



## KOMMENTAR

### WIR BRAUCHEN EINEN DIGITALBISCHOF

Sie gehören mittlerweile zum Straßenbild der Stadt Münster wie Taxis oder Busse: Die Kleintransporter eines Getränke-Liefersdienstes. Jahrelang hatte der Inhaber vergeblich versucht, sein Produkt an die großen ortsansässigen Getränkefirmen zu verkaufen. Seine eigentliche Geschäftsidee nämlich ist nicht das Verkaufen von Wasser, Limonade und Bier. Sondern es ist eine Software, die hochkomplexe Logistikprozesse durchrechnet und effiziente Lösungen ausgibt: Welche Ware kommt auf welches Fahrzeug, das anschließend welche Route zu welchen Kunden nimmt? Die Getränkehändler waren nicht interessiert, so nahm der Entwickler die Sache selbst in die Hand.

Das Modell ist inzwischen so erfolgreich, dass die alteingesessenen Getränkehändler massiv um ihre Marktanteile fürchten müssen. Wer fährt noch selbst in den Getränkemarkt, wenn einem die Wasserkiste zum moderaten Preis bis in den dritten Stock geschleppt wird? Die Händler haben die Entwicklung verschlafen, Innovation nicht ernst genommen, und sind dafür bitter bestraft

worden. Ein klassischer Fall von digitaler Disruption, den wir auch aus anderen Branchen kennen, beispielsweise bei der Personenbeförderung (Uber) oder in der Hotellerie (Airbnb).

Und in der Kirche?

Auf dem Katholischen Medienkongress wurde viel über Digitalisierung diskutiert. Über Chancen und Risiken, über Hybridjournalismus, über die Rolle der Kirche als gesellschaftliche Instanz, die die Entwicklung kritisch-konstruktiv zu begleiten habe. Überschrieben war der Kongress mit dem Leitwort „Es ist erst der Anfang...“

Vielleicht liegt darin schon das Problem: Als Kirche fangen wir gerade erst an, uns mit dem Phänomen auseinanderzusetzen. Als würde uns das Thema nicht im Innersten betreffen, sondern nur in unserer Rolle als moralische Stimme in der Gesellschaft. Können wir uns denn wirklich sicher sein, dass wir als Kirche nicht in Kürze selbst von disruptiven Prozessen betroffen sind? Vielleicht sind wir schon mittendrin, haben es nur nicht bemerkt oder verdrängen es sogar?

Wie werden sich Kommunikations-

und Seelsorgeprozesse verändern? Was bedeutet künstliche Intelligenz zum Beispiel für das Krankenhauswesen oder in der Pflege? Welche Angebote macht Kirche jungen Menschen, den sogenannten „Digital Natives“? Wie setzen wir das Thema im Bildungsbereich um? Und, nicht zuletzt: Wie kann uns Digitalisierung bei der Verkündigung der Frohen Botschaft helfen?

Einzelne lobenswerte Initiativen wie „Caritas digital“ oder die BDKJ-Arbeitsgruppe „Digitale Lebenswelten“ erscheinen Leuchttürme in einer dem Thema ansonsten weitgehend indifferent gegenüberstehenden Kirche.

Von der Politik wird oft die Schaffung eines Digitalministeriums gefordert, um das Hinterherhinken Deutschlands im globalen Wettbewerb zu beenden. Vielleicht brauchen wir etwas Ähnliches: einen „Digitalbischof“, der sich mit einem Team qualifizierter Experten zum Ziel setzt, das Hinterherhinken der Kirche bei dem Thema zu beenden. Nicht, dass es in wenigen Jahren heißt: „Es ist schon das Ende...“

Thomas Mollen

**Alle früheren Kommentare finden Sie im GKP-Internetauftritt unter: [www.gkp.de/mitglieder/kommentare](http://www.gkp.de/mitglieder/kommentare)**