

Vernetzung unplugged

In der Reihe *Kirche im Web*

Digitalisierung und Künstliche Intelligenz sind als Themen allgegenwärtig. Bei der Tagung *Kirche im Web 2026* wurde allerdings die spannende Frage gestellt, ob es nicht auch ein Revival von Kommunikation „unplugged“ gibt? *Vernetzung unplugged*: Unter diesem Motto stand die ökumenische Tagung *Kirche im Web 2026*, die am 5. und 6. März 2026 in

der Katholischen Akademie in Bayern stattfand. In München diskutierten Medienschaffende aus Deutschland und Österreich über das Thema *Community Building, Einsamkeit und echte Begegnung im Spannungsfeld*.

Nachfolgend lesen Sie einen Tagungsbericht sowie den für den Druck etwas gekürzten Vortrag von Prof. Dr. Benjamin Gust.

Die digitale Vernetzung im kirchlichen Raum

Ein Tagungsbericht
von Christian Schnaubelt

Digitaler Gottesdienst, die KI als Seelsorgerin und Glaubens-Communities, die sich nur über Instagram kennen: Gemeinschaft, die früher nur in Präsenz möglich war, hat sich in den vergangenen Jahren immer mehr ins Internet verschoben. (...) Das hat sicher viele Vorteile, aber ist digitale Vernetzung so real, wie es scheint? Führen soziale Netzwerke wirklich zu Vernetzung und echter Begegnung?, lauteten dabei die Kernfragen der 19. Tagung.



Eine Exkursion führte die Teilnehmenden zu der Münchner Firma Navel Robotics GmbH, die sich auf Empathie-Roboter für den Pflegebereich spezialisiert hat.

Foto: Bengt Beier

Revival von Kommunikation „unplugged“

Wir Menschen sind bereits seit der Steinzeit auf die Kommunikation mit anderen Menschen angewiesen, um zu überleben. Diese Kommunikation kann dabei auch via Telefon oder online erfolgen. Aber wie Wissenschaftler:innen wie Dr. Marianne Thejls Ziegler vom Lehrstuhl für Wirtschaftsethik an der TU München herausgefunden haben, benötigen Menschen in der Kommunikation auch den zwischenmenschlichen Kontakt „face to face“ und das Spüren von körperlicher Nähe von anderen Menschen (wie bei dem Trend aus den USA zu „silent book clubs“, bei dem sich Menschen in einem Café oder einer Bücherei treffen, um gemeinsam Bücher zu lesen, ohne direkt zu kommunizieren).

Jede neue technologische Entwicklung löst eine Gegenentwicklung aus, weil sie durch einen dialektischen „Push-and-Pull“-Mechanismus zwischen Fortschritt und Widerstand gekennzeichnet ist. So kann das derzeitige globale Revival von Kommunikation „unplugged“ als ein natürlicher Gegenpol zur allgegenwärtigen „on-



line first“-Kommunikation angesehen werden. Allerdings müssen dies keine dauerhaften Gegensätze sein, sondern vielmehr sollten sich beide Pole gegenseitig nachhaltig befruchten.

KI erfasst nonverbale Kommunikation

Ein Beispiel dafür, dass Künstliche Intelligenz auch die zwischenmenschliche Kommunikation bereichern kann, ist der Ansatz der israelischen Firma Q.ai, die vor Kurzem von Apple zum kolportierten Preis von zwei Milliarden US-Dollar gekauft wurde. Q.ai hat eine Technologie entwickelt, die mithilfe von Machine Learning und KI-unterstützter Bildgebung nonverbale Kommunikation erkennen und in Worte verwandeln kann. Bei dieser „stillen Sprache“ werden anhand von kleinsten Muskelbewegungen im Gesicht und



Bei der Tagung kamen Mitarbeitende in der Öffentlichkeitsarbeit von evangelischer und katholischer Kirche und alle Interessierten zusammen.

im Hals sowie durch Analyse von Lippenbewegungen Worte erkannt, ohne dass ein Wort gesprochen wird. Das zeigt, wie wichtig Gesten ohne Worte in Gesprächen sind. In Videokonferenzen können sie nicht vollständig erfasst werden, wie Dr. Marianne Thejls Ziegler von der TU München in ihrer Studie über Homeoffice feststellte.

Papst Leo XIV.: Aufruf zu einer Allianz für eine authentische Kommunikation

Auch Papst Leo XIV. betont, dass Kommunikation nur dann ihrer „Berufung“ entspreche, wenn sie „wirkliche Begegnung, Dialog und den Schutz der menschlichen Person“ fördere. Der Pontifex spricht in seiner Botschaft zum 60. Welttag der sozialen Kommu-

nikationsmittel 2026 von einer nicht nur technischen, sondern anthropologischen Herausforderung: Was auf dem Spiel stehe, sei die „Würde der Person und der Verlust von authentischer Begegnung“. Wenn Stimme und Gesicht simuliert und manipuliert werden können, drohe Kommunikation ihre Verankerung in wirklichen Personen zu verlieren, da die unmittelbare Begegnung an Wert verliere. Kommunikation sollte daher in einem moralischen Raum erfolgen, der die Verantwortung für das Gegenüber einschließe.

Dafür sei aus Sicht von Papst Leo XIV. eine „Allianz“ notwendig, die Verantwortung, Kooperation und Bildung verbindet: Plattformen und Entwickler:innen sollten einerseits zu Transparenz und zum Schutz der Menschenwürde verpflichtet werden. An-

dererseits fordert der Pontifex eine Erziehung zu kritischem Umgang mit Medien und eine journalistische Kultur, „die nicht auf Verifikation und die Suche nach Wahrheit verzichtet“.

Chancenbringer, aber kein Heilsbringer!

Fazit: Bei der Tagung *Kirche im Web* in München wurde deutlich, dass es nicht sinnvoll wäre, nur das eine Extrem „wired“ gegen das andere Extrem „offline“ in der zwischenmenschlichen Kommunikation zu tauschen. Bei #kiw26 lautete das Buzz-Word daher auch nicht KI, sondern Empathie. Und es wurde deutlich: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz können weiterhin Chancenbringer, aber keine Heilsbringer sein! ■

Erreichen neuer Zielgruppen im Netz

Thema bei der Studientagung *Akademien im Netz*

Am 3. und 4. März 2026 trafen sich im Rahmen von *Akademien im Netz* Öffentlichkeits- und Kommunikationsreferent:innen aus katholischen und evangelischen Akademien zu einem gemeinsamen Austausch. Inhaltlich drehten sich die Tage vor allem um Suchmaschinenoptimierung (SEO) für die Websites der Akademien, Leadgenerierung für Newsletter und Co. und wie aus einmaligen Besuchen echte Bindung entstehen kann.

Der erste Tag stand ganz im Zeichen des Ankommens, des persönlichen



Kennenlernens und eines offenen Austauschs über drängende Themen aus der Praxis. Schnell zeigte sich, dass alle Kolleginnen und Kollegen sich mit den gleichen Fragen beschäftigen, zum Bei-

spiel, ob ein Account auf TikTok eröffnet werden sollte und wie die Kolleginnen und Kollegen mit LinkedIn arbeiten.

Am zweiten Tag folgte ein inhaltlicher Impuls von Jona Hölderle, einem Berater und Coach für gemeinnützige Organisationen mit Fokus auf dem Thema Online-Marketing. Der Input zu Newslettermarketing, Mailings und Funktionsweisen von Suchmaschinen zur Verbesserung der eigenen Auffindbarkeit war für alle aufschlussreich und regte zur Diskussion an.

In entspannter Atmosphäre ergaben sich immer wieder Gelegenheiten, Einblicke in die Arbeit der anderen zu gewinnen und konkrete Ideen mitzunehmen. ■