

## Imagefaktor Kirche

*Zum produktiven Verhältnis von Tourismus und Kirche oder:  
Wahrnehmbarkeit der Religion im öffentlichen Raum<sup>1</sup>*

*„Und über der gleichgültig gewordenen Stadt wachte allein die Kathedrale und bat um Gnade für die Gefühlskälte und Glaubenslaubeit der Bürger, reckte ihre beiden Türme wie zwei Arme in den Himmel, formte mit ihren Glockentürmen zwei gegeneinander gelegte, gefaltete Hände mit gestreckten Fingern und erinnerte so an die Geste, die die Bildhauer früherer Zeiten den Heiligen und den toten Kriegern auf ihren steinernen Sarkophagen verliehen haben.“<sup>2</sup>*

Die Kirche wird im Alltag der Gesellschaft wieder wahrnehmbarer und es stellt sich religionssoziologisch verstärkt die Frage, worauf oder besser auf welche Phänomene und Entwicklungen dies zurück zu führen ist. Geht es um die „Wiederkehr der Götter“ wie Friedrich Wilhelm Graf<sup>3</sup> mutmaßt oder steuern wir auf ein „postsäkulares“ Zeitalter zu, was der Philosoph Jürgen Habermas zu glauben meint. In jedem Fall lässt sich eine öffentliche Repräsentanz des Religiösen wieder deutlicher erkennen, die sich auf verschiedene Bereiche erstreckt. Und inzwischen steht auch fest, dass die Kirchen durchaus als kulturpolitische Akteure wieder ernster genommen werden, die zu Sinnstiftung zwischen Urbanität und ländlichem Erholungsraum beitragen. Die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages, die 2008 ihren Bericht vorgelegt hat, kommt zu dem Ergebnis, dass die Kirchen eine kulturpolitische Macht darstellen, deren Institutionen vielfach gesellschaftlich vernetzt sind und in die Tiefenschichten des gesellschaftlichen Lebens im Alltag reichen.<sup>4</sup>

In erster Linie handelt es sich bei der wiederkehrenden Präsenz der Religion im öffentlichen Raum um eine Wirkung verstärkter Medienpräsenz. Zum einen ist es die „Skandalisierung“, die von Fehlentwicklungen der Institution Kirche ausgeht, die in den Medien in aufklärerischer Intention aufgedeckt werden. Zum anderen spielt der Trend zur Personalisierung, der durch die Medien forciert wird, eine

---

<sup>1</sup> Ähnliche Überlegungen habe ich vorgetragen in Ralf Hoburg, Zur neuen Sichtbarkeit von Religion, Friedrich Johannsen zum 65. Geburtstag, Vortrag am 17. April 2009 an der Leibniz-Universität Hannover.

<sup>2</sup> Joris-Karl Huysmans, Die Kathedrale, München 1990, 32f.

<sup>3</sup> Vgl. Friedrich W. Graf, Die Wiederkehr der Götter, München 2000.

<sup>4</sup> Olaf Zimmermann/ Theo Geißler (Hg.), Die Kirchen, die unbekannte kulturpolitische Macht. Im Auftrag des Deutschen Kulturrates, Berlin 2007.

wichtige Rolle in Vermarktungsstrategien.<sup>5</sup> Die Medienpräsenz des Papstes unterscheidet sich nur in der Quantität von der des amerikanischen Präsidenten und in den hiesigen Medien werden die Bischöfe Wolfgang Huber und Margot Käßmann in der Gewichtung Bundes- und Landespolitikern gleichgestellt. Die Zunahme des Religiösen in der Öffentlichkeit der Gesellschaft lässt sich aber nicht nur und ausschließlich als Medienphänomen beschreiben. Vielmehr zeigt sich unter der Oberfläche der Gesellschaft eine Tiefenschicht, die sich als Wunsch nach religiöser Vergewisserung äußert. Ein zu wenig beachteter Faktor in der Wiederkehr des Religiösen liegt darin, dass die Religion Sinndeutungsangebote in Krisen bereit hält und religiöse Orte zu Orten werden, an denen mitten im Alltag Kontingenz bewältigt werden kann.<sup>6</sup> Seit den späten 90er Jahren des 20. Jh. existiert das Ritual des „öffentlichen Trauergottesdienstes“. Das Zugangsglück in Eschede, der Amoklauf im Gutenberg-Gymnasium in Erfurt und zuletzt der Amoklauf in Winnenden schaffen das Bedürfnis nach kollektivem Verstehen und einer Trauer-Verarbeitung.

Die Bewältigung der Kontingenz sowie eine normative Suche nach Orientierung bilden inmitten einer politischen und ökonomischen Legitimationskrise die Kristallisationspunkte des Religiösen in der Öffentlichkeit. Auf dieser Ebene lassen sich dann auch diverse Verbindungslinien zum Tourismus ziehen. Der Begriff etwa des „spirituellen Tourismus“, wie er durch eine Studie des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit im Land Sachsen-Anhalt seit 2006 entwickelt wurde, deutet darauf hin. Faktoren wie „Klosterreisen“ oder das Pilgern sind als evidente Marktnische vom kommerziellen Tourismus längst erobert worden und lassen sich weiter konzeptionell ausbauen.<sup>7</sup>

Hinzu kommt als dritter Faktor ein wieder verstärkt auftretender, durchaus mit dem Hauch eines religiösen Selbstbewusstseins zu bezeichnender Trend der Wahrnehmbarkeit religiöser Symbole in der Öffentlichkeit. Der Politologe Heinz Bude kommt in seiner Beschreibung zu dem Ergebnis, dass es vor allem die „Art und Weise der Präsentation von Religion und Glauben“ ist, die ein gewisses Novum darstellt.<sup>8</sup> Es ist die Repräsentation des Religiösen im Raum der Öffentlichkeit, die deutlich zugenommen hat. Symbole und Rituale, aber auch die Repräsentation durch Gebäude spielen hierbei eine immer zunehmende Rolle. Das Motiv der verschleierte Frau oder das Symbol des Halbmondes treten inzwischen gleichberechtigt neben das Tragen des christlichen Kreuzes oder die Symbolspra-

---

<sup>5</sup> Vgl. das Sonderheft von ThPr „Religion in den Medien“, München 2008.

<sup>6</sup> Vgl. hierzu Hermann Lübke, Religion nach der Aufklärung, München 1986.

<sup>7</sup> Vgl. die Studien vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit (Hg.), Heilige Orte, sakrale Räume, Pilgerwege, Bensberger Protokolle 102, Magdeburg 2006. Ders. (Hg.), Offene Kirchen in Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2006.

<sup>8</sup> Heinz Bude, gläubig – ungläubig, in: S. Lessenich/ F. Nullmeier (Hg.), Deutschland. Eine gespaltene Gesellschaft, Frankfurt 2007, 297.

che etwa auf christlichen Friedhöfen. Die Türme von Kirche und Moschee bilden zwar bei weitem keine Gleichrangigkeit in der Sprache kulturell prägender Symbole in der Bundesrepublik, aber die Monopolstellung christlicher Traditionen ist sowohl in der Lebenspraxis wie in der Rechtsprechung grundsätzlich durchbrochen. Gleichzeitig ist ein durchaus als *neochristliches Bewusstsein* zu kennzeichnender Trend erkennbar, dessen Ziel die Rückbewegung zu wahrnehmbaren christlichen Wertvorstellungen darstellt. Kann man so weit gehen, von der Rückgewinnung eines christlich bestimmten öffentlichen Bewusstseins bei deutlicher religionsinstitutioneller Säkularität vieler Menschen zu sprechen? In institutioneller Hinsicht nutzen die christlichen Kirchen nachweislich in medialer Präsenz die Verstärkung der Religion im öffentlichen Raum zur Wiedergewinnung einer in der Moderne verloren gegangenen normativen Deutungsmacht des Religiösen. Damit wird durch die Kirche selbst die Kulturdominanz des Christentums in der Gesellschaft erneuert, was in gewissem Widerspruch zum propagierten Dialog der Religionen steht.

Bei alledem kommt den Kirchen als historischen und kulturellen Gebäuden inzwischen eine mehr als örtliche Symbolkraft zu. Die Kirchtürme, die weit sichtbar in der flachen Region Norddeutschlands erkennbar sind, tragen eine beheimatende Funktion in sich. Die Theologie und die Kirchenraumpädagogik sind der Wiederentdeckung kirchlicher Räume schon nachgegangen.<sup>9</sup> Die Kirchen sind „heilige“ Orte und als solche durchbrechen sie die Profanität. Gleichzeitig bilden die Kirchen Orte des Gedenkens und tragen nicht selten eine historische Textur in sich, die von der Fragilität und Gebrochenheit der Zeitkontexte erzählen. Wer in eine Kirche tritt, durchbricht seinen eigenen Alltag. Nicht selten sind daher Menschen durchaus irritiert, wenn sie mit dem Betreten des Kirchraumes zugleich eine andere Welt betreten. Sie sind fasziniert, aber gleichzeitig verstehen sie die Welt nicht, in der sie sich im Innenraum einer Kirche bewegen. Die Bedeutungswelt der christlichen Symbole bleibt weitgehend verschlossen, weil die Einübung in die christliche Gedankenwelt in vielen Lebensbiographien inzwischen unterblieben ist. Es könnte darum bei ihnen durchaus der Eindruck entstehen, dass Kirchenräume und ihre symbolischen Darstellungen lediglich Ausdruck einer kulturhistorischen Vergangenheit repräsentieren, weit weg von der eigenen realen Welt der Gegenwart.

Diese Differenzerfahrung von gesteigener Präsenz der Religion im öffentlichen Raum und einer kulturell geprägten Welt der Vergangenheit, die in Kirchenräumen durchaus plastisch, aber wohl wenig mental präsent wird, gehört zu den Beobachtungen, die sich vorwiegend in jenen Kirchengebäuden machen lassen, die zu den touristisch frequentierten Kirchen zählen. An diesen Orten ist eine Frage

---

<sup>9</sup> Vgl. zur Literatur Franz-Heinrich Beyer, *Geheiligte Räume. Theologie, Geschichte, Symbolik des Kirchengebäudes*, Darmstadt 2008.

mit Händen zu greifen: Könnte es gelingen, durch das „Medium“ des Ortes, d. h. durch die Wirkung des Raumes und eine erzählende Kommunikation über dessen Symbolik einen hermeneutischen Brückenschlag herzustellen, der die kulturhistorische Vergangenheit mit der realen Existenz der Kirche in der Gegenwart verbindet? Oder anders formuliert: Kann die Existenz des Kirchengebäudes zu einem Imagefaktor der Kirche heute werden? Aber auch von der anderen Seite ist diese Frage zu stellen. Aus der Perspektive des Tourismus ist schon längst erkannt worden, dass Kirchengebäude einen erheblichen Imagefaktor des lokalen Tourismus bilden. Um nicht weniger als die Beantwortung dieser beiden miteinander zusammenhängenden Fragen geht es für mich in dem Diskurs zwischen Tourismus und Kirche.

### *1. Der Tourismus als Fläche religiöser Repräsentanz und pädagogischer Lernort*

Es erstaunt mich immer wieder, wie viele Menschen auf ihren touristischen Wegen kirchliche Orte aufsuchen und hier eine „Kirche bei Gelegenheit“<sup>10</sup> finden, die sich ihnen auf sehr vielfältige Weise präsentiert und darstellt. Interessant ist für mich hierbei die Verbindung von Fahrrad-Tourismus und einer zu beobachtenden „Wege-Stop“ Mentalität, die ähnlich wie beim Pilgern den Ort der Kirche als „Pausen“ und „Rekreatiionsort“ nutzt, dabei aber gleichzeitig die Kirche als touristischen Ort auf der Tour gezielt ansteuert.

Der heutige Tourismus, sofern er sich auf den Binnentourismus in Deutschland erstreckt, ist gekennzeichnet durch verschiedene, in sich disparate Entwicklungen und Tendenzen. Bereits Gerhard Schulze wies in seiner grundlegenden Untersuchung von 1993 auf den Trend zur „Erlebnisorientierung“ hin.<sup>11</sup> Seiner Auffassung nach bringt die radikale Veränderung des Berufs- und Arbeitsmarktes eine Entwicklung mit sich, nach der Menschen über die zunehmende Ressource „Zeit“ verfügen können. Es liegt auf der Hand, dass die Pluralität und Vielfältigkeit der Möglichkeiten von Freizeitgestaltung und touristischen Zielen zu einer Diversifizierung der Touristenströme beiträgt. Und das Reisen selbst hat durch den Tourismus eine Veränderung erfahren: Man kann sagen, dass das Reisen in der Moderne dem Auffinden von Entdeckungsräumen dient. Seit Goethe wird das Reisen wegen des Gewinns an Kenntnissen und Erfahrungen, die es vermittelt, positiv beurteilt. „Man erlebt die Reise als eine Periode der Freiheit und ge-

---

<sup>10</sup> Der Begriff stammt von Michael Nüchtern, *Kirche bei Gelegenheit*, Stuttgart 1991.

<sup>11</sup> Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt 1993.

steigerten Lebenslust, als Gelegenheit zur Horizonterweiterung, aber auch zur Selbstbesinnung und inneren Reifung.“<sup>12</sup>

Knüpft man konsequent an die in der Gesellschaft breit vorhandene Lust zur Freizeitgestaltung an, bilden Touristen ein weitgehend milieüberschreitendes Potential dar.<sup>13</sup> Die Tourismus-Studie des Landes Sachsen-Anhalt zeigt deutlich, dass der Bildungsgrad sowie das kulturelle Interesse der Tagestouristen – etwa in Eisleben – überdurchschnittlich groß ist. In breiten Kreisen der Milieus des sog. Mittelstandes existiert eine zwischen den Faktoren von Erholung und Bildungsinteresse vorhandene Lust zu einer „kulturellen Vergewisserung“. Es geht um die Aneignung von Wissen, das adaptorisch in die eigenen Lebenskonzepte integriert wird. Dabei kann eine Sensibilität im Umgang mit Geschichte und Tradition konstatiert werden. Es ist zu vermuten, dass die politische Wiedervereinigung zwischen ehemals Ost- und Westdeutschland, die 1989 mit der sog. „Wende“ vor nunmehr 20 Jahren begonnen hatte, zur Wiedergewinnung einer kulturellen Adaption und damit verbunden einer Aufwertung eigener Geschichte und den vorhandenen Kulturgütern trotz der Friktionen im Geschichtsbewusstsein geführt hat. Die Sehnsucht nach Rekonstruktion der Geschichte ist nicht zuletzt im Wiederaufbau der Dresdner Frauenkirche und dem Beschluss zum Wiederaufbau des Berliner Stadtschlusses erkennbar.

Auf dieser Linie einer mentalen Aneignung bewegt sich vermutlich auch der Trend, sich der Kirchen als Orte zu bemächtigen. Nicht anders als Schlösser und Burgen bilden die Kirchen Orte einer kulturellen Erinnerung. Sie verfügen über den Charakter einer geistigen Repräsentanz. Unabhängig von der Frage, ob der Tourist selbst gläubig oder ungläubig oder Mitglied einer christlichen Kirche ist, weiß implizit jeder Tourist, dass Kirchen die Orte „religiöser“ Repräsentanz in der Gesellschaft darstellen und diese speziellen Orte zum Gesamtbild einer kulturellen Vergangenheit integrativ dazu gehören. Jakob Johannes Koch hat aber darauf hingewiesen, dass die Begegnung mit dem Kirchenraum immer auch eine ästhetische Konfrontation darstellt und die Rezeption des Raumes in „polysensueller“ Form geschieht.<sup>14</sup> Wenn in der Ästhetik selbst und ihrer Erfahrung eine metaphysische Evidenz angenommen werden kann, so liegt der Schluss nahe, dass schon allein die Raumerfahrung, die die üblichen Raumerfahrungen durchkreuzt, eine metaphysische Dignität aufweist. Spirituelles Erleben in einer Kirche ist demnach in der Hauptsache reduzierbar auf die Wirkung ästhetischer Dichte.

---

<sup>12</sup> Gerhard May, Zum Reisen und seiner Ästhetik in der altchristlichen Literatur, in: Inken Möller (Hg.), Anstöße. Theologie im Schnittpunkt von Kunst, Kultur, Kommunikation, Darmstadt 1991, 126.

<sup>13</sup> Eine Verbindung zwischen Kirchenpädagogik und Milieutheorie zieht Jakob Johannes Koch, Vom Elfenbeinturm zu den Hecken und Zäunen, in: Gemeindepädagogik 8 (2008), 15f.

<sup>14</sup> Jakob Johannes Koch, ebd., 16.

Jenseits der konstaterbaren kulturhistorischen Absicht geschichtlicher Vergewisserung, mit der Touristen auch den Ort der Kirchen besuchen, verfügen sie darüber hinaus indes auch über implizite oder explizite Kirchenbilder, die aus der biographischen Erfahrung oder der Erinnerung gespeist sind. Es gehört zu den Desideraten der Forschung, keine genaueren Daten über den „Kirchenbesucher“, seine Erfahrungen und Zugänge zur Institution Kirche zu haben. Aber es kann durchaus vermutet werden, dass das Kirchenbild vieler Touristen in der Distanzerfahrung zu sehen sein wird. Die Kirche als religiöse Institution wird wohl als faktisch existierend in der heutigen Gesellschaft anerkannt, aber sie wird gleichermaßen in Distanz zur eigenen Person gehalten. Ist es zu weit gegriffen zu vermuten, dass für viele Kirchentouristen die Kirche eine Institution der Vergangenheit bildet? Interessant könnte nun die Aufhellung der Frage sein, welche normativen Kirchenbilder Kirchentouristen auf dem Weg in die Kirche als touristischen Ort mitbringen. Wie bewerten sie die Institution Kirche in einem Bewertungsraster zwischen „konservativ“ und „modern“? Welche Funktionen ordnen sie der Institution Kirche in der Gesellschaft zu? Oder noch radikaler gefragt: Könnte der – durchaus touristisch motivierte – Besuch in einer Kirche zum Anlass werden, eine geistige Auseinandersetzung mit dem eigenen Kirchenbild anzuregen? Würden sich diese Fragen positiv beantworten lassen, könnte die Zielgruppe der Touristen, die die Kirchen als Erinnerungsorte besuchen, zum Anlass eines *kirchlichen Marketings* eigener Provenienz werden, indem sie bei ihrer Sache bleibt ohne immerzu verkündigen zu wollen und damit im modernen Zeitgefüge gerade überzeugender wirkt. Denn Touristen wollen eben nicht „heimgeholt“ werden in den Mutterschoß eines binnenkirchlichen Gemeindelebens. Die Taktik plumper Missionsversuche, die in manchen Ansätzen kirchenpädagogischer Konzepte durchaus zu erkennen ist, empfinden gerade Touristen als geistige Grenzüberschreitung.<sup>15</sup> Und eines ist gewiss: Wer als Tourist gegen seine Absicht „bepredigt“ wird, dürfte dann langfristig ein negativ besetztes Kirchenimage in seinem Kopf behalten.

## 2. Kirche als „Imagefaktor“ oder: Heilige Orte als Markenzeichen

Während in der Kirchenpädagogik gerne über die Spiritualität als dem zentralen Motiv nachgedacht wird, aus dem heraus Menschen in die Kirche gehen, tut sich die Fachdiskussion mit der Reflexion *profaner* Motivlagen bislang noch schwer. Erst jüngst ist die Diskussion in der Szene-Zeitschrift „Kirchenpädagogik“ ange laufen. Birgit Neumann-Becker konstatiert darum: „Wenn Kirchengebäude zunehmend zum Ort für Freizeitaktivitäten werden, die nicht zuerst spirituell moti-

---

<sup>15</sup> Vgl. etwa die Ansätze von Chr. Kürschner [www.rpi-loccum.de/download/kueins.rtf](http://www.rpi-loccum.de/download/kueins.rtf)

viert sind, dann sollte die Kirche ein Konzept entwickeln, damit umzugehen und mit den Menschen in Kontakt zu kommen.“<sup>16</sup> Es ist positiv zu bewerten, dass die Kirchenpädagogik ihr skeptisches Verhalten gegenüber dem Tourismus kritisch überprüft und sich dem Thema offen nähert. Es bleibt zu hoffen, dass damit auch die wissenschaftliche Überprüfung der sich noch stark an den Modellen der aus der Zeit der Dialektischen Theologie stammenden Katechetik ausrichtenden Methodik überwunden wird. Es bedarf der Anschlussfähigkeit von Kirchenpädagogik und den Ansätzen einer modernen semiotisch orientierten Religionspädagogik.

Es führt daher weiter, wenn Thorsten Latzel in der selben Ausgabe der Zeitschrift Kirchenpädagogik von einer „erfolgreichen Arbeitsbeziehung“ zwischen Kirche und Tourismus spricht. Auf dieser Linie liegen auch die Argumentationen zweier neuerer Publikationen. In den Reformüberlegungen der EKD zur Profilierung kirchlicher Arbeit spielt der Tourismus durchaus eine wichtige Rolle. In der programmatischen Schrift „Kirche der Freiheit“ kommt der Tourismus im Kontext der „Profilgemeinden“ vor. Kann es Kirchengemeinden geben, die sich vom Tourismus her definieren lassen? In der zweiten Schrift der EKD mit dem Titel: „Gott in der Stadt“ wird der Tourismus angesprochen zwischen den Polen von Merkantilität und Kultur und kommt die Kirche als „Symbolisierungsangebot“ einer Stadtidentität in den Blick.<sup>17</sup> Die in beiden Schriften aufgeworfenen Aspekte gilt es in Zukunft in den kirchenpädagogischen Diskurs mit dem Tourismus einzubringen.

### *3. Die Vermittlung von Information unter den Bedingungen des Tourismus*

Ausgehend von den Analysen und soziologischen Beschreibungen bilden Touristen eine spezifische Zielgruppe kirchlicher Arbeit, die in ihren Bedürfnissen kultureller Aneignung ernst genommen werden müssen. Für die Kirchenpädagogik stellt die touristische Neugierde von Menschen deshalb eine gewisse Herausforderung dar, die nicht zu vorschnell einfach als „missionarische Gelegenheit“ missbraucht werden sollte. Geht es nach den Vorstellungen von Jakob Johannes Koch, besteht das Ziel darin, „die Menschen bei ihrem Respekt für das kirchliche Kulturerbe abzuholen und ihnen wieder neu zu vermitteln, welche spirituellen Essentials dahinter stehen.“<sup>18</sup> Hier gilt es in Zukunft eine anknüpfende Hermeneutik im Sinne des von Koch beschriebenen Phänomens der sog. „doppelten Kontextualität“ zu entwickeln.

---

<sup>16</sup> Birgit Neumann-Becker, Kirche und Tourismus im Miteinander und Gegenüber, in: Kirchenpädagogik 8 (2008), 7.

<sup>17</sup> EKD (Hg.), Gott in der Stadt. Perspektiven evangelischer Kirche in der Stadt, Hannover 2007.

<sup>18</sup> Jakob Johannes Koch, a. a. O., 17.

Es geht darum, Informationen so zu vermitteln, dass in einem kirchenpädagogischen Konzept kulturhistorische Aspekte mit dem Selbstanspruch der Kirche, dass in ihrem Raum die Verkündigung im Vordergrund steht, eine Synthese eingehen. Die Kirchenpädagogik ist unter den Bedingungen des Tourismus ein Feld der Gemeindepädagogik und zwar in dem Sinn wie die Gemeindepädagogik in der Tradition protestantischen Bildungsverständnisses als „Aufklärung“ des Glaubens ursprünglich gedacht war. Zentral ist dabei in meiner Perspektive der Brückenschlag zwischen dem Raum der Kirche als kulturhistorischer Größe und dem institutionellen Aspekt der Kirche in der Gegenwart. Es geht darum, die Bedeutung einer kirchlichen Präsenz in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit zu nutzen und eine „Übersetzungsarbeit“ und Transferleistung zwischen einer bloßen kulturhistorischen Erinnerung und der Relevanz des Glaubens im Alltag des Lebens durch das Mittel der Kirchenführungen zu erzielen. Nicht so sehr sollte die Absicht leitend sein, Menschen durch „predigende Steine“ zum Glauben zu führen, sondern der überzeugende Nachweis aktueller Relevanz kirchlicher Existenz in der Öffentlichkeit und die Evidenz ihrer Leistungen könnte Touristen ansprechen. Folgt man dem wissenschaftlichen Ansatz einer Kulturhermeneutik von Christian Albrecht, so läge das didaktische Ziel des kirchenpädagogischen Handelns über die Kulturgeschichte hinaus im Erweis einer kulturellen *Bedeutung* und damit dem Brückenschlag der kulturellen Prägekraft von der Vergangenheit in die Gegenwart. Damit wird das „rekonstruktive“ Element des Erklärens zu einem Sinn erschließenden Moment. Der Kirchenbesucher wird damit zu seinem eigenen „ideale(n) Hermeneut“ – so formuliert es Christian Albrecht. Die Vermutung liegt nahe, dass potentiell damit auch Kirchenbilder („Images“) gesteuert werden können. Kirchenräume und Kirchenführungen können dann zu einer „Werbefläche“ weniger des Glaubens, aber so doch der Bedeutung von Religion, Christentum und institutioneller Gestalt der Kirche werden. Gleichzeitig öffnet sich hierdurch der Raum zur Toleranz, denn indem ich die kulturelle Bedeutung der Religion exemplarisch im christlichen Raum verstehe, kann ich mich auch der kulturellen Bedeutung anderer Religionen nähern.

Dieser Ansatz hat Konsequenzen für die Ebene kirchenpädagogischer Konzepte und Vermittlung. Von der Kirchenpädagogik bislang zu wenig wahrgenommen wurden didaktische Konzepte einer Vermittlung, die den Weg einer Inszenierung und Präsentation des Glaubens unter den Bedingungen einer modernen Eventkultur gehen. Sehr innovativ und letztlich stilbildend kann die Präsentation im Rahmen des Kirchenpavillons während der EXPO 2000 in Hannover gelten, die Inhalt und Raumkonzept aufeinander bezog. Hier ist die Rezeptionsleistung des Besuchers selbst gefragt, die Verbindung von kultureller Bedeutung und eigener Positionierung herzustellen. Ebenfalls als Inszenierung und dabei zugleich auf sinnliche Wahrnehmung ausgerichtet sind die Versuche der sog. „Gartenkirchen“ oder der sog. „temporären“ Kirchbauten. Einen ganz eigenen Aspekt moderne Präsentationsformen bilden multimediale Inszenierungen, die in der Museumspä-

dagogik vielfach Verwendung finden, indes als Möglichkeit kirchenpädagogischer Arbeit nur am Rande auftauchen. Mutige Schritte hierzu ging die Konzeptarbeit am Straßburger Münster in Frankreich.

Es ist deutlich geworden, dass Kirche und Tourismus sich gegenseitig ergänzen können. Mich leitet die Bemühung, wie die Kirche das nachhaltige Interesse der Touristen für ihre Selbstdarstellung nutzen kann. Auf diesem Feld liegt eine große Forschungsaufgabe.