

Stefan Lesting

Forum, Barcamp, Tagung

Kirche und Web 2.0 lernen und weiterdenken –
ein Blick auf Social Media-Workshops

In den vergangenen Jahren ist der Bedarf am Einsatz von digitalen Medien, insbesondere der Einsatz des Internets, in der pastoralen Arbeit sehr stark ausgeweitet worden. Für viele kirchliche Mitarbeiter bieten Webseiten, Blogs und Facebook-Profile nicht nur die Möglichkeit, sich mit geringem Aufwand der breiten Öffentlichkeit mit ihren Projekten zu präsentieren, sondern auch bestehende Kontakte zu pflegen.

Der Umgang mit dem Internet und die Online-Beziehungspflege sind für kirchliche Mitarbeiter oftmals Neuland. Daher gibt es unterschiedliche Weiterbildungsformate. Egal ob Forum, Workshop, Informationstag oder Barcamp – wichtig bei der Auswahl der Veranstaltung ist ein Grundverständnis über den Ablauf und das Format. Ebenfalls sollte auf die Auswahl der Referenten geachtet werden: Gerade beim Themenschwerpunkt „Kirche und Web 2.0“ versuchen auch immer wieder qualitativ schlechte Anbieter auf den Markt zu drängen. Veranstalter der Workshops sind meist kirchliche Einrichtungen wie Tagungshäuser oder diözesane Medienabteilungen. Darüber hinaus gibt es Weiterbildungsprogramme der Bistümer, oder aber kirchliche Referate oder Verbände suchen sich gezielt Referenten für Projekte.

Gerade für den kirchlichen Bereich haben sich sehr positiv solche Referenten bewährt, die bereits bei kirchlichen Einrichtungen arbeiten und Praxiserfahrungen zum Beispiel aus der kirchlichen Jugendarbeit mitbringen. Im Kontrast dazu stehen oft Agenturen, die zwar vom Auftreten her viel professioneller wirken, dafür aber weniger die Situation haupt- und ehrenamtlicher Mitarbeiter der Kirche kennen.

Wie wichtig das Hineinversetzen in die Situation der Kursteilnehmer ist, zeigt sich vor allem daran, dass viele Teilnehmer aus dem haupt- oder ehrenamtlichen Kontext von Kirche kommen. Die Hauptzielgruppe in den Workshops sind kirchliche Angestellte, aber eben

auch ehrenamtlich Aktive aus den Gemeinden. In seltenen Fällen sind Teilnehmer in den Workshops dabei, die nicht kirchlich verankert sind.

Ein wesentlicher Unterschied zwischen bekannten Schul- und heutigen Seminarsituationen ist die Rolle, die Referenten übernehmen. Diese treten nicht unbedingt klassisch als Lehrer auf, sondern sie sind Moderatoren, die ein besonderes Fachwissen mitbringen. So passiert es heute bei einer guten Moderation auch, dass Teilnehmer zeitweise in die Rolle des Lehrenden eintreten und aus ihrem Erfahrungsreichtum zum Erfolg der Fortbildung beitragen.

Social Media-Workshops

Probieren geht vor Studieren bei Workshops im Bereich Social Media. Wichtig ist es, selber einmal auszuprobieren, wie Twitter, Facebook oder Blogs funktionieren, um ein Gespür für das zu bekommen, was als Social Media bezeichnet wird. Auf diese Weise steht bei Workshops immer der kleinste gemeinsame Nenner der Teilnehmer am Anfang einer Veranstaltung im Vordergrund. Von diesem Punkt aus werden dann schrittweise Themen, wie zum Beispiel eine Einführung in die Nutzung von Facebook, angegangen.

Im Bereich der Workshops gibt es ganz unterschiedliche Angebote. Dazu gehören Einsteigerworkshops, die sich generell mit dem Thema Social Media bzw. Web 2.0 beschäftigen. Bei diesen Workshops geht es meist ganz bunt zu: Die Teilnehmer lernen zum Beispiel etwas über den Einsatz von Videos im Internet am Beispiel von Youtube, machen eine Schreibübung für das Bloggen und probieren den Kurznachrichtendienst Twitter aus. Hinzu kommen spezielle Kurse, um Bloggen zu lernen oder aber einen Einstieg in Facebook zu finden.

Wer schon Grundlagen besitzt, kann noch einen Schritt weiter gehen, denn Strategien und Kampagnen müssen gut geplant werden. Im Kurs für Fortgeschrittene werden möglichst konkrete Einsatzfelder von Social Media für Organisationen und Einrichtungen erarbeitet. Dabei geht es zum einen um die Einrichtung von Accounts auf Plattformen, aber auch um Fragestellungen, wie regelmäßig Inhalt produziert und wie das in den Arbeitsalltag von Mitarbeitern integriert werden kann.

Eine gängige Herangehensweise an das Thema ist es, durch eine anfängliche Abfrage bei den Teilnehmern konkrete Wünsche und Fragen zu sammeln und diese grob in Themenbereiche zu clustern. Die gesammelten Fragen werden im Laufe des Workshops dann erläutert oder zum Schluss der Veranstaltung beantwortet, wenn noch

Klärungsbedarf vorhanden ist. Neben dem praktischen Ausprobieren ist ein wichtiger Teil eines Workshops auch die gemeinsame Sprache innerhalb der Gruppe. Bewährt hat es sich, einen kleinen Impuls von Seiten des Referenten zu geben. Dabei werden die Geschichte des Internets aufgegriffen, Begriffe wie Social Media, Web 2.0 und Internet voneinander abgegrenzt sowie aktuelle Nutzungstrends aufgezeigt. In den nächsten Schritten geht es ins Praktische. Das Social Web wird in der Gruppe ausprobiert, Fallstricke werden ausgelotet und es wird besonders auf die Alltagssituation der Teilnehmer geschaut. Dazu gehören Praxisbeispiele, die mitunter von den Teilnehmern eingebracht werden. Auf Grundlage eines ersten Meinungsbildes ist es dann möglich, über aufkommende Fragen zu diskutieren: Welches Tool kann zu welchem Zeitpunkt der Katechese zum Einsatz kommen? Wieviel Zeit muss für einzelne Aktivitäten der Kontaktpflege eingeplant werden? Wie werden Vorgesetzte oder Kollegen für den Einsatz von Social Media fit gemacht? Dies sind Fragen, die im Laufe des Gesprächs beantwortet werden müssen.

Ein wichtiger Aspekt in Social Media Workshops ist die Bestärkung der Teilnehmer als Gläubige und mündige Christen, die nicht nur durch eine Anstellung im kirchlichen Dienst, sondern durch die Taufe eine Beauftragung haben, den Glauben in die Welt hinaus zu tragen. Gerade für Aktivitäten im Bereich des Internets wird diese sozial-menschliche Komponente bisher noch zu wenig berücksichtigt, obwohl sie eine der Stärken des katholischen Glaubens ist.

Barcamps

Weitaus mehr bestärkt in ihrem Auftreten sind meist Teilnehmer von Barcamps. Das Spannende daran ist die offene Art der Organisation. Noch gibt es bisher im kirchlichen Raum wenige Tagungen in diesem Format. Das hängt damit zusammen, dass kirchliche Mitarbeiter und Tagungshäuser häufig noch zu stark in alten Pädagogikmustern denken und unflexibel in ihrer Selbstorganisation sind.

Doch vielleicht steht am Anfang die Frage, ob Barcamps überhaupt in Tagungshäuser gehören. Der Begriff setzte sich aus den Wörtern „Bar“ und „Camp“ zusammen: In den Ursprüngen und auch heute finden Barcamps immer wieder an öffentlichen Orten, wie in Cafes oder Kneipen, statt, und die Teilnehmer übernachteten in einfachen Unterkünften oder eben in Zelten.

So locker, wie es mit der Übernachtung und dem Tagungsort gesehen wird, so locker ist auch das Programm: Ein Barcamp entsteht in der Regel dadurch, dass verschiedene Akteure ein Interesse an

einem Thema entwickeln und sich dazu austauschen. Gerade wenn das Thema weitläufig ist, finden sich über das Internet schnell aktive User, die ebenfalls an einem fachlichen Austausch interessiert sind oder Lust haben, Mitstreiter für neue Ideen und Projekte zu finden. Bei den Teilnehmern von Barcamps handelt es sich daher in der Regel nicht unbedingt um kirchliche Mitarbeiter, die von ihren Chefs entsandt werden, um neue Ideen und Projekte zu entwickeln. Gerade in der Barcamp-Szene sind es viele engagierte Christen, die oft unabhängig von der Amtskirche sehr engagiert Projekte entwickeln und die einen unbefangenen Austausch suchen. Dafür bieten sich Barcamps sehr an.

Das Programmformat sieht vor, dass vor Beginn der Veranstaltung nicht im Detail festgelegt wird, welche Einheiten es auf dem Barcamp gibt. So ist es auch nicht notwendig, Referenten einzuladen, denn bei einem Barcamp werden die Teilnehmer mit ihren Fähigkeiten selbst zu Vortragenden. Am Beginn der Veranstaltung steht dann die größte Herausforderung bevor: Gemeinschaftlich in der Gruppe wird sondiert, welche Themen die Teilnehmer besprechen möchten und welcher Teilnehmer für welches Thema die Moderation übernimmt beziehungsweise einen kleinen Input gibt.

Der Charme von einem Barcamp ist dabei auch, dass die Einheiten üblicherweise in 45-Minuten-Schritten geregelt sind, so dass es möglich wird, relativ viele Workshops anzubieten. Wenn ein Thema doch einmal mehr Zeit benötigt, so werden direkt zu Beginn zwei Einheiten hintereinander für einen Workshop geblockt.

Für den erfahrenen Seminarteilnehmer wird an dieser Stelle klar, dass es sich bei einem Barcamp um eine abgewandelte Open-Space-Methode handelt. Wie es beim Open-Space üblich ist, mehrere Angebote parallel anzubieten, gibt natürlich auch das Barcamp diese Möglichkeit her. Daran anknüpfend wird sehr schnell klar, dass es am Ort des Barcamps verschiedene Räume geben muss, damit einzelne Gruppen ungestört voneinander arbeiten können.

Auch wenn die Form des Barcamps auf den ersten Blick etwas unkoordiniert wirken mag, so ist das Format in der Praxis sehr schnell zu durchschauen und auch sehr mächtig, denn jeder Teilnehmer wird automatisch in die Pflicht genommen, damit die Veranstaltung ein Erfolg wird. Ein nicht zu vernachlässigender Aspekt sei abschließend noch benannt: Die offene Form des Barcamps ermöglicht nicht nur einen aktualitätsbezogenen Austausch, sondern sie bietet viele Freiräume, die kreativ genutzt werden können. So ist es keine Seltenheit, dass bei Barcamps oft spannende und innovative Projekte entstehen – unbehindert von sonst bestehenden Hürden.