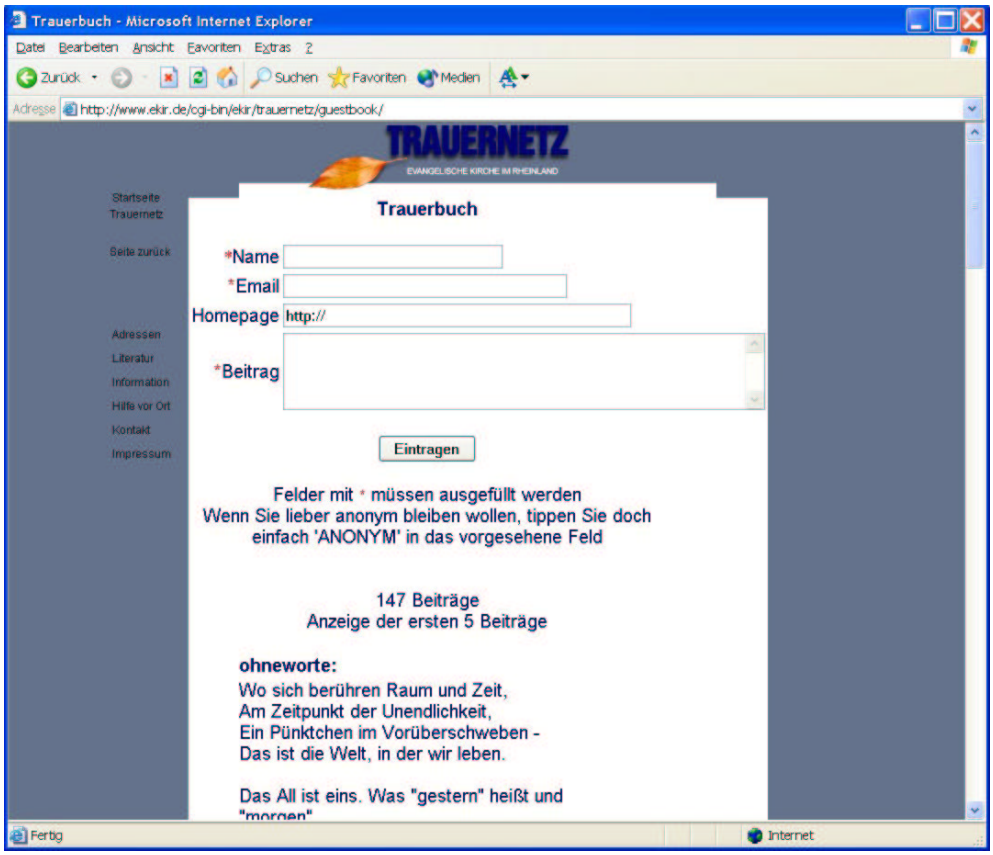


Abbildung 6: Trauerbuch

Von den insgesamt 116 Besuchern im ersten halben Jahr[112] erzählten 46 (40 %) von eigenen Trauererfahrungen. Dabei kann der Umfang eines solchen Statements von einer Zeile bis zu einer ganzen DIN A4 Seite gedruckten Texts reichen. Meist liegt der akute Trauerfall ca. drei bis vier Monate zurück, eine ganze Reihe der Beiträge bezieht sich aber auch auf Trauerfälle, die mehrere Jahre zurückliegen (bis zu elf Jahren). Zwei der Beiträge beziehen sich auf Trauerfälle, die weniger als eine Woche zurückliegen.

Eine ermutigende Intention haben 21 % der Beiträge. Sie beziehen sich nicht auf vorherige Beiträge und sind allgemeiner Art. Aus den Formulierungen lässt sich vermuten, dass diese Beiträge nicht von akut Betroffenen stammen.

Lediglich 10 % der Beiträge beziehen sich auf vorherige Beiträge; meist bleibt es bei ein, maximal zwei Statements; nur an einer Stelle, Mitte Januar, entwickelte sich eine Diskussion mit einer Größe von zwölf Beiträgen (10 %).

[112] Im Zeitraum vom 29.08.02 bis 21.02.03.

Die restlichen 19 % der Beiträge entfallen auf Fragen zum Leben nach dem Tod, Klage über Einsamkeit sowie Vorschläge und Feedback zur Gestaltung des Trauerbuches.

Über die Hälfte der Beiträge erfolgt anonym[113]. Auffallend ist, dass vor allem *Ermutigungen und Kommentare* anonym verfasst sind, während bei den *Äußerungen über eigene Trauer* dagegen namentliche Beiträge in der Mehrheit sind.[114]

Abgesehen von einer rein quantitativen Beschreibung des Trauerbuches lassen sich weitere charakteristische Merkmale feststellen:

- Die mit Namen gekennzeichneten Besucher des Trauerbuches hinterlassen bis auf wenige Ausnahmen lediglich einen Einzelbeitrag. Sie begeben sich also nicht in einen längeren, aktiven Gedankenaustausch mit anderen Besuchern.
- Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen oft eine Frage in den Raum. Mit der Angabe ihrer Emailadresse erhoffen sie sich möglicherweise eine persönliche Reaktion, Kontakt oder Hilfestellung von anderen.
- Viele der von eigener Trauer erzählenden Beiträge reden sehr offen. Besucher des Trauerbuchs nutzen offenbar die angebotene Anonymität um von ihrem Leid in einer Weise zu erzählen, wie es sonst selten möglich ist. Für den Umgang mit Trauer ereignet sich hier ein Novum: Die Trauer wird mit vielen anderen, unbeteiligten Menschen geteilt.

Auf Grundlage dieser Deskription wird die kommunikative Funktion des Trauerbuchs in Kap. 6.3.1 analysiert.

6.2.2.6 Verweise

Die Verweise unterhalb des Trauerraumes im linken Navigationsbereich zielen auf eine Verknüpfung von virtuellen und lokalen kirchlichen Angeboten. Auf insgesamt drei verschiedene Angebotstypen wird dabei aufmerksam gemacht:

- Erstens auf besondere *Veranstaltungen* (Tagungen, Seminare, Vorträge) der Trauerarbeit der evangelischen Kirche (seit Januar 2003, mit starkem Wachstum);

---

113 Als anonym gelten Beiträge, bei denen entweder nur der Vorname und/oder keine gültige Emailadresse angegeben wurde.

114 Allerdings fällt bei den anonymen Beiträgen eine Gruppe von kommentierenden Beiträgen auf, die sich in Stil, Intention und Inhalt sehr ähneln und daher möglicherweise einem sehr aktiven Einzelbesucher zuzurechnen sind. Sollte dies der Fall sein, müsste das Übergewicht der anonymen Beiträge bei Ermutigung und Kommentaren anders bewertet werden.

- zweitens auf *Adressen* kirchlicher und außerkirchlicher Anlaufstellen, die persönliche Hilfe oder Internetseelsorge anbieten;
- und drittens unter *Hilfe vor Ort* auf die örtlichen Gemeinden der evangelischen, katholischen und altkatholischen Kirchen. Zu einer solchen Kontaktaufnahme zu örtlichen Gemeinden wird ausdrücklich ermutigt: „Trauerbegleitung ist auch eine wichtige Aufgabe der Ortsgemeinden, Sie können daher gerne mit Ihrem Pfarrer oder Ihrer Pfarrerin Ihrer Ortsgemeinde Kontakt aufnehmen."

6.3 Analyse

In der interpretierenden Analyse wird analog zur Analyse im vorherigen Kapitel multiinstrumentell und multiperspektivisch verfahren. Die einzelnen Erkenntnisse aus den Interviews mit den Anbietern, den Äußerungen der Besucher und dem Eindruck auf einen externen Betrachter werden in drei Leitkategorien zusammengefasst, die sich aus einer ersten Wahrnehmung des Trauernetzes ergeben haben.

Es handelt sich dabei um die Kategorien Kommunikation, Kontext der Trauerkultur im Internet und Raum der Kirche.

6.3.1 Kommunikation

Auf den ersten Blick scheint das Angebot von Trauernetz kaum auf Kommunikation aus. Bei näherem Hinsehen zeigt sich jedoch eine Klimax verschiedener Kommunikationsformen. Diese sollen in diesem Abschnitt untersucht werden.

6.3.1.1 Mehrstufige Kommunikation

Der Besucher ist in den einzelnen Bereichen des Trauerraums sich selbst überlassen, er wählt die Art der Texte aus und entscheidet, ob er Musik wünscht. In der Auseinandersetzung mit diesen Elementen ist er eingeladen, eigene Gedanken zu ordnen und zur Ruhe kommen zu lassen.

Doch der Kommunikationsvorgang fängt bereits an dieser Stelle an. In der Auseinandersetzung mit Text, Bild und Musik initiiert er ein kommunikatives Geschehen, das er danach in mehreren Stufen nach außen tragen kann: Die Gebetstexte geben erste Impulse, über das eigene Ich hinauszudenken und die Gedanken der Trauer vor Gott zu bringen. Im Unterschied zu anderen Gebetsräumen sollen hier zunächst keine eigenen Gebete formuliert werden; stattdessen wird eingeladen, in das Gebet anderer (Dietrich Bonhoeffer, Ulrich Tietze, u.a.) mit einzustimmen. Die Kommunikation nach außen ist in der ersten Stufe also lediglich ein Bejahen der Kommunikation

anderer und eine stille Gebetskommunikation. In einer zweiten Stufe kann im Trauerbuch mit anderen kommuniziert werden. Hier können entweder eigene Gedanken formuliert oder auf die Beiträge anderer reagiert werden. Deutlich wird darauf hingewiesen, dass es auch möglich ist, einen Beitrag anonym zu veröffentlichen. In einer dritten Stufe werden Besucher zu lokalen Angeboten der evangelischen Kirche und damit zu nicht-virtuellen Kommunikationsangeboten eingeladen (Verweise auf Veranstaltungen, Adressen und Hilfe vor Ort).

Eine direkte Kommunikation mit Seelsorgern, die manche Besucher nach den Impulsen aus den Bereichen des Trauerraumes oder aus dem Trauerbuch wünschen, scheint aus Besucherperspektive nicht in den Vordergrund des Angebotes gerückt worden zu sein. Ausschlagend für diese Einschätzung sind zwei Beobachtungen: Zum einen bringt der bei solchen Wünschen intuitive Klick auf „Kontakt" nicht die vielleicht erhoffte Einladung, sich vertraulich an einen Ansprechpartner zu wenden. Statt dessen wird man nach Wünschen, Fragen und Anregungen zur Weiterentwicklung des Trauernetzes gefragt; mit anderen Worten, der Besucher soll nun dem Anbieter weiterhelfen, statt dass der Anbieter dem Besucher Hilfe anbietet. Seelsorgerliche Fragen tauchen trotzdem auf und werden von der auch für derartige Anfragen qualifizierten Ansprechpartnerin auch gern beantwortet; die Art der Präsentation legt eine solche Intention seitens der Anbieter jedoch nicht zwingend nahe; dies zeigt sich auch an der unpersönlichen Adresse trauernetz@ekir.de zeigt, die einer persönlichen Adresse mit Namen vorgezogen worden war.

Zum anderen sind die seelsorgerlichen Internetangebote der Kirche, die für derartige Wünsche als Links angeboten werden, nicht intuitiv zu finden. Hier wäre es sinnvoll, sie ebenfalls unter der Rubrik „Kontakt" aufzuführen und damit dem Besucher zu kommunizieren, dass ihm in seelsorgerlichen Fragen ein solches Angebot zur Verfügung steht. Statt dessen sind die Verweise wie die meisten anderen unter der Rubrik „Adressen" „versteckt".

Es darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass es sich beim Trauernetz um ein relativ junges und noch nicht abgeschlossenes Angebot handelt; es befindet sich noch in einer Phase ständiger Erweiterung und Verbesserung. Eine seelsorgerliche Betreuung kann erhebliche personelle Kapazitäten nach sich ziehen, und den Charakter des Angebotes verändern. Ein Ausbau der persönlichen Kontaktmöglichkeiten ist jedenfalls bereits in Planung, im März 2003 soll, vorerst als einmalige Aktion, der

erste moderierte Chat angeboten werden. Dort sind Seelsorger dann „persönlich“ und in Echtzeit anzutreffen.[115]

6.3.1.2 Kommunikationsrichtung

Die Möglichkeiten, die das Internet für Kommunikation bietet, werden beim Trauernetz noch nicht vollständig ausgeschöpft. Die traditionelle, unidirektionale Kommunikationsrichtung klassischer Medien wird bisher nur bedingt zu einer multidirektionalen Kommunikation erweitert.

Der Schwerpunkt des Angebotes, der derzeit noch auf den einzelnen Bereichen des Trauerraumes liegt, ist zwar interaktiv, viele Auswahlmöglichkeiten bieten sich dem Besucher jedoch nicht. Unter der Rubrik „Gebete“ wird eben nur ein Gebet angeboten und nicht mehrere, gleiches gilt für „Lyrik“ und „Meditation“.[116] Bisher jedenfalls ist in den einzelnen Bereichen des Trauerraumes trotz interaktiver Möglichkeiten von einer unidirektionalen Kommunikation auszugehen.

Das Trauerbuch bietet dagegen multidirektionale Kommunikation an, in welcher der Besucher seine Rolle als Rezipient verlassen und zu einem Kommunikator werden kann. Für eine direkte Kommunikation der Besucher untereinander im Sinne einer Diskussion wird das Trauerbuch allerdings kaum verwendet. Die meisten Beiträge (80 %) werden ohne Bezug zu den vorhergehenden Beiträgen in den Raum gestellt.

6.3.1.3 Persönliche Kommunikation als Ziel

Die persönliche Kommunikation mit den Besuchern bleibt erklärtes Ziel, allerdings unter der Maßgabe, dass die Entscheidung über Zeit und Art (Email, Trauerbuch) der Kommunikation beim Besucher liegt.[117] Eine wesentliche Erleichterung für die Kommunikation sehen die Anbieter in der Anonymität: „Gerade die Anonymität des Internets erleichtert es vielen Menschen, Gefühle zu offenbaren. An diesem Punkt setzen wir an“[118]. Deswegen wird Besuchern auch vorgeschlagen, sich anonym in das Gästebuch einzutragen, sofern ihnen eine namentliche Eintragung unangenehm ist (was von mehr als der Hälfte angenommen wird).

---

115 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

116 Dass hier nur eine wesentliche Einschränkung vorliegt, wurde von den Anbietern erkannt; sie soll im Zuge der stetigen Erweiterung des Angebotes durch eine Auswahl mehrerer Texte beseitigt werden. Vgl Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

117 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

Letztlich ist es aber der persönliche Kontakt auf lokaler Ebene, der als Ziel des Angebots im Hintergrund steht. Deshalb besteht das Trauernetz nicht nur aus den zwölf Bereichen des Trauerraums. Die Verweise auf die lokalen Angebote gehören unbedingt dazu. Ohne diese wäre das Trauernetz nicht denkbar.[119]

6.3.1.4 Summe

Bezüglich der Kommunikation im Trauernetz ist folgendes festzustellen:

- Kommunikation im Trauernetz ist mehrstufig angelegt; der Besucher wird dabei eingeladen, aus der Beschäftigung mit eigenen Gedanken heraus sich für die Kommunikation mit Gott (durch vorgegebene Gebete) und mit anderen zu öffnen.
- Das Trauernetz verweist auf weitere Kommunikationsmöglichkeiten in lokalen Angeboten. Die Verbindung von virtuellen und lokalen Angeboten ist zentral für das Verständnis des Trauernetzes. Ohne lokale Kommunikationsangebote ist das Trauernetz nicht denkbar.

6.3.2 Kontext der Trauerkultur im Internet

Das Trauernetz bewegt sich im Kontext einer Trauerkultur im Internet. In den letzten Jahren etablierten sich unter dem Einfluss vergleichbarer Angebote aus Nordamerika sogenannte „Internetfriedhöfe" oder „virtuelle Gedenkstätten" auch in Deutschland.

Verschiedene Anbieter wie memoriam.de[120], Hall of Memory[121] und Ewigesleben.de[122] offerieren Hilfe bei der Gestaltung von Internetseiten zum Gedenken an Verstorbene. In der Regel kann ein Vorentwurf gewählt werden, der mit eigenen Fotos und Texten personalisiert wird. Im Hintergrund kann die Lieblingsmusik des Verstorbenen eingespielt werden, Besucher können virtuelle Handlungen wie etwa das Ablegen von Blumengebinden oder Kondolenzkarten vornehmen. Bei zwei Anbietern können Menschen zu ihren Lebzeiten ihre eigene Gedenkstätte schaffen. Bei

---

118 R.-P. Reimann, zitiert nach F. MENKE, Trauerarbeit am Computer. Evangelische Kirche richtet virtuellen Trauerraum ein, in: http://www.wdr.de/themen/computer/1/kirche_trauernetz/ index.jhtml?rubrikenstyle=computer (15.03.03).

119 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

120 R. LICHTNER/ K. SENDER, Gedenkseiten, Gedächtnisseiten memoriam - Hilfe in der Trauer, URL: http://www.memoriam.de (15.03.03).

121 Marko - First Hall of Memory, Hall of Memory, URL: http://www.hall-of-memory.de (15.03.03).

122 C. KLUTH, Das interaktive Vermächtnis, URL: http://www.ewigesleben.de (15.03.03).

ihrem Tod wird dieses „Vermächtnis“ dann freigeschaltet und für die Nachwelt veröffentlicht. Die oben genannten Anbieter haben ein kommerzielles Interesse und verlangen für ihren Service mehrere hundert Euro.[123]

Die Einrichtung öffentlicher Gedenkstätten im Internet bedingt eine veränderte Trauerkultur. Zum einen wird das Verhältnis von privater und öffentlicher Trauer neu bestimmt, [124] zum anderen wird eine entkörperlichte Form des Gedenkens eingeführt. Die Präsenz des verstorbenen Körpers, die auf lokalen Friedhöfen noch vorhanden ist, fehlt bei den Internetfriedhöfen.

6.3.2.1 Sich in den Diskurs einbringen

Der Evangelischen Kirche im Rheinland ist es ein besonderes Anliegen, in diesem Kontext bewusst ein nicht-kommerzielles, christliches Angebot zu präsentieren.[125] Sie bringt sich damit in den Diskurs einer neuen (Internet-)Trauerkultur ein. Sie kopiert dabei nicht vorhandene Angebote, sondern setzt einen Gegenpol. Anstatt die Verstorbenen in den Mittelpunkt zu rücken, konzentriert sie sich auf die Hinterbliebenen und bietet ihnen ihre diakonische Hilfe. Anstatt teurer Dienstleistungen, bietet sie ihre Dienste kostenlos an. Der Sprachlosigkeit in Bezug auf die in diesem Zusammenhang unweigerlich auftretenden existentiellen und religiösen Fragen, die bei anderen Anbietern zu beobachten ist[126], tritt sie mit einer offenen Einladung zum Dialog entgegen. Sie bietet ein Gegengewicht zu kommerziellen Anbietern und ein Korrektiv zu zweifelhaften und unseriösen Angeboten.

6.3.2.2 Nichtkirchliche Zielgruppe

Ihrem Anspruch, die Menschen dort zu treffen, wo sie ihren Alltag leben, kommt die Evangelische Kirche im Rheinland mit diesem Angebot näher. Das diakonische Anliegen von Trauernetz kann sich hier besonders gut entfalten, denn sie versucht, Leute dort anzusprechen, wo sie am meisten Hilfe brauchen. Das Trauernetz ver-

---

123 Preisbeispiel bei memoriam.de: Komfort-Eintrag mit bis zu vier individuellen Fotos auf frei wählbaren Hintergrund und Text auf einer Seite mit Scrollfunktion (Blättern über mehrere Seiten): 230 Euro/5 Jahre; Individuelle Wünsche bei entsprechender Bezahlung realisierbar.

124 Vgl. G. SCHWIBBE/I. SPIEKER: Virtuelle Friedhöfe. In: Zeitschrift für Volkskunde 95 (Band I/1999, S. 220.

125 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

126 So bietet die Hall of Memory unter der Rubrik „Besinnung, Andacht, Gebet“ lediglich zwei animierte Bilder ohne jegliche weitere Hilfe/Anleitung/Erklärung, URL: http://www.hall-of-memory.de/hall.htm (15.03.03).

steht sich dabei als ein Angebot für Menschen egal welcher Konfession oder Glaubens.

Gerade die Trauerarbeit ist neben Taufe, Konfirmation und Hochzeit eines der klassischen Kontaktfelder zu den Menschen. Einige Trauernde, die im Internet auf der Suche nach Impulsen oder einer Hilfestellung sind, werden vielleicht gerade auf den Internetseiten der Kirchen Ausschau halten. Andere nutzen einen der zunehmend verbreiteten Links von säkularen Seiten und landen so bei einem kirchlichen Angebot und nicht bei einem der „Profinetzbestatter“ [127].

6.3.2.3 Summe

Die Evangelische Kirche im Rheinland positioniert sich mit dem virtuellen Trauerraum in einem Umfeld, das bisher von säkularen Anbietern dominiert ist. Dabei ergeben sich für sie mehrere Chancen:

- Sie beteiligt sich an der Gestaltung von Trauerkultur im Internet und kann neue Akzente setzen: Sie rückt die Hinterbliebenen in den Mittelpunkt, sie ist am Menschen und nicht an dessen Geld interessiert, sie adressiert existentielle und religiöse Fragen.
- Sie kann Menschen in ihrer Alltagswelt begegnen; so kann sie Menschen dienen, die sich von einem üblichen kirchlichen Angebot nicht angesprochen fühlen.

6.3.3 Raum der Kirche

6.3.3.1 Elemente eines physischen Kirchenraumes

Das Trauernetz setzt bewusst gewohnte Elemente aus physischen Kirchenräumen ein. Musik, Bilder, Texte und Gebete, sonst konstitutive mediale Merkmale eines Gottesdienstes, werden für das Internet umgesetzt. Mit bewährten, aber verfremdeten Elemente soll also ein Raum der Ruhe und des Gebetes geschaffen werden.

Der „Gastgeber“ des Trauerraumes stellt sich damit auf eine unaufdringliche Art und Weise vor. Die Verfremdung erleichtert es, Besucher, die keinen Bezug zu Kirche haben, in diesen Raum einzuladen. Die verwendeten Texte und Musik stammen nicht nur von christlichen Autoren. Dadurch wird eine weitere Öffnung des Kirchenraumes angestrebt.

---

[127] Vgl. S. DAMASCHKE, Vereinsamt vernetzt,
URL: http://www.dw-world.de/german/0,3367,1606_A_677733_1_A,00.html (15.03.03).

6.3.3.2 Diakonischer Raum der Kirche

Nach eigenem Verständnis der Verantwortlichen handelt es sich bei Trauernetz um ein diakonisches Angebot der Kirche.[128] Sie möchte sich dabei auf den Weg zu den Menschen machen. [129] Das Angebot von Trauernetz ist dabei zunächst ein in sich abgeschlossenes Angebot. Die einzelnen Bereiche des Trauerraumes holen den Besucher ab (Ich-Formulierungen: Ich fühle mich, ich lebe mit, ...); bei ihrer Gestaltung wurden wesentliche Merkmale des Internets integriert (Multimedialität, Interaktivität) und so ein dem Medium entsprechendes Angebot geschaffen; in der Auseinandersetzung mit den Inhalten des Trauernetzes wird dem Besucher Hilfe bei der Verarbeitung der Trauer angeboten. Zwar ist die Kommunikation vorwiegend unidirektional, doch die Möglichkeit, per Email in Kontakt zu treten, unterstreicht das Anliegen, Trauerarbeit im Internet zu gestalten und nicht nur außerhalb.

6.3.3.3 Kirche mit virtuellen und lokalenAngeboten

Wie verhält sich nun die virtuelle Trauerarbeit zur lokalen Trauerarbeit der Evangelischen Kirche im Rheinland? Gibt es nun also eine Trauerarbeit für Internetnutzer und eine für solche, die außerhalb des Internets leben? Oder ist Trauernetz lediglich als Werbeseite für „echte" Trauerarbeit zu verstehen?

Obwohl der virtuelle Trauerraum für sich steht, erschöpft sich das Trauernetz nicht in seinem Online-Angebot. Die zahlreichen Verweise am unteren Ende der Navigationsleiste verdeutlichen, dass das Trauernetz mehr sein will als ein in sich geschlossenes Angebot. Die Rubriken Literatur, Adressen und Veranstaltungen werden besonders oft aufgerufen[130]. Besucher sind offenbar stark daran interessiert, die erweiterten Kontaktmöglichkeiten zu nutzen.

Für die Anbieter ist ein Transfer zu lokalen Angeboten für das Verständnis des Trauernetzes jedenfalls elementar. Ohne die Verweise zu Angeboten mit physischer Prä-

---

[128] Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

[129] Um es noch spezifischer zu sagen: „Das Projekt Trauernetz zielt denn auch vorwiegend auf berufstätige Leute zwischen 25 und 45 Jahren, die nicht in ihre kirchlichen Gemeinden eingebunden sind und in der Regel über einen Computer mit Zugang zum Internet verfügen. Diese Menschen wären wohl normalerweise für die Kirche verloren. Im Trauernetz finden sie Stille, werden mit Gottes Wort konfrontiert und erhalten jene Seelsorge-Serviceleistungen, die die Kirche auch in ihren weltlichen Räumen anbietet." F. MENKE , Trauerarbeit am Computer. Evangelische Kirche richtet virtuellen Trauerraum ein, ohne Seite, da WWW-Dokument.

[130] Bei den Zugriffszahlen für Januar sind alle drei Rubriken unter den Top Ten der am meisten aufgerufenen Seiten. Ebenfalls hohe Zugriffszahlen haben die Eingangsseite, die Startseiten für die Bereiche „traurig" und „einsam" (jeweils durch die prominente Platzierung bedingt) sowie die Rubriken „Literatur" und „Musik & Bilder".

senz ist das Trauernetz nicht zu denken.[131] Ein differenziertes Feedback, inwiefern die Verweise dann zu tatsächlichen Kontakten führen, ist zum jetzigen Zeitpunkt allerdings noch nicht möglich, dafür ist das Angebot noch zu jung.[132]

Beiden Arten von Angebot ist gemeinsam, dass sie Gottes Wort, Trost und Hilfe bieten wollen.[133] Insofern haben beide Angebote ihren Eigenwert, bedingen sich aber gegenseitig: einerseits um mit diesem Angebot auf Menschen zuzugehen, denn ein attraktives virtuelles Angebot ist beste Werbung für die lokalen Angebote; andererseits um die im Internet geknüpften Kontakte auf eine breitere Basis zu stellen. Mit ihrer flächendeckenden Verbreitung und ihrer hohen Zahl an Repräsentanten eignet sich eine solche Verzahnung für eine Organisation wie die der Kirche besonders.

6.3.3.4 Summe

Kirche ereignet sich im Trauernetz auf verschiedenen Wegen:

- Lokale Kirchenräume und ihre konstitutiven Merkmale werden auf die Bedingungen des Internets übertragen und, derart verfremdet, neu präsentiert.
- Im diakonischen Bereich wird versucht, Trauerarbeit unter den Bedingungen des Internets zu gestalten. Besucher werden eingeladen, sich zu öffnen und so Hilfe zu erfahren.
- Das Trauernetz vereint zwei zunächst eigenständige Angebote miteinander, den virtuellen Trauerraum und die lokalen Trauerangebote (mittels Verweisen). Die beiden Angebote sind aufeinander bezogen; aus der Perspektive der virtuellen Angebote stellen die lokalen Angebote eine wichtige Ergänzung und Erweiterung virtueller Angebote dar; aus der Perspektive lokaler Angebote bedeuten virtuelle Angebote eine besondere Werbemöglichkeit.
- Für eine Organisation wie die Kirche, die über eine große lokale Verbreitung verfügt, ist eine Verbindung von virtuellen und lokalen Angeboten besonders geeignet.

---

131 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

132 Interview mit C. BERGER-ZELL (20.02.03).

133 R:-P. REIMANN in: W. KEHLBREIER, Erster virtueller Trauerraum seit heute online, in: http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/Dietmar.Kehlbreier/kirchturm/trauerraum.htm (15.03.03)

6.4 Resümee zum Trauernetz

Mit dem Trauernetz engagiert sich die Evangelische Kirche im Rheinland im Kontext von Trauerkultur im Internet. Sie gestaltet diese Kultur aktiv mit, indem sie ihr neue Akzente verleiht.

Sie präsentiert einen Kirchenraum, der bekannte Elemente eines lokalen Kirchenraums aufgreift, verfremdet und neu in die Kommunikation mit dem Internetnutzer einbringt. Menschen, die sich als der Kirche fernstehend bezeichnen würden, werden durch die Umsetzung des Kirchenraumes im Medium des Internets eingeladen, sich der Kirche neu zu nähern.

Kirche geht auf die Menschen zu, indem sie Hilfe anbietet, wo Hilfe gebraucht wird: Der virtuelle Trauerraum versteht sich als ein diakonisches Angebot, mit dem Menschen in Not gedient werden soll.

Obwohl das Angebot im Internet als ein in sich abgeschlossenes Angebot betrachtet werden könnte, ist es durch die Verbindung zu lokalen Angeboten wesentlich erweitert. Darauf deuten vor allem die Kommunikationsstrukturen. Kommunikation im Trauernetz kann schrittweise von innen nach außen erweitert werden. Als letztes Ziel stehen die lokalen Angebote im Raum. Sie wollen die begonnene Kommunikation fortsetzen und bilden den für das Angebot wichtigen nicht-virtuellen Teil.

Mit einer derartigen Verbindung von virtuellen und lokalen Angeboten wird die Besonderheit von Kirche berücksichtigt. Wie nur wenige Organisationen ihrer Art verfügt sie über eine flächendeckenden Verbreitung von lokalen Angeboten. Diese Chance wird als eigene Stärke profiliert und in das Trauernetz integriert.

Grenzen zeigen sich im Verhältnis der Besucher zum Angebot: Es ist informell und unverbindlich. Die Möglichkeiten, sich interaktiv in das Geschehen einzubringen sind begrenzt. Ferner ist eine direkte Kommunikation der Besucher untereinander durch die Anonymität vieler Einträge oft nicht möglich. Insgesamt wird eine Identifikation des Besuchers mit dem Angebot dadurch erschwert. Besucher sind daher nach wenigen Klicks möglicherweise wieder verschwunden. Die oben beschriebene mehrstufige Kommunikation, die im Trauernetz möglich ist, bleibt für viele unerschlossen.

Sinnvolle Weiterentwicklungen des jungen Projektes liegen im Ausbau der kommunikativen Funktionen. Der bereits angedachte Chat würde neue Kommunikationsmöglichkeiten sowohl unter den Besuchern als auch mit den Anbietern des Trauer-

netzes ermöglichen. Die Identifikation der Besucher mit dem Trauernetz könnte dadurch gesteigert werden.

Sofern die personellen und finanziellen Kapazitäten es zulassen, ist auch an eine Erweiterung des Seelsorgeangebots zu denken. Bisher wird auf andere Anbieter von Internetseelsorge verwiesen und lediglich bei direkter Nachfrage persönliche Hilfe angeboten. Für Besucher, die in den einzelnen Bereichen des Trauerraumes angesprochen wurden, liegt es jedoch näher, den Kontakt zu denjenigen zu suchen, die für diesen Trauerraum verantwortlich sind. Ein solcher Kontakt könnte den oben beschriebenen mehrstufigen Kommunikationsprozess mit einer sinnvollen Zwischenstufe erweitern.

7 Reflexion

7.1.1 Neue Formen von Kirche

Nach dem einführenden Überblick über das kirchliche Engagement und der Analyse zweier konkreter Fälle, sollen abschließend die ekklesiologischen Implikationen kurz skizziert werden.

Unter Anwendung des reformatorischen Prinzips der *ekklesia semper reformanda* ist die Kirche herausgefordert, ihre bestehenden Formen immer wieder zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Die EKD unterstrich im publizistischen Gesamtkonzept bereits 1997 die Chancen, die sich durch die technischen Entwicklungen bieten, indem „christlicher Glaube und die Themen der Kirche" nun in neuen Formen präsentiert werden können.[134]

Dies ist von desto größerer Wichtigkeit, wenn man bedenkt, dass zukünftige Generationen wie selbstverständlich mit diesem Medium aufwachsen. Kirche muss sich deshalb auch in virtuellen Angeboten ereignen und kann sich nicht auf lokale Angebote beschränken.

Als „neue Formen" verdienen insbesondere diejenigen virtuellen Angebote Beachtung, die den durch das Internet hervorgerufenen Paradigmenwechsel konsequent nachvollziehen. Dabei werden kirchliche Angebote geschaffen, die den Bedingungen des Internets entsprechen. Die Funama-Kirche hat dafür zahlreiche Beispiele: In Kirchenchat, Fürbittebuch und den Exerzitien werden bekannte Formen kirchlichen Lebens rezipiert. Dabei handelt es sich jedoch nicht um eine "schlechte Kopie" von Originalen, sondern es entstehen originär neue Formen. Veränderte Kommunikationsparameter sind ihr deutlichstes Charakteristikum.

7.1.2 Eine virtuelle Kirche?

An dieser Stelle drängt sich jedoch die Frage auf, inwiefern die neuen Formen überhaupt noch als Kirche zu verstehen sind? Dem evangelischen Kirchenverständnis zufolge ist Kirche „die Versammlung aller Gläubigen, bei denen das Evangelium rein gepredigt und die heiligen Sakramente laut dem Evangelium gereicht werden".[135]

---

134 EKD, Markt und Mandat, S. 84.

135 Kirchenamt der Evangelische Kirche Deutschland (EKD), Kirchengemeinschaft nach evangelischem Verständnis (EKD-Text Nr. 69), Hannover 2001, S.1, in Rekursion auf das in der Confessio Augustana dargelegte Verständnis (CA VII).

Weder die *Versammlung* der Gläubigen noch die Ausübung der Sakramente sind von Kirche im Internet leistbar. Ein Verständnis der neuen Formen als Kirche scheint damit ausgeschlossen. Ein Blick auf das Verhältnis alter und neuer Formen bringt jedoch entscheidende Klärungen.

Die Existenz neuer Formen bedeutet nicht die Ersetzung älterer Formen. Kirche, die sich unter den Bedingungen des Internets ereignet, kann auf bisherige Formen ihrer Existenz nicht verzichten. Auf die Begrenzungen, denen Kommunikation im Internet unterliegt, wurde schon mehrfach hingewiesen. Die Vision, in Zukunft Religion nur noch in virtuellen Formen zu erleben (siehe S. 8), ist nicht erstrebenswert. Neue Formen sollten daher nicht als eine Ersetzung, sondern als eine Erweiterung verstanden werden. Diese ist vor allem an den Stellen gefragt, wo es darum geht, sich auf den Weg zu den Menschen zu machen und ihnen in ihrem Alltag zu begegnen. Dies geschieht analog zu anderen kirchlichen Aktivitäten in spezifischen Kontexten: Wie Kirche in den Krankenhäusern mit Seelsorge und Gottesdienst präsent ist, so ist sie in den virtuellen Welten des Internets mit darauf zugeschnittenen Angeboten präsent.

Dieses Verständnis einer Erweiterung statt einer Ersetzung wird auch zum Ausdruck gebracht, indem man im Zusammenhang mit virtuellen Formen nicht von Kirche, sondern von Kirchenräumen spricht. Das Problem, ob virtuelle Kirchenformen als Kirche gelten können, erfährt so eine Lösung: Als virtuelle Kirchenräume sind sie Teil der Kirche, ohne beanspruchen zu müssen, Kirche in allen Dimensionen zu repräsentieren. Die fehlenden Sakramente, die fehlende physische Kopräsenz und andere wichtige Merkmale von Kirche können getrost in herkömmlichen Kirchenräumen belassen werden. Schließlich würde man die virtuellen Kirchenräume auch überlasten, wenn diese Kirche im Vollsinn bilden sollten.

Die virtuellen Kirchenräume bilden also nicht eine allumfassende Kirche, aber sie helfen, Kirche in allen Lebensräumen der Menschen präsent sein zu lassen.

Bibliographie

Zeitschriften

- Diakonia. Internationale Zeitschrift für die Praxis der Kirche , Herder, Wien.
- Chrisma. Das evangelische Magazin, Hansisches Druck- und Verlagshaus, Hamburg.
- Mitarbeiterhilfe. Zweimonatsschrift für evangelische Jugendarbeit, CVJM-Gesamtverband in Deutschland, Kassel.
- Zeitschrift für Volkskunde. Halbjahresschrift der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, Waxmann, Münster u.a.

Religiöse Angebote im Internet (Primärquellen)

- T. ALDEN, Technosophy, URL: http://www.technosophy.com (Stand 15.03.03).
- Church of Cyberosophy, Church of Cyberosophy , URL:http://www.cyberosophy.com (15.03.03).
- Church of Virus, Church of Virus: A neo-cybernetic philosophy for the 21st century, URL: http://www.lucifer.com/virus (15.03.03).
- Cross Media Service Holding (CMS), Funama, URL: http://www.funama.de (15.03.03).
- EKD et al., evangelisch-das-Ganze-leben, URL: http://www.evangelisch-das-ganze-leben.de (15.03.03).
- Evangelische Kirche im Rheinland, Trauernetz, URL: http://www.trauernetz.de (15.03.03).
- Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern, konfiweb - und Du siehst die Dinge anders, URL: http://www.konfiweb.de (15.03.03).
- J. V. GRÜNIGEN, Die Internet-Seelsorge, URL: http://www.seelsorge.net (15.03.03).
- C. KLUTH, Das interaktive Vermächtnis, URL: http://www.ewigesleben.de (15.03.03).

- Kummernetz e.V., Kummernetz: Beratungs-, Internetseelsorge- und Kommunikationsplattform für Erwachsene, URL: http://www.kummernetz.de (15.03.03).
- R. LICHTNER/K. SENDER, Gedenkseiten, Gedächtnisseiten memoriam - Hilfe in der Trauer, URL: http://www.memoriam.de (15.03.03).
- Marko - First Hall of Memory, Hall of Memory, URL: http://www.hall-of-memory.de (15.03.03).
- The Church of Spiritual Humanism, Spiritual Humanism: A Natural Religious Ethic, URL: http://www.spiritualhumanism.org (15.03.03).

Literatur und Hintergrundinformation (Sekundärquellen)

- T.H. BÖHM/M. UDEANI, Mit Leib und Seele. Internetseelsorge und Gemeindepastoral im Dialog, in: Diakonia 33 (2002), S. 126-132.
- C. BRUNS, Wie werden Medien "menschen-verträglich"? Die Herausforderung der Kirche durch die Digitalisierung, in: W.NETHÖFEL/M. SCHNELL, Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 29-39.
- Cross Media Service Holding (CMS), Media & Marketing. Funama-Fakten, URL: http://www.c-m-s.de (15.03.03).
- S. DAMASCHKE, Vereinsamt vernetzt, URL: http://www.dw-world.de/german/0,3367,1606_A_677733_1_A,00.html (15.03.03).
- M. EISELE/M. HEROLD, Relationsontologie und Online-Kommunikation der Kirche, in Magazin für Theologie und Ästhetik (7/2000), URL: http://www.theomag.de/7/eh1.htm (15.03.03).
- Fittkau & Maaß GmbH, 15. W3B-Umfrage, Oktober/November 2002 , URL: http://www.w3b.de (15.03.03).
- A. FOERST, Schöne neue Cyberwelt! Online beten ist sicher, sauber und praktisch. Aber ziemlich lebensleer, in: Chrisma. (10/2000), S. 60-61.
- W. FRÜH, Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, München ^{3}1991.
- B. GATES, Digitales Business. Wettbewerb im Informationszeitalter, München 2000.

- A. GREIS, Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen der Kommunikation im Internet, München 2001.
- A. HANLE/G. DROSDOWSKI/W. SCHOLZE-STUBENRECHT, Brockhaus-Enzyklopädie Bd. 23, 19. völlig neu bearbeitete Auflage, Mannheim 1994, Art. „virtuell".
- D. KEHLBREIER, Trauerraum, URL: http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/Dietmar.Kehlbreier/kirchturm/trauerraum.htm (15.03.03).
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Hannover 1997.
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Gestaltung und Kritik. Zum Verhältnis von Protestantismus und Kultur im neuen Jahrhundert (EKD-Text Nr. 64), Frankfurt am Main 1999.
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Kirchengemeinschaft nach evangelischem Verständnis (EKD-Text Nr. 69), Hannover 2001.
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche Deutschland (EKD), Mandat und Markt. Perspektiven evangelischer Publizistik. Publizistisches Gesamtkonzept 1997, Frankfurt am Main 1997.
- M. KOCK, Statement des Ratsvorsitzenden am 7. Januar 2003 in Bad Neuenahr, URL: http://www.evangelisch-das-ganze-leben.de.
- T. KOTTE, "Bemüht euch um das Wohl der Stadt" (Jer 29,7) -Chancen und Grenzen der Seelsorge in der virtuellen Kirche St. Bonifatius in "Funcity" unter www.funama.de, Pfarrexamensarbeit zum Pfarrexamenskurs 2002, Osnabrück 2002.
- G. MEIER-REUTTI, Zwischen Markt und Medien. Kirche in der Mediengesellschaft, in: W. NETHÖFEL/M. SCHNELL (Hg.), Cyberchurch?. Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998.
- F. MENKE , Trauerarbeit am Computer. Evangelische Kirche richtet virtuellen Trauerraum ein, URL: http://www.wdr.de/themen/computer/1/kirche_ trauernetz/ index.jhtml?rubrikenstyle=computer (15.03.03).
- K. MERTEN, Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Münster 1999.

- W. NETHÖFEL, Zwischen Medien und Märkten. Theologische Orientierung im Übergang zur Informationsgesellschaft, in: W. NETHÖFEL/M. SCHNELL (Hg.), Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 75-96.
- P. RÖSSLER, Standardisierte Inhaltsanalysen im WorldWideWeb. Überlegungen zur Anwendung der Methode am Beispiel einer Studie zu Online-Shopping-Angeboten, in: K. Beck/G. Vowe (Hg.), Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997, S. 245-267
- DERS./W. EICHHORN, WebCanal – ein Instrument zur Beschreibung von Angeboten im World Wide Web, in: B. BATINIC et al. (Hg.), Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse, Göttingen u.a. 1999, S. 263-276.
- D. ROLLERT, Umfrage Fc-Kirche – Auswertung, URL: http://home.arcor.de/diemo.rollert/umfrage/auswertung.htm (15.03.03).
- M. SCHNELL, Aufbruch in die Zukunft. Wie das Internet die Formen christlichen Glaubens im 3. Jahrtausend verändern wird, in: Mitarbeiterhilfe 52 (Heft 3/1997), S. 7-11, URL der Onlineversion: http://www.ekd.de/schnell/zukunft.html (15.03.03).
- M. SCHNELL, Internetseelsorge als Element einer pastoralen Konzeption Internetseelsorge, URL: http://www.ekd.de/schnell/seelsorge.html (15.03.03).
- G. SCHWIBBE/I. SPIEKER: Virtuelle Friedhöfe, in: Zeitschrift für Volkskunde 95 (1/1999), S. 220-245.
- A. SILBERMANN, Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung, Berlin 1982, Art. „Kommunikation".
- G.R. THURSBY, Virtual Religions, URL: http://www.clas.ufl.edu/users/gthursby/rel/virtual.htm (15.03.03).
- WebSuxess, Logfile www.ekir.de Jan 2003, URL: http://www.ekir.de/trauernetz/logs (15.03.03).
- G. Weinz, Exerzitien im Internet, unveröffentlicht.
- C. WESSELY, Authentische Aussagen? Grundlagen und Probleme internetgestützter Medien, in: Diakonia 31 (2000), 386-392.

Interviewpartner

St. Bonifatius

- NORBERT LÜBKE (Hannover, ich@norbert-luebke.de), Leitender Referent in der Abteilung Jugendseelsorge des Bistums Hildesheim, Seelsorger in St. Bonifatius, Redakteur im Gemeindebrief.
- ANDRE MEDEKE (Vechta, andre.medeke@ejomail.de), Diakon und Diplom-Religionspädagoge, Regionaljugendreferent in der Ev.-Luth. Kirche in Oldenburg, Seelsorger in St. Bonifatius.
- GABI WEINZ (Siegburg, g.weinz@web.de), Pastoralreferentin, arbeitet freiberuflich in der Seelsorge und in verschiedenen Bereichen als Honorarreferentin für das Erzbistum Köln, Seelsorgerin in St. Bonifatius, leitet die Exerzitien im Alltag.
- GERHARD SCHULZE (Hildesheim, g.schulze@kiz-online.de), Bernward Mediengesellschaft, zuständig für Internetaktivitäten im Bistum Hildesheim, insbesondere für die Betreuung von St. Bonifatius.
- MANUELA MANIG (Hannover, m.manig@c-m-s.de), Cross Media Service, Community Managerin.

Trauernetz

- CARMEN BERGER-ZELL (Düsseldorf, trauernetz@ekir.de), Redaktion des Trauernetzes, Ansprechpartnerin für Anfragen der Besucher des Trauernetzes.
- RALF PETER REIMANN (Düsseldorf, reimann@ekir.de), Internetkoordinator der Evangelischen Kirche im Rheinland, betreut die technische Seite des Trauernetzes.

Hiermit versichere ich,
dass diese Arbeit von mir selbständig verfasst wurde.
Es wurden keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen benutzt .

München, den