

Religiöses im digitalen Aquarium

Otto Ziegelmeier ist mit www.theology.de auf der Spur der Kirchendistanzierten
Publik-Forum, 13. Juni 2008; Redaktion: Hartmut Meesmann

Sonntagsblatt, Bayern; 21. Juni 2008: Redaktion: Helmut Frank

Von Georg Magirius

Wer bei Google das Stichwort „Theologie“ eingibt, erhält als Adresse Nummer eins keine Kirche oder theologische Fakultät, weder einen Wissenschaftler noch einen religiösen Verlag, sondern die Internetseite Theology.de. Deren Startseite ist mit „Theologie & Kirche im Web“ überschrieben. Mehr als 2,8 Millionen Besucher hat die Adresse seit Gründung 1999 erhalten, den Newsletter haben knapp 8.000 abonniert, Tendenz steigend. Verantwortet wird die Seite von Otto Ziegelmeier und – so heißt auf der Startseite wörtlich – dem „Team von Theology.de“.

Besuch in Frankfurt-Bockenheim im Büro der Domäne: Mitarbeiter sind keine zu sehen, nur ein Arbeitsplatz ist zu erkennen. Ein Regal deckt die große Längswand



des Zimmers ab, darin theologische Lexika, religiöse und belletristische Titel, in Raummitte ein Aquarium, unter dem Software platziert ist. Sie füllt auch die ganze obere Etage des Regals. Otto Ziegelmeier ist evangelischer Pfarrer, steht aber auf keinem kirchlichen Gehaltszettel. Er ist freiberuflicher PR-Berater, schreibt Texte und Vorträge, gibt Seminare,

gestaltet Internetseiten. Dank Theology.de, das er ehrenamtlich betreibt, verkehrt Ziegelmeier täglich mit denen, über die man in den verfassten Kirchen zwar spricht, ohne aber mit ihnen immer ins Gespräch zu kommen. Gemeint ist die Gruppe der sogenannten kirchlich Distanzierten, die laut Bertelsmann-Studie 2007 zwar religiös, aber an einem kirchlichen Gemeindeleben eher desinteressiert sind. Viele von ihnen haben offenbar keine Scheu, Theology.de zu kontaktieren. Das liegt auch daran, dass das Angebot überkonfessionell und von kirchlichen Institutionen unabhängig betrieben wird. „Ich will aufklären und informieren, meine Person steht im Hintergrund, trotzdem fragen sich viele: Wer steckt hinter dieser Seite?“ Täglich

erhält er zwischen fünf und 15 Mails. „Da kommt eine Frage aus Paris, ein Kommentar aus Hongkong, eine Frau aus dem Bayerischen Wald sucht die Lösung für ein Quiz. Ein anderer schreibt, er wolle sich umbringen, ein Schüler sucht Material für ein Referat zum Thema Schöpfung.“

Die Idee für den Auftritt im Web hatte der Theologe 1998. „Das Internet ist die zweite Medienrevolution nach Gutenberg“, dachte er. „Die Erfindung des Buchdrucks wurde zum Katalysator für die Reformation, also dürfen die Kirchen die Entwicklung des Internets nicht verpassen.“ Damals war Ziegelmeier Pfarrer und PR-Leiter, hatte journalistische Erfahrungen unter anderem beim Bayerischen Rundfunk gesammelt, dazu gesellte sich die technische Neugier für das noch neue Medium. Er schlug einigen evangelischen Landeskirchen vor, sich im Internet zu präsentieren. Antwort: „Das ist schwierig, das geht nicht, vielleicht können wir in einigen Jahren eine halbe Stelle schaffen.“ So lange wollte er, der Firmen wie Porsche und Audi im EDV-Bereich beraten hatte, nicht warten. 1999 stellte er die ersten zwölf Seiten von Theology.de ins Netz, inzwischen sind es über 2500.

Dem Angebot widmet er sich etwa eine Stunde am Tag. „Das ist mein großes Hobby, nein, noch mehr, es ist Verkündigung.“ Eine Form von Verkündigung, die durch die Fragen der Nutzer lebendig wird. Dass viele Menschen religiöse Fragen haben, ist ihm während der Studienzeit in München aufgegangen. „Bei Hugendubel wurde das Regal mit theologischer Literatur kleiner, das Angebot an esoterischer Literatur immer größer. Die Titel aber änderten sich fast monatlich, ständig gab es einen neuen Guru, die Fragen also überlebten.“

Sie sind es, die dem Webmaster von Theology.de ein großes Team bescheren. „Meine Mitarbeiter sind die Nutzer! Ihre Anliegen haben die Seiten wachsen lassen und ihnen im Lauf der Jahre ihr Gesicht gegeben.“ Einmal etwa wollte sich ein Paar informieren, wie es sich kirchlich trauen lassen kann: Er sei, schrieb er, „ein bisschen katholisch“, seine Partnerin habe Jugendweihe. Der Gefragte antwortete nicht nur, sondern stellte Informationen zum Thema Trauung in Netz, später auch zu Taufe und Beerdigung, ein Service, der häufig heruntergeladen wird. Der Pfarrer sieht die Fragesteller und theologischen Nicht-Insider also nicht als defizitäre Wesen, von Wahrheit und Glauben weit entfernt, es verhält sich umgekehrt: Ihre Unbefangenheit sei die Triebfeder zur Erweiterung des theologischen Angebots. Er selbst genießt

„den anderen Blickwinkel“, den er so jeden Tag einnehmen könne. Fragen seiner Mitarbeiter brachten ihn auch dazu, regelmäßig Buchtipps zu geben und religiöse Feiertage zu erklären. Das hat dazu geführt, dass er inzwischen als religiöser Experte auch schon mal bei Fernsehsendern Auskunft gibt.

Viele wollen Informationen zum Koran. Er macht sich bei muslimischen Experten kundig, antworten will er selbst. Interreligiöse und interkonfessionelle Berührungsängste hat er nicht, zu Studienzeiten gründete er mit anderen einen Arbeitskreis „Protestanten, Katholiken und Juden im Gespräch“. Oft war er in Palästina und Israel, wo er „konstruktive und problematische Formen von Religion“ erlebte. Religiöse Offenheit bedeutet für ihn nicht, alles zu bejahen, er gibt manchmal „die Zuwendung des Widerspruchs“. Eine Mann aus Texas etwa schrieb: „Alle Muslime sind vom Teufel!“ In solchen Fällen antwortet er sachlich, erklärt, fragt sich aber auch, warum woher diese Angst kommt.

Das Internet ermögliche eine eher „unverbindliche Verbindlichkeit“, doch Ziegelmeier sieht sich als Seelsorger, seinen Newsletter eröffnet er mit der Rubrik „Angedacht“. Deren Stil ist prägnant, bildlich und anekdotenhaft, oft mit einem Augenzwinkern versehen. Er verweist auf das Aquarium: „Das ist wie die Welt des Internets!“ Auch das Aquarium braucht Pflege, es hat eigene Strukturen. „Steuern kann man die Fische nicht, die haben ihren eigenen Willen, einmal haben sie die Wurzelhöhle durch das halbe Aquarium an den Ort transportiert, wo sie sie haben wollten.“ Ein anderes Mal, erzählt er, hat ein großer Fisch angefangen, die kleinen zu fressen. Den nahm er schnell heraus. Was heißt das übertragen? „Der große Fisch –



vielleicht ist das die Gefahr, als Theologe die Stimmen der Kleinen, ihre Hoffnungen, Fragen und Ängste zu erdrücken.“ Die zunehmenden Eventkultur und den Gefühlsjubiläum dem Papst oder anderen kirchlichen Größen gegenüber sieht Ziegelmeier skeptisch. „Ich nenne das Theotainment. Nur kommt es eigentlich auf die Schönheit eines Bischofs an?“

Theology.de will Kontrast zur religiösen, oft fraglosen Gefühlskultur sein, die Seiten sind funktional gestaltet, Inhalte stehen im Mittelpunkt. Trotz oder gerade wegen dieser Sachbezogenheit geschieht allerdings mehr als Informationsvermittlung. Vielleicht entstehen durch das Internet auch neue Formen von Kirchlichkeit. „Verkündigung ist ja nicht an Kirchenräume gebunden. Beim Abendmahl wird es natürlich schwierig. Andererseits kann auch so etwas wie Beichte und Vergebung geschehen, vielleicht ist sogar auch Segen möglich.“ Er selbst hält Kontakt zu seiner Ortsgemeinde, engagiert sich in der Stadtteilarbeit. Theolgy.de ist auch mit vielen Kirchengemeinden unterschiedlicher Konfession verlinkt, also keine vom körperlich-realen Leben isolierte Welt. Das zeigt sich auch die Reaktion auf einen seiner Newsletter. Und wie in den zwei Stunden Gespräch zuvor fällt auch in dieser Anekdote nicht ein einziger Name all der großen Theologinnen und Theologen, auch wenn deren Bücher in seinem Regal viele Gebrauchsspuren aufweisen. In dem Newsletter jedenfalls hatte er das Durcheinander von Weihnachts- und Adventszeit kommentiert: „Ich liebe Weißwurst, ich liebe Ananas – am liebsten also wäre mir Weißwurst Hawaii. Nur – das kann ich nicht zusammen essen, das passt nicht zusammen. Also: Alles hat seine Zeit.“ Viele Zuschriften erhielt er, die schönste Reaktion aber war ein Paket zu Weihnachten, darin Weißwürste mit Senf, zugesandt von einem Münchner Feinkosthändler. In Auftrag gegeben war die Sendung von einer der vielen Mitarbeiter von Theology.de, einer Frau aus Kalifornien.