

Grußwort Landesbischof Dr. Friedrich (Auszüge)

Empfang am Montag, den 7. Mai 2007, anlässlich der Jahrestagung
Öffentlichkeitsarbeit in Rummelsberg

Sehr geehrte Damen und Herren,

...

Im Fränkischen, also im Norden des Freistaats, liegen die Wurzeln unserer Kirche. Der Süden, also Oberbayern, war bis vor rund zweihundert Jahren rein katholisch. Ein Pfälzer Weinhändler war der erste evangelische Bürger, der sich in München niederlassen durfte, das war im Jahr 1801. Heute sind etwas mehr als 20 % der Münchner evangelisch.

Etwa 22% beträgt auch der Anteil der Evangelischen im Freistaat insgesamt. Von rund 12,5 Millionen Einwohnern Bayerns gehören 2,6 Millionen unserer Kirche an. Die Zahl der Katholiken ist knapp drei Mal so groß.

Allein die Zahlen drücken es aus: Kirche ist in Bayern nach wie vor eine integrale und anerkannte Größe in der Gesellschaft. Die Kirche gehört dazu, egal, ob bei der Einweihung eines neuen Kindergartens, der Münchner Allianz-Arena, oder des Forschungsreaktors in Garching. Die Einschätzung der Kirche wird gehört und oft genug abgefragt, zu Fragen der Werte-Orientierung ebenso wie zu ethischen oder gesellschaftspolitischen Fragen.

Da die Medien ja die gesellschaftlichen Gegebenheiten widerspiegeln, ist Kirche bei uns auch in den Medien vergleichsweise gut präsent – wie Daniel Meier in seiner kürzlich veröffentlichten Dissertation mit dem Titel „Kirche in der Tagespresse“, die am Lehrstuhl für christliche Publizistik in Erlangen entstand, empirisch belegt. Und wenn ich von „gut präsent“ spreche, meine ich das nicht nur quantitativ, also bezogen auf die Häufigkeit, mit der die Kirche bzw. kirchliche oder religiöse Themen in den Medien vorkommen, sondern auch qualitativ. Wenn über das Themenfeld Kirche berichtet wird, geschieht das in aller Regel sachkompetent und nicht unfair – es sind wirklich nur wenige Ausnahmen, die diese Regel bestätigen.

Wozu braucht es dann noch eine kirchliche Öffentlichkeitsarbeit, mögen manche von Ihnen sich jetzt vielleicht fragen, wenn doch die Bedingungen für die Kirche, mit ihrer Botschaft in der Gesellschaft Gehör zu finden, doch so gut sind. Nun – dass wir als Kirche gehört und wahrgenommen werden, verdanken wir natürlich nicht zuletzt auch unserem Engagement in Sachen Kommunikation. Dieses steht auf zwei Beinen: das eine sind die publizistischen Aktivitäten, die in unserem Presseverband gebündelt sind, und das zweite ist die Öffentlichkeitsarbeit.

Verglichen mit der Publizistik, die seit rund sechs Jahrzehnten fest etabliert ist, ist die Öffentlichkeitsarbeit in der ELKB eher noch eine junge Pflanze. Wenn ich es richtig überblicke, sind erst seit den frühen 90er Jahren Stellen für Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet worden. Heute zählen wir in unserer Kirche etwas über 40 Personen, die entweder auf landeskirchlicher Ebene, in kirchlichen Einrichtungen (nicht gerechnet die Diakonie) oder auf Ebene des Dekanatsbezirks in der Öffentlichkeitsarbeit tätig sind. Seit 2003 haben sie sich zu

einem „Netzwerk Öffentlichkeitsarbeit“ zusammengeschlossen. Die Hälfte von ihnen ist hauptamtlich tätig – was nicht gleichbedeutend mit einer ganzen Stelle ist! – der Rest neben- oder sogar ehrenamtlich. Darüber hinaus gibt es noch viele Menschen, die sich auf Gemeindeebene in Sachen Öffentlichkeitsarbeit engagieren, wie viele, wissen wir nicht genau, ich schätze, es sind mehrere hundert.

Unser Kirche braucht beides: Publizistik und Öffentlichkeitsarbeit. Eine engagierte, kreative Öffentlichkeitsarbeit, die es versteht, die Anliegen und Positionen unserer Kirche glaubhaft und überzeugend in die Breite der Gesellschaft hinein zu vermitteln. Die die Power hat, selbst Themen zu setzen und damit die gewünschte Aufmerksamkeit zu erzielen.

Aber: Gute kirchliche Öffentlichkeitsarbeit heute ist noch mehr. Angesichts einer sich immer weiter ausdifferenzierenden Gesellschaft und immer schneller sich entwickelnden Trends kommt den Öffentlichkeitsarbeitern und –arbeiterinnen gerade auch darin eine zunehmende Bedeutung zu, dass sie diese Veränderungen analysieren. Und uns, den Kirchenleitungen, dadurch wertvolle Impulse geben, mit welchen Themen und Entwicklungen wir uns auseinandersetzen sollten und in welcher Form. Ein guter Öffentlichkeitsarbeiter, eine gute Öffentlichkeitsarbeiterin heute ist demnach nicht allein kompetent im Erstellen von attraktiven Broschüren oder Webseiten oder im Formulieren von gut lesbaren Texten. Sondern er oder sie ist mindestens ein genau so guter Guide, der seine Kirchenleitung in dem immer komplexer werdenden realen und medialen Geschehen in unserer Gesellschaft wertvolle Orientierung vermittelt. Wenn es sein muss, auch mit der nötigen Portion Beharrlichkeit.

Ich sagte eben, unsere Kirche braucht beides. Neben der Öffentlichkeitsarbeit braucht sie auch weiterhin eine starke Publizistik, die im besten Geisendörfer'schen Sinne in kritischer Solidarität und publizistischer Freiheit über Themen im Schnittpunkt von Kirche und Gesellschaft berichtet. Evangelische Öffentlichkeitsarbeit und evangelische Publizistik haben trotz teilweise analogem „Handwerkszeug“ verschiedene Ausrichtungen, arbeiten mit unterschiedlichen Zielsetzungen. Aber beide tragen, wenn sie erfolgreich arbeiten, auf ihre Weise dazu bei, dass Themen, an denen uns als Kirche liegt, in der Gesellschaft Gehör finden und etwas bewegen. Damit sind beide unverzichtbare Funktionen unserer Kirche in einer Mediengesellschaft von heute.

Sehr stolz bin ich, dass wir in Bayern sowohl eine hervorragende Publizistik haben – ich nenne hier stellvertretend den epd, unsere beiden Sonntagsblätter und die evangelische Funkagentur, die unsere kommerziellen Hörfunksender mit Beiträgen versorgt – als auch eine hervorragende Öffentlichkeitsarbeit. ...