

ZPTh

Zeitschrift
für Pastoraltheologie

Theologie säkularer Existenzweisen

ISSN: 0555-9308

40. Jahrgang, 2020-2

Himmel über Berlin?! Experimentelle Pastoralprojekte in der Hauptstadt

Abstract

Die Gottesfrage wachzuhalten, ist eine der vordringlichsten Aufgaben der Kirche. Leichter gesagt als getan, vor allem in einem so säkularen Umfeld wie Berlin, in der die überbordende Dynamik der rastlosen Stadt einer eher traditionell-konservativen Kirchlichkeit diametral gegenübersteht. Es ist deshalb spannend und herausfordernd, mit neuen Formaten urbaner Pastoral an anderen Orten zu ungewohnten Zeiten zu experimentieren und zu versuchen, Ereignisse der Stadt als Andockpunkt für Angebote zu nutzen, um sie so als spirituellen Raum erlebbar zu machen und (auch) Menschen zu erreichen, für die die Frage nach Gott und Glaube kein Thema mehr ist – oder nie war. Ziel dahinter: zeitgemäß erfahrbar zu machen, dass der Glaube für das Leben eine Relevanz haben kann. Dies gleicht zuweilen einem Hürdenlauf, der Durchhaltevermögen verlangt – kirchenintern ebenso wie -extern. Um dieses Unternehmen mit langem Atem verfolgen zu können, sind neue Paradigmen in der Pastoral notwendig.

Keeping the question of God alive is one of the primary tasks of the Church. This is easier said than done, however, especially in such a secular environment as Berlin, where the exuberant dynamism of the restless city is diametrically opposed to a more traditionally conservative Church. It is therefore an exciting and challenging task to experiment with new formats of urban pastoral work in other places at unusual times, and to try to use events in the city as a docking point for offers so that they can be experienced in a spiritual context as well as reaching people for whom the question of God and faith is no longer an issue – or never was. The goal behind this is to make it possible to experience in a contemporary way that faith can be relevant to life. However, this is sometimes rather like a steeplechase that requires endurance and perseverance – both within and outside the Church. New paradigms are necessary in pastoral theology.

„Ich denke viel an die Zukunft, weil das der Ort ist, wo ich den Rest meines Lebens zubringen werde“, lautet ein bekanntes Zitat des amerikanischen Regisseurs Woody Allen. Er beschreibt damit eine Grundhaltung, die zweifellos auch für die Kirche in Ostdeutschland gilt. Schließlich gehört hier eine überwältigende Mehrheit von knapp 80% der Bevölkerung keiner Religionsgemeinschaft an. Ein pastoraler Ausnahmezustand? Wohl eher der kirchliche Normalfall der Zukunft. So „denkt“ die Kirche in Ostdeutschland nicht nur „viel an die Zukunft“ – sie *lebt* sie gewissermaßen schon vorweg: Diaspora als Grundsituation von Kirche und Christsein heute.

In dieser Situation, die geprägt ist von einer großen Vielfalt an Lebenseinstellungen, zwischen denen man sich je nach Lebensumständen hin- und herbewegt, ist der religiöse Glaube aufgrund eines immer kleiner werdenden christlichen Umfelds, erheblicher Traditionsabbrüche und dem Verlust christlichen Grundwissens zu einer persönlichen Entscheidung jedes Einzelnen geworden. So steht die Kirche vor der

Herausforderung, sich in einer religionsfreien Umgebung neu zu orientieren und anzuerkennen, dass es sich „auch ohne Gott gut und anständig leben lässt“¹ und den Menschen in Ostdeutschland nichts fehlt und sie somit nicht auf der Suche sind nach etwas, das Kirche – und nur Kirche! – ihnen geben könnte. Vielmehr ist hier die Kirche diejenige, die sich auf die Suche machen muss nach einem alltagstauglichen und umfeldkompatiblen Vokabular und einer zeitgemäßen aber nicht anbietenden, überraschenden Weise, sich mit gesellschaftsrelevanten Themen bzw. existenziellen Lebensfragen auseinanderzusetzen, um möglichst passgenau ihre frohe Botschaft als Deutungshorizont *anbieten* zu können. So ist also die vorrangige Aufgabe der Kirche in Ostdeutschland, zu hören, zu lernen, wahrzunehmen, sich selbst infrage zu stellen, sich für „die anderen“, die ihr so fremd sind, zu interessieren – und diese Hausaufgabe, die ihr ihr Lebensumfeld aufgibt, gründlich zu erledigen.

„Jetzt müssen wir die Köpfe hochkrepeln.
Und die Ärmel natürlich auch.“(Lukas Podolski)

Sicherlich ist es erst einmal verstörend für die Kirche, sich in einem so noch nie dagewesenen weitgehend religionsfreien Umfeld neu aufstellen zu müssen. Und zugleich eine vibrierende Herausforderung, darauf zu reagieren und sich zu verändern – zumal in Berlin: Bundeshauptstadt, Millionenmetropole, Stadt von (Überlebens)Künstlern und Kreativen, Fortschritt, Film und Fashion, Start-ups und Szene-Kiezen, Trends, geplatzten Träumen und Tragödien. Multi-kulti. Arm, aber sexy. Eine (Welt-)Stadt, die niemals *ist* – immer *wird*, sich immer neu erfindet. Diese Komplexität erfordert eine multilinguale, milieuorientierte und kultursensible Pastoral. Von der Vielschichtigkeit der Stadt müsste sich die katholische Kirche von Berlin (rund 7% der Bevölkerung im gesamten Erzbistum sind katholisch, von denen wiederum 80% im Ballungsraum der Hauptstadt leben) eine (dicke) Scheibe abschneiden. Wirkt sie doch oft eng, konservativ, traditionell – und wenig selbstbewusst. Dabei hat sie eine essenzielle Grundmelodie in den Sound der Stadt einzubringen. Der Notenschlüssel dazu ist die Frage, wie wir heute von Gott reden müssen, damit ein konstruktiver Dialog gelingen kann – gerade auch mit Menschen, für die die Frage nach Gott und dem Glauben kein Thema (mehr) ist oder nie war. Dabei ist ein entschiedener Perspektivwechsel vorzunehmen, der erkennt, dass längst nicht mehr die Kirche der Nabel der Welt ist und „die Anderen“ am Rand stehen, sondern umgekehrt!

Kirche in der Stadt ist in einem stark verdichteten Raum konkurrenzorientierter Wechselbeziehungen ein Player unter vielen. Als Referenzhorizont für die eigene Ar-

¹ Eberhard Tiefensee, Umänderung der Denkart. Mission angesichts forciertes Säkularität. Eröffnungsvortrag der „pastorale!“ 2019 in: Tobias Kläden (Hg.), Kirche in der Diaspora. Keynotes der „pastorale“ 2019 in Magdeburg, KAMP kompakt Band 8, Erfurt 2020, 20–21.

beit sollte sie deshalb nicht den kirchlichen Kontext nehmen, sondern die Stadt, an deren Qualitätsansprüchen es sich auszurichten gilt und die sie herausfordert, eine dezidierte Dienstleistungsmentalität zu entwickeln, die bewusst wahrnimmt, wie die urbane Konkurrenz vorgeht, was sie von ihr abgucken kann. Und vor allem: wie sie in der Rolle eines „pastoralen Dienstleiters“ (säkulare) Kooperationen und Allianzen eingeht, um ihre Wirkmacht zu potenzieren.

URBAN CHURCHING gewissermaßen mit dem Grundauftrag, sich als Zukunftslabor zwischen Evangelium und heutiger Gesellschaft zu verstehen. Ein Labor, in dem mit neuen Formaten urbaner Pastoral an anderen Orten zu ungewohnten Zeiten experimentiert wird – mit dem Anspruch, den kirchlichen „Mehrwert“, den „Markenkern“ herauszuarbeiten, der ein Alleinstellungsmerkmal darstellt.

(M)ein Ansatz: Stadt-Ereignisse und -events als Andockpunkt für Angebote zu nutzen, um so die Stadt als spirituellen Raum zeitgemäß erlebbar zu machen und an „Alltagsorten“ eine Spur zu legen, die zeigt, dass der Glaube für das Leben eine *Relevanz* haben kann. Da solche Angebote vorrangig die 80 % der Menschen in den Blick nimmt, die mit klassischen kirchlichen Ausdrucksformen nicht erreicht werden, liegt das Augenmerk auf einer „Pastoral des kostbaren Augenblicks“. Diese bietet kurze, aber eindrucksvolle Impulse und intensive Begegnungen, die die Menschen rasch wieder in ihren Alltag entlassen, ohne langfristige Bindungen oder regelmäßige Verpflichtungen zu avisieren und verzichtet auf katechetische oder moralisierende Ansprache sowie Bevormundung und Besserwisserei.

„Natürlich gibt es eine jenseitige Welt.
Die Frage ist nur: wie weit ist sie
von der Innenstadt entfernt und
wie lange hat sie offen.“ (Woody Allen)

Aber auch die diesseitige Welt wirft entscheidende Fragen auf, die mich beschäftigen: Wie erfahre ich Gott – und woran merke ich, dass er an dieser oder jener Stelle meines Lebens im Spiel ist? Auch eine Klärung des eigenen spirituellen Standpunkts ist unverzichtbar: Warum und wozu sind wir eigentlich Christ*innen, wenn es offensichtlich auch ohne Gott ganz gut läuft? Warum glaube ich überhaupt – was verändert es, zu glauben? Und schließlich mit Fokus auf die Zielgruppe: Was glaubt jemand, der nicht glaubt? Wie sieht der Alltag der Menschen in der Stadt aus? Was brauchen sie?

„Entscheidend is' auf'm Platz“ (Adi Preißler)

Fünf Orientierungspunkte scheinen mir für eine derartige Pastoral wesentlich zu sein: Erstens das Bemühen um eine *lebensraumorientierte* Seelsorge, die da ist, wo sich das

Leben der Menschen in all seinen Facetten abspielt. Zweitens ein Bemühen um *city-orientierte* Angebote, die widerspiegeln, was der Stadt unter den Nägeln brennt: ob Fashion Week, Food Events, Filmfestival oder Fußballpokalspiel, frei nach dem Refrain eines Songs von Peter Fox: „Der Stadtaffe muss die Stadt im Blut haben.“

Drittens ein *biografieorientierter* Aspekt: Nämlich die Herausforderung, erfahrbar zu machen, dass der Glaube für das Leben eine Relevanz haben kann. Dabei gilt es, die Menschen mit existenziellen Lebensfragen konstruktiv zu konfrontieren und dabei den christlichen Glauben als ein Deutungsmuster *anzubieten*. Und das – viertens – möglichst auf unkonventionelle und *experimentelle* Weise, deren positiv-provozierender Ansatz neue Denkhorizonte eröffnet und darauf vertraut, dass es allemal besser ist, eine verbeulte und ramponierte Kirche zu sein, „die verletzt und beschmutzt ist, weil sie auf die Straßen hinausgegangen ist“, als „eine Kirche, die aufgrund ihrer Verschllossenheit und ihrer Bequemlichkeit, sich an die eigenen Sicherheiten zu klammern, krank ist“². Und nicht zuletzt fünftens das Bestreben, durch punktuelle, passagere Begegnungen mit Kirche eine vorurteilsfreie Kontaktaufnahme zu versuchen, *niederschwellig und doch anspruchsvoll*, auf Augenhöhe, respektvoll, voneinander lernend. Dabei gilt es, die Blickrichtung zu wechseln und nicht zu fragen, wie nah oder fern die Menschen der Kirche sind – sondern: Wie nah oder fern ist die Kirche den Menschen?!

„Innovation ist 1% Inspiration
und 99% Transpiration.“ (Thomas Edison)

Das Edison-Zitat lässt es schon erahnen: Wirkliche Innovation ist Schwerstarbeit. Und nicht alles, was sich mit diesem Begriff schmückt, ist auch wirklich innovativ. Vielfach zeigt sich, dass aus binnenkirchlicher Sicht Ideen als „innovativ“ erscheinen, die im säkularen Kontext schon längst selbstverständlich (wenn nicht gar schon überholt) sind. Es ist auch nicht einfach damit getan, etwas Neuartiges zu „erfinden“. Vielmehr zeichnet sich eine wahre Innovation dadurch aus, dass sie wirklich relevant ist und einen realen Bedarf befriedigt. Nach der Innovationsforschung von Florian Sobetzko machen drei Dinge einen echten Innovationsprozess aus: nämlich (1) das Ausdenken und Entwickeln einer möglichst auf den Nutzer bezogenen zündenden Idee (Ideation), (2) das Ausprobieren (Applikation) dieser Idee, um deren Brauchbarkeit und Nutzerorientiertheit zu überprüfen, bevor zu viel Zeit, Kraft, Energie, Engagement und Geld investiert und pulverisiert wird, und (3) die Ausbreitung (Diffusion) und der nachhaltige Nutzen. Antriebsfedern für diesen Dreischritt sind Mut, Initiative und Abenteuer-

² Apostolisches Schreiben Evangelii gaudium des Heiligen Vaters Papst Franziskus über die Verkündigung des Evangeliums in der Welt von heute, 1. Teil: Die missionarische Umgestaltung der Kirche, Nr. 49.

lust, aus der pastoralen Alltäglichkeit auszubrechen und „von denen da draußen“ abzugucken und zu lernen, wie Kirche besser funktionieren könnte. Doch damit ein solcher Prozess auch seine innovationsermöglichende und kirchenverändernde Kraft entfalten kann, muss er vonseiten der kirchlichen Leitungsebene(n) gewollt und unterstützt werden, damit er nicht vom kirchlich Eingefahrenen und Traditionellen kanibalisiert wird.³

Was eine derartige Innovationskultur deshalb wesentlich ausmacht, ist, in den Worten von Florian Sobetzko, „die Förderung von Fehlerkultur im Sinne von Fehlerfreundlichkeit aufseiten der Leitung und Fehlerfreudigkeit aufseiten der AkteurInnen. Denn Innovation entsteht am liebsten von unten nach oben (bottom-up), während Innovationsmanagement nur von oben nach unten (top-down) geht“⁴.

Doch in diesem Punkt gehen Theorie und Praxis oftmals getrennte Wege und es überwiegt das Gefühl, in einer ständigen „Beweispflicht“ zu sein und gute, erfolgreiche Projekte „liefern“ zu müssen – bei völlig unklarer Definition dessen, was überhaupt den Erfolg eines Projektes ausmacht. Eine große Teilnehmerzahl? Die Rückgewinnung abtrünniger Kirchenmitgliedern? Ein Anstieg der Taufen? Vollere Sonntagsgottesdienste?

Wie nun experimentelle Gehversuche in der Praxis aussehen können, zeigen zwei Beispiele aus dem Erzbistum Berlin:⁵

Lux² - eine multisensuale Installation zum Karneval der Kulturen

Alljährlich findet am Pfingstwochenende im Berliner Multikulti-Stadtteil Kreuzberg der sogenannte „Karneval der Kulturen“ statt, ein viertägiges multikulturelles Fest mit Musik, Tanz und einem großen Festumzug, in dessen Rahmen die Menschen unterschiedlicher Sprachen und Nationen ausgelassen tanzen, fröhlich feiern und sich verstehen. So bietet dieses Stadtereignis einen Andockpunkt, um den Festcharakter von Pfingsten ins Heute zu übertragen, war doch auch das Pfingstereignis vor über 2000 Jahren in Jerusalem gewissermaßen ein „Karneval der Kulturen“, bei dem die unterschiedlichsten Menschen und Kulturen aufeinandertrafen, von Begeisterung entflammt auf die Straßen getrieben wurden und sich verstanden. Deshalb beteiligt sich die direkt an der Strecke des Festumzugs liegende Kirche St. Bonifatius seit einigen Jahren mit verschiedenen räumlichen Installationen an diesem Cityevent und versinnbildlicht so das Pfingstereignis in zeitgemäßer urbaner Ästhetik. Die Kirche wird Teil

³ Florian Sobetzko – Matthias Sellmann, Gründer*innen-Handbuch für pastorale Start ups und Innovationsprojekte, Würzburg, 2017, 28–43.

⁴ Florian Sobetzko, <http://www.sobetzko.de> (Stand: 15.12.2020).

⁵ Weitere Projekte siehe: www.erzbistumberlin.de/citypastoral (Stand: 15.12.2020).

des Stadtraums, ermöglicht punktuellen Kontakt, präsentiert sich einladend und offen als sinnstiftender Player im Stadtgeschehen.

Die Installation 2019: Lux². Aus 2.019 Plexiglasquadraten, die symbolisch für die Flammenzungen der Pfingsterzählung und die Vielfalt der Menschen stehen, wurde ein riesiges Mobilé im Kirchraum aufgehängt, mit dem ein grob verpixeltes, großes Christusporträt im hinteren Bereich des Altarraums korrespondierte und den Eindruck vermittelte, als würden sich die Pixel des Portraitbildes in den Raum hinein versprengen. Je nach farbiger Beleuchtung ließ das Bild mal mehr, mal weniger ein Gesicht erkennen, das an das Abbild des Antlitzes des Turiner Grabtuches erinnert. So spannten Portrait und Mobilé einen Bogen zwischen Ostern und Pfingsten. Eine Duft-, Sound- und Laserinstallation intensivierte die Installation. Der vierwöchige Zeitrahmen des Projektes umfasste sowohl den bundesweiten „Tag der Nachbarn“ als auch die „Nacht der offenen Kirchen“ und bot somit weitere Anlässe für Kooperationen und ungewöhnliche Öffnungszeiten bis Mitternacht.

„Gott kommt. Mitten ins Leben“ – Eine Weihnachtskampagne

Die Grundintention: Etwas anbieten, das im Advent ein möglichst weit verbreitetes Bedürfnis abdeckt und somit unabhängig von der religiösen Einstellung eine große Zielgruppe anspricht. Da drängte sich die Idee eines weihnachtlichen Geschenkpapiers, das auf frische Art unsere weihnachtliche Botschaft transportiert, förmlich auf – werden doch handelsübliche „weihnachtliche“ Geschenkpapiere häufig eher von Schneeflocken, Schlitten ziehenden Rentieren und Lebkuchenmännchen bevölkert. Und so wurde in Zusammenarbeit mit einer Kommunikationsagentur ein „weihnachtliches Wimmelbild“ entwickelt, auf dessen Außenseite Maria und Josef, die Engel und Hirten sowie die Könige mit ihrer Kamelkarawane inmitten typischer Szenen aus der Hauptstadt, Brandenburg und Vorpommern auftauchen. Während auf der Innenseite das Motto dieser Kampagne in verschiedenen Sprachen die Internationalität des Erzbistums widerspiegelt und eine leicht verständliche Übersetzung von Weihnachten anbietet: „Gott kommt. Mitten ins Leben.“

Da Weihnachten aber auch bedeutet: „Wir werden beschenkt. Und schenken weiter“, wurden neben dem Verkauf des Papiers über verschiedene Kaufhäuser, Geschäfte und Onlineshops vor allem Aktionen initiiert, bei denen das Geschenkpapier in der Stadt verschenkt wurde.

So boten Mitarbeiter*innen des Erzbistums (inklusive des Erzbischofs) sowie Ehrenamtliche einen Geschenke-Einpack-Service in einem Kaufhaus am Alexanderplatz an. Außerdem wurden kurz vor Heiligabend weihnachtliche Notfallsets für Last-minute-Geschenke (mit einem Bogen Geschenkpapier, Klebepunkten, Geschenkband und Geschenkeanhänger zum Beschriften) am Bahnhof Alexanderplatz an die vorbei eilenden

Passanten und Reisenden verteilt, um auf der Heimreise zum Weihnachtsfest die letzten Präsente stilvoll verpacken zu können.

Bei der motivisch ergänzten und farblich veränderten Zweitaufgabe des Geschenkpapiers im Jahr darauf lag der Schwerpunkt auf „Geschichten, die die Stadt erzählt“. So wurden 24 kurze Video-Clips produziert und über die Social-Media-Kanäle des Erzbistums sowie QR-Codes in den Türchen eines (plastikfreien) Adventskalenders mit dem Wimmelmotiv verbreitet, in deren Rahmen verschiedene Details aus dem Geschenkpapier herausgegriffen und in die Realität transferiert wurden, wobei ganz unterschiedliche (urbane) Personen und Situationen zur Sprache kamen, sei es eine Tannenbaumverkäuferin, ein Bestatter, eine Babylotsin, ein Postbote usw., um durch mediale Glaubenskommunikation christliche Lebensdeutung anzubieten und eine vielfältige Perspektive darauf zu eröffnen, wo und wie Gott mitten ins Leben kommt. Diese sehr persönlich eingefärbte, narrative Erzählweise, die auf jeden dogmatischen Impetus und Besserwisserei verzichtet, ermöglichte eine innere Auseinandersetzung, persönliche Beteiligung und eine Identifikation mit den Protagonisten, weil sie emotional berührt, interaktives Potenzial birgt – und somit Relevanz gewinnt!

Deshalb ebenfalls Bestandteil dieser Kampagne: ein nächtlicher DANKE-Flashmob wenige Tage vor Heiligabend mit dem Berliner Erzbischof, bei dem es darum ging, Berufsgruppen in den Blick zu nehmen, die „mitten im Leben“ verortet sind, im Advent und an den Weihnachtsfeiertagen besonders gefordert werden und sich um das Allgemeinwohl sorgen: Feuerwehr, Polizei, die Notaufnahme einer Klinik und eine Notunterkunft für Frauen.

Eine breit aufgestellte Öffentlichkeitsarbeit nutzte nicht nur (säkulare) Zeitungen, Radio, Fernsehen und soziale Medien zur Verbreitung, sondern auch angemietete Großwerbeflächen im Stadtgebiet sowie eine ganzseitige Werbeanzeige in einem der angesagten Stadtmagazine. Dabei hat sich gezeigt, dass es höchst sinnvoll war, aus einer ursprünglich singulären (citypastoralen) Idee eine breit aufgestellte (Bistums)Kampagne mit vielen kirchlichen wie säkularen Kooperationspartnern und verschiedensten Präsenzformen im öffentlichen Raum zu entwickeln, weil dadurch eine weit über das Erzbistum Berlin hinausreichende Strahlkraft entwickelt werden konnte. Eine expressive, selbstbewusste „Think-big-Mentalität“ ist der Kirche (leider) zu wenig in ihre DNA geschrieben und sollte personell, finanziell und strukturell ausdrücklicher gefördert werden. Denn viel zu häufig verliert sie sich in kleinen Aktionen und Projekten, die unter dem Radar der öffentlichen Wahrnehmung durchrutschen.

„Die reinste Form des Wahnsinns ist es, alles beim Alten zu lassen und gleichzeitig zu hoffen, dass sich etwas ändert.“ (Albert Einstein)

Aber macht Kirche das nicht noch viel zu oft? Mit pastoralen Projekten die kirchliche Komfortzone zu verlassen, heißt jedenfalls vielen Stolpersteinen zu begegnen, und die „Moral von der Geschichte“ ist durchaus durchwachsen.

Einerseits kirchenintern: Nicht selten gibt es heftigen Gegenwind, der sich aus dem Vorwurf der plumpen und oberflächlichen Anbiederung an den Zeitgeist speist. Dann werden neue pastorale Ansätze als Konkurrenz zur „grundständigen“, gemeindeorientierten (Versorgungs-)Pastoral empfunden und nicht als bereichernde Ergänzung. Darüber hinaus binden binnenkirchliche Umstrukturierungsprozesse, die Bildung von pastoralen Großeinheiten und die damit einhergehenden Verunsicherungen, Um- und Abbrüche derart viele Kräfte, dass der Blick vielfach (fast ausschließlich) aufs kirchliche Innenleben gelenkt wird und keine Ressourcen frei lässt. Oft werden neue Ideen von den altbekannten Totschlags-Klassikern plattgemacht: „Aber das hat es ja noch nie in der Kirche gegeben!“ bzw. „Aber das war doch immer schon so!“ Oder aber: „Wer soll das alles machen?“ Auch festgefahrene, überholte, starre Kirchenbilder, ein Beharren auf nicht zeitgemäßen hierarchischen Strukturen sowie enge finanzielle und personelle Rahmenbedingungen haben enormes Bremspotenzial.

Und auch *kirchenextern* ergibt sich ein durchaus ambivalentes Bild: Wird von kirchlich nicht gebundenen Personen oft unvoreingenommen Neugier, Wertschätzung und Ermutigung geäußert, wenn Kirche sich um neue Formen des Kircheseins bemüht, begegnen ihr Institutionen und Unternehmen – zumindest in der Hauptstadt – zum Teil mit erheblichen Vorbehalten. Es scheint, dass Kirche zuweilen die Chance verspielt hat, als „Partnerin auf Augenhöhe“ wahrgenommen zu werden und im öffentlichen Diskurs eine gewichtige Stimme zu haben. Da fürchten Geschäfte Imageverluste, wenn ihre Kunden merken, dass ein Produkt eine christliche Botschaft hat. Da wird das Bekenntnis, man arbeite für die katholische Kirche mit dem Satz kommentiert, das sei ja erstaunlich, man sehe doch so normal aus auf den ersten Blick. Da lassen Besitzer von Locations, die für ein kirchliches Event angemietet werden sollen, wissen, man vermiete grundsätzlich nicht an „Tendenzbetriebe“. Da lehnt ein großes Unternehmen eine Zusammenarbeit ab mit dem Hinweis, das verstoße gegen die staatliche Neutralität.

„I have no idea where I'm going ...
Anyone care to join me?“ (Jonny Baker)

Keine Frage, es braucht einen langen Atem – und noch mehr Frustrationstoleranz, um gegen diverse Hürden anzurennen. Und um langfristig Kirche zukunftsfähig gestalten zu können, bräuchte es dringend neue Paradigmen in der Pastoral.

Beispielsweise ein entschiedenes Umverteilen vorhandener Ressourcen, um die Binnenorientierung aufzugeben und noch entschiedener säkulare Kontexte als genuine „places to be“ für Kirche zu implementieren.

Ebenso mehr Freiräume zum Experimentieren, in denen es *gewollt* ist, dass Kirche sich immer wieder vom Zeitgeist hinterfragen und herausfordern lässt und einem beständigen Wandel und Entwicklungsprozess unterworfen ist. Und das nicht nur als „Add on“ oder gar „Alibifunktion“, sondern als unverzichtbarer Bestandteil pastoralen Handelns. Denn ein klares Bekenntnis vieler Kirchenverantwortlicher zur Relevanz von innovativen Ansätzen im System Kirche fehlt vielerorts noch. Wichtig wäre, deren *systemveränderndes* Potenzial nach Kräften zu fördern und experimentelle Pastoral zu einem kirchlichen Normalfall werden zu lassen. Doch drängt sich vielfach der Eindruck auf, dass tiefgreifende Umbrüche gar nicht gewollt sind und pastorale Innovationen lediglich ein dauerhaft krisengeschütteltes System stabilisieren und somit lediglich *systemerhaltend* wirken sollen.

Positive Sprengkraft läge sicherlich auch darin, Talente und Neigungen der einzelnen pastoralen Akteur*innen zu maßgeblichen Kriterien bei der Vergabe von Zuständigkeiten zu machen und nicht hierarchische Erfordernisse oder vorgegebene Stellenprofile, die es abzuarbeiten gilt. Gezielte Fortbildungen, Workshops, Innovations-Coachings (bei Profis aus der säkularen Kreativwirtschaft) könnten gleichermaßen neue Horizonte öffnen wie notwendige Bodenhaftung schaffen.

Darüber hinaus erscheint ein engeres Zusammengehen von Theorie und Praxis, d. h. die Möglichkeit pastorales Tun wissenschaftlich fundieren, begleiten und evaluieren zu lassen, als für beide Seiten gewinnbringend und zielführend.

Vor allem aber bräuchte es eine völlig neue und differenzierte Rollenarchitektur, in der die klassischen kirchlichen Berufsgruppen mit ihren vorwiegend monothematischen (Studien-)Qualifikationen aufgelöst werden und Kirche ihre Wirkmacht erhöht, indem sie verstärkt Quereinsteiger und systemfremde Fähigkeiten anwirbt, beispielsweise professionelle Grafikdesigner*innen, Marketingexpert*innen, Digital Natives, Finanz- und Fundraising-Profis, Influencer*innen, Ästhetik-Nerds, Handwerker*innen, Networker*innen, Start-up-Gründer*innen usw., die wichtige Außenwahrnehmungen und Zusatzkompetenzen einbringen und Kirche dort verankern, wo sie häufig nicht mehr wahrgenommen wird: mitten im Leben!

Schließlich beschreibt Jonny Baker, Direktor der Missional Pioneer Ausbildung in Oxford in seinem Buch „The Pioneer Gift“⁶ ein besonders kostbares, weil in der Kirche seltenes Gut als einen der wesentlichen Motoren für Veränderungen, nämlich die Gabe des Nicht-Hineinpassens, „the gift of not fitting in“. Die Förderung dieser *Gabe* sollte sich die Kirche zwingend zur vorrangigsten *Aufgabe* machen!

Dipl. Theol. Carla Böhnstedt
Pastoralreferentin in der Citypastoral
Michaelkirchplatz 15
10179 Berlin
+49 (0) 151 40 09 24 39
carla.boehnstedt(at)erzbistumberlin(dot)de
www.erzbistumberlin.de/citypastoral

⁶ Jonny Baker – Cathy Ross, *The Pioneer Gift. Explorations in mission*, Norwich 2014.