

Tue Gutes – und rede darüber!

- auf dem Weg zu einem neuen Kommunikationskonzept der Pfarreiengemeinschaft

Wie wollen wir als katholische Kirche im Siebengebirge wahrgenommen werden?

Wenn man das Bild von einem angebissenen Apfel sieht, weiß sofort jeder, welches Unternehmen für sich wirbt. Ebenso kennt jeder den Konzern, zu dem der dreizackige Stern mit dem Kreis drum herum gehört oder die Bank mit dem dicken blauen Schrägstrich von links unten nach rechts oben. Die Beispiele ließen sich endlos fortsetzen. Und wer eine entsprechende Anstecknadel trägt oder den Aufkleber mit seinem Auto spazieren fährt, zeigt sich als treuer Fan dieses Wirtschaftsunternehmens und seiner Produkte. Aber nicht nur Weltunternehmen mit vielen Tausend Beschäftigten und vielen Millionen Kunden sind sehr bedacht auf ihr Erkennungszeichen (Logo). Auch im regional begrenzteren Kölner Raum erkennt man sofort den FC-Fan an Hennes, dem Geißbock, und dem rut-wieße Schal.



Was hat das mit uns, der Pfarreiengemeinschaft „Königswinter am Ölberg“ zu tun?

Auch wir wollen erkannt werden. Die römisch-katholische Kirche als „Weltunternehmen“, mit über 2 Mrd. Angehörigen und vielen Millionen Mitarbeitenden sogar das größte auf dem Globus, hat zwar das Kreuz als Symbol, teilt es sich aber mit zahlreichen weiteren christlichen Konfessionen. Und wer es trägt, benutzt es häufig lediglich als Schmuckstück, ohne sich damit als begeisterter Anhänger des Christentums outen zu wollen. Dabei hat das Christentum ein unschlagbares Repertoire im Angebot: Ewiges Leben, einen liebenden Gott, Nächstenliebe, zweitausend Jahre Erfahrung und und und ...!

Zwischen diesem grandiosen Angebot einerseits und der in weiten Kreisen unserer „Zielgruppe“ fehlenden Akzeptanz andererseits stellen wir eine riesige Diskrepanz fest. In unserem unmittelbaren Umfeld im Siebengebirge rund um den Ölberg ist sie vielleicht sogar noch stärker als in anderen Regionen unseres Erdballs. Was können wir also hier vor unserer eigenen Haustür tun, um bei uns die Realität näher an den eigenen Anspruch heranzubringen, fragte sich der Pfarrgemeinderat. Denken wir dabei nicht zuerst an den großen Ozeandampfer Weltkirche. Konzentrieren wir uns lieber auf – um im Bild zu bleiben – unsere kleine Rheinfähre. Als Bausteinchen in der riesigen Kirchenflotte tragen wir dann vielleicht zu einer Mini-Kurskorrektur insgesamt bei.

Da passte es gut, dass das Erzbistum Köln den Seelsorgebereichen Mittel bereitgestellt hat, um mit professioneller Hilfe ein auf die jeweilige Region zugeschnittenes Kommunikationskonzept auszuarbeiten. Wer richtig verstanden und nicht verwechselt wird, hat nämlich bessere Voraussetzungen dafür, sein Angebot an den Mann bzw. an die Frau zu bringen. Dazu gehört natürlich viel mehr als ein eingängiges Logo.

Also hat sich um den für den Kommunikationsprozess in unserer Pfarreiengemeinschaft verantwortlichen Seelsorger Udo Casel eine Projektgruppe aus den bisher in den Pfarrbriefredaktionen tätigen Gemeindemitgliedern gebildet. Sie hat den Auftrag, in systematischen Schritten ein Konzept zu entwickeln, das bei jeder Art von Kommunikation unverwechselbar und sympathisch erkennen lässt, wer der Absender einer Botschaft ist.

Dreimal hat sich diese Gruppe bisher mit der durch das Erzbistum Köln vermittelten Moderatorin Melanie Wielens getroffen. Die erste Überraschung gab es gleich am ersten Tag, als in einer „Ist-Aufnahme“ herausgearbeitet wurde, dass wir mit etwa 30 unterschiedlichen Kommunikationswegen bereits eine breite Palette nutzen.

Trotz dieser schon vorhandenen Vielfalt an Kommunikationswegen gibt es zahlreiche neue Ideen die Auftritte effektiver, moderner und pfiffiger zu gestalten. Welche bisherigen Wege beibehalten und welche neuen Ideen realisiert werden können, um als katholische Kirche besser als bisher wahrgenommen zu werden, wird sich in weiteren Besprechungen herauskristalisieren. Wenn es uns gelingt, unsere „Produkte“, also unsere Leistungen und Angebote, auf eine solche Weise bekannt zu machen, dass sie sofort mit der katholischen Kirche in Königswinter am Ölberg identifiziert werden, können wir auch eher damit rechnen, als Institution anerkannt zu werden, die den Menschen „etwas bringt“. In der Wirtschaft spricht man dann von einem „Mehrwert“, den unsere „Kundschaft“ nicht missen möchte.

Aber wie passt das zu der in der Bergpredigt von Jesus geforderten Zurückhaltung und Bescheidenheit? Das „Tue Gutes – und rede darüber“ aus der Überschrift steht in diesem Zusammenhang Matth. 6, 1 – 4 nicht entgegen. Denn dort geht es nur um den einzelnen Menschen, der seine Frömmigkeit wie ein Pharisäer zur Schau stellt, oder um die Reichen, die publikumswirksam aus ihrem Überfluss in den Opferkorb geben (Mk. 12, 41 – 44). Unser Reden über das Gute, welches im Christentum seinen Ursprung hat, macht dagegen aufmerksam auf die von Gott ohne unsere eigene Aktivität gestiftete Gemeinschaft, die er uns als sein Geschenk anbietet.

Ekkehart Klaebe