

Tiefe, Mitte, Liebe: Was können City und Kirche voneinander erwarten? ⁽¹⁾

Matthias Sellmann

Wenn Geschäftsleute und Politiker mit Kirchenleuten zusammenkommen und das dann auch noch in einer Kirche, dann herrscht sicher oft die Befürchtung, dass es zu predigtähnlich ausufernden Reden kommt. Dem möchte ich klar entgegensteuern und auf die Frage der Veranstaltung eine ebenso klare Antwort geben. Diese Antwort ist dann auch die Gliederung des Folgenden.

City und Kirchen können voneinander erwarten,

1. dass alle ihre Hausaufgaben machen,
2. dass alle Respekt vor den Bürgerinnen und Bürgern zeigen,
3. dass alle voneinander profitieren,
4. dass alle soziale Verantwortung übernehmen.

1. ... dass alle ihre Hausaufgaben machen: Die Stadt als Funktionsraum

Das erste, was gesellschaftliche Akteure voneinander erwarten können, ist, dass jeder seine Hausaufgaben macht. Wir können da in der Argumentation ganz klassisch bleiben, und trotzdem glaube ich, dass schon hier einige wechselseitige blinde Flecken aufgeheilt werden können. So ist die klassische Funktionserfüllung der Geschäftswelt erstens, dass die Bürgerinnen und Bürger der Stadt ein ausreichendes, kontrolliertes, bereicherndes und bedürfnisorientiertes Konsumangebot vorfinden. Auch aus Sicht von Kirche und Politik sollte man sich wünschen, dass die Bürger einer Stadt ihre City deswegen gerne besuchen, weil da viel Auswahl zu angemessenem Preis zu haben ist. Schließlich ist die City die Fortsetzung des alten Marktes in die Moderne hinein, und das Wesen des Marktes ist der Abgleich von Nachfrage und Angebot.

Dies soll zweitens auch bitte dazu führen, dass die Geschäftswelt der Stadt gut verdient. Kirche und Politik sind vital daran interessiert, dass es den Geschäften in der Innenstadt gut geht und die Kaufleute morgens pfeifend ihre Läden aufschließen. Denn geht es den Händlern gut, und haben diese ordentlich untereinander Konkurrenz, dann geht es auch den Konsumenten gut, den Arbeitenden, den Kämmerern der Stadt, den Kulturschaffenden und auch den Kirchen.

Die Geschäftsleute der Stadt dürfen daher etwa von den Kirchen erwarten, dass diese realistisch bleiben und sich nicht in naiver sozialromantischer Konsumkritik ergehen. Unternehmen sind nicht in erster Linie soziale, sondern ökonomische Einheiten; diese müssen in erster Linie am Markt bestehen können. Kaufleute dürfen gerade von den ethisch sensiblen Leuten in Kirche und Politik erwarten, dass diese die Marktwirtschaft als Bedingungsrahmen akzeptieren und keine Gesellschaftsmodelle predigen, deren Erfüllung dauerhaft geschäftsschädigend wären.

In ähnlicher Weise müssen Geschäftswelt und Kirche an einer guten Funktionserfüllung der Politiker interessiert sein. Gute Politik schafft Planungssicherheit, schafft Kommunikation, Innovation, verwandelt die Stadt in einen Lebensraum.

Und drittens sollten auch Geschäftswelt und Politik an einer guten Funktionserfüllung der Kirchen vital interessiert sein. Diese Funktion ist religiös und beansprucht in dieser Funktion ihr Eigenrecht. Die Kirche muss als erstes eine treue und selbstbewusste Hüterin des ihr anvertrauten Erbes sein. Die erste Aufgabe der Kirche ist es, Zeichen und Werkzeug der innigen Einheit der Menschen mit Gott und untereinander zu sein. So sagt es das Zweite Vatikanische Konzil in seiner Erklärung zur Kirche. Wenn die Kirche für die City attraktiv sein kann, dann nur innerhalb dieser klar umrissenen Aufgabenbeschreibung. Auch hier sind Erwartungen zu korrigieren: Die City-Kirche ist nicht in erster Linie ein Seelentröster, nicht in erster Linie ein Kulturanbieter, nicht in erster Linie ein sozialpolitischer Akteur, nicht in erster Linie ein Wertelieferant für die Demokratie usw.. In erster Linie ist die Citykirche ein Ort, an dem Menschen zusammenkommen, um ihrer Taufe Ausdruck zu geben, indem sie die Kunde von der Liebe Gottes hören, feiern und teilen.

Ich kann mir vorstellen, dass für Kaufleute und Stadtentwickler nicht so deutlich ist, was sie von einer starken und funktionstüchtigen Kirche haben. Aber deswegen sind wir ja hier. Wichtig ist mir an dieser Stelle erst

einmal, dass die Akteure der City einander wahrnehmen, die Funktionserfüllung der jeweils anderen erwarten und die Stadt in wechselseitigem Respekt benutzen.

2. ... dass alle Respekt vor den Bürgerinnen und Bürgern zeigen: Die Stadt als Kultur- und Lebensraum

Neben die Funktionserfüllung des je Eigenen tritt in der demokratisch verfassten sozialen Marktwirtschaft der Respekt vor dem Bürger. Dieser ist in dieser Perspektive mehr als der Kunde, mehr als der Wähler, mehr als der Kirchensteuerzahler: Er ist die Größe, um die herum moderne Gesellschaft kreist und woraufhin sie ihr ethisches Ziel findet. Bürger und Bürgerinnen wohnen in Städten und sie benutzen Städte für ihre je eigenen Lebensprogramme. Die Geschäftswelt, die Stadtentwicklung und die Kirchen dürfen voneinander erwarten, dass man gemeinsam die Stadt auch als Kultur- und Lebensraum bewertet und herausarbeitet.

Hier hat jeder unterschiedliche Kompetenzen und Regelungsbefugnisse. Und auf den ersten Blick scheinen hier die Kirchen besonders gute Arbeitsfelder vorzufinden. Darum zur Kulturaufgabe der Kirchen einige Akzente.

Das Hören, Feiern und Teilen der Christen ist immer an seinen jeweiligen kulturellen Kontext gebunden. Chinesen glauben anders an Gott als Nordamerikaner, und Landbewohner glauben anders an Gott als Städter. Die City darf hier von der Kirche erwarten, dass diese die City ernst nimmt und respektiert. Dies ist an die Adresse der Kirche gerichtet: Denn sehr oft herrscht in der Kirche eine diffuse Ablehnung der Stadt. Diese gilt dann schnell als Inbegriff von säkularer Religionsfeindlichkeit. Gegen die Zerstreuung und Hektik der Stadt wird dann gern eine agrarfolkloristische Beschaulichkeit in Stellung gebracht: Die Stadtkirche wird zur Fluchtburg vor der vorgeblich so überkomplexen Fußgängerzone. Man arbeitet z.B. oft mit dem Begriff der ‚Oase‘, die man anbietet – und scheint nicht zu merken, dass man im selben Atemzug die Stadt als lebensfeindliche Wüste klassifiziert hat. Man lädt ein zu Ruhe, zur inneren Einkehr oder zu strategiefreien Gesprächen, und implizit klingt immer mit: ‚Draußen‘ ist es laut, ist es stressig, wird man manipuliert. Um es ganz deutlich zu sagen: Die City darf eine Kirche erwarten, die sich nicht selber dadurch interessant macht, dass sie die City abwertet und eigentlich gern woanders wäre.

Die genannten Beispiele zeigen, was der eigene Beitrag der Citykirche ist: Die Stadt wird als Kulturraum respektiert und christlich gedeutet. Die City darf von der Kirche erwarten, dass sie mit hilft, eine Stadt für ihre Bewohner und ihre Benutzer lebenswerter, schöner und gesünder zu machen. Diese Aufgabe haben auch Marketing und Politik, aber anders als die Kirchen. Auf der einen Seite hat es die Kirche leichter: Sie muss den Menschen nichts verkaufen, und sie muss auch keine Wähler bei der Stange halten. Sie kann die Menschen nehmen, wie sie sind und sich auf die Frage konzentrieren, wie es den Menschen in einer Stadt eigentlich geht. Dies ist ja eine Frage, die bei ALDI oder im Amt niemand stellt, weil sie da nicht hingehört. In der Citykirche kann man diese Frage gestellt bekommen.

Auf der anderen Seite wird gerade mit dieser Unverbindlichkeit das Geschäft der Kirchen auch schwerer: Denn für immer mehr Menschen ist unklar, inwiefern ihnen die Kirchen denn eigentlich nützen. Für viele Menschen heute ist die Kirche der nette alte, vor allem aber der harmlose Onkel, mit dem man sich unterhält, wenn gerade nichts wirklich Wichtiges angesagt ist. Bei dieser Schwierigkeit kann und will die Kirche von ihren Partnern in der City lernen. Vom Marketing kann sie lernen, welche Bedürfnisse denn eigentlich welche Zielgruppe umtreibt; von der Politik kann sie lernen, sich die Aufmerksamkeit und die Akzeptanz der Menschen zu verdienen.

Umgekehrt kann auch die Geschäftswelt und die Planungsabteilung der Stadtentwicklung sicher von den Kirchen eine Perspektive übernehmen – nämlich sozusagen die ideologische Perspektive. Aus meinen Kontakten zu Werbern, Betriebswirten oder Kommunalpolitikern weiß ich, wie schnell der Blick auf einen sozialen Lebensraum durch Kennziffern, Plandaten, Konzepten oder Regelungen übergeordneter Behörden verstellt wird, so dass die konkrete Lebensrealität der Städter aus dem Blick gerät.

3. ... dass alle voneinander profitieren: Die Stadt als Kooperationsraum

Wo wir schon dabei sind, wechselseitige Kooperationsvorteile anzusprechen, können wir das ja auch noch ausbauen. Denn es ist auch ganz pragmatisch so, dass Geschäftswelt, Stadtpolitik und Citykirche voneinander profitieren können. Hier einige Überschriften:

Das Generieren von außerordentlichem Traffic: Wenn die Eventplaner der

Stadt ein Fest organisieren, einen Jahrestag feiern, einen Umzug genehmigen oder einen besonderen Star in die Stadt holen können, dann wirft das oft Gelegenheiten ab, die auch Marketing und Kirche nutzen können. Hier in Mönchengladbach hat die Citykirche z. B. an der Mönchengladbacher Kulturnacht teilgenommen.

Umgekehrt erzeugen auch die Kirchen traffic: etwa durch die offene Nacht der Kirchen (Aachen), durch das Jazzfestival, durch Vernissagen, durch die Möglichkeit, den Kirchenraum als Vorführraum zu nutzen oder einfach dadurch, dass an geschäftsfreien Zeiten trotzdem Menschen in die City gesogen werden, z. B. durch den Sonntagabendgottesdienst. Sicher wäre es dienlich, die Gottesdienstbesucher einmal zu ermuntern, nach dem Kirchgang auch noch die schönen Schaufensterauslagen zu bewundern, einen Kneipengang oder einen Kinobesuch zu unternehmen, damit in der City ordentlich der Rubel rollt. Umgekehrt wäre es doch eine schöne Kooperation, wenn die Geschäftswelt der City bereit wäre, Plakate mit Kirchenveranstaltungen auszuhängen oder Flyer auszulegen.

Generell können Kirchen übrigens auch jede Menge *Touristen* anziehen, denn sehr oft sind sie die gewachsenen Kristallisationszentren der Ansiedlungen. Dies kann die Stadtentwicklung nutzen, indem sie die zentralen Kirchen auch als kulturelle Anziehungspunkte deklariert und kommuniziert. Man denke nur daran, wie oft Kirchen die Silhouette einer Stadt maßgeblich bestimmen und wie sie dadurch zu ganz wichtigen Navigationsmarken der Stadtbewohner werden. Wir von der Kirche merken das gerade zur Zeit immer sehr stark, wenn wir Kirchen schließen und umwidmen müssen: Plötzlich engagieren sich Menschen für den Erhalt des Gotteshauses, die wir bisher nicht als Sympathisanten der Kirche kennen gelernt hatten – sie retten ein Stück ihrer Heimat, ihrer Kontinuität.

Ein weiterer Punkt betrifft die *Sicherheitspolitik in den Innenstädten*: Gute Stadtplanung trägt dafür Sorge, dass eine Innenstadt auch abends und nachts von guten Bevölkerungsmischungen benutzt wird. Auch Kirchen tragen dazu bei, dass nach Geschäftsschluss in den Innenstädten noch attraktive Angebote genutzt werden können.

Für die Geschäftswelt, aber auch die örtlichen Behörden liegt weiterhin ein möglicher Kooperationsvorteil darin, dass die Citykirchen auch mitten am Tag Angebote platzieren, die auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen können. Was gibt's Besseres, als mittags zwischen einem

anstrengenden Morgen und einem anstrengenden Nachmittag für zehn Minuten in der nahe gelegenen Citykirche zu verschwinden und mit Gott in einen gemeinsamen Augenblick einzutreten?

Kirchen sind *Orte der Kraft*, sie fokussieren, sie motivieren, sie inspirieren, sie beruhigen nicht nur, sie aktivieren auch. Liebe Chefs: Lassen Sie Ihre Leute mittags oder sonst wann mal zehn Minuten rausgehen in die Citykirche – sie kommen mit mehr Power zurück!

Zusammengefasst: Citykirchen sorgen für eine architektonische Erweiterung des Optionenspektrums für Stadtbenutzer. Dies ist kurz zu erläutern: Citys sind normalerweise Zentren des Bedarfskonsums, des Freizeitkonsums, der Information, der Bildung, der Kommunikation sowie der Administration. Über Innenstadtkirchen kommt hinzu, dass sie auch Zentren der Religion werden. Menschen können sich in einer Stadt nicht nur mit Gütern eindecken, informieren, bilden, treffen und organisieren, sie können in einer Stadt auch beten, feiern und teilen. Für eine gute Stadtentwicklung ist das durchaus relevant, denn durch eine solche Erweiterung kommt es erstens zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstädte, und zweitens auch zu einer stärkeren Durchdringung der sonstigen Vollzüge: Beter werden auch zu Käufern; Kommunizierer werden auch zu Betern; Informierer werden auch zu Genießern usw.. Der einzelne fühlt sich in einer Stadt mit hohem Optionenspektrum der Nutzung eher als Person denn als reiner Funktionsagent.

4. ... dass alle soziale Verantwortung übernehmen: Die Stadt als solidarischer Lebensraum

Eine Realität, die christliche Kirchen immer betonen werden und in der sozusagen ihr Markenkern besteht, ist die Option für Solidarität und Gerechtigkeit. Ich glaube, dass hier der zentrale Beitrag von Citykirchen für die Politiker liegt. Denn Citykirchen sind Netzwerke, und dies in dreierlei Hinsicht: Erstens vernetzen sie Hauptamtliche mit Ehrenamtlichen; zweitens vernetzen sie Ressourcen mit Betroffenen; drittens vernetzen sie Netzwerke.

Ich darf das mal ganz plastisch sagen: Vor der Fußball-WM saßen wir mit Verantwortlichen des DFB zusammen, und wir kamen auf folgende Gleichung: In jedem Dorf Deutschlands und erst recht in jeder Stadt gibt

es nach wie vor drei Dinge: Kneipen, Bolzplätze und Kirchen. Die Kneipen sind nicht mit kultureller Kraft organisiert, bleiben also noch zwei Akteure: Fußball und Kirchen. Beide unterhalten ein unvergleichliches soziales Netzwerk, dringen bis in die feinsten Kapillaren der Gesellschaft und können immense kulturelle Bewegungen mobilisieren. Dies gilt nach wie vor auch für die christlichen Kirchen. Schaut man einmal nüchtern darauf, wo die Kirchen überall ihre Finger mit drin haben, kann man nach wie vor nur staunen. Ihr Panorama ist sehr plural: Da gibt es Beratungsstellen, Verbände, Klöster, Hauskreise, Sozialstationen, Gefängnisseelsorge, Suchtkliniken, Ortsgemeinden, Autobahnkirchen, riesige Eventgottesdienste, Spendenparties, Stiftungen, Kindergärten, Familienzentren, Streetworker, konfessionelle Hauptschulen und Gymnasien, Kurseelsorge usw..

Ein *running gag* sagt: Der Jesuit führt dich in seine Bibliothek, der Dominikaner zu seiner Kanzel, der Benediktiner in seine Kapelle und der Franziskaner in seine Küche. Je mehr es gelingt, in einer Stadt all diese kirchlichen Aktivitäten zu kennen und ihre Erfahrungen zu bündeln, desto mehr bekommen die Kirchen die Kompetenz zu einer Art Sozialberichterstattung der Region. Jeder Politiker müsste doch dumm sein, wenn er dieses Netzwerk nicht anzapft. Man kann ja über die bürgerliche Harmlosigkeit vieler Pfarrgemeinden lächeln – insgesamt aber ist die Kirche mit unglaublich vielen und verschiedenen Menschen in Kontakt, kennt ihre Anliegen, ihre Wahrnehmungen und Problembeschreibungen.

Natürlich wird es immer wichtiger sein, innerhalb der Kirchen diese Netzwerke nicht nur zu unterhalten, sondern auch darüber zu wissen und die vielen Knotenpunkte auch wirklich vital miteinander in Kommunikation zu bringen. Was weiß die EFL-Beratungsstelle denn vom Kloster nebenan? Und motiviert der Pfarrer einer Gemeinde auch mal zum Engagement für die kirchlich unterhaltene Jugendberufshilfe im anderen Stadtteil? Hier ist sicher einiges zu tun. Vor allem wird wichtig sein, endlich mal die kirchlichen Aktivitäten aus der Kundenperspektive sehen zu lernen. Außerdem müssen die Citykirchen auch wirklich die Orte sein, in denen das Gesamt der kirchlichen Aktivitäten gewusst und gebündelt wird.

Aber wenn diese Vernetzung der Fall ist, dann kann die Citykirche ein Zentralpunkt der politischen Auskunft danach sein, wie es eigentlich den Menschen in der Stadt geht. Sicher wäre es ein adeliges Anliegen der Christen einer Stadt, sich mit den Tafeln und Suppenküchen der Stadt zu

vernetzen und Anlaufpunkt auch sonstiger sozialer Hilfe zu sein. Warum sollen wir nicht ruhig sagen können, dass die Kirchen das soziale Gewissen einer Stadt sein können und sollten? Ich bin sicher, dass Politiker eine wache, starke Interessenvertretung gerade marginalisierter Stadtbewohner schätzen werden. Hier können Konflikte mediatisiert, hier können Interessen verbalisiert, hier können Konflikte temperiert werden, was für alle nur wünschenswert sein kann. Wichtig ist dann aber das oben Gesagte: dass die Kirchen das nicht in einer naiven Sozialromantik unternehmen, wohl aber mit etwas Robin-Hood-Anmutung – oder sagen wir treffender: Bruder Tuck?

Schluss:

City und Kirche stehen in einer vierfachen Raumbestimmung zusammen: Die Stadt ist ihnen Funktionsraum, Kulturraum, Kooperationsraum und Raum der Verantwortung. Diesen Raumdimensionen zu entsprechen, auf sie zu antworten und von hierher die jeweiligen Potenziale zu organisieren, das darf man voneinander erwarten. Alle genannten Akteure werden das anders ausdrücken: Der Pfarrer der Citykirche wird mit dem Propheten Jeremias sagen: „Sucht der Stadt Bestes, denn wenn's ihr wohlgeht, dann geht's auch euch wohl!“ Der Politiker wird sagen: „Gehen wir gemeinsam voran, um die Lebensqualität in unseren Städten zu verbessern!“ Und viel kürzer fordert die toughie Geschäftsfrau: „Pimp my city!“

Aber meinen tun die drei dasselbe: dass nämlich dann Politik, Marketing und Kirche ihre volle Kraft entfalten, wenn sie sich auf das ausrichten, was ihre volle und dann wieder spezifische Leistung herausfordert: das Wohl des Bürgers und der Bürgerin.

Anmerkungen

- (1) Der Text diente als Manuskript für einen Vortrag in der Citykirche Mönchengladbach im Dezember 2006. Hier trafen sich Kommunalpolitiker, Vertreter der Geschäftswelt, des Tourismus und der Medien sowie Stadtplaner mit den Akteuren der Citypastoral zu einem Meinungsaustausch. Für diese Publikation wurde der Vortragsstil beibehalten.
- (2) Vgl. auch: Matthias Sellmann: Touch and go. Das Bewährungsfeld der City-Pastoral, in: Pastoralblatt 8/2007, 247-254.