



Geschäftsstelle der Synode

Drucksache Nr.

II b / 1 a

6. Tagung der 10. Synode
der Evangelischen Kirche in Deutschland
in Dresden
4. bis 7. November 2007

BERICHT

des Evangelischen Missionswerkes in Deutschland e.V.

HINTERM KIRCHTURM GEHT ES WEITER

- Kurzfassung -

Direktor Christoph Anders

Hannover, den 24. September 2007

„Hinterm Kirchturm geht es weiter“

Der Jahresbericht des EMW erscheint in neuer Form: Kompakter, lesefreundlicher, illustriert mit über fünfzig Fotos und Infografiken. Er soll – auch außerhalb der EKD-Synode – Interessierte über die Arbeit des EMW informieren und kann bei der EMW-Geschäftsstelle auch in größerer Stückzahl bestellt werden.

Der thematische Teil befasst sich mit der Öffentlichkeitsarbeit der Missionsgesellschaften und -werke. Er zeigt, welche Bedeutung missionarische Öffentlichkeitsarbeit für die Entwicklung der Missionswerke in den vergangenen dreihundert Jahren hatte: Nur weil ihre Initiatoren den Gedanken der Mission mit modernen Methoden der Öffentlichkeitsarbeit propagierten, konnten aus der daraus erwachsenen „Kirchenvolksbewegung“ die Missionsgesellschaften des 18. und 19. Jahrhunderts entstehen. Ein weit gefächertes Angebot an – schon sehr früh sogar illustrierten – Zeitschriften und Broschüren informierte die Missionsinteressierten, bei Vorträgen in Gemeinden konnte man ab dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts sogar auf Farbdias zurückgreifen. Diese, dem jeweils modernsten Stand der Medienentwicklung angepasste Öffentlichkeitsarbeit riss in der Zeit des Nationalsozialismus ab.

Nach dem Zweiten Weltkrieg versäumten es die Missionsgesellschaften, an diese „moderne Tradition“ anzuknüpfen. Man konzentrierte sich auf die an Mission bereits interessierten Kreise, eine offensive, über diese Zielgruppe hinaus gehende Öffentlichkeitsarbeit unterblieb weitgehend. Dabei hätte die wachsende Kritik an den historischen Fehlern der Mission durchaus Anknüpfungspunkte geben können. Mit der (begrüßenswerten) Gründung von „Brot für die Welt“ verschlechterten sich die Rahmenbedingungen für die Missionswerke erneut, da den Gemeinden hier eine Möglichkeit „modernerer“ Engagements für die Dritte Welt geboten wurde – frei von den Belastungen der Missionsgeschichte. Während sich „Brot für die Welt“ zu einer bundesweit bekannten „Marke“ entwickelte, behinderte die regionalisierte Struktur der Missionswerke die Bündelung der Kräfte, die für eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit für Mission notwendig gewesen wäre.

Erst 1971 konnte die „Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Weltmission“ (als Vorläufer des EMW) eine „Informationsaktion Weltmission“ starten. Sie ging auf eine Anregung von Dr. Christian Berg, einem der Gründer von „Brot für die Welt“, zurück, der bereits 1963 eine Aktion „Wort für die Welt“ vorgeschlagen hatte.

Die „Informationsaktion Weltmission“ belegte, welche Wirkung von einer professionell gemachten Öffentlichkeitskampagne ausgehen konnte. Unter dem Slogan „Weltmission – Heute sind wir Partner“ griff sie die Vorurteile gegenüber Mission auf und stellte diesen in allgemein verständlicher Form die Wirklichkeit weltmissionarischer Zusammenarbeit vor. Das Medienecho war enorm, zahlreiche Gemeinden und Einzelpersonen konnten für das Thema interessiert werden. Leider musste das Konzept der auf drei Jahre angelegten Aktion nach zwei Jahren unter anderem aufgrund massiver Kritik konservativer Kreise geändert werden. Das anschließend entwickelte Material zum Sonntag der Weltmission (Rogate) richtete sich an Gemeinden und nicht mehr an die allgemeine Öffentlichkeit. Das nun jährlich vom EMW herausgegebene „Rogate-Material“, erstellt in Zusammenarbeit mit den EMW-Mitgliedswerken, erfüllte erfolgreich die Aufgabe, praktisch einsetzbares

Arbeitsmaterial auch denjenigen Gemeinden an die Hand zu geben, die sich ansonsten eher selten mit weltmissionarischen Themen befassen. Dazu trug die Wahl der Themen bei, zum Beispiel zur Apartheid in Südafrika, Menschenrechte, Gesundheit, Frauen in der Kirche oder dem 500. Jahrestag der „Entdeckung“ Amerikas – sämtlich Themen, die nur auf den ersten Blick nichts mit Mission zu tun haben. Leider wurde die Rogate-Aktion 1996 aus (unter anderem) finanziellen Gründen eingestellt.

Heute stehen die Missionswerke in Konkurrenz zu einer Vielzahl von (Hilfs-) Werken: Organisationen wie Plan International, Oxfam, Care oder World Vision ist es unter anderem dank eines klaren Profils, ihrer Finanzstärke und Organisationsstruktur gelungen, sich zu bundesweit bekannten „Marken“ aufzubauen. Dem stehen die Missionswerke weitgehend hilflos gegenüber. Sie erreichen zwar noch die ihnen zugeneigten Gemeinden in der Region, aber selbst für evangelische Gemeindeglieder ist es keineswegs mehr selbstverständlich, „ihr“ Missionswerk zu unterstützen.

Diesem Trend könnten die Missionswerke nur entgegen wirken, wenn sie sich entschlossen, bundesweit eine eigene „Marke Mission“ zu etablieren und diese zur Gewinnung neuer Interessierter zu nutzen. Der Vorteil einer solchen „Dachmarke“ bestünde nicht nur in der bundesweiten Erkennbarkeit evangelischer Missionswerke, sondern hauptsächlich darin, dass mit ihrer Einführung und Kommunizierung das Bewusstsein für die Verbundenheit der Christinnen und Christen in Deutschland mit ihren Schwestern und Brüdern in der Ökumene gefördert werden könnte.

Im **Bericht aus der Arbeit der Geschäftsstelle** stellen die Referentinnen und Referenten exemplarische Beispiele aus ihrer Arbeit vor. So berichtet der Direktor unter anderem aus der Kommission für Weltmission und Evangelisation des ÖRK, der Geschäftsführer stellt die Finanz- und Personalentwicklung des EMW vor, die Pressereferentin berichtet über eine Recherchereise nach Guyana (dem Land des Weltgebetstages 2008), die Pädagogik-Referentin über das Engagement der Missionswerke auf der Didacta, einer der größten Bildungsmessen Europas.

Highlights aus den Berichten der Abteilung Weltmissionarische Zusammenarbeit sind Erfahrungen aus der Finanz- und Organisationsberatung von kirchlichen Institutionen – einem weithin unterschätzten Problemfeld in der ökumenischen Zusammenarbeit. Das Referat Theologische Ausbildung beschreibt die ungeahnten Folgen der wachsenden Zahl theologischer Colleges in Indien, aus dem Afrika-Referat wird über das fünfzigjährige Bestehen des Programms für christlich-muslimische Beziehungen in Afrika (PROCMURA) berichtet. Erkenntnisse einer Reise in den Mittleren Osten und Erfahrungen bei der Zusammenarbeit von fünf asiatischen Kirchenräten vermittelt das Asien/Mittelost-Referat, aus Lateinamerika erfahren Leserinnen und Leser, was die Kirchen des Lateinamerikanischen Kirchenrates bewegt.

Außerdem berichten die Wirtschaftsstelle Evangelischer Missionsgesellschaften (WEM) und die Missionsakademie, die in diesem Jahr ihr 50-jähriges Jubiläum feiern konnte.

Christoph Anders, Direktor/ Martin Keiper, Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit