

Holger Tremel (Hg.): *Öffentlichkeitsarbeit der Kirche*

Stuttgart: J.F. Steinkopf 1991, 2. völlig Neubearb. Auflage, 334 S., DM 36,-

Innerhalb einer weitgehend säkularisierten Gesellschaft muß sich die Kirche zunehmend um Akzeptanz bemühen. Trotz ihrer altruistischen Zielsetzung ist die Kirche, ebenso wie Unternehmen und Großorganisationen, in ihren Beziehungen zur Umwelt in hohem Maße auf Öffentlichkeitsarbeit angewiesen. Vor diesem Hintergrund bemüht sich die evangelische Kirche seit Anfang der siebziger Jahre - trotz teilweise erheblicher innerkirchlicher Widerstände - um eine Qualifizierung und Professionalisierung ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Holger Tremel - Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik - hat bereits 1984 den Band *Öffentlichkeitsarbeit der Kirche* vorgelegt, der nunmehr vollständig überarbeitet und erweitert neu erschienen ist. Das Buch ist kein Lehrbuch kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit, es macht vielmehr die unterschiedlichen Ansätze und den innerkirchlichen Diskussionsstand zu diesem Thema deutlich. In 23 Aufsätzen werden exemplarische Konzepte der Öffentlichkeitsarbeit in der Evangelischen Kirche in Deutschland vorgestellt. Der Bogen spannt sich hierbei von grundlegenden - eher theoretischen Erörterungen - bis hin zu konkreten Projekten und Modellen. Im ersten Kapitel "Aufgaben, Möglichkeiten, Grenzen" wird in acht Beiträgen vor allen Dingen die interne Diskussion um das Für und Wider kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit reflektiert. Im zweiten Kapitel werden Strukturen und Konzepte der Öffentlichkeitsarbeit in der EKD, in Mission und Diakonie beschrieben. Im dritten Kapitel werden vier beispielhafte Projekte vorgestellt. Die Aufsätze des vierten Kapitels "Medien in der Gemeinde" befassen sich mit den häufig vernachlässigten Bereichen Gemeindebrief, Schaukasten und Direct-Mailing. Abschließend wird in Kapitel fünf der neue "Fernstudiengang Öffentlichkeitsarbeit" vorgestellt.

Das Buch liefert insgesamt eine Standortbestimmung der Öffentlichkeitsarbeit in der Evangelischen Kirche und zeigt zugleich, daß sich die Institution Kirche in diesem Feld in der Praxis immer noch schwertut. Vor allen Dingen im Zusammenhang mit Spendenaktionen betreiben kirchliche Einrichtungen auch eine professionelle PR. Mehrere Autoren beklagen jedoch in ihren Aufsätzen, daß die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Gesamtkirche häufig unterschätzt und dementsprechend dilettantisch betrieben wird. Besonders an der Basis des kirchlichen Lebens, in den Kirchengemeinden, mangelt es an gezielten und professionellen Kommunikationsangeboten für die 'Kerngemeinden' ebenso wie für die immer größer werdenden 'Ränder'

der kirchenfernen Mitgliedschaft. Die Kirche leidet vor allen Dingen darunter, daß ihr in der öffentlichen Meinung zunehmend negative Images zugewiesen werden, wie Siegfried von Kortzfleisch in seinem Beitrag "Images von der Kirche - und wie mit ihnen umzugehen ist" ausführte. Der vorliegende Band richtet sich vorrangig an eine innerkirchliche Leserschaft, um ihr die Bedeutung und Notwendigkeit der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit zur Imageverbesserung und zur Akzeptanz-erhöhung in der Gesellschaft zu verdeutlichen.

Helmut Volpers (Göttingen)