

Flüchtlingshilfe und sorgende Gemeinschaft: Kirchengemeinden auf dem Weg in die Zivilgesellschaft

Vierегge, Henning von

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Vierегge, H. v. (2017). *Flüchtlingshilfe und sorgende Gemeinschaft: Kirchengemeinden auf dem Weg in die Zivilgesellschaft*. (Opuscula, 103). Berlin: Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-53198-1>

Nutzungsbedingungen:

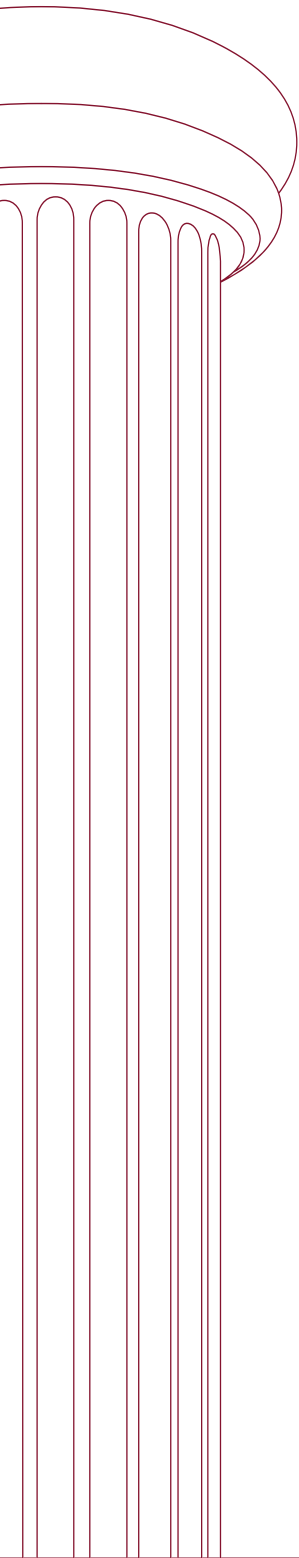
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>



Henning von Vieregge

Flüchtlingshilfe und sorgende Gemeinschaft

Kirchengemeinden auf dem Weg in die Zivilgesellschaft

Opusculum Nr. 103

August 2017

Der Autor

Dr. phil, M.A Henning von Vieregge ist Buch- und Hörbuchautor, Lehrbeauftragter am Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung der Universität Mainz, ständiger Mitarbeiter der Zeitschrift „Verbändereport“, Senior Partner der Agentur Neue Ufer, Wiesbaden, Assoziierter Wissenschaftler am Maecenata Institut und des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD, Hannover. Er war Hauptgeschäftsführer Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA. In der evangelischen Kirche war er jahrelang im Publikationsausschuss des Kirchentags und im Vorstand der Andreaskirche, Eschborn-Niederhöhnstadt.

Kontakt: henningvonvieregge@gmail.com, Homepage www.vonvieregge.de

Das Maecenata Institut

Das **Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft, Berlin** wurde 1997 als unabhängige wissenschaftliche Einrichtung gegründet. Das Institut hat die Aufgabe, das Wissen über und das Verständnis für die Zivilgesellschaft und den sogenannten Dritten Sektor mit den Themenfeldern Bürgerschaftliches Engagement, Stiftungs- und Spendenwesen durch Forschung, akademische Lehre, Dokumentation und Information sowie den Austausch zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis zu fördern. Das Institut versteht sich als unabhängiger Think Tank.

Das Institut ist eine nicht rechtsfähige Einrichtung der Maecenata Stiftung (München) und hat seinen Arbeitssitz in Berlin.

Weitere Informationen unter: www.institut.maecenata.eu

Die Reihe Opuscula

Die **Reihe Opuscula** wird seit 2000 vom Maecenata Institut herausgegeben. Veröffentlicht werden kleinere Untersuchungen und Forschungsarbeiten sowie Arbeitsberichte aus Projekten des Instituts. Die Registrierung dieser in elektronischer Form erscheinenden Reihe unter der ISSN 1868-1840, sowie die Vergabe von Einzelkennungen (URNs) durch die Deutsche Nationalbibliothek sorgen für volle Zitierfähigkeit. Durch die Kooperation mit dem Social Science Open Access Repository (SSOAR) Projekt ist eine dauerhafte Verfügbarkeit aller Ausgaben mit fester URL-Adresse sichergestellt. Eine Übersicht der neuesten Exemplare ist auf der letzten Seite jeder Ausgabe zu finden.

Die gesamte Reihe *Opuscula* finden Sie zum kostenlosen Download unter:

<http://www.opuscula.maecenata.eu>

Impressum

Herausgeber

MAECENATA Institut
Rungestraße 17, D- 10179 Berlin,
Tel: +49-30-28 38 79 09,
Fax: +49-30-28 38 79 10,

E-Mail: mi@maecenata.eu

Website: www.maecenata.eu

Redaktion: Markus Edlefsen

ISSN (Web) 1868-1840

URN: urn:nbn:de:0168-ssoar-53198-1



Alle Rechte vorbehalten! Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Dieses Werk bzw. Inhalt steht unter einer [Creative Commons 3.0 Deutschland Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Die Beiträge geben ausschließlich die Meinung der Verfasserin bzw. des Verfassers wieder.

Haftungsausschluss: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernimmt das Maecenata Institut keine Haftung für die Inhalte externer Links.

Für den Inhalt verlinkter Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Maecenata Institut, Berlin 2017

Einleitung	4
“Faith Capital“ als spezifische Form von Sozialkapital	5
Geflüchtete als Krisenhelfer?.....	7
Was ist Zivilgesellschaft?	8
Im Brennpunkt: Die Situation vor Ort	10
Eine wahre Geschichte einer geglückten Hilfe.....	11
Vom Wert sozialer Beziehungen	13
Was Kirchengemeinden auf den Weg bringt.....	15
Das Hamburger Beispiel: „Stadt mitgestalten“	16
Außenorientierung oder Neuorientierung?.....	18
Und wenn Kirche dabei über den Jordan geht?	20
Oder doch Evolution?	22
Empfehlungsresistenz gegenüber oben und außen?	25
Bekanntheitskommunikation nicht gegen das Profil	28
Glauben attraktiveren.	31
Emotional binden.....	31
Mit Fans und Sympathisanten zum Auswärtsspiel, das zuhause stattfindet.....	33
Kirche braucht Kämpfer	35
Kirchenkonkurrenz am Beispiel Rotary	36
Nichts ist wichtiger: Face to Face Kommunikation	37
Sich deutlicher positionieren - auch an der Basis	38
Sollen sich Kirchengemeinden voneinander unterscheiden?	41
Unbedingt rauswollen	43
Durch Zuhören Orientierung gewinnen	44
Online-Kommunikation auch als Kirchengemeinde verstärken.	46
Über die Bande kommunizieren	47
Ein Beispiel: Inspire Chemnitz	48
Momentum nutzen.....	49
Eigen-und Gemeinwohlausrichtung verbinden	50
Der spezifische Beitrag von Kirchengemeinden in der lokalen Zivilgesellschaft: Sieben Aspekte	51
Fazit	52
Literaturliste:.....	55
Übersicht zu den geführten Interviews:.....	57

Einleitung

Immer wenn ein Thema auf der Diskurs-Agenda nach oben rutscht, entsteht der Eindruck, die Theorie liefere das Gerüst zu einer Wirklichkeitsveränderung. Im Allgemeinen täuscht dieser Eindruck. So auch beim Thema Kirche und Zivilgesellschaft. Es wird mehr diskutiert als früher, aber es ist in der Wirklichkeit nur partiell angekommen. Die Flüchtlingshilfe hat einen Schub ausgelöst, zu diskutieren bleibt, wie weit sie zu einer dauerhaften Veränderung engagierter Kirchengemeinden führt. Und wo die Grenzen liegen. Dazu werden nachfolgend Aspekte, Vorschläge und Positionen geliefert, die – das jedenfalls ist die Absicht – klärend bei Positionsdebatten auf kirchengemeindlicher und -bezirklicher Ebene sein können. Ich habe mich auf Gespräche mit Kommunikations- und Zivilgesellschafts-Experten fokussiert, der Schwerpunkt der Ausführungen liegt in diesem Beitrag auf den Kommunikationsaspekten. Entlang eines Hypothesenkatalogs und einer Leitfragensammlung habe ich, zumeist am jeweiligen Arbeitsort des Gesprächspartners, mindestens einstündige Gespräche mit diesen Kommunikationsexperten geführt. Es liegen 12 Mitschriften vor, aus denen ich im Folgenden zitiere. Die Auswahl geschah nach Zugang und Vertrauen. Als ehemaliger Hauptgeschäftsführer des Agenturverbandes GWA, der sich seit einigen Jahren mit Lust und Energie in den zivilgesellschaftlichen Diskurs begeben hat, kenne ich fast alle Protagonisten sehr lange. Ich habe mich dabei aber auch um einen in etwa repräsentativen Mix der Branche, Wissenschaft eingeschlossen, bemüht. Biografische Notizen zu den Gesprächspartnern im Anhang. Diesem Text soll ein längerer folgen¹. Nicht zuletzt deswegen bin ich sehr an kritischen Anmerkungen interessiert.

Erzähle

„Erzähle“, heißt es allenthalben. Mit Geschichten dringe man durch. Ich nehme diese Aufforderung ernst, daher will ich zum Einstieg zwei kurze Geschichten schildern, die die Bedeutung des Perspektivwechsels verdeutlichen.

Erste Geschichte: Die Geschichte zum Foto einer älteren Frau, auf einer Leiter stehend in einer Wüstenlandschaft, aufgenommen mit dem Rücken zur Kamera, von unten fotografiert. Die Frau heißt Maria Reiche, eine deutsche Mathematikerin, die den Großteil ihres Lebens in Peru verbrachte. Sie lebte von 1903 bis 98. Der Fotograf, der sie in den achtziger Jahren aufnahm, war der Reiseschriftsteller Bruce Chatwin, Reiche hat die Nasca-Lines, bis zu 20 km lange geheimnisvolle Scharrbilder, bekannt gemacht. Von der Leiter aus konnte sie sie sehen, vom Boden aus nicht. Heute sind sie Weltkulturerbe. Das lässt sich alles nachlesen.

¹ Der nachfolgende Text nimmt Passagen aus kürzeren veröffentlichten Beiträgen von mir auf, die nicht gesondert ausgewiesen sind. Vergl. hierzu das Literaturverzeichnis

Mir ist dieses Bild wichtig, weil der Kurator der Architektur Biennale 2016 von Venedig, der Chilene Alejandro Aravena, es als Leitmotiv nutzte, um etwas Wichtiges damit auszudrücken. *„Nicht jammern, sondern machen. Nicht jede gute Idee muss viel Geld kosten. Auf die veränderte Perspektive kommt es an“*. Und er sagt auch sinngemäß im Vorwort des Einladungsflyers: *Wer auf der Leiter steht, soll alles, was dann passiert und an Wissen und Erkenntnissen hinzukommt, mit denen teilen, die auf dem Boden stehen.*

Das ist die Haltung, die wir brauchen, um das Projekt „Bürgerschaftliches Engagement in der Zivilgesellschaft“ voranzubringen: Jammerfrei, innovativ und einladend gegenüber jedermann. Sollte für die Kirche nicht das Gleiche gelten?

Zweite Geschichte: *„Rosina und ich stecken so tief in unserer Flüchtlingsarbeit drin, dass wir kaum Zeit für was anderes aufbringen. Aber es macht uns Freude zu sehen, wie sie Fortschritte machen und eine herzliche Beziehung wächst zu denen, die regelmäßig zum Deutschunterricht in unsere Gemeinde kommen. Und so haben wir eben auch in diesem Kreis meinen Geburtstag gefeiert.“*

Das Ehepaar ist übrigens aus einer verfassten in eine freie Gemeinde gewechselt, aber das ist eine andere Geschichte. Man kann dem Zitat entnehmen, dass die Flüchtlingshilfe menschlich im Land und auch bei Christen etwas bewegt.

“Faith Capital“ als spezifische Form von Sozialkapital

Man könnte mit Gerhard Wegner auch darüber nachdenken, ob *„sich selbst als religiös einordnende Menschen über ein spezifisches Sozialkapital verfügen, dass sie von anderen unterscheidet“*. Wegner bejaht dies und spricht von „Faith Capital“ in Anlehnung an eine Diskussion innerhalb der anglikanischen Kirche². Was heißt das konkret? Die katholischen Gemeinden Oberursel und Steinbach bei Frankfurt haben in einem ungewöhnlichen Visionsprozess, den ich an anderer Stelle ausführlicher beschrieben habe³, Bürger in ihrem Wohnumfeld nach deren Vorstellungen von Kirche befragt, die Ergebnisse ausgewertet und in einem Visionstag mit 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern diskutiert und zu Kernaussagen verdichtet. Der nachfolgende Text, von einer Redaktionsgruppe nach dem Visionstag geschrieben und vielleicht noch nicht die endgültige Fassung der Gemeindevision, gibt einen starken Eindruck davon, was christlich geprägtes Sozialkapital bedeutet und was sein besonderer Wert ist.

Unsere Vision⁴: „OFFEN+MITEINANDER+GLAUBEN+LEBEN“

2 Gerhard Wegner, 2016 S.72

3 Henning von Vieregge, 2016

4 Fassung vom 12.1. 2017

glauben

Wir wollen mit den Augen Jesu sehen, was Menschen bewegt, was sie fragen, was sie suchen und womit sie ihre Not haben.

Wir geben Gottes Zusage Raum für ein Leben in Fülle. Wir vertrauen ihm und wollen mutig immer wieder neu aufbrechen.

Wir leben Spiritualität mit Gott und seinem Wort als unserer gemeinsamen Mitte.

Wir wollen unseren Glauben in der Nachfolge Jesu leben, erfahrbar machen, miteinander austauschen und dadurch unsere Verbundenheit mit Gott und untereinander vertiefen.

Aus unserem Glauben heraus wollen wir Wahrheit im gemeinsamen Dialog erkennen.

ausstrahlen

Wir glauben, dass jeder Mensch von Gott geliebt ist, so wie er oder sie ist, ohne dafür etwas tun zu müssen. Wir sind überzeugt, dass jeder Mensch von Gott berufen ist - Frauen und Männer in gleicher Weise.

Die frohmachende Botschaft Jesu lässt uns vertrauen, Freude und Hoffnung zu leben, auszustrahlen und mit anderen zu teilen. Wir gehen gern auf Menschen zu, sprechen sie an, laden sie ein und lassen uns ansprechen.

sich öffnen

Wir sind offen für die Menschen, ihre Bedürfnisse und Ideen.

Wir öffnen Räume der Begegnung. Wir haben ein offenes Ohr und Herz für die Sorgen, Ängste und Nöte der Menschen.

einladen

Wir wollen die Menschen in unserem Lebensumfeld in Oberursel und Steinbach in ihren Lebenswirklichkeiten und -zusammenhängen (Familie, Beruf, Freizeit) immer besser verstehen.

Wir fördern aktiv und unvoreingenommen vielfältige Begegnungen, auch über die Gemeinde- und Pfarreigrenzen hinaus.

wertschätzen

Wir begegnen einander achtsam und wertschätzend und ermutigen einander, unsere Fähigkeiten einzubringen. Wir wollen mit unseren Unvollkommenheiten geschwisterlich umgehen.

verändern

Wir nehmen in unserer Kirche Grenzen und Begrenzungen wahr: zwischen Männern und Frauen, zwischen Laien und Klerikern, zwischen den Konfessionen, zwischen Jung und Alt, zwischen innen und außen.

Wir öffnen uns der Bereitschaft zur kritischen Auseinandersetzung. Wir ermutigen uns darin, Veränderung zu leben und neue Wege zu gehen. Papst Franziskus bestärkt uns darin.

beteiligen

Menschen, die dies wünschen, bieten wir einen Rahmen zur aktiven Beteiligung in den Gemeinden vor Ort und in unserer Pfarrei St. Ursula an. Hierbei ist uns wichtig, dass es in allen Verantwortungsbereichen, vor allem auch in den Gottesdiensten und in der Leitung, um eine wirkliche und ehrliche Beteiligung geht, die Gestaltungsspielraum vor Ort für konkrete Projekte eröffnet.

handeln

Wir sind Teil dieser Erde, sind zutiefst verbunden mit allen Geschöpfen. Deshalb sind wir uns unserer Verantwortung für diese eine Welt und ihre Menschen bewusst und beziehen Position.

Wir sehen uns hierbei in Verbundenheit mit der ganzen Weltkirche und allen, die nach neuen Wegen für das Evangelium suchen.

Wir engagieren uns für die Zukunftsfragen, die das Zusammenleben der Menschen betreffen – hier vor Ort in Oberursel und Steinbach und weltweit: Gerechtigkeit, Frieden, Bewahrung der Schöpfung, Zusammenleben der Religionen.

Die Frage, ob faith capital auch die Institution Kirche, hier mit besonderem Augenmerk auf die Kirchengemeinde gerichtet, verändert, ist damit nicht beantwortet. (wenngleich die Sprengkraft eines solchen Textes auch nach innen kaum zu bestreiten ist; aber er kann innerhalb der Institution geschluckt werden)

Geflüchtete als Krisenhelfer?

Die Publizistin Bascha Mika, Chefredakteurin der Frankfurter Rundschau, früher der Berliner TAZ, hat beim traditionellen Reformationsgottesdienst der Evangelischen Kirche Hessen-Nassau in Wiesbaden 2015 die These in den Raum gestellt, die Arbeit der Kirchengemeinden mit Flüchtlingen könne der Kirche dazu dienen, sich aus „ihrer eigenen Krise herauszuhelfen“. Durch das Engagement vor Ort könnten traditionelle Gemeindegrenzen aufgebrochen werden und neue Menschen den Zugang zur Kirche finden.⁵

Mit den Flüchtlingen sind Sorgen ins Land gekommen. Die große Zahl der Flüchtlinge, die in einem kurzen Zeitraum und vielerorts überraschend ins Land kamen, weckten aber auch Hoffnungen, die die Bundeskanzlerin in Form einer Aufforderung so formulierte: „*Deutsche Gründlichkeit ist super, aber es wird jetzt deutsche Flexibilität gebraucht*“.⁶

Diese Hoffnung auf einen kräftigen Schub an Flexibilität (man sollte hinzufügen: Innovation, gesellschaftlicher Wandel, Abbau bürokratischer Hemmnisse) gilt nicht nur bezogen auf Migranten. Alles, was verändert wird, gilt nicht exklusiv für diese Gruppe, sondern kommt allen zugute. Der demografische Wandel, die Veränderung der Familienstrukturen und die Säkularisierung, um nur diese zu nennen, sollten ebenfalls als Chancen angenommen werden, auch wenn sie zunächst als Bedrohung und Herausforderung eingestuft werden. Die

⁵ So bei www.ekhn.de/aktuell/detailmagazin/news/reformationstag-chefredakteurin-mika-kritisiert-kirchen-in-fluechtlingsfrage.html (Zugriff 21.12.15). Die Publizistin in einer bestätigenden Mail an den Verf. am 29.12.2015: „Bei meiner Festansprache habe ich tatsächlich darauf hingewiesen, dass sich viele Menschen, die ansonsten mit Gemeindefarbeit und Kirche nichts am Hut haben, an Kirchengemeinden wenden, um Flüchtlingen auf diesem Wege zu helfen. Da vertrauen die freiwilligen Helfer offenbar der Kompetenz der Gemeinden bei der Organisation von sozialem Engagement - was wiederum eine Chance für die Gemeinden bietet. Denn sie kommen mit neuen, anderen Menschen, die sich vorher nicht in ihren Kreisen bewegt haben, in Kontakt und müssen sich zwangsläufig öffnen, wenn sie diese willkommen heißen wollen.“

⁶ 3 Regierungserklärung vom 1.8.2014

Säkularisierung hat sich entgegen der Prognosen führender Sozialwissenschaftler zur Jahrtausendwende⁷ so anders entwickelt, dass der Begriff des Post-Säkularismus die Runde macht⁸. Säkularismus oder Post-Säkularismus: Jedenfalls ist das bürgerschaftliche Engagement weder in den USA noch in Europa abgestorben, ja, hat sich, wenn die Empirie verlässlich ist, hierzulande sogar verstärkt, wenn auch nicht in den klassischen Institutionen des Ehrenamts, Kirchen übrigens ausgenommen. Zivilgesellschaft als Sammelbecken bürgerschaftlichen Engagements ist in der Wahrnehmung von Politikentscheidern und Wirtschaftsexperten zunehmend nicht länger als Erfindung von Sozialwissenschaftlern anzusehen, sondern als real existierend. Kirche beginnt diese Form der Säkularisierung nicht länger als Bedrohung, sondern als Chance zu begreifen.⁹

Das ist die der große Rahmen des Themas: Kirche trifft Zivilgesellschaft. Oder ist diese Formulierung irreführend, weil Kirche selber Zivilgesellschaft ist?

Was ist Zivilgesellschaft?

Zivilgesellschaft, international Civil Society, ist *„die Arena öffentlicher kollektiver Debatten, Prozesse, Aktionen und Organisationen, die durch ihre (subjektive) Gemeinwohlorientierung bestimmt ist und, bei aller Heterogenität der Akteure im Einzelnen, Gemeinsamkeiten aufweist, die sie von Akteuren des Staates und des Marktes und von privaten, auf die Familie beschränkten Zusammenschlüssen unterscheidet. Sie umfasst insofern Wohlfahrtsverbände ebenso wie Protestbewegungen, Stiftungen wie Menschenrechts-organisationen, Sportvereine ebenso wie Laienchöre. Insgesamt gehören rund 800.000 formelle und informelle Organisationen in Deutschland zur Zivilgesellschaft. Bürgerschaftliches Engagement (Ehrenamt) findet zu 80 Prozent in der Zivilgesellschaft statt.“* Rupert Graf Strachwitz, Direktor des Berliner Maecenata-Instituts, von dem diese Beschreibung stammt, nennt sie *„relativ formal“* und *„eher einer deskriptiven Bereichslogik“* folgend. Die Bereiche oder Arenen seien nicht scharf voneinander abgrenzbar, es gebe zahlreiche Hybride.¹⁰

Die Akademiegruppe Altern bezeichnet Zivilgesellschaft als *„die Welt der selbstorganisierten Initiativen, Bewegungen, Netzwerke und Organisationen, der Vereine und Selbsthilfegruppen, der Nachbarschaftsinitiativen und Nicht-Regierungs-Organisationen – also das Tätigkeitsfeld zwischen Staat, Familie und Markt.“* Und stellt fest: *„Zivilgesellschaftliches Engagement folgen*

7 Vor allem einflussreich Putnam 2000

8 Vgl. etwa Casanova 2016

9 Was auch geschieht. So hieß das Titelthema von 3 E, das sich als „Ideenmagazin für die Kirche“ versteht, in der Ausgabe Dez.2016 bis Febr. 2017:“ Säkularisation: Gott kann auch weltlich“

10 Davon unterscheidbar sind werteorientierte Definitionsversuche, die vom Begriff der „Zivilität“ ausgehen, die bereichsübergreifend Geltung verschafft werden soll. Vgl Strachwitz 2014, S.62ff

weder der Logik des Marktes noch der Logik staatlicher Verwaltungen. Es handelt sich um im Grundsatz unentgeltliche, freiwillige, über den privaten Raum hinausreichende Tätigkeiten.“¹¹

Zustimmend zitiert Strachwitz den amerikanischen Wissenschaftler und Publizisten Jeremy Rifkin, der feststellte: *„Der Übergang von zwei zu drei Sektoren stellt einen radikalen Entwicklungssprung in der Evolution des politischen Lebens dar und trägt entscheidend dazu bei, wie wir unsere Zukunft organisieren.“*¹² Ist die Arena der Wirtschaft durch den Tausch und die des Staates durch Gewalt(monopol) bestimmt, so ist es die Arena der Zivilgesellschaft durch das Geschenk, meint Strachwitz in Anlehnung an François Perroux¹³. Pro und Contra gibt es zu den Überlegungen, den Begriff „Zivilgesellschaft“ normativ aufzuladen und Zivilität als Haltung dann konsequenterweise auch auf das politische und das wirtschaftliche Subsystem auszudehnen.¹⁴ Der Begriff der „Zivilität“ erfährt eine doppelte Dehnung: Er wird als nunmehr verbürgerlichter Begriff verstanden und nicht länger als Abgrenzungsbegriff der „besseren Kreise, die wissen, wie man sich benimmt.“ Und er ist mehr als „gutes Benehmen“. Zivilität kann aus zivilreligiöser Überzeugung erwachsen, die hilft, die „gute Gesellschaft“ zusammenzuhalten und weiterzuentwickeln.

Dem steht die Ansicht gegenüber, man solle es besser beim formalen Begriff belassen und somit zugestehen, dass Zivilgesellschaft, wie auch Staat und Wirtschaft, helle und dunkle Seiten haben.¹⁵ Wer, wie Strachwitz oder auch der Verfassungsrechtler Udo di Fabio, die zweite Position vertritt, sieht es als Vorzug an, wenn sich die Akteure nicht als womöglich sittlich höherstehende-Alternative zum Staat verstehen, sondern letztlich als Kooperationspartner, charakterisierbar als „*eigenwilliger Komplementär*“, der die Regeln des Rechtsstaates als Grundlage der Freiheit respektiert¹⁶.

Gronemeyer sieht es ähnlich, *„Man möchte einen Begriff haben, mit dem man gute und schlechte, gewollte und nicht gewollte Zivilgesellschaft, unterscheiden kann. Das kann ich gut verstehen. Die Wohlmeinenden wissen, welche Zivilgesellschaft gemeint ist und welche wir eigentlich nicht wollen. Ich glaube auch nicht, dass man Instrumente finden kann, mit denen*

11 Kocka/ Staudinger (2009) S.93

12 Strachwitz (2014) S.66

13 Ebd.

14 Evers/ Klie/ Roß (2015) S.3-9

15 Rupert Graf Strachwitz in einer Mail an den Verf. vom 3.5.2016: „Ich glaube aber, dass ich richtig liege, wenn ich den Terminus Zivilgesellschaft eher formal und nicht so sehr normativ unterlege. Nur so können wir nämlich die sog. dark side of civil society (bspw. Ku Klux Clan, Pegida ...) miterfassen. Es ist eben in der ZG ebenso wie im Markt und im Staat: es gibt bessere und schlechtere Akteure, bzw. solche, denen wir eher oder nicht so sehr oder gar nicht folgen bzw. zustimmen. Wenn wir den Begriff an sich normativ aufladen, können wir die schlechten nicht erfassen“.

16 Udo di Fabio (2015), Die neue Zivilgesellschaft, Referat, gehalten beim Jubiläum der Stiftung Rheinviertel in Bonn am 17.11. 2015, S.7 www.youtube.com/watch?v=tZnaZvCDfkl

*man einen Kontrollzettel hat und sagt: Pegida ist keine Zivilgesellschaft – das möchte ich zwar gern, aber es ist irgendwie schwierig*¹⁷.

Lassen sich nicht beide Auffassungen verbinden? Zivilität als wertorientierende Haltung zeichnet keineswegs alle aus, die sich in der Zivilgesellschaft engagieren. Und sie beschränkt sich erwünschtermaßen keineswegs nur auf den zivilgesellschaftlichen Sektor. Zivilität ist die Software guten Miteinanders. Wenn Hacker das Programm lahmlegen, ist Gefahr im Verzug. Ebenso bei Überforderung des Systems. Gefährdungen sind ablesbar am Anspruch einzelner Gruppen, das ethisch Wertvolle zu verkörpern und gegen andere Gruppen durchsetzen zu dürfen. *„Dieses Gefühl von Erhabenheit, ja fast schon Hochmut, schleicht sich langsam und unbemerkt in dein Denken ein. Ein solches Denken macht ein Monster aus dir.“*¹⁸ Diese Beschreibung einer jungen Frau, die Salafistin geworden war und sich daraus wieder befreite, charakterisiert auch andere Gruppen wie die zivilgesellschaftlich verankerte PEGIDA Bewegung; beide Gruppierungen drehen an der Antizivilitätsspirale.

Im Brennpunkt: Die Situation vor Ort

Der Schwerpunkt zivilgesellschaftlichen Handelns liegt, wie der 7.Altenbericht und der 2.Engagementbericht der Bunderegierung, verdeutlichen, in der Kommune, dort im 3. Sozialraum, im Quartier, im Viertel und somit innerhalb der Kirche bei der Gemeinde und den vor Ort vertretenen anderen kirchlichen Organisationen, namentlich der Diakonie.

Es geht bei beiden Kommissionen um die Leistungskraft von Nachbarschaft, lokaler Zivilgesellschaft in Verbindung mit Staat und Wirtschaft. Der 7.Altenbericht steht unter dem Titel *„Sorge und Mitverantwortung in der Kommune – Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften“* und der zweite Engagementbericht untersucht *„Demographischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung“*¹⁹.

Um die Zuordnung kirchlicher Organisationen gibt es eine Diskussion. Sie soll hier nicht entfaltet werden.²⁰ Es gilt aber wohl mehrheitlich die Feststellung des Direktors des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Evangelischen Kirche Deutschlands, Gerhard Wegner: *„Am Wandel der Kirchengemeinde von der Anstalt zum Akteur“*²¹ führe kein Weg vorbei, wolle man sich nicht von den wichtigsten Aufgaben von Kirche, nämlich des Einsatzes für den

17 Reimer Gronemeyer Interview vom 1.6.2016

18 Karen Krüger, Die Rückkehr, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 17.7.2016 S.44 gibt ein Porträt der Sängerin Sahira Awad

19 Deutscher Bundestag, 2017b Drucksache 18/11800,

20 Vgl. Strachwitz (2015) S.28-37

21 Wegner (2016) S.14,

Anderen und mit dem Anderen und der Weitergabe der guten Botschaft sukzessive verabschieden.²²

Die Aufgabe von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft auf der lokalen Ebene wird im 7. Altenbericht so beschrieben:

„Tragfähige Sorgearrangements leben von einem Ineinandergreifen unterschiedlicher Hilfen. Segmentierte Hilfen sind zu überwinden, es muss in wohlfahrtspluralistische Hilfearrangements investiert werden.

Das Ineinandergreifen von familiären, nachbarschaftlichen, beruflichen, professionellen und freiwilligen Formen der Hilfe – unter Einbeziehung lebensdienlicher Technik – bildet die Grundlage für einen tragfähigen, Teilhabe fördernden und ökonomischen Hilfe-Mix.“²³

Diese Beschreibung ist zwar auf den demografischen Wandel und die damit notwendige Veränderung der Kümmerstrukturen für Ältere ausgerichtet, aber gilt in Wirklichkeit für alle „Kümmer“-Aufgaben, also auch für die Flüchtlingshilfe.

Im Engagementbericht wird in Bezug auf die Hilfe für Flüchtlinge den Kirchen eine Sonderrolle zugewiesen:

„Eine Sonderrolle spielen die Kirchen, denn sie können Engagement auf vielen verschiedenen Wegen einen Rückhalt bieten, es ermuntern und stabilisieren helfen.“²⁴ Die Stimmen von Vertreterinnen und Vertretern der Kirche haben auf lokaler Ebene und in der breiten Öffentlichkeit ein besonderes Gewicht. Viele lokale Hilfsinitiativen stehen in enger Verbindung mit dem örtlichen Gemeindeleben; kirchliche Gemeinden können oft besser als viele andere Personenkreise zusammenführen, die in sozialer und kultureller Hinsicht sehr unterschiedlich sind. Nicht übersehen werden sollte schließlich auch die moralische Autorität der Kirche, wie sie etwa im Zusammenhang mit dem Kirchenasyl eine ganz praktische – wenn auch nicht unumstrittene – Bedeutung erhalten hat.“²⁵

Eine wahre Geschichte einer geglückten Hilfe

22 Mehr dazu im SI-Projekt „Kirche und Zivilgesellschaft“, das weiter hinten im Text vorgestellt wird.

23 Deutscher Bundestag, Drucksache 18/10210, S. 323

24 Circa 20 Millionen Euro stellte die Evangelische Kirche Deutschland Ende 2014 und 2015 zusätzlich für Flüchtlinge bereit. Sie finanzierte Unterkünfte, Kleidung, Decken, Nahrungsmittel, Wasser, Schulunterricht. 73 Millionen Euro gab die katholische Kirche Ende 2014 und 2015 insgesamt für Flüchtlinge aus. Die Bistümer legten Sonderfonds auf und erhöhten die Mittel für die Caritas. Exakt aufgeschlüsselt wurden die Zahlen nicht. Die Kirchen bieten den Städten und Kommunen Immobilien an: Schulen, Klöster, Wohngebäude. Beide Kirchen fordern höhere Flüchtlingskontingente, legale Wege für Schutzsuchende, europäische Neuansiedlungsprogramme und auch militärischen Schutz für die rund 15 Millionen Vertriebenen im Irak und Syrien (Anmerkung aus dem Bericht übernommen).

25 Evers/ Klie (2017)

Den oben zitierten Abschnitt kann man als Aufforderung an Kirchengemeinden verstehen, sich die Chance zum Tätigwerden ja nicht entgehen zu lassen. Die Hamburger Bischöfin Kirsten Fehrs hat beim Stuttgarter Kirchentag von einer Gemeinde erzählt, die im Zusammenspiel mit der politischen Gemeinde agierte, und dies mit Wirkung bei Helfern und Geholfenen, nach innen und außen²⁶

„Ich möchte Ihnen dazu eine wahre Geschichte erzählen. Vor einigen Monaten wurden in einem sehr kleinen Dorf in meinem Sprengel kurzfristig ca. 50 syrische Flüchtlinge angekündigt. Man ist zunächst beunruhigt. Die Bürgermeisterin wendet sich an die Kirchengemeinde – und von da an beginnt eine wunderbare Geschichte: Der Pastor kapert instinktsicher den ehemaligen etwa 70-jährigen Gemeindeführer der Feuerwehr und seine Frau. Die fühlen sich auf einmal neu gesehen und an der Ehre gepackt. Sie gründen ein Netzwerk, in das inzwischen gefühlt zwei Drittel des Dorfes eingestiegen sind, vor allem die Älteren. Während einer Andacht erzählen sie alle von ihren Erlebnissen. Wie groß zunächst die Distanz und Skepsis im Dorf war. „Und dann haben wir uns diese Armut vorgestellt und die Angst, die sie haben müssen, und uns einen Ruck gegeben“, sagt Hermann. Während er das sagt, winkt er freundlich etwa zehn Syrern zu, die mit in die Kirche gekommen sind. „Zuerst haben wir miteinander einen Plan gemacht“, sagt er, „und wir haben festgestellt, dass fast jede Familie im Dorf mühelos jeweils eine Flüchtlingsfamilie ausstatten kann – mit Bettwäsche, Besteck, Kleidung und Möbeln.“ „Ja, und dann haben wir das einfach gemacht“ ... Dann erzählt die alte Dame aus dem Bibelkreis, die mit ihren Freundinnen da ist, dass sie zwar vieles gegeben, viel mehr aber noch empfangen haben. Seit die Syrer da sind, gehen alle herzlicher miteinander um, ja, lernen einander noch einmal ganz neu kennen. Zwei Nachbarn z.B., total zerstritten, hatten seit fünf Jahrzehnten kein Wort mehr gewechselt. Dann wurden sie losgeschickt, um in der Wohnung der Syrer eine Lampe anzubringen. Über die Leiter hinweg, das ging wohl gar nicht anders, haben sie sich dann schließlich die Hand gereicht. – Die pensionierte Deutschlehrerin, die allein lebt, sagt: „Ich bin glücklich, dass ich euch etwas beibringen kann“, und: „liebe Familie von Saida und Faris: Danke, dass ihr mich adoptiert habt.“ Am Schluss bedankt sich Faris. Auf Deutsch. Beim Pastor, Papa Frank. Und bei Hermann, Susanne, Hans und Martha. Für die Liebe, die sie empfangen haben. Und die Bettwäsche. Und die Lampe, sie wäre die hellste der Welt.

Eine wahre Geschichte von caring community. Weil sich hier etwas Entscheidendes ereignet hat: Man hat sich in der Sorge um einander aus den alten Bahnen und Klischees und Vorurteilen heraus geliebt und heraus lieben lassen. Alle haben sie sich verändert. Das Dorf, die Kirchengemeinde, die Syrer auch. Nicht mit Druck. Stress. Sondern mit Ehrung. Würdigung.“

²⁶ Kirsten Fehrs, Hamburger Bischöfin EAfA-Rundbrief Nr. 67, 2. Quartal 2015. Das Thema: Nicht ohne meine Nachbarn. Kirchengemeinden als Teil einer sorgenden Gemeinschaft (Caring Community), Impuls von Bischöfin Kirsten Fehrs Zentrum Älterwerden, Freitag, 5. Juni 15:00 Uhr, Hegelsaal 1. (Kirchentag 2015 Stuttgart)

Man beachte: Die Bischöfin subsummiert in ihrer Geschichte die Flüchtlingshilfe unter das Dach „Sorgende Gemeinschaft“ und bestätigt damit den hier behaupteten Zusammenhang. Sie beschreibt die Bedingungen, unter denen sorgende Gemeinschaft gut funktioniert, unter denen zusätzliche Herausforderungen gemeistert werden: Kirche und Vereine kooperieren mit der kommunalen Spitze und miteinander. Es gibt keinen Profilierungswettbewerb, man konzentriert sich auf die Meisterung der Aufgabe. Es findet sich ein anerkannter Macher. Alle Beziehungen werden zur Rekrutierung genutzt. Emotion schwingt mit. Es scheint auch so, als ob die Verwurzelung Veränderungsoffenheit nicht nur nicht behindert, sondern geradezu beflügelt. Die Erzählerin berichtet, auch die Kirchengemeinde habe sich verändert.

Um zu entscheiden, ob diese schöne Erfolgsgeschichte singulär oder verallgemeinerbar ist, ist es hilfreich, die Veränderungen der Zivilgesellschaft insgesamt in den Blick zu nehmen, möglicherweise ausgelöst oder doch verstärkt durch die Flüchtlingshilfe.

Vom Wert sozialer Beziehungen

Adalbert Evers, Mitglied der Engagement Kommission, konstatiert als Zwischenbilanz zur Rolle bürgerschaftlichen Engagements in der Flüchtlingshilfe im 2. Engagementbericht der Bundesregierung²⁷ u.a.

- Es werde von den politisch und administrativ Verantwortlichen festgestellt: *„Der Einsatz dabei (bei der Bewältigung des Flüchtlingsansturms Ende 2015) war und ist nicht länger als bloße Zutat zu verstehen, sondern bis heute als ein Schlüsselfaktor bei der Bewältigung der dringlichsten Anforderungen.“* (S.2)
- Die *„traditionellen Grenzziehungen zwischen Professionellen und Engagierten verwischen.“* (S.20)
- Ein beträchtlicher Teil des Engagements (eine Schätzung liegt bei 40 Prozent) geschieht *„über neu gebildete Gruppen, ohne Rechtsform, flache Hierarchien, hohes Maß an Beteiligungs- und Gestaltungsmöglichkeiten.“*²⁸ Diese neuen Engagementgruppen gewinnen an Bedeutung mit *„Auswirkungen auf die Ausrichtung und die Arbeit in den traditionellen Strukturen.“* (S.11)²⁹

²⁷ Vergleiche Fußnote 19, Deutscher Bundestag Drucksache 18/11800 (2017)

²⁸ Ich habe eigene Erfahrungen mit Save me Mainz gemacht. Schnell, pragmatisch und politisch. Ein Vierteljahr sollten sich die Interessierten verpflichten, nicht weniger, aber auch nicht mehr: Engagement im Durchlauf.

Ähnlich bei Teachers on the Road. Für die traditionell aufgestellten Organisationen ist das gewöhnungsbedürftig. Einen guten exemplarischen Überblick gibt ein E-Book der Stiftung Bürgermut, das man kostenlos herunterladen kann: E-Book. „Refugees richtig gute Projekte, Tipps und Tools“

²⁹ Dies ist eine Sollensformulierung. Ein langjährig Aktiver einer Kirchengemeinde berichtet von zwei typischen Schwierigkeiten in diesem Zusammenhang: Erstens wollen Freiwillige lieber praktisch helfen als Netze spannen und an Kooperationen werkeln. Somit gibt es ein Loch. Füllt es aber der oder die Hauptamtliche und, markiert sich z.B. als Ansprechpartner für den Briefverkehr gegenüber dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (Bamf), besteht die Gefahr, dass sich der oder die Hauptamtliche übernimmt, zumal dann alle wissen, im Zweifelsfall springt er oder sie ein und rettet. Und macht es dann beim nächsten Mal gleich lieber selber als den Versuch der Einbeziehung von Freiwilligen zu unternehmen. Das ist verständlich, aber falsch. Abhilfe schafft die Überzeugung, dass ehrenamtliches Arbeiten einen Wert an sich darstellt und ergänzt werden muss

- Neben den Älteren, die in den vergangenen Jahren stetig im Engagement zugelegt haben, fällt „*die Dominanz der jüngeren Generation zwischen 20 und 30*“ auf.
- In „*fast bizarrer Gleichzeitigkeit*“ (S.4) hätten sich zum Thema Flüchtlinge „*gegensätzliche Artikulationsformen von Bürgerengagement*“ entwickelt. Evers unterstreicht, dass „*nicht jedes Engagement gegen Maßnahmen für Flüchtlinge unzivil*“ sei (S.5)
- Die neuen Medien und Informationstechnologien haben neue Möglichkeiten der Mobilisierung von Freiwilligen und zur Akquise von Sachmitteln geschaffen. „*Die neuen Medien prägen Arbeitsweisen und Organisationsformen.*“ (S.13)

Ein Beispiel für eine Aktion aus der Flüchtlingshilfe, die die Bedürfnisse des „neuen Ehrenamtes“ berücksichtigt, ist das Modellprojekt „Ankommenspatenschaften“ der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V., bagfa. Man suchte ein Format der Flüchtlingshilfe für Menschen, die noch keinen Zugang zur Flüchtlingshilfe gefunden hatten. Also eine überschaubare Aufgabe mit niedrigen zeitlichen Anforderungen. „Ein/e Freiwillige/r trifft sich zunächst mindestens drei Mal mit einem Geflüchteten, erzählt über den Alltag und zeigt wichtige Orte und Einrichtungen. Auch andere Aktivitäten sollen möglich sein.“

³⁰Freiwilligenagenturen fungieren als Schaltstelle. Die angestrebten 3000 Ankommenspatenschaften im ersten Jahr wurden nahezu erreicht, 28 Freiwilligenagenturen beteiligten sich. Die Aktion, finanziell unterstützt im Rahmen der Aktion „Menschen stärken Menschen“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wird fortgesetzt.

Alle diese Feststellungen lassen fragen, ob Kirchengemeinden in ihrer überwiegenden Zahl auf diese Situation und diese Rahmenbedingungen gut eingestellt sind.

Die Beobachtung im Altenbericht, dass dort, wo enge Sozialbeziehungen vorherrschen, erfolgreicher gearbeitet und auf unvorhergesehene Herausforderungen besser reagiert werden kann, lässt sich auch auf Kirchengemeinden übertragen.³¹

um kleinere bezahlte Projektverantwortliche, die die Koordinationsarbeit machen, nicht die Führungsarbeit. (Interview H. Stralla, Mainz, vom 24.1.2017)

³⁰ Broschüre Patenschaften verbinden, Erfahrungen von Seniorenbüros, Freiwilligenagenturen und Bürgerstiftungen mit dem Programm „Menschen stärken Menschen“, herausgegeben von der bagfa, Dezember 2016, 28 S, hier S.7

³¹ Dazu ein Beispiel aus zwei Mainzer Kirchengemeinden. Gemeinde A hat sich noch vor der Flüchtlingswelle vorgenommen, stärker ins diakonische Engagement zu gehen. Man beginnt damit, wo Wohnungslose in einem Heim zu kochen und sieht sofort den Doppeleffekt: für die Obdachlosen und nach innen für die Gemeinde. Es nehmen Menschen am Projekt teil, die bisher nicht zum aktiven Kern der Gemeinde gehörten. So vorbereitet steigt man sofort, als dies notwendig ist, in die Flüchtlingsarbeit ein, verzahnt mit der Obdachlosenarbeit und Besuchsdienst. Sprachkurse, Lotsendienst, Sachspenden, Unterstützung im Asylverfahren sind Arbeitsbereiche. Als an die Gemeinde die Bitte herangetragen wird, einem Flüchtling, der nach Bulgarien abgeschoben werden soll, Kirchenasyl zu gewähren, sagt der Kirchenvorstand nach sorgfältiger Prüfung zu. Das mehrmonatige Kirchenasyl prägt. Auf Anfrage entsteht Taufunterricht, getragen durch Hauskreise: Mission und Diakonie fließen so zusammen. Die Gemeindezusammensetzung auch bei Gottesdiensten wird sichtbar

So heißt es im 7. Altenbericht zum Stichwort „Soziale Beziehungen“

*„Enge vitale Netze, also zum Beispiel mit Anderen unternommene Aktivitäten, wirken sich in der Regel positiv auf die Gesundheit, das Wohlbefinden und die Lebenszufriedenheit einer Person aus. Viele und gute soziale Beziehungen haben eine ähnlich große Wirkung auf die Lebenserwartung wie Nichtraucher. Im sozialen Netzwerk hilft und unterstützt man sich. Solche Hilfe lässt einen kritische Lebensereignisse besser bewältigen.“*³²

So wie gute Nachbarschaften selten zufällig entstehen, sondern Ergebnis gezielter Bemühung zunächst einiger Weniger sind, so sind auch emotionale Bindungen innerhalb einer Kirchengemeinde nicht das Ergebnis zufälliger Ereignisse.

Was Kirchengemeinden auf den Weg bringt

Es kommt hinzu, dass solche Kirchengemeinden besser gerüstet sind, die eine Leitbild- oder Markenberatung durchlaufen haben und deswegen um ihre Stärken, Besonderheiten und Ziele wissen und auch, was ihre Einflussgruppen von ihnen erwarten³³. *„Entscheidend ist die Erfahrung, dass die Gemeinden etwas wollen, und so ein Profil ausbilden... Etwas zu wollen, das auch zu sagen und dann auch zu tun, hat seine eigene Faszination und zieht Menschen an, weil es mit Selbstbewusstsein und Tatkraft einhergeht. Selbstbewusstsein erzeugt ein Kraftfeld“*, heißt es bei Wegner³⁴ unter Verweis auf Ehlhaus, Wöhrmann, die „Kirchengemeinden mit Ausstrahlung“ auf ihr Erfolgsgeheimnis hin untersucht haben. Es ist, wengleich in der kirchlichen Gemeindepraxis oft dieser Eindruck erzeugt wird, durchaus kein Gegensatz, innen stark und nach außen offen zu sein. Dass Kirche selbst bei offenen Türen nicht länger Sogkraft entwickelt in die Gesellschaft hinein, wird dann ebenso klar wie die Notwendigkeit, missionarisches und diakonisches Handeln vor Ort untrennbar zusammenzufügen.

Von einigen wenigen Leuchttürmen abgesehen gibt es zur Frage, in wie weit Kirchengemeinden in ihrer lokalen Gesellschaft und dort speziell in der Zivilgesellschaft angekommen sind, wenig Empirie. *„Bislang jedoch liegen nur wenig empirische Daten zum kirchlichen Beitrag von Sozialraumentwicklung vor“*, heißt es in der Beschreibung eines mehrjährigen Projektes des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD zu diesem Themenfeld

bunter. (Interview H. Stralla, Auferstehungsgemeinde vom 24.1. 2017. Gemeinde B: Der in Sozialfragen, auch Flüchtlingshilfe, hochengagierte Pfarrer fühlt sich allein auf weiter Flur und beklagt, dass sein Engagement am Gemeindegesehehen vorbeilaufe.

32 Deutscher Bundestag, Drucksache 18/10210 2017b S.263

33 Deswegen habe ich zwei Einflussgruppen befragt: Kommunikations- und Zivilgesellschaftsexperten. Was die Kommunikationsexperten Richtung Kirche zu sagen haben, habe ich in mehreren Veröffentlichungen berichtet. Die Auswertung und Nutzung der Gespräche mit den Zivilgesellschaftsexperten folgt in 2017.

34 Wegner (2014) S.30

Zentrale Fragen des Projektes sind:

- Welche Rolle nimmt die Kirchengemeinde im Gesamtnetzwerk zivilgesellschaftlicher Akteure vor Ort ein?
- Sieht sich die Gemeinde selbst eher als befähigenden, gestaltenden Akteur in der Zivilgesellschaft oder verharrt sie in einem klassischen Amtsverständnis?
- Wie wird die zivilgesellschaftliche Attraktivität der Gemeinde durch andere Akteure im Sozialraum wahrgenommen? Wie ist das Image in der Bevölkerung?
- Welche Folgen ergeben sich aus der zivilgesellschaftlichen Position der Gemeinde für deren religiöse Vitalität?

Beantwortet werden sollen diese Fragen anhand von sechs Kirchengemeinden. In Beziehung zu deren Umfeld.

Ein Schlaglicht auf die Lage wirft ein abgeschlossenes Projekt der evangelischen Kirche in Hamburg.

Das Hamburger Beispiel: „Stadt mitgestalten“

Das Projekt, 2013 für drei Jahre bis 2016 finanziert, Vorarbeiten seit 2011, stand unter dem Titel „Stadt mitgestalten – Initiative zur Stärkung kirchlicher Arbeit in der Stadt“. Die Leitung lag bei Frank Düchting, mittlerweile pensionierter Studienleiter der evangelischen Akademie der Nordkirche³⁵.

Düchting beschreibt seinen Auftrag so: *„Schlüsselpersonen und – gemeinden identifizieren, Beziehungen herstellen und die Problemlagen der Menschen in der Stadt gemeinsam bearbeiten.“*³⁶ Von den 170 Gemeinden sollten diejenigen, die bereits in der Stadt aktiv waren, visitiert und bestärkt werden. Die in ihrer Außenorientierung unterschiedlich ausgerichteten Kirchengemeinden sollten in Cluster gebracht werden und damit in einen Austausch. Düchting schätzt, dass sich etwa 30 Prozent aller Gemeinden von einem *„der Stadt zugewandten Kirchenbild“*³⁷ leiten lassen.“ Die anderen ca. 70 Prozent sähen *„Kirche eher als ein Gegenüber*

35 Mir ist bewusst, dass auch aus anderen Teilkirchen Aktivitäten in diesem Themenfeld stattfinden, aber diese Aktion ist gut dokumentiert und ich danke Frank Düchting für seine Unterstützung.

36 Zitiert aus dem Vortrag Düchtings bei einer Strategietagung der Aktionskirche findet Stadt am 17.9.2013 im Bundesbauministerium, Berlin, nachzulesen www.akademie-nek.de/h/die_stadt_mitgestalten_107.php (Zugriff 7.5.2015)

37 Die Hamburger Stadtraummanagerin Helga Stödter-Erbe kommt bei „wohlwollender Schätzung“ auf 40 Gemeinden, mit denen die Verwaltung quartiersbezogen zusammenarbeitet. So bei einer Tagung der Initiative „Stadt gestalten“ der Nordkirche am 3.4.2014 http://stadtmitgestalteninitiativedernordkirche.nordkirche.de/fileadmin/user_upload/baukaesten/Baukasten_Stadt_mitgestalten_Ini_NK/Dokumente/2014-04-03_Sozialraum (Zugriff 8.5.2015)

zur Stadt, als religiösen und spirituellen Ort der Gemeinschaft. Allenfalls sind diese Gemeinden diakonisch – caritativ unterwegs.“³⁸

In dem Bericht wird ausgeführt, Außenorientierung von Kirchengemeinden habe eine lange Tradition, aber es fehle der Kirche doch, ergänzend zu Seelsorge und Verkündigung, an Kontextkompetenz, „*einer Kompetenz für das aktive sich Einlassen auf die jeweilige Umgebung*“³⁹. Der Projektleiter hat die Merkmale von Außenorientierung aus der Praxis herausgezogen.⁴⁰ Dabei geht um drei Suchbewegungen:

- Hat die Gemeinde (Pastor, KV, Haupt- und Ehrenamtliche) Kontakte in den Stadtteil hinein?⁴¹
- Hat die Gemeinde ein Leitbild, ein Konzept o.ä., welches Kirche für Andere (Bonhoeffer) oder mit Anderen (Huber) als erstrebenswert beschreibt?
- Hat die Gemeinde zu dieser reklamierten Ausrichtung eine theologische und kirchliche Begründung erstellt und veröffentlicht?
- Als vierte Suchbewegung wird auf einen Beitrag von Paul Hermann Zellfelder⁴² Bezug genommen und es werden dessen sechs Formen gesellschaftsdiakonischen Engagements von Gemeinden übernommen:
 - Raum geben
 - Forum sein
 - Partei ergreifen
 - institutionelles Engagement betreiben
 - Netzwerk bilden
 - Position beziehen

38 Düchting (2013)

39 Ebd.

40 Zitiert aus einem internen Paper der Initiative „Gemeinde im Quartier-Erkennungsmerkmale“

41 Die „aktiven Kontakte“ werden spezifiziert:

- offene, transparente, einladende Strukturen haben;
- dauerhafte Kooperationen pflegen mit anderen Kirchen / Religionsgemeinschaften, sozialen, diakonischen und / oder staatlichen Einrichtungen zum Wohle des Quartiers;
- diakonische Angebote für spezielle Zielgruppen, über die eigenen Gemeindeglieder hinaus;
- Beteiligung an Festen, Aktionen und anderen bewohnerorientierten Veranstaltungen im Quartier;
- interreligiöse und / oder interkulturelle Öffnung, Kontakte, Arbeitszusammenhänge;
- engagiert in der civil-society des Quartiers: Bürger- und Einwohnervereine, Kultureinrichtungen, Sport- und andere Verbände, Bücherhallen;
- an Stadtteil- und Bezirksgremien beteiligt sein (JHA; Fachausschüsse; Stadtteil- oder Quartiersbeiräte; Beiräte im Rahmen von Förderprogrammen (RISE)
- Übernahme von Konfliktmoderationen; Gesprächspartner sein;
- Räume für Stadtteilaktivitäten anbieten und aktiv mitgestalten;
- aktive Kontakte zu Schulen (über Religionsunterricht hinaus), Jugendeinrichtungen, Kitas;
- kulturelle Angebote für den Stadtteil;
- aktive Kooperationen im kulturellen, sozialen und historischen Kontext (Stadtteilkultureinrichtungen, Geschichtswerkstätten, freie Theater und Kunsträume); eigene Räume dafür anbieten und mitgestalten.

42 Zellfelder, (2010), S. 66-75, hier S.70

Im Sinne der beschriebenen aktivierenden Initiative handelt es sich bei allen aufgeführten Merkmalen gleichermaßen um vorfindbare wie auch um wünschenswerte Charakteristika einer Kirchengemeinde.

Eingerahmt wird die Diskussion um die Leistungsfähigkeit lokaler Netze von der Debatte um die Rolle des Staates. Es sind in Wirklichkeit mehrere Rollen, die der Staat gleichzeitig wahrnimmt: Wohlfahrtsstaat, aktivierender Staat, Wohlfahrtsgesellschaft⁴³, unterstützt von der Zivilgesellschaft.⁴⁴ Die vom Berliner Städtebauministerium geförderte ökumenische Aktion - vielleicht besser Themenplattform zu nennen- "Kirche findet Stadt"⁴⁵ zeigt, dass sich in beiden Kirchen Kräfte regen, die die Anschlussfähigkeit an diese Debatte suchen. Es geht auch hier vor allem um den nachbarlichen Sozialraum, das Quartier, den Stadtteil⁴⁶. Treibende Kräfte kommen aus den beiden Wohlfahrtsverbänden der Kirchen, Diakonie und Caritas, die der Wiederverknüpfung von Botschaft des Evangeliums und Diakonie im nachbarschaftlichen Handeln in einem neuen Mix von Haupt- und Ehrenamtlichen das Wort reden. Dieser Weg ist schwierig und heute eher Wunschbild als Realität, wie jeder Praktiker bestätigt.⁴⁷ Stärkere Außenorientierung ist die Forderung.

Außenorientierung oder Neuorientierung?

Bei der Außenorientierung einer Organisation erfolgt die Steuerung von innen, im Interesse des Absenders: „*Der Auftrag der Kirche in der und für die Stadt muss aus dem besonderen, eigenen Beitrag der Kirche entwickelt werden, nicht aber aus den je aktuellen Interessen und Bedürfnissen der Stadt.*“⁴⁸ Aber reicht dies aus?

„*Kirchengemeinden müssen ihr Inseldasein aufgeben und sich von ihrem urbanen Kontext her definieren, wenn sie eine relevante Rolle spielen wollen.*“ Diese Forderung des Leiters der Arbeitsstelle „Theologie der Stadt“ der Evangelischen Kirche in Berlin, Christoph Zarnow, geht eindeutig weiter als das Hamburger Praxismodell einer Außenorientierung. „*Kirche in der Großstadt muss lernen, dass sie nicht allein die Macherin ist, sondern Mitmacherin und sich*

43 Klein (2015) S.12 benutzt diesen Begriff und weist im Zusammenhang mit der seiner Meinung nach berechtigten Kritik an der Instrumentalisierung des Engagements auf die notwendige Fortentwicklung des Begriffsverständnisses um die Dimension Schaffung öffentlicher Güter hin.

44 Engagement sei gesellschaftspolitisch ein Nischenthema geblieben, klagen M.Alberg-Seberich, H.Backhaus-Maul, S. Nährlich, A.Rickert, R. Speth (2015) S.16

45 Mehr dazu bei <http://www.kirche-findet-stadt.de/>

46 Auf die unterschiedlich gepushten Begriffe von Städteplanern und beiden Kirchen gehe ich an dieser Stelle nicht ein. Für die evangelische Position exemplarisch Martin Horstmann, Elke Neuhausen, Mutig mittendrin, Gemeinwesendiakonie in Deutschland, Eine Studie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD, Berlin 2010 sowie Martin Horstmann, Heike Park, Gott im Gemeinwesen, Sozialkapitalbildung in Kirchengemeinden, Berlin 2014. Den Blick auf die Region lenkt auftragsgemäß das (EKD) Zentrum für Mission in der Region(ZMiR). Christian Ebert, Hans-Hermann Pompe (Hrsg.), Handbuch Kirche und Regionalentwicklung, Leipzig 2014

47 So berichtet Frank Düchting: „Natürlich frage ich auch diakonische Akteure danach, wie sie in der Beratung, in der Pflege oder in der Unterstützungsarbeit stadtteilorientiert arbeiten können. Wenn es ganz gut geht – und das ist in meinen Gesprächen bisher die absolute Ausnahme – dann arbeiten Kirchengemeinden und Diakonische Einrichtungen im und für den Stadtteil eng zusammen.“ (Düchting, (2013)

48 Frank Düchting (2013)

*an vorhandenen Initiativen und Strukturen beteiligen kann. Zum anderen sollte Kirche mehr die Außenperspektive verfolgen. Wie wird Kirche wahrgenommen, wie findet Identitätsstiftung im urbanen Raum tatsächlich statt?*⁴⁹

Eine Kirchengemeinde, die diesen Weg geht, kommt tatsächlich in der Zivilgesellschaft an. Zivilgesellschaft ist dann, anders als bei der Position der Außenorientierung, nicht neben Staat und Wirtschaft das Gegenüber, dem sich Kirche aber systematisch und entschlossen zuwendet, sondern das Auffangbecken von Kirche. Wem dieser Gedankengang reichlich abstrakt klingt, dem sei mit einem Beispiel geholfen: *„Die Debatte zur Umnutzung des Gemeindehauses als Quartierzentrum ist oft der Einstieg zur intensiven Auseinandersetzung mit der Positionierung der Christengemeinde in der Bürgergemeinde und eine neue Annäherung von Kirche und Diakonie zu Fragen des gemeinsamen Handelns im Gemeinwesen“*. Das Gemeindehaus, verstanden, umgewidmet, ausgerichtet als Quartierzentrum? Der Text ist einer Tagungseinladung der Hamburger Kirche entnommen und die Einladung richtet sich an *„Haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter_innen, Leitung, Pfarrer_innen, Diakone_innen, die jetzt schon gemeinwesenorientiert arbeiten oder dies gerne tun würden.“*⁵⁰

Bei einer Nutzungserweiterung des Gemeindehauses zum Bürgerhaus hat dies nicht nur Vorteile bezogen auf die Finanzierung. Auch wird dann der Kirchraum (sofern es den getrennt gibt) als sakraler Raum herausgehoben. Und schließlich lässt sich die Veränderung nach beiden Zeiten beschreiben: Kirche geht in die Zivilgesellschaft, Zivilgesellschaft geht in die Kirche.: *„Die beobachtete Multifunktionalität der Gebäude konstituiert eine bestimmte Form von third places, in denen die Funktion öffentlicher Plätze gleichsam ins Rauminnere der Kirchen hineingezogen wird“* heißt es in einem Kongressbericht zu einem Vortrag des Göttinger Theologieprofessors Jan Hermelink⁵¹. Zusammenfassend stellt der Konferenzberichtersteller (Christoph Zarnow) fest: *„Zwar stellt die Religion in ihren konkreten Symbolbeständen selbst Zugangsbeschränkungen ganz eigener Art dar. Gleichwohl können religiöse Orte und Praktiken Begegnungsräume öffnen, die jedermann und -frau freie Zugänglichkeit gewährleisten. Wo Religion in solcher Weise Öffentlichkeit ermöglicht und fördert, erweist sie sich als konstitutives Aufbaumoment der städtischen Zivilgesellschaft.“*⁵²

49 Religion ist ein vitaler Faktor, Interview mit C.Zarnow in: Magazin Der Kirchentag, Nr.3/16 S.10f

50 Die Tagung, organisiert von der Bundesakademie für Kirche und Diakonie hieß: Gemeinwesenarbeit Kirche und Diakonie Vom Gemeindehaus zum Quartierzentrum 22.03. – 24.03.2017

51 Newsletter des Berliner Instituts Theologie der Stadt zum TheoLab05 „An den Rändern der Stadt. Urbane Peripherien“ (Febr. 2017)

52 Ebd.

Aber wie sieht es dann mit der Identität aus; geht die bei einem solchen Vorgehen nicht unter, indem Kirche vom identifizierbaren Mitspieler mit eigener Persönlichkeit zum voll integrierten Mitläufer wird?

Geradezu im Gegensatz zu dieser Frage steht der Satz, der im Editorial eines regionalen Wirtschaftsmagazins zu lesen war: „*Im Kirchturmdenken liegt die Zukunft.*“⁵³ Liest man den Beitrag genau, versteht man, dass die These, Kirchturmdenken sei zukunftssträftig, hier als Wettbewerbsaussage politischer Gemeinden verstanden wird. Die sollen sich zwar abstimmen, aber alles zu Großgemeinden zusammenzufügen, das sei der falsche Weg. Wettbewerb sei besser. Und man könne, die Kirchturmsmetapher nochmals wendend, meint Autor Manfred Köhler, „*vom Kirchturm aus neugierig schauen, wie es die Nachbarn anstellen.*“ So gesehen hat der Text, stellt man in den Kontext kirchlicher Reformen mit dem Ziel des Rückzugs aus der Fläche, eine klare Botschaft: Das ist der falsche Weg.

Also, könnte man folgern, nicht raus aus der Fläche, sondern viel tiefer rein. Kirchengemeinde als Akteur der Zivilgesellschaft in der Ortsgemeinde. Dass ein solches Kirchturmdenken nicht automatisch engstirnig und provinziell sein muss, sondern beeinflusst von größeren Zusammenhängen, ist nachweisbar an vielen zivilgesellschaftlichen Initiativen. Zarnow regt an, die Perspektive zu wechseln und bei Einflussgruppen nachzufragen, wie Kirche wahrgenommen wird. Ich habe dies bei der Einflussgruppe der Kommunikationsexperten in mithilfe von Leitinterviews getan.

Um das Ergebnis vorwegzunehmen: Aus deren Sicht raten die Experten Kirche, sehr viel mehr Ressourcen und Energien in die Außendarstellung zu stecken. Aus Expertensicht ist dabei eindeutig die face-to-face Kommunikation als Leitkommunikation anzusehen. Unterstrichen wird die Notwendigkeit, dass der Inhalt der Kommunikation und die gelebte Praxis der Organisation im Einklang sind. Bei Unglaubwürdigkeit ist Nichtkommunikation empfehlenswerter als Kommunikation. Auch raten die Experten zu einer Verbreiterung der angewandten Kommunikationsmethoden und –wege. Die Sicherung einer Identitätswahrung bei einer unumgänglich größeren Öffnung der Organisation scheint demnach lösbar.

Und wenn Kirche dabei über den Jordan geht?

Sollte die Kirche über den Jordan gehen, wie der katholische Theologe Christian Hennecke in schöner Doppelsinnigkeit fordert⁵⁴, nämlich Abschied nehmen von ihrer gewohnten Gestalt und mutig den Weg zu neuer Gestalt nehmen?

53 Manfred Köhler, Ein Lob dem Kirchturmdenken, in: Frankfurter Allgemeine Metropol, Wirtschaft in Rhein-Main, Nr. 6, Okt./Nov 2016 S.3

54 Hennecke (2011)

Sein evangelischer Kollege Fabian Vogt hat in einem Roman „Reformation 2017“⁵⁵ diese Frage in der Fiktion bejaht und skizziert, wie, ähnlich wie bei Luther vor 500 Jahren, der sich ursprünglich als Reformator und nicht als Spalter und Neugründer verstand, ein zeitgenössischer reformatorischer Ansatz zum Sprengsatz an der alten, in diesem Fall protestantischen Kirche werden kann.

Der Roman beginnt mit einem Dialog am 7. Juni 2015, einem Sonntag, bei der Rückfahrt vom Stuttgarter Kirchentag. Vikar Christian von Haewen, Jahrgang 1990, seine Freundin Friederike und sein kongenialen Partner Matze beschließen, ihr Gemeindeleben so umzumodeln, dass immer Kirchentag ist: eine Kirche, die Freude macht und nicht langweilt. 2017 kommt nach zweijähriger Reformerfolglosigkeit der Un-Reformer der überraschende Durchbruch mit 95 Thesen zur Erneuerung der Kirche, ganz im Stile Martin Luthers ein halbes Jahrtausend zuvor. Frisch, fromm, fröhlich, frei gingen die jungen Leute ans Werk, den durchschlagenden Erfolg besorgten dieses Mal nicht Cranach und Gutenberg, sondern Matze, das IT-Genie, und seine Faithbook-Plattform. Die Reformer lernen, dass wer es wagt, im Inhalt zu fromm und in der Form zu frech zu sein, es riskiert, seine Kirchenoberen zu verprellen. So wendet sich die Erneuerungsabsicht in eine Neugründung, aus der Evolution wird eine Revolution. Aber das alles wäre bestenfalls Stoff für ein nettes „Christenträumberbuch“ geworden, ein „Was-man-alles-tun-könnte-wenn-man-es-denn-täte-Buch“. Fabian Vogt aber bringt Spannung und Tiefgang in sein Thema durch Zeit- und Ortsverschiebung: Das Buch spielt im Jahr 2042 überwiegend in Griechenland. Wir sind im 25. Jahr nach Gründung der „Lebendigen Kirche“ (LK). Der Reformator von Haewen soll zu diesem Anlass eine Rede halten und ist komplett ratlos. War sein Werk gut? War es Gottes Wille? Er reist zu seinem alten Freund und Lehrer Gregor, den Lebenswirren an die türkische Küste verschlagen haben. Das Fischerdorf Dalyan liegt neben dem Ausgrabungsort Alexandria Troas, und, bibelfesten Lesern dämmert es, das ist genau dort, wo den Apostel Paulus Jammer und Zweifel ob der scheinbaren Erfolglosigkeit seiner Missionsarbeit packten. Bis er Gottes Ruf vernahm, er solle Übersetzen nach Mazedonien und dort, auf dem europäischen Festland, sein Werk fortsetzen. „Da wollen wir jetzt auch hin“, sagte der eine Zweifel- Zausel zum anderen Zweifel- Zausel, Christian zu Gregor, zweitausend Jahre später. Und der besorgt schließlich bei der attraktiven Türkin Nilgül ein Boot, und schon haben wir den schönen Start einer Liebesgeschichte. Denn Nilgül bleibt dran. Und dann gibt noch jemanden, einen, der Christian nach dem Leben trachtet, während die kleine Reisegruppe im heutigen Kavela, damals Neapolis, landet und sich auf den langen Weg nach Korinth macht, so wie vordem Paulus auch. Der kluge Gregor beschreibt die Reise so, dass wir am liebsten die Koffer packen und nachreisen möchten, während Reformator Christian der neugierigen Nilgül die 25 Jahre Geschichte seiner Kirche im

55 Vogt (2012)

Schnelldurchgang erzählt. Mit dem intelligenten und kurzweilig zu lesenden Einsatz verschiedener Stilmittel übrigens: vom Protokoll einer Besprechung zwischen Oberkirchenräten und dem aufmüpfigen Vikar Christian, über ein Günter Jauch-Interview mit dem jungen Kirchengründer, einer Präsentation einer soziologischen Dissertation über die neue Bewegung, bis zu einem mokanten SPIEGEL Artikel lernen wir die „Lebendige Kirche“ von allen Seiten kennen, durch Erfolge und Krisen.

Wird der Reformator überleben? Wird er sich zur Liebe mit Nilgöl bekennen? Und vor allem: Was lernt er auf dieser Paulus-Reise für seine Zwischenbilanz zur neuen Kirche? Wir verraten hier das Ende des Romans nicht. Nur so viel: Der theologische Paulus-Fan kommt ebenso wie der Kirchenver zweifelte auf seine Lese-Kosten. Aber auch alle jene, die Gott auf ihrer persönlichen Agenda überhaupt nicht mehr stehen haben oder auch jene, die Lust auf eine spannende Geschichte haben von einem, der auszog, die Welt ein bisschen lebenswerter zu machen.

Oder doch Evolution?

Natürlich gibt es Alternativen zur Vogtschen Krisenreaktionserzählung. Möglich ist die Variante, die der britische Bürokratieforscher Cecil Parkinson am Beispiel der britischen Kriegsmarine beschrieben hat⁵⁶ die Entwicklung von immer mehr Verwaltung von immer weniger Schiffen setzt sich bis zu dem Punkt fort, an dem es nur noch Verwaltung aber keine Schiffe mehr gibt (was die Verwaltung nicht stört, solange sie finanziert wird)

Wünschenswerter als diese beiden Varianten wäre die dritte Option: eine konsequente Reformvariante, getragen von innen nach außen und gewollt von „unten“ und „oben“.

Wie könnte dieser Weg aussehen? Kritiker meinen, die Diskussion darüber sei gerade in den deutschen Kirchen so erschöpfend, dass man zum Handeln nicht mehr komme.⁵⁷

Diese Debatte, die sich an Milieus, Kirchendistanzierten und neuerdings Indifferenten festmacht soll und kann hier nicht in Breite und Tiefe entfaltet werden.

Angestoßen durch die anglikanische Kirche soll hier von den Begriffen binding und believing ausgegangen werden. Das Zentrum für Mission in der Region hat bei seiner Erfurter Herbsttagung 2016 ein Papier⁵⁸ in die Diskussion eingebracht, dass von vier Situationen ausgeht, die jeweils unterschiedliche Strategien auslösen

56 https://de.wikipedia.org/wiki/Parkinsonsche_Gesetze

57 Brandy (2011), S. 10

58 Evangelium und Indifferenz, 35 Thesen, Im Newsletter 26/2016 ZMIR-EKD Zentrum für Mission in der Region S.33 www.zmir.de/produkt/newsletter-262016-download/

- No binding, no believing: die zunehmende Zahl von Menschen, die sich von Glaubensfragen nicht berühren lassen und denen Kirche demzufolge fremd und uninteressant ist; die Frage, ob in diesen Menschen eine religiöse Sehnsucht glimmt, hat kaum mehr Relevanz.
- Binding and believing: die kleiner werdende Gruppe derer, die sich zu Glauben und Kirche bekennen. Ob dieser Gruppe wieder größer wird und sie in die aktive Rolle von Botschaftern und gleichzeitig Teilhabern ihrer Kirche hineinwächst, ob nun haupt- oder ehrenamtlich, dürfte für die Zukunft von (christlichem, protestantischem) Glauben und Kirche von entscheidender Bedeutung sein
- No binding, but believing: Einer weiteren Gruppe von Menschen ist, so ihre Selbstaussagen, Glaube wichtig, die Institution Kirche aber nicht. Lässt sich dies ändern? Eine der unbestreitbaren Ärgerpunkte ist die Kirchensteuer. Andererseits sichert sie in besonderer Weise den Erhalt der Institution. Was also tun?
- Binding, but not believing Menschen lassen sich für Aufgaben und Leistungen von Kirche gewinnen, engagieren sich in Projekten, fühlen sich aber im Vergleich zu selbsterklärten oder vermuteten „Voll-Christen“ in Glaubensdingen unsicher, haben sich vielleicht auch diesem Thema bisher verschlossen. Typisches Beispiel ist die neu in die Stadt gezogene Frau, die gern singt und sich im neuen Umfeld auch gern verwurzeln möchte und deswegen das nächstliegende Angebot wahrnimmt und in einem Kirchenchor landet. Sie fühlt sich dort wohl und angenommen. Und nun?

Der Wert dieser Differenzierung liegt darin, dass man sich auf allen Ebenen der Kirche die Frage vorlegen kann, für wen Kirche da ist und ob, diesem Grundverständnis folgend, Ausrichtung und Ressourceneinsatz dies abbilden. Um es deutlicher zu formulieren: Kirche, die den Großteil ihrer Ressourcen auf die vergleichsweise kleine Gruppe der binding & believing Menschen ausrichtet, muss sich fragen, ob sie damit richtigliegt. Andersherum ist zu fragen, ob diese Gruppe mit Support der Hauptamtlichen ihre Möglichkeiten, die wesentlich im Vorleben bestehen, optimal im missionarischen Sinne einsetzen kann. Nach Meinung kundiger Beobachter wird insbesondere in den Kirchen, von Hauptamtlichen und Ehrenamtlichen gleichermaßen, der Fehler gemacht, die Verbindung zur Institution und die Glaubensfrage nicht zu unterscheiden: *“Die Bindung zur Institution hat nicht notwendigerweise was mit Religiosität zu tun. Sie setzt sich aus vielen Komponenten zusammen und die führt zu dem Engagement. Die ist auch möglicherweise ziemlich stabil,“* meint Rupert Graf Strachwitz, Direktor des Maecenata-Instituts⁵⁹. Jedenfalls stabil dann, wenn nicht aus der sogenannten

⁵⁹ Rupert Graf Strachwitz, Interview 4.12. 2016

Kerngemeinde Störversuche passieren. „Wann sieht man Sie denn mal im Gottesdienst?“ ist eine solche Vertreibungsfrage.

Es ist eine vielfach bestätigte Vermutung, dass in der Flüchtlingshilfe unter kirchlichem Dach nicht wenige Unterstützer der Gruppe „binding but not believing“ angehören, wobei die Bindung oft eher zufällig passiert, wie der Leiter einer Ehrenamtsagentur aus Trier, Carsten Müller-Meine, im Interview bestätigte⁶⁰. Seine Agentur vermittelt Menschen aus Trier, die sich in der Flüchtlingshilfe engagieren wollen und durch Kooperation mit Kirchen und Wohlfahrtsverbände kommt es bei mancher Vermittlung zur Frage: „Können Sie sich auch vorstellen, innerhalb einer kirchlichen Institution tätig zu werden?“

Ein anderes Beispiel liefert der Bericht über das internationale Café in der St. Marienkirche in Winsen/Luhe. Es findet am Samstag (am Vor- und im Wechsel am Nachmittag) statt und lädt Flüchtlinge zur Teilnahme (Musizieren, Deutsch lernen, Alltagsdinge klären etc.) ein. Zu den Folgen schreibt Superintendent Christian Berndt schon Ende Oktober 2014, nach einem Jahr Arbeit:

„Was sich dort als Arbeitsfeld in der Kirchengemeinde ergibt, lässt sich als in die Kategorie der „fresh expressions“ einordnen. Unsere Ehrenamtlichen sind zum Teil sehr gemeindefern, fühlen sich der Gemeinde jetzt in ihrem Tun jedoch sehr verbunden („Belonging before believing“). Durch diakonisches Handeln wächst eine völlig neue Gemeindegruppe heran, in der Menschen aus vielen Einzelgemeinden zusammenfinden. Die Arbeit ist generationsübergreifend (15 bis 75 Jahre – und das ist in den Vollzügen völlig unproblematisch. Manch einer entdeckt Kirche als Heimat wieder.“⁶¹

Kirche als Heimat? Dass Kirche beheimaten kann, erzählt der Romancier Irvin D. Yalom eindrucksvoll in seinem Buch „Das Spinoza-Problem“ an den aus der Amsterdamer jüdischen Gemeinde verstoßenen Philosophen Baruch Spinoza und seines ihm freundschaftlich verbundenen Franco, der im Laufe der Geschichte als Anhänger Spinozas Rabbiner seiner Gemeinde wird. Spinoza fragt ihn, wie er, Franco, mit seiner aufklärerischen Gottesvorstellung praktizierender Rabbiner werden könne. Franco fügt seinem ersten Argument, er müsse schließlich, wenn er von innen reformieren wolle und es gehe nur von innen, das Vertrauen seiner Gemeinde haben, ein zweites hinzu. Man könnte es überschreiben mit „Daheim mit den Ritualen“: *Wenn ich meine zeremoniellen Pflichten erfülle, achte ich oft nicht auf den Text der Gebete und verliere mich im Ritual und in der angenehmen Woge der Gefühle, die über mich hinwegstreicht. Die Gesänge inspirieren mich und versetzen mich in Verückung...Ich fühle mich zu Hause, fast, als sei ich mit meinen Leuten vereint...ich denke an meine Vorfahren, die*

60 Carsten Müller-Meine, Interview vom 9.9.2015

61 Siehe http://kirchenkreis-winsen.de/wp-content/uploads/Material_Ein_Jahr_Internationales_Cafe.pdf

*seit zweitausend Jahren dieselben Zeilen sprechen, dieselben Gebete sprechen, dieselben Melodien singen. In diesen Momenten schwindet meine Selbstherrlichkeit, mein Gefühl, von ihnen getrennt zu sein, und ich werde Teil, ein sehr kleiner Teil eines ununterbrochenen Stroms einer Gemeinschaft.*⁶²

Hier ist einer in seiner Religionsgemeinschaft geblieben, weil er auf diese Gefühle nicht verzichten möchte. Spinoza, der aus der Gemeinschaft ausgeschlossene, der immer wieder in seinen Schriften das Rationale gegen das Emotionale stellte, räumt in dem Gespräch im Anschluss an die Schilderung seines Freundes ein, die Frage des Franco „Haben Sie denn überhaupt keine Freude an Gemeinschaft?“ nicht völlig zurückweisen zu können und erzählt seinerseits von einem Erlebnis, bei dem er unerkannt in eine öffentlich gefeierte jüdische Zeremonie geriet. *„Ich lauschte der Zeremonie, spürte, wie eine angenehme Wärme in mir aufstieg, und ich fühlte mich seltsamerweise zu dieser Gemeinschaft hingezogen*⁶³.“

Es sind solche Erlebnisse, die die zitierte Formulierung des Winsener Superintendenten *„Manch einer entdeckt Kirche als Heimat wieder“*, glaubwürdig erscheinen lassen. Das Jahresmotto der Andreasgemeinde 2017 Eschborn Niederhöhnstadt lautet: WillKOMMen daHEIM .

Es ist *ein* Weg, den Kirche gehen kann. Der andere auf dem gleichen Pfad des Bindungsangebots betrifft die Neu-Beheimatung. Die „angenehme Wärme der Gemeinschaft“, von der Yalom seine Titelfigur Spinoza sprechen lässt, kann eine kirchliche Gemeinschaft bieten, die Gastfreundschaft bietet und offen lässt, ob aus dem Gast ein Anhänger, ein Gläubiger, wird. Wie entsteht eine solche Kultur? Geht es nur von innen, wie Rabbiner Franco in Yaloms Roman meint? Oder lässt sich auch –Baruch Spinozas Hoffnung- von außen einwirken? Zumindest in der evangelischen Kirche wird von erheblicher Resistenz der Basis gegenüber Ratschlägen von oben und außen berichtet.

Empfehlungsresistenz gegenüber oben und außen?

Ein Bischof einer Landeskirche sagte vor einiger Zeit im Small Talk am Rande eines Kirchentags: *„Wenn ich etwas durchaus nicht will, sollte ich es Pastoren und Kirchenvorständen empfehlen.“* Empfehle er nämlich etwas, dringe dies ziemlich verlässlich an die Gemeindeebene nicht durch. Die wollten sich nichts vorschreiben lassen, neigten sogar aus grundsätzlicher Abneigung gegenüber Vorgaben dazu, dann gegenteilig zu handeln. War das eine Wirklichkeitsbeschreibung oder eine nicht ernsthaft gemeinte small talk Sottise?

62 Irvin D. Yalom (2013) S. 432
63 Yalom (2013) S.433

Liest man hierzu bei Gerhard Wegner, dem Direktor des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD in Hannover, nach, so stößt man auf folgende Feststellung über Gemeindepastoren: *„Orientierung im Berufsalltag erfolgt an den eigenen Berufserfahrungen, am eigenen Gewissen, an theologischen und biblischen Überzeugungen – und sehr viel weniger an Erwartungen der Ehrenamtlichen, von Vorgesetzten oder des Kirchenvorstandes, ausdrücklich nicht an den Vorgaben der Landeskirche oder anderen Standards.“*⁶⁴

Für jemanden, der sich daranmacht, aus Gesprächen mit Außenstehenden gewonnene Ansichten und Empfehlungen in der Hoffnung auf Resonanz weiter zu geben, bieten Landesbischof und Forschungsdirektor keine Ermunterung, zumal nach Wegners Beobachtung Ehrenamtliche, wie ich einer bin, nicht auf einen Extra-Bonus bei Hauptamtlichen hoffen dürfen. Besonders schwer scheint es zu sein, zu den Hauptamtlichen und die ehrenamtliche Führung von Kirchengemeinden vorzudringen.

Die Kommunikationsexperten, mit denen ich gesprochen habe⁶⁵, hatten bis auf wenige Ausnahmen keine Begegnungen mit Kirchenvertretern. Um diese Gruppe Außenstehender geht es hier. Jedenfalls konnten die Interviewten keine Interessensbekundungen von kirchlichem Führungspersonal an ihrer Disziplin und Person berichten. Hingegen ist umgekehrt die professionelle Neugierde der Kommunikationsleute auf Kirche durchweg beträchtlich und zwar unabhängig von deren persönlicher Nähe oder Distanz zur Kirche. Ob nun aus der Kirche heraus die Bedeutung von Stakeholdern, also von Einflussgruppen, generell unterschätzt wird oder nur bei dieser Gruppe, muss mangels Forschung offen bleiben⁶⁶.

Wer aber will bestreiten, dass Stakeholder das Bild einer Institution entscheidend mitprägen? Freilich: Kritisieren sie, wird erfahrungsgemäß aus der Institution heraus mit dem Argument pariert: „Die haben ja keine Ahnung“. Haben denn Stakeholder eine Holschuld? Oder ist es die Aufgabe der Verantwortlichen innerhalb einer Institution, für ein aus ihrer Sicht realistisches Bild bei denen, die als prägend in der Gesellschaft identifiziert sind, Sorge zu tragen? Die Antwort ergibt sich aus der Interessenlage. Wer sich nicht um seine Einflussgruppen bemüht,

64 Wegner (2014) S.140 exemplarisch für einen Abgleich der Empfehlungen mit der kircheneigenen Literatur zu diesem Themenkomplex.

65 Ich habe entlang eines Hypothesenkatalogs und einer Leitfragensammlung mindestens einstündige Gespräche geführt, zumeist am jeweiligen Arbeitsort des Gesprächspartners. Es liegen 12 Mitschriften vor, aus denen ich im Folgenden zitiere. Die Auswahl geschah nach Zugang und Vertrauen. Als ehemaliger Hauptgeschäftsführer des Agenturverbandes GWA kenne ich fast alle Protagonisten sehr lange. Ich habe mich dabei aber auch um einen in etwa repräsentativen Mix der Branche, Wissenschaft eingeschlossen, bemüht. Biografische Notizen zu den Gesprächspartnern im Anhang.

66 Eine Aussage hört man auch innerhalb der Kirche immer wieder: „Zu viel Beschäftigung mit uns selber“. Ein Indiz für die Richtigkeit dieser Aussage könnte darin bestehen, dass das Schrifttum aus der Zivilgesellschaft über Kirche innerhalb der Institution bisher praktisch nicht wahrgenommen wird. So berichtet Ansgar Klein, Geschäftsführer des Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement bbe und einer der Herausgeber des Forschungsjournal Soziale Bewegungen von einer Nullreaktion aus Kirche zum zivilgesellschaftlichem Schwerpunktheft: „Kirchen in Bewegung“ (Nr. 1/2015) „Ein solches Heft, das intervenieren will, wird noch nicht einmal in den größeren Kirchen-Medien erwähnt.“ Interview mit A. Klein vom 12.11.2015

muss es sich selbst zuschreiben, wenn sein Ruf verkümmert. Es handelt sich also eindeutig um eine kommunikative Bringschuld einer jeden Institution gegenüber ihren Einflussgruppen.

Es gibt mithin gute Gründe dafür, innerhalb der Kirche die folgenden Aussagen⁶⁷ der Kommunikationsexperten mit Aufmerksamkeit zu registrieren. Sie können zwei unterschiedliche Reaktionen auslösen: Man kann sie ins eigene Handeln einbauen oder sie als mangelnde Wirksamkeit der eigenen Kommunikation bei Externen einstufen. Auch im zweiten Fall ist somit Handlungsbedarf angezeigt.

Es liegen Welten zwischen religiös- kirchlichem und wirtschaftsbezogenem Sprachgebrauch. Auch lieben Kommunikationsmenschen die knappe, zugespitzte, mitunter flapsig klingende Formulierung. Das sollte aber niemanden über den bei diesen Gesprächspartnern breiten beruflichen Erfahrungshorizont täuschen. Wer, wie wir Protestanten, in seiner DNA die Anerkennung der Vielfalt hat, sollte sich wohl überlegen, ob dies nur dann gelten soll, wenn Inhalt und Sprachform konvenieren. Religion, die bei Wirtschaftsakteuren wirkt, erscheint wünschenswert. Warum sollte dann die umgekehrte Wirksamkeit automatisch unter Verdacht stehen, wenn es doch nur darum geht, den Anderen anzuhören und dessen Argumente für bedenkenswert zu halten?

Selbst wer bis hierhin keine Einwendungen hat, wird die Skepsis eines der Gesprächspartner, des CEOs von Scholz & Friends, Hamburg, Frank-Michael Schmidt, teilen:

„Es ist bei inhaltlich getriebenen Institutionen nicht einfach, sich professionell mit Kommunikation zu beschäftigen.“⁶⁸

Die Ergänzung zu dieser Aussage kommt von Eva Jung, Gründerin und Chefin der Hamburger Agentur gobasil. Nicht nur ihrer Meinung nach zeichnet sich die evangelische Kirche durch ihren Dissenzstolz aus.

„Bei den Evangelischen ist es das große Problem, dass man sich damit brüstet, dass man nicht einer Meinung ist.“⁶⁹ Eva Jung ist, als auch die evangelische Kirche beratende Kommunikatorin⁷⁰, darüber nicht erfreut. Andere sprechen mit Paul Tillich vom

67 Natürlich lagen die Aussagen, sowohl die Feststellungen zur Situation der Kirche als auch die Empfehlungen zur Kommunikation, nicht selten genau in dem Feld, in dem der Gesprächspartner sich vor allem bewegt. Das ist so wenig verwunderlich wie eine Befragung von Fachärzten verschiedener Disziplinen über die richtige Behandlung eines Patienten. Bei Stakeholdern wird der Unterschied der Konfessionen selten hervorgehoben (von der Person des gegenwärtigen Papstes abgesehen), so dass „die Kirche“ katholisch wie evangelisch sein kann. Deutliche Ausnahme sind die beiden kirchenaffinen Gesprächspartner Eva Jung und Lars Harden. Mein Bezugspunkt ist die evangelische Kirche.

68 Frank-Michael Schmidt, Interview vom 7.4. 2016

69 Eva Jung, Interview vom 10.9. 2015

70 Zum Beispiel bei der Evangelischen Kirche von Hessen und Nassau (EKHN) bei deren Projekt „Impulspost“

protestantischen Prinzip. Hier bleibt ein unaufhebbares Spannungsverhältnis zwischen Glaubensverständnis und Voraussetzung effektiver Kommunikation.

„Bekanntheit ist immer die notwendige Bedingung für alles. Wenn Kirche ein relevanter Akteur dieser Gesellschaft sein will, muss sie Kommunikation bieten, die anschlussfähig ist und in der sie als Kirche zu erkennen ist.“⁷¹

Die Botschaft des Tübinger Medienwissenschaftlers Zurstiege lautet: Man muss bei der Kommunikation zu den Mitgliedern anfangen, aber dann nicht aufhören, sondern sollte kommunikativ soweit ausgreifen wie möglich. Denn wenn Kirche ihren Platz in der Gesellschaft trotz der Mitgliederverluste, der zurückliegenden und möglicherweise kommenden, behalten will, muss sie es schaffen, auch für Nichtmitglieder⁷² interessant zu bleiben.

Zum Stichwort „gesellschaftliche Anschlussfähigkeit“ merkt Gerhard Wegner kritisch an: *„Vor lauter Angst, gesellschaftlich nicht mehr anschlussfähig zu sein, hat es hier aus meiner Sicht eine Kultur der Harmlosigkeit gegeben, die tatsächlich zur Marginalisierung geführt hat.“⁷³*

Bekanntheitskommunikation nicht gegen das Profil

Die Warnung von Wegner, es mit dem Eifer nicht zu übertreiben, ist dann angebracht, wenn Kirche sich nicht als Kirche markiert. Genau das Gegenteil fordert Harden aber *„Kirche muss als Kirche zu erkennen sein.“⁷⁴* Was bedeutet das? Dazu ein Beispiel zur Diskussion: Der hannoversche Bischof Ralf Meister hielt im September 2015 in der Hamburger St. Katharinenkirche einen Abendvortrag zum Thema „Kirche und Stadt“⁷⁵ Der Vortrag fand im Rahmen eines Kongresses zum gleichen Thema statt und war als eigenständiges öffentliches Angebot beworben worden. Vor und nach dem Vortrag wurde weder gebetet, noch gesungen. Die Anwesenden gingen ohne Segen heim. Den Unterschied zur Volkshochschule stellte der Kirchenraum dar. Ist das nun gelungene gesellschaftliche Anpassung (keiner der Anwesenden wird zu etwas genötigt, was er oder sie eventuell nicht wünscht) oder ist dies ein Beispiel von unnötiger oder gar peinlicher Selbstsäkularisierung?

Die Aufforderung, die Kontaktsuche gerade auch zu Nicht-Mitgliedern zu intensivieren, hat einen Haken: Die Erfüllung dieser Empfehlung könnte die Hemmschwelle zum Austritt bei Mitgliedern absenken, wie F.M. Schmidt bemerkt:

71 Guido Zurstiege, Interview vom 2.10.2015

72 Die Kirchensteuer definiert die Zugehörigkeit und führt somit tendenziell zur Vernachlässigung aller Nichtmitglieder.

73 Wegner (2014) S.13

74 Lars Harden, Hochschullehrer, Chef der Hannoveraner Agentur Aserto, und strategischer Berater kirchlicher Einrichtungen, Interview vom 31.8. 2015

75 www.nordkirche.de/nachrichten/nachrichten/detail/bischof-meister-kirchen-haben-verantwortung-fuer-die-ganze-stadt.html und https://www.stadtmitgestalten.de/fileadmin/user_upload/baukaesten/Baukasten_Stadt_mitgestalten_Ini_NK/Dokumente/EvAN_Zwischen_Babylon_und_Jerusalem.pdf

*„Wo ist denn eigentlich der Unterschied für die Mitglieder? Meine Behauptung ist: Alle bekommen ungefähr dasselbe, bloß die einen zahlen dafür und die anderen nicht. Das einzige Gesicherte für ein Kirchenmitglied ist, dass bei der Beerdigung ein Pfarrer spricht. Da finde ich keine Animation dafür, zahlendes Mitglied zu werden“.*⁷⁶

Hier steckt Kirche im gleichen Dilemma wie Parteien, Gewerkschaften und andere Großinstitutionen. Um Nichtmitglieder heranzuführen, werden Barrieren abgebaut. Damit schwinden die Vorteile einer Mitgliedschaft⁷⁷. Es sei denn, das Vorgehen der Öffnung und Porosität lässt sich den Mitgliedern gegenüber plausibel verdeutlichen. Ihnen müsste einleuchten, dass man werben muss, um die Zukunftsfähigkeit der Institution Kirche als Hülle des Glaubens nicht zu gefährden.

Mehr Kontakten bedeutet auf für eine Kirchengemeinde, dass die kommunikativen Angebote an alle Bewohner im Zuständigkeitsbereich und darüber hinaus an alle Interessenten gehen sollten und nicht ausschließlich an Mitglieder. Kirchengemeinden sind gut beraten, ganz bewusst über ihre Grenzen hinaus zu kommunizieren: über die Mitgliedsgrenzen und über die Parochialgrenzen. Denn Kirchennutzer halten sich nicht unbedingt an kirchlich verordnete Abteilungen. Darauf verweisen Eberhard Hausschildt und Uta Pohl-Patalong und bringen den Begriff „hybride Kirchengemeinde“⁷⁸ in die Diskussion. 79

So wie auf allen oberen kirchlichen Ebenen regelmäßig in den Synoden die Kommunikationsausgaben, insbesondere solche, die an alle Mitglieder gehen oder gar an die gesamte Bevölkerung im jeweiligen Zuständigkeitsbereich, auf den Prüfstand gestellt werden⁸⁰, so finden sich ähnliche Debatten in den Kirchenvorständen auf Gemeindeebene. Konzertierte Kommunikation, sei es mit anderen lokalen evangelischen Organisationen, sei es

76 FM Schmid, Interview

77 Erfahren auch die Mitglieder selber eine kritikwürdig unterschiedliche Zuwendung? Wegner 2014:25 verweist in diesem Zusammenhang auf die 2. EKD-Umfrage von 1984. Demnach hat nur der normale Erwachsene (der für sich sorgen kann und will) Platz in der Kirche, wenn er anderen helfen will.

78 In: Kirche verstehen, Gütersloh 2016, S.98ff

79 Kirchenvorstand Heinz Stralla von der Mainzer Auferstehungsgemeinde berichtet von einer Umfrage zur Kirchenmusik, an der sich 200 der Gemeinde verbundene Menschen beteiligt hätten. Ein Viertel lebt innerhalb der Parochiegrenzen, die Hälfte in der Stadt Mainz und das letzte Viertel sogar außerhalb der Stadt. (Interview Stralla 24.1. 2017)

80 Beispiel EKHN: Nachdem im Jahr 2011 nach langen Querelen die Zeitschrift „echt“ eingestellt wurde, wird ab 2013 wiederum an alle Kirchenmitglieder mit dem Absender Kirchenpräsident (anderswo Bischof) die sogenannte Impulspost versendet, bei der jeweils ein Thema angesprochen wird. Die Absicht der Kampagne wird so geschildert: „Die EKHN wendet sich rund zwei Mal im Jahr mit einem Brief an alle 1,03 Millionen Haushalte, in denen mindestens eine evangelische Person lebt. Mit den Briefaktionen will die Kirche zum einen mit ihren Mitgliedern verstärkt in den Dialog treten und zum anderen evangelische Themen in die Öffentlichkeit tragen. Auch viele Kirchengemeinden der EKHN greifen die jeweilige Aktion auf und wenden sich mit Plakaten und Fassadenbannern an die Öffentlichkeit. Auch in den sozialen Medien, schwerpunktmäßig auf Facebook, wird die Kampagne weitergeführt und redaktionell betreut.“ Warum nur eine der EKD-Kirchen eine solche Aktion macht, die als chancenreiches Beispiel für integrierte Kommunikation gelten kann, ist wohl nur mit der aus Prinzip kooperationskritischen Kooperation der Teilkirchen erklärbar, wenn auch bar jeder Vernunft. Eine Ausnahme bildet seit 2000 Chrismon, herausgegeben vom Gemeinschaftswerk der Evangelische Publizistik, GEP, in Frankfurt. Ob es Chrismon unter dem Dach der EKD in Hannover gäbe, kann füglich bezweifelt werden.

mit katholischen (da noch am ehesten), sei es mit zivilgesellschaftlichen Gruppen und Organisationen, findet man bis dato selten⁸¹. Warum eigentlich?

Kommunikationsexperten sprechen von „Touchpoints“ und meinen damit jeden Kontakt, der per Mediennutzung, gewollt oder ungewollt, mit der Marke entsteht. Jede solche „Berührung“ hinterlässt einen Eindruck, negativ oder positiv. Ziel schon auf der Gemeindeebene läge demnach darin, die Quantität der kommunikativen Kontaktpunkte erheblich anzuheben. Dabei, will man beim Kontaktierten im eigenen Sinne positiv wirken, muss zur Quantitätssteigerung die Qualitätsverbesserung kommen. Jede kirchliche Kommunikation muss zwei Bedingungen erfüllen: Sie muss anschlussfähig, das bedeutet, bezogen nach Thema und Inhalt vom Nutzen für den Adressaten bestimmt sein, und gleichzeitig absenderklar: Hier kommuniziert Kirche.

Da geht es nicht nur um den Absender, sondern um Haltung und Sprache, wie der Tübinger Hochschullehrer Guido Zurstiege anmahnt:

„Öffentlich unterscheidbar genuin in Sprache und Haltung sein. Moderne Glaubensbilder schaffen.“⁸²

Also bitte kein Politik- oder Bürokratisches und überhaupt nicht nur „Sprech“, sondern in Symbolik und Bildern denken: Hier loben fast alle Gesprächspartner den Papst, der von der Fußwaschung von Flüchtlingen in Lampedusa bis hin zur Vorfahrt vor's Washingtoner Weiße Haus im italienischen Kleinwagen starke einprägsame Bilder schafft, bei der unverwechselbar klar ist, wer der Produzent ist.⁸³ Günter Käfer spricht von der „*Kraft der Zeremonie*.“⁸⁴

Man mag es als Mitglied der evangelischen Kirche ungern aufschreiben, aber zumindest bei der Einflussgruppe der Kommunikationsexperten dominiert die Auffassung, dass die evangelische Kirche ein größeres Imageproblem hat als die katholische.

In den Gesprächen war zu spüren, dass Menschen, die sich in ihrem Leben von ihrer Kirche (ob katholisch oder evangelisch, das ist einerlei, die Begründungen sind einhellig) entfernt haben, immer noch ansprechbar und berührbar sind. Insoweit ist allein unter Kommunikationsgesichtspunkten der Papst ein Vorbild, das auch bis zur evangelischen Basis zu vergleichbaren Anstrengungen animieren sollte. Es ist wie bei der EKHN-Impulspost:

81 Im Gemeindebrief „Rund um die Gemeinde“ der ev. Kirchengemeinde Düdelsheim findet sich unter Überschrift „Retten-Bergen-Löschen-Helfen“ ein Beitrag von zwei Druckseiten über die örtliche Freiwillige Feuerwehr, verfasst von der 2. Vorsitzenden, in dem sie nachdrücklich um Freiwillige wirbt. (in der Juli-September 2016, S.10f.) Das ist ein selten zu findendes Beispiel dafür, dass seitens der Kirchengemeinde in der eigenen Publikation Vereinen und anderen Organisationen vor Ort Raum zur Selbstdarstellung und zur Werbung um Freiwillige gegeben wird.

82 So Zurstiege. Vergl. auch die Homepage des Werbers Erik Flügge, der mit Sinn zur Zuspitzung behauptet „Die Kirche verreckt an ihrer Sprache“. <http://erikfluegge.de/die-kirche-verreckt-an-ihrer-sprache/>

83 So Gerhard Mutter, Interview vom 25.9. 2015, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender Die Crew, Stuttgart, dt. Zurstiege, dt. Günter Käfer, Interview vom 3.11.2015. Käfer ist Direktor am Institut für Markenkommunikation IMK und Inhaber kaefermarkengenom

84 Käfer, Interview

Werden die Aktionen nicht durchgetragen und an der Basis kreativ weiterentwickelt, bleiben die Bemühungen folgenlos.

Glauben attraktiveren.

Kommunikation weckt Aufmerksamkeit dadurch, dass sie uns überrascht: durch Provokation, Humor, Nutzenversprechen etc. Aber, Achtung, wir, jede und jeder von uns, den Rezipienten wider Willen, sind geübt darin, Inhalte, für die wir uns nicht interessieren (wollen), nicht an uns heran zu lassen. Wenn wir von unserem Desinteresse abgebracht werden und anschließend vom Inhalt der Botschaft oder vom Produkt enttäuscht sind, ist der Schaden größer, als wären wir nicht erreicht worden. Kommunikation für ein Produkt, das enttäuscht, ist schädlicher als keine Kommunikation. Wenn der Absender aber davon überzeugt ist, dass sein Angebot auf Nachfrage stößt, sollte er kommunizieren, denn dann ist die Chance da, den Abwehrriegel beim Rezipienten zu durchstoßen. Wie lassen sich diese aus Erfahrung vielfach bestätigten Feststellungen in die kirchliche Arena übersetzen?

Dazu Holger Jung, Gründer und Vorstand von JungvonMatt, Hamburg:

„Kommunikation kann helfen, wenn es mit dem Produkt aufwärts geht. Man kann jedes Produkt interessant machen. Man müsste sich die Mühe machen, herauszuarbeiten, was das Produkt, im Fall Kirche ist das der Glaube, eigentlich bedeutet, wie man das fassbar machen kann, wie man das in Zeiten der heutigen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen attraktivieren kann.“⁸⁵

Was macht Glaube heute attraktiv? Was im Zitat mit „in Zeiten der heutigen Rahmenbedingungen“ genannt wird, verdeutlicht, wo anzusetzen ist.

Emotional binden

„Wir müssen auf jeden Fall eine starke Beziehung aufbauen zu unseren Kunden, unabhängig von Werbebotschaften. Darum geht es. Das kann nur in einer 1:1-Kommunikation entstehen, die individuell maßgeschneidert sind auf den Einzelnen“⁸⁶.

Der Pforzheimer Hochschullehrer Jörg Tropp unterstreicht mit dem Zitat die Notwendigkeit individueller Kommunikation und nennt die Zielsetzung: den Aufbau einer starken Beziehung. Wie entstehen und erhalten sich aber Bindungen? Wie kann man erklären, dass, wie Lars Harden meint⁸⁷, Kirchendistanzierte zwar das Handeln von kirchlichen Einrichtungen prinzipiell für nützlich halten, gleichzeitig sich selber aber mehr und mehr entfremden. Der Punkt ist: Nicht alles, was einer für nützlich hält, empfindet er für sich selber als relevant. Dies gilt z.B. für die diakonische Arbeit der Kirchen, zumal, wenn der Beurteilende die gleichen Angebote

85 Interview vom 9.9.2015

86 Tropp, Interview

87 Harden, Interview

anderer Träger ebenfalls als nützlich einschätzt. Das wäre ein Hinweis darauf, dass bei diakonischem Handeln die christliche Herkunft des Trägers entweder nicht mehr vorhanden oder nicht mehr wahrgenommen wird.

Können spirituelle Angebote diese Bindung erzeugen? Vertreter der Kirche können darauf verweisen, dass es solche Angebote in Vielfalt gibt, sie aber die cooling-out-Prozesse nicht stoppen. Selbst da, wo Glaube wächst, ist nicht sicher, ob die Verbindung von Glaube zu Kirche trägt.

Entscheidend ist die persönliche Bindung, die Haupt- und Ehrenamtliche erzeugen. Bezogen auf Wirtschaftsprodukte klingt diese Auffassung in den Worten des Münchner Kommunikationsexperten Wolf-Ingomar Faecks so:

„Wichtig ist, eine Strategie zu haben, die über die Relevanz startet. Ich biete etwas an, was Menschen interessiert. Ich vernetze sie darüber, und irgendwann bin ich bereit, demjenigen zu erzählen, welcher Absender eigentlich dahinter steckt. Man baut ein Wertesystem auf, mit dem der Konsument sich so verbinden kann, dass man dort Nutzen transportiert. Man bietet Interaktion an und kommt dann erst mit dem Produkt an. So findet heute der Kauf statt. Das ist etwas, was bei der Kirche genau so funktioniert.“⁸⁸

Das Zitat startet mit der Forderung nach Relevanz. Die Botschaft muss einen Nutzen versprechen, von kompetenter Seite herangetragen werden, sie muss emotional packen. Wer die emotionale Seite vernachlässigt, verfehlt sein Ziel.

Mark Twains Tom Sawyer gelang es, Freunde dazu zu gewinnen, an seiner Stelle den Zaun zu streichen. Aus einer Strafarbeit für ihn machte er in der berühmten Szene ein Bedürfnis, für das seine Freunde auch noch zahlten, nur um die Herausforderung des Zaunstreichens wahrnehmen zu dürfen⁸⁹.

Mit solchen Fans kann man nicht nur Zäune streichen. Aber wie gewinnt man Menschen, die andere begeistern, weil sie begeistert sind? Wer geworben werden soll, dies gilt für alle sozialen Bewegungen, will einer neuen amerikanischen Studie zufolge, als (zukünftiger) Zugehöriger, Überzeugter oder gar (Mit-) Eigentümer angesprochen werden⁹⁰. Die Redensart

88 Ingomar Faecks, Interview 27.11. 2015. Er führt seit 2009 die Geschäfte bei SapienNitro, München, in Kontinentaleuropa. Seit 2013 ist er Präsident vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA.

89 In der Wikipedia-Fassung wird die Szene so geschildert: „Als Tom wieder nach einer Prügelei mit zerrissenem Hemd heimkommt, muss er zur Strafe am Samstag Tante Pollys Zaun streichen. Jedes Mal, wenn ein Junge vorbeikommt und sich über dessen Strafarbeit lustig macht, erklärt ihm Tom mit ernstem Gesicht, wie schwierig es sei, die Kalkfarbe richtig aufzubringen und dass bei weitem nicht jeder in der Lage sei, diese komplizierte Aufgabe zu lösen. Neugierig gemacht, fragen ihn die Buben, ob sie es nicht auch einmal versuchen dürfen, und erst nach langem Zögern und schließlich gegen Bezahlung mit Tauschgegenständen lässt Tom sie den Zaun für sich streichen“. https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Abenteuer_des_Tom_Sawyer

90 So Derrick Feldmann, Social Movements for Good, How Companies and Causes Create Viral Change. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons 2016.

„Da hat jemand Aktien drin“ gewinnt neue Bedeutung, jetzt in der Zivilgesellschaft. Das Mainzer Marktforschungsinstitut Forum!, das sich auf Kundenbindung ausgerichtet hat, nennt „emotionale Kundenbindung“ die wichtigste Bindung überhaupt.

Mit Fans und Sympathisanten zum Auswärtsspiel, das zuhause stattfindet.

Wenn in einem Bericht von einer „Fangemeinde“ geschrieben wird, sind wir auf der Sportseite. Fußballclubs haben Fans, die Steigerung sind „Ultras“. Auch Unternehmen, Verbände und andere Institutionen sollen versuchen, Fans zu gewinnen, empfehlen die Mainzer Marktforscher. Fans sind der Unterfall von Sympathisanten. Das Institut führt aus: *„Andere Gruppen, mit denen es Unternehmen zu tun haben, sind demnach Söldner, Gefangene und Gegner... Das Fan-Prinzip überträgt die Eigenschaften von Fans aus Sport, Musik und Kunst auf Kundenbeziehungen und schafft so einen völlig neuen Zugang zur Messung und Steuerung von Beziehungsqualität.“* (aus der Selbstdarstellung)⁹¹

Die Analogie zu kirchlichen Beziehungen drängt sich auf. Dazu hat das zitierte Institut ein Umfrageergebnis vorgetragen, das für Kirchenfreunde unerfreuliche Ergebnisse bereithält: Der Anteil der innerbetrieblichen Gegner innerhalb der Kirche, verglichen mit Verbänden und Unternehmen, soll demnach sehr hoch, der Anteil von Sympathisanten weit unterdurchschnittlich niedrig, Fans sollen gar überhaupt nicht vorhanden sein.⁹² Die Ergebnisse beziehen sich auf die katholische Kirche, aber wer wollte bezweifeln, dass eine Umfrage unter evangelischen Kirchenmitgliedern nicht vergleichbare Ergebnisse brächte?

Die Aktivitäten jeder Kirchengemeinde sollten folglich unter dem Gesichtspunkt emotionaler Bindungschancen geprüft und hierarchisiert werden. Der Wert insbesondere kultureller Projekte, die unter dem Dach einer Kirchengemeinde oder mit ihrer Hilfe stattfinden, ist unter diesem Gesichtspunkt hoch zu veranschlagen.⁹³

91 Vergl. <http://forum-mainz.de/fan-prinzip/>

92 48 Prozent Gegner unter den Mitarbeitern und Mitgliedern der (katholischen) Kirche, 13 Prozent im Durchschnitt. Die Umfrage kommt auf gerade mal 8 Prozent Sympathisanten und 0 Prozent Fans gegenüber 43 Prozent Fans und 39 Prozent Sympathisanten beim ADAC (nach dessen Krise) Quelle: Fanfocus Deutschland, im Netz www.focus.de/finanzen/experten/becker/hohes-ansehen-des-adac-gelbe-engel-wichtiger-als-die-kirche_id_3557938.html

93 Ich komme zu dieser Aussage durch Interviews und teilnehmende Beobachtung zweier Kulturprojekte: Andydrama, (www.andreasgemeinde.de/gemeindeleben/theater) die Theaterprojekte der Niederhöhnstädter Andreasgemeinde, begründet von Timo Becker. Hier werden Stücke gemeinsam entwickelt. Ich habe dazu bei Zuschauern und Mitspielern per Fragebogen nach ihrer Einschätzung befragt: Es ist außerordentlich positiv, was das Bild von der Gemeinde im Zusammenhang mit der Theaterarbeit angeht. Ein zweites Beispiel ist die Alte Wache Oberstedten (www.alte-wache-oberstedten.de) mit einem breiten Kulturangebot in der ehemaligen Feuerwache. Wesentlichen Anstoß zu diesem Projekt gaben das Pfarrerehepaar Miriam und Fabian Vogt. Ein weiteres interessantes Vorhaben gibt es bei der ev. Friedenskirche in Mühlheim am Main, wo für spezielle Veranstaltungen die Kirche als Kultur-Eventkirche deklariert wird. Dazu heißt es: „Die Evangelische Friedensgemeinde lädt in ihre Gotteshäuser und Gemeinderäume in Mühlheim und Dietesheim nicht ausschließlich zu gottesdienstlichen Angeboten und festen Gemeindegruppen ein, sondern veranstaltet auch regelmäßig immer wieder besondere Kultur- und Eventveranstaltungen, zu denen Interessierte aus der gesamten Region in unseren Kirchen zusammenkommen.“ Mehr unter <http://www.ev-friedensgemeinde.de/muehlheim/?Kultur-Eventkirche>

Bindung soll hier in großer Bandbreite verstanden werden, also Interessensweckung, Sympathie, gelegentliche Teilnahme und aktive Dauer-Mitarbeit. Bindung erzeugt auch Reputation. Wer Reputation hat, kann mit Toleranz bei Fehlern rechnen. Wer sie einbüßt, wird schon bei geringen Fehlern gejagt. Es entsteht eine Abwärtsspirale, die sich immer schneller und unaufhaltsamer dreht. Und dann passiert, was Lars Harden bezogen auf Kirche kritisiert: *„Um keine Reputation zu verlieren, traut man sich nicht mal, welche aufzubauen.“*⁹⁴

Ob aus wachsender Bindung wachsender Glauben folgt, sollte ausdrücklich offen bleiben. Das eine betrifft die Organisation, das andere die Person und ist somit persönliche Angelegenheit. Das bedeutet nun nicht, dass Glaubensbekundungen unter privater Verschlussangelegenheit stehen sollten, aber wer mitmachen will, sollte dies ohne Glaubensbefragung dürfen. Auch die Frage der Mitgliedschaft ist von der Bindungsfrage abzutrennen. Hier kann man erfahrungsgemäß darauf setzen, dass die formale Selbstbindung der informellen folgt.

Die Ausstrahlung einer Kirchengemeinde ist das jeweilige Ergebnis der Ausstrahlung derer, die, vielleicht auch nur auf Zeit, sich in irgendeiner Weise der Institution Kirche hier am konkreten Ort verbunden fühlen.

Martin Pross: *„Herzlichkeit, Nächstenliebe, das sind Themen, die muss man attraktiv aufladen, damit man sagt, ich mache bei dem Verein Kirche wieder mit.“* *„free hugh“ müsste eigentlich von der Kirche sein.*⁹⁵

Geht es um die Tragfähigkeit eines Sympathisanten- und Fannetzwerkes, sollte man die Dauer eines Prozesses hin zu einer tragfähigen Vertrauensbeziehung, also einer solchen, die auch Führungswechsel überlebt, nicht unterschätzen. Bürgerplattformen nach dem Community Organizing Prinzip nehmen sich zwei Jahre Zeit, bevor sie zum ersten Mal an die Öffentlichkeit treten.⁹⁶ Vertrauen verkürzt Wege, lässt Fehler besser ertragen und erhöht die Leistungsbereitschaft. Wer Vertrauen spürt, möchte nicht enttäuschen.

Die Kehrseite ist, wird nicht gegengesteuert, selbstgenügsame Wohlfühlkultur. Sie nimmt Schrumpfung gern in Kauf. Lieber unter uns bleiben⁹⁷ als den Falschen aufnehmen, heißt die Devise, ausgesprochen oder unausgesprochen gültig. Wer hinzutreten will, stößt an Mauern.

94 Harden, Interview

95 Martin Pross, Interview vom 7.12.2015. Pross ist Partner, Gf Kreation bei Agentur Antoni, Berlin

96 Mehr dazu Handbuch Community Organizing, Theorie und Praxis in Deutschland, Bonn 2014 in der Reihe der Stiftung Mitarbeit, Arbeitshilfen für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen Nr.46. Dort auch beziehbar.

97 Mit „Unter uns“ sind mancherorts noch nicht einmal alle Aktiven in der Gemeinde gemeint, wie Wegner mit Hinweis auf empirische Studien bemerkt: „Hauptsache, die Stimmung im Vorstand ist gut- wie es der Gemeinde insgesamt geht, ist eher zweitrangig.“ Wegner 2014:132 bezieht sich auf Petra Angela-Ahrens, Gerhard Wegner, Wie geht's der Kirchengemeinde?, Hannover 2012. Mittlerweile hat das SI mit dem 1. Kirchengemeindebarometer „Potenziale vor Ort“, Leipzig 2015, eine ausführliche empirische Studie zur Situation der Kirchengemeinden in der Beurteilung der Kirchenältesten vorgelegt.

Die Bemühung um enges Miteinander braucht das Gegengewicht: die öffnende Veränderungsabsicht. Wo Vertrauen ist, ist Raum für Veränderung. Nur kirchliche Institutionen mit Willkommenskultur, die sich auf eine durchdachte und verlässliche Struktur stützt, werden der Gefahr der sektiererischen Klüngerlei entgehen. Interne Wertschätzungs- und externe Willkommenskultur, Innen- und Außenkommunikation, werden oft als Gegensatz geschildert. Das sind sie nicht zwangsläufig. Sie können sich wechselseitig bestärken. Beheimatete reisen gern.

Kirche braucht Kämpfer

Wenn „Unbedingt Rauswollen“ leitende Handlungsmaxime ist, werden Engagierte nicht im internen Gemeindedienst bleiben wollen, sondern vor die Kirchentür drängen.

Dieter Schulze van Loon, erfahrener PR-Fachmann, meint: *„Veränderungskommunikation sollte man nur machen, wenn man es wirklich ernst meint. Dann müsste eine interne Mobilitäts- und Motivationskampagne stattfinden. Diejenigen, die noch in der Kirche sind und sich auch beteiligen, muss man ins Boot holen, sie stark machen, sie bestätigen, dass sie für die richtige Sache kämpfen“*⁹⁸

Jörg Tropp bringt den Begriff Markenbotschafter ins Spiel.

*„Kunden, von denen ich weiß, dass es sehr verwurzelte Kunden sind, werden als Markenbotschafter eingesetzt“*⁹⁹.

Reformationsbotschafter sind in 2016 bereits unterwegs, was spricht gegen die Übertragung dieses Prinzips auf Kirchengemeinden? Dagegen spricht nichts, meint Sebastian Turner.

*„Ich glaube, der erste Schritt ist, ein neues Selbstbewusstsein derjenigen, die sich mit Kirche identifizieren, zu erreichen. Jedes Mitglied der Kirche ist eigentlich ein Botschafter.“*¹⁰⁰

Wegner liefert eine Übersetzung der Begriffe Markenbotschafter oder Fan in die marketingphobe Kirchenöffentlichkeit, wenn er von einer Gruppe von Menschen schreibt, *„die bewusst dazu stehen, mit der Kirche etwas zu wollen und andere Menschen auch dahin bringen zu wollen, dass sie mit der Kirche etwas wollen.“*¹⁰¹ Ihm folgend gehören zu diesem definierten engeren Kern *„wahrscheinlich nie mehr als 80-100 Personen.“* Weiter reiche die Inklusionskraft nicht.¹⁰² Wirklich nicht? Hier muss die Diskussion um das Selbstverständnis der

98 | Dieter Schulze van Loon, Interview vom 11.9.2015. Er ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur Orca van Loon, Hamburg.

99 Tropp, Interview

100 Sebastian Turner, Interview vom 1.10.2015. Turner ist Herausgeber des „Tagesspiegel“, Aufsichtsrat der Mediengruppe Dieter v. Holtzbrinck, war Mitgründer von Scholz & Friends, Berlin und bis 2011 in führender Verantwortung für die Agenturgruppe. Er ist Honorarprofessor an der Hochschule der Künste.

101 Wegner (2014) S.159

102 Ebd. S.162

Pfarrer und Pfarrerinnen fortgeführt werden. Verstehen sie sich als Coach? Wie viele kann jede(r) binden und begeistern? Wie viel Raum ist für weitere, ob bezahlt oder unbezahlt, die dabei sind, wenn sich „*ein Geist bildet, der begeistert*“ (Wegner) und die ebenfalls binden können?

Wie ausgreifend ist die Suchbewegung? Der eben zitierte Dieter Schulze van Loon macht auf die Notwendigkeit aufmerksam, sich bei der Suche auf die Bedingungen des „neuen“ Ehrenamts einzustellen:

„Leute, die sich engagieren wollen, tun das mehr und mehr punktuell, themenbezogen. Kirchen sollten so etwas verstärkt anbieten, nicht fragen: bist du Christ oder bist du kein Christ, sondern sagen, hier ist eine Aufgabe, hast du Lust, da mitzumachen, von deinen Kompetenzen her würde das passen. Man muss den Menschen klar machen, dass, wenn man mal bei einem Projekt mitmacht, nicht bedeutet, dass man gleich dauerhaft festgezurrert wird. Diese Furcht muss man den Menschen nehmen.“¹⁰³

Kirchenkonkurrenz Rotary

Empfehlenswert ist der Blick auf Organisationen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen. So zum Beispiel Rotary. Der weltweite Präsident schreibt in einer Kolumne, neue Mitglieder kämen nicht von selber, man müsse sie ansprechen und zwar direkt und wertschätzend: *„Ich glaube, dass du die Kenntnisse, Fähigkeiten und den Charakter dazu hast, unser Gemeinwesen zu verbessern, und ich möchte, dass du dich mir dabei anschließst,“¹⁰⁴* lautet sein Empfehlungssatz für solche Gespräche. Man muss dazu erläutern, dass man sich bei Rotary nicht selber bewerben kann. Über einen langen Zeitraum agierte man so, als ob jeder, seit einiger Zeit auch jede, angesprochen auf Mitgliedschaft, beglückt zusagt. Damit machte man sich rar und besonders und war erfolgreich. Das funktioniert weitgehend noch in Europa so, in den USA, wo Rotary weniger Prestige hat, zunehmend nicht mehr. Aber auch europäische Rotarier nehmen wahr, dass sich die Rahmenbedingungen verändern. Und das darauf reagiert werden muss. Die Bereitschaft von Unternehmen, eine Mitgliedschaft in einem solchen Club (es gibt ja nicht nur Rotary) großzügig zu unterstützen, sinkt. Die Neigung etwaiger Interessenten, Familienleben hintan zu stellen, nimmt ebenfalls ab. *„Wenn wir die Clubs weiterentwickeln wollen, brauchen wir die neue Generation. Wir müssen ihr in ihrer Work–Life–Balance entgegenkommen.“¹⁰⁵* Die folgenden Aufforderungen könnten auch in Kirchenpapieren stehen, wenn „Rotary“ durch „Kirche“ ausgetauscht würde: *Erzählen Sie anderen von Rotary – wie unterscheiden wir uns?* Und weiter: *„Als Rotarierinnen und Rotarier*

¹⁰³ Schulze van Loon, Interview

¹⁰⁴ John F. Germ, Präsident Rotary International, (2016), in: Rotary Magazin August 2016, S.23

¹⁰⁵ Ebd. S.22 (Rotarier Peter Iblher)

*sind Sie unsere besten Fürsprecher. Erzählen Sie Ihren Freunden oder Kollegen von ihren Erfahrungen mit Rotary, von ihren Projekten und wie wir Menschen helfen*¹⁰⁶ .

Ziel soll sein, den Bekanntheitsgrad weltweit, der jetzt bei 40 % liegt, weitere 40 % haben nur vage Vermutungen, deutlich zu steigern. In der Mitgliederzeitung steht dazu: *„Mitglieder sind Markenpfleger.“* Im Text ist von Imagestärkung und Kundenbindung die Rede und aufgefordert wird, die Marke Rotary zu unterstützen. *„Die einfachsten persönlichen Maßnahmen und Basiswerbemittel sind dabei hilfreicher als distinguierte Zurückhaltung.“* Angeboten werden Abzeichen, Kappen, Poloshirts, Rollups und Schirme, jeweils im Rotary Blau mit den typischen Rotary Rad und dem dazugehörigen Schriftzug. Das Corporate Design gilt weltweit. In der evangelischen Kirche ändert sich das Design von Landeskirche zu Landeskirche –und davon gibt es mehr als Bundesländer!- und mitunter von Kirchentür zu Kirchentür.

Auch bei Rotary, einer in weit höherem Maße als die Kirchen ehrenamtlich getragenen Organisation, folgen nicht auf jeden Aufruf aufsehenerregende Taten. Aber das Thema ist in seiner Bedeutung erkannt und von Experten durchdekliniert worden.

Nichts ist wichtiger: Face to Face Kommunikation

Es mag verwundern, dass Kommunikationsexperten nicht in erster Linie zu massenmedialen Aktivitäten, klassisch (Print, Hörfunk, Fernsehen, Plakat) oder digital, raten.

*„Mit einer inhaltlichen Einstellung lässt sich Kirche von innen heraus verändern. Das Mittel ist Kommunikation. Aber es geht nicht darum, dass man sagt, jetzt lass uns mal ein besonders gutes Plakat machen oder eine tolle Facebook-Kampagne. Es gibt andererseits unendlich viele kleine Maßnahmen, die wirken. Wie geht beispielsweise eine Gemeinde mit dem staatlichen Kindergarten um die Ecke um, welche Angebote machen die den Kindern? Da fängt es doch an“*¹⁰⁷

Sowohl aus der Konsumenten- als auch aus Wahlforschung ist die Überzeugung erhärtet, dass Face-to-Face Kommunikation der Schlüssel zum Erfolg ist. Innerhalb der evangelischen Kirche kann diese Feststellung aber eigentlich doch nicht überraschen, denn sie deckt sich vollständig mit dem Ergebnis der Mitgliederumfragen, wonach die persönliche Beziehung zu einem Pastor vor Ort Mitglieder am ehesten am Austritt hindert¹⁰⁸. Überspitzt lässt sich formulieren: Wenn jemand bekannt ist, dann ist es der Pfarrer, die Pfarrerin next door und

106 Vergl. www.rotary.org/brandcenter

107 Sebastian Turner, Interview vom 1.10.2015. Turner ist Herausgeber des „Tagesspiegel“, Aufsichtsrat der Mediengruppe Dieter v. Holtzbrinck, war Mitgründer von Scholz & Friends Berlin und bis 2011 in führender Verantwortung für die Agenturgruppe. Er ist Honorarprofessor an der Hochschule der Künste.

108 Vergl. dazu V. EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft, Engagement und Indifferenz, Kirchenmitgliedschaft als soziale Praxis Hannover 2014: 102f. Bestätigend Lars Harden: „Ich rate zu mehr persönlicher Präsenz, weil sie (die Hauptamtlichen) in einer ganz starken Symbolkraft für Kirche stehen. Derjenige, der Kirche darstellt, in welcher Funktion auch immer, trägt ganz stark das Image von Kirche.“ Harden, Interview

vielleicht noch Margot Käßmann. Zur Wirksamkeit gehört Leidenschaft. Dann klappt Kirche vor Ort, so auch Holger Jung:

„Wenn man einen Super-Pastor hat, der sich bemüht, irgendwelche Events in der Kirche zu machen, der attraktiv ist, der es aus Leidenschaft schafft, beim Konfirmationsunterricht Kinder in irgend einer Form zu begeistern, dann läuft so etwas. Je besser die Pastoren sind, je geringer wird die Austrittsquote sein“¹⁰⁹.

Damit müssten sich der weithin in der Öffentlichkeit unbekannte gesamte Überbau und alle Spezialanbieter, zumeist in einem „Haus der Kirche“ zusammengezogen, daran messen lassen, was sie für den Kontakt von Angesicht zu Angesicht beitragen. Mindestens zu allen Mitgliedern, besser zu allen Bewohnern sollte kontinuierlich Besuchskontakt bestehen. Dies sollte zu den Pflichtaufgaben aller Hauptamtlichen gehören. Eine solche Ausrichtung wird regelmäßig angestrebt und regelmäßig verfehlt. Denn sie liegt immer quer zum üblichen als Sachzwang definierten Zeitverbrauch. Zu fragen ist aber kritisch, ob –dieser Leitaussage folgend- tatsächlich alle personellen Ressourcen, die an die Basis zu verlagern sind, dorthin auch verlagert werden? Wird die Zahl der Hauptamtlichen an der Basis gegen den absehbaren Finanztrend ausgebaut, z.B. durch Ehrenamtliche mit weitgehenden Aufgaben je nach Neigung und Können? Werden Pfarrer und die anderen Hauptamtlichen vor Ort in ihrer Freude am Beruf aus dem Apparat heraus systematisch und regelmäßig gestärkt? Ist die Gehaltsstruktur so eingerichtet, dass Basisarbeit durch Zuschläge besser bezahlt wird als Positionen im Überbau, die in der Regel eher berechenbare Arbeitszeiten charakterisiert? Sind die Strukturen so gebaut, dass die Arbeit an der Basis soweit wie irgend möglich von allem, was nicht zur Direktkommunikation gehört, entlastet ist? Ist der Pfarrer nach seinem Selbstverständnis Coach oder Problemlöser und Letztverantwortlicher? Ist er (sie) zum Kontrollverzicht bereit? Dies ist nur eine Auswahl von Fragen, die mit Blick auf die Aussage, dass die Face-to-Face Kommunikation der Schlüssel zur Trendumkehr ist, zu stellen sind.

Die sogenannten klassischen Kommunikationsmittel und –wege, wirken, umso mehr wenn sie aufeinander abgestimmt sind, verstärkend zur persönlichen Kommunikation.

Sich deutlicher positionieren - auch an der Basis

Über meine Eingangsschwelle, konkret oder bildlich zu verstehen, kommt nur, wer sich kenntlich gemacht hat. Kommunikationsspezialisten sprechen von Positionierung. Eine Positionierung muss man sich immer wieder neu erarbeiten, indem man herausstellt, was einem an einer Idee, einer Person, einer Organisation oder einem Produkt das Wichtigste ist. Dabei hilft die Frage nach der Unterscheidbarkeit gegenüber konkurrierenden Angeboten. Die Markierung des Besonderen kann auf mannigfaltige Weise hervorgehoben werden, z.B. durch

109 Jung, Interview

optische oder akustische Signale, durch Claims oder Corporate Design, gültig für alle „Touchpoints“. Folgt man der Empfehlung, muss es nicht unbedingt komplizierter werden, wie Martin Pross, ein Kreativer, der während seiner Zeit bei Scholz & Friends auch einige Male verantwortlich für Kirchentage gearbeitet hat, verdeutlicht:

*„Man muss die einfachen Dinge verstärken. Der Wirkungstreffer kommt nun mal aus der Hüfte, nicht aus dem Kopf. Da kann man doch sagen: Jesus würde es so sagen. Man kann es doch sehr einfach stricken.“*¹¹⁰

Das Zitat zeigt, um was es hier geht: Gute Kommunikation ist immer empfängerbezogen und emotional, aber gleichzeitig, was den Absender angeht, eindeutig und nicht beliebig.

Was dies bedeutet, sagt Werberin Eva Jung. Sie findet, wesentliche Glaubensaussagen seien in der Gesellschaft nicht mehr präsent. *„Hier hat die Kirche ganz klare Kommunikationsaufgaben, denen sie bislang kaum bis gar nicht nachkommt.“*¹¹¹

Schaut man sich die Kommunikation der evangelischen Kirchen zum Reformationsjubiläum an -jede Landeskirche macht ihr eigenes Ding-, dann stehen Martin Luther und das Miteinander von Katholizismus und Protestantismus unverbunden im Mittelpunkt. Es bleibt vage, ob nach Ansicht der Kirchenleitenden es nun um die Bewahrung des Besonderen des Protestantismus geht oder darum, dass die katholische Konkurrenz sich dem evangelischen Vorbild möglichst anpasst, wobei wiederum offen bleibt, zu welchem Ziel.

Sollten die christlichen Kirchen das Unterscheidbare herausarbeiten (und sei es als Voraussetzung, zusammenzukommen)? Die einhellige Antwort der Experten lautet: „Ja“.

Frank-Michael Schmidt, Politologe und CEO der Scholz & Friends Group, fragt einschränkend, wie man es verstehen soll, dass beide Kirchen seit Jahren gleich stark Mitglieder verlieren (immer pro Jahr über 200 Tausend), obschon sie doch unterschiedlich sind.

*„Das Interessante ist, dass beide Kirchen in Deutschland das ähnliche Problem haben“*¹¹².

Aber auch er rät, Kirche als Marke zu verstehen und zu führen. Was heißt das? Schmidts früherer Kollege Rainer Zimmermann, früher Agenturchef sowohl von Werbe- als auch von PR-Agenturen, heute Hochschullehrer, rät:

*„Ich würde den spirituellen Kern versuchen zu beleben, ohne alles andere“*¹¹³.

110 Pross, Interview

111 Eva Jung, Interview

112 Schmidt, Interview

113 Rainer Zimmermann, Interview vom 3.11.2015. Er war in deutschen und europäischen Führungspositionen in Werbe- und PR-Agenturen und ist seit 2005 Professor für Strategie, Design und Kommunikation an der Hochschule Düsseldorf.

Zimmermanns Empfehlung, von einer Reihe seiner Kollegen mit diesen oder ähnlichen Worten geteilt, macht klar: Positionierung bedeutet nicht, dem Zeitgeist hinterher zu laufen. So der profilierte Hamburger Werber Manfred Schüller

„Kirche sollte Justierung oder Gegenposition liefern“.¹¹⁴

Dessen Kollege Klaus-Peter Schulz spricht sich sogar dezidiert gegen aus seiner Sicht allzu modern angelegte Gottesdienste aus:

„Kirche soll an ihrem ureigenen Markenkern festhalten, weil ich dann als Christ, wenn ich in die Kirche gehe, weiß, was mich erwartet. Das gibt mir eine Kraft, in Verbindung zu treten, besser als zuhause. Kirche ist kein Ort, wo ich eine Show oder eine Unterhaltung suche, das wäre für mich eher fehlgeleitet. Wenn Kirche versucht, sich immer weiter an allen möglichen Geschmacksfarben zu orientieren, wenn Kirche alles abdecken wollte, nur um jetzt populär zu sein und dabei ihren eigenen Markenkern verlässt, das fände ich nicht gut!“¹¹⁵

Profil ausbilden, das bedeutet: sich auf Stärken zu besinnen und diese herauszustellen.

Betrachten wir die Ebenen, so könnte das religiöse Angebot gegenüber säkularen herausgearbeitet werden. Die zunehmende Konkurrenz ist unbestritten, auch unter den Kommunikationsexperten.

„Wenn man sich in Berlin für alles interessiert, kann es sein, dass Kirche ein bisschen zu kurz kommt, weil das hier untergeht.“¹¹⁶

Unterhalb dieser Ebene konkurrieren die christlichen mit den nicht-christlichen Religionen. Weltweit werden Christen verfolgt. Da muss man von den Kirchen eine klare Position erwarten, auch hierzulande¹¹⁷.

Die nächste Ebene ist die evangelische Kirche mit ihren unterschiedlichen Strömungen. Für die evangelische Kirche muss der Slogan „Evangelisch aus gutem Grund“ immer wieder mit Leben erfüllt werden. In den Worten von Lars Harden, bedeutet dies:

114 Manfred Schüller, Interview vom 19.9. 2015. Schüller ist Mitgesellschafter der Hamburger Werbeagentur Nordpol. Wegner (2014:10) plädiert für „die Differenz, die Religion interessant macht“. Für ihn haben „Kirche und Religion ihren Wert als ein Kosmos kreativen Eigensinns“.

115 | Klaus Peter Schulz, Interview vom 9.9. 2015. Schulz war Mediamanager, Agentur- und Medienvermarkterchef und gilt als versierter Kenner der Mediabranche. Er ist heute Berater und Vorsitzender des Verbandes der Medienagenturen OMG. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass mehrere Gesprächspartner (Mutter, Schüller, Käfer, Schulze van Loon) auf die Notwendigkeit einer eingehenden Markenanalyse hinwiesen, so wie es bei Aufträgen aus Wirtschaft und Politik auch üblich ist.

116 Pross, Interview

117 Wenn christliche Geflüchtete über Übergriffe durch muslimische Mit-Flüchtlinge klagen, kann man sich nicht auf wenige Einzelfälle herausreden. Geprüft werden muss allerdings, ob die Beweggründe für die Übergriffe tatsächlich religiöser Natur sind.

„Das Mantra muss sein, das Differenzkriterium von Protestantismus zu anderen religiösen Angeboten herauszuarbeiten. Hauptempfehlung die ich habe: Positioniert eure Köpfe und gebt ihnen ein klares Profil! Seid sprechfähig! Warum ist es besser, Protestant zu sein als es nicht zu sein! Auf diese Frage müssten die Menschen, die diese Kirche repräsentieren, eine Antwort haben.“¹¹⁸

Gehen wir innerhalb der evangelischen Kirche auf die Ebene von Landeskirchen und innerhalb dieser in die Regionen, so lassen sich dort verschiedene Traditionslinien verfolgen, die bis heute innerhalb der Institution Kirche beachtet werden. Ob und wie weit dies auch die Kommunikation nach außen steuert, soll uns hier nicht interessieren, obschon aus Kommunikationssicht zu fragen ist, ob die Vielfalt sich beim Rezipienten zu einem positiven Bild zusammensetzt oder eher Verwirrung stiftet oder gar Desinteresse fördert.

Kommunikationsexperten plädieren dafür, dass mindestens in der Führung bindende Autorität sichtbar ist.

„Einer muss formulieren: wir spielen nach dieser Tonart und haben diese Haltung. Führung führt dazu, dass ich mich jemandem anschließe, das ist einfach so. Wenn ich zu moralischen Fragen Führung verspüre, dann ist das für mich attraktiv. Da werden ein Angebot formuliert: Dies ist meine Haltung, und wenn du dafür bist, stell dich zu uns.“¹¹⁹

Aus diesem Grund habe ich wiederholt gefordert, die Position des EKD-Ratsvorsitzenden zu stärken. Er sollte dazu hauptamtlich diese Rolle als erster Bischof wahrnehmen, einen eigenen Titel bekommen, der diesen Anspruch verdeutlicht und in Berlin und Brüssel seinen Dienstort haben. Diese aus kommunikativer Sicht konsequente Forderung wurde postwendend zurückgewiesen.¹²⁰

Sollen sich Kirchengemeinden voneinander unterscheiden?

Wendet man sich der Basis zu, so ist, eingedenk der Aussage, dass die Face-to-Face Kommunikation der Schlüssel ist, die Frage zu stellen, ob einzelne Kirchengemeinden sich zueinander sichtbar mit einem je unterschiedlichen Angebot differenzieren sollten. Es geht also um die Frage nach einer Positionierung an der Basis. Die Vielfalt von gepredigter und praktizierter Religiosität unter dem Dach ein-und derselben Kirche gibt Raum für eine solche Profilbildung an der Basis. Für den Glaubenssucher folgt daraus der Rat, sich ihr oder sein Urteil nicht schon nach dem Besuch der nächstgelegenen Gemeinde zu bilden, sondern sich

118 Harden, Interview

119 Pross, Interview

120 www.kirche-mv.de/EKD-will-keinen-hauptamtlichen-Ratsvorsitzenden.3476.0.html

seine oder ihre Gemeinde zu suchen. Abgesehen von abgelegenen ländlichen Räumen ist dies zumeist möglich, wird aber in der Praxis eher kritisch beäugt und selten praktiziert.

Zur kirchengemeindlichen Kommunikation meint Manfred Schüller, profilierter Hamburger Werber:

„Kirchgemeindeangebote sollten sich unterscheiden. Ich glaube, dass die Kirche in Eppendorf eine andere ist als in Wilhelmsburg.“¹²¹.

Eine derartige Feststellung klingt nicht sonderlich aufregend. Aber wird die Kommunikationspraxis auf Gemeindeebene der Forderung nach Differenzierung gerecht? Besteht auf der Ebene der Kirchenleitungen vor Ort Konsens darüber, dass Wechsel von einer Gemeinde in die andere immer dann gefördert werden sollten, wenn sie die Beheimatung des Wechslers an Kirche insgesamt fördert?

Unterschiedliches Profil bedeutet aber auch: Nicht jede Gemeinde bietet alles. Der Münchner Kommunikationsexperte Ingomar Faecks fordert in diesem Zusammenhang den Verzicht auf Allmissionierung.

„Die „Allmissionarisierung“ - eigentlich ist unser Glauben universell und muss jedem helfen-, macht es unglaublich schwer, eine klare Positionierung zu formulieren, weil sie immer den Anspruch hat, ich muss jedem ein Stückchen bieten, auf das er sich beziehen kann. Ich glaube, man kann stabiler und erfolgreicher sein, wenn man sich auf die Werte besinnt, sie intensiv lebt, und eine Basis hat, die wenigstens loyal und stabil ist, anstatt immer den Anspruch zu haben, ich muss alle bedienen.“¹²²

Wenn Alternativen in gut erreichbarer Nähe sind, lässt sich dies verantworten, erfordert aber systematische und aus den Kirchengemeinden getragene Zusammenarbeit. Hier kann die vorzügliche Arbeit des Zentrums für Mission in der Region greifen¹²³.

Es ist also gut und richtig, von Zeit zu Zeit zu überprüfen, ob die Kommunikation rund um die Marke der DNA des evangelischen Glaubens entspricht oder von ihr abführt. Die positiven Folgen sind mannigfaltig: Das rare Gut „Loyalität“ wird gestärkt, das Engagement für die Kirche und für die Gesellschaft unter kirchlicher Führung ausgebaut. Aber was ist das Ziel in Bezug auf Mitgliedschaft? Innerhalb der Kirche ist umstritten, was innerhalb der Kommunikationsexperten völlig unbestritten ist: Wer Mitglieder verliert, muss alles dran

121 Schüller, Interview

122 Faecks, Interview

123 Leitung Hans-Hermann Pompe, umfangreiche Publikationstätigkeit. Stellvertretend Handbuch Kirche und Regionalentwicklung, herausgegeben im Auftrag des Zentrums von Christhardt Ebert und Hans-Hermann Pompe, Leipzig 2014

setzen, Mitglieder zu gewinnen. Damit ist nichts über die Methode gesagt, wohl aber über die Zielsetzung.

Wer weiß, wer er ist, kann sich bemerkbar machen und damit merkbar. Face to Face ist die erstrangige Methode. Wer meint, es reiche, dieser Aufgabe ausschließlich in den Gottesräumen nachzukommen, bleibt im Anspruch unterhalb der Bestandserhaltung. So wichtig es ist, über attraktive Gottesdienste, innerkirchliche Zielgruppenangebote und alte und neue Kasualien¹²⁴ nachzudenken, so eindeutig ist andererseits: Kirche, die nicht aus ihren Gemäuern herausdrängt, verkümmert. Dies wird von Kirchengemeinden zunehmend gesehen, aber die überwiegende Zahl sitzt noch gewissermaßen in den Startlöchern, etwas unschlüssig und gefühlt schon jetzt mit dem, was als Kerngeschäft angesehen wird, subjektiv überlastet.

Geht man auf die Ebene von Personen, lässt sich fragen, ob sich die Forderungen nach stärkerer Positionierung und stärkerer Personalisierung nicht widersprechen. Denn Kommunikation erzielt Wirkung nicht dadurch, dass eine Fülle von widersprüchlichen Meinungen ein- und desselben Absenders angeboten werden. Andererseits sind Akteure, die ihr Profil zugunsten einer Einheitsmaske verbergen, auch nicht überzeugend. Parteien behelfen sich mit der Benennung von Themenverantwortlichen, die in ihrem Feld die Verantwortlichen sind und an denen vorbei nicht kommuniziert werden darf. Das ist in der evangelischen Kirche offenbar schon auf der Ebene der Leitung kaum zu verankern, wenn es auch erste Ansätze von Ressortverantwortung innerhalb der EKD-Führung gibt. Allerdings liegt der öffentliche Auftritt in der Gesellschaft nicht unbedingt in den Genen des Protestantismus, wie Kirchenkenner Harden meint: *„Es gibt eine falsch verstandene Bescheidenheit in der Kommunikation von Protestanten, die Eitelkeit der Bescheidenheit.“*¹²⁵

Unbedingt rauswollen

„Die Kirche sollte umschalten von der Binnenorientierung auf eine Außenorientierung Im Mittelpunkt steht outgoing. Ich finde, das ist als Muster wichtig. Problemschulen werden

124 Zu den neuen Kasualien zählen Uta Pohl-Patalong und Eberhard Hauschildt, Kirche verstehen, Gütersloh 2016, S.28 *„Rituale zur Trennung von Paaren, Segnung homosexueller Paare, aber auch Gottesdienste zum Übergang in den (flexiblen) Ruhestand signalisieren ein Umdenken, ebenso kirchliche Angebote, die anderen Lebenswegen folgen wie beispielsweise Single-Arbeit, Vater-Kind-Freizeiten oder Projekte für die ‚jungen Alten‘.* Ein weiteres vor allem von Freikirchen wie dem Christlichen Zentrum Wiesbaden allmonatlich mit enormem Zuspruch besetztes Feld sind Heilungsgottesdienste. Eva Jung weist auf die Attraktivität von Segnungsgottesdiensten hin. *„Die Menschen kommen teilweise nur noch wegen des Segens in den Gottesdienst.“* Jung, Interview. Zum Wandel in der Bestattungskultur Kristian Fechtner, Bestattungskultur im Wandel

Herausforderungen und Perspektiven kirchlicher Kasualpraxis, in: Hessisches Pfarrblatt Nr.5/2012, S. 103-109, im Netz abrufbar http://www.ekkw.de/pfarrverein/pfarrblatt/pfarrblatt_2012_5.pdf

125 Harden, Interview

*gedreht, weil die Lehrer Eltern besuchen. Ein wichtiger Merkpunkt: Kirche sagt, wir gehen raus zu den Leuten. Wir wollen bei denen sein, wir wollen die verstehen, wir wollen die Nähe.*¹²⁶

Sebastian Turners Empfehlung steht nicht verloren auf kahler Fläche. Im neu eingerichteten EKD-Themendossier „Ehrenamt“¹²⁷ heißt es: *„Kirche zielt auf Öffentlichkeit. Ihre wesentliche Aufgabe ist es, das Evangelium öffentlich zu machen. Das kann sie nur, insofern sie eine sichtbare soziale Gestalt hat*¹²⁸.“ Die Bochumer Theologin Stefanie Brauer-Noss berichtet, dass zwar Auslöser der Reformprozesse *„in der Regel prekäre Finanzsituationen waren und auch weiterhin sind“*¹²⁹, aber nachdem sich das Sparen als äußerst schwierig erwiesen habe und zudem sich, mindestens übergangsweise, die Finanzsituation im Gefolge der guten konjunkturellen Lage Deutschlands viel besser entwickelt hat als prognostiziert, lautet das Hauptziel der Veränderungsprozesse nun, dass *„die Stellung der Kirche in der Gesellschaft behauptet bzw. weiter ausgebaut“* wird und Kirche *„als mitgestaltender Akteur in der Zivilgesellschaft wahrgenommen“* wird. Und: *„Die Angst vor der Bedeutungslosigkeit ist der stärkste Motor.*¹³⁰

Der Gießener Soziologe und Theologe Reimer Gronemeyer verdeutlicht seine Sicht zum Status und zur Chance von Kirchengemeinden:

*„Ich denke, dass die Kirche heute so bedeutungslos ist wie noch nie und gleichzeitig so viel Bedeutung von ihr erwartet werden könnte wie noch nie. In einer Welt, in der Geld, Konkurrenz, Ehrgeiz das Einzige ist, was nachgeblieben zu sein scheint, ist dieses Gefühl der Sinnleere überwältigend groß. Ich bin der festen Überzeugung, dass von den Gemeinden da sehr viel erwartet werden könnte, dass es eine ganz wichtige Aufgabe wäre, wichtiger als die diakonische“.*¹³¹

Durch Zuhören Orientierung gewinnen

*„Die Kirche sollte sich sagen: wir gehen raus zu den Leuten, wir wollen bei ihnen sein, wir wollen sie verstehen, wir wollen die Nähe.“*¹³²

126 Turner, Interview

127 Vergl. Pressemitteilung der EKD vom 17.2.2016

www.ekd.de/presse/pm17_2016_ekd_website_evangelisch_ehrenamt_de_gestartet.html, die auf die Themenseite www.evangelisch-ehrenamt.de/ verweist. Das Projekt soll ein Jahr laufen. Es steht unter der Leitung des Referatsleiters „Sozial- und Gesellschaftspolitik“ im Kirchenamt der EKD, OKR Dr. theol. Ralph Charbonnier. Unter den acht Themenpaten sind zwei aus Hessen: Ina Wittmeier, Dr. Steffen Bauer und als Experte Dr. Ralph Fischer.

128 www.evangelisch-ehrenamt.de/dossier unter dem Stichwort Zivilgesellschaft.

129 Stefanie Brauer-Noss, Die Öffnung der Kirche in die Gesellschaft hinein, Reformprozesse in der evangelischen Kirche in Deutschland, in: Evang.Theol, Heft 1, 2016 S. 7-20, hier S.10

130 Brauer Noss 2016 S.14

131 Gronemeyer, Interview vom 1.6.2016

132 Turner, Interview

Steinbach am Taunus, (die katholische) Bonifatiusgemeinde, Samstagmorgen im Februar 2016: Knapp 20 Personen, kein Pfarrer, zwei Gemeindeferenten, der Rest Kirchenaktive sind der Einladung gefolgt. Thema ist die Vision der Gemeinden Oberursel und Steinbach. Dieser Kreis hat sich zur Mitwirkung bereit erklärt. Einer liest nach dem Eingangslied aus Michael Endes „Momo“ vor. Es geht ums gute Zuhören. Das Zitat lautet (verkürzt).

„Was die kleine Momo konnte wie kein anderer, das war: Zuhören. Das ist doch nichts Besonderes, wird nun vielleicht mancher Leser sagen, zuhören kann doch jeder. Aber das ist ein Irrtum. Wirklich zuhören können nur ganz wenige Menschen. Und so, wie Momo sich auf Zuhören verstand, war es ganz und gar einmalig. Momo konnte so zuhören, dass dummen Leuten plötzlich sehr gescheite Gedanken kamen. Sie konnte so zuhören, dass ratlose und unentschlossene Leute auf einmal genau wussten, was sie wollten. Oder dass Schüchterne sich plötzlich frei und mutig fühlten. Oder dass Unglückliche und Bedrückte zuversichtlich und froh wurden....So konnte Momo zuhören!“

Die Teilnehmer bereiten sich auf Interviews vor. Die Ergebnisse der Interviews sollen einfließen in einen Visionstag. Auf diesem Weg möchte die Gemeinde sich ihrer Vision annähern. Die Gespräche sollen mit jeder und jedem geführt werden, zu denen die Interviewer Zugang haben. Die Initiatoren unterstreichen: Jeder soll nur so viele Interviews durchführen, wie Zeit und Lust es zulassen. Empfohlen wären Antworten im Verhältnis von 2:1 Nichtmitgliedern der Kirchengemeinde, auch Nichtbewohnern des Ortes zu Kirchenmitgliedern. Das Besondere an den Interviews sind Interviewkarten, aus denen der zu Befragende sich die Fragen aussuchen kann, die er beantworten möchte. Dazu eine Jokerkarte für eine nicht gestellte Frage. Die Antworten werden protokolliert und das Protokoll geht dem Befragten zur Korrektur zu. Und alle zum Visionstag einladen! Ich erfahre, dass für diese Gemeinden und die Nachbargemeinden ein Pfarrer zur Verfügung steht und Pastoralreferenten mit unterschiedlichen Zeitanteilen. Der Blick der Initiatoren und all derer, die sie im Prozess gewinnen, richtet sich auf das Quartier, und gleichzeitig darüber hinaus.

Muss man, um sein Anliegen in die Welt zu tragen, erst einmal die Klappe halten und lernen, zuzuhören? Von Aerosmith stammt der Satz: *„The reason a dog has so many friends is that he wags his tail instead of his tongue.“*

Nochmals zu St. Bonifatius:

Frage: Warum arbeitet ihr an einer Vision?

Antwort: *Kirche muss sich mit dem Glauben der Menschen auseinandersetzen. Sie muss Gott bei den Menschen finden.*

Frage: Warum befragt Ihr bei Eurer Visionssuche Außenstehende und Kirchenmitglieder im Verhältnis zwei Drittel zu ein Drittel?

Antwort: *Es muss ein Augenmerk auf die Außenstehenden gelegt werden, um sich selbst neu zu bestimmen.*¹³³

Online-Kommunikation auch als Kirchengemeinde verstärken.

*„Nähe kann digital hergestellt werden. Die größte Nachbarschaft findet mittlerweile im Netz statt.“*¹³⁴ Der Rat der Experten ist einhellig: Hier muss mehr getan werden.

In einer 2015 geschriebenen, im Netz zugänglichen Masterarbeit¹³⁵ sieht der Autor sowohl Vereine und Verbände in Deutschland als auch die Kirchen in den USA, bezogen auf digitale Präsenz, bedeutend weiter¹³⁶. Seine Empfehlung: *“The church must go where the people are. Die Öffentlichkeit versammelt sich nicht mehr auf dem kirchennahen Marktplatz. Der zentrale Treffpunkt ist heute das Internet. Aber auch da kann sie sich Gehör verschaffen.“*

Ein Beispiel aus den USA: zufällig aufgetan: In der First Church of Christ in Sandwich of Cape Cod hat sich die Gemeinde das Motto “CARING PEOPLE, SHARING GOD’S LOVE” gegeben. Und weiter heißt es: “A welcoming community that celebrates God’s love in the Good News of Jesus Christ by serving the individual, the church, and our world through creative worship, spiritual growth, and nurturing fellowship.” In der Kirchenbank liegt für jeden Besucher ein Verzeichnis der “Small Group Ministries”. Unterschieden wird zwischen dem Dienst innerhalb der Kirche (“Within Our Walls”) und außerhalb (“Beyond Our Walls”). Ein weiterer Flyer ist überschrieben “I Wish...” Hier kann der Besucher Wünsche ankreuzen. So kann er oder sie u.a. Gesprächsverabredungen mit dem Pastor, Besuchsverabredungen zu einem Kranken, Predigtthemen, Liederwünsche und Informationswünsche zu Kirchenaktivitäten kundtun und sich in eine Mailingliste eintragen. Ein weiterer Folder gibt allgemeine Hinweise. Wo sind die WCs, wohin mit den Kindern (“Children’s noises are always welcome!”), wie funktioniert das Abendmahl praktisch (“Gluten-free bread is available on the far right side”) usw. Bei einem Umschlag und einem in knalligem Orange eingeschweißten Zettel geht es um Geld. In dem Umschlag kann man, ergänzend zur oder, wie ausdrücklich belehrt wird, anstelle der üblichen

133 Mail von Prof. Dr. Harald Schwalbe, einem der Macher, vom 18.1.2016. Mittlerweile hat eine Kerngruppe 350 (!) Interviews ausgewertet. Schon jetzt steht fest, dass dieser Visionsprozess zum Nachmachen einlädt, und zwar nicht nur katholische Kirchengemeinden.

134 So Pross, Interview

135 /users.informatik.haw-hamburg.de/~ubicomp/arbeiten/master/neufeldt.pdf

136 Ingmar Neufeldt kommt unter dem Titel „Externe digitale Kommunikation kirchlicher Einrichtungen in Deutschland“ (Anm. 21) zu einem nicht unerwarteten, gleichwohl ernüchternden Ergebnis: „Befasst man sich mit der Haltung der Internetgemeinde bezüglich der deutschen Glaubens- und Religionslandschaft, so fällt das Resümee weitestgehend negativ oder skeptisch aus. Dies mag daran liegen, dass sich die Kirchengemeinden und die großen deutschen Kirchen im Internet bisher nicht besonders gut platziert haben.“

Spendensammlung mit einem Klingelbeutel, Geld spenden und dabei eine von drei Möglichkeiten ankreuzen: generelle Spende, spezielle Spende für eine der Gemeindeaktivitäten oder spezielle Spende zu einem individuellen Zweck. Der orange Zettel fordert zu monatlicher, vierteljährlicher oder jährlicher Spende auf. Der Spendenaufforderung vorweggestellt ist das Gemeindemotto.

In Deutschland gibt es neuerdings interessante, von Kirchengemeinden nutzbare Angebote jenseits von Facebook, aber das Verständnis dafür, dass auch so Gemeindekommunikation betrieben werden kann¹³⁷, ist (noch) mangelhaft ausgebildet.

Über die Bande kommunizieren

„Um gehört zu werden, wäre Kommunikation über die Bande vorteilhaft für die Kirche. Es geht um Menschen des öffentlichen Lebens oder aus dem Medienbereich, die glaubwürdig zu mir als Kirche passen und meine Botschaften in die Öffentlichkeit transportieren.“¹³⁸.

Ebenso wie der Auf- und Ausbau der digitalen Kommunikation liegt auch in dieser Empfehlung des Pforzheimer Medienwissenschaftlers Jörg Tropp eine Riesenchance, nutzbar für jede Kirchengemeinde. Beachtet werden müssen die Vulnerabilität von VIPs einerseits und die notwendige wechselseitige „Passung“ andererseits. Dies betrifft auch die journalistischen Fähigkeiten des kirchgemeindlichen Personals. Mancher Pastor hält sich irrtümlich für einen guten Interviewer oder Moderator, bloß weil er stotterfrei predigen kann. Die Fähigkeit zu journalistischer Präsenz ist nicht angeboren, sondern trainiert. Glaubensthemen sind gewiss delikate Themen, gleichzeitig –wenn es gut läuft- aber auch ergreifende.

„Über die Bande spielen“ bedeutet aber nicht nur, andere für sich sprechen zu lassen. Es kann auch so verstanden werden, dass der direkte Weg zum Entscheider, bei dem man etwas erreichen möchte, z.B. ein Kommunalparlament, oft nicht der kürzeste im Sinne von effektivste ist. Der Weg über die Lokalzeitung, um beim Beispiel zu bleiben, öffnet die Gehörgänge der Entscheider für das Anliegen, zumal wenn die Bereitschaft zur Vertiefung eines öffentlich auszutragenden Konflikts, jedenfalls dann, wenn man gute Argumente in der Hand hat, gleich mitgeliefert wird.

¹³⁷ Ich beziehe mich auf Gespräche mit Pastoren, die auf den Hinweis auf die seit Ende 2015 im Netz befindliche Plattform nebenan.de, die Gruppenbildung innerhalb abgegrenzter Bezirke zulässt, mit Ratlosigkeit reagierten. „Was hat das mit uns zu tun?“ Es käme darauf an, jetzt gute Beispiele zu sammeln und auszuzeichnen so wie es Chrismon in Wettbewerben zu herausragenden Gemeinden getan hat und dann nicht Eigenes zu stricken, sondern zu kooperieren. Der Wert liegt sowohl in der gemeindeeigenen Plattform als auch in der lokal abgegrenzten Vernetzung zu allen Nachbarn.

¹³⁸ Tropp, Interview

Ein Beispiel: Inspire Chemnitz ¹³⁹

Acht Menschen haben 2013/14 auf ehrenamtlicher Basis Inspire gegründet. Es liegt an der früheren Prachtstraße Brühl, zwischendurch völlig heruntergekommen und gerade in der Vollsanierung. Inspire lässt sich vielleicht am besten als ein Café im Westernstil beschreiben, mit Bar und Bühne in zwei Räumen auf 100 Quadratmetern. Jeder der acht aus dem Kernteam gibt wöchentlich 4 Stunden in das Projekt, das ist die Grundlage für die Veranstaltungsangebote.

Barry Sloan ist einer von zwei Leitern. Im Hauptberuf leitet er die Evangelisation der evangelisch-methodistischen Kirche, die in Deutschland 60 Tausend Mitglieder hat. Er ist viel unterwegs, wollte aber in Chemnitz, wo er schon über zehn Jahre als Pastor tätig war, wohnen und verankert bleiben.

Die Leitworte von Inspire heißen

-Herzen berühren, -Menschen bewegen, -Brühl beleben.

Sie stehen an einer bunten Wand neben der Theke, zusammen mit Bildern und Sprüchen. Ein Spruch lautet

„Ich bin inzwischen so gut im Stolpern, dass es aussieht, als würde ich durchs Leben tanzen.“

Auf der gegenüberliegenden Seite ein Spruch auf Holz Und im Westernstil:

„Lord, give me COFFEE to change the things I can change and WHISKEY to accept things I can't.“

Auf einem ähnlichen Holzbrett ist über INSPIRE zu lesen:

„Wir arbeiten mit Hingabe und Leidenschaft und freuen uns über Kreativität und Innovation. Wir glauben an ein Miteinander und Füreinander. Wir lassen uns von jedem einzelnen inspirieren. Wir haben eine Vision und Freude an dem, was wir tun. Wir glauben an Gott scheuen und uns nicht davor, Großartiges zu erwarten.“

Auf einen dritten Schild lesen wir:

„Loslassen- Nichts macht reicher.“

Ein weiteres lautet:

„Schokolade ist Gottes Entschuldigung für Broccoli.“

¹³⁹ Besuch bei Inspire, Chemnitz Gespräch mit Barry Sloan, 16.9.2015

Wenn man Sloan fragt, warum er sich für diesen Stadtteil einsetzt, sagt er, ich bin Pastor und wohne hier. Ich möchte etwas im Brühl bewegen und eine Community bauen.

Mit Bethanien-Stiftung als Träger wird eine Sozialpädagogin und für INSPIRE KIDS angestellt. Bethanien stellt auch einen renovierten Zirkuswagen zur Verfügung. Mittwochs ist ein Kindertreff, ein Bauwagen soll in Winter helfen, dass die Kinder heraus können und sich gleichzeitig immer mal wieder aufwärmen können. Zweimal im Monat gibt es am Sonntag Brunch, dazu bringt jeder etwas mit (bring & share brunch). Hin und wieder gibt es einen englischen Gottesdienst. Sonntags ist mitunter Dienst-Tag, dann wird das Quartier verschönt, zum Beispiel durch Bepflanzung und Anlegen von Grünanlagen, neuerdings auch einen Kräutergarten.

Jetzt kommen auch Flüchtlinge, die in der Nähe einquartiert wurden zum Ärger ihrer Nachbarn. Auf Wunsch der Stadtverantwortlichen gab es eine Aussprache hierüber im Inspire und als Ergebnis die Bitte an Barry Sloan zu helfen. Die Flüchtlinge sollen Deutschunterricht erhalten. Einige haben sich auch schon an Aktionen beteiligt.

Sloan, der Ire ist, spricht in seinem Vorgehen von Benediction und Contradiction, die er zu geben habe. Das ist zum einen die Botschaft „Fürchte dich nicht“. Die andere Botschaft lautet: „Von nun an bitte anders.“

Sloan berichtet, dass er sich bei Rundfunkinterviews oft gehemmt fühle. Denn er frage sich, was werden meine Nachbarn dazu sagen? Wie bleibe ich glaubwürdig? Wenn ich sage, eigentlich ist mein Anliegen, die Menschen zu Gott zu führen, dann ist Inspire ein Vorwand, streng genommen eine Täuschung wie ein trojanisches Pferd, und das ist Inspire nicht. Ich habe aus diesem Grund auch darauf verzichtet, mit Inspire auf einer DVD von Fresh Ex vertreten zu sein.

Fazit: Inspire ist Salz der Erde. Inspire ist Diesseits-Theologie ohne das Jenseits zu leugnen. Die Wirksamkeit entfaltet sich dann, wenn die Macher aus Überzeugung sich auf auch religiöse Zielsetzungen beschränken: Herzen berühren, Menschen bewegen, das Quartier beleben.

Momentum nutzen

Mit einem steilen Zitat des Düsseldorfer Hochschullehrers Rainer Zimmermann möchte ich ins Schlusskapitel einsteigen.

„Es muss irgendwann mal wieder ein Momentum entstehen. Man hat seit langem das Gefühl, die ganze Geschichte wird verwaltet, herunter verwaltet, sie schrumpft und schrumpft. Man muss Aktivismus machen, man braucht die grüne Wiese, man muss mit dem Alten brechen,

einen Neuanfang machen. Man braucht eher die Figur des Aktivisten denn die Figur des Funktionärs“ ¹⁴⁰

Eine Kirchgemeindeversammlung ließe sich mit diesem Zitat in eine lebhafte und möglicherweise kreative Debatte ziehen, sofern Debattenkultur in der Gemeinde bereits verankert ist. Aus meiner Erfahrung weiß ich: Es geht hier nicht um das Spannungsverhältnis von Haupt- und Ehrenamt, das viele innerkirchlichen Debatten durchzieht. Funktionäre und Aktivisten befinden sich nämlich auf beiden Seiten. Es geht auch nicht um einen Aufruf zum Aktivismus um des Aktivismus willen. Der Start zu Neuem oder zur Intensivierung von Bewährtem kann auch in einer Kirchengemeinde nur begrenzt stimuliert werden. Das Momentum, die Chance zum Zugreifen, muss da sein. Wer aber nicht auf diese Situation vorbereitet ist, wird sie verpassen. Es ist wie Bismarcks berühmter Mantel der Geschichte, den es zu ergreifen gilt. Der Aufbruch in Sachen religiöser Kommunikation ist zielorientiert: Mit mehr Menschen mehr tun wollen. Der Hebel ist die Kommunikation, die im Kampf um Aufmerksamkeit Regelbrüche nicht scheut, wenn diese zur Neudeutung des Bewährten und damit zu neuer Begeisterung für den Glauben führen.

Jede Kirchengemeinde hat einen weiten Wirkungsraum. Es ist der Raum der Bürger- und Zivilgesellschaft, in der Kirche umso willkommener ist, je mehr sie sich auf sich selbst besinnt und gleichzeitig aus sich herausgeht.

Eigen- und Gemeinwohlausrichtung verbinden

Könnten Kirchen Eigen- und Gemeinwohlinteresse verbinden? Hier hilft das Konzept Corporate Social Responsibility in der Version von Mark Kramer und Michael Porter¹⁴¹, übrigens auch dann, wenn man nicht der Ansicht ist, dass eine CSR Verpflichtung für alle Organisationen, unabhängig von ihrer Organisationsform, gilt. Denn auch als Analogie ist der Ansatz diskussionswürdig.

Kramer/Porter meinen, dass eine Art Kuppelproduktion von Eigen- und Gemeinwohlinteresse, wenn sie wirklich ausbalanciert ist, für alle Beteiligten die besten Ergebnisse bringt. Der Wandel vom halbherzigen zum vollen Akteur von Corporate Social Responsibility (CSR) vollzieht sich dann, wenn Unternehmen ihr gesellschaftliches Engagement *„nicht länger defensiv formulieren, das heißt als moralische Sondersteuer für tatsächliche oder vermeintliche Sünden“, sondern als „eine Art Kuppelproduktion von unternehmerischem und*

140 Zimmermann, Interview

141 Der Shared-Value-Ansatz stammt von den Harvard-Wissenschaftlern

Michael Porter und Mark Kramer. Harvard Business Review 12/2006 Mehr dazu bei

<https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility> (Zugriff 7.5.2015)

gesellschaftlichem Nutzen“¹⁴² verstehen, wie Frank Trümper, früher bei der Deutschen Bank für CSR verantwortlich, unter Bezug auf Porter und Kramer schreibt.

Übersetzt auf Kirchen bedeutet das: die Institution Kirche soll ihre Öffnung zur Gesellschaft nicht nur aus der eigenen Interessenlage heraus betreiben, aber zugleich auch nicht meinen, der Verzicht auf jegliches Eigeninteresse sei von ihr verlangt und sei das ethisch Gebotene.

Das eine wäre PR und Marketing in verschleiernem Gewand und nur behauptete Wahrnehmung von CSR, „Zuckerguß-Caritas“, wie es Maritta Koch-Weser von Earth 3000 nennt¹⁴³. Im zweiten Fall beschränkt fehlendes Eigeninteresse die Wirksamkeit. Es ist die Kuppelproduktion zwischen dem kurzfristigen Eigeninteresse der Organisation und einem Gemeinwohlinteresse, das in der Langfristperspektive ebenfalls dem Akteur nutzt.

Der spezifische Beitrag von Kirchengemeinden in der lokalen Zivilgesellschaft: Sieben Aspekte

Eingangs war von tragfähigen Sorgearrangements im Sozialraum die Rede. Flüchtlingshilfe als Unterfall einer, wie Wegner es nennt, *Utopie des inklusiven Sozialraums*.¹⁴⁴ Was kann dabei der spezifische Beitrag von Kirchengemeinden sein?

1. Eine Kirchengemeinde, die als „**Wärmestube**“¹⁴⁵ des Einzugsgebiets“ dient, ist, den Begriff in allen Bedeutungen verstanden, nicht das schlechteste.
2. Eine Kirchengemeinde, die ihre **Räume öffnet**, um zivile Auseinandersetzungen zu ermöglichen, schließt an die wichtige Rolle der Kirchen in der Schlussphase der DDR an. („Robuste Zivilität“ ermöglichen¹⁴⁶, der „Destabilisierung des Lebensgefühls“ entgegenwirken, indem akzeptiert wird, „dass es tatsächlich Gründe gibt, sich vor der Zukunft zu fürchten.“¹⁴⁷)
3. Eine Kirchengemeinde, die sowohl den **religiösen Dialog** zu allen Religionsgemeinschaften vor Ort fördert, gleichzeitig sich aber als **konfliktbereiter Vertreter christlicher Interessen** verdeutlicht, begibt sich damit nicht in unauflösbare Widersprüche, sondern zeigt Profil und übernimmt Aufgaben, etwa in dem Schutz christlicher Flüchtlinge vor Übergriffen in Flüchtlingsheimen, die der Staat so nicht wahrnehmen kann.

142 Frank Trümper, Perspektive Zivilgesellschaft, Gesellschaftliche Verantwortung als kollektiver Lernprozess, in Michael Wedell (Hrsg.), Die Bank in der Gesellschaft, Das Engagement der Dresdner Bank, Frankfurt 2009, S.45

143 Maritta Koch-Weser zit. nach Henning von Vieregge, Der Ruhestand kommt später, Frankfurt 2012, S. 231

144 Wegner (2016) S.81

145 Wegner (2014) S.8

146 Den Begriff brachte Timothy Garton Ash in die Diskussion

147 Heinz Bude im ZEIT-Interview vom 12.1.2017 S.21

4. Eine Christengemeinde, die Flüchtlingen ein Schutz- und Lernort gleichermaßen ist, und aktiv hilft, Migranten zu **beheimaten**, tut damit auch etwas für sich. Sie verändert sich und bewahrt in einem.
5. Eine Kirchengemeinde, die Neuankömmlingen anderer Religionsgemeinschaften verdeutlicht, dass ihre neue Heimat in einer langen christlichen Tradition und in christlicher Praxis steht und die hiesige Gesellschaft überwiegend nicht gottvergessen und Werten gegenüber gleichgültig ist, schafft **Orientierung in der Offenen Gesellschaft**.¹⁴⁸
6. Eine Kirchengemeinde, die sich um die Belange des Quartiers kümmert, verbessert die Lebensqualität im Quartier und **stärkt Bekanntheit und Reputation** von Religion, Christentum und Kirche.
7. Eine Kirchengemeinde, die sich den **modernen Formen von Engagement öffnet**, gewinnt Sympathisanten, die sonst als Glaubenszweifler oder Indifferente den Weg nicht in die Kirche gefunden hätten¹⁴⁹.

Dass Techniken der Kommunikation im Wettbewerb mit anderen sinnstiftenden, unterhaltenden und Helfensbedürftigkeit fördernden Organisationen sollten, habe ich dargelegt¹⁵⁰. Auch dabei geht es in erster Linie um Vertrauensbildung und Beheimatung. Beides braucht Zeit und geht in erster Linie über Direktkontakte.

Fazit

Und zum letzten Mal der Schwenk auf die Leitfrage und der Versuch einer Antwort: Flüchtlingshilfe als Chance für Gemeinden? Ja, aber nur dann,

- wenn innerhalb der Gemeinde ein vitales Miteinander besteht, man sich also kennt und vertraut, und es Konsens gibt über die Frage der Außenorientierung, oder besser, der aktiven Orientierung in das und aus dem lokalen Umfeld heraus. Diese Ausrichtung ist insoweit tiefgreifend, als sie sich freimacht, alle Gemeindeaktivitäten unter dem Gesichtspunkt zu bewerten, was sie beitragen zur Transformation des Mitglieds zum treuen Gottesdienstbesucher als alleingültigem Erfolgsmaßstab.

148 In einem Projekt des Bildungswerks der hessischen Wirtschaft haben wir dies in den 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts mit jungen Türken, die im Rahmen der Familienzusammenführung gewissermaßen frisch nach Deutschland kamen, praktiziert, indem wir Pfarrer überzeugten, nicht ihr Konzept von Integration o.ä. mit den jungen Leuten zu bereden, sondern schlicht und eindrücklich zu erklären, was in einer Kirche für Glaubensfremde zu erklären ist. Das Ergebnis war überzeugend.

149 Zwei Wege sollten angeboten werden: über Glauben zur Bindung oder über Bindung zum Glauben. In beiden Fällen ist die Entscheidung eine freiwillige. Erfolgt sie nicht, sollte alles getan werden, damit der Betreffende den Kontakt nicht abbricht.

150 Vgl. auch Henning von Vieregge, Das Evangelium unter die Leute bringen - Wie Kirchengemeinden effektiver kommunizieren: Neun Empfehlungen Juni 2016 (im Netz verfügbar)

- Diese breitere, von außen nach innen gerichtete Ausrichtung, die die Komplexität postsäkularer Lebensverhältnisse versteht und akzeptiert, muss DNA der Gemeinde sein.
- Das bedeutet aber nicht den Verzicht auf Eigeninteresse der Institution Kirche und der Kirchengemeinden vor Ort¹⁵¹.
- Projekte, eigene und solche in Kooperation mit anderen christlichen und säkularen Akteuren der lokalen Zivilgesellschaft, werden definiert und durchgeführt.
- Kirche kommt auch als Verbindungsbrücke zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft infrage.

Es gibt drei Gewohnheiten, die zu überwinden sind, „*wenn die Basis die Kirche wieder in die Hand nimmt*“, wie ein für das Reformations-Jubiläum Verantwortlicher formulierte¹⁵².

Erstens müssen in den Gemeinden Fans und Sympathisanten für die gemeinsame Glaubens-Sache innerhalb der jeweiligen Kirchengemeinde gefunden, ermutigt und auf den Weg in die Zivilgesellschaft geschickt werden. Kühles unpersönliches Nichtmiteinander innerhalb der Gemeinde war gestern.

Zweitens muss in der Bekanntheits- und Sympathiewerbung vor Ort weit und ideenreich ausgegriffen werden. Nur-Mitgliederkommunikation war gestern.

Drittens arbeiten alle kirchlichen Organisationen in einem lokalen Netzwerk eng und zielgenau zusammen, die Diakonie ist ebenso wie die Nachbargemeinde ein Teil davon. Isolierter Aktionismus war gestern

Ich zitiere exemplarisch für diese Christenhaltung aus zwei modernen Kirchenliedern. Dieter Trautwein (1928-2002) war Propst in Frankfurt. Die Zeilen des Liedes „Komm Herr segne uns“ lauten:

*Nie sind wir allein
Stets sind wir die Deinen
Lachen oder Weinen
Wird gesegnet sein.*

151 Eigeninteresse könnte sein, ein abgestimmtes Aktivitätennetz in der Stadt aufzuspannen, in der Gemeinden Zusammenwirken, dabei Projekte über Spenden oder auf anderen Wegen finanzieren zu lassen und somit den von der Kirchenleitung in vorwegnehmender Resignation eingeleiteten Rückzug aus der Fläche obsolet zu machen. Als z.B. die Hoffnungsgemeinde aufgelöst und die direkt neben der Frankfurter Messe gelegene Kirche verkauft werden sollte, entfaltete die Gemeinde bis dato ungeahnte Vitalität; sie besteht bis heute. Ein herausragendes Beispiel ist die Bonner Stiftung Rheinviertel von Pfarrer Wolfgang Picken, statt Rückzug gibt es dank der Stiftung und ihres ungemein erfolgreichen Vorstandsvorsitzenden und obersten Geldeinsammlers eine Fülle bundesweit herausragender Aktivitäten, die in eine abgestimmte Gesamtstrategie zusammenfließen.

152 Jeffrey Myers, Pastor bei der EKHN, stellv. Beauftragter im Projektbüro der Reformationsdekade, in: Wir stehen an der Schwelle, Interview in der Allgemeinen Zeitung, Mainz, vom 31.10.2016 S.3 „Das Modell von Kirche, das wir jetzt haben, wird sich ändern. Ich denke, die Basis wird es wieder in die Hand nehmen und eine neue Kirche gestalten. Die Form ist noch nicht abzusehen.“

Wer sich so geborgen fühlt, ist gegen Lebensunwetter gewappnet. Das zweite Beispiel stammt vom Jenaer Theologieprofessor Klaus-Peter Hertzsch (1930-2010) aus 1989, ebenfalls im aktuellen evangelischen Gesangbuch zu finden.

*Vertraut den neuen Wegen
Wer aufbricht, der kann hoffen
In Zeit und Ewigkeit. Die Tore stehen offen
Das Land ist hell und weit.*

Hier geht es sogar um eine ausdrückliche Aufmunterung zur Veränderung, ob nun privater oder gesellschaftlicher Natur, die Hoffnung und Stärke gibt.

„Wir brauchen etwas wie eine Wiedererwärmung der Gesellschaft, einen zivilgesellschaftlichen Aufbruch, von dem wir noch nicht wissen, wie wir den zustande bekommen aber es ist ganz klar, dass wir ihn brauchen.“¹⁵³ Ich widerspreche der Aussage des geschätzten Theologen und Soziologen Reimer Gronemeyer: Wir sind mittendrin im zivilgesellschaftlichen Aufbruch. Die Praxis ist schneller als die Theorie. Auch in der evangelischen Kirche haben das spätestens mit der Flüchtlingseinwanderung viele Aktive bemerkt und mutig und entschlossen Ungewohntes erprobt. Ob das Ungewohnte integriert oder ausgestoßen wird, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht zu beantworten. Möglich ist beides, auch nebeneinander.

153 Gronemeyer, Interview

Literaturliste:

Michael Alberg-Seberich, Holger Backhaus-Maul, Stefan Nährlich, Andreas Rickert, Rudolf Speth, *Über die Zukunft von Engagement und Engagementpolitik*, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ) Nr14-15, 2015 S.16

Hans Christian Brandy im Vorwort zu Philipp Ehlhaus, Christian Hennecke (Hrsg.), *Gottes Sehnsucht in der Stadt*, Würzburg 2011, S. 10,

Stefanie Brauer-Noss, *Die Öffnung der Kirche in die Gesellschaft hinein, Reformprozesse in der evangelischen Kirche in Deutschland*, in: Evang.Theol, Heft 1, 2016 S. 7-20, hier S.10

Jose Casanova in; Matthias Lutz-Bachmann (Hg.), *Postsäkularismus. Zur Diskussion eines umstrittenen Begriffs*, Frankfurt a/M 2016

Philipp Elhaus, Matthias Wöhrmann (Hg.), *Wie Kirchengemeinden Ausstrahlung gewinnen, Zwölf Erfolgsmodelle*. Göttingen 2012

Adalbert Evers, Thomas Klie, Paul-Stefan Roß, *Die Vielfalt des Engagements. Eine Herausforderung an Gesellschaft und Politik*, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ) Nr14-15, 2015: 3-9

Adalbert Evers, Anna Wiebke Klie, *Flüchtlinge und Engagement*, in: Thomas Klie, Anna Wiebke Klie (Hrsg.): *Engagement und Zivilgesellschaft - Expertisen und Debatten des Zweiten Engagementberichts der Bundesregierung*. Wiesbaden: Springer VS 2017

Deutscher Bundestag, Drucksache 18/10210, *Siebter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland*, 2017a,
abrufbar unter: <http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/18/102/1810210.pdf>

Deutscher Bundestag, Drucksache 18/11800, *Zweiter Engagementbericht Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung*, 2017b, Abrufbar unter: www.zweiterengagementbericht.de/

Christian Hennecke, *Wenn die, Kirche über den Jordan geht, Expeditionen ins Land der Verheißung*, Münster 2011

Martin Horstmann, Elke Neuhausen, *Mutig mittendrin, Gemeinwesendiakonie in Deutschland*, Eine Studie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD, Berlin 2010

Ansgar Klein, *Grundlagen und Perspektiven guter Engagementpolitik*, in: APuZ Nr.14/15/2015 vom 30.3.2015

Maritta Koch-Weser zit. nach Henning von Vieregge, *Der Ruhestand kommt später*, Frankfurt 2012, S. 231

- Jürgen Kocka, Ursula Staudinger, *Gewonnene Jahre: Empfehlungen der Akademiegruppe Altern in Deutschland*. Altern in Deutschland, Band 9. Halle (Saale): Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft S.93, 2009
- Uta Pohl-Patalong und Eberhard Hauschildt, *Kirche verstehen*, Gütersloh 2016,
- Robert. D. Putnam, *Bowling allein*, Ney York 2000
- Rupert Graf Strachwitz, *Achtung vor dem Bürger, Ein Plädoyer für die Stärkung der Zivilgesellschaft*, Freiburg 2014, insbesondere S.62ff
- Rupert Graf Strachwitz, *Kirchen auf dem Weg in die Zivilgesellschaft*, in: Forschungsjournal Soziale Bewegungen, Nr. 1-März 2015 S.28-37
- Frank Trümper, *Perspektive Zivilgesellschaft, Gesellschaftliche Verantwortung als kollektiver Lernprozess*, in Michael Wedell (Hrsg.), *Die Bank in der Gesellschaft, Das Engagement der Dresdner Bank*, Frankfurt 2009, S.45
- Henning von Vieregge, *Das Evangelium unter die Leute bringen Wie Kirchengemeinden effektiver kommunizieren: Neun Empfehlungen*, in Hessisches Pfarrblatt Nr. 3/2016 Im Netz abrufbar http://www.ekkw.de/pfarrverein/pfarrblatt/pfarrerblatt_03-2016.pdf
- Henning von Vieregge, *Von der Anstalt zum Akteur: Kirchengemeinden mit noch mehr Engagement. Der Pfarrer, der Affe und der Ehrenamtler*, in Hessisches Pfarrblatt Nr. 2/2017 Im Netz abrufbar www.ekkw.de/pfarrverein/pfarrblatt.html
- Henning von Vieregge, *Vertrauensbildung und Beheimatung, Flüchtlingshilfe als Chance für Kirchengemeinden*, in Hessisches Pfarrblatt Nr. 5/2017 Im Netz abrufbar: www.ekkw.de/pfarrverein/pfarrblatt.html
- Fabian Vogt, *Die neue Reformation*, Asslar 2012
- Gerhard Wegner, *Religiöse Kommunikation und Kirchenbindung*, Leipzig 2014 S.30 unter Verweis auf Philipp Ehlhaus/Matthias Wöhrmann (Hrsg.), *Wie Kirchengemeinden an Ausstrahlung gewinnen, Zwölf Erfolgsmodelle*, Göttingen 2012
- Gerhard Wegner, *Religiöse Kommunikation und soziales Engagement, Die Zukunft des liberalen Paradigmas*, Leipzig 2016 S.726
- Irvin D. Yalom, *Das Spinoza-Problem*, München 2013 S. 432
- Paul Hermann Zellfelder, *Zur gesellschaftsdiakonischen Bedeutung von Kirchengemeinden*, in Volker Hermann /Martin Horstmann (Hrsg.), *Wichern III – Gemeinwesendiakonische Impulse*, Neukirchen 2010, S. 66-75, hier S.70

Übersicht zu den geführten Interviews:

Klaus Peter Schulz, Interview vom 9.9. 2015. Schulz war Mediamanager, Agentur- und Medienvermarkterchef und gilt als versierter Kenner der Mediabranche. Er ist heute Berater und Vorsitzender des Verbandes der Medienagenturen OMG. Pross, Interview

Manfred Schüller, Interview vom 19.9. 2015. Schüller ist Mitgesellschafter der Hamburger Werbeagentur

Lars Harden, Interview vom 31.8. 2015, Hochschullehrer, Chef der Hannoveraner Agentur Aserto, und strategischer Berater kirchlicher Einrichtungen, Professur für Unternehmensberatung, insbes. Kommunikationsberatung für kleine und mittelständische Unternehmen an der Hochschule Osnabrück

Rupert Graf Strachwitz, Interview 4.12. 2016, Seit 1997 ist er Direktor des Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft, Vorstand der Maecenata Stiftung. Er publiziert viel zu Themen Zivilgesellschaft, Bürgerschaftliches Engagement, Religion und Zivilgesellschaft, Philanthropie, Stiftungswesen sowie zu europäischen Themen publiziert.

Carsten Müller-Meine, Interview vom 9.9. 2016, M. ist Geschäftsführer der Ehrenamtsagentur Trier und Sprecher der Landesarbeitsgemeinschaft der Kontaktstellen in Rheinland-Pfalz

Barry Sloan, Gespräch vom 16.9.2015 im Rahmen eines Besuchs bei Inspire, Chemnitz. S. ist im Evangelisationswerk der evangelisch-methodistischen Kirche in Deutschland tätig

Reimer Gronemeyer Interview vom 1.6.2016

Ansgar Klein, Interview vom 12.11.2015. K. ist Geschäftsführer des Bundesnetzwerks bürgerschaftliches Engagement (bbe) und einer der Herausgeber des Forschungsjournals Soziale Bewegungen

Gerhard Mutter, Interview vom 25.9. 2015, M. ist Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender Die Crew, Stuttgart.

Günter Käfer, Interview vom 3.11.2015. Käfer ist Direktor am Institut für Markenkommunikation IMK und Inhaber kaefermarkengenom

Eva Jung, Interview vom 10.9. 2015. J. ist Gründerin und Chefin der Hamburger Agentur gobasil.

Dieter Schulze van Loon, Interview vom 11.9.2015. Er ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur Orca van Loon, Hamburg.

Sebastian Turner, Interview vom 1.10.2015. Turner ist Herausgeber des „Tagesspiegel“, Aufsichtsrat der Mediengruppe Dieter v. Holtzbrinck, war Mitgründer von Scholz & Friends, Berlin. Er ist Honorarprofessor an der Hochschule der Künste.

Rainer Zimmermann, Interview vom 3.11.2015. Er war in deutschen und europäischen Führungspositionen in Werbe- und PR-Agenturen und ist seit 2005 Professor für Strategie, Design und Kommunikation an der Hochschule Düsseldorf.

Guido Zurstiege , Interview vom 2.10.2015, Zurstiege, ist Professor für Medienwissenschaft (Schwerpunkt: Empirische Medienforschung) an der Eberhard Karls Universität Tübingen

Reihe Opuscula

Frei verfügbar auf www.opuscula.maecenata.eu

2015	Nr. 83	Vom Sterben und Stiften Eine Untersuchung zu Bedeutung und Potenzial des Stiftungswesens für die Hospizarbeit in Berlin <i>Titus Laser</i>
	Nr. 84	Are Foundations For Ever? Sind Stiftungen ewig? <i>Rupert Graf Strachwitz</i>
	Nr. 85	The Role of Foundations in German Higher Education A Case Study on the Influence of Foundations on Teaching at Universities <i>Julia Reis</i>
	Nr. 86	Stiftungen in den sozialen Medien Eine Betrachtung anhand ausgewählter Mitglieder des Berliner Stiftungsnetzwerkes <i>Jacqueline Hoffmann, Julia Meißner</i>
	Nr. 87	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Zivilgesellschaft Über den Einfluss des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beim Aufbau einer Zivilgesellschaft nach dem Zweiten Weltkrieg in der BRD <i>Jasmin Heyer</i>
2016	Nr.88	Die Schirmherrin Zur Geschichte der Schirmfrau <i>Gunter Stemmler</i>
	Nr.89	Bewegter Ruhestand: Ehrenamt im Rentenalter Eine empirische Betrachtung im Gesundheitsbereich <i>Luise Burkhardt</i>
	Nr. 90	Die Gründung der Stiftungsuniversität Frankfurt am Main Ausdruck des Protests gegen die preußische Staatsmacht? <i>Claudia Eller</i>
	Nr. 91	Der Einsatz von ehrenamtlichen Mitarbeitern in deutschen Museen <i>Franziska Götz</i>
	Nr. 92	Zivilgesellschaftliche Akteure und die Betreuung geflüchteter Menschen in deutschen Kommunen <i>Rudolf Speth, Elke Becker</i>
	Nr. 93	Kulturstiftungen im Wandel? Konsequenzen für die Förderung von Kunst und Kultur in Deutschland <i>Andrea Wenger</i>
	Nr.94	Hospizbewegung und Stiftungen Zur Institutionalisierung der Hospizarbeit und den Potenzialen von Stiftungen, im Rahmen dieser Entwicklungen.
	Nr. 95	Voluntary work in Germany and Norway: a comparative study <i>Nina Antonov</i>
2017	Nr. 96	(Un-)Abhängigkeit operativer Stiftungen? Eine organisationssoziologische Betrachtung am Beispiel der Stiftung Studienfonds OWL <i>Linda Hagemann</i>
	Nr. 97	Mission Investing – Hype oder Revolution des Stiftungssektors? Zweckbezogenes Investieren als strategische Option für Stiftungen im Niedrigzinsumfeld <i>Phillip Kratschmer</i>
	Nr. 98	Islamische Stiftungen in Deutschland <i>Sarah Echter, Linda Mattes</i>
	Nr. 99	Foundation owned firms a comparative study of stakeholder approaches <i>Matthias Draheim, Günter Franke</i>
	Nr. 100	Visualizing the knowledge of Voluntary and Nonprofit Sector Research: Panorama and Foundation <i>Min Chen, Chao Min</i>
	Nr. 101	Transparenz in deutschen Sportstiftungen Eine Untersuchung anhand der Kriterien der "Initiative Transparente Zivilgesellschaft" <i>Oliver Grubert, Matthias Kasper, Daniel Priller</i>
	Nr. 102	Zivilgesellschaftliche Akteure in erinnerungskulturellen Projekten <i>Stephanie Alberding</i>
