

# Mission oder Kommunikation?

## Zur prinzipiellen Wechselseitigkeit protestantischer Kommunikationskultur

Vortrag von

Birgit Weyel

### 1. Zur prinzipiellen Wechselseitigkeit des Kommunikationsbegriffs

Kein anderer Begriff hat es zu annähernder Popularität in kybernetischen Konzepten der letzten 30 Jahre gebracht wie der der »Kommunikation des Evangeliums«<sup>1</sup>. Der Berliner Pfarrer und Praktische Theologe Ernst Lange brachte den Begriff der »Kommunikation des Evangeliums« 1964 als »Leitbegriff für die Reflexion christlicher Praxis«<sup>2</sup> in die praktisch-theologische Diskussion ein, indem er die durch die Dialektische Theologie mit dem Begriff ›Verkündigung‹ implizierte Einseitigkeit zugunsten der Gegenseitigkeit von Kommunikation überwindet. »Wir sprechen von Kommunikation des Evangeliums und nicht von ›Verkündigung‹ oder gar ›Predigt‹, weil der Begriff das prinzipiell Dialogische des gemeinten Vorgangs akzentuiert«<sup>3</sup>. Die damit von Ernst Lange zur Geltung gebrachte »Herausforderung für eine Theorie kirchlichen Handelns«<sup>4</sup>

1. Vgl. etwa R. Preul, *Kirchentheorie. Wesen, Gestalt und Funktionen der Evangelischen Kirche*, Berlin/New York 1997, darin: »Kirche als System der Kommunikation des christlichen Wirklichkeitsverständnisses« (153 ff.). Preul betont ausdrücklich, dass der Begriff der Kommunikation »auf die Einbeziehung und Beteiligung aller« (153) hinweist. Vgl. weiter – wenn auch mit je unterschiedlicher Akzentuierung: Ch. Bäuml, *Kommunikative Gemeindepraxis. Eine Untersuchung ihrer Bedingungen und Möglichkeiten*, München 1984; *Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern (Hg.), Das Evangelische Münchenprogramm (eMp)*, München 1998.
2. Ch. Bäuml, Art.: *Kommunikation/Kommunikationswissenschaft*, in: TRE 19, Berlin/New York 1990, 388.
3. E. Lange zitiert ebd.
4. So der Untertitel des Themenheftes PTh 86 (1997) H. 12: Ernst Lange \* 19.4.1927 seine Herausforderung für eine Theorie kirchlichen Handelns. Symposium in der Evangelischen Akademie Tutzing vom 9.-11. 4. 1997.

liegt darin, dass die Situation der Menschen, ihre Gedanken und Gefühle, ihre »religiösen Erfahrungen oder die Suche danach«<sup>5</sup> in den hermeneutischen Zirkel, der auf den Inhalt der christlichen Botschaft zielt, aufzunehmen sind. Nicht nur für die Predigt, sondern für die Kybernese insgesamt gilt, dass es keine aus den geschichtlichen Bedingungen menschlicher Kommunikation herausgenommene christliche Wahrheit<sup>6</sup> gibt, die dann erst in zweiter, nachgeordneter Weise auf die veränderliche Situation der Menschen appliziert werden könnte, sondern – in der Terminologie Ernst Langes – Tradition und Situation, – beide, sind konstitutiv für das, was zu kommunizieren ist.

Das Verhältnis von Tradition und Situation ist von Ernst Lange näherhin bestimmt worden. Tradition und Situation verhalten sich demnach nicht im additiven Sinne zueinander. Durch die Wechselseitigkeit der Bezugnahme im homiletischen Verfahren wird eine Dynamik in Gang gesetzt, in deren Vollzug sowohl Tradition als auch Situation neu erschlossen werden. Die Tradition wird zur aktuellen situationsgerechten Verkündigung und die Situation wird neu qualifiziert, weil sie in das Licht der Verheißung gerückt wird. Die Wechselseitigkeit des kommunikativen Aktes ist daher konstitutiv für die Gegenwartsrelevanz des christlichen Glaubens.

Diese Entdeckung der Wechselseitigkeit von Kommunikation für die Praktische Theologie kann kaum unterschätzt werden. Tatsächlich knüpft Praktische Theologie mit dem Leitbegriff der Kommunikation des Evangeliums an das für ihr Selbstverständnis als wissenschaftliche Disziplin unverzichtbare Programm einer »wirklichen Kenntnis des gegenwärtigen religiösen Lebens« (Paul Drews) wieder an, deren Ziel es ist, »die einseitige Orientierung der praktisch-theologischen Theorie an den binnenkirchlichen Religionsvollzügen aufzubrechen«<sup>7</sup>. So sehr die Theologie Ernst Langes von ihrer Sprache und ihrer Gedankenwelt her noch vom dialektisch-theologischen Denken bestimmt zu sein scheint, lässt sich doch nicht übersehen, dass durch die homiletischen Impulse eine programmatische Rückwendung zu den liberal-protestantischen Einsichten der Praktischen Theologie um 1900 vollzogen wurde, insofern der Lebenswirklichkeit der Menschen, ihrer gelebten Religion, im homiletischen Verfahren eine konstitutive Funktion zugewiesen und deren Wahrnehmung und Interpre-

5. *W. Gräß*, »Ich rede mit dem Hörer über sein Leben«. Ernst Langes Anstöße zu einer neuen Homiletik, in: a. a. O., 505.
6. Vgl. dazu *Ch. Landmesser*, Wahrheit als Grundbegriff neutestamentlicher Wissenschaft (WUNT 113), Tübingen 1999, bes. Teil IV, 427 ff.
7. *M. Kumlehn*, Praktische Theologie und Kirche: Warum gelebte Religion die Kirche braucht. Perspektiven einer praktisch-theologischen Kirchentheorie, in: *EvTh* 61 (2001), 354-365: 354. Vgl. auch: *ders.*, Kirche im Zeitalter der Pluralisierung von Religion. Ein Beitrag zur praktisch-theologischen Kirchentheorie, Gütersloh 2000.

tation als eine fundamentale Aufgabe kirchenleitenden Handelns verstanden wird.

»Predigen heißt: ich rede mit dem Hörer über sein Leben. Ich rede mit ihm über seine Erfahrungen und Anschauungen, seine Hoffnungen und Enttäuschungen [...]. Ich rede mit ihm über seine Welt und seine Verantwortung in dieser Welt [...]. Er, der Hörer, ist mein Thema, nichts anderes; freilich: er, der Hörer vor Gott.«<sup>8</sup>

Aufgrund der prinzipiellen Dialogizität der Predigt kann Lange diese daher auch grundsätzlich als »Kommunikationsbemühung«<sup>9</sup> beschreiben.

Der Begriff der Kommunikation ist in der Folgezeit nicht nur zu einem Leitbegriff für die Predigt geworden, sondern avancierte zum Leitbegriff der Kybernetik überhaupt. Der Begriff bot sich an, weil er, protestantischem Selbstverständnis gemäß und maßgebliche Traditionslinien aufnehmend, der Predigt eine zentrale Funktion zuwies. Gegenüber dem Begriff der Verkündigung verband sich mit ihm jedoch die Wechselseitigkeit, die die Hörerinnen und Hörer nicht als bloße Adressaten, sondern als wahre Gesprächsteilnehmer wahrzunehmen und zu respektieren versteht.

Der Begriff der Kommunikation hat in den letzten 30 Jahren eine wahre Konjunktur erlebt, wenn ihm auch mitunter – wie dies bei Leitbegriffen häufig der Fall ist – etwas Starres, Formelhaftes anhaftete, weil die Ausarbeitung und Konkretisierung dessen, was prinzipielle Wechselseitigkeit der Kommunikation tatsächlich heißt, häufig unterblieb. Gegenwärtig lässt sich jedoch beobachten, dass die prinzipielle Wechselseitigkeit des Kommunikationsbegriffes aus dem Blick zu geraten droht. Eine kybernetische Tendenzwende lässt sich wahrnehmen, die durch die Wiederkehr eines in den letzten drei Jahrzehnten eher selten<sup>10</sup> verwendeten kybernetischen Leitbegriffs, der der Mission bzw. der Evangelisation, markiert und befördert wird. Mission und Evangelisation – beide Begriffe, treten verstärkt an prominente Stellen in kybernetische Strategiepapieren und tendieren dazu, den Begriff der Kommunikation als Leitbegriff kirch-

8. E. Lange, Zur Aufgabe christlicher Rede, in: Predigen als Beruf. Aufsätze zu Homiletik, Liturgie und Pfarramt, hg. von R. Schloz, München 1982, 58.
9. E. Lange, Thesen zur Theorie und Praxis der Predigtarbeit, in: Chancen des Alltags. Überlegungen zur Funktion des christlichen Gottesdienstes in der Gegenwart, hg. von P. Cornehl, München 1984, 323. Über das in Anm. 4 genannte Themenheft hinaus ist als Sekundärliteratur zu Ernst Langes Homiletik zu nennen: J. Hermelink, Die homiletische Situation. Zur jüngeren Geschichte eines Predigtproblems (APTh 24), Göttingen 1992, 156-222 sowie K. Liedtke, Wirklichkeit im Licht der Verheißung. Der Beitrag Ernst Langes zu einer Theorie kirchlichen Handelns, Würzburg 1987.
10. Eine Ausnahme bilden Konzepte im Umkreis der Gemeindeaufbau-Literatur. Diese werden dargestellt bei E. Winkler, Gemeinde zwischen Volkskirche und Diaspora. Eine Einführung in die praktisch-theologische Kybernetik, Neukirchen-Vluyn 1998, 65 ff.

lichen Handeln zu ersetzen. Offensichtlich ist es eine als krisenhaft empfundene Situation, die nicht nur eine Fülle von kirchlichen Strategiepapieren und Erklärungen, sondern auch die Rückkehr zu Leitbegriffen wie Mission und Evangelisation herauszufordern scheint.

Im folgenden soll zunächst an einem Beispiel die hier skizzierte Entwicklung nachgezeichnet und illustriert werden. Die Leitbegriffe Kommunikation und Mission/Evangelisation sollen auf ihre Implikationen hin analysiert werden. In diesem Zusammenhang ist insbesondere die Frage nach ihrer Verhältnisbestimmung zu stellen. Der Fokus der Erörterungen soll auf der kirchlichen Kommunikationskultur in Berlin liegen. Die Werbekampagne eines Berliner Kirchenkreises bietet ein Beispiel für kommunikative Öffentlichkeitsarbeit. Schließlich ist danach zu fragen, wie der Protestantismus seine Kybernese künftig orientieren sollte.

## 2. Kybernetische Tendenzwende: Von der Wechselseitigkeit zur Einseitigkeit

### 2.1 *Brücken bauen*

Das kybernetische Konzept der EKD *Brücken bauen*, Anfang der 90er Jahre entwickelt, rückt den Begriff der Kommunikation mit ausdrücklicher Referenz auf Ernst Lange in das Zentrum kybernetischer Überlegungen. Kirchenleitung ist gleichbedeutend mit »Kommunikationsinitiative«. Ziel allen kirchenleitenden Handelns ist es, eine kommunikativere, d. h. aufgeschlossene, zugewandte, einladende, aufsuchende und nachgehende Kirche zu werden.

Die Einsicht in die Wettbewerbssituation weitgefächerter religiöser Angebote in der Gesellschaft bringt es mit sich, dass »Kommunikation« in kybernetischer Perspektive in erster Linie kirchliche Öffentlichkeitsarbeit bedeutet. Freilich erschöpft sich diese nicht allein in der Werbung. Programmatisch heißt es in *Brücken bauen*: »Wo das Image der Kirche aus erkennbaren und nachvollziehbaren Gründen nicht gut ist, hat es keinen Zweck, am Image zu polieren. Dann muss die Imagepflege nicht beim öffentlichen Bild der Organisation ansetzen, sondern bei der wirklichen Verfassung.«<sup>11</sup> Organisationsentwicklung heißt Mitgliederpflege: Einstellungen in der Binnenkirche verändern, um flexibler, agiler, unternehmerischer der großen Gruppe der treuen Kirchenfernen zu begegnen. Kommunikation soll mehr bedeuten als nur freundlicher, offener, gesprächsbereiter zu wirken. Für den Begriff der Kommunikation, wie er hier verwendet

11. *Brücken bauen. Eine Initiative der Evangelischen Kirche in Deutschland.* Hg. vom Projektbüro *Brücken bauen* beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e. V., 2. Aufl., Frankfurt a. M. 1994, Heft 1: Das Rahmenmodell, 18.

wird, ist die Überwindung von Einseitigkeit konstitutiv. Kommunikation ist »Gegenseitigkeit«, »Austausch«, »Wechselbeziehung«. In deutlicher Abgrenzung gegenüber dem dialektisch-theologischen Paradigma der Verkündigung heißt es: »Kommunikation ist nicht nur sagen, bekennen, bezeugen, sondern auch hören, wahrnehmen, empfinden.«(29)

Der Begriff der Öffentlichkeitsarbeit scheint zunächst ebenso wie manche andere Aussagen<sup>12</sup> eine eher kurzatmige, oberflächliche Kosmetik am Bild von Kirche in der Öffentlichkeit nahezulegen<sup>13</sup>. Tatsächlich empfiehlt *Brücken bauen* jedoch eine dreidimensionale, komplex strukturierte Kommunikationsinitiative. Mit der Öffentlichkeitsarbeit, der Kommunikation nach außen, ist zugleich eine Verbesserung der internen Kommunikation verbunden, die auf die Verbesserung der kommunikativen Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und der Dienste, Leistungen und Angebote zielt. Sowohl interne als auch externe Kommunikation werden flankiert durch eine thematisch orientierte Kommunikation, die das Religionsthema zum Gegenstand hat. Hier soll eine Verständigung über lebensweltliche Erfahrungen zustande kommen, das eigene Selbst-, Welt- und Gottesverhältnis thematisiert und der Entfaltung christlicher Inhalte Raum gegeben werden. Der thematischen Kommunikation kommt ein besonderer Stellenwert zu. Interne und externe Kommunikation sind bleibend auf diese bezogen, so dass sich *Brücken bauen* insgesamt als integrales Modell darstellt.

Die Bezugnahme auf Ernst Lange stellt keine bloß formale Referenz dar. Die Wechselseitigkeit seines Kommunikationsbegriffs ist mit in das kybernetische Modell hineingenommen.

Sie findet insbesondere in der hermeneutischen Bemühung ihren Ausdruck, die Religion im Leben der Menschen zu verstehen, »verschüttete Elemente des Glaubens auf[z]udecken, [...] mit den Menschen in deren eigener Erfahrungswelt, in deren Sprache und Empfindsamkeit die Spuren Gottes in ihrem Leben zu suchen, zu entdecken und zu verfolgen. Wir müssen die Botschaft von der Nähe des Reiches Gottes in Jesus Christus als Angebot des Lebens entschlüsseln in der Kombination, in dem Code, in der Sprache und Vorstellungswelt, die verschiedene Menschen jeweils mitbringen.« (37)

Kirchenleitung ist orientiert an dem Zweck der Ermöglichung von Kommunikation über Religion im Horizont des christlichen Glaubens. Dieser Austausch über religiöse Themen und Inhalte, an dem alle, die dies wünschen, gleichermaßen beteiligt sind, ist zwar inhaltlich orientiert, es geht also nicht nur darum,

12. »Tue Gutes und rede darüber!« A. a. O., 23.

13. Das Problem, mit oberflächlichen Marketing-Strategien etwas zu versprechen, was in Wirklichkeit nicht einzulösen ist, wird von *Brücken bauen* gesehen: »Wir wollen keine Image-Politur ohne Kirchenreform!« (28)

dass man kommuniziert, sondern dass man über eine »Verständigung über das eigene Leben im Lichte des Evangeliums« kommuniziert. Darüber hinaus ist die Kommunikation aber nicht etwa in eine weitergehende Zweckorientierung eingespannt. Die Stärken des Modells liegen zum einen darin, dass die religiöse Verständigung Selbstzweck kirchenleitenden Handelns ist und dass sie zwischen selbstständigen mündigen Subjekten stattfindet.

Diese Äquivalenz der an der Kommunikation Beteiligten verdankt sich der Einsicht in die Vielfältigkeit von Kirchenmitgliedschaft, wie sie die Kirchenmitgliedschaftsstudie *Fremde Heimat Kirche*<sup>14</sup> erhoben hat. Nicht so sehr die Tatsache, dass Kirchenmitgliedschaft von unterschiedlichem Teilnahmeverhalten geprägt ist, ist neu und bemerkenswert, sondern dass in der Auswertung der Kirchenmitgliedschaftsstudie die unterschiedlichen Beteiligungsformen nicht ihrem Intensitätsgrad entsprechend gewertet werden. *Brücken bauen* macht sich diese wertungsfreie Sicht zu eigen, indem allen möglichen Formen von Teilnahmeverhalten – sowohl die häufige und regelmäßige Teilnahme an gottesdienstlichen und/oder sonstigen Veranstaltungsangeboten der Kirchengemeinde, als auch der sporadische Besuch von Festgottesdiensten und die Inanspruchnahme kirchlicher Begleitung im Lebenslauf durch Kasualhandlungen – »ihr relatives Recht und ihre Grenzen und Schwächen« (34) zugeschrieben werden. Theologischer Ausgangspunkt dieser Einschätzung ist die Einsicht in die grundlegende Bedeutung von Taufe und Konfirmation sowie dass Mitgliedschaft in der Kirche und Teilnahme an Gemeindeveranstaltungen nicht deckungsgleich sind. *Brücken bauen* ist von daher abtinent gegenüber den in kirchlichen Strategiepapieren häufig zu beobachtenden Abstufungs- und Differenzierungstendenzen, die aus der Perspektive einer so genannten »engagierten Kerngemeinde« andere Beteiligungsformen als »randständig« werten. Die Überwindung dieses Denkmodells ist das Anliegen von *Brücken bauen*. Ziel ist es nicht, möglichst viele aus der Gruppe der »Randgemeinde« in die »Kerngemeinde« zu integrieren, sondern Ziel ist es, die Kirchenmitglieder mit ihrem je unterschiedlichen Teilnahmeverhalten in die Kommunikationsprozesse einzubeziehen.

## 2.2 »Das Evangelium unter die Leute bringen«.

### *Mission statt Kommunikation*

Rund 10 Jahre später liegt mit *Das Evangelium unter die Leute bringen. Zum missionarischen Dienst der Kirche in unserem Land*<sup>15</sup> erneut ein kybernetisches Strategiepapier aus dem Kirchenamt der EKD vor, das sich weniger als ein

14. K. Engelhardt/H. von Loewenich/P. Steinacker (Hg.), *Fremde Heimat Kirche. Die dritte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft, Gütersloh 1997.*

15. Kirchenamt der EKD (Hg.), *Das Evangelium unter die Leute bringen. Zum missionarischen Dienst der Kirche in unserem Land (EKD-Texte 68), Hannover 2001.*

ausgearbeitetes kybernetisches Modell, als vielmehr als ein strategischer Aufruf zur Evangelisation versteht, der das Schwerpunktthema der vorangegangenen 9. EKD-Synode, »Reden von Gott in der Welt – Der missionarische Auftrag der Kirche an der Schwelle zum 3. Jahrtausend«, aufgreift und entfaltet<sup>16</sup>. Den Begriff der Kommunikation sucht man vergebens, an seine Stelle sind »Mission« und »Evangelisation« getreten. Ihren Ausgangspunkt nehmen die Überlegungen bei einer als »missionarisch« umrissenen Situation, welche, durch das Datum der Jahrtausendwende symbolisch verdichtet, die Frage nach der »Zukunftsfähigkeit« der Kirche aufwirft, deren Kennzeichen es ist, der »Verunsicherung über die Entkirchlichung in unserer Gesellschaft und über die Privatisierung des Glaubens« (6) durch eine »Konzentration auf den Grundauftrag der Kirche« (7) zu begegnen. Der Grundauftrag bestehe in der Besinnung auf den Missionsauftrag, der »Verkündigung der biblischen Botschaft« (ebd.). Mission und Evangelisation bedeuten, das kirchliche Leben konsequent »auf die Werbung für den Glauben« (9) auszurichten. Eben diese Ausrichtung könne innerhalb der Kirche »von vielen selbstquälerischen und lähmenden Diskussionen befreien« (ebd.) und ein »populäres Verständnis von Toleranz« (7), welches bislang dem wahren Auftrag der Kirche entgegenstehe, überwinden. Wenn auch nicht Diskussionen und Toleranz als solche diskreditiert werden, so wäre an dieser Stelle doch zumindest der Hinweis angebracht, wann genau eine Diskussion sich als lähmend und selbstquälerisch, mithin als sinnlos erweist und worin sich ein populäres Verständnis von Toleranz von wahrer, in der Kirche zu kultivierender Toleranz unterscheidet.

Das Evangelium soll unter die Leute gebracht werden – wer aber sind »die Leute«, die hier als Adressaten von Mission und Evangelisation in den Blick genommen werden? Es sind Menschen, »die aus unterschiedlichen Gründen bislang von der Verkündigung des Evangeliums nicht erreicht worden sind«, Menschen, »die sich nicht zur Gemeinschaft der Glaubenden halten« (17). Während die erste Beschreibung offen lässt, wer zur Zielgruppe gehört, denn »von der Verkündigung des Evangeliums« können auch treue Kirchgänger bislang nicht erreicht worden sein, erhebt die zweite Formulierung das gemeindliche Teilnahmeverhalten zum Kriterium, lässt aber letztlich offen, worin sich die »Gemeinschaft« zeigt.

Was aber bedeutet Mission bzw. Evangelisation und wie unterscheidet sie sich von dem oben dargelegten Verständnis von Kommunikation? Zunächst lässt sich deutlich erkennen, dass »die Menschen heute« vor allem in einer defizitären Perspektive in den Blick genommen werden. »Man muss die Fragen genau

16. A. a. O., 2. Der Kundgebungstext der Synode ist abgedruckt: a. a. O., 42-50: Reden von Gott in der Welt – Der missionarische Auftrag der Kirche an der Schwelle zum 3. Jahrtausend.

kennen, die die Menschen heute umtreiben, und die Sprachen verstehen lernen, in denen sich ihre Sehnsüchte artikulieren [...]. Die Sehnsüchte der Menschen entsprechen den Problemen, die sie in ihrer Zeit als besonders bedrückend empfinden.« (14) Probleme, Sehnsüchte, Fragen, die im folgenden als Perspektivlosigkeit, Unrast und Orientierungslosigkeit konkretisiert werden, treiben »die Menschen heute« um. Damit sind Formulierungen gewählt, die nicht nur deutliche Distanz signalisieren, indem sie zwischen Christengemeinschaft und »den Menschen heute« unterscheiden<sup>17</sup>, Formulierungen, die nicht nur in ihrer Klischeehaftigkeit dem modernen Lebensgefühl nicht auch ein paar positive Seiten abzurufen imstande sind, sondern die pauschal »die Menschen« als korrekturbedürftig, orientierungslos und in religiösen Fragen als ahnungslos und inkompetent abqualifizieren. Das Gespräch mit den Menschen ist unter diesen Vorzeichen kein wirklich offenes Gespräch mehr. Eine wahre, ergebnisoffene Nachfrage nach dem Lebensgefühl, dem Selbst-, Welt- und Gottesverhältnis der Menschen außerhalb der christlichen Gemeinde ist hier nicht vorgesehen, das Gespräch wird immer schon in einer deutlichen Schieflage stattfinden, weil beim Gegenüber zwar Probleme und Sehnsüchte vermutet, diesem aber keine Kompetenzen für sich und seine Lebensgestaltung, beglückende Erfahrungen und vorläufige Antworten auf zentrale Lebensfragen zugestanden werden. Eine offene Wahrnehmung, deren Nachfrage nicht bloß formaler Natur ist, bleibt verwehrt, denn »Leben ohne Gott, ohne Glauben an Jesus Christus, ist Leben in der Verlorenheit.«(18) Ziel der Mission ist die »Klarheit einer persönlichen Christusbeziehung«, die »persönliche Lebensübergabe«, ohne die »die Rettung verpasst« wird. Die Betonung von »Verbindlichkeit« und »Entschiedenheit« des Glaubens schränkt jedoch die Kommunikation sowohl nach außen als auch nach innen ein, trotz aller Betonung, einen einladenden Gestus an den Tag legen zu wollen<sup>18</sup>. Das missionarische Gespräch wird geführt, um eine feststehen-

17. Vgl. dazu etwa M. Wohlrab-Sah: »Die missionarischen Aktivitäten, die die Kirchen zur Zeit entfalten ... sind m.E. im Hinblick auf die Milieuhaftigkeit der Kirchen selbst weitgehend blind, zumindest aber kurzsichtig. Sie konzentrieren sich primär auf die Frage, wie sie die Botschaft denen vermitteln können, die aufgrund ihrer Milieubindungen der Kirche fern stehen. [...] [M]an [bekommt] den Eindruck, dass die der Kirche fernstehenden Milieus dabei klischeehaft vereinseitigt werden und darüber die Unterscheidung ›wir‹ und ›die anderen‹ verstärkt wird. Es entsteht der Verdacht, dass diese Art der Kommunikation primär dazu dient, sich der eigenen Besonderheit und Überlegenheit zu vergewissern, sich also nach innen hin zu vergemeinschaften anstatt sich nach außen zu öffnen.« *M. Wohlrab-Sah, Religiöse Kommunikation in Ostdeutschland. Vorläufige Thesen einer Zugereisten*, in: *W. Ratzmann/J. Ziemer, Kirche unter Veränderungsdruck. Wahrnehmungen und Perspektiven*, Leipzig 2000: 91-96: 92 f.
18. Gerade im Hinblick auf die Situation in Ostdeutschland resümiert Detlef Pollack: »Die Kirche hat umso bessere Zukunftsaussichten, je selbstverständlicher es ist, zu ihr zu



de Gewissheit, in deren Besitz man sich wähnt, zu adressieren und den Gesprächspartner lediglich in der Perspektive des Empfänger zu sehen. Mit der Möglichkeit, dass es außerhalb der Institution Kirche religiöse Symbolisierungen geben könnte, die angemessen das beschreiben, was »das Evangelium« bedeutet, wird nicht gerechnet. Dem Hinweis von Bernhard Reymond im Anschluss an Paul Tillich, »dass die Grenze zwischen Glaube und Unglaube nicht zwischen den Menschen, aber innerhalb unserer selbst und innerhalb der Kirchen läuft«, stimme ich gerne zu. Diese Einsicht und damit die ekklesiologisch unaufgebbare Differenzierung zwischen sichtbarer und unsichtbarer Kirche scheint in den kirchenleitenden Konzeptionen bisher nur unzureichend berücksichtigt zu sein.

### 3. Kirche in der Stadt. Kybernese in Berlin

#### 3.1 »Wachsen gegen den Trend«.

##### *Selbstverortung in ›missionarischer Situation‹*

Die Probleme, die mit der Selbstverortung von Kirche in einer ›missionarischen Situation‹ verbunden sind, mögen die in den letzten Monaten für die Evangelische Kirche in Berlin Brandenburg verfassten »Zwölf Leitsätze zum kirchlichen Handeln in missionarischer Situation«<sup>19</sup> unter dem Titel *Wachsen gegen den Trend* illustrieren und für die Berliner Situation konkretisieren. Der 7. Leitsatz beispielsweise lautet: »Wir überschreiten die Grenzen des Gewohnten und Vertrauten und wagen es, Menschen in Umgebungen aufzusuchen, die uns fremd sind. Dazu nutzen wir neue Wege.« (7)

Die Rede von den Grenzen und den fremden Umgebungen ist so realistisch wie sie zugleich entlarvend ist. Klarsichtig heißt es zur Begründung: »Warum ist das nötig? Die kirchliche Arbeit leidet oft unter Milieuerengung. Kirchliche Sprache und gemeindliche Veranstaltungsformen erreichen viele Menschen nicht mehr. Deswegen ist es nötig, das eigene Milieu zu verlassen und ungewohnte ›fremde‹ Orte aufzusuchen.«(23) Mit aller wünschenswerten Deutlichkeit wird

gehören und ihre Angebote wahrzunehmen. Wird Kircheng Zugehörigkeit zu einem Gegenstand individueller Entscheidung, erhöhen sich nicht, sondern verringern sich eher die Zukunftschancen der Kirche.« *Ders.*, *Integration vor Entscheidung*. Zur Entwicklung von Religiosität und Kirchlichkeit in der ehemaligen DDR, in: *Glaube und Lernen* 6 (1991), 144-156: 156.

19. *Evangelische Kirche in Berlin-Brandenburg* (Hg.), *Leitlinien kirchlichen Handelns in missionarischer Situation*, Berlin 2001, 6 f. Vgl. auch <http://www.wachsen-gegen-den-trend.de>. Ein ausführlicher Vorentwurf ist dokumentiert in: *A. Feldtkeller/Th. Sundermeier* (Hg.), *Mission in pluralistischer Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1999, 144-171.

hier auf das Problem einer gesteigerten Distanzierung zwischen Kirche und »vielen Menschen« hingewiesen. Treffsicher ist die soziologische Diagnose der Milieuerengung. Umso erstaunlicher ist es, dass die Autoren eben dieser Milieuerengung wiederum zum Opfer gefallen zu sein scheinen, wenn man die empfohlenen Lösungsstrategien liest: »Wie könnte das aussehen? An Ausflugs-tätten oder im Zirkus finden Gottesdienste statt.«(Ebd.) Es folgen weitere Beispiele für ungewöhnliche Orte, an denen man Gottesdienst feiern könnte (im Hafen, im Wald, auf dem Markt). Öffentlichkeit wird jedoch nicht schon dadurch hergestellt, dass man sich an ungewohnte Orte begibt. Kirchengemeinden bringen ihr Milieu immer schon mit sich und erweisen sich nicht schon allein dadurch als marktfähig, wenn sie den Sonntagsgottesdienst auf dem Marktplatz feiern.

Fragt man weiter nach den Konsequenzen, die hier aus der titelgebend diagnostizierten »missionarischen Situation« gezogen werden, so zeigt sich: In den apostrophierten Gesprächen mit den Menschen geht es keineswegs um wechselseitige Kommunikation, um Wirklichkeitswahrnehmung, sondern darum, eine feststehende Gewissheit, in deren Besitz man sich wähnt, zu adressieren. Auf welche Milieus Kirche sich hier programmatisch zubewegt, zeigen die prägnanten Hinweise auf die Freikirchen. So heißt es etwa – noch unter dem Programmpunkt »Besonderes planen, Grenzen überschreiten«: »Die freikirchlichen und landeskirchlichen Gemeinden einer Stadt kooperieren unter der Leitung des CVJM für ›ProChrist‹.« (Ebd.) Und: »Von freikirchlichen Gemeinden kann man lernen, wie die Teilnehmer vor Beginn des Gottesdienstes einladend begrüßt werden.«(17) Durch die deutliche Markierung zwischen innen und außen, »Gastgebenden« und »Begrüßten«, werden die Schwellen jedoch eher erhöht, weil sie eben nicht Öffentlichkeit, sondern das Eintreten in einen privaten Raum symbolisieren. Die als »Grenzüberschreitungen« titulierten kirchenleitenden Empfehlungen stellen eher kein Hinaustreten in die Öffentlichkeit dar. Das ekklesiale Paradigma kommt im Sinne einer »Wendung zum anderen in ›Gesellschaft« und ›Welt«<sup>20</sup> nicht zum Tragen, eine Wendung zum anderen fällt im qualitativen Sinne einer wechselseitigen Kommunikation tendentiell aus. Die genannten Formen der Öffentlichkeitsarbeit zielen nicht auf die Überschreitung der diagnostizierten verengten Milieus, sondern eher im Sinne der Effektivitätssteigerung auf die Gewinnung möglichst vieler Menschen für diese.

*Wachsen gegen den Trend* illustriert den kybernetischen so genannten »dritten Weg«, wie er für die Situation der Kirche in Ostdeutschland gesucht wird. Nicht Volkskirche, nicht Minderheitenkirche solle Kirche in Ostdeutschland künftig

20. P. C. Bloth, *Praktische Theologie* (GKT 8), Stuttgart/Berlin/Köln 1994, 212.

sein, sondern – so der Berlin-Brandenburgische Bischof Wolfgang Huber – »eine offene und öffentliche Kirche«<sup>21</sup>, die zugleich »Beteiligungskirche«<sup>22</sup> ist. Wolfgang Ratzmann hat auf die vielfältigen Probleme hingewiesen, die mit diesem Kirchenmodell verbunden. Er weist besonders darauf hin, dass »bei den Strukturüberlegungen zu stark von innen nach außen gedacht wird« und gerade die zu wenig in den Blick treten, »die z. B. keine verbindliche Gemeindearbeit suchen, in die sie sich einbeziehen lassen wollen, sondern eine bewegliche ›Kirche bei Gelegenheit‹, deren Angebote in bestimmten Lebenssituationen gern einmal angenommen werden.«<sup>23</sup> Das Leitbild einer »offene[n] und öffentliche[n] Kirche« ist zweifellos positiv aufzunehmen. Zum Scheitern verurteilt dürfte jedoch der Versuch sein, das Selbstbild einer »offene[n] und öffentliche[n] Kirche« mit dem Programm einer »Beteiligungskirche«<sup>24</sup> verbinden zu wollen, weil diese tatsächlich die große Gruppe von Menschen außer Acht lässt, die sich am Gemeindeleben nicht beteiligen wollen oder können.

### 3.2 »Willkommen in der Kirche«. Kirche und Öffentlichkeit

Kein zweites kybernetisches Programm, sondern ein Beispiel für eine gelungene Selbstdarstellung von Kirche in der Öffentlichkeit stellt die aufsehenerregende und vieldiskutierte Berliner Werbekampagne dar. Der Reinickendorfer Pfarrer für Öffentlichkeitsarbeit Werner Rohrer hat 1999/2000 eine Werbekampagne initiiert, deren Ziel die Imagepflege war. Mit ungewöhnlichen Bildern und Botschaften auf Postkarten und Autoaufklebern, mit Rundfunkspots, Megapostern an Kirchtürmen und Plakaten auf Werbetafeln an den Berliner S-Bahnhöfen und Straßen sollte das »verschlafene Image«<sup>25</sup> von Kirche aufgebessert und auf Veranstaltungsangebote der Evangelischen Gemeinden in Reinickendorf hingewiesen werden. Über eine Hotlinenummer konnten Angebote wie Familiengottesdienste, Kindergärten, Eheberatung u. a. erfragt werden. Imagepflege erfüllt gewiss nicht die Anforderungen, die an ein wechselseitiges Verständnis von

21. W. Huber, Kirche muss offen, öffentlich und eigenständig sein, in: EK 27 (1994), 28 ff. Vgl. auch: Ders., Kirche in der Zeitenwende. Gesellschaftlicher Wandel und Erneuerung der Kirche, Gütersloh 1999.
22. Ders., Auf dem Weg zu einer missionarischen Kirche. Ein Zwischenbericht, in: A. Feldtkeller/Th. Sundermeier (Hg.), a. a. O. [Anm. 19], 107-135: 121.
23. W. Ratzmann, Ekklesiologische Leitbilder in den Strukturreformen der ostdeutschen Landeskirchen, in: Ders./J. Ziemer, Kirche unter Veränderungsdruck. Wahrnehmungen und Perspektiven, Leipzig 2000, 30-47: 38. Der Begriff ›Kirche bei Gelegenheit‹ nimmt dem Buchtitel von M. Nüchtern, Kirche bei Gelegenheit. Kasualien – Akademiearbeit – Erwachsenenbildung, Stuttgart 1991, auf.
24. W. Huber, Auf dem Weg zu einer missionarischen Kirche. Ein Zwischenbericht, in: A. Feldtkeller/Th. Sundermeier (Hg.), a. a. O. [Anm. 19], 107-135: 121.
25. W. Rohrer, Unternehmen Kirche, Kognos-Verlag 2000: Manuskript, 5.

## EHE- UND PARTNERSCHAFTSBERATUNG, BERATUNGSSTELLE FÜR KINDER, JUGEND- UND ERZIEHUNGSFRAGEN

Wenn das Problem Ihrer Ehe im Kleiderschrank steht, ist es meistens schon zu spät.

Wer es nicht so weit kommen lassen will, aber auch nicht recht weiß, was zu tun ist, kann uns gern unter 4 15 31 05 oder 4 15 25 73 anrufen.



Abbildung 1: »Willkommen in der Kirche«

Kommunikation zu stellen sind. Dennoch ist die Werbeaktion der Versuch, gesellschaftliche Kommunikationskultur (Werbung) für die Kommunikation von Kirche in der Öffentlichkeit einzusetzen. Meines Erachtens gelingt es dieser Kommunikationsinitiative jedoch erkennbar, den Schritt in die Öffentlichkeit zu tun, weil sie sich in der Öffentlichkeit präsentiert und dies auf sympathische, offene und humorvolle Weise. Kirche stellt sich hier vor allem angebotsorientiert dar: als eine potentielle Anlauf- und Beratungsstelle für Menschen in Krisensituationen (Ehe-, Schuldner- und Suchtberatung), als Lebensbegleitung (Alleinerziehende, Kindergarten), als Veranstaltungsinitiative (Freizeiten, Familiengottesdienst) und verweist darauf, dass im Raum der Kirche eine Auseinandersetzung mit religiösen Themen möglich ist. »Willkommen in der Kirche« will die Hinwendung zum einzelnen pointiert in Schwellensituationen

signalisieren und andeuten, dass hinter den Angeboten »eine offene, einladende und wohlthuende Gemeinschaft [steht], die sich auf den Grundlagen unserer Glaubenskoordination allen Menschen zuwendet.« Kirche wirkt gezielt ihrem Negativimage entgegen.

Man kann zweifellos über einzelne Werbemotive streiten<sup>26</sup>. Insgesamt wird man aber sagen können, dass *Willkommen in der Kirche* zwar für Kirche wirbt, sich jedoch nicht an eine gesellschaftliche »Reklamekultur« (Bernhard Reymond) anpasst. Die typische, von mündigen Konsumenten längst durchschaute aufgeregte werbetechnische Rhetorik des »jetzt neu«, »noch mehr« wird hier gekonnt vermieden. Sie bestimmt eher den sprachlichen Duktus der missionarisch orientierten Konzepte.

»Was machen wir bloß, wenn die Menschen plötzlich zu uns kommen?«<sup>27</sup> Diese Frage wurde den Initiatoren von *Willkommen in der Kirche* häufig gestellt. Diese ungewöhnliche und im Rahmen ihrer eigenen Zielsetzung gelungene Werbeaktion hat einen heuristischen Wert, weil an ihr bestimmte Probleme der Kommunikation von Kirche und Öffentlichkeit deutlich werden. Eine grundlegende Erfahrung im Zusammenhang mit der Werbeaktion ist die, dass je näher die Menschen dem gemeindlichen Milieu stehen, desto größer »die Angst vor anderen Menschen, vor Veränderungen«<sup>28</sup> ist. Die bange Frage: »Was machen wir bloß, wenn die Menschen plötzlich zu uns kommen?« offenbart diese Angst vor Veränderungen, die insbesondere haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Pfarrerinnen und Pfarrer hegen. Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass der mit *Wachsen gegen den Trend* intendierte Spagat zwischen Öffentlichkeit und Beteiligung nicht funktionieren kann. Eine angebotsorientierte kirchliche Öffentlichkeitsarbeit wie *Willkommen in der Kirche* stimmt nicht zusammen mit gemeindlichen Strukturen und Erwartungen, die einer pejorativ so genannten »Betreuungskirche«<sup>29</sup> kritisch gegenüberstehen.

Auf eine Kommunikation nach außen in die Gesellschaft sind manche Berliner Gemeinden nicht wirklich hinorientiert. Die gemeindlichen Milieus haben nicht die strukturellen Voraussetzungen, um tatsächlich in offene Kommunikationsprozesse einzutreten. Sie haben in der Regel durchaus ein Interesse an einer zahlenmäßigen Vergrößerung – freilich ohne deren Konsequenzen zu bejahen. Solange sich Kirche in ihrer Kommunikation nach außen an den binnen-

26. Neben dem abgebildeten Liebhaber im Kleiderschrank, hat insbesondere das so genannte »Schwedinnen«-Motiv, das auf einem Plakat für Jugendfreizeiten warb, wegen angeblich frauendiskriminierender Tendenz Verärgerung provoziert.

27. W. Rohrer, a. a. O. [Anm. 25], 6.

28. Ebd.

29. Die »Beteiligungskirche« wird in ausdrücklicher Gegenüberstellung zur »Betreuungskirche« von W. Huber, a. a. O. [Anm 22], 121, profiliert.

kirchlichen Milieus orientiert, »zu stark von innen nach außen«<sup>30</sup> denkt, wird sie diese nie wirklich überwinden können, kann die Wendung zum anderen in Gesellschaft und Welt nicht gelingen und wird ein »Willkommen in der Kirche« leider bloß ein Werbeslogan und kein kybernetischer Leitsatz bleiben.

#### 4. Religiöse Kommunikation und Kirche. Kybernetische Konsequenzen

Deutlicher als dies in der Regel der Fall ist, sollte der Tendenz gewehrt werden, die Kirchengemeinschaft am gemeindlichen Teilnahmeverhalten zu messen. Grundlegend ist die Einsicht, dass die Kirchenmitgliedschaft durch die Taufe erworben und durch die Konfirmation befestigt wird. Es gibt keine unterschiedlichen Intensitäten von Kirchengemeinschaft, sondern nur gleichberechtigte, individuell gelebte Teilnahmeformen. Nichts ist dagegen einzuwenden, wenn eine Institution sich darum bemüht, den Partizipationsgrad ihrer Mitglieder zu erhöhen. Zunächst wäre es jedoch eine vordringliche Aufgabe kirchenleitenden Handelns und ihrer Programmatik, auf der Basis der religions- und kirchensoziologischen Studien der letzten Jahrzehnte zu einer neuen Wahrnehmung und neuen Einschätzung distanzierter Kirchlichkeit tatsächlich durchzudringen<sup>31</sup>. Die evangelischen Strategieprogramme lassen gegenwärtig eine eher vordergründige Fixierung auf ein kirchengemeindliches Engagement erkennen, von der aus sich distanzierte Kirchlichkeit allenfalls als unabweisbares empirisches Phänomen tolerieren ließe. Ein in der Regel als »kerngemeindlich« bezeichnetes Teilnahmeverhalten wird zur Norm, auf die das kybernetische Programm hin orientiert ist.

Die kirchlichen Strategiepapiere treten mit dieser Orientierung hinter die kirchentheoretischen Einsichten des neuzeitlichen Protestantismus zurück, die in der Wertschätzung des neuzeitlichen Autonomieanspruchs, der Subjektorientierung und der Achtung des autonomen Religionssubjekts zum Ausdruck kommen<sup>32</sup>. Kirche wird entgegen ihrer eigenen programmatischen Aussage, eben »kein Selbstzweck«<sup>33</sup> sein zu wollen, zu einem solchen, wenn sie nicht elastisch bleibt für unterschiedliche Teilnahmeformen. Distanzierte Kirchlichkeit, die immerhin 80 Prozent der Kirchenmitglieder pflegen, ist bleibend bezogen auf die institutionell verfasste Kirche.

30. Vgl. W. Ratzmann, a. a. O. [Anm. 23], 38.

31. Vgl. dazu G. Kretschmar, Distanzierte Kirchlichkeit. Eine Analyse ihrer Wahrnehmung, Neukirchen-Vluyn 2001.

32. Vgl. a. a. O., 300 im Anschluss an V. Drehsen.

33. Das Evangelium unter die Leute bringen, a. a. O. [Anm. 15], 17.

Freilich haben die Impulspapiere darin ihr Recht, dass sie von der Notwendigkeit ausgehen, dass Kybernese der Selbstreflexion und der Reflexion auf eine sich verändernde religiöse Praxis in Kirche und Gesellschaft bedarf. In diesem Zusammenhang ist allerdings eine deutliche Reserve angebracht gegenüber einer *missionarisch* orientierten Kybernetik, weil der Begriff eine Situationsanalyse und ein Programm impliziert, die problematisch sind. Eine Situationsanalyse, die angesichts der als dramatisch empfundenen Entkirchlichungsprozesse und Traditionsabbrüche die gegenwärtige kirchliche Lage als »missionarische Situation« charakterisiert, in der ein »Umdenken« und ein völliger Neuanfang nötig sei<sup>34</sup>, signalisiert einen kybernetischen Neuanfang, der die kybernetische Tradition der letzten Jahrzehnte nur ungenügend ins Auge fasst. Die Aussage, dass das Missionsthema in den letzten Jahren ausgefallen sei, ist so nicht zutreffend. Dies gilt keinesfalls für die Kirchen in Ostdeutschland in der Zeit der DDR<sup>35</sup>. Sie verkennt aber insbesondere, dass der Leitbegriff der »Kommunikation des Evangeliums«<sup>36</sup> gerade die zentrale Funktion von Kirche mit dem Interesse an einem ausstrahlungskräftigen Protestantismus verbindet. Hier wäre das Missionsthema in einer der Individualisierung und Pluralisierung von Religion in der neuzeitlichen Lebenswelt angemessenen, nämlich in einer dieser sachlich und begrifflich entsprechenden Weise umgeformt, aufgehoben. Darüber hinaus wird über den gesellschaftlichen Bildungsauftrag die Anforderung an die Kirche, christlich-religiöse Grundkenntnisse zu vermitteln, präsent gehalten<sup>37</sup>. Es ist also nicht so, als sei eine Thematik ausgefallen, die nun angesichts situativer Herausforderung wiederentdeckt worden wäre. Wenn man in den letzten 30 Jahren dazu übergegangen ist, anstelle von »Mission« von »Kommunikation« zu sprechen, so handelt es sich hierbei um eine terminologische Frage, die allerdings – und darin liegt ihre sachliche Bedeutung – Implikationen mit sich bringt, welche die Selbstverortung von Kirche in der Gesellschaft be-

34. Zweifellos stellen kirchliche Strategiepapiere eine eigene literarische Gattung mit einer appellativen Grundstruktur dar. Angesichts der Komplexität und Schwierigkeit wäre aber auch ein differenzierteres Nachdenken erforderlich, das sich stilistisch weniger aufgeregt und hektisch betriebsam gibt.

35. Um nur ein Beispiel zu nennen: *W. Ratzmann, Missionarische Gemeinde. Ökumenische Impulse für Strukturreformen*, Berlin 1980. Ob und inwieweit der Begriff *Mission als Leitbegriff in dieser besonderen gesellschaftlichen Situation* sinnvoll war, wäre noch einmal ein neues Thema.

36. So definiert R. Schmidt-Rost im Anschluss an Ernst Lange »die gesellschaftliche Praxis des christlichen Glaubens als Kommunikation des Evangeliums von Jesus Christus« als die grundlegende Aufgabenbestimmung der Praktischen Theologie überhaupt. *R. Schmidt-Rost, Kommunikation des Evangeliums*, in: PThI 2000, 88-90: 88 f.

37. Zu der Forderung »Glaubenswissen weiter[zu]geben« vgl. Leitlinien kirchlichen Handelns, a. a. O. [Anm. 19], 18 f.

treffen. Es ist daher wenig präzise, in kybernetischen Fragen ein missionarisches Paradigma stark machen zu wollen, zugleich aber zu betonen, dieses im »Medium« der Kommunikation in die Praxis umsetzen zu wollen<sup>38</sup>.

»Wo ›Missions-terminologie für angemessen gehalten wird, hat die Kirche ihre Einbindung in die Gesellschaft ..., ihre Anteilhabe an der Säkularität, ihre notwendigerweise dialogische Beziehung zu anderen Religionen und Sinngebungen in der Gesellschaft offensichtlich nicht begriffen.«<sup>39</sup> Die entscheidende Frage ist daher, ob Missions-Terminologie kybernetisch sinnvoll für die gegenwärtige Situation der Kirchen in Deutschland verwendet werden kann.<sup>40</sup> Die Selbstverortung in einer als ›missionarisch‹ umrissenen Situation bringt es mit

38. So wird die Kritik an dem missionarischen Leitbegriff als ›Kommunikationsstörung‹ eher abgetan, als dass eine sachliche Auseinandersetzung stattfindet, bei: *H.-J. Abromeit*, Kommunikationsstörungen über Mission. Warum manche für die theologische Ausbildung Verantwortlichen das missionarische Profil nicht wollen, in: PTh 91 (2002), 146 ff. Vgl. dazu im selben Heft Reinhard Käblers kritische Anfragen: Missionarische Kompetenz. Fragen an einige Feststellungen des Initiativkreises »Kontextuelle Evangelisation im gesellschaftlichen Wandel« (137 ff.). Hier zeigen sich die mit der Renaissance des Missionsbegriffs verbundenen Konsequenzen für die theologische Ausbildung sehr deutlich. Vgl. daher dort auch den kritischen Beitrag von Reinhard Käbler. Zur Auseinandersetzung um die Berliner Leitlinien vgl. *J. Hermelink/R. Kähler/B. Weyel*, In der Vielfalt liegt die Stärke. Konsequente Mission oder interessierte Kommunikation – wie soll sich die Kirche orientieren?, in: *Zeitzeichen* 2001, H. 11, 38 f. und als konstruktive Antwort: *K.-H. Lütcke*, Zuhören und für sich gewinnen. Die evangelische Kirche hat das Recht und die Pflicht zur Mission, in: *Zeitzeichen* 2002, H. 3, 46 f.
39. *G. Otto*, Praktische Theologie. Bd. 2: Handlungsfelder der Praktischen Theologie, München 1988, 47. *Ch. Grethlein*, Praktische Theologie und Mission, in: *EvTh* 61 (2001), 387-399: 388, betont gegen Otto die Kontinuität des Missionsthemas in den Grundlegenden praktisch-theologischen Entwürfen des 19. Jahrhunderts. Schleiermacher, auf den Grethlein ausdrücklich hinweist, verwendet den Begriff der Mission im Hinblick auf die »Grenzregionen des Christentums« (*F. Schleiermacher*, Praktische Theologie nach den Grundsätzen der evangelischen Kirche im Zusammenhange dargestellt, hg. von *J. Frerichs*, Berlin 1850, 423) im Rahmen seiner »Theorie des Missionswesens« (422 ff.). Damit stellt sich aber die Frage, ob sich – anders als dies bei Schleiermacher im Blick ist – »Grenzregionen des Christentums« tatsächlich *innerhalb* der Gesellschaft, in denen sich die Kirchen in Deutschland vorfinden, so ausmitteln lassen.
40. Gerade der pomiscue Gebrauch von Mission und Evangelisation zeigt die Nähe des Missionsthemas zu Entwürfen missionarischen Gemeindeaufbaus. Grethlein ist zuzustimmen, wenn er diesen bescheinigt, »meist zur Begegnung der Kirche mit den ihr sozial, kulturell und religiös Fremden wenig bei[zu]tragen«. Zur Begründung führt er an, dass diese »die dialogische Dimension von Mission verfehlen« (a. a. O., 391). Der Punkt ist tatsächlich das Verfehlen der Dialogizität, freilich ist zu fragen, ob diese noch mit dem Begriff der Mission verbunden werden kann und nicht vielmehr stattdessen unmissverständlicher von Kommunikation zu sprechen wäre.



sich, dass sich Kirche selbst zunächst als abgetrennt aus gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen, als ein Fremdkörper, vorstellt, um dann Strategien zu entfalten, wie aus der Distanz die »Hinwendung zum anderen« (Peter C. Bloth) gelingen könnte. Die Differenz zwischen einer missionarischen und einer kommunikativen Orientierung der Kybernese liegt darin, ob der Mensch in Gesellschaft und Welt als ›der andere‹ verstanden wird, an dem und mit dem es Gemeinsames und Unterscheidendes zu entdecken gibt, oder aber er von vornherein als ›der sozial, kulturell und religiös Fremde‹<sup>41</sup> gesehen wird. Das Projekt einer wahrnehmungsoffenen auf eine Gesellschaft hin orientierten und sich als Teil derselben verstehenden Kirche wäre ansonsten bereits im Ansatz verfehlt<sup>42</sup>. Das Selbstverständnis der evangelischen Kirche und diesem entsprechend auch seine Kybernese sollte an ihrer Funktion orientiert sein, das Evangelium für die gelebte Religion der Menschen ihrer Zeit ins Gespräch zu bringen<sup>43</sup>. Was ihr zur Eröffnung des Lebens zu sagen aufgetragen ist, was das Evangelium für das Transzendenz-, Selbst- und Weltverhältnis der Menschen bedeuten kann, kann jedoch nur in dieser am anderen Menschen orientierten Weise in wechselseitiger Kommunikation thematisch werden. »Die Kirche ist also herausgefordert, sich dieser modernen Welt anzupassen [...], sich in der ›Welt‹ anpassungs- oder anschlussfähig zu halten, ohne in ihr aufzugehen [...] und das Skandalon ihrer Verkündigung preiszugeben.«<sup>44</sup>

Die Dialogizität der Kommunikation des Evangeliums ist prinzipiell und übersteigt in qualitativem Sinne eine notwendige, aber noch vordergründige Bereitschaft zum Zuhören, weil sie praktisch-theologischer, und zwar insbesondere religionshermeneutischer und religionstheologischer Kompetenz bedarf. Damit ist zweifellos ein Anspruch verbunden, der ein hohes Maß an Professionalität voraussetzt und an der die theologische Ausbildung stärker als dies bisher

41. So die Definition von *Th. Sundermeier*, *Mission und Dialog in der pluralistischen Gesellschaft*, in: *A. Feldtkeller/Th. Sundermeier (Hg.)*, a. a. O. [Anm. 19], 11-25, zustimmend aufgenommen von *Ch. Grethlein*, *Praktische Theologie und Mission*, in: a. a. O. [Anm. 39], 388.
42. Vgl. *W. Gräß*, *Praktische Theologie und Religion*, in: *EvTh* 61 (2001), 366-374: 373. Gräß plädiert für »[d]as Projekt einer Kirchenreform, welche die Kirche weder defensiv-apologetisch, noch missionarisch-wahrheitsabsolutistisch, sondern wahrnehmungsoffen auf eine Gesellschaft hin orientiert, die ihr – gerade in Ostdeutschland – nominell mehrheitlich nicht mehr zugehört.«
43. V. Drehsen hat für diesen Sachverhalt treffend den Begriff der ›Religionsfähigkeit‹ geprägt. Vgl. *ders.*, *Wie religionsfähig ist die Volkskirche? Sozialisationstheoretische Erkundungen neuzeitlicher Christentumspraxis*, Gütersloh 1994.
44. *M. N. Ebertz*, *Kirche im Gegenwind. Zum Umbruch der religiösen Landschaft*, Freiburg/Basel/Wien 1997, 145, verbindet dieses Plädoyer ebenfalls ausdrücklich mit dem Begriff der Kommunikation (»Von der Gemeinde- zur Kommunikationspastoral« (140).

der Fall ist, orientiert werden muss. Die kybernetischen Strategiepapiere neigen dazu, die – rein funktionalen, nicht hierarchischen – Unterschiede zwischen professioneller Kommunikation durch Pfarrerinnen und Pfarrer und der religiösen Kommunikation aller Christen dahingehend zu nivellieren, dass die besonderen hermeneutischen Kompetenzen – im Hinblick auf die christlich-biblische Tradition und auf die religiös-kulturelle Zeichenwelt – nur unzureichend bedacht werden. Die damit gestellten Anforderungen an die *öffentliche* Kommunikation des Evangeliums werden verkannt, wenn man kybernetisch bei den so genannten Laien ansetzt.<sup>45</sup>

Das Konzept einer tatsächlich wechselseitigen Kommunikation, die gleichermaßen am anderen Menschen und am Evangelium orientiert ist, ist im Sinne einer echten »Zirkulation des religiösen Interesses« (F. Schleiermacher) der Kirche nach wie vor aufgegeben.

45. So beispielsweise *Wachsen gegen den Trend*. Programmatisch: W. Huber, a. a. O. [Anm. 24], 123.