



Pater Werlen, ist seit 1983 Mönch von Einsiedeln. 1988 wurde er zum Priester geweiht. Von 1989 bis 1992 absolvierte er ein Psychologie-Studium in Rom, das er mit dem Lizentiat abschloss. Von 2001 bis 2013 war er Abt der Klöster Einsiedeln und Fahr. Seither ist er wieder Novizenmeister und Lehrer am klostereigenen Gymnasium.

„Sie sagen, die Menschen sind in ihrem Glaubensleben persönlicher geworden. Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die kirchliche Kommunikation, auch die der Führungskräfte?“

Beim Twitttern gelernt, was (kirchliche) Führungskräfte in puncto Kommunikation draufhaben müssen.

Seit 10 Jahren im Kommunikationssystem Twitter präsent (seit 2014 als @MoenchMartin), rufe ich gelegentlich etwas auf diesem Marktplatz. Wer mich hört, hört mich. Wer es gut findet, erzählt es weiter oder macht andere auf mich aufmerksam. So mache auch ich es.

Hören

Einträge auf meinem Twitter-Accounts zeigen mir, was Menschen unserer Zeit beschäftigt. So habe ich viele Fragen der Menschen vernommen, über die wir in unseren Sitzungen nie sprechen. Wer den Menschen auf den Marktplätzen unserer Zeit begegnet, ist weniger in der Gefahr, Antworten zu geben auf Fragen, die niemand stellt. Nur wer selbst hören kann, dem wird auch gern zugehört.

Den Menschen dort begegnen, wo sie sind

Uns bleibt nichts anderes übrig, als den Menschen dort abzuholen, wo er nun einmal ist. Dabei widerstehe ich der Versuchung, mich auf das zu konzentrieren, was fehlt. Vom heiligen Mönchsvater Antonius heisst es in der Lebensbeschreibung: „Er ging zu allen, um von ihnen zu lernen.“ Selbstverständlich nehmen wir auch Fehlendes wahr. Das können wir aber nur dann konstruktiv ansprechen, wenn wir zuerst dankbar für das Vorhandene sind. Daran können wir anknüpfen und weiterbauen. Den Menschen dort abholen, wo er ist, und ihn ermutigen, über den eigenen engen Horizont hinauszugehen.

In Dialog treten

Wir treten in Dialog mit Menschen, die von ganz unterschiedlichen Erfahrungen geprägt sind. Es findet ein Austausch statt, eine Zwei-Weg-Kommunikation auf Augenhöhe. Der Mensch in den sozialen Netzwerken muss als Mensch wahrnehmbar sein, sonst verstummt das Interesse bald einmal. Firmen, Stiftungen, Verbände – also Institutionen – können nur dann erfolgreich twitttern, wenn der Account erfahrbar von einer konkreten Person betreut wird. Wir werden ansprechbar, aber auch kritisierbar. Der heilige Benedikt meint in seiner Mönchsregel, dass sich der Abt bei der Kritik durch einen Gast gut überlegen soll, ob ihn der Herr nicht gerade deswegen geschickt hat. Wir können uns nicht in sichere Räume unter unsersgleichen zurückziehen, ohne dass wir unsere Berufung verraten. An Humor darf es auch auf Twitter nicht fehlen. Trockener Dialog bewegt kaum. Twitternde Institutionen steigen oft humorlos in das Kommunikationssystem ein. Das ist bereits das Ende. Humor öffnet manche Türe.

Geben und nehmen

Die Menschen, mit denen ich per Twitter in Kontakt stehe, sind keine virtuellen Existenzen. Sie sind schlicht und einfach Menschen. Und die Kontakte mit ihnen sind nicht mehr und nicht weniger virtuell als dies

Telefongespräche oder Briefwechsel sind. Die sogenannten Social Media sind genauso Instrumente der Kommunikation. Nicht selten nutzen Menschen, die über Twitter meine Reiseroute mit der Bahn kennen, die Gelegenheit, mich eine Wegstrecke zu begleiten, um mit mir ins Gespräch zu kommen.

Respekt und Wertschätzung

Was mich beim Gebrauch von Twitter besonders beeindruckt, ist der respektvolle Umgang. Die Leute sitzen also nicht einfach für sich allein am Computer. Sie pflegen Beziehungen, die sie ohne Computer nie entdecken könnten. Der Umgang auf Twitter ist so respektvoll, dass ich meine Timeline (alle Nachrichten, die ich versende und alle, die an mich gerichtet sind) ohne Bedenken auf der ersten Seite der Homepage der Schweizer Bischofskonferenz haben konnte, solange ich dort verantwortlich war für den Bereich Kommunikation und Medien.

Die Dinge auf den Punkt bringen

Twitter zwingt uns, die Dinge auf den Punkt zu bringen. Etwas, das wir nicht mit 280 Zeichen sagen können, bringen wir auch nicht auf 500 Seiten rüber. Als sich ein kirchlicher Kommunikationsexperte beklagte, dass die jungen Menschen nur noch über Bilder und kaum über Text anzusprechen seien, ging bei mir ein Licht auf: Bis zur Erfindung des Buchdruckes war das üblich. Kirchenbauten beeindruckten durch das Bildprogramm – bis heute. Texte sind minim. Wie ein Tweet.