



## Kirchennahes Online-Magazin will „moderne Performer“ ansprechen

*Mit den „Performern“ könnte die Kirche noch manch harte Nuss zu knacken haben. Zumindest wenn es nach der Studie „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus Milieus 2005“ geht. Im Auftrag der Medien-Dienstleistungsgesellschaft (MDG) in München und der Katholischen Sozialethischen Arbeitsstelle (KSA) in Hamm haben die Heidelberger Sozialwissenschaftler der „Sinus Sociovision“ erstmals eine umfassende Untersuchung über die Einstellungen zu Religion und katholischer Kirche in Deutschland vorgelegt (ID v. 25.1.2005).*

Der beunruhigende Befund: In einigen Milieus droht die Kirche den Anschluss zu verlieren. Dazu zählen auch die „modernen Performer“ - zumeist Akademiker um die 30, die sich als Teil der Elite begreifen, ihren Informationsbedarf hauptsächlich aus den neuen Medien decken und nur sporadisch mit Religion und Glaube in Berührung kommen. „Was nicht oder nur schlecht im Internet vertreten ist, nehmen diese Menschen oftmals gar nicht mehr richtig wahr“, warnt Matthias Sellmann von der KSA und benennt damit eines der großen Probleme: Trotz verstärkter Aktivitäten in diesem Bereich hinke die katholische Kirche dem Trend hinterher.

„Es macht einfach keinen Sinn mit nur einem Angebot Gläubige, Kirchenferne und Kirchenkritiker aus allen Schichten erreichen zu wollen“, urteilen Werbefachleute wie Dieter Rehmann und Sascha Szymanski. Die beiden Essener PR-Profis sind Gründer eines deutschlandweit bislang wohl einzigartigen Internet-Projekts. „Sinnstiftermag“ ([www.sinnstifter-mag.de](http://www.sinnstifter-mag.de)) soll Vertreter aus Kirche und Kommunikationsbranche miteinander vernetzen: durch Analysen, Interviews und Diskussionsbeiträge von Theologen, Journalisten und PR-Fachleuten.

Und durch ein gleichermaßen modernes wie benutzerfreundliches Layout, das unter anderem auch die „Performer“ ansprechen dürfte. Außer Rehmann und Szymanski zählen zu den Machern des virtuellen Magazins Michael Jochim von der Essener Werbeagentur BJS,

der Webdesigner Daniel Bürger aus Witten, der Bochumer Fotograf Martin Steffen sowie Matthias Sellmann von der KSA.

Sie alle haben in Sachen Öffentlichkeitsarbeit für Kirche Erfahrungen sammeln können – mit durchaus gemischten Ergebnissen. So manche Werbekampagne sei schon wirkungslos verpufft, weil der Küster vor Ort das dazugehörige Plakat nicht in seinem Schaukasten aufhängen wollte. Dabei, so sind sich die Initiatoren des neuen Internet-Angebots einig, könnten beide Seiten stärker voneinander profitieren. Medien und Religion haben nach ihrer Ansicht viele Gemeinsamkeiten. Zum ersten Todestag von Johannes Paul II. ist denn auch das öffentliche Sterben des „Medienpapstes“ Thema der Premieren-Ausgabe von „Sinnstiftermag“. Unter anderem gibt es ein Interview mit Georg Streiter, dem Erfinder der legendären „Bild“-Schlagzeile „Wir sind Papst!“, und Meinungen zur Berichterstattung.

### Chancen im Netz ausloten

„Wir wollen demonstrieren, wo die Chancen im weltweiten Netz liegen und gleichzeitig neue Themen ausloten“, umschreibt Sellmann seine Motive für das Engagement bei dem Projekt, das in Eigeninitiative und ohne fremdes Geld gestartet wurde. Um die so genannten „Performer“ zu erreichen, müsse sich Kirche allerdings an anderen Maßstäben orientieren. „Wir sollten uns klar machen, dass wir von unserer Größe her in einer Liga mit Konzernen wie Telekom, Shell oder Mercedes spielen.“ ■