

Evangelischer Digitalexperte: Google findet Gemeinden oft nicht

Berlin (epd). Der Digitalexperte der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD), Christian Sterzik, wünscht sich eine bessere Auffindbarkeit protestantischer Angebote im Netz. Beim Evangelischen Medientag am Donnerstag in Berlin schilderte Sterzik, dass bei der Google-Suche nach einer Kirchengemeinde vor Ort oftmals die Zeugen Jehovas vor einer evangelischen Gemeinde rangierten. Um das zu ändern und die Digitalkompetenz in allen Bereichen der evangelischen Kirche zu stärken, brauche es Engagement vor Ort und Vernetzung zum Wissensaustausch gleichermaßen.

Sterzik warb zudem dafür, Service-Informationen wie zum Beispiel zur Konfirmation zu bündeln. Einzelne Angebote der 20 evangelischen Landeskirchen könnten niemals eine solch hohe Reichweite erzielen wie eine zentrale Information zum Beispiel auf der Seite "evangelisch.de".

Johanna Haberer, Professorin für Christliche Publizistik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, hält es für notwendig, dass sich die Kirche als Institution in der digitalen Welt zurücknimmt. Die Menschen bräuchten Glauben, Beten, Seelsorge, Gottesdienst und Diakonie. Nach der Kirche als Institution würden sie aber nicht suchen. Die kirchlichen Angebote im Internet müssten emotionaler werden, Geschichten erzählen und Bilder zeigen.

Dennis Horn, Medienberater und Digitalexperte in der ARD, empfahl den Medienschaffenden aus der evangelischen Kirche, sich nicht von kurzfristigen Hypes verunsichern zu lassen. Derzeit würden zum Beispiel Smartspeaker vor allem als preisgünstige Blue-Tooth-Lautsprecher von den Kunden geschätzt, die Zahl der Anwendungen mittels sogenannter Skills sei eher noch überschaubar.

Gleichwohl werde mit den Smartspeakern derzeit von den Digitalkonzernen eine Infrastruktur geschaffen, die deren Rolle als Gatekeeper für Informationen im Netz weiter stärke. Welche langfristigen Auswirkungen das habe, sei heute nicht vollends absehbar.

Der Hauptgeschäftsführer des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Stephan Scherzer, rief bei der Fachtagung dazu auf, beim Wandel der Medien im Digitalen Grundsätzliches infrage zu stellen. Es brauche einen Perspektivwechsel. Nicht "mehr vom selben", sondern "anders als bisher" sei gefragt. Unter anderem riet er Medien und Kirchen dazu, Gemeinschaften im Netz zu organisieren, um in der Transformation erfolgreich zu sein.

Der Evangelische Medientag wurde vom Evangelischen Medienverband in Deutschland (EMVD) ausgerichtet. Die Geschäftsführung für den Zusammenschluss von Verlagen, Medien- und Presseverbänden, Buchhandlungen, Büchereien und kirchlichen Trägern publizistischer Organe liegt im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) in Frankfurt am Main. Das GEP trägt unter anderem die Zentralredaktion des Evangelischen Pressedienstes (epd) und das Internetportal "evangelisch.de".