

sinnstiftermag

11



**Text: Christopher H. Stappert**

**Christopher H. Stappert**, Jahrgang 1984, ist Theologie-Student, Diplom-Religionspädagoge und jobbt seit diesem Jahr in einer Werbeagentur. Er ist Mitgründer der Kampagne "Entdecke das Feuer in dir!" [feuerzeugen.net](http://feuerzeugen.net)"

"Herr Stappert, Sie sind Theologie-Student an der Universität Münster und arbeiten gerade an der Website [www.feuerzeugen.net](http://www.feuerzeugen.net). Mit diesem Internetauftritt möchten Sie besonders Jugendliche ab 15 Jahren ansprechen. Ist diese Zielgruppe nur noch über das Medium Web 2.0 zu erreichen? Was erhoffen Sie sich von Ihrem Projekt Feuerzeugen? Und worauf muss eine christliche Website achten, um zeitgemäß Schritt halten zu können?"

Das Internet ist für uns zum selbstverständlichen Medium geworden und integriert sich in unsere Alltagskommunikation. Durch mobile Endgeräte, wie Smartphone und Netbook können wir jederzeit online gehen, daher ist für unsere Zielgruppe das Internet das meistgenutzte Medium – vorwiegend im Freizeitbereich. Schneller Zugang zu Informationen und die Möglichkeit direkt miteinander in Kontakt zu kommen, machen das Internet und soziale Netzwerke attraktiv.

Eine Webseite des Web 2.0 muss dann den Gewohnheiten und Vorstellungen der jungen Generation entsprechen. Dies ist in erster Linie: schnell Informationen zu erhalten. Dabei wird die Attraktivität der Internetseite beurteilt und somit auch das Projekt, das Unternehmen oder die Marke, die sie repräsentiert. Die Internetseite hat eine höhere Präsenz – anders als der vor dem Wäschewaschen aus der Hosentasche geholte Flyer, der trotzdem eine erste Aufmerksamkeit erzeugt.

Die Rückmeldung einer 16-jährigen zu unserem Firmflyer war: "Sieht edel aus". Edel und schön sind Kriterien der Beurteilung. Denn was edel und schön ist, bekommt Aufmerksamkeit. Das gilt auch für Webseiten. Fest steht: Form und Inhalt sind die Message! Die Geste den "Follow-Button" zu klicken verleiht der Beurteilung ihre Wertigkeit und setzt dem Ganzen im wahrsten Sinne des Wortes die Krone auf.

Wie ist das zu erreichen? Das Web 2.0 agiert auf verschiedenen Ebenen: Funktionalität, Personalisierung, Sozialisierung, Design und Interkonnektivität sind die zentralen Merkmale. Der Anspruch persönlich zu sein, ist die Herausforderung des Web 2.0. Durch mediale Inszenierung ergibt sich die Möglichkeit Kommunikation aufzubauen. Beteiligung am Geschehen heißt sich integriert zu fühlen. Dies geschieht durch "posten" von Kommentaren oder einfach nur im Klicken eines "Gefällt mir" und zwar auch auf mobilem Weg oder durch angebundene Software (Interkonnektivität).

Schritthalten im Web 2.0 heißt dann: Verstehen was vor sich geht. Nur bei "Facebook-sein" genügt nicht, denn begreifen von Kommunikation ist ein professionelles Experimentieren mit der Zielgruppe! Authentizität gilt dann auch für das Internet – der Versuch sich ein Medium aufzuzwingen wird scheitern. Jedoch muss, wie gesagt, den Gewohnheiten und Vorstellungen der Zielgruppen entsprochen werden: Ein professionelles Design ist, neben technischen Standards wie Smartphone-Kompatibilität, so selbstverständlich wie notwendig.

Im Rahmen unseres Gesamtprojektes "[feuerzeugen.net](http://feuerzeugen.net)" bildet die eigene Homepage eine Selbstverständlichkeit mit nicht selbstverständlichem Inhalt: Werbung für die Firmvorbereitung!

Die Einladung des Firmflyers wird durch die Homepage erweitert. Die Seite bündelt die nötigen Informationen. Neben Aufmerksamkeit soll Identifikation mit der Marke "Firmvorbereitung" erreicht werden: Das Feuer entdecken und "Feuerzeuge" sein ist nicht nur etwas Dahergesagtes, sondern führt zur Auseinandersetzung, Spannung, Fragen und motiviert letztlich zum Handeln – nämlich den Empfang des Firmsakramentes. Hemmungen, mit Kirche in Kontakt zu kommen sollen abgebaut werden. Mit "feuerzeugen.net" wollen wir Aufmerksamkeit der Firmbewerber und auf einfachem Weg Kontakt zu ihnen aufbauen. "Feuerzeuge" sein und werden ist die zentrale Message! Dies gilt es zu kommunizieren.

Lebensnähe und Zeitgeist in der Verkündigung und Verheutigung der frohen Botschaft ist unser erklärtes Ziel. Glaubenskommunikation mit Jugendlichen braucht neben andern Medien ganz zentral die Möglichkeiten des Web 2.0. Der junge Mensch kommt mit seiner Ganzheitlichkeit ins Blickfeld ästhetisch-religiöser Kommunikationsprozesse. Zeuge sein heißt aber auch in unserer heutigen Welt Gott "zur Sprache" zu bringen. Von Gott reden ist die Herausforderung der Verkündigung. Zielgruppengenau und Neugier weckend soll die Sprache sein, die das Abenteuer einer Mystagogie der Firmvorbereitung lohnend anpreist. "Feuerzeugen.net" arbeitet durch seine Kommunikationsträger mit Sprachspielen und versucht Wort und Bild zu einer Einheit zu bringen, damit Ästhetik nicht im "iconic turn" stehen bleibt. So versteht sich auch unser Claim: "Entdecke das Feuer in dir!".

Verkündigung via Web 2.0 ist dann schließlich wie eine "7-Minuten Predigt" auf einen Blick: **EINE MESSAGE, EINE ZIELGRUPPE, EINE ÄSTHETIK, EINE BETROFFENHEIT!**

NACH OBEN