

Medienmitteilung, frei zur Veröffentlichung

Zürich, 18. September 2018

RKZ Fokus vom 10. September 2018 in Bern

Supermarkt oder Comestibles? Was macht das Profil der Kirche aus?

Die Anforderungen an die römisch-katholische Kirche sind vielfältig, kritische Stimmen laut. Mit welchem Angebot kann sie den Bedürfnissen der Gesellschaft nachkommen? Wie bleibt sie glaubwürdig und gewinnt zugleich an Profil? «Vielfalt und Leben mit Unterschieden ist kein Ausdruck von Profillosigkeit, sondern Wesenszug des Profils der Kirche», so Luc Humbel, Präsident der RKZ, eingangs des RKZ-Jahresanlasses in Bern. Für den Soziologen René Knüsel ist der Umgang mit Verschiedenheit ein Schlüssel, mit dem die Kirche der Zukunft ihr Profil schärfen und Menschen für sich gewinnen kann. Vorausgesetzt, dass sie Verschiedenheit als Reichtum versteht und sich kritischen Fragen stellt.

«Die katholische Kirche der Schweiz hat wohl Image, aber kaum Profil», hält Luc Humbel zu Beginn des Anlasses fest. Doch nur wenn die Kirche über ein Profil verfüge und entsprechend handle, werde ihr Wirken glaubwürdig und kohärent. Unter dem Titel «Comestibles oder Supermarkt – Kirche im Spannungsfeld von Vielfalt und Profil» ging der Präsident der RKZ zusammen mit Ronald Christen, CEO des Berner Warenhauses Loeb, René Knüsel, Soziologieprofessor an der Universität Lausanne, Annette Windlin, Theaterschaffende, und Daniel Kosch, RKZ-Generalsekretär, der Frage nach dem Profil der Kirche der Zukunft nach.

Verschiedenheit als Quelle von Reichtum anerkennen und stärken

«One fits all» funktioniert als Ansatz angesichts des gesellschaftlichen Pluralismus nicht mehr – ein Angebot vermag nicht alle Bedürfnisse abzudecken. Zugleich heisst Vielfalt nicht Beliebigkeit. Kirche muss für ihre Werte einstehen, auch wenn das bedeutet, anzuecken und Risiken einzugehen. Sie beispielsweise profilieren in Themen wie dem Engagement für Flüchtlinge, der Nachhaltigkeit oder mit klaren Stellungnahmen zu kritischen Waffenexporten. Die vom RKZ-Präsidenten postulierten Thesen zu den Chancen eines klareren Profils der katholischen Kirche in der Schweiz wurden aus ganz unterschiedlichen Perspektiven reflektiert.

Profil dank dem offenen Umgang mit Verschiedenheit – das bestätigt der Soziologe René Knüsel, Professor am Institut des sciences sociales der Uni Lausanne. Er sieht im Wiederaufblühen der Gemeinschaft im 21. Jahrhundert Chancen für die Kirche. Sie kann sich profilieren als die Institution, welche die Menschen in ihrer Verschiedenheit aufnimmt und Verschiedenheit als Quelle von Reichtum versteht. Voraussetzung dafür,

dass sie die Menschen in ihrer Sehnsucht nach Zugehörigkeit anspricht, ist jedoch, dass sie sich den drängenden Fragen der Zeit stellt und jene Mauern einreißt, über die sie sich heute noch definiert. In diesem Sinn wirft er die Frage auf, «ob der Platz der Kirche paradoxerweise nicht eher auf den Strassen ist als in von Menschen erbauten – leerstehenden – Gotteshäusern».

Ehrlichkeit – ein starkes Signal gegen das Austauschbare

In einem ganz anderen Bereich als die Kirche, aber mit vergleichbaren Herausforderungen ist das alt eingessene Berner Warenhaus Loeb konfrontiert: das Profil so zu schärfen, dass sich die Menschen auf unverwechselbare Art angesprochen fühlen. «Als Warenhaus sind wir gerade im Sog des Onlinehandels dermassen austauschbar! Unsere Antwort darauf ist der persönliche Kontakt», so Ronald Christen, CEO von Loeb.

Wie ein Brückenschlag mag die Erfahrung von Annette Windlin erscheinen. Die Regisseurin der erfolgreichen Theaterproduktion «Kloster zu verschenken» wählte Provokation als Weg, um Menschen anzusprechen und den Mauern und Grenzen in der Kirche nachzugehen. «Was wirklich berührt und zum Handeln bewegt, ist Ehrlichkeit und der offene Umgang mit kritischen Fragen – auch wenn sie schmerzen.»

Was ist denn nun das richtige Profil für die Kirche und wie spricht sie die Menschen auch in Zukunft an? Anstelle von Erfolgsrezepten erhielten die Gäste am RKZ-Jahresanlass vielschichtige Denkanstösse mit auf den Weg. In seinem Fazit hielt Daniel Kosch daher fest, dass mehr Profil kein Entweder-oder erfordert: Kirche gewinnt Menschen für sich, wenn sie sich von beidem inspirieren lässt – vom Persönlichen des Comestibles und vom Umgang mit Vielfalt des Supermarkts.

Weitere Auskünfte erteilt Daniel Kosch, Generalsekretär der RKZ

Tel. 044 266 12 01, E-Mail: daniel.kosch@rkz.ch