



Der Kirchenvorstand und die Milieus

Konzept für die Suche von
Kandidaten und Kandidatinnen
zur Kirchenvorstandswahl
in der Evangelischen Kirche
von Kurhessen-Waldeck
am 30. September 2007



KIRCHENVORSTANDSWAHL 30.09.2007

Konzept für die Suche von
Kandidaten und Kandidatinnen
zur Kirchenvorstandswahl 2007

Matthias Viertel
Kassel, August 2006

INHALT

I. Grundsätzliche Vorüberlegungen zu Wahlen im kirchlichen Bereich	4
1. Theologische Aspekte des Wählens	5
2. Besonderheiten einer kirchlichen Wahl	7
3. Wahlen als Öffentlichkeitsarbeit	8
4. Kirchenvorstandswahlen als Ausdruck demokratischen Gestaltungswillens	9
a) Wahlprogramme	9
b) Wahlkampf	9
c) Wahlversprechen	10
d) Wahlsymbole	10
e) Richtungswahl	11
5. Schlussfolgerungen	11
II. Ausblick auf eine milieuorientierte Wahlkampagne	12
1. Probleme mit den Milieus in den Kirchengemeinden	13
2. Die religiösen Milieus	13
3. Milieus in der EKKW	17
III. Die Kampagne	19
1. Das Konzept und die Zielbeschreibung	19
2. Problemanalyse	20
3. Das Drei-Phasen-Modell	21
a) 1. Phase: Wahlvorbereitung und Analyse	21
b) 2. Phase: Gewinnung von Kandidaten	21
c) 3. Phase: Wahlmobilisierung	21
d) Die Wahl	21
4. Die Mittel	21
a) Arbeitsmaterial: Der Kirchenvorstand und die Milieus	21
b) Plakate	21
c) Fortbildungsangebote	22
d) Öffentlichkeitsmaßnahmen	22
e) Logo und Erkennbarkeit	23
5. Begleitung, Kontrolle und Auswertung	24
IV. Anmerkungen	25

I. Grundsätzliche Vorüberlegungen zu Wahlen im kirchlichen Bereich

Ausgangspunkt der Vorüberlegungen ist die Beobachtung, dass die reichlich vertriebenen und qualifizierten Unterlagen, die von den Landeskirchen in der Vergangenheit anlässlich neuer Wahlen an die Kirchenvorsteher gereicht wurden, detailliert auf die Aufgaben eingehen, denen sich die neu gewählten Vorstandsmitglieder zu stellen haben. Dafür wurden Handbücher, Nachschlagewerke, Leitfäden, Arbeitsbücher zur Verfügung gestellt, die eine solide Arbeit ermöglichen (EKHN: „Hurra, ich bin gewählt!“, Badische Kirche: „Herzlichen Dank! Sie haben das Amt ... übernommen“, EKKW: „... Soll den Mitgliedern des KV Informationen, Hilfen und Anregungen für ihr Amt geben“¹).

Demgegenüber erweisen sich die Hilfsmittel für die der eigentlichen Wahl vorausgehende Phase des Wahlkampfes wie auch für die Rekrutierung von Kandidaten durchaus als lückenhaft. Auch hier werden zunächst noch einmal die „Aufgaben von Kirchenvorstehern“, das „Miteinander von Haupt- und Ehrenamtlichen“ wie der „offene und ehrliche Umgang mit gegenseitigen Erwartungen“ beschrieben. Unter dem Stichwort „Suchen und Finden“ wird ein gewisser Schwerpunkt der Suche nach Kandidaten sowie der dafür erforderlichen Öffentlichkeitsarbeit gewidmet. Zum Stichwort „Leitbild“ der Gemeinde, muss der Hinweis genügen, dass es hilfreich ist, „wenn der Kirchenvorstand sich in seiner Arbeit immer wieder Gedanken macht, was der Standort und die Situation der Gemeinde ist“.² Bezeichnend mag jedoch die Tatsache sein, dass der Begriff *Wahlkampf* in den zur Verfügung gestellten Unterlagen gewissermaßen konsequent ausgespart bleibt. Allein in den „Wegzeichen“ der Ev.-Luth. Kirche Sachsens findet er Erwähnung, zwar nur an einer einzigen Stelle und überdies in der literarischen Form eines fiktiven Briefes an einen jungen Neugewählten, bei dem von einem „bescheidenen Wahlkampf“ die Rede ist; aber immerhin zeichnet sich hier zumindest das Bewusstsein ab, demzufolge eine Wahl, die als persönliche Mitentscheidung verstanden wird, auch einer entsprechenden Argumentations und Informationsphase bedarf: „Wer überzeugen will, dass er für die anstehende Aufgabe genau der Richtige ist, der muss diese Botschaft unter die Leute bringen“.³

Für diese Zeit der Informationsbildung, die einer demokratischen Wahl unabdingbar vorgeordnet sein muss, die über die Akzeptanz in der Bevölkerung wie auch über die Wahlbeteiligung im erheblichen Maße entscheidet, erweist sich das vorhandene Arbeitsmaterial als ergänzungsbedürftig. Es fehlt die Anleitung für einen eventuellen Wahlkampf wie auch eine grundsätzliche Klärung, ob es einen Wahlkampf in der Gemeinde überhaupt geben sollte; es fehlt eine systematisierte Strategie für die Anwerbung neuer Kandidaten und die Klärung der wichtigen Frage, in welchem Verhältnis die Aspekte der Personalwahl und der Wahl von Programmen bzw. Profilen zueinander stehen; es fehlt vor allem eine qualifizierte Systematik für eine sinnvolle, d.h. an den Milieus orientierte Vorauswahl des Proporztes von Kandidaten. Wo liegen die Gründe für dieses Defizit?

Es mag nahe liegen, allein schon den Begriff des *Wahlkampfes* unter einem spezifischen Verdacht zu interpretieren. Ein „Kampf“ scheint sich für kirchliche Entscheidungsprozesse nicht unmittelbar anzubieten, werden dadurch doch Verhaltensweisen wie Konkurrenz, Auseinandersetzung und Wettstreit in den Vordergrund gestellt, die überdies mit den Konsequenzen von Sieg und Niederlage assoziiert werden. Schon das Vorhaben des *Kämpfens* widerspricht in dieser Deutung einer christlichen Ethik, die sich dem Gebot der Nächstenliebe verpflichtet weiß: „Was siehst du den Splitter in deines Bruders Auge und nimmst nicht wahr den Balken in deinem Auge?“ (Mt 7,3)

Von nicht minderer Bedeutung mag die Tatsache sein, dass eine Wahl, die sich als bewusste Entscheidung zwischen verschiedenen Möglichkeiten versteht, nicht nur diese Alternativen sondern auch deren argumentative Gegenüberstellung voraussetzt. Wo das nicht gegeben ist, wo allein das Ringen um die Anwerbung von Kandidaten zur Besetzung der Ämter schon Mühe bereitet, wirkt jedes Reden von Wahlkampf abwegig. Eine Tabuisierung des Wahlkampfes, der der Wahl vorauszugehen hat, mag deshalb auch Ausdruck jener Verlegenheit sein, die sich zwangsläufig ergibt, wenn diejenigen, die die Wahl vorbereiten, eben nicht aus einer Fülle von alternativen Möglichkeiten schöpfen können

und allenfalls bemüht sind, die erforderliche Zahl von Kandidaten überhaupt zu erreichen. An diesem Punkt mag die Frage nahe liegen und deshalb auch berechtigt sein, ob denn die Wahl tatsächlich das geeignete Instrument ist, um Ämter innerhalb der Kirche zu besetzen.

In den Evangelischen Kirchen wird der Grundsatz, kirchliche Leitung durch gewählte Gremien zu gewährleisten, als synodales Prinzip bezeichnet. Obgleich sich dieses Prinzip der synodalen Leitung bereits als Konsequenz aus der Reformation ergibt, bereitete erst der Reichsdeputationshauptschluss (1803) die Grundlage für eine Selbstverwaltung der Kirchengemeinden. In den kurhessischen Verfassungsurkunden von 1831 und 1852 wird in diesem Sinne der Landeskirche das Recht bestätigt, „die Sachen des Glaubens und der Liturgie“ in eigener Regie zu verwalten, während dem Staat nach wie vor „die unveräußerlichen hoheitlichen Rechte des Schutzes und der Oberaufsicht“ verblieben. Erst jetzt konnten die ausgewählten und berufenen Mitgliedern vertretenen Synoden an die Stelle der Landesherrlichen Kirchenregierung treten. Seit 1945 sieht das Synodalprinzip eine konsequente Demokratisierung auf allen unterschiedlichen Ebenen vor (Kirchenvorstand, Kreissynode, Landessynode, Synode der EKD). Das synodale Prinzip ist folglich Ausdruck einer an der Gemeinde orientierten und insofern demokratisch verankerten Selbstverwaltung, die sich in einer hierarchischen Struktur aus der Gemeinde ableitet und bis in die Synode der EKD erstreckt. Dass dieses synodale Prinzip dennoch nicht identisch ist mit den aus politischen Bereichen bekannten Wahlen, mag allein die Tatsache verdeutlichen, dass Wahlen im kirchlichen Bereich stets mit Berufungen ergänzt werden. In diesem Sinne ist eine Kirchenwahl folglich nicht „basisdemokratisch“, sondern sie verbindet Elemente der demokratischen Selbstverwaltung mit der Besonderheit, in dem Auftrag der Nachfolge Christi eben übergreifend dem einen und unverwechselbaren Programm verpflichtet zu sein. Dadurch werden auch den Wählenden gewisse Grenzen gesetzt, die sich aus dem Auftrag und dem Selbstverständnis der Kirche ergeben. Diese Einschränkung ist nicht zuletzt aus den Erfahrungen des Kirchenkampfes und der Kirchenwahl von 1933, die durch die

nationalsozialistisch unterwanderten ‚Deutschen Christen‘ missbraucht wurde, sinnvoll und notwendig geworden.

1. Theologische Aspekte des Wählens

Die *Wahl* ist ein Begriff, der der Kirche aus dem Bereich der Politik zugewachsen ist. Zur Wahl zu gehen, mit der eigenen Stimme über die Richtung der weiteren Entwicklung kirchlichen Arbeitens zumindest *mit* bestimmen zu können, ist ein demokratischer Gedanke, der zunächst einmal nicht genuin theologisch oder kirchlich ausgewiesen ist. Grundsätzlich lassen sich auch andere Möglichkeiten denken, mit dem kirchliche Anliegen ebenfalls befriedigend gelöst werden könnten (z.B. die Berufung, die Losentscheidung etc.). Den grundsätzlichen Vorüberlegungen zur Strukturierung von Wahlen im kirchlichen Bereich sei deshalb eine theologische Deutung des Wählens vorangestellt.

An erster Stelle steht im Neuen Testament das Prinzip der Berufung und nicht jenes der Wahl. Die Jünger wurden ohne Ausnahme von Jesus *berufen*; er hat sie persönlich ausgewählt und zur Nachfolge aufgefordert. Von Wahlen, gar in einem geläufigen demokratischen Verständnis, ist dabei überhaupt nicht die Rede. Und es erscheint auch vollkommen absurd, sich die Rekrutierung der Jüngerschaft im Sinne eines Wahlvorgangs vorzustellen. Allerdings gilt es dabei zu beachten, dass es sich in diesem Falle eben nicht um die Übernahme eines Amtes handelte, sondern um die Entscheidung für ein Lebenskonzept.

Wie die ersten Ämter im Bereich der Urgemeinde besetzt wurden, erfahren wir aus der Apostelgeschichte. Offensichtlich stellte es ein gewisses Problem dar, aus der Fülle möglicher Kandidaten die geeignete Person herauszufinden. Beispielhaft lässt sich das an der so genannten „Nachwahl des zwölften Apostels“ (Apg 1, 15-26) aufzeigen. Das Gremium „der Zwölf“ war dabei sowohl in der Größenordnung, mit der symbolischen Ausrichtung auf die 12 Stämme Israels, als auch in der Zusammensetzung durch die Beru-

fung der Jüngerschaft vorgegeben. Erst mit dem Ausscheiden des Judas ergab sich das Problem, diese wichtige Position neu besetzen zu müssen. Obwohl dieser Abschnitt in der Apostelgeschichte, in dem das Gremium „der Zwölf“ im Sinne eines Gemeindevorstandes auftrat, um aus den eigenen Reihen Positionen zu belegen, stets mit „Nachwahl“ überschrieben wird, handelte es sich dabei eigentlich doch gar nicht um einen Prozess des Wählens im Sinne der auf Mehrheitsfindung angelegten Meinungsbekundung. Wie aus dem Text zu erfahren ist, wurde zwischen den beiden Kandidaten (Josef Barsabbas, mit dem römischen Zusatznamen Justus, und Matthias) per Los entschieden und eben nicht durch „demokratische“ Abstimmung. Dass dieses Zufallsprinzip des Losens, bei dem durch das begleitende Gebet die Hoffnung auf göttliche Fügung entscheidend ist, dennoch nicht ganz ohne einen auf Mehrheitsfindung angelegten Meinungsfindungsprozess auskam, verdeutlicht dabei jedoch die Rahmensituation. Immerhin war eine Gruppe von insgesamt 120 „Brüdern“ aus diesem Anlass versammelt (Apg 1,15), so dass alleine die Bestimmung zweier Kandidaten eine Herausforderung dargestellt haben muss. Wie das geschehen ist, beschreibt die Apostelgeschichte leider nicht im Detail, allerdings heißt es: „sie stellten zwei auf“ (Apg 1,23). Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass diese Aufstellung in der Tat durch Mehrheitsfindung unter den verbliebenen Elf stattgefunden haben muss, so dass eine Mischung aus Wahl und Losentscheid zur Bestimmung des zwölften Apostels führte. Eindeutiger zeigt sich die Wahl von sieben „Armenpflegern“ (Apg 6,17), die sich um die Versorgung der Witwen kümmern sollten. In diesem Falle riefen „die Zwölf“ alle Jünger zusammen, um aus ihren Reihen sieben Männer „wählen zu lassen“, die für diesen speziellen diakonischen Dienst verantwortlich gemacht und dafür „eingesegnet“ wurden. Interessant an dieser ersten echten Wahl sind die Begleitumstände, denn ein „Murren“ unter den Jüngern ging der Entscheidung voran, da die „griechischen“ Jünger sich von den jüdenchristlichen „hebräischen“ benachteiligt fühlten und behaupteten, dass *ihre* Witwen stets über-

sehen würden. Diese Wahl ist folglich von einer Fraktionierung geprägt, ja sie ist sogar unmittelbarer Ausdruck von unterschiedlichen Gruppen mit deren unterschiedlichen Interessen. Die Wahl erweist sich in diesem Zusammenhang als die geeignete Methode, auseinandergelagerte Interessen einem Mehrheitsvotum zu unterwerfen, um letztlich Einmütigkeit zu erhalten.

„Zwietracht“ und Fraktionierung bilden auch die Grundlage für die Apostelversammlung in Jerusalem (Apg 15), bei der die „Partei der Pharisäer, die gläubig geworden waren“, gegen heidenchristliche Ambitionen und die Aktivitäten des Paulus opponiert. Die Beschlüsse, die daraufhin getroffen werden, beruhen möglicherweise auf einem Abstimmungsverfahren, von dem es wörtlich heißt: „einmütig versammelt, beschlossen“ sie (Apg 15,25), wobei das Komma durchaus von Bedeutung ist, denn die Einmütigkeit bezieht sich offensichtlich nur auf die Versammlung, nicht jedoch auf den Beschluss. Insgesamt steht hier allerdings die Frage der Konfliktbereinigung im Vordergrund, die höchstwahrscheinlich durch Abstimmungsverfahren begleitet war, nicht jedoch ein Wahlverfahren, bei dem es um die Nominierung von Ämtern geht. Diese Form des Abstimmens in Meinungsverschiedenheiten ist von dem auf Personen bezogenen Vorgang des Wählens zu unterscheiden.

Aus der Betrachtung von unterschiedlichen Wahlsituationen im Neuen Testament sind folgende Überlegungen abzuleiten:

- In der Urgemeinde wird das Wählen durch Losentscheid begleitet und damit dem Vertrauen auf göttliche Fügung Ausdruck verliehen, das zumindest gleichberechtigt an die Seite der menschlichen Meinungsbildung tritt.
- Als Ausdruck der Mehrheitsbildung ist die Wahl im Kontext des Neuen Testaments durch Fraktionierung geprägt und stellt diese Form der Interessenkollision auch deutlich heraus.
- Wahlen finden in einmütiger Versammlung statt, aber sie führen nicht

zwangsläufig auch zu einstimmigen Ergebnissen.

- Wie die Nachwahl des Apostel Matthias zeigt, setzt das Verfahren des Wählens in der Tat die Möglichkeit der Auswahl voraus. Wahl ist insofern auch im Bereich der Kirche niemals nur Akklamation.

2. Besonderheiten einer kirchlichen Wahl

Kirchenvorstände und Synoden verstehen sich in der Regel als parlamentarische Gremien der Kirche. Dieses Selbstverständnis einer „vom Volk“ gewählten Vertretung ist nicht falsch, trifft aber auch nur bedingt zu, wenn als Vergleichsfolie die aus den politischen Zusammenhängen bekannten Prinzipien der parlamentarischen Demokratie herangezogen werden. Während in der parlamentarischen Demokratie ausdrücklich auf Parteien verwiesen wird und somit die durch sie vertretenen Programme zur Wahl stehen, geht es bei den Kirchenwahlen um Personen, die direkt gewählt werden. Dieser Unterschied ist prinzipiell und hat Auswirkungen. Aus guten Gründen, nämlich den Erfahrungen der Weimarer Republik, ist die direkte Wahl der in Regierungsverantwortung Stehenden durch die programmatisch ausgewiesene Wahl eines Parlaments ersetzt worden, um demagogischen „Volksverführern“ vorzubeugen. Offensichtlich traute man den gewählten Volksvertretern mehr Sachverstand und auch größere Besonnenheit bei der Zusammensetzung einer Regierung zu als dem wählenden Volk. Das Parlament ist dabei auf die Fraktionsbildung und das kontrollierende Gegenüber von Regierungspartei(en) und Oppositionspartei(en) angewiesen, um diesem Auftrag gerecht werden zu können. Dem steht bei der Kirchenwahl ein anderes „Parlamentsverständnis“ gegenüber, das weder eine Fraktionierung vorsieht noch eine Gegenüberstellung von Leitung und Opposition, ja das letztlich um Einmütigkeit und Harmonie bemüht sein soll. In dem Reader zu der Kirchenvorstandswahl 2001 in der EKKW wird eine Stimme zitiert, durch die dieser Unterschied deutlich werden soll: *„Wählen bedeutet in der Kirche etwas anderes als im weltlichen Raum. Es bedeutet nicht, einer Gruppe*

*und ihrem Programm seine Stimme geben. Herr der Kirche ist allein Jesus Christus. Jede Mitarbeit in der Kirche steht im Gehorsam gegen ihn. Wählen innerhalb der Kirche kann also nur bedeuten, dass die ganze, brüderlich christlich miteinander verbundene Gemeinde den Brüdern und Schwestern ihre Stimme gibt, zu denen sie das Vertrauen hat, dass sie in der Treue gegen Christus das Amt der Leitung und Verwaltung der Gemeinde mit Weisheit werden ausüben können.“*⁴

Folgt man diesem Votum, dann sind Kirchenvorstandswahlen in der Regel als Bestätigungen von Gremien zu verstehen, denen durch die eigene Stimme das Vertrauen zugesprochen wird. Fraglich bleibt jedoch, ob ungeachtet aller geschwisterlichen Bemühungen um Einmütigkeit (nicht Einstimmigkeit!) in den Entscheidungen bereits schon die Zusammensetzung des Gremiums auf Harmonie angelegt sein bzw. Fraktionierung und Interessensgegenüberstellung umgangen werden soll. Die Tatsache, dass in den „Gesetzlichen Grundlagen“ für die Kirchenvorstandswahl 2001 ein Bemühen um die Beteiligung unterschiedlicher Interessengruppen angesprochen ist, verdeutlicht schon, wie wichtig neben dem Zuspruch des Vertrauens in ein Gremium durch die Wahl auch das Einbringen von eigenen Interessen und die Berücksichtigung von Interessengruppen geworden ist: *„Gerade im ländlichen Bereich können Vorschläge auch aus Gruppen oder Vereinen kommen, die nicht direkt an die Kirche gebunden sind, ihr aber nahe stehen“*.⁵ Wer also anlässlich der Wahlen zum Kirchenvorstand das persönliche Engagement der Gemeindeglieder fördern möchte, wer die wesentlichen Interessensgruppen der Gemeinde bzw. der Kommune berücksichtigt wissen und dadurch zu einem möglichst lebendigen Gemeindegemeinschaften kommen will, das sich auch in dem leitenden Gremium widerspiegelt, der wird geradezu zwangsläufig auch echtes Engagement und Interessensvertretung ermöglichen müssen. Dass die gewählten Vertreter in den anstehenden Entscheidungen letztlich ihrem eigenen Gewissen folgen und sich dabei bemühen, ihr „Amt als Kirchenvorsteher gemäß dem Evangelium zu führen, die Ordnungen der Kirche zu achten und nach Kräften dazu beizutragen, dass in der Gemeinde Glaube und Liebe wachse“ (Amtsver-

pflichtung) steht grundsätzlich jedenfalls nicht das Ansinnen im Wege, zugleich auch die Interessen derjenigen, die sie gewählt haben, entsprechend zur Sprache zu bringen und Partei für bestimmte Positionen zu ergreifen.

3. Wahlen als Öffentlichkeitsarbeit

Dem Gedanken der Grundordnung der EKKW folgend liegt das Schwergewicht der Vorbereitung der Kirchenvorstandswahl zunächst im Bereich der Gemeindeaktivitäten und unterliegt der Verantwortung des amtierenden Kirchenvorstandes. Es ist die Aufgabe der Kirchenvorsteher sowie des Pfarrers, nach geeigneten Personen Ausschau zu halten, die sich einer Wahl stellen oder für eine Nachberufung in Frage kommen. Erst in zweiter Linie kommt dem Kirchenkreisvorstand die Bedeutung einer unterstützenden Hilfe sowie einer korrigierenden Kontrolle bei der Lösung dieser Aufgabe zu. Das Landeskirchenamt kann durch den Beauftragten Unterstützung anbieten, wenn es um die Klärung rechtlicher oder konzeptioneller Fragen geht, wenn Gemeindegruppen Informationsveranstaltungen wünschen, Material für die Wahl benötigen oder sonstige Unterstützung anfragen. In erster Linie bleibt die Wahl zum Kirchenvorstand jedoch in der Verantwortung der Gemeinde, sie ist genuine Öffentlichkeitsarbeit, indem eben nicht nur für die Kirche in der Öffentlichkeit geworben, sondern tatsächlich die Öffentlichkeit für Kirche konstituiert wird. In diesem Zusammenhang bietet die Kirchenvorstandswahl eine herausragende Möglichkeit für die Gemeinde, sich mit ihrem Anliegen in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Das Stichwort „Öffentlichkeitsarbeit“ bedarf dabei der Erläuterung.

Öffentlichkeit muss im kirchlichen Kontext als qualitatives Moment und nicht als quantitative Größe verstanden werden. „Die Öffentlichkeit herzustellen“ ist dabei ein Anliegen, das sich direkt aus dem Missionsbefehl ergibt: „Gehet hin in alle Welt und predigt das Evangelium aller Kreatur“ (Mk 16,15). Dem zu folgen lässt, sich nicht darauf begrenzen, möglichst viele Menschen anzusprechen, sondern hebt darauf ab, ohne Unterschied in alle Lebensbereiche

hinein zu wirken. Öffentlichkeit wird dort erreicht, wo nicht nur eine bestimmte Anzahl von Menschen zusammenkommt, sondern die Einladung prinzipiell allen gilt und das Bemühen sich auch auf die unterschiedlichen Lebensräume – wir würden heute von Milieus sprechen – bezieht. Die Herausforderung liegt folglich nicht darin, ob Kirche sich heute mit Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzen will und sich davon etwas verspricht, sondern inwiefern die Kirche die Tatsache meistert, dass „der Meister öffentlich ist“⁶ und die Verkündigung des Evangeliums zur Arbeit in und mit der Öffentlichkeit wird. In dieser Deutung unterscheidet sich kirchliche Öffentlichkeitsarbeit grundsätzlich von Werbung bzw. Reklame, sie lässt sich weder auf strategische (Rückgang der Kirchenglieder) noch finanzielle (Einbußen bei der Kirchensteuern) zurückführen und darf deshalb auch nicht als Krisenintervention verstanden werden, sondern entspricht dem ureigenen Auftrag der Kirche.

Speziell die Kirchenvorstandswahlen sind deshalb unmittelbarer Ausdruck des Willens, die Öffentlichkeit für das Anliegen der Kirche herzustellen. Dieser Auftrag muss dann jedoch auch qualitativ und eben nicht rein quantitativ betrachtet und auch verfolgt werden. Eine Kirchenvorstandswahl, die in diesem Sinne als qualitative Öffentlichkeitsarbeit verstanden wird, zeigt in den folgenden Punkten Auswirkungen:

- in der milieugesteuerten Ausrichtung auf die unterschiedlichen Perspektiven der Gemeindeglieder mit ihren unterschiedlichen Themenfeldern,
- in der Berücksichtigung der vorhandenen Milieus bei der Zusammenstellung der Kandidaten für die Wahl,
- in der flexiblen und differenzierten Handhabung von Bild und Textmaterial für die Kampagnen,
- in dem besonderen Engagement der Gemeinde zur Herstellung von Öffentlichkeit für „ihre“ Wahl,
- in der professionellen Begleitung und Schulung aller an der Wahl Beteiligten.

4. Kirchenvorstandswahlen als Ausdruck demokratischen Gestaltungswillens

Obgleich das Prinzip der Wahl von Ämtern durchaus biblische Qualität hat und aus der Urgemeinde bereits überliefert wird, ist der Terminus „Wahl“ dennoch in der Neuzeit durch politische Verfahren der Demokratie belegt und wird quasi automatisch mit ihr in Verbindung gebracht. Aus diesem Grunde empfiehlt sich für Kirchenvorstandswahlen durchaus eine zweiseitige Ausrichtung, die einmal die historische biblische Tradition aufgreift, andererseits aber auch das politische Moment berücksichtigt, das sich in dem Prinzip des Wählens zu erkennen gibt. Im politischen Bereich ist die Wahl fest verankert mit Prinzipien, die assoziativ konnotiert werden:

a) Wahlprogramme

Da die Kandidaten und Kandidatinnen für die Kirchenvorstandswahlen in der Regel nicht bei allen Wählenden persönlich bekannt sind (eine Ausnahme mag die dörfliche Gemeinschaft bilden), geben Programme einen inhaltlichen Leitfaden, an dem sich Wählende orientieren können. Wird ein solches Programm nicht explizit geboten, nehmen die Wählenden die biografischen Angaben stellvertretend als geheimes (implizites) Programm. Dann stehen der Beruf, das Alter, der Wohnort, das Sozialprestige und das spezifische kirchliche Engagement für Inhalte. Solche geheimen Programme gab es schon immer, und nicht selten haben sie die Wahl der Kirchenvorsteher und -vorsteherinnen bestimmt. Angesichts der zunehmend segmentierten und pluralisierten Gesellschaftsstruktur und der damit einhergehenden multiplen Lebensläufe ist es äußerst fragwürdig geworden, ob derartige biografische Angaben automatisch noch im Sinne eines Programms verstanden werden können. Aus diesem Grunde ist ein explizites Programm außerordentlich förderlich, um größeres Interesse an der Wahl zu erzeugen und die Kandidaten und Kandidatinnen auf die Übereinstimmung mit den eigenen Interessen überprüfen zu können. Eine ernsthafte Wahl findet nur dort statt, wo die Wählenden mit ihrer Stimme auch eigene

Interessen anmelden können, und ihnen somit eine indirekte Gestaltungsmöglichkeit für die weitere Entwicklung der Gemeindegemeinschaft eingeräumt wird.

b) Wahlkampf

Der Begriff „Kampf“ scheint sich auf den ersten Blick nur unter starken Vorbehalten für kirchliche Entscheidungsprozesse zu eignen. In der Kirche wird geschwisterliche Einmütigkeit angestrebt, „Kampf“ wirkt demgegenüber unchristlich, weil polarisierend und mit negativen Attributen behaftet (niedermachen, verletzen, unterdrücken). Solche Vorbehalte müssen unbedingt bedacht sein, sollten allerdings nicht dazu führen, von vornherein auf einen adäquaten Wahlkampf zu verzichten. Und zwar aus folgenden Gründen:

- Durch den Wettstreit, das Wetteifern, das miteinander Ringen (siehe Paulus und die Korinther) kommt persönliches Engagement zum Ausdruck, wird Profilierung möglich, können Alternativen aufgezeigt werden.
- Erst ein offenes Wetteifern verhindert heimliches (implizites) Wettkämpfen, das immer auftritt, wenn mehrer Kandidaten für eine zu besetzende Stelle antreten.
- Der Verzicht auf das Wetteifern eines Wahlkampfes unter gleichzeitigem Verzicht auf Programme führt geradezu zwangsläufig zu einem gravierenden Bedeutungsverlust der Wahl, bei der es eben nichts mehr zu *wählen*, sondern nur noch zu akklamieren gibt.
- Das KVWahlG (§ 11) sieht die Wählbarkeit so konkret, dass die Wahlvorschläge das Doppelte der zu Wählenden anbieten müssen (Ausnahmefälle sind nur als Entscheidung des Kirchenvorstands möglich). Schon dadurch wird deutlich, inwiefern es um eine echte Wahl also um Alternativen gehen soll und nicht lediglich bloß um eine Bestätigungswahl.

c) Wahlversprechen

Kaum etwas wird derart ambivalent beurteilt wie Wahlversprechen. Geradezu sprichwörtlich ist es geworden, von „bloßen Wahlversprechen“ zu reden, wenn jemand mit dem einzigen Anliegen auftritt, Stimmpotential für ein Amt zu erhalten, ohne Rücksicht auf die Wahrscheinlichkeit einer späteren Realisierung zu nehmen. Dennoch sind die Wahlversprechen unabdingbar, um im Rahmen der angebotenen Möglichkeiten eine Auswahl zu treffen, in der die eigenen Interessen am ehesten wieder zu finden sind. Wahlversprechen sind – jedenfalls wenn sie aufrichtig und ehrlich formuliert werden – Kurzformen des Programms, mit dem der jeweilige Kandidat zu Wahl antritt. Im kirchlichen Bereich können sich solche Versprechen beispielsweise darauf beziehen, in Zukunft eben den heidenchristlichen Witwen die gleiche Aufmerksamkeit zukommen zu lassen wie den jüdenchristlichen (Apg 6), wie immer das in einer aktualisierten Form Gestalt finden kann.

- Wer von vornherein gar keine Versprechen abgibt, kann die Wähler im Nachhinein zwar nicht enttäuschen, aber genauso wenig ist es möglich Programme umzusetzen, die den Wählenden von vornherein angekündigt worden waren.
- Wahlversprechen können im positiven Sinn Orientierungshilfen für die Wählenden darstellen und zur programmatischen Profilierung der Kandidaten beitragen.

d) Wahlsymbole

Die politischen Wahlen werden im erheblichen Maße durch Symbole getragen. Komplexe Programme, mit denen die Wählenden nur selten im Detail wirklich vertraut sind, werden durch *Kürzel* ersetzt, so spricht man beispielsweise von „rot-grün“, von „gelb-schwarz“, sogar von der „Ampelkoalition“, der einer „Jamaikakoalition“ und scheint damit zumindest sehr vereinfacht eine grobe Orientierung bieten zu können. Die Farben tragen dabei durchaus symbolische

Qualität, sie sind eben nicht nur Zeichen, weil mit ihnen traditionell vermittelte Inhalte wie *Aufbruch, Umbau, Traditionsorientierung, Umweltbewusstsein, Liberalität* etc. verbunden sind. Mit den Symbolen werden implizit Angebote unterbreitet, die alternativ *zur Wahl* stehen. Eine Wahlkampagne, die sich auf ein einziges Symbol beschränkt, wirbt damit für die Wahl als einer demokratisch verankerten Einrichtung, aber gerade nicht für das Wählen im Sinne einer Entscheidungsmöglichkeit, die den Wählenden Alternativen anbietet. Wahlen, die persönliches Engagement nicht nur bei den zu wählenden Kandidaten erzeugen wollen, sondern auch die Beteiligung an der Wahl als Ausdruck eines Mitempfindens und Mitentscheidens beurteilen, sollten deshalb die Vielfalt der Alternativen bereits in der Symbolik berücksichtigen. Darüber hinaus muss nicht nur die intern kirchlich gebundene Ausstrahlungskraft der Symbole, sondern auch die externe Wirkung auf jene Gemeindeglieder bedacht werden, die eher emotional assoziativ reagieren. Um ein Beispiel zu benennen: Der Hahn steht als Zentralsymbol der Kirchenvorstadtwahlen für die einen als Ausdruck des Verrats (Petrus), für andere als Zeichen der Beliebigkeit (der Wetterhahn dreht sich nach dem Winde) oder schlicht als Inbegriff des Weckrufs (beim ersten Hahnenschrei). Zahlreiche volkstümlich fest verankerte Redensarten verdeutlichen die Assoziationen, die mit diesem Symbol einhergehen („Wenn der Hahn kräht auf dem Mist, ändert sich das Wetter, oder es bleibt wie es ist“), die zum überwiegenden Teil eher negativ ausgerichtet sind und sich als Zeichen für Engagement, Aufbruchswillen, Mitbestimmungsrecht etc. nur unzureichend eignen

- Symbole stehen in der Wahlkampagne für Programme, sie sind deshalb auf die impliziten und expliziten Inhalte abzustimmen.
- Wenn nicht das Ereignis der Wahl sondern das Wählen als demokratischer Mitbestimmungsprozess im Mittelpunkt steht, bedarf es unterschiedlicher Symbole, durch die Alternativen kenntlich werden.
- Auch Symbole stehen zur Wahl.

Gerade wenn die Kirchenwahl speziell jene Gemeindeglieder motivieren soll, die nicht zur Kerngemeinde zählen, bedarf es hier einer wohl durchdachten Symbolsprache.

e) Richtungswahl

Im Zuge der letzten Wahl zum Bundestag hat sich der Terminus *Richtungswahl* als stark motivierend erwiesen. Von einer Richtungswahl kann in dem Falle sinnvoll gesprochen werden, wenn es eben nicht nur um die Verteilung von Posten, sondern um grundsätzliche Entscheidungen der Programmatik geht. Der Hinweis auf eine Richtungswahl setzt dabei eine kritische Situation voraus wie auch die Notwendigkeit, durch programmatische Grundsatzentscheidungen eine Klärung der zukünftigen Richtung herbeiführen zu wollen, auf deren Grundlage das weitere Vorgehen konkret werden kann.

Als eine Richtungswahl mag auch die für das Jahr 2007 bevorstehende Kirchenvorstandswahl verstanden werden. Verschiedene strukturelle Maßnahmen, die in den letzten Jahren bereits das kirchliche Leben geprägt haben (Verstärkung der mittleren Ebene, Konsolidierungsbeschlüsse für die Haushalte, Personalentwicklungsplanung; Gebäudemanagement etc.) lassen den Eindruck entstehen, dass die Kirche zurzeit an einem Wendepunkt steht. Diese Situation hat den Ruf nach einer Prioritätendebatte wach werden lassen. Unterstützt wird diese Suche nach einer Positionsbestimmung der Kirche zusätzlich durch äußere gesellschaftliche Faktoren wie die Zunahme der älteren Bürger in der demographische Entwicklung („silberne Kirche“), die Pluralisierung der religiösen Lebenswelten (laizistische Tendenzen in der Europäischen Verfassung) und steuerrechtliche Veränderungen (Verlagerung der Einkommenssteuer auf die Mehrwertsteuer). Aus gutem Grunde kann deshalb bei der anstehenden Kirchenvorstandswahl von einer Richtungswahl gesprochen werden, die – wenn sie als solche auch benannt und behandelt wird – nicht nur ein dementsprechend größeres Interesse der Öffentlichkeit an der Wahl hervorrufen wird, sondern der Wahl damit auch die Bedeutung zuspricht, die ihr inhaltlich zukommt.

5. Schlussfolgerungen

Kirchenvorstandswahlen mit den aus politischen Bereichen bekannten Kriterien zu verbinden, mag einige Bedenken hervorrufen. Ist beispielsweise der „Wahlkampf“ ein adäquates Mittel für die Besetzung kirchlicher Ämter? Führt die Kennzeichnung als „Richtungswahl“ nicht unabdingbar zu einer Fraktionierung, die in der Kirche vermieden werden sollte? Geht es bei der Besetzung eines Kirchenvorstandes mehr um die Wahl inhaltlicher Programme oder um Personen? Diesen Bedenken kann zwar entgegengesetzt werden, dass auch mit jeder Personenwahl implizit Programme verbunden sind. Selbst Fraktionierungen sind, wenn sie als Zusammenschlüsse von Personen unter dem Gesichtspunkt gemeinsamer Interessen verstanden werden, im Bereich der Landessynode beispielsweise unter regionalen Aspekten durchaus üblich (Sprengel). Dennoch muss mit einem inhaltlich ausgerichteten Wahlkampf nicht zwangsläufig eine Fraktionierung einhergehen. Besondere Aufmerksamkeit wird deshalb darauf zu richten sein, dass nach wie vor die Personen bei der Wahl im Vordergrund stehen. Die durch sie repräsentierten inhaltlichen Programme dienen lediglich dazu, mehr Orientierung zu bieten. Insgesamt kann die Regel lauten: Je größer die Alternativen bei einer anstehenden Wahl sind, umso stärker ist die Beteiligung. Je intensiver die Diskussion um die Zusammensetzung des Vorstandes geführt wird, umso größer ist die Bereitschaft, sich zu engagieren und mit der eigenen Stimme der zukünftigen Gestaltung kirchlicher Arbeit einen Weg zu weisen. Das Konzept für die Suche nach Kandidaten und Kandidatinnen fühlt sich dabei dem Auftrag verpflichtet, mehr Öffentlichkeit für Kirche herzustellen und die Bereitschaft zu stärken, durch ehrenamtliches Engagement an den Strukturen des Gemeindelebens mitzuarbeiten. Dass aus dieser Situation neue Herausforderungen für die Gemeinde erwachsen können, wenn mit der Wahl tatsächlich Alternativen zur Debatte gestellt werden, ist eine logische Konsequenz. Kirchenvorstandswahlen, die als Richtungswahl verstanden werden, dienen in diesem Sinne der Profilierung von Gemeinden.

Das Problem der „Milieuerengung der Kirche“ (Klaus von Bismarck, Soziologe und Präsident des Kirchentages) ist seit den 50er Jahren, also seit einem halben Jahrhundert, bewusst und wurde zumindest im wissenschaftlichen Kontext immer wieder beschrieben und analysiert. Gemeint ist mit diesem Schlagwort das Phänomen, dass die Kirche angesichts zahlreicher „ausdifferenzierter“ sozialer Gruppen, die sich im Alltag durch unterschiedliche Ethiken der Lebensführung unterscheiden, zunehmend ganze Gruppen der Gesellschaft aus dem Blickfeld verliert. Diese gesellschaftlichen Milieus werden – und das ist das eigentlich Neue der milieorientierten Sozialforschung im Unterschied zu der rein quantitativen Statistik – durch qualitative Momente wie Sprache, Lebensthemen, Alltagsästhetik etc. differenziert. Die Ursachen für die Milieuerengung der Kirche liegen dabei in einer gesellschaftlichen Verschiebung der unterschiedlichen Lebensausrichtung, der kirchliches Arbeiten nur unzureichend gefolgt ist, und dadurch der tendenziellen Gefahr unterliegt, von einer umfassenden Volkskirche zu einer Minderheitenkirche zu schrumpfen. Für die Situation der Kirche wurden die Ergebnisse der milieorientierten Sozialforschung vor allem durch eine Studie ausgewertet, die als Kooperation der Universität Hannover und einer Forschungsgruppe der Ev. Akademie Loccum im Jahre 2001 abgeschlossen werden konnte.⁷ Auf diese Untersuchung gehen auch die folgenden Anmerkungen für eine Milieugesteuerte Wahlkampagne zurück, zur ausführlichen Darstellung sei auf die entsprechende Literatur verwiesen.

Obwohl die Analyse der kirchlichen Milieuerengung keine Novität darstellt, sind die praktischen Konsequenzen, die daraus für das kirchliche Handeln gezogen wurden, zurzeit noch eher die Ausnahme. Das hat Gründe. Wer von *Milieus* spricht, setzt sich dem Verdacht des „Schubladendenkens“ aus. Kein Mensch, der sich seiner Individualität bewusst ist, hört es gerne, wenn er in das Raster sozialer Milieus einsortiert wird. Diese Bedenken, die gerade angesichts christlicher Anthropologie („Jeder Mensch ist unverwechselbares Ebenbild Gottes“, „einmalige Gabe“, „unaustauschbares Geschenk“)

an Brisanz gewinnen, müssen ernst genommen werden, wenn mit diesen Erkenntnissen der Sozialforschung im kirchlichen Bereich sinnvoll gearbeitet werden soll.

Demgegenüber gilt festzuhalten, dass soziale Kategorisierungen auch in der kirchlichen Arbeit nichts Neues darstellen. Allerdings finden sie dort häufig implizit statt und folgen äußerst groben Schemata, die entweder eine soziale Hierarchie widerspiegeln (soziale Oberschicht, Mittelschicht und Unterschicht), einer Definition von vermeintlichen Interessen nach Altersstufen folgen (Jugendliche, Senioren, Berufstätige) oder eine standesgemäße Ausrichtung auf Berufsgruppen (Akademiker, Arbeiter, Angestellte) zur Grundlage haben. Bei näherem Betrachten sind derartige Klassifikationen kaum brauchbar, weil sie die jeweils unterschiedlichen Milieusituationen außer Acht lassen und diese impliziten „Schubladen“ so grob gestalten, dass eigentlich niemand mehr wirklich hineinpasst. Anders ausgedrückt: Die gesellschaftliche Situation lässt sich nicht mehr allein durch Raster wie Beruf, Alter, Bildung erfassen, weil die Möglichkeit, ja der Zwang zur individuellen Lebensgestaltung Lebenswirklichkeiten hervorruft, die in sich heterogen sind und oft sogar Widersprüchliches vereinen (Patchworkidentität). So stellt beispielsweise die Zugehörigkeit zur Kirche keinen sozialen Zwang mehr dar, der unabdingbar mit speziellen sozialen Schichten oder gar Berufen verbunden ist.

Im gewissen Sinn als Korrektiv zu der Notwendigkeit, sich das individuelle Leben selbst gestalten zu können und zu müssen (Individualisierungstheorien, Ulrich Beck) wirken die Milieus dabei „wie Atmosphären, die Gefühle strukturieren“ helfen.⁸ Die Berücksichtigung von Milieus für das kirchliche Arbeiten entspricht dabei dem gesamtgesellschaftlichen Auftrag der Kirche, indem versucht wird, die Lebenswirklichkeiten unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen mit den dazu gehörenden religiösen Erwartungen ernst zu nehmen. Inwieweit dieses Engagement quasi automatisch zu der Entwicklung einer milieuspezifischen Theologie führt, wird derzeit diskutiert.⁹ Nicht von der Hand zu weisen sind dabei Stimmen, die die fortschreiten-

de Säkularisierung in Europa auf die Milieuerengung der Kirche und den spezifischen Habitus „europäischer Theologie“ zurückführen.¹⁰

1. Probleme mit den Milieus in den Kirchengemeinden

Selten nur wird das Milieu-Profil einer Kirchengemeinde explizit betrachtet, z.B. um Kriterien für die Zusammensetzung eines neuen Kirchenvorstandes zu erhalten. So kommt es, dass nicht jene Milieus, die in der Gemeinde tragend sind, auch im Kirchenvorstand die entsprechende Repräsentanz erhalten, sondern diese gewissermaßen an jene delegieren, die „es könnten“. Das führt möglicherweise zur Entfremdung der kirchlichen Arbeit, wenn im Dorf mit ländlicher Bevölkerung nur die Minderheit der akademischen Intelligenz (der Arzt, die Lehrerin oder der Apotheker) im Kirchenvorstand vertreten ist und gemeindliches Leben gestaltet. Für den Kirchenvorstand ist dann ein „Arrangement in Augenhöhe“ anzustreben. Nicht sehr viel anders verhält es sich in einer Gemeinde mit vornehmlich leistungsorientierten Arbeitnehmern, in denen Vertreter der technokratischen Avantgarde (Rechtsanwalt, Geschäftsführer, leitender Angestellter) das Sagen haben, oder wenn anders herum eine spirituell engagierte Gemeinde mit jugendlich kultureller Avantgarde von technokratischer Intelligenz verwaltet wird. Eine an den Milieus ausgerichtete Gemeindegarbeit wird demgegenüber versuchen, eben nicht nur „Kirche für Kirchenleute“ zu gestalten, sondern in aller erster Linie sich auch der Gruppe der so genannten „Distanzierten“ zu widmen. Alle repräsentativen Mitgliedschaftsstudien, die die EKD seit 1972 kontinuierlich durchführen lässt, zeigen deutlich, dass es gerade diese Distanzierten sind, die sich einerseits kaum im kirchlichen Leben engagieren, andererseits aber doch eine mehr oder weniger diffuse Erwartungshaltung an Religion und kirchliche Begleitung hegen, die meistens nicht befriedigt wird, aber dennoch nicht zum Kirchenaustritt führt. In den Untersuchungen zum Evangelischen München-Programm, das u. a. von dem Beratungsunternehmen McKinsey durchgeführt

worden ist, wurde diese Gruppe der Distanzierten in ihrer Bedeutung für einen konkreten regionalen Raum untersucht. Dabei konnten fünf Gruppen im Umfeld der Kirche statistisch benannt werden: Glaubende mit fester Kirchenbindung (20 %), Glaubende mit kritischer Kirchlichkeit (10 %), Suchende mit Kirchendistanz (20 %), Kirchenfremde mit selbst definiertem Glauben (40 %) und schließlich Mitglieder ohne Glauben (10 %).¹¹ Auch wenn diese Angaben für den Raum München nicht ohne weiteres auf andere Gemeindesituationen übertragbar ist, lässt sich doch tendenziell erkennen, welche herausragende Rolle gerade die unterschiedlich Distanzierten einnehmen. Eine Kirchenvorstandswahl, die verstärkt darauf achtet, Öffentlichkeit für die Kirche herzustellen, wird deshalb auf eine besondere Beachtung dieser Milieus nicht verzichten können. Sie nicht nur als Mitglieder in der Kirche zu halten, sondern darüber hinaus an der Gestaltung des Gemeindelebens zu beteiligen, ist die eigentliche Herausforderung.

2. Die religiösen Milieus

Um eine an den Milieus orientierte Wahlkampagne zu gestalten, ist es zunächst wichtig, die unterschiedlichen Gruppierungen zu erfassen und zu beschreiben. Im Folgenden werden die entsprechenden Kennzeichen nur stichwortartig aufgelistet, um eine Orientierung zu bieten; zur detaillierten Darstellung sei auf die Literatur verwiesen.¹²

In der Sozialforschung werden in einer Grobstruktur neun Milieus unterschieden. Davon gehören drei der Akademischen Intelligenz an, und zwar die *Technokratisch-liberalen Milieus* (LIBI), die *kulturelle Avantgarde* (POMO), und das *konservativ gehobene Milieu* (KONT). Im Bereich der Milieus, die früher als „Mittelschicht“ apostrophiert worden sind, werden die *Facharbeiter und die praktische Intelligenz* in fünf Gruppierungen erfasst: das *traditionelle Arbeitermilieu* (TRA), das *leistungsorientiert Arbeitnehmersmilieu* (LEO), das *moderne Arbeitnehmersmilieu* (MOA), die *kleinbürgerlichen Milieus* (KB) und die *hedonistischen Milieus* (HED).

Jene Gruppierungen, die ehemals als Unterschicht erfasst worden sind, teilen sich dabei in die Sektionen des *traditionslosen Arbeitermilieus* (TLO). In einer Graphik sind diese Milieus dargestellt und in ihren Untergruppierungen differenziert.

Diese differenzierte Betrachtung der Bevölkerung nach Habitus und Alltagsästhetik lässt noch keine unmittelbaren Rückschlüsse auf das Verhältnis der Menschen zur Kirche zu. Um auch in dieser Fragestellung mehr Klarheit zu erhalten, hat die Studie von Vögele/Bremer/Vester Stichproben gemacht, um die Profile kirchlicher Zielgruppen in deren Abhängigkeit zu den sozialen Milieus zu erforschen. Dabei wurden acht unterschiedliche Zugänge zu Kirche und Religion analysiert, die der leichteren Übersicht halber ebenfalls mit typischen Kurzsignaturen versehen wurden: 1. Die *Idealisten*, 2. die *Humanisten*, 3. die *Anspruchsvollen*, 4. die *Nüchtern Pragmatischen*, 5. die *Alltagschristen*, 6. die *modernen Kirchenchristen*, 7. die *traditionellen Kirchenchristen* und 8. die *Rebellen*. Bei dieser qualitativen Untersuchung, die in Form von Interviews geführt wurde, standen Fragen im Vordergrund, durch die das persönliche Verhältnis zu Kirche und Religion, sowohl die Gründe für kritische Distanz als auch Momente der Sympathie, bzw. Erwartungshaltungen deutlich werden konnten.

Bei dieser religiös-kirchlichen Segmentierung lohnt eine intensivere Beschäftigung unbedingt, weil sich hier bereits die Zielgruppen einer Kirchenvorstandswahl zu erkennen geben.

Neben der Charakterisierung durch Habitus und Interessenslage ist vor allem die Auflistung authentischer Sätze von Bedeutung, die den Befragungen entnommen sind. Sie geben Hinweise auf die Motivation zu einer möglichen Mitarbeit in einem Kirchenvorstand. Diese Aussagen können zugleich als Material für eine Kampagne genutzt werden, bei der Kandidaten für die Wahl in Abhängigkeit zu den unterschiedlichen Milieus angesprochen werden sollen.

Humanisten (35-60 Jahre)

Habitus: Bildung, Kultur, Chorarbeit, Distinktionsverhalten, kirchlich nur selten engagiert

Interessen: Sinnfrage, Ethik, Politik, Körper-Gesundheit, Seele, Kulturen, Dialog, Partnerschaft, Probleme lösen

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit nicht über die Köpfe hinweg gepredigt wird!“

„... damit Kirche wieder mit den Menschen zu tun hat!“

„... damit sich Kirche mutiger einmischt!“

„... damit unsere christliche Kultur eine Heimat behält!“

Idealisten (18-25 Jahre)

Habitus: Humanistisch orientierte Bildungselite, parktisch technokratische Intelligenz, Teilfraktion der modernen Arbeitnehmerelite, starke Distinktion, kritisch gegen autoritäre Strukturen, Weltoffenheit, Individualismus, Anspruch auf Authentizität, antidogmatisch, Toleranz

Interessen: Kulturen, Toleranz, Philosophie, Politik, Ethik, Eine-Welt, Reisen, Ehrenamt, Musik, interkulturelle Theologie, Kirchenkritik

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit auch die Jungen Einfluss nehmen können!“

„... damit es mehr Denkfreiheit gibt!“

„... damit nicht nur geglaubt, sondern auch gedacht wird!“

„... damit es einen Ort für Gemeinschaft, Liebe und Geborgenheit gibt!“

„... damit Kirche moderner wird!“

Alltagschristen (über 40 Jahre)

Habitus: mittlere Bildung, Handwerker, Facharbeiter, Teil der Leistungsorientierten Arbeitermilieus, ländlicher Raum, Bodenständigkeit, Verwurzelung, bescheiden, disziplinierter Realismus, Verhalten von Geben und Nehmen (Leistung Verdienst), Pflichtethos

Interessen: rege Teilnahme am Vereinsleben, selten Kirchgänger; nicht was jemand sagt ist wichtig, sondern was er tut; mehr Interesse am Bodenpersonal als am Glauben

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit die Kirche nicht nur für Akademiker da ist!“

„... damit die Kirche wirklich im Leben steht!“
 „... damit sich mehr um die Gemeindeglieder gekümmert wird!“
 „... damit Kirche noch mehr auf die Menschen zugeht!“

Nüchtern-Pragmatische (30-50 Jahre)

Habitus: mittlere Bildung, Facharbeiter, Fachangestellte, Orientierung an Familie und Ehe, Sandwich-Generation

Interessen: Notwendigkeit der Alltagsbewältigung, wenig Freizeit, weltlich orientiert; Diakonie, Gerechtigkeit, Wertedebatte, etwas leisten können, sich hoch arbeiten

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit ich mich auch in der Kirche so geben kann, wie ich will!“

„... damit für andere etwas getan wird!“

„... damit wir uns von jahrhunderte alten Vorstellungen lösen!“

„... damit die Kirche langsam umdenken lernt!“

„... damit die Kirche akzeptiert, dass Menschen unterschiedlich sind!“

Die Anspruchsvollen (20-40 Jahre)

Habitus: Modernes Arbeitnehmermilieu, Facharbeiter, praktische Intelligenz, innengeleitete Leistungsethik; Verhältnis von Arbeit – Freizeit, Pflicht, Hedonismus, Mann – Frau, Beruf – Familie, Individualität, Gemeinschaft

Interessen: Soziale Gerechtigkeit, Solidarität, Gemeinschaft, kritisch-distanziertes Verhältnis zur Kirche, Frauenthemen, Klage über Verlust von Körperlichkeit und Sinnlichkeit, Kirche als ethischer Handlungsrahmen

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit die Kirche nicht im Mittelalter stecken bleibt!“

„... damit die Kirche nicht von schwarz gekleideten Herren gestaltet wird!“

„... damit die Kirche nicht so moralisierend ist!“

„... damit die Kirche einen Halt gibt und Geborgenheit vermittelt“

„... damit wir aufeinander zugehen, uns wahrnehmen und gegenseitig etwas geben!“

Traditionelle Kirchenchristen (über 50 Jahre)

Habitus: Kleinbürgerliches Milieu, viele Rentner, mittlere bis geringe Bildung, Milieu der „kleinen Leute“, kritisches Verhältnis zu Unsicherheit

(fragende Pfarrer) und mangelnder Glaubensgewissheit

Interessen: Ehrenamt, Seniorentreff, Bibelkreise, Kirchenvorstand, Werte wahren, Traditionen pflegen, gewachsene Dinge schützen

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit ich als praktizierender Christ tätig werden kann!“

„... damit Gottes Wort mit in den Tag hinein genommen wird!“

„... damit der Weg zur Kirche gewiesen wird!“

„... damit kirchliche Arbeit gefördert wird!“

Moderne Kirchenchristen (30-50 Jahre)

Habitus: Modernes bürgerliches Milieu, Familien mit Kindern, mittlere Bildung, Verwaltungsbeamte, kaufmännisch Angestellte, Banken und Versicherungen; Hierarchien werden liberalisiert, aber nicht aufgegeben (Chef – Angestellter, Mann – Frau, Deutsche – Ausländer)

Interessen: Moderner Lebensstil, Familie, Kinder, Geselligkeit bzw. Gemeinschaft

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... weil man manchmal den Weg nicht alleine findet!“

„... weil das christliche Leben die Basis der Gemeinschaft ist!“

„... damit die Familie richtig aufgenommen wird!“

Scheinbare Rebellen (unter 30 Jahre)

Habitus: vorwiegend Schüler und Studenten, selten Azubis

Interessen: die eigenen Lebensfragen, Gemeinschaft, Veränderungen

Mitgliedschaft im Kirchenvorstand:

„... damit Kirche nicht so langweilig und streng ist!“

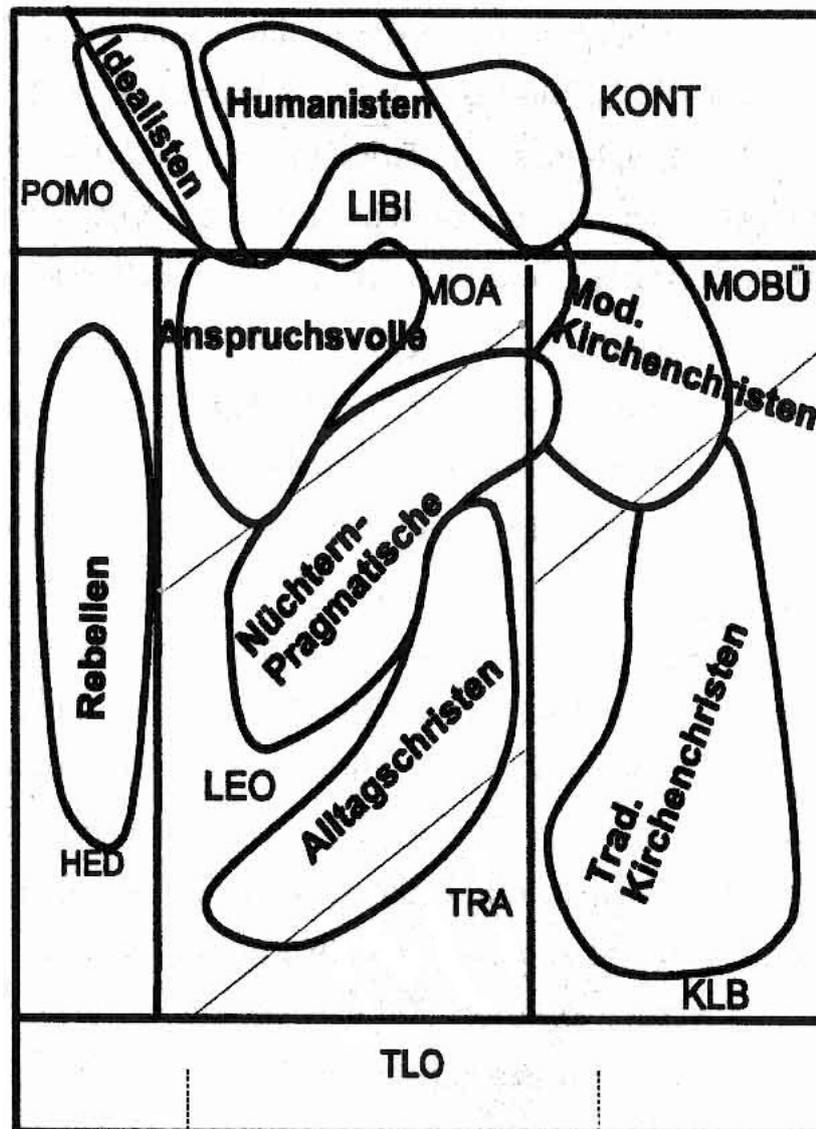
„... damit sich auch was ändert!“

„... damit man zum Gottesdienst auch ohne Sonntagsanzug gehen kann!“

„... damit Kirche wieder Spaß macht!“

„... damit auch meine Freunde zur Kirche kommen!“

Interessant wird diese Systematik nun dadurch, dass beide Untersuchungen miteinander in Beziehung gesetzt werden können, da sich auch die Profile der kirchlichen Zielgruppen den sozialen Milieus zuordnen lassen. In der Grafik sind deshalb die religiös-kirchlichen Gruppierungen den sozialen Milieus direkt zugeordnet.



Deutlich wird schon an dieser groben Rasterung, dass sich die Gruppen der *modernen Kirchenchristen* wie auch der *traditionellen Kirchenchristen* vornehmlich aus den kleinbürgerlichen Milieus (MOBÜ = modern-bürgerliche, KLB = kleinbürgerliche) zusammensetzen. Dieses Ergebnis scheint in sich plausibel und entspricht weitgehend der Erwartung. Tatsächlich gehört der weitaus größte Teil der Menschen, die sich für Kirche ehrenamtlich engagieren und beispielsweise für den Kirchenvorstand kandidieren, jener Teilgruppe an. Das hat Tradition, allerdings liegt ein gewisses Problem darin, dass die Verschiebung der Milieus in den letzten Jahrzehnten zu einer nicht unerheblichen Verringerung gerade dieser Schichten geführt hat. Vögele/Bremer/Vester stellen fest, dass 1991 nur noch 4 % der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik dem

modernen Kleinbürgertum angehörten. Die statusorientierten Kleinbürger stellen zwar mit 13 % noch eine relativ größere Gruppe dar, allerdings kann das Kleinbürgertum lange nicht mehr als die tragende Größe oder gar als die Mitte der Bevölkerung empfunden werden. Wenn die Kirche sich, gerade in ihren repräsentativen Gremien, auch in Zukunft zu stark auf diese Milieus eingengt bleibt, könnte es schwer werden, zum Beispiel eine Wahlbeteiligung zu erreichen, die über die quantitative Größe dieses kleinen Segments hinausgeht. Vor allem den Gruppen der Humanisten, der Nüchtern-Pragmatischen und der Anspruchsvollen muss unbedingt mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden, sie gilt es bei Wahlen in besonderer Weise anzusprechen.

3. Milieus in der EKKW

Die Milieus, aus denen sich die Evangelische Kirche von Kurhessen-Waldeck zusammensetzt, sind bislang nicht exakt untersucht, vor allem existiert derzeit keine Übersicht über die Auswahl von spezifischen Milieus, die in den Kirchenvorständen das Gemeindeleben repräsentieren und gestalten. Insofern kann bei den folgenden Überlegungen nur von Tendenzen ausgegangen werden. Dafür bietet die Studie von W. Vögele, H. Bremer, M. Vester über „Soziale Milieus und Kirche“ allerdings einige wesentliche Hinweise. Da diese Untersuchung nach Einteilung der Bundesländer differenziert worden ist, lassen sich zumindest für Hessen Schwerpunkte in der Milieuorientierung ablesen, auch wenn diese nicht zwischen Nord- und Südhessen, bzw. zwischen EKKW und EKHN unterschieden worden sind. Die auf der nächsten Seite abgebildete Zusammenstellung bietet in diesem Sinne eine quantitative Übersicht der einzelnen Milieus, wie sie in der Studie für den Bereich Hessen erfasst worden sind. Dabei war das Bundesland Hessen insgesamt mit 8 % der Probanden an der Untersuchung beteiligt. Die Prozentangaben sind deshalb nicht als absolute Größe auf den Bereich Hessen zu übertragen, sondern können lediglich den relativen Anteil Hessens an den Gesamtergebnissen widerspiegeln. Insofern sind in diesem Verfahren nicht die Zahlengrößen, sondern lediglich die Tendenzen instruktiv.

Als Ergebnis halten Vögele/Bremer/Vester fest, dass der Anteil der *progressiven Bildungselite* in Hessen im Vergleich der Bundesländer extrem hoch ist. Insgesamt repräsentieren die Milieus der *Akademischen Intelligenz* sogar ein Drittel der Bevölkerung. Das so genannte *traditionslose Arbeitermilieu*, das früher meistens als „Unterschicht“ bezeichnet oder schlicht als „die Arbeiter“ titulierte worden ist, bezieht sich dagegen nur noch auf rund 11 % der Bevölkerung. Den größten Anteil bilden nach wie vor die Milieus der Facharbeiter und der *praktischen Intelligenz* (ehedem: Mittelschicht), jedoch ist hier stark zu differenzieren, da die extrem differenzierten Milieus kaum mehr als eine geschlossene Gruppe zu erfassen oder an-

zusprechen sind. Als rein quantitativ relevante Gruppen treten hier die Milieus der *statusorientierten Kleinbürger*, des *realistisch anspruchsvollen Arbeitnehmers* und die *kompromisslosen Hedonisten* hervor. Welche Auswirkungen diese Ergebnisse der Sozialforschung für die Gestaltung kirchlicher Arbeit im Allgemeinen und der Vorbereitung kirchlicher Wahlen im Besonderen haben, bleibt zu reflektieren.

Insgesamt mag der Eindruck entstehen, hier würden Menschen in Schubladen gepackt und wie rein statistische Größen behandelt. Dieser Eindruck mag angesichts der kategorisierenden Sprache entstehen, allerdings sollte dabei auch berücksichtigt werden, dass die qualitative Sozialforschung gerade dazu dient, ein allzu grobes Schubladenraster zu vermeiden und durch Differenzierung den Menschen eher gerecht zu werden. Für die Kirche kann jedoch auch gelten, dass sie die Menschen genau kennen muss, wenn sie sie erreichen will.

Milieus in Hessen

Von den Menschen, die im Gebiet der Bundesrepublik (West) den jeweiligen Milieus zugeordnet werden können, wohnen anteilig in Hessen:

Früher: Oberschicht

I Akademische Intelligenz

1. Technokratisch-liberale Milieus [LIBI]	
a) Progressive Bildungselite	29 %
b) Moderne Dienstleistungselite	1 %
2. Kulturelle Avantgarde [POMO]	
a) Alternatives Milieu	5 %
3. Konservativ gehobene Milieus [KONT]	
a) Konservative Bildungselite	8 %
b) streng Konservative	8 %

Früher: Mittelschicht

II. Facharbeiter und praktische Intelligenz

4. Traditionelles Arbeitermilieu [TRA]	
a) misstrauisch	10 %
b) enttäuscht	1 %
5. Leistungsorientiertes Arbeitnehmersmilieu [LEO]	
a) asketisch Leistungsorientierte	7 %
b) geprellte Leistungsorientierte	5 %
c) etablierte Leistungsorientierte	5 %
6. Modernes Arbeitnehmersmilieu [MOA]	
a) idealistisch Anspruchsvolle	5 %
b) realistisch Anspruchsvolle	13 %
7. Kleinbürgerliche Milieus[KB]	
a) Traditionelle Kleinbürger	4 %
b) Statusorientierte	13 %
c) Moderne	9 %
8. Hedonistische Milieus[HED]	
a) Freizeithedonisten	3 %
b) kompromisslose Hedonisten	14 %

Früher: Unterschicht

9. Traditionslose Arbeitermilieus[TLO]	
a) Unangepasste	4 %
b) Resignierte	3 %
c) Statusorientierte	11 %

Versucht man eine Zuordnung der in Hessen lebenden Menschen zu den Milieugruppen, so entfallen auf die Milieus der Akademischen Intelligenz ca. 33 %, auf die der Facharbeiter und der praktischen Intelligenz ca. 56 % und auf die traditionslosen Arbeitermilieus ca. 11 %.

Die Kampagne zur Gewinnung neuer Kandidaten bzw. Kandidatinnen für die Wahlen zum Kirchenvorstand 2007 bildet den ersten Schritt in einem Konzept, bei dem die Wahl als Ergebnis eines Prozesses innerhalb der Gemeinde betrachtet wird. Im Unterschied zu der eigentlichen Wahl, bei der das quantitative Moment der Beteiligung in den Vordergrund gestellt wird, gilt in der vorbereitenden Phase der Kandidatengewinnung die Aufmerksamkeit dem qualitativen Moment. Durch die Anwerbung von Interessenten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Lebensbereichen reagiert die Gemeinde auf die Milieusegmentierung der Gesellschaft und versucht durch diese Berücksichtigung der Vielfalt von Lebenswirklichkeiten auch mehr öffentliches Interesse für die Wahlen herzustellen. Durch ein milieugesteuertes Sondierungsverfahren sollen dabei potentielle Kandidaten über die mit dem Amt des Kirchenvorstehers verbundenen Gestaltungsmöglichkeiten kirchlicher Arbeit informiert und für die ehrenamtliche Arbeit begeistert werden. Die Suche nach Interessenten ist dabei zugleich als Einstieg in einen Wahlkampf zu verstehen, bei dem die Alternativen der zu wählenden Personen auch als inhaltliche Angebote dargestellt werden. Für diese Phase der Gewinnung neuer Kandidaten bzw. Kandidatinnen hält der Bereich Gemeindeentwicklung und Missionarische Dienste im Landeskirchenamt eine Handreichung bereit, die den Kirchenvorständen einen Einstieg in die milieuorientierte Entwicklungsarbeit erleichtern soll.

Parallel zu der Suche nach Kandidaten ist das Image von ehrenamtlicher Tätigkeit in der Kirche zu überprüfen, da die Bereitschaft zur Übernahme eines Amtes in erster Linie vom Image der Aufgabe abhängt. Die Klärung der Leitungsaufgaben (Was erwartet mich? Was bekomme ich?) ist somit Teil der Kampagne für die Suche nach Kandidaten. Darüber hinaus sind gesetzliche Novellen wie beispielsweise die Erweiterung der Kandidatur auch über das 70. Lebensjahr hinaus („silberne Kirche“) entsprechend zu bedenken. Spezialaktionen für Erstwähler (ab 16 Jahren) und für erstmalig zu Wählende (ab 18 Jahren) sind besonders

wichtig, da bei ihnen Informationen in der Regel noch gar nicht vorhanden sind, ihre Beteiligung bei der Leitung der Gemeinde jedoch gerade angesichts der demographischen Entwicklung bedeutsam erscheint.

1. Das Konzept und die Zielbeschreibung

Das Ziel der Kampagne zur Gewinnung von Kandidaten und Kandidatinnen für die Wahlen zum Kirchenvorstand 2007 besteht zunächst darin, die durch das Wahlgesetz geforderte Zahl (doppelt soviel Kandidaten wie zu Wählende) zu erreichen. Um das Image dieses Amtes nicht zu gefährden, darf auf keinen Fall der Eindruck entstehen, dass es keine ausreichende Zahl von Interessenten gibt bzw. dass diese gedrängt werden müssen, sich für eine Kandidatur bereit zu erklären. Das Ehrenamt ist in einem besonderen Maße von einem ausgewogenen Verhältnis dessen, was ich gebe, zu dem, was ich bekommen, abhängig. Neben den Gestaltungsmöglichkeiten und dem Reiz, an der Realisierung kirchlicher Arbeit unmittelbar mitwirken zu können, ist es nach wie vor ein Imagegewinn, zum Kirchenvorstand nominiert zu werden. An diesem Status ist unbedingt festzuhalten, die Wahl zum Kirchenvorstand darf auf keinen Fall „unter Wert“ gehandelt werden und verlangt deshalb nach einer gewissen Seriosität.

Darüber hinaus muss es Aufgabe der Kampagne zur Gewinnung neuer Kandidaten sein, nicht nur die Quantität sondern auch die Qualität zu gewährleisten. Qualität der Kandidaten deutet in diesem Zusammenhang, eine an den Interessen unterschiedlicher Milieus ausgerichtete Alternative zum Gegenstand der Wahl zu machen. Auf diesem Wege wird es zum mittelbaren Ziel, durch eine milieugerechte Zusammensetzung des Kirchenvorstands den Grundstein für eine profilierte Arbeit zu setzen.

Auf einer dritten Ebene liegt das Ziel der Kampagne darin, die Akzeptanz für die Wahl zu erhöhen und zu einer erheblich besseren Wahlbeteiligung beizutragen. Der Ansatz geht davon aus, dass die profulgerechte Zusammensetzung von Kandidaten zu einer leb-

hafteren Diskussion und somit auch zu einer größeren Präsenz der Wahl in den öffentlichen Medien führt.

2. Problemanalyse

Die Beteiligung bei den letzten Kirchenvorstandswahlen der EKKW (2001) lag im Durchschnitt bei 25 Prozent der Gemeindeglieder. In den größeren Städten (Kassel, Marburg, Hanau) wurde diese Quote erheblich unterschritten. So gingen in Kassel-Mitte nur 9,2 % der Kirchenglieder zur Wahl. Wenn diese Zahl auf die Gesamtbevölkerung bezogen wird, liegt sie unter dem Bereich der 5 Prozent-Klausel. Der Anspruch volkswirtschaftlicher Identität droht dabei zu einer Idealvorstellung jenseits der Realität zu werden, ganz zu schweigen davon, dass der Vorgang der Wahl in den Medien dementsprechend als eine eher interne Angelegenheit erscheint, die kaum eine breitere Berichterstattung rechtfertigt. Diese Zahl ist ein Warnsignal, das nicht zwangsläufig auf die Akzeptanz kirchlicher Arbeit zu beziehen ist, das aber zumindest etwas über die Vorstellungen der Gemeindeglieder über Mitgestaltungsmöglichkeiten in „ihrer“ Kirche aussagt. Offensichtlich wird die Wahl nicht als die Chance zur persönlichen Mitgestaltung anerkannt.

Die Hannoversche Landeskirche hat sich deshalb dazu entschlossen, im Zusammenhang mit der dort 2006 durchgeführten Wahl eine Befragung der Gemeindeglieder über deren Vorstellungen und Wünsche vorzunehmen. Diese Erhebung, bei der die Abgabe des Stimmzettels am Wahltag eine zusätzliche inhaltlich qualitative Ausrichtung erhält, kann dort jedoch erst für die Arbeit der neuen Vorstände nutzbar gemacht werden. Es bleibt zu erwägen, in welcher Weise die 2006 vorliegenden Ergebnisse der Befragung in Niedersachsen möglicherweise für die erst ein Jahr später in Kurhessen-Waldeck anstehenden Wahlen nutzbar gemacht werden können.

Konkrete Daten über die Milieuzusammensetzung einzelner Gemeinden der EKKW liegen

derzeit nicht vor. Deshalb kann auch nur in Zusammenarbeit mit dem Gemeindepfarrer bzw. der -pfarrerin vor Ort eine zumindest grobe Einschätzung der Milieufelder vorgenommen werden, die sich dann auf die Suche der Kandidaten auswirkt. In diesem Zusammenhang ergibt sich die Frage, wer denn überhaupt ein berechtigtes Interesse an der Zusammensetzung eines innovativen Kirchenvorstandes hat?

Der bestehende Kirchenvorstand zerfällt meistens in die Gruppe derjenigen, die ihre Arbeit gerne fortsetzen würden und vor allem an Kontinuität interessiert sind. Auf der anderen Seite steht die Gruppe jener, die nicht wieder kandidieren wollen. Sie zeigen Ermüdungserscheinungen und werden wahrscheinlich schwerer zu motivieren sein, großes Engagement in die Kandidatensuche zu investieren. Problematisch bleibt allemal die Frage, wie ein Kirchenvorstand, dessen Amtszeit zu Ende geht, großen Schwung in einen neuen Ansatz und vor allem in die Suche nach Personen mit ganz anderem Profil bringen soll. Hier gilt es, zunächst den Gemeindepfarrer bzw. die Gemeindepfarrerin als wichtigsten Ansprechpartner zu erkennen, der oder die der Unterstützung bei der Vorbereitung der Kandidatensuche bedarf. Diese wird sich dann nicht mehr allein auf die in der Gemeinde bereits aktiven ehrenamtlich Tätigen beschränken können, sondern muss gezielt Lebensbereiche in der Kommune berücksichtigen, Felder der Lebenswirklichkeit sondieren, um aus diesen durchaus auch in Grenzgebieten kirchlicher Arbeit angesiedelte Kandidaten zu gewinnen.

3. Das Drei-Phasen-Modell

Um deutlich zu machen, dass die Initiative zur Gewinnung neuer Kandidaten und Kandidatinnen für die Wahlen zum Kirchenvorstand keinesfalls die gezielten Öffentlichkeitsmaßnahmen für den eigentlichen Vorgang der Wahl ersetzen soll, sondern diese ergänzt, wird deutlich zwischen den folgenden drei Phasen unterschieden. Sie überlappen sich zeitlich, sind aber sowohl inhaltlich als auch hinsichtlich der Maßnahmen voneinander zu unterscheiden.

a) 1. Phase: Wahlvorbereitung und Analyse der Situation

Von Ostern 2006 bis Ostern 2007 steht die Analyse der Ist-Situation im Kirchenvorstand im Vordergrund. Damit soll genügend Zeit geboten werden, um sich mit dem milieutheoretischen Ansatz vertraut zu machen und gegebenenfalls die Planung der Kirchenvorstandsarbeit daran auszurichten. Als Unterstützung zur Arbeit vor Ort dienen das vorliegende „Konzept“ die „Arbeitsmaterialien“ zur Milieuarbeit im Kirchenvorstand. Darüber hinaus informiert ein „Wahlkalender“ über die wichtigsten Termine. Diese Phase wendet sich an Pfarrer, Pfarrerrinnen und die Kirchenvorsteher, sie beinhaltet Schulungsangebote für die Kirchenvorstände, Informationsangebote für Kreissynoden und Pfarrkonferenzen.

b) 2. Phase: Gewinnung von Kandidaten

Von Advent 2006 bis zum 30. Juni 2007 wird eine spezielle Kampagne zur Gewinnung neuer Kandidaten durchgeführt. Sie liegt im Schwerpunkt in den Händen der Kirchenvorstände, wird jedoch durch Maßnahmen der Landeskirche unterstützt. Ziel dieser Phase ist es, durch gezielte Maßnahmen die Vielfalt der gesellschaftlichen Milieus für die Arbeit im Kirchenvorstand nutzbar zu machen. Dafür werden unterschiedliche Materialien angeboten.

c) 3. Phase: Wahlmobilisierung

Mit einer Pressekonferenz durch den Bischof wird am 22. August 2007 die Phase der Wahl-

mobilisierung eröffnet. Sie dauert bis zum Tag der Wahl am 30. September 2007. Die Wahlmobilisierung zielt auf den gesamten „öffentlichen“ Raum, so dass hier Maßnahmen notwendig werden, die überregional gestaltet und organisiert werden müssen (Großplakate für die Wahl, Flyer, Spots im Radio, Anzeigen in Zeitungen etc.). Parallel zu der landeskirchlichen Öffentlichkeitsarbeit sind gezielte Maßnahmen in den Gemeinden sinnvoll und wünschenswert (Kontakte zur Regionalpresse, Sonderausgaben des Gemeindebriefes, eigene Flyer und Plakate vor Ort).

d) Die Wahl

Für die Durchführung der Wahl am 30. September 2007 müssen die erforderlichen Voraussetzungen geschaffen werden (Wählerlisten, Urkunden, Handbücher etc.).

4. Die Mittel

a) Arbeitsmaterial: „Der Kirchenvorstand und die Milieus“

Mit diesem Arbeitsmaterial wird den Kirchenvorständen eine Einführung in das milieuorientierte Arbeiten im Kirchenvorstand geboten. Ziel des Arbeitsmaterials ist es, durch eine systematische Auswertung des Milieuprofils der Gemeinde gerade jene Menschen für ein ehrenamtliches Engagement zu gewinnen, die bisher der kirchlichen Arbeit etwas distanzierter gegenüberstanden. Das Arbeitsmaterial umfasst Unterlagen zur Erstellung eines Milieuprofils der Gemeinde, gibt Hilfestellungen zur Kontaktarbeit und bietet schließlich Anregungen für gezielte Öffentlichkeitsmaßnahmen, die an den avisierten Lebenswirklichkeiten ausgerichtet sind.

b) Plakate

Mit einer Plakataktion soll den Gemeinden eine Unterstützung bei der Suche nach Kandidaten gegeben werden. Bei dieser Werbekampagne kommt es darauf an, dass milieuspezifisch unterschiedliche Gruppen angesprochen werden. Dafür ist eine Vielzahl von Plakaten notwendig,

die einerseits durch das gleiche Layout auf Einheit zielen, andererseits durch die authentisch gewählten Milieubilder und Aussagen für die Mannigfaltigkeit stehen. Einheit in Mannigfaltigkeit ist gleichsam das Prinzip der milieuspezifischen Differenzierung. Die Pfarrer bzw. Pfarrerrinnen sollen dabei aus einem umfassenden Angebot jeweils auf die Plakate zurückgreifen können, die der Zusammensetzung ihrer eigenen Gemeinde entsprechen. Dadurch wird einerseits die Bandbreite kirchlicher Arbeit visualisiert, andererseits können zielspezifisch jene Milieus herausgestellt werden, die im eigenen Profil von Bedeutung sind.

Die Bildmotive der Plakate stellen Vertreter bzw. Vertreterinnen der unterschiedlichen Milieus in ihrer typischen Lieblingsumgebung dar. Es handelt sich dabei ausschließlich um Personen aus dem Bereich der EKKW, die unterschiedliche Beziehungen zur Kirche haben und damit als Repräsentanten den einzelnen Milieus assoziativ zugeordnet werden können.

Zur Unterstützung der milieuspezifischen Vielfalt dient neben dem Bildmotiv ein Zitat, das als Überschrift gewissermaßen das Programm andeutet. Dabei handelt es sich ebenfalls um authentische Aussagen, die stimmig dem visuellen Eindruck zugeordnet werden können. Durch diese Aussagen können die Betrachtenden sich selbst einfinden und zugleich auch abgrenzen.

Insgesamt erhält die Plakataktion ihre Attraktivität durch zwei Faktoren: Zum einen sind es die direkt aus dem Leben gegriffenen Menschen in ihren spezifischen Lebenswirklichkeiten, die für menschliche Nähe, für Alltagstauglichkeit und Authentizität stehen. Zum anderen erzeugt gerade die Vielzahl der Plakatmotive ein Interesse, da sie zum Vergleich lockt, positive Pluralität signalisiert („Kirchenvorsteher sind nicht nur Männer in grauen Anzügen“) und zugleich den wichtigen Hinweis gibt, dass Kirche eben für alle da ist!

Die Plakate dienen ausschließlich der Kampagne zur Gewinnung neuer Kandidaten, sie haben also mehr oder weniger eine interne Bedeutung und ersetzen nicht die Plakate, die im Rahmen

der Durchführung der Wahl als Aufruf zu einer lebhaften Beteiligung dienen.

c) Fortbildungsangebote

In der Startphase, also noch vor Beginn der Vorbereitungen auf die eigentliche Wahl, bedarf es einer Unterstützung hinsichtlich der Maßnahmen zur Gewinnung neuer Kandidaten. Diese Unterstützung richtet sich an die Kirchenvorstände bzw. an die Pfarrerrinnen und Pfarrer. Dafür sind die folgenden Maßnahmen geplant:

In einem ersten Schritt sollten die Gemeindepfarrer für die Arbeit mit den Instrumenten der Milieuorientierung gewonnen werden. Nur wenn sie vor Ort den angebotenen Ansatz in die Tat umsetzen, kann der Ansatz erfolgreich durchgeführt werden. Um eine möglichst breite Information zu gewährleisten, stellt der Sonderbeauftragte der Landeskirche für die Wahlen in den Pfarrkonferenzen den Ansatz vor.

Dieser ersten Vorstellung des Konzeptes für die Gewinnung neuer Kandidaten zur Wahl folgt das Angebot, in den Kirchenvorständen auf Anfrage den Ansatz zu vertiefen und zur Beantwortung konkreter Fragen zur Verfügung zu stehen. Für dieses Angebot stehen die Mitarbeitenden aus dem Referat „Gemeindeentwicklung und Missionarische Dienste“, die mit der Vorbereitung der Wahl befasst sind, zur Verfügung. Darüber hinaus werden einzelne Seminare angeboten, die sich mit den konkreten und praktischen Schritten zur Umsetzung des Milieukonzeptes beschäftigen. Diese Seminare werden beispielsweise im Kontext der Pfarrerfortbildung (Pastoralkolleg, FEA), der Fortbildung von Kirchenvorstandsvorsitzenden (Tagung der Evangelischen Akademie in Hofgeismar) und als Sondermaßnahmen in den Sprengeln angeboten.

Der Aufwand erscheint zunächst sehr groß, allerdings gilt hier zu bedenken, dass es eben nicht „nur um eine Wahl“ geht, sondern dass mit jeder Wahl zugleich auch die zukünftige Gestalt von Kirche in ihrer Grundeinheit zur Disposition steht.

d) Öffentlichkeitsmaßnahmen

Die Phase der Gewinnung neuer Kandidaten bzw. Kandidatinnen für die ehrenamtliche Tätigkeit im Kirchenvorstand richtet sich an die binnenkirchliche Öffentlichkeit. Sie ist deshalb von dem Aufruf zur Wahl zu unterscheiden. Dennoch ist es denkbar, dass die Suche nach den potentiellen Mitarbeitenden selbst zum Teil des „Wahlkampfes“ wird, in diesem Falle dürfte ein gewisses Interesse vor allem bei der regionalen und der kirchlichen Presse vorausgesetzt werden, das sinnvoll genutzt werden kann.

Wichtig erscheint der Hinweis, dass Öffentlichkeitsarbeit in diesem Kontext nicht nur als Pressearbeit verstanden werden sollte. In aller erster Linie wird es darum gehen, durch vielfältige Veranstaltungen vor Ort die Öffentlichkeit für die Gemeinde herzustellen. Derartige Informationsveranstaltungen zur Wahl müssen nicht den Charakter des Wahlkampfes mit konträren Diskussionen einnehmen. Sie können und sollten auch als kulturelle Events stattfinden, in denen das Gemeindeleben nicht nur zum Gegenstand der Debatte wird, sondern lebensnah inszeniert vorkommt. Für derartige Veranstaltungen gilt, dass sie milieuspezifisch eben nicht nur den entsprechenden Kandidaten ein Forum bieten. Vor allem können dadurch auch die Wählenden selbst in einem Umfeld erreicht werden, das ihren Bedürfnissen entspricht. Hier zeigt sich am deutlichsten, inwieweit die Suche nach geeigneten Kandidaten selbst zu einer entsprechenden Mobilisierung jener Kreise in der Gemeinde führen kann, die sonst kaum Notiz von der Möglichkeit der Mitbestimmung durch Wahlen genommen haben. In Formen der „offenen Kirche“, der sogenannten „G-plus- Gottesdienste“ oder auch in Wahlforen, die in Zusammenarbeit mit der örtlichen Presse organisiert werden können, wird sich erweisen, ob es gelingt, die Vielfalt der im Gemeindeleben vorkommenden Akzente in die Einheit eines neuen Kirchenvorstandes zu überführen.

e) Logo und Erkennbarkeit

Im Zuge der letzten Kirchenvorstandswahlen innerhalb der EKKW wurde ein graphisch stilisierter Hahn als spezielles Logo für die Wahlen kreiert. Bedenken hinsichtlich der symbolischen Aussagekraft des Hahns wurden bereits formuliert. Im Sinne der Corporate Identity soll deshalb für die Wahl in 2007 das Logo der Landeskirche verwendet werden, da es wichtig ist, die Wahlen unmittelbar mit der Landeskirche in Verbindung zu bringen. Ein weiteres, darüber hinausgehendes Zeichen könnte nur zu Irritationen führen. Überdies erscheint es für die öffentliche Wirkung einer Einrichtung nicht förderlich, wenn für einzelne Aktivitäten dieser Einrichtung jeweils neue Logos in den Umlauf gebracht werden. Das Logo ist als „Kennung“ zu verstehen, durch die eine unmittelbare Zuordnung des Objektes (Plakat, Brief, Anzeige etc.) zu der Einrichtung gewährleistet werden kann. Originalität und Kreativität sind deshalb gegenüber der Bekanntheit zweitrangig. In diesem Sinne hat das Logo weniger einen illustrativen als vielmehr einen informativen Wert. Neben der Kennung durch das Logo ist es wichtig, bei Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit mit illustrativen Elementen zu arbeiten („Hingucker“). Bei diesen illustrativen Elementen sollte unbedingt mit lebensnahen Bildern gearbeitet werden und weniger mit graphischen Darstellungen. Speziell die Abbildung von Menschen steht noch immer für die Lebendigkeit, die Mitmenschlichkeit und das Persönliche. Dass die Kirche sich in aller erster Linie um Menschen bemüht, ihnen bei der Suche nach einem Lebensweg hilft und auch primär in die Gestaltung der zwischenmenschlichen Bereiche investiert, sollte ein zusätzliches Argument sein, bei der Gestaltung öffentlich wirksamer Maßnahmen auch diesen Aspekt hervorzuheben.

5. Begleitung, Kontrolle und Auswertung

Die Kampagne zur Suche von Kandidaten und Kandidatinnen für die Kirchenvorstandswahlen wird begleitet und gefördert durch das Referat „Gemeindeentwicklung und Missionarische Dienste“ im Landeskirchenamt. Für die Konzeption ist der Sonderbeauftragte Pfarrer Dr. Matthias Viertel zuständig. Der Wahlausschuss des Landeskirchenamtes unter der Leitung von OLKR Dr. Rainer Obrock berät über die Entwürfe, stimmt über die Kampagnen ab und legt die entsprechenden Termine fest. Die Verantwortung für die Durchführung liegt nach wie vor bei den Gemeinden. Das Landeskirchenamt bietet dafür Unterstützung in Form von Materialien, Beratung, Seminaren und überregionaler Öffentlichkeitsarbeit. Die Auswertung, die ein geschlossenes Bild vor allem im Vergleich mit den letzten Kirchenwahlen erstellen soll, liegt in der Verantwortung des Referats „Gemeindeentwicklung und Missionarische Dienste“. Da die Kampagne zur Suche von Kandidaten direkt mit der Wahl der Kirchenvorstände verbunden ist, bedarf es überdies einer Abstimmung des Konzeptes zur Kandidatensuche mit dem Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit der Wahl.

IV. Anmerkungen

- 1 Zeichen setzen! In der Gemeinde. KV-Arbeitsheft und KV-Praxis, Kassel – Amt für kirchliche Dienste, o. J.
- 2 Kandidatensuche, Informations- und Arbeitsmaterial zur internen Vorbereitung der Kirchenvorstandswahl 2001, Reader Nr. 1, Kassel 2001
- 3 Kirche sind wir. Kirchenvorstand 2002 – 2008, Dresden, Arbeitsstelle für Gemeindeaufbau und Gemeindeentwicklung
- 4 Zeichen setzen! In der Gemeinde, KV-Praxis. Seite 11
- 5 Zeichen setzen! In Ihrer Gemeinde, Gesetzliche Grundlagen, Seite 12
- 6 H. Thielicke, Kirche und Öffentlichkeit, 1947
- 7 W. Vögele, H. Bremer, M. Vester (Hg.), Soziale Milieus und Kirche, Religion in der Gesellschaft Band 11, Würzburg 2002
- 8 W. Vögele, H. Bremer, M. Vester (Hg.), Soziale Milieus und Kirche, Seite 29
- 9 Loc Protokoll 56/99 II
- 10 W. Vögele, H. Bremer, M. Vester (Hg.), Soziale Milieus und Kirche, Seite 23
- 11 H. Lindner, Spiritualität und Modernität. Das Evangelische München-Programm, in: Pastoraltheologie 86, 1997, Seiten 244-264
- 12 W. Vögele, H. Bremer, M. Vester (Hg.), Soziale Milieus und Kirche, Seite 275 ff.



KIRCHENVORSTANDSWAHL 30.09.2007

