zap

Das missionarische Potenzial der deutschsprachigen katholischen Bloggerszene

Anna Leonie Heiliger M.Ed.

herausgegeben vom
Zentrum für angewandte Pastoralforschung in Bochum
Januar 2015

ISSN 2364-0715

RUHR UNIVERSITÄT BOCHUM RUB

ZAP-Workingpaper 1

Besonderem Dank gilt dem Bonifatiuswerk als Förderer dieser Arbeit.

ZAP-Workingpaper

Die ZAP-Workingpapers veröffentlichen in loser Folge
Aufsätze, Literaturberichte, Empirische Sozialforschungen, Tool-Präsentationen u.a.
der ZAP-Mitarbeiter_innen des Zentrums für angewandte Pastoralforschung in Bochum.

Redaktion: Prof. Dr. Matthias Sellmann, Dipl. Theol. Michael Swiatkowski

Copyright: Das Copyright sowie die inhaltliche Verantwortung
liegen bei den Autor_innen.

Bezug: Alle Beiträge der ZAP-Workinpapers sind kostenfrei online verfügbar unter:
http://www.zap-bochum.de/ZAP/anbieten/workingpaper

ZENTRUM
FÜR ANGEWANDTE
PASTORALFORSCHUNG
zap
an der Ruhr-Universität Bochum
Bonifatiusstr. 21c
44892 Bochum-Langendreer

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG 1

2. GRUNDLAGEN ZUM UNTERSUCHUNGSFELD 3

2.1 GENESE DES SOCIAL WEBS 3

2.2 FUNKTIONEN UND PRAXIS DES SOCIAL WEBS 5

2.3. ENTWICKLUNG VON WEBLOGS ALS MEDIENFORMAT 6

2.3.1. Merkmale 7

2.3.2. Einsatzzwecke 8

2.3.3. Vernetzung in der Blogosphäre 10

2.3.4. Die Blogosphäre in Deutschland 11

2.3.5. Das Potenzial ausschöpfen: Erfolgskriterien und Strategien 13

2.4. DIE DEUTSCHSPRACHIGE, KATHOLISCHE BLOGGERSZENE 15

3. FACHWISSENSCHAFTLICHE GRUNDLAGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DES UNTERSUCHUNGSINSTRUMENTES 20

3.1 DIE LEBENSFÜHRUNGSTYPOLOGIE NACH GUNNAR OTTE 20

3.2. SINUS-MILIEUS 23

3.3. DIVISI: BESTIMMUNG VON INTERNET-MILIEUS 25

3.4. PARALLELISIERUNG DER STUDIEN 27

3.4.1. Übertragung der Lebensstile auf Sinus-Milieus 27

3.4.2. Parallelisierung von Lebensführungsstilen, Sinus-Milieus und Internet-Milieus 30

4. BEFRAGUNG VON DEUTSCHSPRACHIGEN, KATHOLISCHEN BLOGGERINNEN UND BLOGGERN 31

4.1. FRAGESTELLUNG 31

4.2. ENTWICKLUNG DES FORSCHUNGSDESIGNS 32

4.3. METHODE 33

4.3.1. Stichprobe 33

4.3.2. Messinstrumente 35

4.3.3. Durchführung 36

4.4. ERGEBNISSE 36

4.4.1. Soziodemographie 36

4.4.2. Grundlegende Merkmale des Weblogs 37

4.4.3. Spezifische Merkmale katholischer Weblogs *39*

4.4.4. Typologie der Lebensführung deutschsprachiger, katholischer Bloggerinnen und Bloggern *48*

4.4.5. Übertragung der Lebensführungstypen in Milieus *48*

4.5. DISKUSSION DER ERGEBNISSE 49

4.6. WEITERFÜHRENDE DISKUSSION DER ERGEBNISSE AUF DEM DRITTEN BLOGGERTREFFEN IN ERFURT AM 20.09.2014 55

5. AUSBLICK 60

ANHANG I

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS I

LITERATURVERZEICHNIS II

UNTERSUCHUNGSMATERIALIEN VI

A. FRAGEBOGEN VI

B. AUSWERTUNG DER KURZVERSION: CODIERUNG UND PERSONENZUORDNUNG ZU LEBENSFÜHRUNGSTYPEN NACH OTTE XI

C. AGGREGIERTER DATENSATZ XII

1. Einleitung

„Ich blogge, also bin ich."[1]

Dem Zusammenhang von Religion und Kommunikation ist eine signifikante, gegenseitige Bedingtheit eingeschrieben. Hierfür sind drei Dimensionen kennzeichnend:[2] Religion kann in einer Gesellschaft nur durch Kommunikation existieren;[3] Neben dem Dialog zwischen dem Göttlichen und Menschlichen hat auch die missionarische Sendung nur durch Kommunikation Bestand;[4] Des Weiteren ist religiöser Kommunikation „ein besonderes Verhältnis zur Wahrnehmung"[5] eingeschrieben, da es um Mitteilungen geht, die die Wahrnehmung übersteigen.

Mit der Entwicklung des Internets hat sich inzwischen eine „digitale Revolution" vollzogen.[6] Das World Wide Web stellt ein neues Kommunikationsmedium dar, durch das sich Kommunikationsprozesse massiv geändert haben. Im Kontext unserer digitalisierten Gesellschaft haben sich dadurch auch die Kommunikationsbedingungen der Religion nachhaltig verändert.[7] Dabei stellt sich die Frage, welche medialen Technologien für die Glaubenskommunikation fruchtbar sind oder es sein könnten. In unserem Zeitalter stellt das Internet für viele Menschen ein Leitmedium dar, das durch „Social Web"-Anwendungen große Chancen bietet den Glauben zu verkünden. Im Rahmen dieser Masterarbeit soll das moderne Phänomen der internetbasierten ‚Weblogs' betrachtet werden. Dies ist notwendig um das dynamisch wachsende Netzwerk von katholischen Bloggerinnen und Bloggern besser verstehen zu können. Mit dieser Forschungsarbeit wird der Versuch unternommen die deutschsprachige katholische Bloggerszene in ihrer Gestalt und ihren

---

[1] Antwort eines Befragten im Rahmen der hier durchgeführten Untersuchung.
[2] Vgl. Michael Ebertz: Religion, Kommunikation und Medien. in: Fürst, Gebhard (Hg.): Katholisches Medienhandbuch. Fakten, Praxis, Perspektiven, Kevelaer 2013, S. 35-46. S. 35f (im Folgenden zitiert als: Ebertz: Religion, Kommunikation und Medien).
[3] Vgl. Jamal Malki u.a.: Einleitung: Religion und Medien, S. 11, zit. nach Ebertz: Religion, Kommunikation und Medien, S.35.
[4] Vgl. ebd.
[5] Vgl. Hartmann Tyrell: Religiöse Kommunikation, S. 263, zit. nach Ebertz: Religion, Kommunikation und Medien, S. 35.
[6] Vanessa Diemand, Michael Mangold, Peter Weibel: Einleitung: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen. in: Diemand, Vanessa u.a. (Hgg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen, Hannover 2007, S. 3-20, S.4 (im Folgenden zitiert als: Diemand: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus).
[7] Ebertz: Religion, Kommunikation und Medien, S. 40.

Prozessen näher definieren zu können. Hierfür wird eine Umfrage durchgeführt, bei der unter anderem festgestellt werden soll, ob eine weblogbasierte Glaubensverkündigung möglich ist.
Die vorliegende Arbeit umfasst zwei Hauptteile. In dem ersten Teil werden die thematischen und fachwissenschaftlichen Grundlagen erläutert. Dafür werden in dem nächsten Kapitel als begrifflicher Bezugsrahmen die Grundlagen des Social Webs skizziert und die damit verbundene Evolution dargestellt. Die deutschsprachige „Blogosphäre" als auch die katholische „Blogozese" werden vorgestellt. In Kapitel 3 werden verschiedene soziologisch-empirische Studien präsentiert, die für die Untersuchung relevant sind.
Der zweite Teil dokumentiert die Planung, Durchführung, Auswertung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse. Die Dokumentation der Umfrage wird in Kapitel 4 erläutert. Hier soll auch der Frage nachgegangen werden, ob die Pastoraltheologie von der Glaubenskommunikation innerhalb der katholischen Bloggerszene lernen kann. Die Ergebnisse werden in diesem Kapitel in den Horizont der pastoraltheologischen Forschung eingebettet. Abgeschlossen wird die Arbeit durch ein Fazit.
Im Anhang sind Dokumente zum Messinstrument und die Datensätze in anonymisierter, aggregierter Form aufgeführt.

Die Erkenntnisse im Rahmen dieser Forschungsarbeit beruhen auf einer empirischen Umfrage. Für die Erstellung dieser Forschungsarbeit war die Orientierung an wissenschaftlichen Standards stets leitend. Auf Grund der hohen Dynamik des Untersuchungsfelds kann diese Arbeit nur eine Momentaufnahme der Situation liefern. Es kann und wird kein Anspruch auf Repräsentativität erhoben.

2. Grundlagen zum Untersuchungsfeld

Da die Begrifflichkeiten rund um den Themenkomplex „Internet" allesamt aus dem angelsächsischen Sprachraum stammen, werden um Missverständnissen vorzubeugen die hier bedeutsamen allgemeingültigen Termini zu Beginn differenziert. Darüber hinaus bietet das folgende Kapitel einen grundlegenden Überblick des Themenfeldes.

2.1 Genese des Social Webs

Die Ursprünge des Internets reichen bis in die späten 1960er Jahre zurück.[8] Im Rahmen dieser Arbeit sei lediglich auf die ereignisreiche Evolution hingewiesen, die einerseits durch technische Grundlagen von Software-Entwicklungen und andererseits durch politische Aspekte der Netzentwicklung beeinflusst wurden.[9] Der Terminus „Internet" ist als Oberbegriff für eine Gesamtheit zu verstehen. Das Internet besteht aus einer Vielzahl dezentraler, miteinander verbundener Computernetze und stellt die Basis für das Medium World Wide Web dar.[10] Dabei betont Medienwissenschaftler Werner Faulstich die notwendige Unterscheidung zwischen Internet und online Medien. Das Internet selbst verfüge über keine medienspezifischen Eigenschaften, da auf technischer Ebene „allein der Datenaustausch zwischen Computern und Netzen durch dafür entwickelte Datenprotokolle" realisiert werde.[11] Faulstich benennt darüber hinaus Internetdienste wie E-Mail, Internet Relay Chat und das World Wide Web[12], die jeweils als einzelne Medien definiert sind.

Das World Wide Web wurde erstmals als Internetdienst 1991 auf den Rechnern eines Kernforschungszentrums eingesetzt.[13] In Abgrenzung zu dem seit 2004 populärem Begriff „Web 2.0" wird nachträglich der Zeitraum von 1991-2004 teilweise als „Web 1.0" definiert. Der amerikanische Verleger Tim O'Reilly prägte im Jahr 2004 den Begriff „Web 2.0".[14] Schmidt betont, dass

---

[8] Jan Schmidt: Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, in: Zerfaß, Ansgar u.a. (Hgg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. (Neue Schriften zur Online-Forschung) Bd. 1, Köln 2008, S. 18-40, S. 20 (im Folgenden zitiert als: Schmidt: Was ist neu am Social Web).

[9] Schmidt: Was ist neu am Social Web, S. 20.

[10] Bernd Bekavac, Norbert Lang: World Wide Web. in: Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien, 5. Auflage, Stuttgart 2004, S. 433-453, S. 433.

[11] vgl Werner Faulstich: Grundwissen Medien, S. 274, zitiert nach Pelzer, Jürgen: Netzinkulturation.de. Die neue Kultur des Internets als pastorale Herausforderung, Frankfurt a.M. 2005, S. 7.

[12] Im Folgenden findet ebenfalls das deutsche Wort „Netz" (engl. Web) als Synonym Verwendung.

[13] Peter Glaser: 5000 Jahre in 1500 Sekunden. in: Diemand, Vanessa u. a. (Hgg.): Ich, Wir und Die Anderen. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen II, Hannover 2009, S. 21-36, S. 22f.

[14] Schmidt: Was ist neu am Social Web, S. 19.

der Zusatz „2.0“ fälschlicherweise die Annahme eines deutlichen Bruches mit früheren Internetentwicklungen impliziere.[15] Im Bereich der Software-Verwendungen werden neue Versionen mit einer Versionsnummer versehen, wenn sie grundlegende Veränderungen zu dem Vorgänger beinhalten. Dadurch wurde mit der Verwendung des Begriffes „Web *2.0*“ ein revolutionärer Wandel des Internets assoziiert. Schmidt räumt ein, dass der Begriff „Web 2.0“ als Sammelbegriff für verschiedene Anwendungen geeignet sei, widerlegt anhand verschiedener Beispiele jedoch die Assoziation eines plötzlichen Sprunges auf eine neue Version des Internets.[16] Die jahrzehntelange Entwicklung des World Wide Web zu einem universalen Internet für den Endnutzer beruhe auf verschieden gearteten Vorläufern: Bereits vor 2004 gab es webbasierte Programme von heute populären Anwendungen[17]; Darüber hinaus wurde teilweise auf langjährig bestehende Dienste des Identitäts- und Beziehungsmanagements zurückgegriffen.[18] Schmidt benennt ebenfalls den Rückgriff auf bereits existierende Leitbilder. So zielte beispielsweise der Visionär Vannevar Bush im Jahr 1945 auf die Realisierung seiner Idee, die Verwaltung von Informationen durch assoziative Verknüpfungen zu erleichtern, ab.[19] Hier wurden vor über 60 Jahren Prinzipien entwickelt, die heute als besondere Merkmale des „Web 2.0“ postuliert werden. Die Neuerungen und Besonderheiten sind in einem bestimmten Bereich des Internets festzustellen, der von einem sozialen Charakter durchdrungen ist und besonders „Kommunikation und anderes aufeinander bezogenes Handeln zwischen Nutzern fördert“[20]. Die Anwendungen in diesem Bereich gehen über das klassische Sender-Empfänger-Modell der traditionellen Kommunikationsmedien wie beispielsweise dem Rundfunk hinaus, da ein „interaktiver, dezentraler und internationaler Kommunikationsraum“[21] aktiviert wurde. Vor dem Hintergrund dieser Erläuterungen plädiert Schmidt aus kommunikationssoziologischer Sicht für den Terminus „Social Web“, der im Verlauf dieser Arbeit anstelle von „Web 2.0“ verwendet und näher erläutert wird.

---

[15] Ebd. S. 22.
[16] Ebd.
[17] Ebd. S. 21.
[18] Ebd.
[19] Ebd.
[20] Vgl. Schmidt: Was ist neu am Social Web, S. 22.
[21] Vgl. Diemand: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus, S. 11.

2.2 Funktionen und Praxis des Social Webs

Von dem lateinischen Wort „socialis“ abgeleitet, beinhaltet das englische Wort „social“ ebenfalls die ursprüngliche Doppeldeutigkeit: so kann das Wort mit „gesellschaftlich“ oder „gesellig“ übersetzt werden. Sowohl die gesellschaftliche als auch die gemeinschaftliche Dimension kann im Social Web gefunden werden.[22] Schmidt betont die Dualität von Struktur und Handeln bei der Nutzung des Social Webs, da sich individuelles Handeln immer vor dem Hintergrund sozialer Strukturen vollzöge.[23] Die Nutzung des Social Webs ist durch drei strukturelle Dimensionen determiniert: 1. wird für das individuelle Handeln die Befolgung von Verwendungsregeln, 2. die Verknüpfung von Beziehungen und schließlich 3. auf softwaretechnischen Grundlagen die Bereitstellung bestimmter Handlungsweisen vorausgesetzt.

Anwendungen des Social Webs unterstützen im Bezug auf das individuelle Handeln drei Facetten der Nutzungspraxis.[24] Nutzer können Aspekte der eigenen Person beispielsweise in Weblogs, Podcasts oder Videocasts publizieren und somit Anderen zugänglich machen. Hierbei handelt es sich um Strategien des Identitätsmanagements.

Auf solchen Formen der Selbstpräsentation aufbauend erfolgen Praktiken des Beziehungsmanagements im Social Web: Auf Kontaktplattformen werden z.B. bestehende soziale Kontakte gepflegt und neue Beziehungen geknüpft. Das Identitäts- und das Beziehungsmanagement sind stets untrennbar miteinander verbunden.

Schließlich kanalisieren Social Web-Anwendungen Aufmerksamkeit, da der Nutzer immer auch Rezipient vorhandener Informationen ist. Je nach Social Web-Anwendung praktiziert der Nutzer mögliche Strategien des Informationsmanagements wie z.B. das Erfassen, Filtern und Verwalten relevanter Informationen.

Bei der Unterscheidung von Social Web-Anwendungen sind vier Typen zu benennen: Wikis, Weblogs, Social Network- und Social Sharing-Dienste.[25] Die Medienwissenschaftlerin Anja Ebersbach ordnet sie nach der unterschiedlichen Gewichtung kommunikationswissenschaftlicher Aspekte ein und verortet die Anwendungen in einem Dreieck der wechselseitig wirkenden Dimensionen: Information, Beziehungspflege oder Kollaboration.[26]

---

[22] Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl (Hgg.): Social Web. Konstanz 2008, S. 30 (im Folgenden zitiert als: Ebersbach u.a.: Social Web).
[23] Schmidt: Was ist neu am Social Web, S. 22.
[24] Ebd. S. 23f.
[25] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 33.
[26] Ebd. S. 34.

Trotz der zuvor beschriebenen, kontinuierlichen Entwicklung des Social Webs stellt Schmidt besondere, aktuelle Veränderungen fest. Das Social Web förderte einen erheblichen Bedeutungsgewinn des aktiven Nutzers als sogenannter „Produser". Dabei handelt es sich um Internetnutzer, die sowohl Daten und Informationen rezipieren als auch eigenständig produzieren.[27] Besonders erwähnenswert ist die Tatsache, dass „Produsage" dabei nicht allein dem persönlichen Identitäts-, Beziehungs- oder Informationsmanagement dient, sondern sich als Alternative zu der konventionellen Wissensproduktion und –distribution etabliert hat.[28] Durch Produsage-Praktiken wurden Veränderungen im Bereich der Öffentlichkeit bewirkt und reichen somit über den Bereich des Social Webs hinaus. So bewirkte das Aufkommen von Weblogs anhaltende Diskussionen um ihre Konkurrenz oder Komplementarität zu oder auch ihr Potenzial für den Journalismus zu ergründen.[29]

2.3. Entwicklung von Weblogs als Medienformat

Die Wurzeln des Medienformats „Weblog" reichen bis zu den frühen 1990er Jahren zurück. Dabei dienen verschiedene Quellen, wie z.B. kommentierte Linksammlungen oder Content Management Systeme, als technische Vorläufer.[30] Pioniere wie Dave Winer oder Steve Bogart, prägten seit Mitte der 1990er Jahre tagebuch- oder journalartige Weblogs.[31] Erstmalig wurde der Begriff „Weblog" von dem Programmierer Jørn Bager im Jahr 1997 verwendet.[32] Seit 1999 ist ein explosionsartiges Wachstum festzustellen: Während es in jenem Jahr insgesamt 23 Weblogs gab, belief sich im Jahr 2008 die Anzahl weltweit auf 112 Millionen Blogs.[33] Laut dem Markforschungsunternehmen Nielsen wurden im Jahr 2011 weltweit rund 173 Millionen Weblogs verzeichnet.[34] Die globale Anzahl steigt kontinuierlich an. Die Gesamtheit aller Blogs und ihre Verbindungen untereinander werden als „Blogosphäre" bezeichnet. Ebersbach weist darauf hin, dass

---

[27] Schmidt: Was ist neu am Social Web, S. 26.
[28] Ebd. S. 27.
[29] Ebd. S. 32.
[30] Rainer Bartel: Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium, CHIP Edition – einfach professionell, München 2008, S. 10ff. (im Folgenden zitiert als: Bartel: Blogs für alle).
[31] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 58.
[32] Jan Schmidt: Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie, Konstanz 2006, S. 13 (im Folgenden zitiert als: Schmidt: Weblogs).
[33] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 57ff.
[34]Vgl. Statistiken zum Thema Blog. Aktuelle Informationen und Daten zum Thema Blog, online verfügbar: http://de.statista.com/themen/248/blog/.

korrekterweise nicht von einer einzigen Blogosphäre gesprochen werden kann, da viele, untereinander vernetzte Communitys existieren.[35] In den USA hat sich die bisher größte Blogosphäre der westlichen Welt entwickelt.[36] Mitunter durch eine besonders breite Quellenvielfalt gelingt es den amerikanischen Bloggerinnen und Bloggern traditionelle Massenmedien partiell zu ersetzen. Insgesamt ist festzuhalten, dass sich vor allem durch die technischen Möglichkeiten und die damit verbundene leichte und überwiegend kostengünstige Bedienbarkeit das Bloggen zu einem alternativen Informations- und Unterhaltungssystem entwickeln konnte.

2.3.1. Merkmale

Im deutschen Sprachraum hat sich der Begriff „Blog" inzwischen als gängige Kurzform durchgesetzt. Für eine Begriffsbestimmung gilt es das Wort „Weblog" näher zu beleuchten. Etymologisch handelt es sich bei dem Begriff „Weblog" um ein neugebildetes Kompositum aus den Begriffen „Web" und dem aus dem Seewesen stammenden Wort „Logbuch". Im Seewesen dienen Logbücher zur chronologischen Dokumentation von relevanten Ereignissen, welche jeweils mit Datums- und Ortsangabe versehen werden.[37] Analog dazu wird in der (Fach-)literatur „das Blog" als eine Art autobiographisches Internet-Tagebuch (de-)klassifiziert, in denen die Autorinnen und Autoren mit kurzen Texten referentielle Bezüge zu aktuellen Themen und internetbasierten Quellen herstellen oder auch persönliche Erfahrungen preisgeben.[38] Verfasser von Blogs werden als Bloggerinnen und Blogger bezeichnet. Im Vergleich zu der traditionellen Tagebuchkultur liegt bei einem Blog keine private Verwendung vor, da Blogautoren sich über ihr potenzielles Massenpublikum bewusst sind.[39] Der Unterschied zwischen einer Website und einem Blog ist anhand von vier Kriterien überprüfbar. In einem Blog werden die Einträge, auch aus dem Englischen Posting oder Post, in chronologisch umgekehrter Reihenfolge veröffentlicht. Die Texte sind durch eine hohe Aktualität gekennzeichnet, neue Beiträge werden in relativ kurzen Abständen publiziert und archiviert. Durch sogenannte Permalinks werden einzelne Einträge eindeutig Adressen (URL) zugeordnet und bleiben dadurch auffindbar. Darüber hinaus lebt ein Blog von der Interaktion zwischen den Autorinnen und Autoren und ihrer Leserschaft: Blog-Leser können mittels Kommentarfunktion Stellung beziehen und dadurch kontroverse Diskussionen oder Gesprächen

---

[35] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 67.
[36] Bettina Beyer, Lothar Rolke: Blogger in Deutschland – Die etwas andere publizistische Macht. in: Fachhochschule Mainz (Hg.): Update, Heft 17, Mainz 2013, S. 16-22, S. 19 (im Folgenden zitiert als: Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland).
[37] Bartel: Blogs für alle, S. 13.
[38] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 56.
[39] Ebd.

erwirken. Als viertes Kriterium sei auf den Internet-Bezug verwiesen. Meistens werden Links zu den Quellen oder Verlinkungen zu anderen Blogs, sogenannte „Trackbacks“, belegt. Besonders durch die Entwicklung der Trackbacks oder die Integration von RSS-Feeds wurde eine „hochgradig intern und mit anderen Online-Inhalten vernetze Blogosphäre“ ermöglicht.[40] Schmidt betont die vielfältigen Einsatzzwecke von Weblogs und komprimiert ihre Gemeinsamkeiten auf drei Leitbilder:[41] Weblogs gelten erstens durch die Subjektivität und den Bezug auf die Autorität der persönlichen Erfahrung als authentisch; Weblogs zeichnen sich zweitens mittels technischer Merkmale als dialogorientiert aus; Drittens stellen Weblogs eine dezentrale Form des Austausches dar.

2.3.2. Einsatzzwecke

Schmidt warnt davor die unterschiedlichen Praktiken mit einem einzigen Begriff als „das Bloggen“ zu bezeichnen.[42] Die weblogbasierte Kommunikation sei hoch dynamisch und in einem Institutionalisierungsprozess befindlich. Dabei unterscheidet Schmidt drei Praktiken des Bloggens, die an bestehende Elemente von Kommunikationsformen anknüpfen und diese durch eigene Verwendungsregeln erweitern.[43] Einerseits sind journalistisch gefärbte Blogs zu benennen. Die weblogbasierte Beteiligung an der politischen Öffentlichkeit im Bereich des Journalismus wird von der Gesellschaft kritisch erörtert. Vor allem der mögliche Einfluss von Blogs auf den etablierten Journalismus steht häufig im Zentrum der Diskussion. Schmidt verweist darauf, dass lediglich eine Minderheit von Bloggern gesellschaftliche Themen journalistisch behandle.[44]

Des Weiteren sei inzwischen das Potenzial von Blogs im Bereich der Wirtschaft von Unternehmen erkannt worden, sodass Blogs in der Organisationskommunikation etabliert wurden. Dabei richten Unternehmen Blogs besonders für Zwecke des Marketings ein.[45]

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit soll gezeigt werden, dass besonders private Blogs von den katholischen Bloggern geführt werden. Daher wird dieser Einsatzzweck im Folgenden intensiver thematisiert.

---

[40] Vgl. Schmidt: Weblogs, S. 14.
[41] Schmidt: Weblogs, S. 9.
[42] Ebd. S. 9.
[43] Ebd. S. 66.
[44] Ebd. S. 119.
[45] Ebd. 95ff.

Schmidt betont, dass die Mehrheit der Weblogs aus privaten Blogs, oder auch Online-Journalen, besteht.[46] Dabei ließe sich eine Ambivalenz zwischen deren bedeutender Dominanz und der dennoch geringen Wahrnehmung oder Marginalisierung im öffentlichen Diskurs feststellen. In konkreten Nutzungsepisoden des Social Webs kommen die drei Handlungskomponenten Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement zur Geltung. Persönliche Online-Journale erlauben in besonderem Maße Formen der Selbstdarstellung und des Identitätsmanagements. Die identitätsbildende Entwicklung eines jeden Menschen ist einerseits abhängig von situativen Erfahrungen und andererseits von der Rezeption dieser Erfahrungen.[47] Das klassische Identitätskonzept einer stabilen Persönlichkeit werde heutzutage durch ein dynamisches Identitätsverständnis ersetzt. In unserer modernen Lebenswelt bedingt die gesellschaftliche Differenzierung unsere Identitätsbildung, da wir einerseits in verschiedene Rollenbeziehungen eingebunden sind und andererseits ungeplante Lebenssituationen die Modifikation der eigenen Identität verlangen.[48] Identitätstransformationen werden vor allem durch Selbstnarration unterstützt, indem Menschen ihre Identität durch Erzählungen rahmen.[49] Die Suche nach der eigenen Ausdrucksform durch das Erzählen von Geschichten wird oft als wichtiger Beweggrund für das Führen eines Blogs angegeben.[50] Für Praktiken des Bloggens wird die persönliche Authentizität als zentraler Punkt erachtet.[51] Die Archivierung alter Blogeinträge ermöglicht die Reflexion der Persönlichkeitsentwicklung. Dies illustriert die Möglichkeit das Format Weblog als Ausdruck einer fortlaufenden Selbstnarration zu verstehen.[52] Die Identitätskonstruktion vollzieht sich über das eigene Handeln als Autor und die Auseinandersetzung mit den Reaktionen der Leser.[53]

Die Herausbildung einer eigenen Identität wird entscheidend durch soziale Beziehungen beeinflusst. Die Pflege sozialer Beziehungen und der oftmals daraus resultierende Aufbau sozialer Netzwerke stellt ein besonderes Merkmal der weblogbasierten Online-Journale dar.[54] Durch die Identifikation gemeinsamer Interessen oder Lebenswelten entstehen virtuelle Gemeinschaften, die unter anderem durch gegenseitige Unterstützung Zusammengehörigkeit generieren. Dies schlägt sich beispielsweise in professionellem Wissensmanagement, dem Austausch von persönlichen Neuigkeiten bis hin zu Ratschlägen und Trost in privaten Krisensituationen.[55] Dabei

---

[46] Ebd. S. 69.
[47] Karl Haußer: Identitätspsychologie, zitiert nach Schmidt: Weblogs, S. 72.
[48] Schmidt: Weblogs, S. 72.
[49] Ebd. S. 73.
[50] Ebd. S. 77.
[51] Ebd.
[52] Ebd. S. 78.
[53] Ebd. S. 79.
[54] Ebd. S. 90ff.
[55] Schmidt: Weblogs, S. 169.

werden bei Intensivierung eins Kontaktes auf weitere mediale Kanäle zurückgegriffen und können nach Bedürfnis in realen Treffen münden. So muss ein soziales Netzwerk nicht auf den virtuellen Raum begrenzt bleiben, sondern kann sich auf regelmäßige Treffen wie Blogger-Stammtischen ausweiten.[56]

2.3.3. Vernetzung in der Blogosphäre

Weblogs sind wesentlich durch ihre Vernetzungslogik geprägt. [57] Eine isolierte Betrachtung eines Weblogs werde der Komplexität des Weblogformates nicht gerecht. Die Gestalt und Dynamik von Netzwerken werden nach Schmidt durch „Vernetzungsregeln" beeinflusst.[58] Als Bestandteil des Beziehungsmanagements können Vernetzungsregeln inhaltlicher oder sozialer Art sein: der Link zu einem Eintrag kann Anschlusskommunikation ermöglichen oder drückt eine Beziehung zu dem verlinkten Autor aus.

Als zentrales technisches Merkmal wurde der Permalink, als eigenständige URL für jeden Beitrag, bereits erwähnt. Durch hypertextuelle Verlinkungen, wie Trackbacks, werden das Verbreitungstempo von Themen und die Rückkopplungseffekte zwischen den Blogs erhöht. [59] Die Netzwerke der Blogosphäre konstituieren dadurch Teilöffentlichkeiten, in denen Inhalte publiziert und durch Bezugnahmen diskutiert werden.[60]

Des Weiteren übernimmt die sogenannte Blogroll eine wichtige Rolle für die Verknüpfung in einem globalen Netzwerk. Bei diesem technischen Feature handelt es sich um eine individuelle Linksammlung beliebter Blogs eines Blogautors. [61] Die Blogroll ist für Leser öffentlich einsehbar und meist gut sichtbar platziert. Neben der für den Autor praktischen Funktion eines schnellen Zugriffs auf bevorzugte Internetquellen, beinhaltet die Blogroll zwei weitere Funktionen. Zum einen ermöglicht sie dem Autor weitere interessante Weblogs oder Webseiten seiner Leserschaft zu empfehlen. Zum anderen erlaubt die Sammlung Rückschlüsse auf die Persönlichkeit und somit Glaubwürdigkeit des Bloggers. Schmidt schreibt der Blogroll eine relevantere Bedeutung für den Aufbau von Relationen als den relativ flüchtigen Linkverweisen zu.[62]

---

[56] Ebd. S. 93.
[57] Sandra Berlinecke, Caja Thimm: Mehr Öffentlichkeit für unterdrückte Themen? Chancen und Grenzen von Weblogs. in: Pöttker, Horst/ Schulzki-Haddouti, Christiane (Hgg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung", Wiesbaden 2007, S. 81-100, S. 86 (im Folgenden zitiert als: Berlinecke/ Thimm: Öffentlichkeit).
[58] Schmidt: Weblogs, S. 48.
[59] Berlinecke/ Thimm: Öffentlichkeit, S. 86.
[60] Schmidt: Weblogs, S. 57.
[61] Ebersbach u.a.: Social Web, S. 65.
[62] Schmidt: Weblogs, S. 49.

Sowohl Suchmaschinen wie Google oder Technorati, eine auf Weblog-Plattform, als auch sogenannte Metablogs durchsuchen Weblogs nach eingegebenen Stichworten.[63] Durch das sogenannte PageRank-System von Google werden jene Blogs in der Ergebnisliste besonders hoch platziert, die eine quantitativ dichte Verlinkungsstruktur aufweisen. Die Positionierung in einer Rangfolge ist nicht nur in der Relevanz der Inhalte, sondern besonders in der reziproken Bedeutung zu anderen Seiten begründet. Google strukturiert folglich die Aufmerksamkeit, da die Linkstruktur als Qualitätsindikator verwendet wird und weniger bekannte Blogs somit in der Ergebnisrangfolge herabgesetzt werden.
Es kann festgehalten werden, dass Stärke, Dichte und Reichweite von sozialen Netzwerken in der Weblog-Kommunikation durch sozio-technische Merkmale bestimmt werden.[64]

2.3.4. Die Blogosphäre in Deutschland

Die Blogosphäre in Deutschland befindet sich laut neuesten Erkenntnissen von Beyer und Rolke in einer Konsolidierungs- und Profilierungsphase.[65] In Fachkreisen wird die Angabe exakter Zahlen gemieden, da es keine verlässlichen Aussagen geben.[66] Dies ist in der Problematik verschiedener Abgrenzungs- und Messprobleme begründet. Darunter zählt beispielsweise der Umstand, dass es keine Registrierungspflicht gibt oder die dass nur ein Teil der Weblogs tatsächlich aktiv geführt wird.[67] Schätzungen zufolge liegt die Anzahl der Bloggerinnen und Blogger und der mindestens gelegentlichen Blog-Besucher in Deutschland bei stabilen drei Millionen.[68]
Beyer und Rolke betonen in diesem Zusammenhang das Argument der Qualität und beurteilen die Quantität als weniger relevant. Die deutsche Blogosphäre werde von den klassischen Medien und den schnell wachsenden Plattformen wie Facebook oder dem bedeutsamen Microblog Twitter eingeengt. Beyer und Rolke stellen fest, dass deutsche Blogger „Spitzenleistungen in der Nische“[69] erbringen. Als „Welt des Hintergründigen, der Details und des Liegengelassenen“ bietet die Blogosphäre jedem Autor und Inhalt eine publizistische Bühne.[70]
Die Zugriffszahlen erfolgreicher, deutscher Blogs bewegen sich zwischen 320.000 und etwa 1,3 Millionen Zugriffen pro Monat. Diese Zahlen sind gemessen an der Situation in den USA sehr

---

[63] Berlinecke/ Thimm: Öffentlichkeit, S. 87.
[64] Schmidt: Weblogs, S. 58.
[65] Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 17.
[66] Ebd. S. 21.
[67] Schmidt: Weblogs, S. 15ff.
[68] Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 21.
[69] Vgl. Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 17.
[70] Vgl. ebd. S. 21.

gering, so Beyer und Rolke.[71] Dort werden beispielsweise monatlich mit dem Blog „TechCrunch" bis zu 4,5 Millionen und mit dem Blog „Huffington Post" 25 Millionen Aufrufe verzeichnet. Die Reichweite des Medienformates ist in Deutschland derzeitig noch relativ gering. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie aus dem Jahr 2013 zeigten, dass wöchentlich 4% und in unregelmäßigen Abständen 16% der Internetnutzer Weblogs lesen.[72] Im Vergleich zu den Vorjahren ist ein Zuwachs von 9% bei der gelegentlichen Rezeption von Weblogs zu konstatieren: Im Jahr 2008 lag der Prozentsatz bei sechs Punkten; von 2009 bis 2012 stabilisierte sich ein Prozentsatz von sieben Punkten. Auf der Grundlage ihrer Blogstudie stellen Berendt u. a. anhand zeitlicher Aktivitätsmuster die Hypothese auf, dass deutschsprachige Weblogs besonders als Freizeitbeschäftigung betrieben werden.[73]

Auf Grundlage der Umfrage „Wie ich blogge?!" aus dem Jahr 2005 konnten die Autoren Jan Schmidt und Martin Wilbers aussagekräftige Ergebnisse für die aktive deutschsprachige Blogosphäre ermitteln. Die Aussagen beruhen auf der Auswertung von einem Datensatz mit 5.246 selbstrekrutierten Teilnehmerinnen und Teilnehmern, daher erheben die Autoren keinen Anspruch auf statistische Repräsentativität.[74] 84% der Befragten sind aktive Bloggerinne und Blogger. Bemerkenswert ist das vergleichsweise ausgeglichene Geschlechterverhältnis von 54,4% Männern zu 45,6% Frauen Bei näherer Betrachtung der Geschlechterverteilung unter den aktiven Bloggern in allen Altersgruppen zeigt sich, dass Männer in den Altersgruppen über 20 Jahren die Mehrheit bilden. Etwa 66% der Bloggerinnen und Blogger sind im Alter zwischen 20 und 39 Jahren, das Durchschnittsalter beträgt 29,3 Jahre. Über zwei Drittel der Befragten weisen einen hohen Bildungsgrad, d.h. Abitur oder akademischen Abschluss, auf. Das ermittelte soziodemographische Profil ist, abgesehen von dem ausgeglichenen Geschlechterverhältnis, mit dem Profil von Pioniernutzern neuer Internet-Technologien vergleichbar.

Die Mehrheit der Bloggerinnen und Blogger verwendet Weblogs zur Dokumentation des eigenen Lebens oder gewisser lebensweltlicher Aspekte. Dies ergibt sich sowohl aus den Inhalten als

---

[71] Ebd. S. 16.

[72] Birgit van Eimeren, Beate Frees: Rasanter Anstieg des Internetkonsums - Onliner fast drei Stunden täglich im Netz. in: Medien Perspektiven, 7-8/ 2013, S. 358-372, Vgl. Tab. 10, S. 364.

[73] Bettina Berendt, Martin Schegel, Robert Koch: Die deutschsprachige Blogosphäre: Reifegrad, Politisierung, Themen und Bezug zu Nachrichtenmedien. in: Zerfaß, Ansgar u.a. (Hgg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. (Neue Schriften zur Online-Forschung) Bd. 2, Köln 2008, S. 72-96, S. 94 (im Folgenden zitiert als: Berendt u.a.: Die deutschsprachige Blogosphäre).

[74] Jan Schmidt, Martin Wilbers: Universität Bamberg, Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften, Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien" (Ed.): Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. Bamberg. 2006, S. 2ff.

auch Motiven: Als vorherrschende Inhalte werden von 75 % Erlebnisse der unmittelbaren Lebenswelt und Freizeit und von 58 % Themen der schulischen, studentischen oder beruflichen Beschäftigung benannt. Als häufigste Motivation für das Führen eines Weblogs wurden von zwei Drittel der Befragten Spaß und Freude am Schreiben als auch der Wunsch, Ideen für sich selbst festzuhalten, angeführt. Ähnliche Nutzungsmotive erbrachten eine Blogstudie von Zerfaß und Bogosyan aus dem Jahr 2007, der zufolge in Deutschland zwei Motive dominant sind.[75] Feldführend ist erstens der Beweggrund eigene Gedanken zu publizieren, darauf folgt zweitens das Motiv von anderen Bloggern Neues zu erfahren. An dritter Stelle wird erst das Interesse an Austausch und Vernetzung benannt.

Sowohl innerhalb der Blogosphäre selbst als auch mit dem etablierten Mediensystem bestehen starke Vernetzungen.[76] Dabei bleiben, im Vergleich zu der US-amerikanischen Blogosphäre, die Links der deutschen Blogosphäre in relativ geschlossenen Netzwerken.[77] Gleichzeitig werden Vernetzungen mit anderen Social Media-Angeboten wie Facebook und Twitter als digitale Multiplikatoren offensiv genutzt. Der Vergleich verschiedener Untersuchungen zeigt eindeutig, dass ein proportionaler Zusammenhang zwischen Professionalisierung und der Dichte der Vernetzungen besteht: Je professioneller ein Blogger, desto mehr steht er mit anderen Bloggern im Austausch.[78]

2.3.5. Das Potenzial ausschöpfen: Erfolgskriterien und Strategien

Mit Blick auf die erfolgreiche, englischsprachige Blogosphäre definieren Beyer und Rolke Erfolgskriterien, durch deren Anwendung die noch „unterentwickelte Blogosphäre in Deutschland“[79] sich zu einer stärkeren, publizistischen Kraft entwickeln könnte.

Auf der einen Seite stehen drei Erfolgsmerkmale, die auch bei den traditionellen Medien zu finden sind.[80] So entscheide die Anzahl der Leser über die Reichweite des Mediums. Ein nachhaltig attraktiver Blog muss regelmäßig eine Leserschaft um sich versammeln können. Darüber hinaus sei das Kriterium der Beachtung erfolgsweisend, das sich in der Zitation durch Dritte niederschlägt. Grundlegend hierfür sind qualitative Veröffentlichungen. Drittes sei man erfolgreich, wenn mit dem Medium Geld verdient werde. Bei einem Blog kann dies direkt durch Werbung auf

---

[75] Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 19.
[76] Ebd. S. 17.
[77] Berendt u.a.: Die deutschsprachige Blogosphäre, S. 94.
[78] Susanne Krauss: Weblogs als soziale Netzwerke Eine qualitative Beziehungsanalyse, S. 343, zitiert nach Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 20.
[79] Vgl. Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 17.
[80] Ebd. S. 21.

der Blogseite oder in der Position eines Experten indirekt durch Bücher oder Vorträge erwirtschaftet werden. Diese Kriterien können durch eine dichte Vernetzung innerhalb der Blogosphäre und weiteren Social Media-Plattformen als auch durch den Austausch mit klassischen Medien als Multiplikator dienen.

Beyer und Rolke haben für eine andauernde Attraktivität eines Weblogs zwei Basisstrategien identifiziert: die Experten- oder die Massenstrategie.[81]

Die Verfolgung der ersten Strategie ermöglicht es Experten eines Fachgebietes sich als Beobachter und zugleich Anwalt der Freiheit des Netzes zu präsentieren. Gleichzeitig ermöglicht die Expertenstrategie für Unternehmen, die sich im Internet zu bewegen wünschen, eine beratende Funktion einzunehmen.[82]

Die erfolgreiche Orientierung an einer massenhaften Leserschaft kann durch die Entwicklung eines publizistischen Nischenproduktes erlangt werden. Mithilfe der Massenstrategie erreicht ein Weblog eine so hohe Leserschaft, dass es für die Werbung interessant wird.[83]

Martin Weigert identifiziert sechs Merkmale, die einen guten Blog ausmache und von klassischen Online-Medien unterscheide.[84] Er fordert dazu auf mehr Links zu externen Websites und Blogs zu veröffentlichen. Bei den Quellenangaben sollen Weblogautoren Sorgfalt und Genauigkeit walten lassen. Gleichzeitig betont er, dass bei der Wahl der Quellen Statusdenken nicht dienlich sei. Als viertes Merkmal weist er darauf hin, dass teilweise die Leserschaft mehr über einen Sachverhalt wisse und man dies anerkenne müsse. Weigert insistiert auf die Darstellung der eigenen Subjektivität. Als sechsten handwerklichen Tipp rät Weigert bei Korrekturen von Artikeln eine transparente und nachvollziehbare Vorgehensweise anzuwenden.

---

[81] Beyer/ Rolke: Blogger in Deutschland, S. 21.

[82] Als Beispiele für die erfolgreiche Umsetzung der Expertenstrategie werden die Blogger Sascha Lobo (Buchautor, Journalist, Werbetexter), Klaus Eck (PR-Experte) und Thomas Knüwer (Journalist, Internetberater) angeführt.

[83] Beispielhaft für nachhaltige Massenstrategen werden Matthias Winks mit seinem Lifestyle-Blog „whudat“ und Sandra Tieso mit ihrem Promiblog „.gossipgirlz“ benannt.

[84] Martin Weigert: Dilettanten gibt es auf beiden Seiten. 27.05.2011. Online-Publikation: http://netzwertig.com/2011/05/27/blogs-contra-mainstream-medien-dilettanten-gibt-es-auf-beiden-seiten/.

2.4. Die deutschsprachige, katholische Bloggerszene

Deutschsprachige Autorinnen und Autoren, die ein katholisches Weblogs führen, bilden durch gegenseitige Verlinkungen ein Netzwerk der katholischen Bloggerszene. Im Jahr 2005 wurde im Stil eines Wörterbuchartikels die Bezeichnung *Blogozese*, auch *Blogoezese* oder *Blogözese*, erstmals von einem Blogger selbst benannt und als ein Neologismus aus den Wörtern „Blog" und „Diözese" zusammengesetzt.[85] Dabei handelte es sich ursprünglich um eine ironische Betitelung, die sich in dem aufgeführten Beispielsatz „In der Blogozese ist der Teufel los", als auch weiteren sarkastischen Kommentierungen zeigt. Inzwischen scheint die Bezeichnung unter den katholischen Bloggern verbreitet zu sein.[86] Um die Zugehörigkeit zur Blogozese zu bekunden, benennen sich einige Autoren als Blogozesane oder auch Kath-Blogger.[87]

Die Bezeugung des Evangeliums benennt der Theologe Norbert Kebekus als wichtigstes gemeinsames Nutzungsmotiv der Blogozesanen.[88] Institutionelle Blogs bilden im deutschsprachigen Raum eine Minderheit, wohingegen die meisten Bloggerinnen und Blogger ein privates Weblogs betreiben. In ihren Blogs vertreten „Kleriker wie Laien, Frauen wie Männer"[89] ihren Glauben. Unter den Blogozesanen befinden sich überproportional viele Autorinnen und Autoren, die zum katholischen Glauben konvertiert sind, so Kebekus. Als weiteres Charakteristikum sei erkennbar, dass die Bloggerinnen und Blogger insgesamt romtreu und kreativ sind.[90] Die Weblogs der Blogozese bilden kein einheitliches Konstrukt ab, sondern stellen eine vielfältige Interessens- und Meinungslandschaft dar. Gemäß der individuellen, autobiographischen Dokumentationsfunktion eines Weblogs variieren Stil, Form und inhaltliche Schwerpunkte. Um eine Idee von der Themenvielfalt innerhalb der Blogozese zu erhalten, ist die Betrachtung der Auszeichnungen und ihrer Kategorisierungen aufschlussreich. Im Jahr 2010 erhielt die Bloggerin Benedetta für besondere Verdienste in der kirchlichen Verkündigung mit ihrem Weblog „Impavidi progrediamur" den „Pauluspreis" der Blogozese.[91] Darüber hinaus wird im Abstand von ca. zwei Jahren der selbstge-

---

[85] Unbekannt: Blogozese. in: Catholicism Wow. Deutscher Hardcore Katholizismus. 06.06.2005. Online-Publikation: http://www.catholicism-wow.de/pivot/entry.php?id=119#comm.

[86] Norbert Kebekus: Die katholische Bloggerszene. in: Rehmann, Dieter (Hg.): Sinnstiftermag, Heft 14, 12/2012. Online verfügbar: http://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_14/titelstory.htm (im Folgenden zitiert als: Kebekus: Die katholische Bloggerszene).

[87] Josef Bordat: Was ist die Blogozese? in: Jobo72's Weblog. 17.03.2014. Online-Publikation: http://jobo72.wordpress.com/2014/03/17/was-ist-die-blogozese/.

[88] Kebekus: Die katholische Bloggerszene.

[89] Vgl. Bordat, Josef: Die Sinnsuche endet oft in einem Blog. in: Stadt Gottes. Magazin der Steyler Missionare, 03/2014. Online verfügbar: http://www.stadtgottes.de/stago/aktuelle_Beitraege/themen/03-2014/katholische-Blogger.php.

[90] Kebekus: Die katholische Bloggerszene.

[91] http://impavidiprogrediamur.blogspot.de.

gründete „Schwester-Robusta-Preis“ in verschiedenen Kategorien - Qualität, Spiritualität, Papsttreue, Politik, Dialog, Augenhonig, Kultur, Frische, Mauerblümchen, Zwerchfell, Großmaul, Cocktail, Trägheit, Abseits - von den Bloggerinnen und Bloggern an Blogozesane verliehen.[92] Neben dieser gemeinsam entwickelten Kultur der Preisverleihung werden weitere Online-Projekte, beispielsweise die Bloggerbekenntnisse zum Jahr des Glaubens, gemeinsam durchgeführt.[93]

Eine genaue Anzahl katholischer, deutschsprachiger Weblogs kann aus verschiedenen Gründen (vgl. Kapitel 2.3.4.) nicht angegeben werden. Allerdings können Schätzwerte der wachsenden Szene ermittelt werden. Seit Mai 2011 verzeichnet Erhard Eutebach, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, katholische Blogs und Nachrichtenseiten auf seiner privaten Linkliste „KATH.BLOGGER“. [94] Das Verzeichnis dient durch täglich mehrmalige Aktualisierungen als Übersicht der neuesten Blogbeiträge. Im Juli 2014 wurden 355 deutschsprachige, katholische Weblogs gezählt.[95] Dabei betont der Bloglistenbetreiber diese laufend per eigenständiger Recherche oder Hinweis um neue Blogs mit einem allgemeinen, katholischen Schwerpunkt zu erweitern. Ein ähnliches Projekt namens „blogozese.de“ wurde Ostern 2014 als registrierungspflichtiges Verzeichnis von Stefan Lesting initiiert.[96] Bei dem Verzeichniseintrag des eigenen Weblogs wird der Blogger gebeten eine passende Kategorie - Bistum, Freiwilligendienst, Hilfswerk, Jugend, Person, Sonstige, Theologie, Vatikan, Web 2.0 - zu wählen, optionale Informationen wie eine Kurzbeschreibung, das persönliche Themenspektrum und den realen Personen- oder Weblog- bzw. Bloggernamen anzugeben und mit einem Foto zu versehen. Das Projekt zielt darauf ab, eine Abbildung der katholischen Bloggerwelt erstellen zu können.[97] Lesting beschreibt den Umstand, dass sich einige katholische Bloggerinnen und Blogger der Blogozese nicht zugehörig fühlen.[98] Anhand seiner Begriffsdefinition der Blogozese als Internetlandschaft aller katholischen Blogs wendet Lesting ein, dass jeder katholische Blog-Betreiber Teil der Blogozese sei.

Eutebach erhält nach eigenen Angaben pro Vierteljahr drei bis vier Beschwerden über „unkatholische“ Inhalte von gelisteten Bloggern und wird meist gebeten jene Blogger von der Liste auszuschließen.[99] Hier deutet es sich an, dass innerhalb der gesamten katholischen Bloggerszene

---

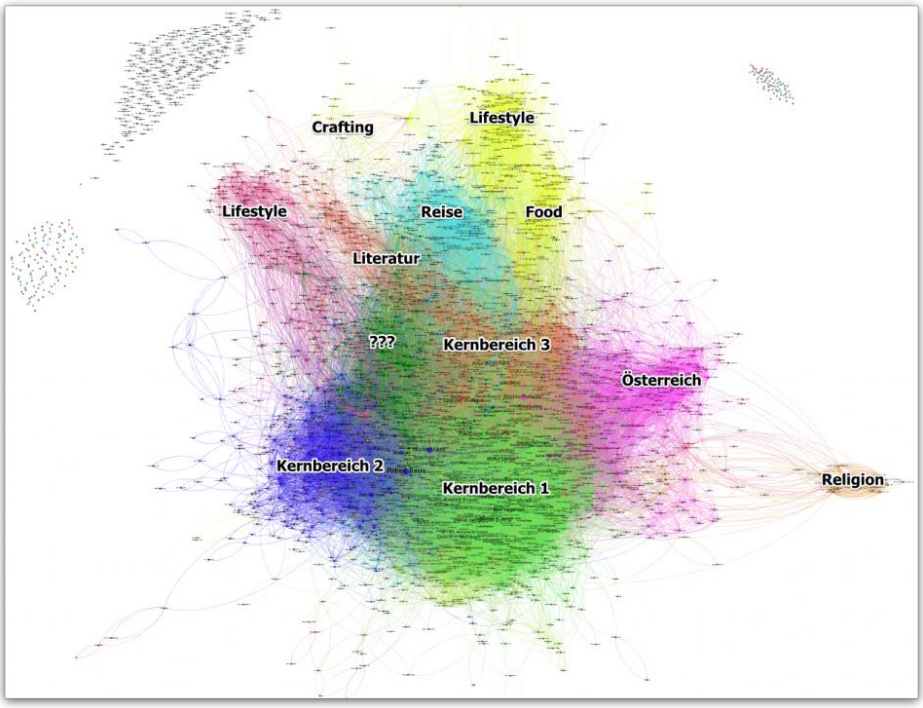
[92] http://blog.derherralipius.com/2012/08/aaaaaaand-winners-are.html.
[93] http://www.das-ja-des-glaubens.de
[94] Eutebach, Erhard: KATH.BLOGGER – Blogliste. Online verfügbar: http://bloggerliste.blogspot.de.
[95] Ergebnis einer eigenen Zählung.
[96] Stefan Lesting: Die Blogozese. Die katholische Bloggerwelt. Online-Publikation: http://blogozese.de.
[97] Lesting, Stefan: Blogozese – Verzeichnis online. in: Stefan Lesting – Plädoyer für den nächsten Innovationsschritt. 26.04.2014. Online-Publikation: http://www.lesting.org/blogozese-verzeichnis-online.html.
[98] Lesting, Stefan: Die Blogozese. in: Blogozese. Die katholische Bloggerwelt. Online-Publikation: http://blogozese.de/ueber.
[99] Eutebach, Erhard: Bloggertreffen... aber was ist das eigentlich, ein katholischer Blogger? in: KATH-BLOGGER - Blogliste. 09.05.2013. Online-Publikation: http://bloggerliste.blogspot.de/2013/05/bloggertreffen-aber-was-ist-das.html.

verschiedene Bedeutungen oder Assoziationen mit den Begriffen „katholisches Weblog“ oder „Blogozese“ existieren.

Bloggerlisten wie KATH.BLOGGER ermöglichen eine dichte Vernetzung untereinander. Dies ist auch für die deutschsprachige Blogozese feststellbar, die auch über andere Social Web-Dienste wie z.B. Facebook kommuniziert.[100] Mitunter dadurch kann die Reichweite des eigenen Blogs erhöht werden. Zwei Blogozesane können eine besonders hohe Reichweite aufweisen: So berichtet Bordat davon, dass mit den Weblogs „Elsas Nacht(b)revier“ und „Zeit zu beten“ über eine Millionen Zugriffe verzeichnen konnten.[101]

Luca Hammer, Student der Medienwissenschaften, visualisiert in seinem Projekt „#blognetz“ deutschsprachige Netzwerke.[102] Von den insgesamt 2.608 eingetragenen Weblogs sind 2,19%, das entspricht 57 eingetragenen Bloggerinnen und Bloggern, dem Thema Religion zugeordnet. Die Visualisierung (Abb. 1) verdeutlicht den Ansatz, dass ein klares Netzwerk zum Thema Religion mit einer stark in sich geschlossener Struktur vorliegt.

Abbildung 1: Visualisierung von Gruppen innerhalb der deutschsprachigen Blogosphäre



Quelle: http://www.2-blog.net/2014/07/20/blognetz-visualisierungen-juli-2014/#comments.

[100] Kebekus: Die katholische Bloggerszene.
[101] Bordat, Josef: Reichweite. in: Jobo72's Weblog. 13.05.2013. Online-Publikation: http://jobo72.wordpress.com/?s=reichweite.
[102] Luca Hammer: Blognetz Visualisierung Juli 2014. in: Luca Hammer schreibt und analysiert. 20.07.2014. Online-Publikation: http://www.2-blog.net/2014/07/20/blognetz-visualisierungen-juli-2014/#comments.

Allerdings ist die Vernetzung der Blogozesanen nicht auf den deutschsprachigen Raum begrenzt, sondern stellt Kontakte zu anderen, fremdsprachigen katholischen Weblogs her.[103]

Die katholische Kirche vertritt dem Internet und sozialer Kommunikationsmittel gegenüber eine positive Grundhaltung. Bereits im Jahr 1990 betonte Papst Johannes Paul II., dass damals moderne Medien nicht nur zur Verbreitung der christlichen Botschaft benutzt werden dürften, sondern „die Botschaft selbst muß [sic!] in diese, von der modernen Kommunikation geschaffene „neue Kultur" integriert werden."[104] Papst Benedikt XVI. unterstreicht 2011 anlässlich des 45. Welttags der sozialen Kommunikationsmittel das „außergewöhnliche Potential" des Internets.[105] Zu dem diesjährigen 48. Thementag forderte Papst Franziskus eine „Kommunikation im Dienst einer authentischen Kultur der Begegnung".[106] Hierfür müsse die Kirche der digitalen Welt ihrer Türen öffnen, damit das Evangelium hinaus zu allen Menschen gelangen könne.[107] Vor diesem Hintergrund konzentrieren sich inzwischen vielfache Bemühungen der katholischen Kirche in Deutschland auf die Erstellung und Umsetzung der geforderten Internetstrategie.[108] Kurzfristig luden die päpstlichen Räte für Kultur und soziale Kommunikation im Mai 2011 zu einem internationalen Bloggertreffen im Vatikan ein[109]. Von den 800 Interessenten konnten aus organisatorischen Gründen lediglich 150 Personen teilnehmen. Die Zahlen verdeutlichen das große Interesse. Die Bloggerin Barbara Wenz erläutert in diesem Zusammenhang die geringe Wertschätzung der deutschsprachigen Bloggerszene, die ein „journalistisches Potential" beherberge.[110] Es scheint aber nicht nur im Bezug auf die deutschsprachige Blogozese Schwierigkeiten zwischen offiziellen Stellen der Kirche und den katholischen Bloggerinnen und Bloggern zu geben, die vermutlich in gegenseitiger Skepsis begründet sind.[111] In Anlehnung an ein noch befangenes Treffen

---

[103] Barbara Wenz: Von halblebigen Freibeutern zu hart arbeitenden Fischern – katholische Blogger. http://sendezeit.wordpress.com/2010/05/23/von-halblebigen-freibeutern-zu-hart-arbeitenden-fischern-dkatholische-blogger/.

[104] Papst Johannes Paul II: Redemptoris Missio. online verfügbar: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_ge.html.

[105] Papst Benedikt XVI: Zum 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel. online verfügbar: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day_ge.html.

[106]Papst Franziskus: Zum 48. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel. online verfügbar: http://w2.vatican.va/content/francesco/de/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

[107] http://w2.vatican.va/content/francesco/de/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

[108] Pelzer: Gehet hin und bloggt!

[109] Radio Vatikan: Vatikan: Blogger-Meeting überbucht. 13.04.2011. Online-Publikation: http://de.radiovaticana.va/news/2011/04/13/vatikan:_blogger-meeting_überbucht/ted-478318

[110] Radio Vatikan: Kirchliches Bloggertreffen in Deutschland wäre schön. 04.05.2011. Online-Publikaiton: http://de.radiovaticana.va/articolo.asp?c=484272

[111] Kebekus: Die katholische Bloggerszene.

von amerikanischen Bischöfen mit katholischen Bloggerinnen und Bloggern formuliert der Blogozesane Peter Winnemöller sieben Punkte, die „die katholische[n] Bischöfe in Deutschland über uns wissen sollten".[112] Dabei stellt Winnemöller heraus, dass katholische Bloggerinnen und Blogger einfache, bloggende Katholiken sind, die die Meinung der Bischofskonferenz teilen. Katholische Bloggerinnen und Blogger lehnten „pseudokatholische Hetzseiten" strikt ab und wünschten sich eine funktionierende Kommunikation mit den Bischöfen. Schließlich erwähnt Winnemöller, dass die Bloggerinnen und Blogger in Ihrer Blogtätigkeit ehrenamtlich eine Form des Apostolats ablegen. Auch Josef Bordat erachtet „eine engere Zusammenarbeit von offiziellen Medienvertretern und den freischaffenden Bloggerinnen und Bloggern"[113] als notwendig.
Innerhalb der deutschsprachigen Blogozese kommt es zu privat vereinbarten[114] oder seit 2012 zu offiziell organisierten Treffen. Im September 2014 findet das dritte Bloggertreffen, zu dem jährlich das Referat Internetseelsorge der Katholischen Arbeitsstelle für missionarische Pastoral zusammen mit dem Referat Medienpastoral im Erzbischöflichen Seelsorgeamt Freiburg einlädt, statt.[115] Das meist dreitägige Bloggertreffen dient einerseits dem persönlichen Austausch untereinander und wird andererseits zu einem bestimmten, aktuellen Thema für den informativen Austausch veranstaltet.[116]

---

[112] Peter Winnemöller: Sieben Dinge, die Bischöfe über katholische Blogger wissen sollten. Online verfügbar: http://www.blog.peter-winnemoeller.de/?p=3967.
[113] Bordat, Josef: Die Sinnsuche endet oft in einem Blog. in: Stadt Gottes. Magazin der Steyler Missionare, 03/2014. Online verfügbar: http://www.stadtgottes.de/stago/aktuelle_Beitraege/themen/03-2014/katholische-Blogger.php.
[114] Vgl. z.B. den Eintrag: http://beiboot-petri.blogspot.de/2014/06/bischofsweihe-in-freiburg-peter-und.html.
[115] http://www.kamp-erfurt.de/de/internet/veranstaltungen/eigene-veranstaltungen/bloggertreffen-2014.html.
[116] Auch diese Arbeit wird dort vorgestellt und diskutiert werden.

3. Fachwissenschaftliche Grundlagen für die Entwicklung des Untersuchungsinstrumentes

Die Entwicklung einer Umfrage benötigt stets einen fachwissenschaftlichen Hintergrund. In dieser Arbeit wird eine Fragebogenversion aus der sozialwissenschaftlichen Forschung verwendet. Hierfür gilt es im nächsten Unterkapitel einen theoretischen Wissenshintergrund darzulegen. Darüber hinaus werden zwei Studien der Milieu-Forschung betrachtet. Um die Umfrageergebnisse in einen wissenschaftlichen Forschungshorizont stellen zu können, werden die verschiedenen Modelle miteinander verglichen. Daraus ergibt sich ein theoretisch entwickeltes Modell, das Parallelisierungen der unterschiedlichen Studien ermöglichen soll.

3.1 Die Lebensführungstypologie nach Gunnar Otte

Die Lebensstilforschung in Deutschland präsentiere sich als ein fragmentiertes Feld, das von aufwändigen und kaum replizierbaren empirischen Lebensstiltypologien geprägt sei.[117]

Der Soziologe Prof. Dr. Gunnar Otte diagnostiziert für konventionelle Ansätze vier Hauptprobleme.[118] Es bestehe erstens eine mangelnde Vergleichbarkeit der Typologien; durch die Vielfalt ermittelter Lebensstiltypologien seien Parallelisierungen äußerst problematisch. Zweitens sei der fragliche Realitätsgehalt einzelner Typologien zu beachten. Drittens weisen die meisten Lebensstilstudien Theoriearmut auf; so werden beispielsweise Entstehungs- und Handlungslogiken selten theoretisiert. Als viertes Hauptproblem benennt Otte den Erhebungsaufwand, da Lebensstilmodelle in besonderem Maße zeitintensive und teure Instrumente darstellen. Otte sieht diese Grundprobleme in methodologisch-methodischer Weise begründet. So resultierten die Defizite aus empiristischem, auf Cluster- und Korrespondenzanalysen basierendem Vorgehen.[119]

Der Lebensstilforschung in Deutschland mangele es aus oben genannten Gründen vor allem an systematischen Vergleichsmöglichkeiten und Erkenntnissen bezüglich räumlicher und zeitlicher Entwicklungen der Lebensstilstrukturen.

Otte zielt darauf ab, ein neues Analyseverfahren zu entwickeln und dadurch Erkenntnisfortschritte durch kumulative Forschung zu ermöglichen. Um die benannten Probleme zu umgehen,

---

[117] Gunnar Otte: Entwicklung und Test einer integrativen Typologie der Lebensführung für die Bundesrepublik Deutschland. in: Zeitschrift für Soziologie, Heft 6, 12/2005, S.442-467, S. 443 (im Folgenden zitiert als: Otte: Typologie der Lebensführung).

[118] Otte: Typologie der Lebensführung, S. 443.

[119] Ebd.

konstruiert Otte einen integrativen Ansatz. Die Vielfalt der empirischen Typologien sollen reduziert werden, indem der Ansatz auf einer Synthese der empirischen Befunde der Lebensstilforschung aufbaut. [120] Otte verkehrt die Vorgehensweise, im Vergleich zu der gängigen Vorgehensweise der Lebensstilforschung, ins Gegenteil.[121] Im Falle der bei Otte verwendeten „konzeptuellen Typologie" werden zunächst neun differenzielle Arten der Lebensführung in Deutschland theoretisiert, sodass erst im Anschluss eine Operationalisierung erfolgt.[122]

Einer Inspektion zahlreicher Studien der Lebensstil- und Werteforschung zufolge konnten drei übergeordnete Dimensionen identifiziert werden.[123] In einer zeitbezogenen Dimension werden die Punkte Modernität und biographische Perspektive aufgespannt. Dabei variiert die Lebensführung einerseits zwischen Modernität und Traditionalität und andererseits zwischen biographischer Offenheit und Geschlossenheit.[124] Als zweite Dimension wird die Lebensführung durch das Ausstattungsniveau hierarchisch strukturiert.[125] Die dritte Hauptdimension besteht aus dem Aktionsradius der Lebensführung.[126] Von diesen drei Hauptdimensionen wählt Otte die zeitbezogene und hierarchische Dimension für eine hinreichend komplexe und gleichzeitig überschaubare Konstruktion einer integrativen Typologie. Beide Dimensionen befinden sich laut Otte auf der Ebene der Lebensführung. Unter dem Begriff Lebensführung versteht er „die Komponenten latenter Wertorientierungen und des mainfesten, verhaltensbasierten Lebensstils".[127]

Die zeitbezogene und hierarchische Dimension bilden jeweils einen Indexwert, die in einem Diagramm veranschaulicht werden (vgl. Abb. 2). Dabei wird das Ausstattungsniveau auf der vertikalen Achse verortet und Modernität bzw. biographische Perspektive auf der horizontalen Achse. Durch jeweils drei Segmente pro Index ergeben sich neun Lebensführungstypen. Das Ausstattungsniveau verbildlicht anhand der Segmente „gehoben", „mittel" und „niedrig" sowohl die Konsumgüterausstattung als auch Kulturpraktiken. Darüber hinaus können dadurch korrespondierende Werteorientierungen als „gehoben-anspruchsvoll, respektabel-strebend und kalkulierend-bescheiden" benannt werden.[128] Auf der horizontalen Achse werden einerseits traditionale, teilmoderne und moderne Lebensführungsformen und andererseits innerhalb der biographischen

---

[120] Otte: Typologie der Lebensführung S. 444.
[121] Ebd. S. 446.
[122] Vgl. Otte: Typologie der Lebensführung, S. 446.
[123] Ebd. S. 447.
[124] Ebd.
[125] Ebd. S. 450.
[126] Vgl. Ebd. S. 450.
[127] Vgl. Ebd. S. 451.
[128] Otte: Typologie der Lebensführung, S. 452.

Perspektive zwischen geschlossen, konsolidiert und geöffnet unterschieden.[129] Die folgende Darstellung bildet die Systematik ab:

Abbildung 2: Neun Lebensführungstypen im Modell des sozialen Raumes nach Ausstattungsniveau und Modernität bzw. biographischer Perspektive

Ausstattungs-niveau				
gehoben	1 Konservativ Gehobene	4 Liberal Gehobene	7 Reflexive	
mittel	2 Konventionalisten	5 Aufstiegs-orientierte	8 Hedonisten	
niedrig	3 Traditionelle Arbeiter	6 Heimzentrierte	9 Unterhaltungs-suchende	
	traditional/ biogr. Schließung	teilmodern/ biogr. Konsolidierung	modern/ biogr. Offenheit	*Modernität biogr. Perspektive*

Quelle: Otte: Typologie der Lebensführung, S. 452.

In der Abbildung (Abb. 2) sind die neun Lebensführungsstile bereits betitelt. Für eine idealtypische Beschreibung der neun Muster der Lebensführung ergeben sich folgende Handlungslogiken:

1	Konservativ Gehobene	Tradition des Besitzbürgertums, Konservatismus, Distinktion durch „Rang", Exklusivität im Lebensstandard, klassische Hochkultur, Leistungs- und Führungsbereitschaft, Religiosität
2	Konventionalisten	Tradition des Kleinbürgertums, Pflicht- und Akzeptanzwerte, Sicherheitsorientierung, Hochkulturkonsum mit volkstümlichem Einschlag, konservativ-religiöse Moral, häusliche Idylle
3	Traditionelle Arbeiter	Tradition der Facharbeit, Bescheidenheit, Orientierung am Praktischen, Bedeutung sozialer Sicherheit, gewerkschaftliche Nähe, deutsches Liedgut, Vereinsleben
4	Liberal Gehobene	Tradition des Bildungsbürgertums, Liberalität, berufliche Selbstverwirklichung, Hochkulturkonsum mit „alternativem" Einschlag, Sinn für Authentizität, Kennerschaft im Konsum
5	Aufstiegsorientierte	Zentriertheit um solide Berufskarriere, Familie und Partizipation am Mainstream der modernen Freizeitkultur, „Durchschnittlichkeit" und interne Heterogenität des Typus durch Mittelposition
6	Heimzentrierte	Familienzentriertheit und Häuslichkeit durch Kinder und geringe Ressourcenverfügbarkeit, traditionelle Volksfestszene und moderne Massenkultur wie Popmusik und Fernsehen
7	Reflexive	Kulturelle, akademisch geprägte Avantgarde, Reflexivität, Kreativität und Experimentierfreude, Suche nach eigenverantwortlicher Persönlichkeitsentfaltung, globales Lebensgefühl
8	Hedonisten	Jugendkultureller Stilprotest durch Mode und Musik, Innovationsfreude, gegenwartsbezogene Genuss- und Konsumorientierung, Extraversion, städtische Spektakel- und Clubkultur
9	Unterhaltungssuchende	Erlebniskonsum, materialistische Statussymbolik und außerhäusliche Unterhaltungsorientierung vor dem Hintergrund einer Deklassierungsbedrohung, Depolitisiertheit

Quelle: Otte: Typologie der Lebensführung, S.454.

[129] Ebd.

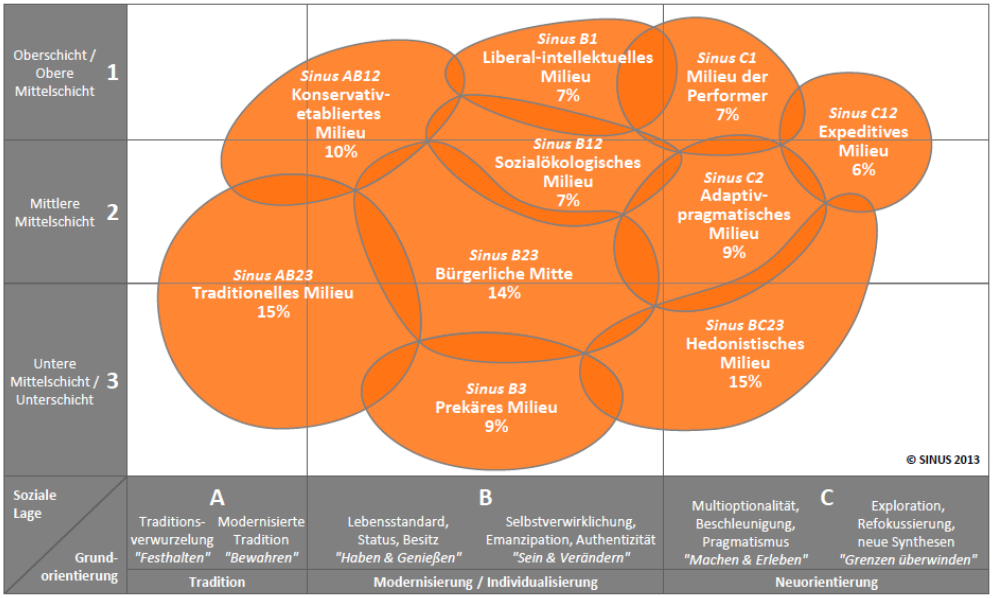
Otte konstruierte mithilfe der Metaanalysen verschiedene Versionen der Lebensführungstypologie, von denen hier die sogenannte „Kurzversion“ vorgestellt wird und später Verwendung findet.[130] Die Kurzversion basiert auf 10 Fragebogenitems, jeweils fünf Items pro Dimension. Detailliert aufgeschlüsselt handelt es sich um sechs Items zur Selbsteinschätzung, zwei Items zum Freizeitverhalten, ein Item zur Zeitungslektüre und eine offen formulierte Frage zur maximalen Ausgabehöhe bei einem Restaurantbesuch. Die Beantwortung aller Items erfolgt durch eine vierstufige Skala. Mithilfe eines dimensionalen Vorgehens hat Otte eine Abgrenzung der neun Typen und die eindeutige Zuordnung der Befragten zu exakt einer der neun Lebensführungstypen.[131]
Otte zeigte anhand verschiedener Validierungen, dass die zehn Indikatoren der Lebensführung effizient operationalisiert wurden und die Kurzversion somit insgesamt ein reliabeles Erhebungsinstrument für neun differenzielle Muster der Lebensführung darstellt.[132]

3.2. Sinus-Milieus

Die sogenannten Sinus-Milieus werden von dem Markt- und Sozialforschungsunternehmen Sinus Sociovision auf Grund des soziokulturellen Wandels unserer Gesellschaft bereits jahrzehntelang erhoben.[133] Durch die Einteilung der Gesellschaft in Milieus hat Sinus Sociovision in der Zielgruppenforschung einen besonderen Stellenwert erlangt, der durch fortlaufende Aktualisierungen des Modells bestehen bleibt. Bei dieser Lebensweltanalyse unserer Gesellschaft werden u.a. grundlegende Wertorientierungen und Alltagseinstellungen ermittelt. Die ermittelten Milieus fassen Menschen zusammen, die ähnliche Wertprioritäten, soziale Lagen und Lebensstile haben. Die Sinus-Milieus werden in der sogenannten Kartoffelgrafik abgebildet. Dabei wird auf der vertikalen Achse eine dreiteilige Skala der sozialen Lage verwendet. Durch die horizontale Achse werden die Milieus nach der Grundorientierung aufgeteilt in traditionelle Werte, Modernisierung und Neuorientierung dargestellt. Es wurden in Deutschland zehn Milieus ausgewiesen.

Abbildung 4: Sinus-Milieus in Deutschland 2013, Soziale Lage und Grundorientierung

[130] Otte: Typologie der Lebensführung, S. 455.
[131] Ebd. S. 455.
[132] Ebd. S. 464.
[133] Carsten Wippermann/ Isabel de Magalhaes: MDG-Milieuhandbuch. Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005, Heidelberg 2006, S. 4.



Quelle: MDG-Milieu-handbuch 2013.

Das Sinus Institut entwickelt und erhebt neben nationalen Milieustudien auch spezielle Milieumodelle. Ein solches spezielles Milieumodell stellt die Studie „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005“ dar. Diese Studie wurde in Auftrag gegeben, da die Kirche in Deutschland viele Menschen nicht mehr erreicht. Die Sinus-Studie liefert durch die Verortung der Katholikinnen und Katholiken Hinweise, welche Milieus beispielsweise Angebote der Kirche in Anspruch nehmen oder welche Milieus damit nicht angesprochen werden.[134] In letzterem wird von vielen Theologinnen und Theologen die Stärke gesehen, neue pastoraltheologische Ansätze im Sinne einer milieusensiblen Pastoral zu entwickeln.

Folgende Hauptergebnisse sind in diesem Kontext besonders interessant: In allen Milieus sind Mitglieder der katholischen Kirche zu finden. Insgesamt machen Katholikinnen und Katholiken ein Drittel (34%) aus. Die größte Dichte katholisch Gläubiger wird in dem Milieu der Konservativ-Etablierten (41%) und der Traditionellen (40%) aufgewiesen. Am wenigsten sind Katholikinnen und Katholiken in den Milieus der Expeditiven (30%) und der Prekären (29%) vertreten.

Der Theologe Heinzpeter Hempelmann betont den anhaltenden Prozess der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung.[135] Zur Zeit gehören 37% der Menschen postmodern geprägten Milieus an.

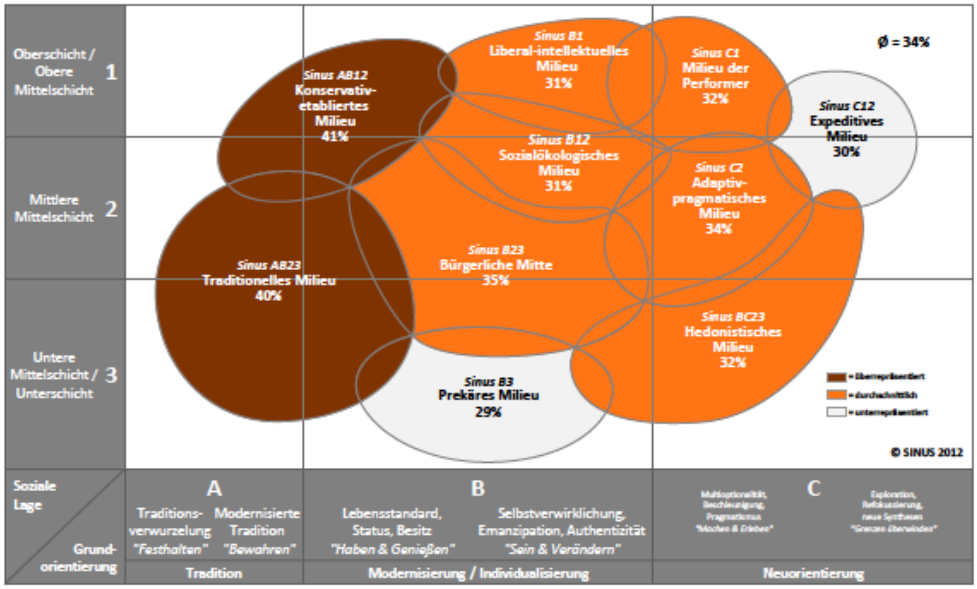
---

[134] Tobias Kläden: Ein knapper Überblick zum MDG-Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2013“. in: Katholische Arbeitsstelle für missionarische Pastoral (Hg.): Milieus fordern heraus. Pastoraltheologische Deutungen zum MDG-Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2013“.

[135] Hempelmann: S. 8 (im Folgenden zitiert als: Hempelmann: Neue Milieus).

Hempelmann sieht für den Prozess der Postmodernisierung besonders in diesem mentalen Segment einen anhaltenden Anstieg.[136] Vor diesem Hintergrund fordert Hempelmann der missionstheologischen Herausforderung der Kontextualisierung des Evangeliums in postmodernen Lebenswelten besondere Priorität einzuräumen.

den Sinus-Milieus, Anteil an der Grundgesamtheit



Quelle: MDG-Medienhandbuch 2013.

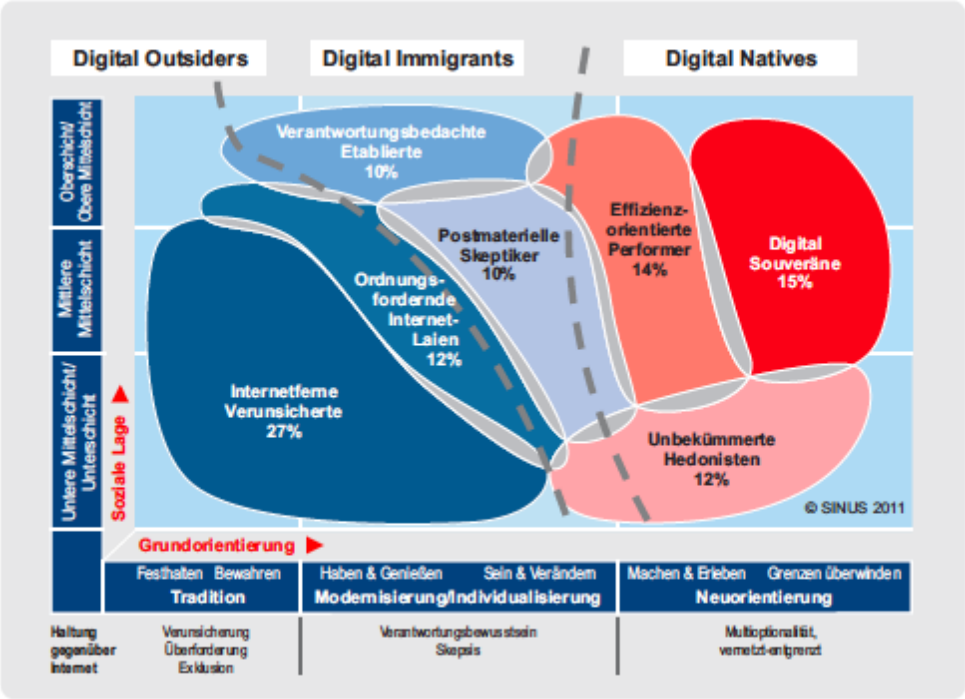
3.3. DIVISI: Bestimmung von Internet-Milieus

Das Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVISI) hat mit Hilfe des Sinus Sociovision Instituts im Jahr 2012 festgestellt, dass 80% der Deutschen online sind.[137] Ein Internetzugang steht vier Fünftel der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren zur Verfügung.[138] Das Internet stellt heutzutage einen erweiterten Lebensraum dar, in den viele Alltagshandlungen verlegt und dort vollzogen werden.[139] Dabei hänge die Nutzung des Internets von verschiedenen grundlegenden Variablen wie der Werteorientierung, der Lebensweise, dem Bildungsgrad und

[136] Hempelmann: Neue Milieus, S. 8.
[137] Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (Hg.): DIVISI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg 2012. online verfügbar: https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf. S. 15 (im Folgenden zitiert als: DIVISI).
[138] DIVISI: S. 9.
[139] DIVISI: S. 9.

der sozialen Lage der Menschen ab.[140] Vor diesem Hintergrund wurde eine dreiteilige Segmentierung der digitalen Lebenswelten in Deutschland vorgenommen: Digital Natives, Digital Immigrants und Digital Outsiders. Daraus entstanden sieben DIVISI Internet-Milieus, die sich in ihrem lebensweltlichem Hintergrund und ihrem tatsächlichem Internet-Nutzerverhalten unterscheiden.[141] Dabei werden in der vorliegenden Arbeit sowohl die Digital Immigrants als auch die Digital Natives von Bedeutung sein. Während Digital Outsiders, wie internetferne Verunsicherte oder ordnungsfordernde Internet-Laien, kaum ein Weblog führen, rekrutiert sich die Autorenschaft der Bloggerszene wohl aus den anderen beiden Typen. Zu den Digital Immigrants zählen Verantwortungsbedachte Etabliert und Postmaterielle Skeptiker, die die Funktionen des Internets erst im Erwachsenenalter kennen und nutzen gelernt haben. Bei den Digital Natives, jene Generation, die mit der Nutzung des Internets aufgewachsen sind und damit vertraut sind, unterschiedet man zwischen Unbekümmerten Hedonisten, Effizienzorientierten Performern und Digital Souveränen. 44 % der deutschen Bevölkerung gehören laut der aktualisierten DIVISI Studie 2013 zu den Digital Natives.

Abbildung 6: Internet-Milieus zu Vertrauen und Sicherheit im Netz



Quelle: DIVISI Bericht, S. 33.

[140] DIVISI: S.6.
[141] DIVISI: S. 16.

3.4. Parallelisierung der Studien

Ein Vergleich der beiden präsentierten Milieustudien lässt folgende Befunde zu: Die beiden Milieus, in denen die meisten Katholikinnen und Katholiken vertreten sind, werden überwiegend dem Milieu der Digital Outsiders (39%) zugeordnet. Im Bereich der Digital Immigrants (20%), in dem mitunter postmodern geprägte Milieus vertreten sind, sieht Hempelmann im übertragenen Sinne als Anknüpfungspunkt für den Wandel einer missionarischen Pastoral. In diesem Kontext ist das Milieu der Digital Natives (41%) nicht zu vernachlässigen. In diesem Internet-Milieu verbergen sich einige Milieus mit einer durchschnittlichen bis geringen Präsenz von Katholikinnen und Katholiken.

Diese Überlegungen sind grundlegend für die nächsten Unterkapitel. Durch Parallelisierungen der verschiedenen Studien und ihren Milieus bzw. Lebensstiltypen soll ein Modell entwickelt werden, das durch den Einsatz der Kurzversion nach Otte, Rückschlüsse auf die Milieus dahinter und ihre Einstellungen zur Katholischen Kirche. Es sollen folglich die Milieus, in denen sich die katholischen Bloggerinnen und Blogger befinden, ermittelt werden. Im Anschluss daran können in weiteren Forschungen Ansätze einer milieusensiblen Pastoral entwickelt werden.

3.4.1. Übertragung der Lebensstile auf Sinus-Milieus

Als Grundlage für den Versuch eine Typologie der katholischen Bloggerinnen und Bloggern zu erstellen, werden die Ergebnisse dieser Umfrage in einen größeren Rahmen gestellt. Hierzu soll eine Übertragung auf die Sinus-Milieus vollzogen. Der Vergleich der unterschiedlichen Studien beruht auf Übereinstimmungen der Handlungslogiken der verschiedenen Milieus und Lebensführungstypen. Die Durchführung des Vergleichs orientiert sich an einem „Milieuscreenings“, durchgeführt von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg.[142] Darüber hinaus dient der Aufsatz von Otte[143] und eine Broschüre der Sinus-Milieus[144] als zugrundeliegende Literatur.

Die Grundlegende Dimension der Lebensführung etabliert Otte anhand des Ausstattungsniveaus und der Modernität bzw. biographischen Perspektive. Die Lebenswelt-Segmente nach Sinus werden durch die Schichtung der sozialen Lage und die Grundorientierung mit den Polen der Tradition und Neuorientierung determiniert. Gemeinsam ist folglich beiden Modellen die zeitbezogene

---

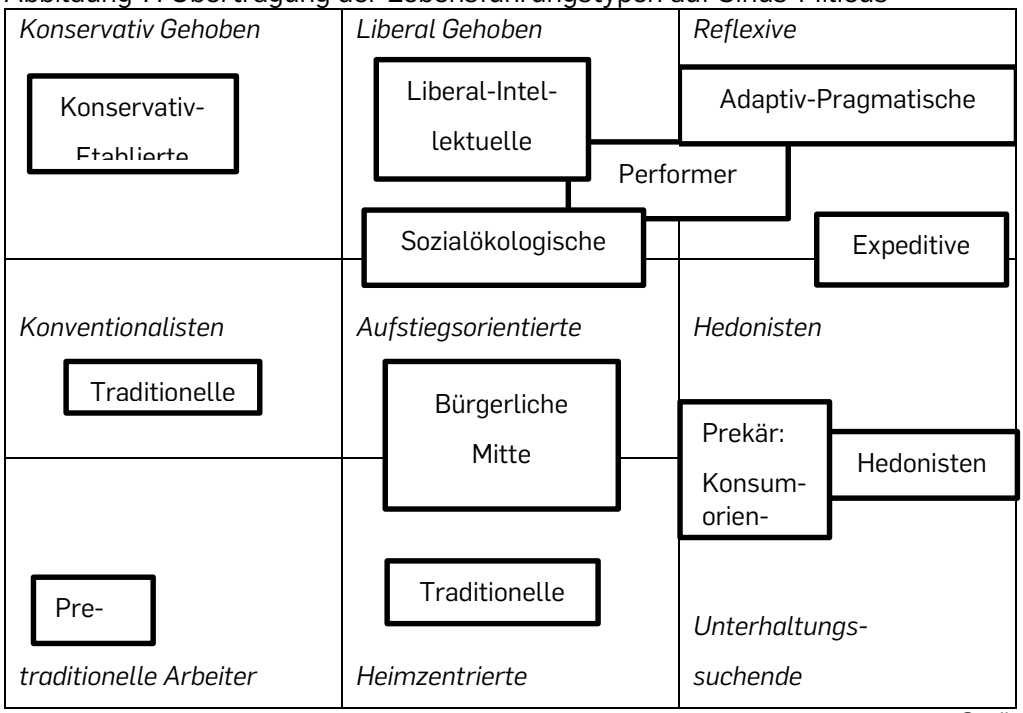
[142] Ute Krauß-Leichert, Frauke Schade (Hgg.): Den Kunden im Fokus. Eine Milieustudie zur Profilierung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios der Stadtbibliothek Bremen. Endbericht, Hamburg 2011. S. 44.-85 (im Folgenden zitiert als: Krauß-Leichert/ Schade: Milieuscreening).

[143] Otte: Typologie der Lebensführung, S. 454.

[144] Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung(Hg.): Die Sinus-Milieus in b4p.bestforplanning. online verfügbar: http://www.b4p.de/fileadmin/b4p/upload/inhalte/2_3-Menschen-Die-Sinus-Milieus-b4p.pdf.

Dimension mit einer Einteilung in unterschiedliche Modernitätsgrade. Auch wenn die Ebene der Lebensführung nach Otte nicht auf der Ebene sozialer Lagen angesiedelt ist, lässt sich eine Parallelisierung der horizontalen Dimension vollziehen. Um die verschiedenen Stile der Lebensführung in den Milieus zu verorten wurden Übereinstimmungen der Handlungslogiken identifiziert. Dabei sind Überschneidungen der Kategorien unvermeidbar, da es einerseits Übereinstimmungen der Merkmale mit verschiedenen Kategorien gibt und anderseits die Anzahl der unterschiedlichen Kategorien - 10 Sinus-Milieus und 9 Lebensführungstypen - differiert.
Die folgende Darstellung verdeutlicht die vorgenommene Zuordnung. In kursiver Schrift sind die Lebensführungsstile nach Otte eingetragen, die Sinus-Milieus sind umrahmt abgebildet.

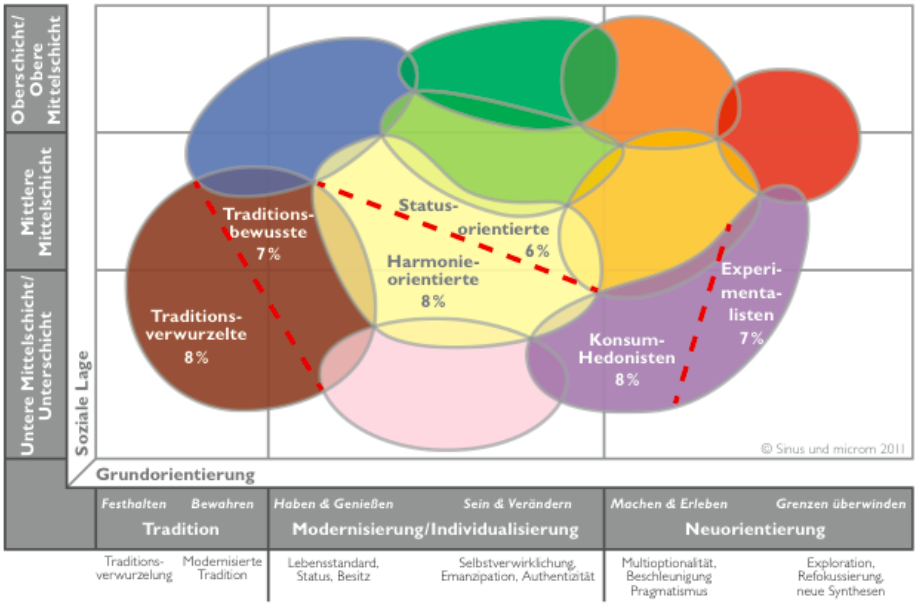
Abbildung 7: Übertragung der Lebensführungstypen auf Sinus-Milieus



Quelle: eigene Darstellung.

Die verschiedenen Überschneidungen und Dopplungen vermitteln ein relativ unübersichtliches Bild. Dies lässt befürchten, dass dadurch die Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Modelle kompliziert werden könnte. Allerdings kann die vorgenommene Einteilung vor dem Hintergrund der von Sinus entwickelten Subdifferenzierung als relativ zutreffend bewertet werden.

Abbildung 8: Sinus-Milieus: Subdifferenzierung (seit 2010)



Quelle: Hempelmann: Das neue Milieu-Modell 2010.

Die Unterscheidung des traditionellen Milieus in Traditionsbewusste und Traditionsverwurzelte bestätigt die zweifache Zuordnung der „Traditionellen" in das Lebensführungsmodell nach Otte. Sinus entwickelt eine Unterscheidung des hedonistischen Milieus in Experimentalisten und Konsum-Hedonisten. In Abbildung 5 zeichnet sich dieser Einteilung ebenfalls ab. In dem bürgerlichen Milieu werden von Sinus Statusorientierte und Harmonieorientierten unterschieden. Da für die bürgerliche Mitte übereinstimmende Charakteristika bei den heimzentrierten und aufstiegsorientierten Lebensführungstypen entdeckt wurden, verifiziert die Subdifferenzierung von Sinus ebenfalls die Überschneidung in Abbildung 5.

Die Übertragung der Lebensführungstypen auf die Sinus-Milieus erlaubt im Horizont des Milieuhandbuchs „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus" Rückschlüsse zu ziehen. Durch dieses Verfahren können die Milieus, in denen sich die katholischen Bloggerinnen und Blogger bewegen, ermittelt werden und im Kontext einer milieusensiblen Pastoral untersucht werden.

3.4.2. Parallelisierung von Lebensführungsstilen, Sinus-Milieus und Internet-Milieus

Mit Hilfe der oben erstellten Übertragung wird in einem weiteren Schritt die Parallelisierung mit der DIVISI-Studie vorgenommen. Hierfür wird in Anlehnung an die Darstellung „Internet-Kommunikationsformen nach Sinus-Segmenten" von Andrea Mayer-Edoloeyi[145] eine Modifikation vorgenommen, indem die Tabelle um die Lebensführungsstile erweitert wird. Auf Grund eines Modellwechsels im Jahr 2010 wurden neue Milieus eingeführt bzw. aus alten Milieus zusammengesetzt.[146] Es wurden folglich für einheitliche Bezeichnungen Änderungen an den Benennungen von Mayer-Edoloeyi in den Sinus-Segmenten vorgenommen.

Abbildung 9: Zuordnung der Milieu-Segmente und Lebensführungstypen in Internet-Milieus

	Digital Outsiders	Digital Immigrants	Digital Natives
Milieu nach DIVISI Studie	Ordnungsfordernde Internet-Laien Internetferne Verunsicherte	Postmaterielle Skeptiker Verantwortungsbedachte Etablierte	Digital Souveräne Effizienzorientierte Performer Unbekümmerte Hedonisten
Sinus-Milieus	Konservative Traditionelle Bürgerliche Mitte (z.T.) Prekäres Milieu (ehemals u.a. Konsumorientierte Basis)	Liberal-Intellektuelle (ehemals u.a. Etablierte) Sozioökologische (ehemals u.a. Postmaterielle) Bürgerliche Mitte (z.T.)	Performer Adaptiv-Pragmatische Expeditive Hedonisten
Lebensführungsstile	Konservativ-Gehoben Konventionalisten, auch Heimzentrierte z.T. Aufstiegsorientierte Prekär	Aufstiegsorientierte Heimzentrierte Liberal Gehoben (z.T.)	Liberal Gehoben (z.T.) Reflexive Hedonisten Unterhaltungssuchende

Quelle: eigene Darstellung nach Mayer-Edoloeyi.

Mithilfe dieser Parallelisierung und der Verknüpfung der aufbereiteten Ergebnisse soll eine Art Typologie katholischer Bloggerinnen und Blogger entfaltet werden können. Bei der Anwendung dieses neuen Modells muss stets eine eingeschränkte Vergleichbarkeit auf Grund der unterschiedlichen Modelle bedacht werden. Dieses theoretisch entwickelte Modell soll in der Aufbereitung der Umfrageergebnisse auf seine Stringenz geprüft und für weitere Forschungen veri- oder falsifiziert werden.

---

[145] Andrea Mayer-Edoloeyi: Digital Natives und kirchliche Kommunikation. in: Katholische Arbeitsstelle für missionarische Pastoral (Hg.): eùangel. Magazin für missionarische Pastoral. Heft 1, 2013. Online-Publikation: http://www.euangel.de/ausgabe-1-2013/internetseelsorge/digital-natives-und-kirchliche-kommunikation/ (im Folgenden zitiert als: Mayer-Edoloeyi: Digital Natives).

[146] Krauß-Leichert/ Schade: Milieuscreening: S. 10.

4. Befragung von deutschsprachigen, katholischen Bloggerinnen und Bloggern

Dieses Kapitel gibt Auskunft über die verschiedenen methodischen Überlegungen, die in der Durchführung der Umfrage „Vielfalt und Potenzial der katholischen Bloggerszene in Deutschland“ mündeten, und ferner über die daraus resultierenden Ergebnisse.

4.1. Fragestellung

Die katholische Bloggerszene ist ein dynamisch wachsendes Netzwerk. Es liegt in der Natur eines Weblogs und darüber erschlossenen Netzwerken, dass über die bloggenden Gläubigen der katholischen Kirche wenige Informationen vorliegen – zumindest nicht in größerem gedruckten Umfang. An diese Forschungsarbeit wurde die Forderung getragen, die katholische Bloggerszene näher bestimmen zu können. Vor dem Hintergrund der bisher erschlossenen Informationen können für diese Kultur verschiedene Überlegungen angestellt werden. Unter Einbezug der Sinus-Milieus lassen sich die meisten praktizierenden Katholikinnen und Katholiken in dem konservativ-etablierten und dem traditionellen Milieu finden. Aus dieser Sicht ließe sich vermuten, dass katholische Bloggerinnen und Blogger konservative und traditionelle Werteorientierungen vertreten. Es wurde des Weiteren festgestellt, dass ein enormes Themenspektrum und eine vielfältige Gestaltungsweise kennzeichnend für die Szene sind, die sich vor allem durch die weblogbasierte Publikation katholische Inhalte identifiziert. In Verbindung mit der sozialen, dialogorientierten Ausrichtung eines Weblogs lässt sich daraus die Folgerung ableiten, dass es sich nicht um reine Glaubensinformation, sondern vor allem Glaubenskommunikation handelt. Betrachtet man das internetbasierte Medium so lässt sich die Vermutung anstellen, dass entweder Digital Immigrants oder Digital Natives handeln. Aus der medialen Perspektive von Weblogs und ihrer Nutzung in der Gesellschaft kann nach Schmidt die Hypothese formuliert werden, dass sich überwiegend 30-jährige Männer mit formal hoher Bildung hinter der Blogozese verbergen. Darüber hinaus lässt sich annehmen, dass das dynamische Wachstum der Szene in der Strategie, einem Nischenthema Raum zu schaffen, begründet sein könnte. Schließlich sei auf Hempelmann verwiesen, der insbesondere für postmodern geprägte Milieus unbedingt missionarische Lösungen zur Verkündigung des Evangeliums einfordert.

Es stellt sich die Frage, ob es nicht bereits eine Lösung dafür gibt: Sind die katholischen Bloggerinnen und Blogger die postmodernen Missionare unseres Glaubens, die über ihr Medium postmoderne Milieus erreichen?

Daraus resultiert eine weitere Frage: Wieso werden die persönlichen Glaubensverkündigungen dieser Menschen bzw. diese Art der Koinonia nicht bekannter gemacht und gefördert?
Mit Orientierung an dem katholischen Profil der Bloggerszene werden folgende Fragestellungen leitend für die explorative Studie sein:

- Kann man die Gestalt der Blogozese genauer bestimmen? Welche Werteorientierungen vertreten die katholischen Gläubigen im Internet? Was verstehen die Blogozesanen selber unter der Bezeichnung „Blogozese"?
- Wie ist religiöse Kommunikation von Blogautoren zu verstehen? Birgt Bloggen ein missionarisches Potenzial? Falls dies der Fall ist: Wie ist dieses Potenzial charakterisiert? Kann es gefördert werden und wenn ja, auf welche Art und Weise kann dies vollzogen werden?

4.2. Entwicklung des Forschungsdesigns

In Anlehnung an die Einsatzbereiche der Rekrutierungsformen in der Online-Marktforschung handelt es sich bei der vorliegenden Umfrage um eine Kopplung zweier Verfahren.[147] Bei den Anwendungsbereichen handelt es sich um eine Zielgruppenuntersuchung und gleichzeitig um eine explorative Studie.
Bei der Zielgruppenuntersuchung wird eine bestimmte Teilgruppe, hier die katholischen Bloggerinnen und Blogger, innerhalb eine Population, deutschsprachige Internetnutzer, betrachtet. Die minimale Grundgesamtheit der Zielgruppe ist mit Hilfe eines privaten Verzeichnisses namens „KATH.BLOGGER – Blogliste" definierbar. Hier sind 355 deutschsprachige Blogs mit katholischem Profil aufgelistet. Ausgehend von dieser Sammlung handelt es sich nach Starsetzki folglich um eine definierbare Grundgesamtheit, von der jedes Element identifizierbar ist.[148]
Des Weiteren handelt es sich um eine explorative Studie, da auf das Generieren von Hypothesen und Theorien abgezielt wird.[149] Dabei liegt ein induktives Vorgehen vor, bei dem auf Grundlage der ermittelten Daten Theorien abgeleitet werden können.
Um von den geschätzten 355 katholischen Bloggerinnen und Bloggern möglichst viele erreichen zu können, wurde das Untersuchungsformat eines Fragebogens gewählt. Hierfür wurden über-

[147] Vgl. Thomas Starsetzki: Rekrutierungsformen und ihre Einsatzbereiche. in: Theobald, Axel u.a. (Hgg.): Online Marktforschung. Theoretische Grundlagen und Praktische Erfahrung, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 47.
[148] Ebd. S. 49.
[149] Ebd. S. 50.

wiegend offene Fragen entwickelt, um Informationen über Meinungen und Vorstellungen der Befragten zu erhalten. Als Grundlagen für den Versuch eine Typologie der katholischen Bloggerinnen und Bloggern zu erstellen, wird die oben beschriebene Kurzversion von Otte verwendet. Der Einsatz dieses Instrumentes ist in seiner validen und reliabelen Messqualität begründet. Die Zuordnung der Befragten zu Lebensführungsstilen soll anhand weiterer Studien Parallelisierungen erfahren. Hierfür werden in der Aufbereitung der Ergebnisse Rückgriffe auf die Sinus-Studie und die DIVISI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet vorgenommen.

4.3. Methode

Die grundsätzliche Zielrichtung dieser Arbeit ist einerseits auf ein vertieftes Verstehen und andererseits auf ein zuverlässiges Messen gerichtet. In dem Forschungsansatz werden qualitative und quantitative Methoden kombiniert, die im folgenden Unterkapitel näher beleuchtet werden.

4.3.1. Stichprobe

Ansprache der Teilnehmer: Es handelt sich um eine internetbasierte Fragebogenstudie. Die Rekrutierung der Befragten erfolgte durch Teilnahmeaufrufe auf unterschiedlichen Internetseiten, da nur die Teilnahme einer speziellen Gruppe, eben der katholischen Blogger in Deutschland, erwünscht war. Um möglichst viele Personen über die Durchführung der Umfrage zu informieren, sollten die Teilnehmer über verschiedene Kanäle erreicht werden: So wurden Hinweise von dem Bonifatiuswerk[150] veröffentlicht; auf der Homepage von der katholisch-theologischen Fakultät der Ruhr-Universität [151], auf der Lehrstuhlseite Pastoraltheologie[152] als auch auf deren Facebookseite[153]; weitere Veröffentlichungen wurden auf der Homepage des Zentrum für angewandte Pastoralforschung[154] getätigt; ebenso auf dem von der Internetseelsorge Freiburg betriebenen Blog sende-zeit[155] als auch deren Facebookseite[156]; und schließlich wurde ein Eintrag auf einem privat erstelltem Verzeichnis über katholische Blogs[157] publiziert. Da die zu Befragenden alle

---

[150] http://www.bonifatiuswerk.de/werk/aktuelles/newsausgabe/article/bloggen-fuer-den-glauben-neue-moeglichkeiten-der-kommunikation-wissenschaftlich-untersucht/.
[151] http://www.kath.rub.de/aktuelles/.
[152] http://www.kath.ruhr-uni-bochum.de/aktuelles/pastoral/news00066.html.de.
[153] https://www.facebook.com/pages/Pastoraltheologie-Bochum/108229875889218?fref.
[154] http://www.zap-bochum.de/ZAP/forschen/artikulation/blogging-projekt.php.
[155] http://sende-zeit.de/2014/07/katholische-blogs-unter-der-lupe/.
[156] https://www.facebook.com/internetseelsorge.de?fref=ts.
[157] http://bloggerliste.blogspot.de/2014/07/wissenschaftliche-umfrage-katholische.html.

Blogs führen, wurden infolgedessen auch dort Aufforderungen zur Teilnahme durch die Befragten selber getätigt, z.B. der Eintrag auf dem Blog „Nur ein Kreuzknappe“[158] oder auch der Aufruf von dem Blogger Josef Bordat[159].

Eine individuelle Kontaktaufnahme wurde bewusst vermieden, um die Anonymität nicht zu gefährden und dadurch die Zielpersonen abzuschrecken. Die zu befragenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten sich freiwillig zur Beantwortung entscheiden. Da der Befragungsgegenstand den Internetzugang der Zielpersonen voraussetzt, ist die Möglichkeit einer Repräsentativität der Stichprobe gegeben. Auf der anderen Seite muss aber das Risiko einer mangelnden Repräsentativität bedacht werden: Bei einer, wie der vorliegenden, unbeschränkten Stichprobe erfolgt eine Selbstselektion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.[160] Durch die Nichtteilnahme kann eine Verzerrung in der Stichprobe entstehen.[161] Dabei werden in der sozialwissenschaftlichen Fachliteratur vier Kategorien des Nonresponse unterschieden: die Erreichbarkeit, die Anwesenheit, die Fähigkeit und die Verweigerung.[162] Bei der durchgeführten Umfrage können unter anderem die Erreichbarkeit und vor allem die Verweigerung als Gründe der Nichtteilnahme angenommen werden. Gerade da die „Untersuchungsobjekte“ Blogger sind, die über ausgeprägte Reflexionsgrade verfügen, kann es zu Spannungen kommen. In diesem Fall wurden erhebliche Zweifel und Kritiken an dem methodischen Vorgehen formuliert. Ein anschauliches Beispiel liefert die in einem Weblog geführte Diskussion, aus der deutlich hervorgeht, dass einige der potenziell zu befragenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht bereit sind an der Befragung teilzunehmen und sich vehement dagegen aussprechen.[163]

Motivation der Teilnehmer: Laut Theobald stellen Hinweise auf einen Fragebogen keine ausreichende methodische Vorgehensweise dar: Neben der Ansprache potentieller Teilnehmer müssen die Befragten zur Teilnahme überzeugt und motiviert werden. [164] Theobald klassifiziert hierfür verschiedene studienspezifische Motivatoren. Auf der Ebene des individuellen Nettonutzens soll bei dem verwendeten Fragebogen die Motivation durch einen sogenannten Incentive, eine in Aussicht gestellte Belohnung, gesteigert werden.[165] Der Einsatz von Incentives soll vor allem die

---

[158] http://kreuzknappe.blogspot.de/2014/07/katholische-blogger-werden-um-mithilfe.html.
[159] http://bloggerliste.blogspot.de/2014/07/wissenschaftliche-umfrage-katholische.html.
[160] Axel Theobald: Das World Wide Web als Befragungsinstrument (Gabler Edition Wissenschaft, Interaktives Marketing) Wiesbaden 2000, S. 26 (im Folgenden zitiert als: Theobald: Befragungsinstrument).
[161] Theobald: Befragungsinstrument, S. 125.
[162] Theobald: Befragungsinstrument, S. 125.
[163] Vgl. Blogeintrag auf http://www.geistbraus.de/2014/06/herr-professor-du-erforschest-mich-und-kennest-mich/. Ein weiterer Ausgangspunkt mit Verweisen zu anderen Diskussionsbeiträgen ist hier zu finden: http://beiboot-petri.blogspot.de/2014/06/erich-kastners-petrus-zum-neuesten.html.
[164] Theobald: Befragungsinstrument, S. 49.
[165] Ebd. S. 54.

Attraktivität und Entscheidung zugunsten der Teilnahme erhöhen. Neben dem Effekt höherer Antwortraten wird vermutet, dass durch den Einsatz von Incentives ebenfalls die Abbruchquote verringert werde.[166] Daher wurden bei der Umfrage monetäre Incentive eingesetzt: Es wurde die Verlosung von drei Gutscheinen verschiedener Geldbeträge für die Firma Amazon, die nach Beendigung der Erhebung verlost wurden, angekündigt und durchgeführt.

4.3.2. Messinstrumente

Als Messinstrument wurde ein Fragebogen generiert. Dieser weist eine dreiteilige Struktur auf. Durch Teil A sollen Informationen über das allgemeine Bloggerprofil, als auch über spezifische Merkmale der katholisch geprägten Bloggeraktivität bereitgestellt werden. In Teil B findet die Kurzversion der Lebensführungstypologie nach Otte Anwendung. Abschließend sollen die Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer Angaben zu ihren Lebensumständen machen.

Um eine Übersicht über verschiedene Entwicklungen und Meinungsbilder in der katholischen Bloggerszene zu erhalten, wurden in dem Fragebogen vermehrt offene Fragen eingesetzt. Der zurückhaltende Einsatz von geschlossenen Fragen, mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, beruht auf der Tatsache, dass für dieses spezielle Untersuchungsfeld noch keine empirischen Daten erhoben wurden. Besonders die Meinungen und Vorschläge der Befragten sind von Interesse, sodass eine Einschätzung vorzugebender Antwortmöglichkeiten und deren Operationalisierung nicht in Betracht gezogen wurden. Als Auswertung der Antworten wird eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt.

Für die Codierung und Personenzuordnung zu Lebensführungstypen nach Otte wird folgende Vorgehensweise befolgt: Die zehn Fragebogenitems sind gleichmäßig auf die beiden Dimensionen Ausstattungsniveau (A1 - A5) und Modernität bzw. biographische Perspektive (M1 - M5) verteilt. Um die Befragten klassifizieren zu können, darf maximal eine Angabe („weiß nicht“) pro Dimension fehlen.[167] Den Antworten sind Codes (A1, M1 etc.) zugewiesen. Die jeweils fünf Antworten mit den Werten 1, 2, 3 oder 4 werden zu einem Summenwert addiert. Anschließend wird jeder Summenwert durch fünf dividiert.[168] Daraus ergeben sich zwei Indexwerte zwischen 1,0 und 4,0, die eine exakte Zuordnung der Befragten zu einem Lebensführungstypen erlauben.

---

[166] Ebd. S. 154.

[167] Otte, Gunnar: Die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte – Hinweise zur Datenerhebung und Personenklassifikation. Marburg 2013, S. 3.

[168] Beim Auftreten einer fehlenden Angabe pro Dimension wird der Summenwert, ob der reduzierten Indikatorenmenge, durch den Faktor vier dividiert.

4.3.3. Durchführung

Vor dem Einsatz des Fragebogens wurde dieser einem explorativen Pretest unterzogen. Die zehn Befragten prüften Verständlichkeit, inhaltliche Passung und Handhabbarkeit des Fragebogens. Basierend auf diesem Erkenntniszuwachs wurde der Fragebogen optimiert und eingesetzt.

Die Umfrage war für einen Monat, vom 4. bis 31. Juli 2014, geöffnet. Nach einer ersten Erhebungsphase konnte ein deutlicher Rücklauf festgestellt werden. Eine Woche vor Ablauf wurden erinnernde Hinweise auf verschiedenen Internetseiten veröffentlicht, durch die einige weitere Teilnehmerinnen und Teilnehmer mobilisiert werden konnten.

4.4. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Umfrage präsentiert. Diese beruhen auf der kodifizierten Auswertung der Kurzversion, auf Inhaltsanalysen der offenen Antworten und auf der Übertragung der Lebensführungstypen auf die Sinus-Milieus und die Segmente der Internetnutzung.[169]

4.4.1. Soziodemographie

An der Untersuchung nahmen insgesamt 59 Personen teil, davon 27 weiblich und 31 männlich, eine Person machte keine Angaben über ihr Geschlecht. In dieser kleinen Stichprobe liegt folglich ein recht ausgeglichenes Geschlechterverhältnis vor. Der jüngste Befragte ist 21 Jahre alt, der älteste 64 Jahre. Das Durchschnittsalter beläuft sich auf 40,77 Jahre. Beim Vergleich der vier Altersgruppen fällt auf, dass in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen die wenigsten Bloggerinnen und Blogger aktiv sind. In den weiteren drei Altersgruppen ist eine nahezu gleiche Mengenverteilung von 15 bzw. 16 aktiven Bloggern gegeben. Die Befragten der Stichprobe weisen einen hohen Bildungsgrad auf: unter den 38 Akademikern finden sich zwei promovierte Personen.

Tabelle 1: Soziodemographische Merkmale[170]

Geschlecht	
Männlich	31
Weiblich	27
Altersgruppen	
20 bis 29 Jahre	7
30 bis 39 Jahre	15

[169] Der Fragebogen ist im Anhang unter „Untersuchungsmaterialien, A. Fragebogen“ abgedruckt.
[170] Bei Tabellen respektive Abbildungen eigener Darstellung erfolgen die Angaben durch absolute Zahlen.

40 bis 49 Jahre	16
über 50 Jahre	16
Formale Bildung	
kein Schulabschluss	1
Haupt-/ Realschulabschluss	4
(Fach-)Abitur	16
(Fach-)Hochschulabschluss	38
Berufstätigkeit	
Schüler/in, Student/in, Auszubildende/r	10
Arbeitnehmer/in, Beamte/r	33
Selbstständige/r	7
Rentner/in, nicht erwerbstätig	6
arbeitssuchend	3
Familienstand	
ledig	26
gottgeweihte Lebensweise	4
Träger eines Weihesakramentes	2
verheiratet	20
eheähnliche Gemeinschaft	1
geschieden	3
verwitwet	1
Konfession	
römisch-katholisch	58
evangelisch	1

Quelle: eigene Darstellung.

4.4.2. Grundlegende Merkmale des Weblogs

Für die Dauer der Blogaktivität wurde ein Durchschnittswert von 5,09 Jahren errechnet. Eine Person ist seit 1999 als Bloggerin respektive Blogger aktiv. Das dynamische Wachstum der Bloggerszene zeichnet sich bereits in dieser kleinen Stichprobe ab. Während in dem Zeitraum von 1999-2003 lediglich zwei der Befragten ein Weblog führten, wurden in dem Zeitraum von 2004-2008 weitere 16 katholische Bloggerinnen und Blogger aktiv. Besonders in den letzten fünf Jahren scheint sich die Szene besonders entwickelt zu haben, denn 41 der Befragten sind in dem Zeitraum von 2009-2014 als Weblogautor aktiv geworden.

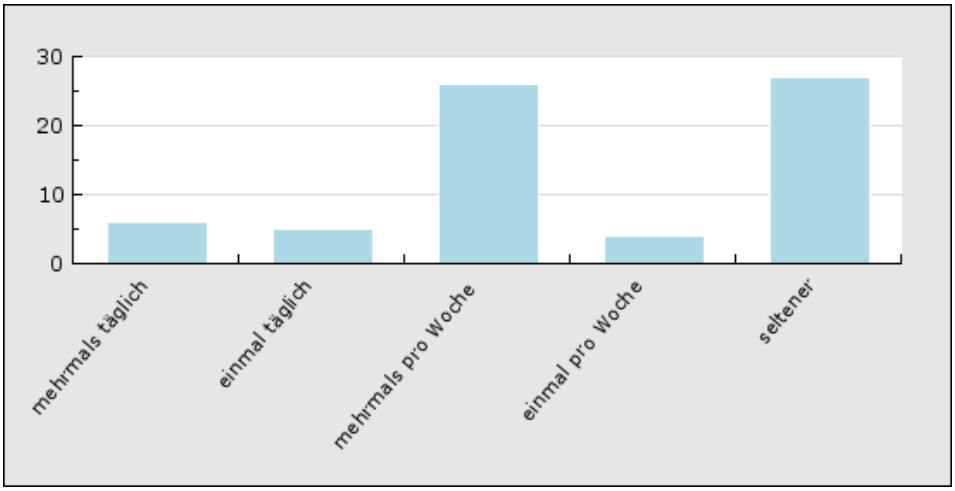
Tabelle 2: Seit wann sind Sie als Blogger aktiv?

Seid wann sind Sie als Blogger aktiv?	
1999 – 2003	2
2004 – 2008	16
2009 – 2014	41

Quelle: eigene Darstellung.

50 Personen gaben an ihren Blog alleine zu schreiben. Die weiteren neun Befragten betreiben jeweils einen Gruppenblog. Darunter fallen vier Blogs, die zu zweit geführt werden, bei den übrigen arbeiten zwischen drei bis acht regelmäßige Ko-Autoren zusammen.[171] Auf die Frage, wie oft das Blog aktualisiert werde, haben fünf Personen eine mehrmals tägliche, vier Personen eine tägliche und weitere vier Personen eine wöchentliche Blogpflege angegeben. Darüber hinaus lassen sich mengenmäßig zwei Schwerpunkte identifizieren: 24 Personen aktualisieren ihren Blog mehrmals, aber nicht täglich pro Woche; 22 Personen dagegen seltener als einmal pro Woche. Eine Mehrheit von 37 Bloggerinnen und Blogger aktualisiert dementsprechend mindestens wöchentlich ihren Weblog.

Abbildung 10: Wie oft aktualisieren Sie Ihren Blog?



Quelle: eigene Darstellung.

Die Vernetzung unter den katholischen Bloggerinnen und Bloggern geschieht auf vielfältige Weise. Als meist genutzte Vernetzungsanwendung erweist sich das Folgen anderer Blogs, beispielsweise durch RSS-Feed oder per Blogroll (Angabe bei Sonstiges): Von den 59 Befragten folgen 53 Personen anderen katholischen Weblogs. 47 Befragte veröffentlichen Links zu anderen Blogs. Die Pflege eines persönlichen Kontaktes (38 Personen) wird am dritthäufigsten benannt. Mit 32 Stimmen wird eine dichte Vernetzung durch die Reaktion auf Kommentare im eigenen Blog erzeugt. Fast die Hälfte der Befragten beteiligen sich durch Kommentare an Gesprächen oder Diskussionen in anderen katholischen Weblogs. Drei Personen geben an keinerlei Vernetzung herzustellen. Darüber hinaus erwähnen sechs Personen explizit die Nutzung von Facebook - Freundschaften, lose Kontakte, Mitglied einer Gruppe, Kommentarfunktion - um sich mit katholischen Bloggerinnen und Bloggern zu vernetzen.

[171] Anmerkung: Es haben zwei Personen desselben Blogs mit einer redaktionellen Autorenschaft teilgenommen. Daher reduziert sich hier die absolute Anzahl der vertretenen Blogs auf 58 Stück.

Bei der Benennung der Nutzermotive sollten drei Antworten, die für den jeweiligen Befragten am meisten zutreffen, ausgewählt werden. Daher lässt sich für die Bedeutung der Motive eine Hierarchie erstellen. Drei Viertel der Befragten führen ihren Blog, weil es ihnen Spaß bereitet. Circa der Hälfte ist es wichtig, „andere Menschen zu inspirieren". 25 Blogautoren wünschen ihre Mitmenschen zu kritischem Denken anzuregen. Das Motiv, das eigene Wissen zur Verfügung zustellen und mit anderen zu teilen, kristallisiert sich als viert wichtigstes heraus. Für etwa ein Viertel der Befragten ist die Faszination von neuen Medien oder die zeitgenössische Notwendigkeit, den Glauben durch ihr Weblog zu verkünden, bedeutend. Acht Personen geben an mit ihrem Weblog eine Mission zu verfolgen, eine Person formuliert explizit das Motiv, den missionarischen Gedanken mitbeleben zu möchten. In der Kategorie „Sonstiges" wird größtenteils das Bedürfnis kommuniziert, bestimmten Themen oder speziellen Anliegen eine Plattform zu bieten.
Die Benennung bedeutungsloser, irrelevanter Motive für das Führen eines Weblogs ergibt eine eindeutige Abgrenzung: Fast alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer, 52 an der Zahl, führen ihr Weblog nicht um Geld zu verdienen. 32 Befragte lehnen das Motiv eines Mitteilungsdranges ab. Auch das selbstzentrierte Motiv, Aufmerksamkeit auf die eigene Person lenken zu wollen, wird von 21 Personen negiert. 18 Befragte sind davon überzeugt, dass der Glaube nicht über das weblogbasierte Medienformat verkündet werden muss. Weitere 15 Personen weisen das Motiv, eine Mission zu haben, zurück.

4.4.3. Spezifische Merkmale katholischer Weblogs[172]

Von den 59 Befragten haben zwei Drittel den Titel des Weblogs freiwillig angegeben. Daraus lässt sich für die Stichprobe eine bereitwillige Förderung von Transparenz und Offenheit ableiten.

Zielgruppen[173]: Als kurzer Verweis soll das Spezifikum des Weblogformates an dieser Stelle betont werden. Einerseits dient es als individuelles Darstellungsformat und ist daher durch seine vielfältige Ausgestaltung geprägt. Andererseits liegt in dieser Untersuchung als grundlegende Gemeinsamkeit der Weblogs ein katholisch geprägtes Profil vor. Die Einordnung in eine strikte Systematik kann vor dem Hintergrund der vielfältig gestalten Weblogs daher nicht zielführend

[172] Um einer Verfälschung der Ergebnisse vorzubeugen und die Auswertung transparent zu gestalten, werden in diesem Kapitel Antworten der Befragten wortgetreu zitiert. Dabei wurde keine Verbesserung von Tippfehlern vorgenommen.
[173] Hierfür werden die formulierten Antworten auf Frage 5 ausgewertet.

sein. Die Analyse der Antworten ergibt eine Kategorisierung von sechs Schwerpunkten. Die gewünschten Zielgruppen lassen sich dennoch nicht auf eine Sparte beschränken, sondern sind durchaus schwerpunktübergreifend angelegt.

Ein Großteil der Blogozesanen stellt sich eine gläubige Leserschaft, die sich aus Katholiken, Christen und Gläubigen zusammensetzt, als Zielgruppe vor. Es werden beispielsweise 13 Angaben gemacht, die explizit katholisch-sozialisierte Leserinnen und Leser vermuten. Dazu gehören „Katholiken und solche, die gerne wissen wollen, was es mit ‚Katholizismus' auf sich hat (und was nicht!)", „gebildete und offene Katholiken ab 18" oder auch „Primär Leute, die schon im Glauben stehen oder Leute, die sich für Katholisches interessieren". Des Weiteren sollen von den Inhalten der Weblogs „Christen und offene Nicht-Christen", „kirchliche Onliner" oder auch „am Glauben Interessierte, Christen aller Konfessionen" angesprochen werden.

Konträr zu dem ersten Schwerpunkt, lässt sich aus den Antworten ein großes Interesse ablesen, Menschen anzusprechen, die nicht katholisch oder religiös sind. Hierzu gehören Suchende, Interessierte, Kirchenferne und Ungläubige. Dabei stehen die beiden erst genannten Schwerpunkte scheinbar nicht im Widerspruch, da häufig beide als Zielgruppe angegeben werden. Als Leserschaft werden „am liebsten sowohl kirchenferne als auch überzeugt glaubende Menschen", „Kirchliche Insider, aber auch sogenannte ‚Fernstehende'" und „Gläubige und Ungläubige" genannt.

Insgesamt werden häufig beide Schwerpunkte für die gewünschte Zielgruppe benannt. Dabei bilden die ersten beiden Schwerpunkte ein breites Spektrum zum Verhältnis von Mensch und Religiosität ab. Diese umfassende Zielgruppe wird im Horizont von zwei Extrema aufgespannt: An dem einen Ende finden sich engagierte Christen, die den katholischen Glauben leben, und auf der anderen Seite kirchenferne, ungläubige Menschen.

Der dritte Schwerpunkt bezieht sich auf berufliche und berufene Spezialisierungen. So sollen hier ausgehend von dem eigenen Blogprofil verschiedene Berufsgruppen oder Interessenten dafür angesprochen werden. Als Beispiele seien „Pastorale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter", „Interessierte und Hauptberufliche in der Kirche", „Religionslehrer, Gruppenleiter, Lehrer, alle die Interesse an Religionsmaterial haben", „Kirchenmusiker und andere Interessierte" oder auch „Interessierte an einem Säkularinstitut", „Menschen, die am Ordensleben allgemein interessiert sind, u.a. Interessentinnen für unsere Gemeinschaft" und „Menschen die interessiert sind an religiösen Themen und den Dominikanerinnen von Bethanien" genannt.

Als vierter Schwerpunkt werden Adressaten benannt, die sich für ein Weblog mit spezieller Thematik interessieren. Ein Befragter gibt an „mein Blog richtet sich an Menschen, die sich für Lite-

ratur, Christentum (bes. katholischer Prägung), Gartenfotos und für die lateinische Sprache interessieren. Außerdem möchte ich Menschen für meine Gedichte und Geschichten begeistern." Dieses Weblog eignet sich als Beispiel besonders, um die thematische Fülle innerhalb eines Weblogs benennen zu können. Weitere Angaben bestimmter Zielgruppen sind beispielsweise „digital natives", „Interessierte an Religion, Technik, Journalismus, Medien, USA", „Leute mit spirituellem Interesse". Gleichzeitig verweisen einige Befragte auf die Pluralität ihrer Themen und somit ihrer Zielgruppen: „gewissen Themenvarianz womöglich die verschiedensten", „eher unbestimmt, im Allgemeinen religiös und historisch interessierte Menschen" oder auch „eine spezielle Zielgruppe habe ich nicht. Ich blogge zu allen Themen, die mir wichtig sind".

Einige wenige Definitionen einer Zielgruppe beziehen sich auf soziodemographische Aspekte. So wird einerseits die lokale oder zwischenmenschliche Nähe realer Menschen und andererseits die Altersangabe als definitorischer Aspekt genannt: „Katholiken und andere Leute aus meiner Stadt", „Freunde", „interessierte Nicht-Gemeindemitglieder und Firmbewerber", „Heimatgemeinde, Freunde, Familie, Bekannte - alle, die an (m)einem Leben als Theologe interessiert sind" oder „Gebildete und offene Katholiken ab 18", „junge Christen, Theologiestudenten/innen" und „junge Erwachsene zwischen 18 und 35".

Zwölf Bloggerinnen und Blogger geben an, keine spezielle Zielgruppe ansprechen zu wollen und offen oder allgemein das Interesse verschiedenster Menschen wecken zu wollen. Beispielhaft sei folgendes Zitat gewählt: „Hä?! Zielgruppe? Ich blogge, also bin ich."

Die Ergebnisse zusammenfassend lassen sich fünf Zielgruppen definieren. Unter ihnen wird von allen angegeben eine religiös interessierte Leserschaft ansprechen zu wollen. Darüber hinaus gibt es Bloggerinnen und Blogger die keine Zielgruppe benennen.

Begriffsannäherung „Blogozese"[174]: Eine erste Annäherung erfolgt auf Auswahl vorgegebener Antwortmöglichkeiten, zum Beispiel ob es sich bei der Blogozese um ein loses Netzwerk oder eine feste Institution handle. Einer Person war der Begriff nicht bekannt. Lediglich eine Person definiert für sich die Blogozese als feste Institution. Eine andere Person wählt beide Antwortmöglichkeiten - feste Institution, loses Netzwerk - und fügt hinzu, dass es sich bei der Blogozese um „ein Netz gläubiger Katholiken" handle. 43 Personen halten die Blogozese für ein loses Netzwerk. Von 17 Personen wird der Begriff nach eigenen Angaben nicht verwendet, zwei unter ihnen lehnen ihn ab. Darüber hinaus sprechen sich weitere fünf, insgesamt also sieben Befragte, für die

[174] Die Betrachtung über die Deutungen des Begriffs „Blogozese" von katholischen Bloggerinnen und Bloggern beruht auf den Fragen sechs und sieben der Umfrage.

Ablehnung des Begriffs aus. In der offen Antwortmöglichkeit „Sonstiges“ benennen zwei Befragte eine konformes Begriffsverständnis: „Blogger, die gleich über welches Thema, aber ausdrücklich als Katholik bloggen und dabei missionarisch ausgerichtet sind“ und „für Blogger, die den katholischen Glauben unverkürzt verkünden“. Diesen positiven Einschätzungen werden zwei negative Definitionen entgegengesetzt: Es handle sich um eine „Vernetzung fundamentalistischer Blogs“. Eine weitere Person gibt an „negative Erfahrungen mit einer Blogozese gemacht“ zu haben.

Die Auswertung von Frage sechs hinterlässt ein positiv gefärbtes Verständnis des Begriffs. Zwei Drittel verstehen darunter ein loses Netzwerk. 17 Personen verwenden den Begriff aus unbekannten Gründen nicht, insgesamt sieben bringen ihre Ablehnung des Begriffs zum Ausdruck.

Anhand der offenen Frage, ob die besagte Person sich als Mitglied der Blogozese verstehe, lässt sich ein duales Begriffsverständnis ableiten. Insgesamt kann festgehalten werden, dass 31 Personen ein relativ identisches Begriffsverständnis teilen und sich als Mitwirkende der Blogozese verstehen. Dagegen wird von 18 Befragten der Begriff Blogozese kritisiert und ist mit negativen Assoziationen behaftet. Sechs weitere Personen geben an eine gespaltene, sowohl positiv als auch negative, Beurteilung des Begriffs zu haben. Vier Antworten wurden als neutral bewertet.

Bei dem positiven Begriffsverständnis der Blogozese wird darunter die „automatische“ Entwicklung einer „logischerweise entstandenen Kategorie“ verstanden, denn es handelt sich um ein „Spektrum“ einer „Bloggerszene“, die sich durch ein Hauptmerkmal auszeichnet. Dieses Merkmal wird meistens mit den Begriffen „katholisch Sein“, den „katholischen Glauben“ verkünden oder über „religiöse Themen“ schreiben. Der kleinste gemeinsame Nenner der Blogozese spiegelt sich bei diesem Verständnis in der weblogbasierten Darstellung katholischer Inhalte wieder. Darüber hinaus benennen viele Personen ein technisches Merkmal, das die Blogozese kennzeichnet. Wie in jeder Blogosphäre interagieren, hier katholische, Bloggerinnen und Blogger miteinander. Als Bestandteil des Beziehungsmanagements werden hier Vernetzungsregeln nach Schmidt befolgt (vgl. Kapitel 2.3.3.). Dieses Phänomen der Vernetzung drückt sich zum einen auf technischer Seite durch Verlinkungen, Trackbacks und den Gebrauch weiterer interpersonaler Kanäle wie Facebook oder Email aus. Zum anderen wird durch die Vernetzung die soziale Ebene gestärkt, indem die Blogger durch die gegenseitige Lektüre von Einträgen und Kommentierungen „in Verbindung stehen“ und dieser Austausch „online und offline“, beispielsweise durch „reale Treffen“, vertieft wird. Es handelt sich durchaus nicht um eine Gemeinschaft, die auf die Virtualität des Internets begrenzt bleibt. Die Orientierung an realen Beziehungen wird durch die Unterstützung und Initiation von „Gemeinschaftsaktionen“ oder auch durch den Versuch „Kontakte der Bloggerszene zu Dienststellen der Kirche zu pflegen“ verdeutlicht. Dadurch ist eine „Gemeinschaft“

entstanden, die eine Verbundenheit oder ein „Zugehörigkeitsgefühl“ stiftet und die gegenseitige Versicherung „nicht alleine da zu stehen“ beinhaltet.

Als interessanter Befund ist die Intensivität der Weblogaktivität zu beleuchten. So zählen sich einige Personen dazu, scheinen sich aber durch ihre geringe Aktivität noch nicht von der Szene wahrgenommen zu fühlen. Dieser Befund verdeutlicht das verbreitete Verständnis, dass es sich bei der Blogozese um eine „Zusammenfassung katholischer Blogger“ handelt.

Es lässt sich festhalten, dass sich die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Blogozese zugehörig fühlen oder sich als „einen Teil“ davon verstehen. Lediglich eine Person gibt an, sich mit der als Oberbegriff verstandenen Bezeichnung „Blogozese“ nicht zu identifizieren.

Etwa ein Drittel der befragten Personen versteht sich nicht als Teil der Blogozese. Die Ablehnung einer Identifikation mit der Blogozese wird von neun Personen durch ähnliche Argumente untermauert. Die Befragten verstehen unter dem Begriff eine spezifisch-determinierte „Gruppe“, in der eine bestimmte kirchenpolitische Einstellung „in einer einseitigen Richtung“ und einem „begrenzten Themenumfang“ vertreten werde. So wurde folgende Erfahrungen gesammelt: ein Großteil der Blogger seien „erzkonservativ bis rechtskatholisch“, teilweise „papstfeindlich“, es handele sich um einen „Verbund schwer rechtslastiger Blogger“ oder um eine Versammlung von „extrem konservativen, traditionalistischen bis hin zu extremistischen katholischen Bloggerinnen und Bloggern“. Neben dieser kirchenpolitischen Einordnung, wurden weitere negative Erfahrungen gesammelt. So werde in der Blogozese „ein menschenverachtender Umgangsstil mit Andersdenkenden“ gepflegt und eine aggressive Einstellung gegenüber katholischen Themen vertreten. Eine verbreitete Anonymität in der Blogozese wird bemängelt. Für eine befragte Person füge eine so geprägte Blogozese dem Ansehen der Kirche „massiv Schaden“ zu. Die Antworten der befragten Personen lassen eine eindeutige Abgrenzung zu erlebten, negativen Begegnungen mit einer so gearteten Blogozese erkennen.

Darüber hinaus sehen sich drei der befragten Personen nicht als Teil der Blogozese, da sie generell „wenige Kontakte zu anderen kirchlichen Bloggern“ haben, sich nicht „an ein schwerpunktmäßig katholisches oder auch nur christliches Publikum“ richten oder das thematisch geprägte Weblog einer „kleinen Sparte“ vertrete.

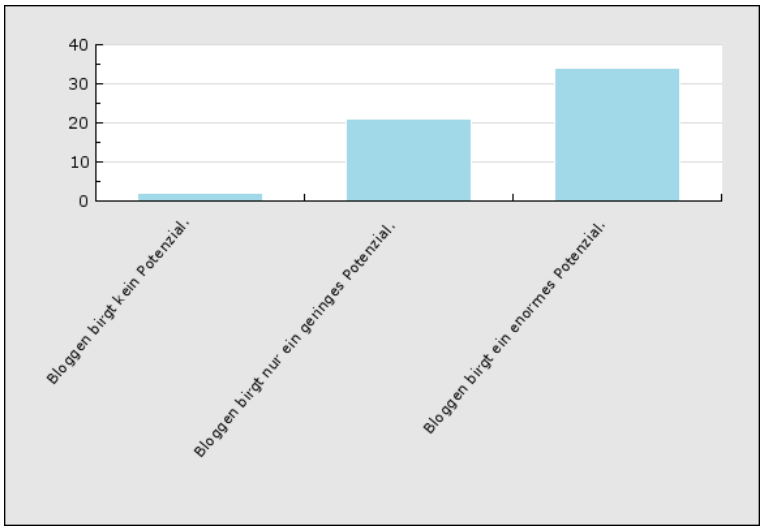
Sechs Teilnehmerinnen und Teilnehmer geben an, ein gespaltenes Verhältnis zu der Blogozese zu haben. So sehen sie sich auf einer thematischen Grundlage als Teil der Blogozese, lenken aber ein, dass sie „zu wenig und zu unsystematisch Kontakt“ pflegten oder auch den Eindruck erhalten hätten, dass ein Großteil der Blogozese zu „extremen Positionen“ tendiere und sich der „(nicht katholischen) Öffentlichkeit versperrt“.

Auf der Grundlage der Stichprobe lässt sich ein konträr-differenziertes Verständnis des Begriffs Blogozese feststellen. Die Hälfte der befragten Personen vertritt ein allgemeines Begriffsverständnis. Die Blogozese stellt für sie eine Gemeinschaft von „Katholiken, die einen Weblog führen“ dar. In diesem Sinne sind sie der Blogozese gegenüber nicht nur positiv eingestellt, sondern begreifen sich als Teilhabende und Mitwirkende dieser Bloggerszene. Auf der anderen Seite ist eine oppositionelle Fraktion, die etwa ein Drittel der befragten Personen ausmacht, zu erkennen. Hier wird unter dem Begriff Blogozese eine spezifische Gruppe von Bloggerinnen und Bloggern identifiziert. Diese Gruppe zeichne sich durch extreme kirchenpolitische Positionen aus. Daher ist bei diesen Personen eine evidente Distanzierung von einer so gearteten Blogozese bemerkbar. Die weitern Teilnehmerinnen und Teilnehmer formulieren explizit den Dualismus der beiden bereits benannten Lager und sehen sich teilweise auf der Grundlage des allgemeinen, positiven Verständnisses als Teil der Blogozese an.

Einschätzungen zum Potenzial der weblogbasierten Glaubensverkündigung[175]*:* Auf die Frage wie hoch das Potenzial der katholischen Bloggerszene im Allgemeinen eingeschätzt werde, antworteten 34 Personen, dass Bloggen ein enormes Potenzial berge. Ein Drittel der Befragten spricht dem Bloggen nur ein geringes Potenzial zu. Lediglich zwei Personen gaben an, dass weblogbasierte Praktiken kein Potenzial bereithielten.
Durch Abbildung 10 werden die beiden Meinungslager verdeutlicht. Es bleibt festzuhalten, dass die Mehrheit der Befragten der Bloggeraktivität im Allgemeinen ein großes Potenzial zuspricht.
Auf die spezifizierte Einschätzungsfrage zum genutzten Potenzial von Blogs für die Glaubensverkündigung wird eine übereinstimmende Meinung demonstriert: 54 von insgesamt 59 Befragten geben an, dass das weblogbasierte Potenzial der Glaubensverkündigung nicht ausgeschöpft werde. Zwei Personen sind der Meinung, dass das Potenzial bereits hinreichend genutzt werde und zwei weitere Personen sehe keine Nutzung des Potenzials.

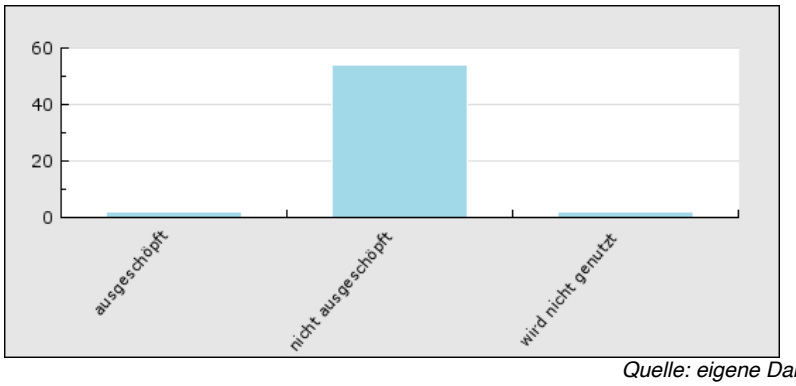
Abbildung 11: Wie hoch schätzen Sie das Potenzial der katholischen Bloggerszene im Allgemeinen ein?

[175] Die Betrachtungen, ob die weblogbasierte katholische Glaubenskommunikation Potenzial birgt und in wie weit eine solche Wirkung verbessert werden könnte, erfolgt auf der Grundlage von den Fragen 9-11.



Quelle: eigene Darstellung.

Abbildung 12: Wie schätzen Sie das genutzte Potenzial von Blogs für die Glaubensverkündigung ein?



Quelle: eigene Darstellung.

Für eine stärkere Nutzung des Potenzials von weblogbasierter Glaubensverkündigung werden von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern verschiedene verbesserungswürdige Aspekte benannt. Die Sichtung der Antworten lässt Verbesserungsmöglichkeiten in sieben Bereichen erkennen, die sich verallgemeinernd gesprochen an zwei Adressatenkreise richten.

Als ausführende Kraft benennen sich die Bloggerinnen und Blogger zum Einen gegenseitig und fordern verantwortungsvolles Handeln. Dabei beziehen sich die vier Kritikpunkte auf die Inhalte, den Stil, die Vernetzung und eine mangelnde Übersicht katholischer Blogs im Internet.

Auf der inhaltlichen Ebene finden sich kritische Stimmen, aber vor allem Empfehlungen der Befragten für realisierbare Handlungsmöglichkeiten. Die negativen Kritiken beziehen sich besonders auf „kirchenpolitische Themen“, „Kirchenstrukturen“, den Umstand, dass es sich „oft zu viel um Kirchenpolitik, um Kirche“ drehe. So verfolgten „zwei Drittel (...) eine spezielle Agenda (Ablehnung der KonzilKirche)“. Es solle weniger „ideologisches Kampfgeheule und kirchenpolitische Selbstbestätigung“ geben, „weniger über Tradition und Angst vor dem Wegfall“ sinnierte werden

und Abstand „von der eigenen Bauchnabelschau und vom kritisieren aller möglicher Dinge“ genommen werden. Das Zitat „Die Beiträge sind größtenteils von der ’Szese für ’Szese“ verdeutlicht eine innere Geschlossenheit der Blogozese. Unter den Befragten gibt es folglich eine übereinstimmende Wahrnehmung, dass die thematische Auseinandersetzung mit Kirchenpolitik oder Selbstbestätigungen erheblich eingegrenzt werden sollte.

Die Eingrenzung könne durch verschiedengeartete Öffnungen vollzogen werden. Um solche Inhalte zu minimieren, sollte ein „neuer Tonfall“ Einzug erhalten und „ein neues Licht auf den Glauben werfen“. Hierfür werden verschiedene Ideen formuliert. Die Stärke des Weblogs liege darin, dass man dort von den Autoren „Dinge und Erlebnisse erfährt, die in den (katholischen) Medien zum Teil nicht oder verzerrt dargestellt werden“. Daher sollten die katholischen Bloggerinnen und Blogger insgesamt aktiver werden. Neben Quantität dürfe die Qualität nicht vernachlässigt werden, sodass eine Person zu einer „höhere(n) Professionalisierung in Beitragserstellungen“ anregt. In einer weiteren Antwort wird eine „höhere Dichte an qualitativ hochwertigen Leitblogs“, sowohl individuell als auch kollektiv betrieben, für „mehr Ausstrahlung in die Gesellschaft“ verlangt. Häufig wird angegeben, dass mehr Beiträge zur Glaubensverkündigung und über Glaubensgrundsätze verfasst werden sollten. Dies könne, so eine Antwort, besonders durch die „Stärkung des Verständnisses vom eigenen Verkündigungsauftrag“ forciert werden. Darüber hinaus fordern mehrere Befragte eine größere Themenvielfalt, so sollten z.B. neben der Botschaft der Evangelien, der Verheißung Gottes, der Person Jesu auch ökumenische Themen zur Sprache gebracht werden. Mehrere Befragte fordern im Sinne der Nächstenliebe einen Wandel zu respektvollen Umgang miteinander. Darüber hinaus könnte durch „mehr gemeinsame Aktionen“ die Blogozese wachsen und in der Öffentlichkeit bekannter werden.

Auf stilistischer Ebene wird betont, dass Beiträge mit katholischen Inhalten generell allgemeinverständlicher verfasst werden sollten. Um nicht nur Katholiken anzusprechen, sollten die Blogs „nach außen hin transparent“ erscheinen. Es wird ein Veränderung der Ausdrucksweise, die sich als verständlich und offen auszeichnet, gefordert. Eine befragte Person weist in diesem Zusammenhang auf die Problematik hin, dass man sich unbedingt öffnen, dabei jedoch sein katholisches Profil bewahren solle.

Zwei weitere Bereiche beziehen sich auf eine technische Ebene. So könne das Potenzial besonders dadurch gestärkt werden, dass Vernetzungen „mit nicht explizit religiösen Blogs“, „mit anderen Blogstrukturen“ und „Querschnittsverbindungen in andere Szenen“ hergestellt werden sollten. Durch „mehr frische Kommentare in anderen (nicht gläubigen) Blogs“ könnte das Interesse dort an katholischen Blogs geweckt werden. Hierfür sollte auf weitere, auch „offizielle“, Medien zurückgegriffen werden. Zwei Personen äußern ihr Bedenken, dass die Öffentlichkeit,

„sowohl die Katholische, als auch die Nicht-Katholische“, wenig über die Existenz einer katholischen Bloggerszene informiert seien. Auch über das Internet hinaus sollte „Werbung“ gemacht werden. Im Horizont einer technischen Mangelerscheinung häufen sich Verbesserungsvorschläge zu mehr Übersichtlichkeit. Dafür werden „Aufstellungen“, „Plattformen“ auf denen sämtliche Blogs verzeichnet werden oder ein „gemeinsames katholisches Blogportal“ gewünscht. Dies könnte den Bekanntheitsgrad katholischer Weblogs erhöhen.

Bis auf die Erstellung von Plattformen oder Blogportalen[176] können die Bloggerinnen und Blogger selber die Kritikpunkte reduzieren. Die Umsetzung der hier aufgeführten Handlungsempfehlungen könnte, laut Angaben der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, das Potenzial der Glaubensverkündigung durch Blogs aus eigener Kraft erheblich steigern.

Auf der anderen Seite richten sich viele Verbesserungsvorschläge an offizielle kirchliche Stellen. Hier lassen sich drei Bereiche identifizieren: Wahrnehmung, Förderung kirchlicher Medienstrategien und Vernetzung mit kirchlichen Institutionen.

Einige katholische Bloggerinnen und Bloggern formulieren ihren Unmut gegenüber der mangelnden Anerkennung seitens der Kirche. Es wird die „Wahrnehmung“, „mehr Akzeptanz“, eine „stärkere Motivation oder Förderung durch kirchliche Einrichtungen“, „eine Wertschätzung von oben“, und auch die „Zusammenarbeit mit offiziellen kirchlichen Stellen“ gewünscht. Hierfür werde auch eine eindeutige Reaktion auf „problematische, radikale Blogs“ und die Abgrenzung „von extremistischen Seiten“ verlangt.

Es sollten sich „hauptamtliche Medienverantwortliche der Kirche neu aufstellen“ um „stärker das Medium ‚Internet’ und auch ‚Blog’“ zu nutzen. Als erfolgsversprechend wird von mehreren Personen die Idee offizieller kirchlicher Blogs eingeschätzt. „Institutionen, Einrichtungen, Amtsträger“, „offizielle Blogger für Institutionen, Gemeinden und Bistümer“, „jede Diözese sollte einen offiziellen Blogger (...) beschäftigen“, oder ein Blog von der Deutschen Bischofskonferenz werden als Beispiele benannt.

In mehreren Antworten wird eine engere Vernetzung mit der Amtskirche vorgeschlagen. Solche Vernetzungen können sich auf unterschiedlichste Weise entwickeln. Eine befragte Person schlägt vor, „in den Kirchenzeitungen immer eine kleine Rubrik mit einem Beitrag aus irgendeinem Blog“ zu veröffentlichen, Blogger sollten „in Diözesan- und Gemeindearbeit“ eingebunden werden, Bistümer könnten über Facebook oder ihre Internetseite auf Blogs aufmerksam machen.

Anhand der drei zuletzt benannten Kritikpunkte wird deutlich, dass sich die befragten, katholischen Bloggerinnen und Blogger von offizieller Seite der Kirche nicht wahrgenommen oder gar

---

[176] Hier gibt es bereits Lösungen, die weiter ausgebaut werden: Neben der jahrelang bestehenden Blogliste „KATH.BLOGGER“ gibt es neuerdings seit Ostern 2014 das Blogverzeichnis „blogozese“.

abgelehnt fühlen. Auf Grundlage dieser Kritik werden allerdings zahlreiche Vorschläge für eine bessere Kommunikation miteinander gemacht. Es ist ersichtlich, dass die katholischen Bloggerinnen und Blogger dieser Umfrage die Bereitschaft zu vielfältiger Zusammenarbeit mit kirchlichen Institutionen signalisieren.

4.4.4. Typologie der Lebensführung deutschsprachiger, katholischer Bloggerinnen und Bloggern

Die Auswertung der Daten erbrachte 57 gültige Zuordnungen zu einer der neun Lebensführungstypen.[177] Bis auf den Lebensführungsstil des traditionellen Arbeiters sind alle Typen vertreten.
Meist vertretener Lebensführungstyp stellt mit 21 Zuordnungen das Segment der Aufstiegsorientierten dar. Die darauf folgende Gruppe mit 12 Zuordnungen ist der liberal gehobenen Lebensführung zugeteilt. Des Weiteren können sieben Reflexive identifiziert werden. Zahlenmäßig gleich vertreten sind Hedonisten und Heimzentrierten mit jeweils fünf Personen. Schließlich konnten unter den Befragten drei Unterhaltungssuchende, jeweils zwei Konventionalisten und Konservativ Gehobene Typen klassifiziert werden.

4.4.5. Übertragung der Lebensführungstypen in Milieus

In Anbetracht des eigens theoretisch entwickelten Modells in Kapitel 3.4. werden die ausgewerteten Lebensführungstypen in Sinus-Milieus und Segmente der Internetnutzung übertragen. Hierdurch soll eine Einschätzung der Internet- und der damit verbundenen Mediennutzung der Befragten ermöglicht werden.
Die Menschen, die einen aufstiegsorientierten Lebensstil führen, können dem Milieu der bürgerlichen Mitte oder den Sozialökologischen zugeordnet werden. Im Bezug auf die Internetnutzung erfolgt eine Zuteilung zu den Digital Immigrants. Hier können demnach 21 Personen verortet werden.
Diejenigen, die einen liberal gehobenen Lebensstil pflegen, können in die Sinus-Milieus der Liberal-Intellektuellen, teilweise der Sozialökologischen und der Performer eingebettet werden. Darüber hinaus gehören sie dem Segment der Digital Natives an.
Der reflexive Lebensführungstyp wird in den Sinus-Milieus als Adaptiv-Pragmatischer und teilweise Performer oder Expeditiver klassifiziert. Die hedonistischen Lebensführungstypen können

[177] Zwei Datensätze mussten als ‚nicht klassifizierbar' eingeordnet werden, da in diesen Fällen der maximale Richtwert von einer fehlenden Angabe pro Dimension überschritten wurde.

über Sinus nicht nur in das Milieu der Hedonisten, sondern auch in jene der Expeditiven und Konsumorientierten eingeordnet werden. Dies deckt sich nahezu mit den Unterhaltungssuchenden, die in den Sinus-Milieus der Hedonisten und Konsumorientierten verortet werden. Heimzentrierte Lebensführungstypen bilden das traditionelle oder bürgerliche Milieu ab. Das Segment der Digital Natives beherbergt in diesem Fall Liberal-Gehobene, Reflexive, Hedonisten und Unterhaltungssuchende. Demzufolge sind 32 Teilnehmerinnen und Teilnehmer als Digital Natives zu bezeichnen.
Zu den Digital Outsiders werden die Konventionalisten und Konservativ-Gehobenen eingeordnet. In diesem Segment sind folglich vier Befragte vertreten. Diese Personen können in das traditionelle und dem konservativ-etablierte Sinus-Milieu eingeordnet werden. Hier stellt sich direkt die Frage inwiefern eine solche Übertragung möglich ist, da Weblogautoren kaum als internetferne Nutzer oder Internet-Laien bezeichnet werden können. Es lässt sich folglich eine Diskrepanz zwischen dem theoretisch-entwickelten Modell und der tatsächlichen Sachlage feststellen.

4.5. Diskussion der Ergebnisse

Die ausgewerteten Ergebnisse halten Antworten auf die Leitfragen bereit.

Zur Gestalt der Blogozese konnten verschiedene Informationen gesammelt werden.
Begriffsverständnis „Blogozese": Die Mehrheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer versteht die Blogozese als ein katholisches Netzwerk in dem die Bloggerinnen und Blogger ihren persönlichen Glauben verkünden. Die Hälfte der Befragten sieht sich als Mitwirkende dieser Gemeinschaft, in der Freundschaften entstehen und in - privaten oder organisierten – Treffen münden.
Ein Drittel der Befragten assoziiert mit dem Begriff Blogozese oder innerhalb des Netzwerks der Blogozese eine spezifisch-determinierte Gruppe. Hier wirkt ein „harter Kern" durch die Verbreitung von extremen Positionen. Diese Gruppe schadet laut einer Person massiv dem Ansehen der Kirche und gleichzeitig, betrachtet man die Spaltung der Antwortenden in diesem Fall, auch dem Ansehen des katholisch weblogbasierten Netzwerks. Hier sind Handlungsweisen gefordert, um diese negativen Aspekt einzugrenzen. Die Bloggerinnen und Blogger bringen ihre Aversion in den Antworten und auch in ihren Weblogs zum Ausdruck. Denn dieses Problem besteht bereits seit längerem. Nochmals sei auf einen Beitrag von Peter Winnemöller hingewiesen, der sich im Jahr 2012 an die deutschen Bischöfe richtet: „Uns stinken pseudokatholische Hetzseiten mindestens

ebenso sehr wie Euch." In einigen offenen Antworten wurde gefordert, dass die Kirche reagieren müsse und sich von solchen Bloggerinnen und Bloggern eindeutig abgrenzen solle. An dieser Stelle sollte allerdings auf die Problematik der Anonymität, die jene Bloggerinnen und Blogger wahren, hingewiesen werden.

Das Netzwerk der katholischen Bloggerinnen und Blogger befindet sich in einem Wachstumsprozess. Dies zeichnet sich eindeutig anhand der Ergebnissen der Stichprobe ab: in den letzten fünf Jahren ist die Anzahl um das dreifache gestiegen.

Auf der Grundlage der ermittelten soziodemographischen Merkmale kann festgehalten werden, dass die Bloggerinnen und Blogger eine hohe formale Bildung aufweisen und im Durchschnitt etwa 40 Jahre alt sind. Es scheint, wenigstens in der Stichprobe, ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis vorzuliegen. Unter den Blogozesanen gibt es vier Bloggerinnen, die ein gottgeweihtes Leben führen und zwei bloggende Träger eines Weihesakramentes.

Lebensführungstypen – Sinus-Milieus: Der genaueren Betrachtung der Lebensführungsstile soll der Verweis auf Otte vorangestellt sein, dass die Verwendung der Typologie bei Untersuchungen spezieller Populationen unergiebig sei, da viele Typen empirisch leer blieben.[178] Selbstverständlich liegt keine hinreichend große Fallzahl der Stichprobe vor, dass von repräsentativen Daten gesprochen werden könnte. Da in der Stichprobe, bis auf traditionelle Arbeiter, alle Lebensführungsstile abgedeckt sind, kann dies als ein stichhaltiger Hinweis gewertet werden: die katholische Bloggerszene scheint eine vielfältige Gemeinschaft darzustellen. Durch die Auswertung konnte innerhalb dieser Stichprobe die aufstiegsorientierte Lebensführung als besonders prägend ermittelt werden. Beispielhaft sollen für die beiden dominanten Lebensführungstypen anhand von Synopsen die Handlungslogiken und Werte von Otte und verschiedenen Sinus-Milieu-Modellen benannt und parallelisiert werden:

Abbildung 13: Synopse von aufstiegsorientierte Lebensführung und bürgerlichem und sozialökologischem Milieu

Handlungslogiken und Werte der Lebensführungstypen und der Sinus-Milieus	Zentriertheit um solide Berufskarriere; leistungs- und anpassungsbereit; Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung	Familie; Wunsch nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen; normative Vorstellungen vom „richtigen" Leben	Partizipation am Mainstream moderner Freizeitkultur Konsumkritisches Bewusstsein: aus-	Durchschnittlichkeit und interne Heterogenität des Typus durch Mittelposition; Mainstream; Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Globalisierungsskeptiker;

[178] Otte, Gunnar: Die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte – Hinweise zur Datenerhebung und Personenklassifikation. Marburg 2013, S. 1.

			geprägtes ökologisches und soziales gewissen	Political Correctness
nach Sinus: Einstellungen zu Glaube und Religion	Glaube kann (in unsicheren Zeiten) Rückhalt und Orientierungshilfe sein; Glaube, Religion und Kirche gehören zusammen; Kirche ist fester Bestandteil des sozialen Gefüges; Akzeptanz der ritualisierten religiösen Praxis (z. B. Gebete)		Ablehnung des normativen Anspruchs der Religionen; kirchenkritische Grundhaltung; Der persönliche Glaube ist nicht an eine Religion gebunden, häufig individuelles Glaubens-Patchwork; Faible für fernöstliche spirituelle Angebote	
Internet-Milieu	überwiegend Digital Immigrant: Verantwortungsvollbedacht Etablierte, Postmaterielle Skeptiker, Effizienzorientierte Performer		auch Schnittflächen mit Digital Outsiders: Ordnungsfordernde Internet-Laien	

Abbildung 14: Synopse von liberal gehobener Lebensführung und liberal-intellektuellem, sozialökologischem Milieu und Milieu der Performer

Handlungslogiken und Werte der Lebensführungstypen und der Sinus-Milieus	berufliche Selbstverwirklichung; aufgeklärte Bildungselite; Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung; multi-optionale, effizienz-orientierte Leistungselite; hohe IT- und Multimedia-Kompetenz	Liberalität; postmaterielle Wurzeln; normative Vorstellungen vom „richtigen" Leben; Tradition des Bildungsbürgertums;	Hochkulturkonsum mit „alternativem" Einschlag; Kennerschaft im Konsum Konsum- und Stil-Avantgarde Konsumkritisches Bewusstsein: ausgeprägtes ökologisches und soziales gewissen	Sinn für Authentizität; Wunsch nach selbstbestimmten Leben; vielfältige intellektuelle Interessen; Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Globalisierungsskeptiker; Political Correctness global-ökologisches Denken,
nach Sinus: Einstellungen zu Glaube und Religion	Interessiert-kritischer Zugang zu Glauben und Religion(en); Religion als zentraler Bestandteil kulturellen Lebens; Glaube als Basis einer ethischen Grundhaltung; Wunsch nach religiöser Vielfalt und Ökumene; Glaube widerspricht den Kernwerten Rationalität und Eigenverantwortung; Glaube als „Exit-Strategie" aus den Zwängen des Alltags; Vorbehalte gegenüber den etablierten Religionen; Katholizismus ist kaum anschlussfähig an das moderne Leben		Ablehnung des normativen Anspruchs der Religionen; kirchenkritische Grundhaltung; • Der persönliche Glaube ist nicht an eine Religion gebunden, häufig individuelles Glaubens-Patchwork • Faible für fernöstliche spirituelle Angebote	
Internet-Milieu	überwiegend Digital Immigrant: Verantwortungsvollbedacht Etablierte, Postmaterielle Skeptiker, Effizienzorientierte Performer		auch Schnittflächen mit Digital Natives: Effizienzorientierte Performer, Berührungspunkte mit Digital Souveränen	

Quelle: eigene Darstellung.

Mithilfe der Parallelisierung könnte man nun jede befragte Person näher betrachten. Mit den daraus entstandenen Erkenntnissen könnte eine weitere Inhaltsanalyse des beantworteten Fragebogens durchgeführt werden. Möglicherweise resultieren daraus verschiedene Kategorien, sicherlich neue Erkenntnisse für die Erstellung einer optimierten Umfrage oder Untersuchung. Soweit kann diese Diskussion hier nicht führen, lediglich sei auf die Möglichkeit weiterer Forschungsschritte hingewiesen.

Betrachten wir unser Beispiel können wir folgende Feststellungen tätigen: Die Übertragung der verschiedenen Charakteristika in ein Modell eröffnet teilweise konträre Einstellungen, wie z.B. in Abbildung 14. Hier stehen sich die wiedersprechenden Einstellungen der Konsum-Avantgarde und des konsumkritisches Bewusstsein gegenüber. Insgesamt aber überwiegen die Ähnlichkeiten der Einstellungen. Die Übertragung der Lebensführungsstile auf die Sinus-Milieus erlaubt eine leichte Vergleichbarkeit mit den speziellen Milieumodellen wie zu den religiösen Orientierungen oder dem Nutzungsverhalten im Internet. In Bezug auf die Erkenntnisse über die „Religiösen und kirchlichen Orientierungen in den Sinus-Milieus“ können die Einstellungen zu den verschiedenen Erhebungsthemen wie beispielsweise die „Wahrnehmung der Kirche“ oder auch „Erwartungen an die Kirche“ unter den Bloggerinnen und Bloggern eingeschätzt werden.

Wir haben folglich ein Drittel der befragten Personen, die u.a. den Wunsch nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen hegen und die gesellschaftliche Ordnung bejahen. Im Bezug auf religiöse Orientierungen kann der Glaube Rückhalt geben. Die Kirche kann einen festen Bestandteil des sozialen Gefüges darstellen. Mit Sicht auf das sozialökologische Milieu stößt die Parallelisierung der Studien auf ihre Grenzen: durch kirchenkritische Grundhaltung und die Loskopplung des Glaubens von dem Christentum ist in dem vorliegenden Kontext kaum denkbar.

Ein weiterer Nachteil wird bei der Betrachtung der Internet-Milieus deutlich. Durch die mehrfachen Überschneidungen von 10 bzw. 13 Sinus-Milieus übertragen auf neun Lebensführungsstile, ist eine eindeutige Zuordnung in die „Kartoffelkiste“ nicht möglich. Dies wird vor dem Hintergrund der Internet-Milieus problematisch, da hier sieben Internet-Milieus mit stark variierenden Größen klassifiziert wurden. Eine mögliche Lösung könnte der Einbezug des Alters darstellen, da ein Sechstel der Befragten befolgt liberale Werte und kann auf postmaterielle Wurzeln zurückgreifen. Es wird die berufliche und soziale Etablierung angestrebt. Dies kann als Vertreter der multioptionalen, effizienz-orientierten Leistungselite geschehen. Die Parallelisierung der Modelle zeigt im Bezug auf religiöse Orientierungen ihre Grenzen. Das liberal-intellektuelle Milieu steht in diesem Kontext mit dem Milieu der Performer in starken Kontrast. Es liegt nahe, dass der Glaube bzw. die Religion als zentraler Bestandteil und als Basis einer ethischen Grundhaltung vermutet werden kann. Wie in dem Beispiel zuvor liegt eine starke Verortung im Segment der

Digital Immigrants vor. Darüberhinaus gibt es Schnittflächen zu Digital Natives wie den effizienzorientierten Performern und leichte Berührungspunkte mit den Digital Souveränen.

Blogaktivität: Die spezifischen Merkmale der Blogaktivitäten erlauben verschiedene Rückschlüsse. 50 von 59 Befragten geben an ihren Weblog alleine zu verfassen. Eine alleinige Autorenschaft erscheint als ein prädestiniertes Mittel für Glaubensverkündigung durch das Ablegen des persönlichen Zeugnisses. Die freiwillige Angabe des Weblogtitels kennzeichnet die Bereitschaft zu Offenheit und Transparenz. Viele der teilnehmenden Bloggerinnen und Blogger machen auf ihren Weblogs in Rubriken wie „Über mich" oder „About me" Angaben zu ihrer Person. Als logische Konsequenz ergibt sich für die Blogozesanen eine starke Verbreitung authentischer Darstellung.
Etwa 28 Personen aktualisieren ihren Blogs mehrmals pro Woche. Es kann sich folglich nicht nur um eine persönliche und authentische Glaubenskommunikation handeln, sondern auch um eine aktuelle und lebendige.
Die Bloggerinnen und Blogger schreiben überwiegend aus Spaß an ihren Blogs. Die persönliche Glaubenskommunikation wird folglich aus und mit Freude praktiziert. Des Weiteren wünscht die Mehrheit andere Menschen zu inspirieren und zu kritischem Denken anzuregen. Ein Sechstel benennt ausdrücklich missionarisch ausgerichtet zu sein.

Potenzial: Basierend auf den Ergebnissen lässt sich feststellen, dass das Format Weblog als potenziell erfolgreich eingeschätzt wird. An dieser Stelle sei an die weite Verbreitung in den USA und die positive Einstellung der Gesellschaft dazu erinnert. Dort werden Blogs wie selbstverständlich als meinungsbildende Quellen herangezogen. Analog dazu: Dem Wachstum der Blogozese sind keine Grenzen ausgewiesen. Das Potenzial der Glaubensverkündigung wird von fast allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern als nicht ausgeschöpft erachtet. Dies impliziert die Meinung, dass Bloggen ein missionarisches Potenzial beinhalten kann. Auf die Frage wie ein solches Potenzial besser mobilisiert werden könnte, wurden beträchtlich viele Handlungsempfehlungen aufgezeigt. Durch den Umstand, dass Blogautoren gleichzeitig Leser anderer Blogs sind, liegt eine Zusammenschau von bedeutsamem, konstruktivem Feedback vor. Dieses soll hier nicht wiederholt, sondern lediglich auf einige Aspekte eingegangen werden. Die Verbesserungsvorschläge der Befragten zum Bloggen weisen eine fundierte Kenntnis von strategischen, erfolgsoptimierenden Kriterien – etwa zu Vernetzung oder Gestaltung von Weblogs – auf. Es wird in diesem Kontext der Bedarf geäußert, dass eine Vernetzung mit nicht katholischen Netzwerken vonnöten sei. Hier ist einerseits das Argument enthalten, durch eine dichtere Vernetzungsstruktur der

Szene zu einem höheren Bekanntheitsgrad zu verhelfen. Mit Blick auf das Kirchenrecht und der Eigenverantwortung aller Gläubigen „ihren Teil zur Missionsarbeit beizutragen“ (vgl. c. 781 CIC/1983) kann hier ein weiteres Argument zugrunde gelegt werden. So lautet es in dem Kanon c.787 § 1 „Die Missionare haben durch das Zeugnis ihres Lebens und Wort mit den nicht an Christus Glaubenden einen ehrlichen Dialog zu führen“. Einige Befragte äußern, dass die Existenz der Blogozese generell mitgeteilt oder auch der Bekanntheitsgrad erhöht werden sollte. Diese Einschätzung möchte ich aus meiner persönlichen Erfahrung unterstreichen. In dem Zeitraum dieser Forschungsarbeit habe ich in Gesprächen, mit Ausnahme von einem Blogger, im universitären Freundes- und Bekanntenkreis keine Person getroffen, die von der Blogozese Kenntnis hatte. Hier ist Handlungsbedarf festzustellen. Als Anknüpfungspunkte sei auf die mangelnde Wahrnehmung und Anerkennung der Blogozese seitens der Kirche verwiesen. Als weitere Kritikpunkt wird der Mangel kirchlicher Medienkompetenz benannt. Dies könnte als einer der Gründe für die fehlende Wahrnehmung vermutet werden. Durch eine Schulung von Medienkompetenz, die in Anbetracht unserer digitalisierten Gesellschaft unabdingbar ist, kann die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gewünschte Zusammenarbeit ermöglicht oder erleichtert werden. Eine solche Zusammenarbeit soll nicht auf ein Werben für katholische Weblogs beschränkt sein. Die Bloggerinnen und Blogger äußern den Wunsch sich mit ihrer Blogtätigkeit in der Diözesan- oder Gemeindearbeit einzubringen. Aus diesem Wunsch kann man das Selbstverständnis lesen, dass Bloggerinnen und Blogger durch ihre Blogs ehrenamtlich tätig sind.

methodische Aspekte des Fragebogens: Als abschließender Beitrag zur Diskussion sei die Betrachtung des Fragebogens noch angeführt. Für unkomplizierte Erkenntnisgewinne bezüglich Lebensweisen und Lebensansichten durch Umfragen handelt es sich bei der Lebensführungstypologie um eine erfolgreiche Strategie. Die Stärke der Kurzversion zur Untersuchung von Lebensführungsstilen ist in der schnellen Bearbeitung für den Befragten und einer reliabelen und validen Messung für den Forscher begründet. Dieser Vorteil wurde hier genutzt und in den Horizont weiterer Studien gestellt. Daraus ergibt sich eine Modell, das die Einordnung in Sinus-Milieus ermöglicht. Genau hier ist einer der Mehrwerte dieser Arbeit zu finden. Anhand der Einschätzung der Sinus-Milieus, der religiösen Orientierungen und eben auch der Internet-Milieus, können pastoraltheologische Handlungsweisen konzipiert werden. Mit Blick auf die Bereitschaft der katholischen Bloggerinnen und Blogger, gilt es dafür die richtige Ansprache zu finden.
Schließlich sind einige Hinweise zum Aufbau des selbsterstellten Fragebogens notwendig. Dieser muss für weitere Verwendung optimiert werden, da teilweise nicht eindeutige Formulierungen gewählt worden sind. Beispielsweise sollte nicht nach der Dauer der Aktivität als Blogger,

sondern nach dem Alter des katholisch geprägten Weblogs gefragt werden. Die Möglichkeit mehre Blogs zu führen wurde gar nicht in Betracht gezogen. Um die Dichte der Vernetzung besser einschätzen zu können, könnte eine Liste von weiteren Social Web-Anwendungen Platz finden. Dies sind nur einige Beispiele, denn bei der Auswertung der Fragebögen sind eine Reihe von methodischen Schwächen entdeckt worden, die verbessert werden sollten.

4.6. Weiterführende Diskussion der Ergebnisse auf dem dritten Bloggertreffen in Erfurt am 20.09.2014

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit wurden auf dem dritten Bloggertreffen in Erfurt, zu dem die Katholische Arbeitsstelle für missionarische Pastoral und die Deutsche Bischofskonferenz in Kooperation mit dem Referat Medienpastoral im Erzbischöflichen Seelsorgeamt Freiburg einluden, referiert und anschließend mit den anwesenden Bloggerinnen und Bloggern intensiv thematisiert.

Abbildung 15: Auszug der Einladung zum Bloggertreffen 2014

Liebe katholische Bloggerinnen und Blogger!

Es ist in unserer Gesellschaft nicht mehr selbstverständlich, Christ zu sein. Was sich in den ost- und mitteldeutschen Bundesländern, wo Christen deutlich in der Minderheit sind, zugespitzt zeigt, ist inzwischen oft auch in früher stark katholisch geprägten Gegenden deutlich spürbar. Die Weitergabe des Glaubens ist in einem zunehmend säkularen Umfeld und unter den Bedingungen unserer Zeit schwieriger geworden.

In dieser Situation gewinnt die Berufung eines jeden Christen, den Glauben zu bezeugen, neue Aktualität: eine missionarische Grundhaltung ist gefragt, die Bereitschaft, mit dem eigenen Lebenszeugnis für das Evangelium einzustehen, und die Fähigkeit, dieses Zeugnis so ins Wort zu bringen, dass der Gesprächspartner daran anknüpfen kann.

Die katholischen Bloggerinnen und Blogger bringen in ihren Blogs immer wieder ihren Glauben und ihre persönliche Glaubenserfahrung in der Öffentlichkeit des Internets zur Sprache. In diesem Zeugnis kann große missionarische Kraft liegen. Deshalb laden wir von der Katholischen Arbeitsstelle für missionarische Pastoral (KAMP) der Deutschen Bischofskonferenz in Kooperation mit dem Referat Medienpastoral im Erzbischöflichen Seelsorgeamt Freiburg alle deutschsprachigen katholischen Bloggerinnen und Blogger herzlich ein zum

Bloggertreffen
zum Thema
"Das missionarische Potential der katholischen Bloggerszene"
vom 19. bis 21. September 2014 in Erfurt.

Quelle: http://www.kamp-erfurt.de/de/internet/veranstaltungen/eigene-veranstaltungen/bloggertreffen-2014.html.

Bereits während der Präsentation konnte ein deutlicher Diskussionsbedarf festgestellt werden. Als thematische Stichworte seien beispielsweise Nutzermotive, Zielgruppen und das Verhältnis zu anderen Bloggerszenen zu nennen. Aus zeitlichen Gründen konnten nicht alle Themen besprochen werden. Besondere Aufmerksamkeit wurde zwei Aspekten gewidmet, die im Folgenden eine nähere Betrachtung erfahren:
Einerseits handelt es sich um die Erörterung der Begriffsbedeutung der u.a. sogenannten „Blogozese" bzw. der Positionierung von Bloggerinnen und Bloggern hierzu. Mit dieser Diskussion ging die Betrachtung der sich entwickelnden Szene und daraus resultierenden Effekten einher. Andererseits wurde das Verhältnis der Reichweite eines Blogs und der Nutzung des vorhandenen Potenzials betrachtet.

Anlass der intensiven Auseinandersetzung mit dem Begriff „Blogozese" ist unter anderem die Erkenntnis, dass etwa ein Drittel der 59 Befragten sich nicht der Blogozese zugehörig fühlen oder den Begriff ablehnen.
Für eine Annäherung an die Materie erläuterte ein Blogger die Begriffsentstehung: Zu Anfang habe es sich um eine scherzhafte Verwendung des Begriffs gehandelt. Nachdem sich ein Blogger damals beschwerte, dass in der sogenannten Blogozese angeblich meinungsführende Vertreter dominierten, entwickelte sich ein weblogbasierter Konflikt. Hierdurch sei der Begriff inzwischen mit einer gewissen Ernsthaftigkeit behaftet, die jeglichen scherzhaften Ursprung verdrängt und gleichzeitig die Bezeichnung mit einer negativen Note belastet habe. Alle Anwesenden bei dem Bloggertreffen sind sich einig, das Wort weiterhin mit einem Augenzwinkern zu verwenden. Ein anderer Blogger fügt hinzu, dass im Allgemeinen junge Bloggerinnen und Blogger, die eben diese Diskussion nicht mitbekommen hatten, die Bezeichnung als einen praktischen, prägnanten Oberbegriff, der unterschiedliche Gruppen beherbergt, rein objektiv angenommen haben und verwenden. Eine langjährig aktive Bloggerin, die in der katholischen Bloggerszene auch vernetzt ist, brachte den Einwand hervor, dass sie diesen Konflikt keineswegs wahrgenommen hätte. Insgesamt wurde von mehreren Anwesenden betont, dass es sich bei der katholischen Bloggerszene um ein sehr vielfältiges Konstrukt unterschiedlichster Meinungsträger handele. Ein „Wir" sei in weiterem Sinne, dass der Katholizismus das einigende Moment in der Vielfalt darstelle, denkbar. Diese Unterschiedlichkeit sei in der variierenden Stärke behandelter katholischer Inhalte zu bemerken und vor allem in der Individualität, die sich natürlicherweise in jedem persönlichen Weblog niederschlägt, begründet. Hieran lässt sich der mehrmals vorgetragene Gedanke anschließen, dass es sich bei Schriftstellerinnen und Schriftstellern eines persönlichen Weblogs logischerweise um „Einzelkämpfer" handle und somit das Begriffsverständnis einer Blogozese

als ein gemeinsames, fest definiertes „Wir“ eher unrealistisch sei. Ein Mittelweg werde darin gesehen, dass es sich um Individualisten handle, die mit einzelnen gemeinsamen Aktionen, beispielsweise je individuelle Blogbeiträge zu einem festgelegten Thema, ihre Vernetzung untereinander sichtbar machen.

Als eine weitere These wurde die Idee benannt, dass die Beurteilung der Zugehörigkeit bzw. des eigenen Zugehörigkeitsgefühls als eine Suche nach Identität der Blogozese zu verstehen sei. Hierfür gelte es auf die Beurteilungskriterien zu achten: es könne bei dem Betrachter ein inklusives oder exklusives Kirchenbild zugrunde liegen.

Es wurde beanstandet, dass jene Personen diese Frage aufgeworfen hätten, die sich selbst von der Blogozese abgrenzen wollten. Die Anwesenden zählten sich eben nicht zu jenem Personenkreis. Dennoch wurde auf die möglicherweise weitreichende Bedeutsamkeit der Frage, ob es unter katholischen Bloggerinnen und Bloggern eine Art Gemeinschaftsgefühl gibt, hingewiesen: De facto existiert eine frei zugängliche katholische Bloggerszene, die sich durch technische als auch soziale Bezugnahmen, wie beispielsweise Verlinkungen oder Preisverleihungen, konstituiert. Das bedeutet, dass diese Szene auch von außen wahrgenommen wird bzw. werden kann. Angenommen, dass viele katholische Bloggerinnen und Blogger missionarisch tätig sein möchten, ergibt sich daher für die Fremdwahrnehmung eine besondere Relevanz. Hier eröffnet sich eine strategische Perspektive: Soll die katholische Bloggerszene von außen als eine Gemeinschaft oder jede und jeder ausschließlich als ein Individuum wahrgenommen werden? Damit einhergehend könnte auf der Grundlage des existierenden missionarischen Potenzials eine genauere Betrachtung des bzw. der Missionsverständnisse/s erfolgen.

Als weiter zu reflektierende Konsequenz aus dem Ergebnis, dass lediglich ein Drittel der Befragten sich der Blogozese zugehörig fühlt, wurde die Überlegung von den Veranstaltern des Bloggertreffens angestellt, ob die Verwendung des „Blogoezesen-Logos“ (vgl. Abb. 15) für offizielle Ausschreibungen weiterer Aktivitäten, wie z.B. einem vierten Bloggertreffen, sinnvoll sei. Aus der möglicherweise vorherrschenden Skepsis gegenüber „der Blogozese“ seitens anderer katholischer Bloggerinnen und Blogger könnte eine Abgrenzung von offiziell ausgeschrieben Veranstaltungen unter jenem „Blogoezesen-Logo“ resultieren. Hieraus lässt sich die Vermutung ableiten, dass durch die Verwendung dieses Blogoezesen-Logos der Weiterentwicklung der katholischen Bloggerszene kontraproduktiv entgegengewirkt werden könne.

Gleichzeitig wird seitens der Veranstalter ein vorteilhafter Effekt konstatiert: So habe sich das Verhältnis von offiziellen kirchlichen Stellen positiv gewandelt. Während vor für den Papstbesuch im Jahr 2011 keine Bloggerinnen und Blogger auf Pressetickets akkreditiert wurden, ist dies in-

zwischen durchaus möglich und wird auch von einem Anwesenden so praktiziert. Da ein Potenzial ermittelt wurde, sollte die in sich stark differenzierte Bloggerszene eben durch ein Logo als Zeichen des gemeinsamen Anliegens visualisiert werden. Darüberhinaus sollten weitere Effekte sinnvoll genutzt werden. Die Beobachtung der sich entwickelnden Szene und ihrer wachsenden Respektierung wird von vielen Anwesenden bestätigt. Ein Blogger fügt hinzu, dass er auf Grund des pragmatischen Nutzens ein entspanntes Verhältnis zu dem Logo pflege.
Zusammenfassend lassen sich für die katholische Bloggerszene folgende Merkmale benennen: Die katholische Bloggerszene, mitunter auch Blogozese, stellt eine nicht organisierte Szene persönlich geführter Weblogs dar, die durch den Katholizismus als gemeinsames Thema eine Interessensgemeinschaft bildet. Die Individualität eines jeden Bloggers verhilft der Szene, in ihrer thematischen Einheit, zu ihrer Vielfalt.

In Bezug auf den zweiten Aspekt, das Verhältnis zwischen weblogbasierter Reichweite und Nutzung eines missionarischen Potenzials, wurden verschiedene kritische Positionen benannt. Im Allgemeinen ist eine gewisse Spannung zwischen der Motivation zu bloggen und der nicht ausgeschöpften Nutzung des vorhandenen Potenzials feststellbar. Dies kann anhand der Zielgruppe verdeutlicht werden: einerseits sollen gläubige und gleichzeitig nicht gläubige Leser erreicht werden. Hier stellt sich die Frage
Eine Bloggerin sieht die Klärung der Diskrepanz in der Fragestellung selbst. Die eigene Motivation zu bloggen, müsse nicht vorrangig missionarisch sein. Gleichzeitig könne man aber durchaus der Meinung sein, dass Blogs im Allgemeinen ein missionarisches Potenzial bergen.
Ein weiterer Erklärungsversuch wird von einem anwesenden Blogger geliefert, der die Schwierigkeit sieht, mit einem persönlichen Weblog Aufmerksamkeit zu erhalten. Primär geschehe dies durch die Verlinkung eines Beitrages von anderen katholischen Bloggerinnen und Bloggern. Diese vertreten schließlich gleiche oder ähnliche Ansichten. Dadurch bewege sich eine Bloggerin oder ein Blogger automatisch in einer bestimmten Interessensgemeinschaft. Im Vergleich zu thematisch anderen Bloggerszenen ist die Blogozese verhältnismäßig klein. Um als katholischer Weblogautor nun missionarischen Erfolg zu erzielen, müsse man eben die Aufmerksamkeit anderer Interessensgemeinschaften auf sich ziehen. Aber bereits im engen Kreis sei es für jenen Blogger schwierig Aufmerksamkeit zu erhalten. Daher zieht er für sich persönlich das Fazit, selber nicht missionarisch bloggen zu wollen bzw. zu können.
Hierzu wurden unterschiedliche Verbesserungsvorschläge getätigt: So könne man Aufmerksamkeit durch Suchmaschinenoptimierung, indem man aussagekräftige Überschriften und Schlagworte verwendet, strategisch erhöhen. Eine andere Idee zielt darauf ab, sich thematisch anderen

Bloggerszenen anzuschließen und dort im Gespräch das Interesse an dem eigenen Weblog zu wecken. Dabei gelte es auf eine verständliche Ausdrucksweise zu achten. Eine weitere Idee die Aufmerksamkeit zu erhöhen sieht eine Bloggerin darin, dass auf offiziellen Seiten der Kirche Verweise auf persönliche Erfahrungsberichte wie Blogs eingestellt werden könnten.

Die Diskussion wurde durch ein grobes Meinungsbild der Anwesenden abgeschlossen: Die Bloggerinnen und Blogger sollten beurteilen ob ein populärer katholischer Weblogautor, der sich in Qualität und Quantität auszeichnet, sinnvoll sei. Hier zeichnete sich schnell ab, dass die Vorstellung generell nicht abgelehnt wird. Im Speziellen wurde diese Idee jedoch als unrealistisch eingeschätzt, da ein „katholischer Sascha Lobo“ nicht konstruierbar sei. Des Weiteren dürfe ein solche Bloggerin bzw. ein solcher Blogger trotz Quantität keine niederschwelligen Themen bedienen. Die Anwesenden schienen sich einig zu sein, dass eine dezentrale Vorgehensweise vieler Bloggerinnen und Bloggern mit jeweils niedrigeren Zugriffszahlen derzeit sinnvoller sei.

5. Ausblick

Zusammenfassend seien für die Stichprobe folgende Merkmale benannt: In der wachsenden Gemeinschaft von katholischen Bloggerinnen und Bloggern zeichnet sich mehrheitlich die Verkündigung des christlichen Glaubens, die durch ihr persönliches, authentisches, aktuelles und freudiges Profil gekennzeichnet ist, ab. Dabei ist der Wunsch mit offiziellen kirchlichen Institutionen gemeinsam zu arbeiten deutlich vernehmbar.

Anhand der Ergebnisse wurde deutlich, welche Stärken eine weblogbasierte Glaubensverkündigung birgt. So sind Vorteile für die religiöse Kommunikation feststellbar. Blogs bieten die Möglichkeit ein breites Publikum anzusprechen, das im Vergleich zu den Adressaten des Pfarrbriefs nicht nur aus Christen besteht. Des Weiteren kann sich die Internetleserschaft aus Menschen kirchenferner Milieus zusammensetzen. Besonders in diesem Aspekt verdichtet sich der Gewinn für die katholische Kirche über das Medium Internet kirchenferne Milieus des Segmentes der Digital Natives erreichen zu können. Hempelmann betont, dass „das Missionarische" nicht gemacht werden könne. Hierfür sei die Öffnung der Kirche für „die, die sie erreichen möchte, aber nicht erreicht"[179] Des Weiteren stellt Hempelmann heraus, dass es sich in unserer postmodernen Gesellschaft nicht um eine „*un*christliche", sondern „*a*christliche" Lebenswelt handle.[180] Daraus resultiert die bereits erwähnte „spezifisch missionstheologische Herausforderung". Als mögliche Lösung benennt Hempelmann die Kontextualisierung des Evangeliums in postmoderne (Sub-)Kulturen.

Ein konkreter Lösungsansatz für die Internetstrategie der Kirche wird von dem Theologen Jürgen Pelzer benannt. Die Kirche muss eine „Netzinkulturation der christlichen Botschaft" vollziehen.[181] Dafür muss ein mentaler Wandel geschehen, der das Verständnis des Internets als „ein lebendiges Austauschforum, in dem Personen interagieren und die Botschaft des Evangeliums jeweils auf milieuspezifische Weise inkulturieren"[182] vermittelt.

Mayer-Edoloeyi unterstreicht diesen Ansatz, da die Erfolgsgeschichte des Christentums in ihrer fortdauernden Inkulturation begründet ist. In diesem Sinne benennt Mayer-Edoloeyi als pastorale

---

[179] Hempelmann, Heinzpeter: Das Kriterium der Milieusensibilität in Prozessen postmoderner Glaubenskommunikation. Religionsphilosophische, ekklesiologische und institutionelle Gesichtspunkt. in: Sellmann, Matthias/ Wolanski, Caroline (Hgg.): Milieusensible Pastoral. Praxiserfahrungen aus kirchlichen Organisationen. Würzburg 2013. S. 13-54, S. 33.

[180] Vgl. ebd. S. 39.

[181] Pelzer: Gehet hin und bloggt!

[182] Vgl. ebd.

Herausforderung für die Ansprache von Digital Immigrants die „Verbindung von Online und Offline".[183] Wenn diese Herausforderung gemeistert wird, eröffnet sich meines Erachtens das Segment der Digital Immigrants als potenzielle Brückenbauer der Verbreitung des Evangeliums zu jenen Milieus, die sich hinter dem Segment der Digital Natives verbergen. Die geforderte Netzinkulturation kann meiner Meinung nach durch Zusammenarbeit mit den katholischen Bloggerinnen und Bloggerin erleichtert werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die religiöse Kommunikation über das Internet keineswegs bestehende kirchliche Kommunikationsmittel ersetzen soll und kann. Als wichtigstes Medium werden gerade durch den Pfarrbrief – eben nicht über das Internet – die konservativen und traditionsverwurzelten Milieus erreicht.[184] Es geht um die kreative, dialogorientierte Ergänzung der kirchlichen Angebote um in den eher kirchlich distanzierten Milieus das Evangelium verkünden zu können. Die internetbasierte, persönliche Kommunikation sollte als Chance gesehen werden, das Interesse an dem katholischen Glauben und an kirchlichen Veranstaltungen zu verstärken.

---

[183] Mayer-Edoloeyi: Digital Natives.

[184] Kläden, Tobias: Der MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2010". in: eùangel. Magazin für missionarische Pastoral, 2/2011. online verfügbar: http://www.kamp-erfurt.de/level9_cms/download_user/Gesellschaft/Vorstellung%20aktueller%20Studien/euangel-2-11-S.-50-52-Studie.pdf

Anhang

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Visualisierung von Gruppen innerhalb der deutschsprachigen Blogosphäre .. 17
Abbildung 2: Neun Lebensführungstypen im Modell des sozialen Raumes nach Ausstattungsniveau und Modernität bzw. biographischer Perspektive 22
Abbildung 3: hypothetische Handlungslogiken der Lebensführungstypen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Abbildung 4: Sinus-Milieus in Deutschland 2013, Soziale Lage und Grundorientierung..... 23
Abbildung 5: Anteil der Katholiken in den Sinus-Milieus, Anteil an der Grundgesamtheit.... 25
Abbildung 6: Internet-Milieus zu Vertrauen und Sicherheit im Netz 26
Abbildung 7: Übertragung der Lebensführungstypen auf Sinus-Milieus 28
Abbildung 8: Sinus-Milieus: Subdifferenzierung (seit 2010)..... 29
Abbildung 9: Zuordnung der Milieu-Segmente und Lebensführungstypen in Internet-Milieus 30
Tabelle 1: Soziodemographische Merkmale 36
Tabelle 2: Seit wann sind Sie als Blogger aktiv?..... 37
Abbildung 10: Wie oft aktualisieren Sie Ihren Blog? 38
Abbildung 11: Wie hoch schätzen Sie das Potenzial der katholischen Bloggerszene im Allgemeinen ein?..... 44
Abbildung 12: Wie schätzen Sie das genutzte Potenzial von Blogs für die Glaubensverkündigung ein?..... 45
Abbildung 13: Synopse von aufstiegsorientierte Lebensführung und bürgerlichem und sozialökologischem Milieu 50
Abbildung 14: Synopse von liberal gehobener Lebensführung und liberal-intellektuellem, sozialökologischem Milieu und Milieu der Performer..... 51
Abbildung 15: Auszug der Einladung zum Bloggertreffen 2014 55

Literaturverzeichnis

Die Arbeit basiert in vielen Bereichen auf Quellen, die im Internet verfügbar sind. Die Bemerkung „Online verfügbar“ bezieht sich auf Texte, die auch in Druckform vorliegen. „Online-Publikation“ verweist darauf, dass es sich um einen Beitrag aus einem Webangebot handelt, das nur im Internet bereit steht. Soweit nicht anders angegeben, waren alle Angebote am 14.08.2014 online verfügbar.

Bartel, Rainer: Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium, CHIP Edition – einfach professionell, München 2008.

Bekavac, Bernd/ Lang, Norbert: World Wide Web. in: Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien, 5. Auflage, Stuttgart 2004, S. 433-453.

Berendt, Bettina/ Schegel, Martin/ Koch, Robert: Die deutschsprachige Blogosphäre: Reifegrad, Politisierung, Themen und Bezug zu Nachrichtenmedien. in: Zerfaß, Ansgar u.a. (Hgg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. (Neue Schriften zur Online-Forschung) Bd. 2, Köln 2008, S. 72-96.

Berlinecke, Sandra/ Thimm, Caja: Mehr Öffentlichkeit für unterdrückte Themen? Chancen und Grenzen von Weblogs. in: Pöttker, Horst/ Schulzki-Haddouti, Christiane (Hgg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung“, Wiesbaden 2007, S. 81-100.

Beyer, Bettina/ Rolke, Lothar: Blogger in Deutschland – Die etwas andere publizistische Macht. in: Fachhochschule Mainz (Hg.): Update, Heft 17, Mainz 2013, S. 16-22.

Bordat, Josef: Die Sinnsuche endet oft in einem Blog. in: Stadt Gottes. Magazin der Steyler Missionare, 03/2014. Online verfügbar: http://www.stadtgottes.de/stago/aktuelle_Beitraege/themen/03-2014/katholische-Blogger.php.

Bordat, Josef: Was ist die Blogozese? in: Jobo72’s Weblog. 17.03.2014. Online-Publikation: http://jobo72.wordpress.com/2014/03/17/was-ist-die-blogozese/.

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (Hg.): DIVISI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg 2012. online verfügbar: https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf.

Diemand, Vanessa/ Mangold, Michael/ Weibel, Peter: Einleitung: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen. in: Diemand, Vanessa u.a. (Hgg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen, Hannover 2007, S. 3-20.

Ebertz, Michael: Religion, Kommunikation und Medien. in: Fürst, Gebhard (Hg.): Katholisches Medienhandbuch. Fakten, Praxis, Perspektiven, Kevelaer 2013, S. 35-46.

Ebersbach, Anja/, Glaser, Markus/ Heigl, Richard (Hgg.): Social Web. Konstanz 2008.

van Eimeren, Birgit/ Frees, Beate: Rasanter Anstieg des Internetkonsums - Onliner fast drei Stunden täglich im Netz. in: Medien Perspektiven, 7-8/ 2013, S. 358-372. Online verfügbar: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=415.

Eutebach, Erhard: KATH.BLOGGER – Blogliste. Online-Publikation: http://bloggerliste.blogspot.de.

Eutebach, Erhard: Bloggertreffen... aber was ist das eigentlich, ein katholischer Blogger? in: KATH-BLOGGER - Blogliste. 09.05.2013. Online-Publikation: http://bloggerliste.blogspot.de/2013/05/bloggertreffen-aber-was-ist-das.html.

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung(Hg.): Die Sinus-Milieus in b4p.bestforplanning. online verfügbar: http://www.b4p.de/fileadmin/b4p/upload/inhalte/2_3-Menschen-Die-Sinus-Milieus-b4p.pdf.

Glaser, Peter: 5000 Jahre in 1500 Sekunden. in: Diemand, Vanessa u. a. (Hgg.): Ich, Wir und Die Anderen. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen II, Hannover 2009, S. 21-36.

Hammer, Luca: Blognetz Visualisierung Juli 2014. in: Luca Hammer schreibt und analysiert. 20.07.2014. Online-Publikation: http://www.2-blog.net/2014/07/20/blognetz-visualisierungen-juli-2014/#comments.

Hempelmann, Heinzpeter: Das Sinus-Milieu-Modell 2010. online verfügbar: http://heinzpeter-hempelmann.de/hph/wp-content/uploads/2013/02/neuemilieus.pdf.

Hempelmann, Heinzpeter: Das Kriterium der Milieusensibilität in Prozessen postmoderner Glaubenskommunikation. Religionsphilosophische, ekklesiologische und institutionelle Gesichtspunkt. in: Sellmann, Matthias/ Wolanski, Caroline (Hgg.): Milieusensible Pastoral. Praxiserfahrungen aus kirchlichen Organisationen. Würzburg 2013. S. 13-54.

Kebekus, Norbert: Die katholische Bloggerszene. in: Rehmann, Dieter (Hg.): Sinnstiftermag, Heft 14, 12/2012. Online verfügbar: http://www.sinnstiftermag.de/ausgabe_14/titelstory.htm.

Kläden, Tobias: Der MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2010“. in: eùangel, Heft 2, 2011. online verfügbar: http://www.kamp-erfurt.de/level9_cms/download_user/Gesellschaft/Vorstellung%20aktueller%20Studien/euangel-2-11-S.-50-52-Studie.pdf.

Kläden, Tobias: Ein knapper Überblick zum MDG-Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2013“. in: Katholische Arbeitsstelle für missionarische Pastoral (Hg.): Milieus fordern heraus. Pastoraltheologische Deutungen zum MDG-Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2013“.

Krauß-Leichert, Ute/ Schade, Frauke (Hgg.): Den Kunden im Fokus. Eine Milieustudie zur Profilierung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios der Stadtbibliothek Bremen. Endbericht, Hamburg 2011.

Lesting, Stefan: Die Blogozese. Die katholische Bloggerwelt. Online-Publikation: http://blogozese.de.

Lesting, Stefan: Die Blogozese. in: Blogozese. Die katholische Bloggerwelt. Online-Publikation: http://blogozese.de/ueber.

Lesting, Stefan: Blogozese – Verzeichnis online. in: Stefan Lesting – Plädoyer für den nächsten Innovationsschritt. 26.04.2014. Online-Publikation: http://www.lesting.org/blogozese-verzeichnis-online.html.

de Magalhaes , Isabel/ Wippermann, Carsten: MDG-Milieuhandbuch. Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005, Heidelberg 2006.

Mayer-Edoloeyi, Andrea: Digital Natives und kirchliche Kommunikation. in: Katholische Arbeitsstelle für missionarische Pastoral (Hg.): eùangel. Magazin für missionarische Pastoral. Heft 1, 2013. Online-Publikation: http://www.euangel.de/ausgabe-1-2013/internetseelsorge/digital-natives-und-kirchliche-kommunikation/.

MDG Medien-Dienstleistung GmbH (Hg.): MDG-Milieuhandbuch 2013. Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus. Auszug. Heidelberg/ München 2013.

Otte, Gunnar: Entwicklung und Test einer integrativen Typologie der Lebensführung für die Bundesrepublik Deutschland. in: Zeitschrift für Soziologie, Heft 6, 12/2005, S.442-467.

Otte, Gunnar: Die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte – Hinweise zur Datenerhebung und Personenklassifikation. Marburg 2013. Online verfügbar: http://www.zap-bochum.de/ZAP/anbieten/lebensstilforschung.php.

Papst Johannes Paul II: Die schnelle Entwicklung (2005) online verfügbar: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_letters/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo_ge.html.

Papst Johannes Paul II: Päpstlicher Rat für soziale Kommunikationsmittel. Kirch und Internet, veröffentlich am 22.02.2002, online verfügbar: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_ge.html#_ftn19.

Pelzer, Jürgen: Gehet hin und bloggt! Netzinkulturation im Zeitalter des Leitmediums Internet. in: Stimmen der Zeit, Heft 12, 12/2010. Online verfügbar: http://www.stimmen-der-zeit.de/zeitschrift/ausgabe/details?k_beitrag=2617855&cnid=13&k_produkt=2622346.

Pelzer, Jürgen: Netzinkulturation.de. Die neue Kultur des Internets als pastorale Herausforderung, Frankfurt a.M. 2005, S. 7.

Schmidt, Jan: Weblogs. Eine Kommunikationssoziologische Studie, Konstanz 2006.

Schmidt, Jan: Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, in: Zerfaß, Ansgar u.a. (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. (Neue Schriften zur Online-Forschung) Bd. 1, Köln 2008, S. 18-40.

Schmidt, Jan: Social Media (Medienwissen kompakt), Wiesbaden 2013.

Schmidt, Jan/ Wilbers, Martin: Universität Bamberg, Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften, Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien" (Ed.): Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. Bamberg. 2006. Online verfügbar: http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-9874.

Starsetzki, Thomas: Rekrutierungsformen und ihre Einsatzbereiche. in: Theobald, Axel u.a. (Hgg.): Online Marktforschung. Theoretische Grundlagen und Praktische Erfahrung, 2. Auflage, Wiesbaden 2003.

Theobald, Axel: Das World Wide Web als Befragungsinstrument (Gabler Edition Wissenschaft, Interaktives Marketing) Wiesbaden 2000.

Unbekannt: Blogozese. in: Catholicism Wow. Deutscher Hardcore Katholizismus. 06.06.2005. Online-Publikation: http://www.catholicism-wow.de/pivot/entry.php?id=119#comm.

Unbekannt: Statistiken zum Thema Blog. Aktuelle Informationen und Daten zum Thema Blog, Online-Publikation: http://de.statista.com/themen/248/blog/.

Weigert, Martin: Dilettanten gibt es auf beiden Seiten. 27.05.2011. Online-Publikation: http://netzwertig.com/2011/05/27/blogs-contra-mainstream-medien-dilettanten-gibt-es-auf-beiden-seiten/.

Wenz, Barbara: Von halblebigen Freibeutern zu hart arbeitenden Fischern – katholische Blogger. Ein Gastbeitrag von Barbara Wenz, in: sende-zeit. Blog der Medienpastoral im Erzbistum Freiburg, 23.05.2010. Online-Publikation: http://sendezeit.wordpress.com/2010/05/23/von-halblebigen-freibeutern-zu-hart-arbeitenden-fischern-dkatholische-blogger/.

Winnemöller, Peter: Sieben Dinge, die Bischöfe über katholische Blogger wissen sollten. in: katholon Blog. 12.11.2012. Online-Publikation: http://www.blog.peter-winnemoeller.de/?p=3967.

Untersuchungsmaterialien

A. Fragebogen

Vielfalt und Potenzial der katholischen Bloggerszene in Deutschland

Liebe katholische Bloggerinnen und Blogger!

Im Rahmen meiner Masterarbeit am Lehrstuhl für Pastoraltheologie der Ruhr-Universität Bochum möchte ich mehr über die katholische Bloggerszene in Deutschland erfahren.

Mit dem vorliegenden Fragebogen soll das Potenzial der Glaubenskommunikation innerhalb der katholischen Bloggerszene wissenschaftlich erkundet werden. Ziel der Umfrage ist es, die derzeitige Situation zu erfassen und darauf aufbauend pastoraltheologische Ansätze zu entwickeln.

Hierzu bitte ich Sie mir Informationen zu Ihrem Blog (Teil A) als auch Ihren weiteren Freizeitaktivitäten (Teil B) zu geben. Das Ausfüllen der folgenden Fragen beansprucht ca. 20 Minuten Ihrer Zeit.

Alle Angaben werden streng anonym und vertraulich behandelt.

Schon jetzt möchte ich mich für Ihre Bereitschaft bedanken! – Ihre Antworten leisten einen wichtigen Beitrag für eine zeitgemäße pastoraltheologische Forschung. Nach Abschluss der Umfrage besteht die Möglichkeit an einer Verlosung teilzunehmen und einen der drei Amazon-Gutscheine im Wert von 50€, 30€ oder 20€ zu gewinnen! Für die Teilnahme an der Verlosung wird am Ende die entsprechende Email-Adresse bekannt gegeben.

1 **Teil A:**
Seit wann sind Sie als Blogger aktiv?

2 **Sind Sie die/ der einzige Autor/in?**

ja
nein - Wie viele Autoren beteiligen sich an Ihrem Blog?

3 **Freiwillige Angabe: Wie heißt Ihr Blog?**

4 **Wie oft aktualisieren Sie Ihren Blog?**

mehrmals täglich
einmal täglich
mehrmals pro Woche, aber nicht täglich
einmal pro Woche
seltener

5 **Welche Zielgruppe möchte Sie mit Ihrem Blog erreichen?**

6 **Was verstehen Sie unter dem Begriff ‚Blogozese'?**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

feste Institution
loses Netzwerk
Ich verwende diesen Begriff nicht.
Ich lehne diesen Begriff ab.
Sonstiges:

7 **Sehen Sie sich als Mitglied der ‚Blogozese'?**

Bitte begründen Sie kurz Ihre Ansicht (350 Zeichen)

8 **In welcher Art und Weise schaffen Sie Beziehungen zu anderen katholischen Bloggern?**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

Ich veröffentliche Links zu anderen Blogs.
Ich beteilige mich in anderen Blogs mit Beiträgen.
Ich reagiere in meinem Blog auf Beiträge von Nutzern.
Ich reagiere in anderen Blogs auf Nutzerbeiträge.
Ich folge anderen Blogs.
Ich pflege persönlichen Kontakt zu anderen Bloggern.
Ich pflege keine Beziehung.
Sonstiges:

9 **Wie hoch schätzen Sie das Potenzial der katholischen Bloggerszene im Allgemeinen ein?**

Bloggen birgt kein Potenzial.
Bloggen birgt nur ein geringes Potenzial.
Bloggen birgt ein enormes Potenzial.

10 **Wie schätzen Sie das genutzte Potenzial von Blogs für die Glaubensverkündigung ein?**

ausgeschöpft
nicht ausgeschöpft
wird nicht genutzt

11 **Was müsste Ihrer Meinung nach passieren um das Potenzial besser zu nutzen?**

Bitte erklären Sie kurz Ihre Ansicht (350 Zeichen).

12 **Zu welchem Zweck führen Sie Ihren Blog? Welche Motivation treibt Sie an?**
Sie werden bei den folgenden Antwortmöglichkeiten für Sich den Anspruch erheben mehrere Antworten zu wählen.
Bitte entscheiden Sie sich für <u>drei Antworten, die für Sie persönlich am meisten zutreffen.</u>

Ich blogge, ...

(Mehrfachnennungen sind möglich)

Weil ich mich einfach äußern *muss*.
Weil ich eine Mission habe.
Weil der Glaube heute *so* verkündet werden muss.
Weil es mir Spaß bereitet.
Um neue Kontakte zu knüpfen.
Um andere Menschen zu inspirieren.
Um mein Wissen zu teilen.
Um zu kritischem Denken anzuregen.
Weil ich auf mich und meine Gedanken aufmerksam machen möchte.
Weil mich die Möglichkeiten neuer Medien faszinieren.
Weil ich Geld verdienen möchte.
Sonstiges:

13 **Welche hier benannten Beweggründe treffen für Sie nicht zu?**
Bitte entscheiden Sie sich für drei Antworten, die für Sie persönlich überhaupt nicht zutreffen.

Ich blogge nicht, ...

(Mehrfachnennungen sind möglich)

Weil ich mich einfach äußern *muss*.
Weil ich eine Mission habe.
Weil der Glaube heute *so* verkündet werden muss.
Weil es mir Spaß bereitet.
Um neue Kontakte zu knüpfen.
Um andere Menschen zu inspirieren.
Um mein Wissen zu teilen.
Um zu kritischem Denken anzuregen.
Weil ich auf mich und meine Gedanken aufmerksam machen möchte.
Weil mich die Möglichkeiten neuer Medien faszinieren.
Weil ich Geld verdienen möchte.

14 **Teil B:**
Ich möchte Ihnen und Ihrem Blogs möglichst präzise gerecht werden. Für dieses Ziel erlauben Sie mir bitte Fragen zu Ihrem alltäglichen Leben.

Ich habe hier eine Liste mit Beschreibungen, wie man seinen Alltag gestalten kann. Bitte sagen Sie mir, ob sie für Sie persönlich voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.

	trifft voll und ganz zu	**trifft eher zu**	**trifft eher nicht zu**	**trifft gar nicht zu**	**weiß nicht**
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.					
In meiner Freizeit gehe ich viel aus.					
Ich lebe nach religiösen Prinzipien.					
Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.					
Ich genieße mein Leben in vollen Zügen.					

Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.					

15 **Benennen Sie bitte bei den folgenden Freizeitaktivitäten, ob Sie sie oft, manchmal, selten oder nie ausüben.**

	oft	**manch-mal**	**sel-ten**	**nie**
Kunstausstellungen oder Galerien besuchen				
Bücher lesen *(auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften u.ä.)*				

16 **Wie häufig lesen Sie eine überregionale Tageszeitung wie die "FAZ" (online oder print)?**

	oft	**manch-mal**	**sel-ten**	**nie**
überregionale Tageszeitung wie die "FAZ" *(nicht dazu zählen: ZEIT, Spiegel u.ä.)*				

17 **Wenn Sie einmal in ein Restaurant <u>richtig gut</u> Essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann <u>maximal</u> <u>pro Person</u> – inklusive Getränke – aus?**

ich gehe nie ins Restaurant

weiß nicht

Euro:

18 **In welchem Jahr wurden Sie geboren?**

19 **Welches Geschlecht haben Sie?**

weiblich
männlich

20 **Wie ist Ihr Familienstand?**

ledig
gottgeweihte Lebensweise
Träger eines Weihesakramentes
verheiratet
eheähnliche Gemeinschaft
getrennt lebend
geschieden
verwitwet

21 **Wie viele Kinder haben Sie?**

keine
Anzahl:

22 **Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?**

Hauptschulabschluss
Realschulabschluss
Fachabitur
Abitur
abgeschlossenes Fachhochschulstudium
abgeschlossenes Hochschulstudium
etwas anderes:

23 **Wie ist Ihr aktueller beruflicher Stand?**

Arbeitgeber/in
Arbeitnehmer/in
Selbstständige/r
Beamte/r
Auszubildende/r
Retner/in
Student/in
Schüler/in
arbeitssuchend
nicht erwerbstätig

24 **Welcher Konfession gehören Sie an?**

römisch-katholisch
evangelisch
orthodox
Sonstiges:

B. Auswertung der Kurzversion: Codierung und Personenzuordnung zu Lebensführungstypen nach Otte

Ich habe hier eine Liste mit Beschreibungen, wie man seinen Alltag gestalten kann. Bitte sagen Sie mir für jede, ob sie für Sie persönlich voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft. *[Interviewerannweisung: Unterstreichungen mit Betonung vorlesen!]*

		trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht	Antwort verw.
A1	Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.	4	3	2	1		
M1	Ich gehe viel aus.	4	3	2	1		
M2	Ich lebe nach religiösen Prinzipien.	1	2	3	4		
M3	Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.	1	2	3	4		
M4	Ich genieße das Leben in vollen Zügen.	4	3	2	1		
M5	Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.	4	3	2	1		

Sagen Sie mir bitte bei den folgenden Freizeitaktivitäten, ob Sie sie oft, manchmal, selten oder nie ausüben.

		oft	manchmal	selten	nie	weiß nicht	Antwort verw.
A2	Kunstausstellungen oder Galerien besuchen	4	3	2	1		
A3	Bücher lesen *[auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften u.ä.]*	4	3	2	1		

Wie häufig lesen Sie eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ" – oft, manchmal, selten oder nie?

		oft *(auch: täglich)*	manchmal	selten	nie	weiß nicht	Antwort verw.
A4	überregionale Tageszeitung wie die „FAZ" *[dazu zählen elektronische Tageszeitungen]* *[nicht dazu zählen Wochenzeitungen wie „Zeit" und Zeitschriften wie „Spiegel"]*	4	3	2	1		

Wenn Sie einmal in ein Restaurant richtig gut Essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann maximal pro Person – inklusive Getränke – aus?

A5 _____ Euro

gehe nie ins Restaurant	1
weiß nicht	
Antwort verweigert	

[A5: Offene Frage mit anschließender Codierung:
> 50 € = 4, 31-50 € = 3, 21-30 € = 2, ≤ 20 € = 1, gehe nie ins Restaurant = 1]

C. Aggregierter Datensatz

Teil A: [185]

Frage 1: Seit wann sind Sie als Blogger aktiv? 59 Teilnehmer

- 2011 **(9 x)**
- 2012 **(5 x)**
- 2008 **(4 x)**
- 2007 **(4 x)**
- 2005 **(3 x)**
- 2010 **(3 x)**
- 2009 **(3 x)**
- 2013 **(2 x)**
- Juli 2011
- 17. Oktober 2012
- Januar 2010 1999
- ca. 3 Jahre
- Ende 2010
- Seit Anfang des Jahres 2014
- 2006
- Ende 2013
- Mai 2014
- November 2006
- 2003
- November 2011
- 27.03.2007
- Seit Juni 2011 seit Februar 2012 Seit 4 Jahren seit ca. 1,5 Jahren
- Anfang 2014
- April 2010
- Feb 2012
- Seit Papst Benedirk
- 2004
- März 2013
- Juli 2009
- April 2014

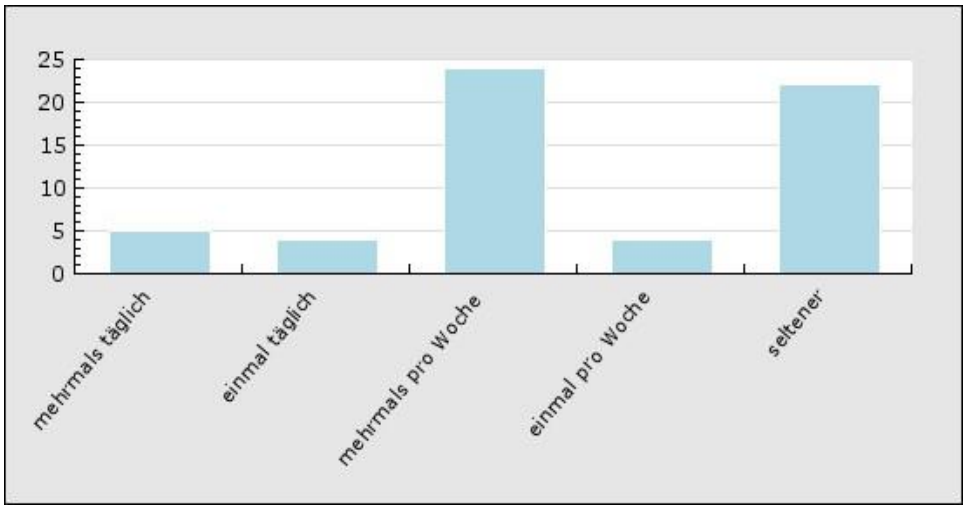
Frage 2: Sind Sie die/ der einzige Autor/in? 59 Teilnehmer

ja	50	
nein - Wie viele Autoren beteiligen sich an Ihrem Blog?	9	2 **(4 x)** 4 5 regelmäßig, über 20 punktuell insgesamt 8 Ein halbes Dutzend regelmäßig, etwa ein weiteres Dutzend vereinzelt 3-5

Frage 4: Wie oft aktualisieren Sie Ihren Blog? 59 Teilnehmer

mehrmals täglich	5
einmal täglich	4
mehrmals pro Woche, aber nicht täglich	24
einmal pro Woche	4
seltener	22

[185] Um die Anonymität zu wahren wird Frage 3 „Wie heißt ihr Blog?“ nicht aufgeführt.



Frage 5: Welche Zielgruppe möchte Sie mit Ihrem Blog erreichen? 59 Teilnehmer

- Gläubige und Ungläubige gläubige Katholiken, Interessierte
- Katholiken und solche, die gerne wissen wollen, was es mit "Katholitismus" auf sich hat (und was nicht!).
- Katholiken
- Pastorale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Über eine Zielgruppe habe ich mir noch nie Gedanken gemacht.
- Leute mit spirituellem Interesse, Freunde
- Junge Katholiken und Christen, Theologiestudent/innen, eigentlich alle interessierten Menschen relativ undefiniert; kirchliche Onliner
- Eher unbestimmt, im Allgemeinen religiös und historisch interessierte Menschen junge Erwachsene zwischen 18 und 35
- engagierte, informierte Katholik(inn)en, evtl. interessierte Außenstehende
- Mein Blog richtet sich an Menschen, die sich für Literatur, Christentum (bes. katholischer Prägung), Gartenphotos und für die lateinische Sprache interessieren. Außerdem möchte ich Menschen für meine Gedichte und Geschichten begeistern.
- interessierte Nicht-Gemeindemitglieder und Firmbewerber
- Zielgruppen waren mir zunächst nicht wichtig. Ich wollte mich darin erst einmal ausprobieren und sehen wie ich überhaupt auf diese Weise Menschen erreichen kann, bevor ich im Zuge meiner Bachelorarbeit mich mit Zielgruppen auseinandersetze.
- Hä?! Zielgruppe? Ich blogge, also bin ich.
- Kirchliche Insider, aber auch sogenannte 'Fernstehende' aufgeschlossene Christen, vornehmlich Katholiken
- Religionslehrer, Jugendgruppenleiter, Lehrer, alle, die Interesse an Religionsmaterial haben
- keine spezifische Zielgruppe
- spirituell Interessierte jeglicher Couleur, die gerne über den Tellerrand hinausschauen Alle, die an Kirche und Internet interessiert sind
- Christen (oder Interessierte), die Lektüre oder Infos über den christlichen Glauben suchen, oder Kinder- und Unterhaltungsliteratur, in denen christliche Inhalte vorkommen.
- Jeden Interessierten
- Interessierte am Leben in einem Säkularinstitut (gestartet bin ich als Noviziatsblog)
- Menschen die interessiert sind an Religiösen Themen und den Dominikanerinnen von Bethanien am Glauben Interessierte
- Menschen die denken
- Am Glauben Interessierte, Christen aller Konfessionen alle
- Urlauber_innen, Kolleg_innen, Interessierte an Kirche und Tourismus Interessierte Leser

- vor allem engagierte Christen, aber auch Suchende und Interessierte sowie "Fernstehende"
- Menschen, die sich in irgendeiner Weise mit dem Glauben und der Kirche auseinandersetzen: Katholiken und Nichtkatholiken, für die meine Gedanken und Glaubenserlebnisse eine Bereicherung sein können.
- Menschen, die sich für den Beruf der Gemeindereferentin interessieren
- interessierte und Hauptberufliche in der Kirche
- Habe keine spezielle Zielgruppe vor Augen! [In der Frage ist in Schreibfehler!] offen alle möglichen niemand Spezielles
- Gebildete und offene Katholiken ab 18
- Eine spezielle Zielgruppe habe ich nicht. Ich blogge zu allen Themen, die mir wichtig sind.
- Menschen, die am Ordensleben allgemein interessiert sind, u.a. Interessentinnen für unsere Gemeinschaft.
- Kirchenmusiker und andere Interessierte
- Interessierte an Diskussionen zu aktuellen (gesellschaftlichen und theologischen) Themen Vornehmlich Katholiken aus dem Bereich des Hochtifts Paderborn
- digital natives
- Katholische Familien und alle, die sich für das Stundengebet interessieren
- Alle, die sich mit der Frage auseinandersetzen, wie es weiter gehen kann in unserer Kirche.
- Allgemein
- Interessierte an Religion, Technik, Journalismus, Medien, USA Menschen, die am christlichen Glauben interessiert sind.
- Menschen mit Freude an / Offenheit für die katholische Tradition und die Liturgie in der außerordentlichen Form des Römischen Ritus
- Undefiniert, vermutlich aber hauptsächlich für konserv. Katholiken interessant
- am liebsten sowohl kirchenferne als auch überzeugt glaubende Menschen
- an kirchenpolitischen und geistlichen Themen Interessierte
- Heimatgemeinde, Freunde, Familie, Bekannte - alle, die an (m)einem Leben als Theologe interessiert sind

Frage 6: Was verstehen Sie unter dem Begriff ‚Blogozese'? 59 Teilnehmer

feste Institution	2	
loses Netzwerk	43	
Ich verwende diesen Begriff nicht.	17	
Ich lehne diesen Begriff ab.	7	
Sonstiges:	8	ein Transfer aus Selbstbeschreibungen amerikanischer kath. Blogger Den Begriff Blogözese (eine kanonische Schreibweise gibt es nicht) sollte man mit einem gewissen Augenzwinkern sehen. Blogger, die, gleich über welches Thema, aber ausdrücklich als Katholik bloggen und dabei missionarisch ausgerichtet sind Ich habe negative Erfahrungen mit einer Blogozese gemacht Es ist ein Netz gläubiger Katholiken logischerweise entstandene Kategorie für Blogger, die den katholischen Glauben unverkürzt verkünden. Vernetzung fundamentalistischer Blogs

Frage 7: Sehen Sie sich als Mitglied der ‚Blogozese'? 59 Teilnehmer

- Nein (2 x)
- Ja, weil ich katholisch bin und wir alle (Mitglieder der Blogoezese) uns zu unserem Glauben bekennen und dieser Glaube uns antreibt, ihn auch anderen anzubieten und bekannt zu machen, zumindest aber der Glaube unser Bloggen prägt.
- Nicht wirklich. Die meisten "Blogozese" - Mitglieder rekrutieren sich aus dem Umfeld der Petrusbruderschaft (FSSP) und aus Anhängern der "alten Messe", des tridentinischen Ritus. Ich verstehe mich zwar als konservative Katholikin, bin aber mit meiner "Dauerkritik" an der "Tradiszene" eher "unter ferner liefen". Ich bin aus Überzeugung katholisch, ich blogge primär "katholische" Inhalte, daher fühle ich mich als Teil der 'zese.
- Nein, ich halte einen Großteil der Blogger für erzkonservative bis rechtskatholische Schreihälse, die dem Ansehen der Kirche massiv schaden.
- Wenn "Blogözese" der Ausdruck für ein lockeres Netzwerk kath. Bloggerinnen und Blogger ist, dann gehört jeder kath. Blogger dazu - also ich auch
- Da ein loses Netzwerk im Grunde keine Mitglieder hat, sehe ich mich nicht als Mitglied, das wäre viel zu starr. Durchaus sehe ich mich allerdings als Mitwirkender, der auch versucht in der katholischen Bloggerszene etwas zu bewirken und auch Kontakte der Bloggerszene zu Dienststellen der Kirche zu pflegen.
- Ja - ich bin mit vielen anderen katholischen Bloggern auf verschiedenen Wegen vernetzt, kommentiere in anderen Blogoezesen-Blogs und bekomme Reaktionen von anderen Bloggern, unterstütze und initiiere Gemeinschaftsaktionen, besuche und veranstalte Bloggertreffen.
- Einerseits ja - denn ich bin ein Teil der Katholiken, die einen Weblog pflegen.
- Andererseits nein - denn zu oft habe ich den Eindruck, dass "die Blogozese" ein theologisch sehr eindimensionaler Raum ist mit einem Hang hin zu extremen Positionen und Meinungen.
- Nein, nicht wirklich.
- Ich habe wenige Kontakte zu anderen kirchlichen Bloggern. Darunter sind für mich ganz selbstverständlich auch evangelische Christen. Eine rein katholische Bezeichnung passt daher für mich nicht.
- Ja, da ich über verschiedene Links mit ihr Verbunden bin, ihre Beiträge lese und reflektiere und auch gelesen werde.
- Nein, mir begegnet der Begriff überwiegend bei Bloggern, die mir von ihrer Spiritualität und kirchenpolitischen Vorstellungen her nicht nahe stehen.
- Insofern es eine gewisse Vernetzung unter den katholischen Bloggern und einen Meinungs- und
- Informationsaustausch z.B. über facebook gibt sähe ich mich schon als Mitglied. Sofern das ein Stempel ist, der nur besonders ausgezeichneten (z.B. wegen einer gewissen inhaltlichen Ausrichtung) zukommt würde ich mich nicht mehr zugehörig fühlen.
- Ja, denn ich blogge, und dabei lasse ich gern und oft merken, daß ich katholisch bin - auch in meinen Gedichten wird das deutlich. Auch lese ich katholische Blogs und stehe mit mehreren Bloggern in Verbindung, habe auch schon an einem katholischen Bloggertreffen teilgenommen.
- Nein. Mir widerstreben Vereinfachungen.
- Ich höre das Wort zu, ersten Mal.
- Ja. Ich blogge, ich rechne mich der Blogoezese zu, werde von anderen Blogoezesanen als Teil der Blogoezese akzeptiert und stehe in Kontakt und Austausch mit anderen Bloggern.
- Ein gewagter Vergleich: So wie zur Militärdiözese all jene gehören, die beim Militär sind, gehören zur Blogozese jene, die im Internet katholischen Content verbreiten. Und das tue ich :-) Nein, das ist ein Verbund von schwer rechtslastigen Bloggern.
- Eigentlich nicht, die meisten Blogger aus dieser sogenannten "Blogozese" sind einer einseitigen Richtung zuzuorden. Meistens rufen sie nur Reaktionen hervor, selten und wenn, dann eben einseitige Aktionen. Darüber hinaus agieren sehr viele anonym.
- ja, eine virtuelle Gemeinde von engagierten Katholiken weltweit. Es gibt fast alles was es in der realen Glaubenswelt auch gibt, es entstehen Kontakte und sogar reale Freundschaften
- Nicht wirklich. Ich richte mich nicht an ein schwerpunktmäßig katholisches oder auch nur christliches

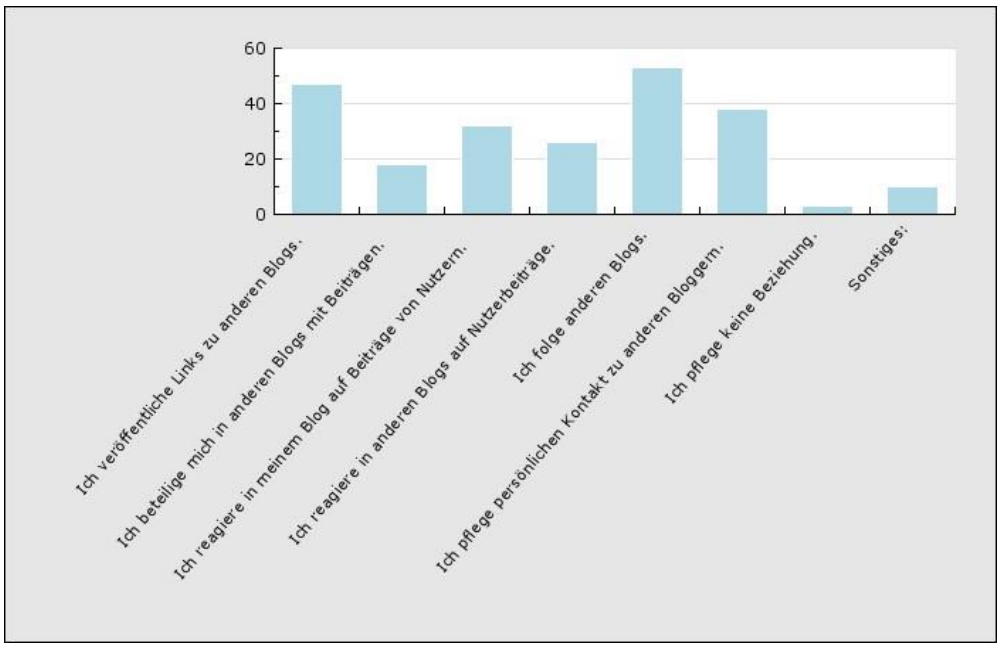
- Publikum, sondern verstehe mich als ein Wanderer zwischen den Welten, der aufreift, was ihm an spirituell Bedeutsamem gerade unterkommt und versucht, dies für seine Leserschaft mit unterschiedlichen Stilmitteln transparent zu machen.
- Bisher nur am Rand, keine Ahnung, ob ich mit meiner kleinen Sparte und dem bewusst niedrigschwelligen Inhalt überhaupt für voll genommen werde. ;)
- Aufgrund meiner noch sehr jungen Bloggeraktivität: Nein
- Allerdings kenne ich einige bereits langjährig aktive kath. Blogger persönlich und werde, wenn es zeitlich passt, im September auch an einem Treffen der kath. Blogozese in Erfurt teilnehmen.
- Schon mit dem Vorgängerblog meines jetzigen Blogs - wann der Begriff aufkam, weiß ich nicht mehr. Aber vernetzt war ich von Anfang an.
- Ja,da wir uns miteinander austauschen und gemeinsam interessiert sind an Themen der (kath) Kirche.
- Weil ich an dieser Gemeinschaft teilhabe.
- Ja, durch Beziehungen. Einigen die ich verlinke und mit denen ich Kontakt habe nehmen diese Gemeinschaft sehr wichtig und ich fühle mich verbunden
- Als loses Netzwerk ist jeder katholische Blogger Teil der Blogözese. Identifiziert wird dieses Netzwerk dabei meist mit als "konservativ" etikettierten Bloggern. Dazu zähle ich mich ebenfalls Eher nein.
- Nein. Mir scheint, dass sich dort die extrem konservativen, traditionalistischen bis hin zu extremistischen katholischen Blogger_innen sammeln. Von diesen Ansichten und der dort gepflegten Umgangsform distanziere ich mich entschieden!
- Ja, da ich größtenteils zu religiösen, vor allem katholischen Themen schreibe.
- Mir gefällt der Begriff nicht sonderlich, ich würde eher Bloggerszene sagen, aber ich fühle mich diesem Spektrum natürlich zugehörig und pflege auch mit anderen Bloggern gute Kontakte bzw. verlinke zu ihnen.
- Ja, ich bin auch in der Facebook-Gruppe drin... Bisher bin ich noch kein besonders aktives Mitglied, will aber, wenn es meine Zeit erlaubt, meine Blogger-Aktivität verstärken.
- Nein.
- Die Mitglieder in einer Blogozese habe ich in ihrer Einstellung gegenüber religiösen/katholischen Themen als sehr einseitig und aggressiv erlebt. Teilweise sogar papstfeindlich (damals noch Papst Benedikt XVI). Damit möchte ich nicht in Verbindung gebracht werden. Ich sehe mich als sehr loyal der katholischen Kirche gegenüber.
- Eher nicht. Ich hab eher das Gefühl, dass es eine bestimmte Gruppe ist in die man da reinrutschen muss. Für diese Gruppe ist mein Blog zu "untheologisch" denn ich schreibe eher erfahrungs-orientiert.
- Da es kein formalisiertes Aufnahmeverfahren gibt, halte ich den Begriff "Mitglied" für nicht ganz zutreffend. Sagen wir einmal so: Ich rechne mich dazu.
- Ja, durch den ständigen Austausch - online und offline.
- Da es sich um ein "loses Netzwerk" handelt, gibt es keine "Mitglieder".
- Insofern es eine Plattform ist oder eine Art 'Schwarzes Brett', kann ich hier für meine Beiträge Werbung machen oder sehen, was andere bewegt in ihren Beiträgen. Ist mir aber ein zu 'loses' Netzwerk, als dass ich von Mitgliedschaft reden würde (sowohl bzgl. meiner als auch anderer Blogger.
- nein, weil ich den Begriff ablehne
- Ja, trotzdem unser Blog sehr neu und noch nicht sehr populär ist fühlt man sich als Teil davon. Wir sind Katholiken und sehen uns als Teil der kath.Kirche in Deutschland. Unsere Themen sind ebenfalls katholisch, daher fühlen wir uns auch der zugehörigen "internet-Parallelwelt" verbunden.
- Ja ich sehe mich als Mitglied der Blogozese! Ich fühle mich zu der Gemeinschaft zugehörig, die versucht, den römisch katholischen Glauben im Internet zu verkünden. Auch wenn man sich nicht unbedingt kennt, ist es eine Bereicherung zu wissen: man steht nicht alleine da.
- Theoretisch ja, praktisch habe ich zu wenig und zu unsystematisch Kontakt zu anderen Mitgliedern.
- Manchmal ja, manchmal nein.
- Ja, weil ich als katholischer Blogger (auch) über katholische Themen blogge. Andererseits nein, weil ich den

- Eindruck habe, dass sich ein Großteil der Blogozese gegenüber der (nicht katholischen) Öffentlichkeit versperrt – und das gegen meinen Ausgangspunkt, auch Interessierte anzusprechen, widerspricht. Tendenziell: eher nein als ja.
- Ja, da sich der Blog vorwiegend mit katholischen Inhalten befaßt.
- ja, da kontakt zu anderen bloggern.
- Ja. Mit der Zeit lerne ich die anderen blogger kennen und verstehe sie als "Bekannte", mir näher oder ferner stehend so wie Mitglieder unserer Gemeinde vor Ort.
- Mitgliedschaften auszulösen, ist das Anliegen unserer Meister im Fach von anfang an gewesen, zu beschreiben, was da nun wahrlich dran ist.
- Bisher nur wenig, weil ich erst seit kurzer blogge und ich zu wenig dazu komme. "Technisch" gesehen bin ich wohl loses Mitglied Ja, da ich mit anderen Seiten vernetzt bin.
- Ja - Interaktion mit weiteren "Blogozesanen" (Austausch: in Form gegenseitiger Kommentierung / von Mails / in weiteren Social Media-Kanälen / mittels persönlicher Treffen etc.) stiften das entsprechende Zusammenund Zugehörigkeitsgefühl (dies wiederum überwölbt durch den gemeinsam bekannten Glauben).
- Ich sehe mich als Teil der katholischen Bloggergemeinschaft, da ich, ganz einfach, katholisch bin und Katholisches blogge. Ferner lese ich andere kath. Blogs und tausche mich mit ihnen aus.
- Ich würde mich prinzipiell als ein Mitglied ansehen, jedoch nur insofern, als dass dieser Begriff an sich, wie oben angegeben, recht lose ist. Wenn es sich um eine grobe Zusammenfassung katholischer Blogger in Deutschland geht, dann fühle ich mich zugehörig. Wenn der Begriff ideologisch verengt verstanden wird, dann nicht.
- Nein. Die theologische und geistliche Enge, den teils menschenverachtenden Umgangstil mit Anderdenkenden und den begrenzten Themenumfang teile ich nicht.
- Als Begriff für die deutschsprachigen katholischen Blogger falle ich aus meiner Sicht unter diesen Begriff. Ich selber verwende ihn aber nicht selber oder brauche ihn als Identifikation.

Frage 8: In welcher Art und Weise schaffen Sie Beziehungen zu anderen katholischen Bloggern? 59 Teilnehmer

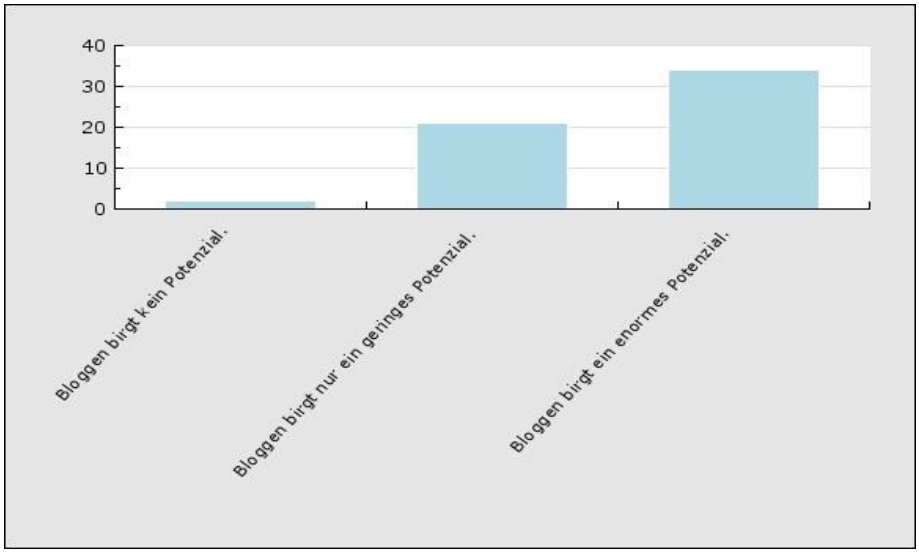
Ich veröffentliche Links zu anderen Blogs.	47	
Ich beteilige mich in anderen Blogs mit Beiträgen.	18	
Ich reagiere in meinem Blog auf Beiträge von Nutzern.	32	
Ich reagiere in anderen Blogs auf Nutzerbeiträge.	26	
Ich folge anderen Blogs.	53	
Ich pflege persönlichen Kontakt zu anderen Bloggern.	38	
Ich pflege keine Beziehung.	3	
Sonstiges:	10	- gelegentliche "reale" Treffen mit anderen Bloggern es gibt lose und unverbindliche Kontakte via facebook - Facebookgruppe Blogoezese - Vernetzung über facebook - Facebook - Beziehung ist das falsche Wort für die Antwortmöglichkeit

		- Facebook-Gruppe der Blogozese - ich nutze Kommentarfunktionen eher auf Facebook als den Blogs - zu 9 vorab: zwischen gering und enorm fehlt mir ein Mittelwert - Email-Kontakte



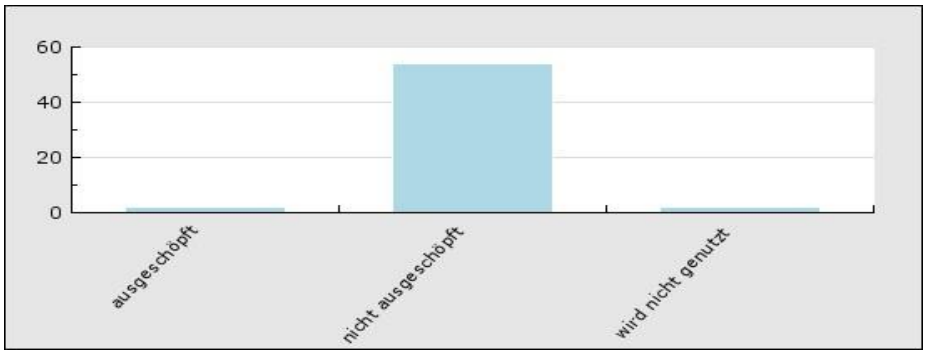
Frage 9: Wie hoch schätzen Sie das Potenzial der katholischen Bloggerszene im Allgemeinen ein? 57 Teilnehmer

Bloggen birgt kein Potenzial.	2
Bloggen birgt nur ein geringes Potenzial.	21
Bloggen birgt ein enormes Potenzial.	34



Frage 10: Wie schätzen Sie das genutzte Potenzial von Blogs für die Glaubensverkündigung ein?
58 Teilnehmer

ausgeschöpft	2
nicht ausgeschöpft	54
wird nicht genutzt	2



Frage 11: Was müsste Ihrer Meinung nach passieren um das Potenzial besser zu nutzen? 57 Teilnehmer

- Katechese in der Gemeinde und in der Schule müsste sich mehr an Inhalten und Lehre der Kirche orientieren, sodass mehr Leute ihren Glauben kennen und lieben lernen. Dann würde sich auch das Potenzial an katholischen Bloggern erhöhen, und Blogger ihr missionarisches Potenzial besser nutzen können.
- Ich bin der Meinung, daß die Lufthoheit im Internet (international: anglo-amerikanischer Raum und Europa) von traditionalistischen und ultra - traditionalistischen Katholiken gehalten wird. Nur zu einem Drittel betreiben sie Evangelisierung und Glaubensverkündigung zu zwei Dritteln erlebe ich verfolgen einer spez. Agenda (Ablehnung der KonzilKirche
- Mehr sachliche Information und Denkanregungen und weniger ideologisches Kampfgeheule und kirchenpolitische Sebstbestätigung. Die Blogs bieten die Möglichkeit, dass sich jeder (nichtkatholik) unmittelbar über die "Katholiken" informieren kann, ohne an offizielle Organe verwiesen zu sein. ---> Zeugnis
- Die Kirchenleitung müsste auf problematische, radikale Blogs reagieren.
- Vernetzung mit nicht explizit religiösen Blogs ; Mehr Beiträge zur Glaubenskommunikation als zu kirchenpolitischen Themen ; kirchliche Insiderthemen sollten nicht im Vordergrund stehen
- Kontakte mit Pfarreien, diözesanen und überdiözesanen Dienstellen sollten sich deutlich verbessern (Stichwort: Blogger relations).
- Die meisten katholischen Blogs setzen sehr viel Wissen über den Glauben, die Kirche, Liturgie ... voraus - wer auch Fernstehende ansprechen will, müsste wohl Leser, die keine Insider sind, mehr in den Blick nehmen, bewusst allgemeinverständlich schreiben.
- Es müsste ein neuer "Tonfall" Einzug halten: Weg von der eigenen Bauchnabelschau und vom kritisieren aller möglichen Dinge; weg von der ständigen Beschäftigung mit Reizthemen; Hin zu einer frohen und fröhlichen Glaubensverkündigung - durch Berichte und Artikel, die "anstecken", die "strahlen" und die eine Freude am Glauben vermitteln.
- Zunächst braucht es bei den Gläubigen eine Stärkung des Verständnisses vom eigenen Verkündigungsauftrag. Dazu gehört auch eine entsprechende Katechese des Kirchenrechts. Schließlich müssen sich hauptamtliche Medienverantwortliche der Kirche neu aufstellen und öffnen.

- Wenn ich das wüsste, würde ich diese Arbeit schreiben ;-) Vermutlich müsste man sich besser mit anderen Blogstrukturen vernetzen und thematisch enger zusammen arbeiten.
- Potential wird teilweise ausgeschöpft, Verbesserung wäre aber z.B. durch Anbindung an große OnlinePlattformen möglich. Bei der englischsprachigen Variante der "Huffington Post / Religion" ist es etwa völlig normal, dass Blogger auch spezifische Glaubensthemen einbringen. Außerdem sind viele Blogs leider ästhetisch nicht ansprechend gestaltet.
- Es bräuchte eine noch bessere Vernetzung und Zusammenarbeit, auch mit zentralen Seiten wie z.B. katholisch.de oder kath.de oder ... die zu bestimmten Themen z.B. auf Blogbeiträge hinweisen und überhaupt Leute in die Bloggerszene weiter führen. Hier ist oft eine eher allgemeinverständliche Berichterstattung vorherrschend. Für die, die mehr wollen...
- Es müsste häufiger in gut lesbaren, aber nicht verflachenden Formen über Glaubensgrundsätze geschrieben werden. Die Zusammenhänge zwischen Hochkultur, sozialer Verantwortung und Christentum müssten klarer und öfter gezeigt werden, ebenso die Schönheit des Christentums.
- Im Bereich der Erwachsenenbildung müsste Social Media eine viel größere bzw. überhaupt eine Rolle spielen.
- Auch diese Frage verfolge ich in meinem eigenen "Blog-Projekt". Ich bin noch in der Phase des Erfahrungen sammeln.
- Die Frage nach Zielgruppe, Potential und Strategie hinter sich lassen. Glaubensverkündigung kann nur durch persönliches Zeugnis funktionieren. Wer sich fragt, welche Zielgruppe er erreichen will, welches Potential das Medium Blog dafür hat und wie er seinen Blog aufziehen muß, um möglichst viele Leute zu erreichen, fragt nicht, wie er den Glauben verkündigen soll, sondern wie er den Menschen gefällt.
- Wir bräuchten alle mehr Zeit! Eine klare gemeinsame Strategie mit Aufgabenteilung! Ein gemeinsames katholische Blogportal, das aber weder in die Traditionalisten- noch in die WiSiKi-Eckeabdriftet
- Es müsste stärker die Botschaft der Evangelien kommuniziert werden und weniger über Kirchenstrukturen bzw. deren Verfall lamentiert werden. Die Kirche ist der Gegenstand des überwiegenden Bloggerinteresses, nicht die Verheißung Gottes, dass wir in Fülle leben werden - Jo 10,10.
- Jede Diözese sollte einen offiziellen "Blogger" (so in der Art eines Pressesprechers für neue Medien) beschäftigen. Diese sollten aber sehr, sehr vernetzt miteinander und mit den pastoralen und theologischen Stellen sein, über den ganzen deutschsprachigen Raum.
- noch eine Vernetzung und Abbau von gegenseitigem Misstrauen
- Mehr Querschnittverbindungen in andere Szenen. Ich habe den Eindruck, viele Blogs der Blogoezese sind nur miteinander vernetzt, aber kaum in andere Bereiche. Außerdem brauchtt es ein Übersetzen der theologischen Sprache in allgemein verständliche Sprache.
- Sich in Wortwahl und Habitus an der Grundlage des Christentum - der Nächstenliebe orientieren
- Die Blogs sind nicht bekannt, außer der "bloggerliste" kenne ich keine (gibt es keine?) Aufstellung. Und die vielen Blogs - m.W. bisher über 400 - sind zu unübersichtlich.
- Im Moment, als wie gesagt noch sehr neue Bloggerin, erlebe ich die kath. Blogozese als ein sehr in sich selbst verankertes Gemeinwesen - die Blogs kreisen umeinander, und die regelmäßigen Leser und Kommentatoren gehören ebenfalls meist der virtuellen kath. Gemeinde an. Die Herausforderung ist die Verbreitung darüber hinaus.
- Die offizielle Kirche täte gut daran, Blogger 1. wahrzunehmen und 2. ihr Engagement zu fördern statt zu hindern.
- Regelmäßige Beiträge zu aktuellen Themen.
- Vielleicht mehr Konzentration auf den Glauben selber, statt auf Flügelpolitik ?
- Mehr frischer Kommentare in anderen (nicht gläubigen) Blogs, die ein neues Licht auf den Glauben werden, über den Glauben in nicht-katholisch geprägtem Sprachgebrauch schreiben, über die Kernthemen des Glaubens, wie Leben, Umkehr, Wandlung, Auferstehung aus der Krise (dem Kreuz) heraus, weniger über Tradition und Angst vor dem Wegfall von Gewohnt

- Höhere Professionalisierung in Beitragserstellung und Verbreitung ; Wahrnehmung, ggf. Zusammenarbeit mit offiziellen kirchlichen Stellen (auch und gerade bei abweichendenMeinungen); Nutzung weiterer Kanäle neben dem Internet (Veranstaltungen, Versuch der Medienpräsenz)
- Es dreht sich oft zu viel um Kirchenpolitik, um die Kirche. Es geht aber nicht um die Kirche, auch wenn sie wichtig ist, es geht um Jesus.
- Größeres Bewusstsein für die Bedeutung von Social Media auf allen Ebenen und in allen Bereichen der Kirche(n), stärkere Nutzung von SoMe/Blogs im kirchl. Bereich, klarere Abgrenzung offizieller kirchl. Personen und Einrichtungen von extremistischen Seiten.
- Bessere Vernetzung und auch mehr Anerkennung von offizieller Seite würde das Potenzial enorm erhöhen.
- Die katholische Bloggerszene ist erstaunlich vielseitig und engagiert, insofern ist das Potential gut genutzt. Allerdings könnte die Vernetzung in puncto "Ökumene der Frommen" noch besser laufen, wie mir scheint. Ich arbeite selber gut mit evangelischen Bloggerkollegen zusammen und bringe bewußt Beiträge von evangelikalen Gastautoren.
- Ich denke, dass noch viel mehr Katholiken bloggen könnten. Und ich muss mir an die eigene Nase fassen: Ich sollte auch mehr bloggen. Bisher bleiben bei mir noch viele gute Gedanken ungebloggt. Das Potenziel sehe ich darin, dass Blogs über Suchmaschinen auch von Leuten gefunden werden, die der Kirche fernstehen.
- ? keine Ahnung
- Es müsste eine Art Plattform geben auf der sämtliche Blogs aufgelistet sind. Außerdem wäre es auch wichtig, dass die Bistumsseiten beispielsweise auf ihren Facebookseiten auf Blogs aufmerksam machen oder in den Kirchenzeitungen immer eine kleine Rubrik mit einem Beitrag aus irgendeinem Blog zu finden ist.
- Vielleicht kennen Sie den Spruch: "Wenn ich etwas gut verstecken will, veröffentliche ich es im Internet." Ich messe aus beruflicher und privater Erfahrungen allen Veröffentlichungen im Internet weniger Bedeutung bei.
- Mehr gemeinsame Aktionen, mehr Akzeptanz innerhalb der Kirche, mehr Vernetzung von Blogs und "offiziellen" Medien, mehr Vernetzung von Online und Print.
- Frage 9 bis 11: keine Ahnung und kein Anlass zum Kopfzerbrechen.
- lässt sich bei Privatpersonen schwer beeinflussen; wenn Instituionen, Einrichtungen, Amtsträger bloggen, könnten sie sicherlich noch mehr erreichen. Müßtedann aber sytematischer sein, was Inhalte zB. angeht.
- leichter zugängliche Sprache finden
- Noch mehr Blogger, mehr mediale Vielseitigkeit, einbindung der Blogger in Diözesan- und Gemeindearbeit. Ganz wichtig: Offizielle Blogger für Institutionen, Gemeinden und Bistümer: Sozusagen Teilnahme/Wertschätzung von oben
- Gegenseitige Verlinkung; Letztlich sind die Blogs so interessant, weil man da Dinge und Erlebnisse erfährt, die in den (katholischen) Medien zum Teil nicht oder verzerrt dargestellt werden. Und viele Einträge sind nicht so weichgespült formuliert. Das birgt ein Potenzial, welches die offiziellen kath. Medien so nicht leisten wollen oder können.
- Man müßte aus dieser Nische raus, daß viele denken, daß katholische Blogger nur fanatische Spinner sind.
- Ich denke, dass die Öffentlichkeit – sowohl die Katholische, als auch die Nicht-Katholische – bisher kaum etwas von der Blogozese mitbekommt. Hier könnte man durch gezielte „Werbung“ Abhilfe schaffen. Auch ein offizieller Blog z. B. der DBK könnte hier profilierend wirken.
- Geistlichkeit und kirchliche Institutionen müßten sich stärker des Mediums "Internet" und hier auch "Blog" bedienen.
- mehr kirchliche wahrnehmung.
- müsste mehr ins Bewusstsein von Christen gebracht werden. Dass es das überhaupt gibt.
- Stärkere Vernetzung mit der Amtskirche Offenheit, Ehrlichkeit, Transparenz...
- stärkere Motivation / Förderung durch kirchliche Einrichtungen; bessere Vernetzung; Unterstützung durch kirchliche Medien
- Professionelle Schulungen, Vernetzung mit Gemeinden und Diözesen.
- 1. Beten. 2. Engere Vernetzung, z.B. zur Steigerung von Kampagnenfähigkeit 3. Höhere Dichte an qualitativ hochwertigen Leitblogs (kollektiv / indiviuell) mit jour-

nalistischem/meinungsfreudigen Kontent plus Ausstrahlung in die Gesellschaft (unter Wahrung des individuell privaten Charakters des Bloggens abseits von Institutionalisierung).

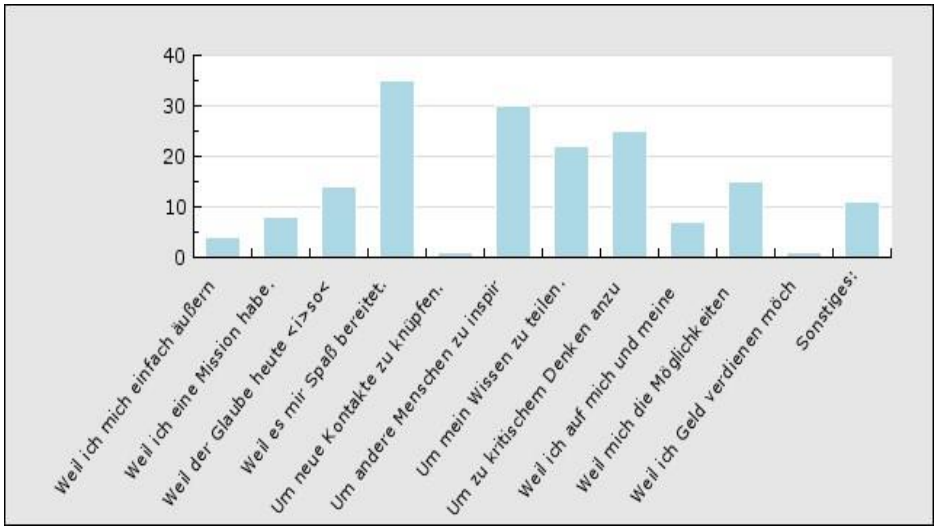
- Die Beiträge sind größtenteils "von der 'Szese für die 'Szese", Missionierung, auch innere Mission, ist eher akzidentell. Engagierte und fähige Blogger müssten sich diesen Aufgaben gesondert widmen.
- Die Blogs müssten nach außen hin transparent erscheinen und sich stark darum bemühen, veständlich und offen zu schreiben. Gleichzeitig darf aber das Profil nicht verloren gehen - eine schwierige Aufgabe!
- Mehr andere Personen müssten anders bloggen --> widerspricht aber der gewissen Anarchie + Freiheit des Bloggens.
- In den meisten "katholischen Blogs" geschieht keine Glaubensverkünding sondern Selbstbestätigung. Als Gegenüber vermute ich beim Lesen i.d.R. Gleich- o Ähnlichdenkende. Größere thematische Vielfalt wäre nötig, mehr Ökumene + Offenheit.
- Es braucht dringend ein aktualisiertes Bewusstsein in den Leitungsgremien der Diözesen, die zwar das Internet (den Blog evtl.) als einen Ort der Verkündigung ansehen, ihm allerdings m.E. nicht den Stellenwert zuweisen (in Form von Pflege, Personal, Einrichtung etc.), wie es angesichts der Popularität in unserer Gesellschaft angemessen wäre.

Frage 12: Zu welchem Zweck führen Sie Ihren Blog? Welche Motivation treibt Sie an? Sie werden bei den folgenden Antwortmöglichkeiten für Sich den Anspruch erheben mehrere Antworten zu wählen.
Bitte entscheiden Sie sich für <u>drei Antworten, die für Sie persönlich am meisten zutreffen.</u>

Ich blogge, ... 59 Teilnehmer

Weil ich mich einfach äußern *muss*.	4	
Weil ich eine Mission habe.	8	
Weil der Glaube heute *so* verkündet werden muss.	14	
Weil es mir Spaß bereitet.	35	
Um neue Kontakte zu knüpfen.	1	
Um andere Menschen zu inspirieren.	30	
Um mein Wissen zu teilen.	22	
Um zu kritischem Denken anzuregen.	25	
Weil ich auf mich und meine Gedanken aufmerksam machen möchte.	7	

Weil mich die Möglichkeiten neuer Medien faszinieren.	15	
Weil ich Geld verdienen möchte.	1	
Sonstiges:	11	• Weil bestimmte Themen in herkömmlichen Medien nicht oder nicht sachgerecht vorkommen. • Um ein gemeinsames Nachdenken anzuregen; um meine Erfahrungen (nicht mein Wissen) zu teilen; um bestimmte Anliegen zu unterstützen um den Menschen das Rosenkranzgebet näher zu bringen und vom Erlös Kirche in Not finanziell zu unterstützen • Ich habe eine Seite gesucht, die genau das bietet, worüber ich jetzt blogge. Als ich vor 2 Jahren nichts fand, kam mir die Idee, selbst darüber zu schreiben. weil mich das fokussiert • Um auch Spezialthemen ein Forum zu bieten (meines: Glaube und Libertarismus) • Weil ich einen Einblick in die Welt einer Ordensgemeinschaft geben möchte, die heute fast unbekannt oder mit Vorurteilen behaftet ist. • um Gleichgesinnte zu finden • Weil ich den missionarischen Gedanken mitbeleben möchte Um meinen christlichen Glauben und die Erfahrungen damit mit anderen zu teilen. • als Beitrag zur Neuevangelisierung aus dem Schatz der katholischen Tradition

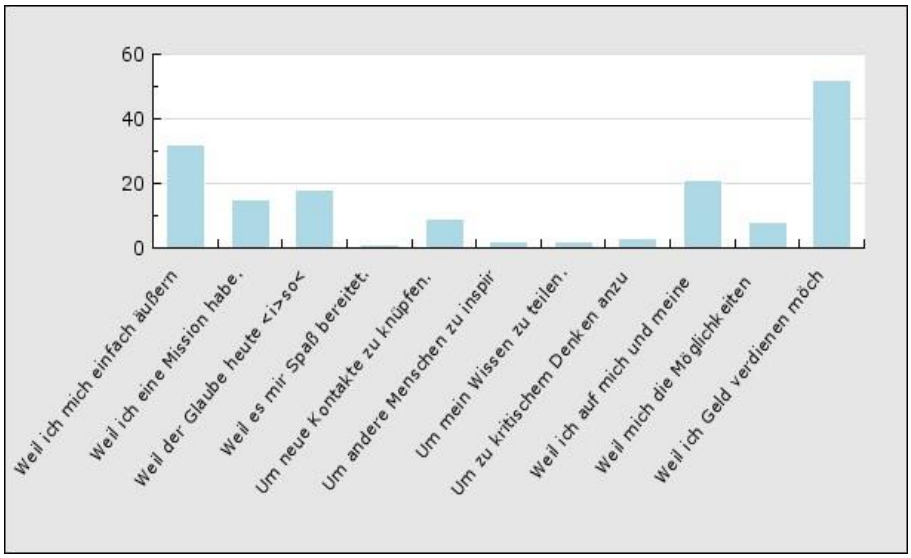


Frage 13: Welche hier benannten Beweggründe treffen für Sie <u>nicht</u> zu? Bitte entscheiden Sie sich für <u>drei Antworten, die für Sie persönlich überhaupt nicht zutreffen.</u>

Ich blogge nicht, ... 59 Teilnehmer

Weil ich mich einfach äußern *muss*.	32
Weil ich eine Mission habe.	15

Weil der Glaube heute *so* verkündet werden muss.	18
Weil es mir Spaß bereitet.	1
Um neue Kontakte zu knüpfen.	9
Um andere Menschen zu inspirieren.	2
Um mein Wissen zu teilen.	2
Um zu kritischem Denken anzuregen.	3
Weil ich auf mich und meine Gedanken aufmerksam machen möchte.	21
Weil mich die Möglichkeiten neuer Medien faszinieren.	8
Weil ich Geld verdienen möchte.	52



<u>Teil B:</u>

Frage 14:
Ich möchte Ihnen und Ihrem Blogs möglichst präzise gerecht werden. Für dieses Ziel erlauben Sie mir bitte Fragen zu Ihrem alltäglichen Leben.

Ich habe hier eine Liste mit Beschreibungen, wie man seinen Alltag gestalten kann. Bitte sagen Sie mir, ob <u>sie für Sie persönlich</u> voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.
59 Teilnehmer

	trifft voll und ganz zu	**trifft eher zu**	**trifft eher nicht zu**	**trifft gar nicht zu**	**weiß nicht**
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.	2	26	23	3	5
In meiner Freizeit gehe ich viel aus.	2	14	34	7	2
Ich lebe nach religiösen Prinzipien.	34	23	0	1	1

Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.	8	17	22	9	3
Ich genieße mein Leben in vollen Zügen.	11	29	13	1	5
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.	6	13	26	10	3

Frage 15: Benennen Sie bitte bei den folgenden Freizeitaktivitäten, ob Sie sie oft, manchmal, selten oder nie ausüben. 59 Teilnehmer

	oft	**manch-mal**	**sel-ten**	**nie**
Kunstausstellungen oder Galerien besuchen	4	22	24	9
Bücher lesen *(auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften u.ä.)*	47	10	0	1

Frage 16: Wie häufig lesen Sie eine überregionale Tageszeitung wie die "FAZ" (online oder print)? 59 Teilnehmer

	oft	**manch-mal**	**sel-ten**	**nie**
überregionale Tageszeitung wie die "FAZ" *(nicht dazu zählen: ZEIT, Spiegel u.ä.)*	20	21	12	6

Frage 17: Wenn Sie einmal in ein Restaurant <u>richtig gut</u> Essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann <u>maximal</u> <u>pro Person</u> – inklusive Getränke – aus? 59 Teilnehmer

Euro:	45	50 **(7 x)** 40 **(6 x)** 30 **(5 x)** 15 **(4 x)** 20 **(4 x)** 25 **(3 x)** 35 **(2 x)** 80,60 30 - 40 Euro 100 12 Euro 80 maximal 50, normalerweise 30 25,100,- 20,45 Euro 70 15 € 29
ich gehe nie ins Restaurant	4	
weiß nicht	10	

Frage 18: In welchem Jahr wurden Sie geboren? 59 Teilnehmer

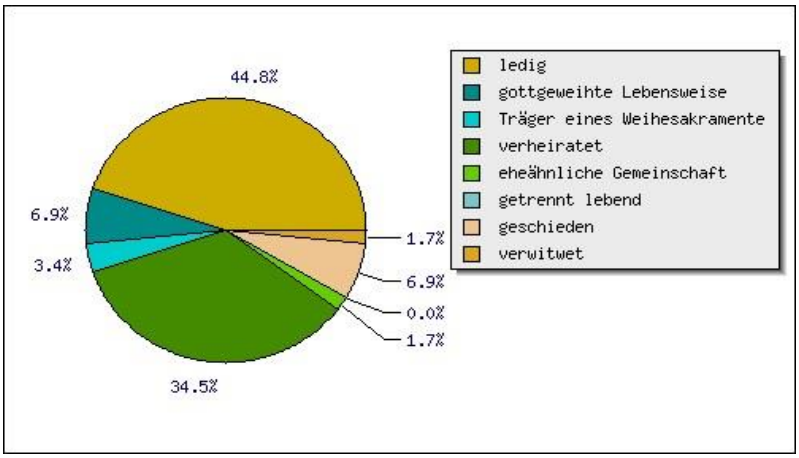
- 1961 **(4 x)**
- 1967 **(4 x)**
- 1972 **(3 x)**
- 1958 **(3 x)**
- 1988 **(3 x)**
- 1976 **(3 x)**
- 1969 **(3 x)**
- 1964 **(2 x)**
- 1984 **(2 x)**
- 1962 **(2 x)**
- 1966 **(2 x)**
- 1979 **(2 x)**
- 1977 **(2 x)**
- 1968 **(2 x)**
- 1980 **(2 x)**
- 1963 **(2 x)**
- 1970 **(2 x)**
- 1990 **(2 x)**
- 1992 **(2 x)**
- 1987
- 1983
- 1991
- 1978
- 1960
- 1986
- 1993
- 1955
- 1975
- 1982
- 1950
- 1989

Frage 19: Welches Geschlecht haben Sie? 58 Teilnehmer

weiblich	27
männlich	31

Frage 20: Wie ist Ihr Familienstand? 58 Teilnehmer

ledig	26
gottgeweihte Lebensweise	4
Träger eines Weihesakramentes	2
verheiratet	20
eheähnliche Gemeinschaft	1
getrennt lebend	-
geschieden	4
verwitwet	1



Frage 21: Wie viele Kinder haben Sie? 57 Teilnehmer

keine	37	
Anzahl:	20	2 **(9 x)** 1 **(4 x)** 4 **(3 x)** 3 **(2 x)** 6 5

Frage 22: Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie? 59 Teilnehmer

Hauptschulabschluss	1	
Realschulabschluss	3	
Fachabitur	2	
Abitur	14	
abgeschlossenes Fachhochschulstudium	4	
abgeschlossenes Hochschulstudium	31	
etwas anderes:	4	• Promotion **(2 x)** • Industriekaufmann, Gemeindereferent • zwei abgeschlossene Hochschulstudien

Frage 23: Wie ist Ihr aktueller beruflicher Stand? 59 Teilnehmer

Arbeitgeber/in	-
Arbeitnehmer/in	29
Selbstständige/r	7
Beamte/r	4
Auszubildende/r	1
Retner/in	2
Student/in	9
Schüler/in	-
arbeitssuchend	3
nicht erwerbstätig	4

Frage 24: Welcher Konfession gehören Sie an? 59 Teilnehmer

römisch-katholisch	58	
evangelisch	1	
orthodox	-	
Sonstiges:	-	