

**„Supernützlich für mich und sehr inspirierend, dass die Kirchen sich in der City bemerkbar machen!“**

**Was wäre zu tun, damit man solche Sätze hört?**



## Der Auftrag

- Fantasieren Sie mal herum, Herr Sellmann, wie Sie sich Citypastoral vorstellen, wünschen und selber nutzen würden!



## Übersicht

1. Einige Grundentscheidungen für citypastorale Konzepte
2. Der Hauptauftrag: inspirieren.
3. Die Hauptrichtung: *Urban churching* = Die City als spirituellen Raum erlebbar machen. Nicht die Stadt auf die Kirche beziehen
4. Ein großes erstes Beispiel: silentMOD
5. Ein Vorschlag für die Praxis

# 1.

## **Einige Grundentscheidungen für citypastorale Konzepte**

## Im ZAP-Projekt ‚Citykirchen‘ hat Frau Eufinger folgende Grundfragen erarbeitet

- ❑ Welche Zielgruppe ist fokussiert? Wie korrespondieren die fokussierte Zielgruppe und die lebensstilistische Verortung der Mitarbeiter/innen?
- ❑ Warum will ich mit wem wie religiös kommunizieren?
- ❑ Bin ich eher Dienstleister oder Gemeinschaftsanbieter?
- ❑ Sehe ich mich als Kern oder als Brücke zum Kern?
- ❑ Segmentiere ich oder biete ich das „Gesamtpaket“ von Pastoral?
- ❑ Bin ich „Platzhirsch“ in der Stadt oder einer unter anderen kulturellen Playern?
- ❑ Passe ich mich der City an oder grenze ich mich ab?
- ❑ Spiele ich die City als Gegenüber oder als Defizit ein? (Oase oder urban player)

## Meiner Meinung nach sollten wir stärker und sehr entschlossen folgende Variante experimentieren:

- ❑ Welche Zielgruppe ist fokussiert? Wie korrespondieren die fokussierte Zielgruppe und die lebensstilistische Verortung der Mitarbeiter/innen?
- ❑ Warum will ich mit wem wie religiös kommunizieren?
- ❑ Bin ich eher Dienstleister oder Gemeinschaftsanbieter?
- ❑ Sehe ich mich als Kern oder als Brücke zum Kern?
- ❑ Segmentiere ich oder biete ich das „Gesamtpaket“ von Pastoral?
- ❑ Bin ich „Platzhirsch“ in der Stadt oder einer unter anderen kulturellen Playern?
- ❑ Passe ich mich der City an oder grenze ich mich ab?
- ❑ Spiele ich die City als Gegenüber oder als Defizit ein? (Oase oder urban player)

Zielgruppen und Mitarbeiter/innen aus Milieus der C-Linien

Inspiration: „We support your spiritual journey!“

Dienstleister

Kern

segmentieren

Teil der Stadtkultur

Anpassung (als Akkomodation)

Urban Player / urban churching

## **2.**

# **Der Hauptauftrag: inspirieren.**

## Inspiration als Grundauftrag von Citypastoral: Beispiele

- ❑ Screen-Lösungen an Präsentationsflächen wie Schaufenstern, Kirchenmauern, eigens aufgestellten Monitoren usw.
- ❑ Speed-Blessings
- ❑ Ash Wednesday
- ❑ Klavier auf der Domplatte
- ❑ Storytelling in der Passage
- ❑ Testimonials und andere Clips in eigenen mobilen Spaces
- ❑ Give aways wie Duftstreifen oder Pralinen
- ❑ Guerilla-Marketing im öfftl. Raum
- ❑ Licht-Kabinen

## Inspiration als Grundauftrag von Citypastoral

- ❑ Die kommunikative Situation in der City ist geprägt von
  - kurzer Dauer // eigenen Plänen // äußerst vielen Alternativen // vielen anderen Menschen // Hohem ästhetischem und stilistischem Anspruch // Distanz zur Kirche (durch Fantasielosigkeit, wie sie mir nützen könnte) // Gesamtmentalität der höflichen Distanz („Blasiertheit“ bei G. Simmel)
- ❑ Ziel ist die kurze, injektionshafte touch&go-Begegnung
- ❑ Erstes Ziel ist *nicht*: Gemeindebildung; Kirchenkunde; Wissenszuwachs; ethische Belehrung; Armutsbekämpfung
- ❑ Inspiration meint: Ich gebe Dir einen BrainShot mit, der Dir angenehm-konstruktiv in die Seele geht und Dein Leben qualitativ bereichert.
- ❑ Eine solche Inspiration kann durchaus liturgisch und rituell gedacht werden.

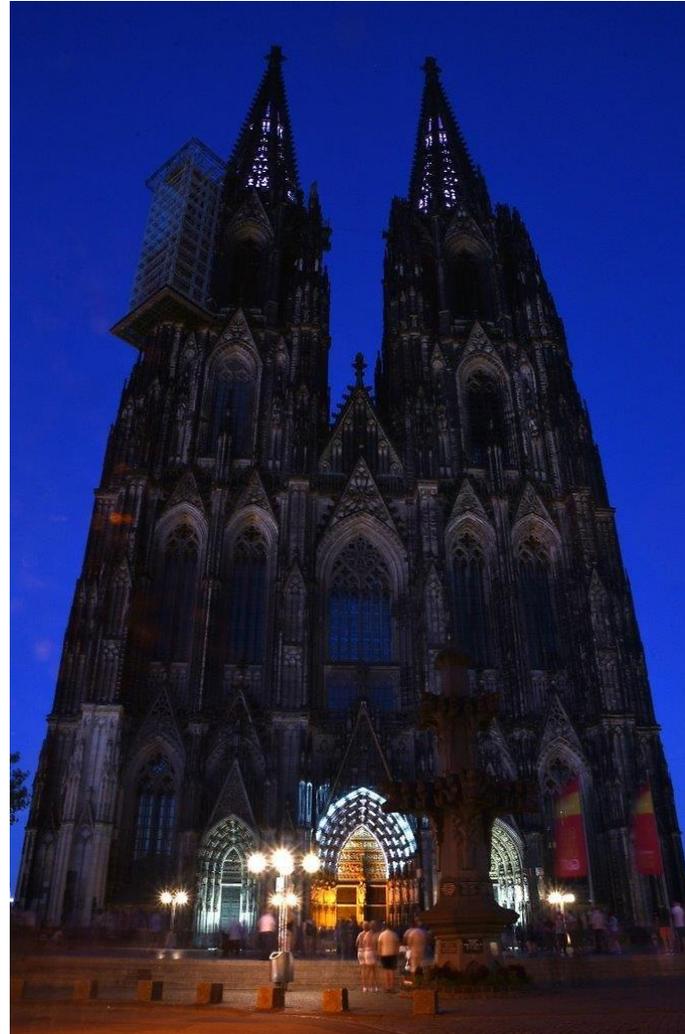
# **3.**

## **Die Hauptrichtung: Urban churching**

## Was wäre *urban churching*? Erste Denkschritte

- ❑ Nicht die Stadt auf die Kirche beziehen, sondern spirituelles Leben auf die Stadt.
- ❑ Nicht nur in einzelnen Locations und Events denken (so wichtig beides ist), sondern die Stadt als spirituellen Raum begehbar („beglaubbar“) machen.
- ❑ Pastorales Ziel: ***Die City wird zum Stimulations- und Resonanzraum der spirituellen Dimension meiner Existenz.***
- ❑ Vernetzung mit den vielen sonstigen City-Playern der stadtbezogenen Pastoral: Stadtdekanat, Hochschulpastoral, Domkapitel, Tourismuspastoral, Militärseelsorge, Freikirchen, Caritas, Exerzitien u.a.
- ❑ Vernetzung mit den nicht-kirchlichen Playern: Markenartikler, Shops, Stadtentwickler, Architekten, Polizei u.a.

# 4. Ein erstes großes Beispiel: silentMOD







Echte und virtuelle Realität  
begegnen sich: Jüngere und Ältere.  
Popkultur und Hochkultur. Jugend  
und Kirche. Köln und die Welt.



## SilentMOD als *urban churching*

- ❑ Kein Mitglieder-Event. Vielmehr ein Ereignis der Stadt (gamescom, VideoDays, Ringfeste) als Andockpunkt für ein spirituelles Angebot
- ❑ Allianzen v.a. mit nicht-kirchlichen Playern: Stadt Köln, Kawasaki, RheinEnergie, Gamescom, Blank&Jones u.a.
- ❑ Keine direkte katechetische, pädagogische oder moralische Ansprache. Jedwedes Fehlen von Bevormundung und Bewertung. Vielmehr Kunstinstallation als offenes Angebot.
- ❑ Moderne Kunst: Roboter, Laser, VideoMapping, Electronic Beats
- ❑ Das Eigene durch die Sprache der Anderen neu entdeckbar machen: keine Effektspielerei, sondern das Prinzip, dem Dom nichts hinzuzufügen. Vielmehr: Die Kraftlinien des Domes (Tiefe, Höhe, Duft, Botschaft, Geist) modern-kulturell erschließen
- ❑ Der Dom als Teil der Stadt; als Ausdruck eines Sommerabends im August. Der Dom-Raum als Angebot, meine eigene Weite zu ahnen.

# **5.**

## **Ein Vorschlag für das Jahr 2021: McMental in allen großen Cities**

## McMental: Die Idee

- ❑ Die deutschen Kirchen (ökumenisch) realisieren in den Citymeilen Deutschlandsein Raumkonzept, in der sie die Dienstleistung einer umfassenden Mentalinspiration und des Mentalaufbaus anbieten.
- ❑ Ähnlich wie die anderen ‚MC- Konzepte‘ geht es um schnelle, individuell anwählbare, plurale, hochqualitative und überall gleiche Gelegenheiten (gemäß des MINDSCAPE-Ansatzes).
- ❑ Funktionales Feel-Good-Raumkonzept mit individuell wählbarer Verweildauer
- ❑ Das Benefit-Versprechen: „We support your spiritual/mental journey.“



## McMental: Konkretionen

- Produktbeispiele für ‚Regenerations-Areas‘
  - **Audio-Lounges:** (Liegesessel, Kopfhörer, Word&Vibes), dazu Stirn-/Schultermassage, gewärmte Lemon-Tücher, Tee
  - **Räume qualitativer Stille:** (Ästhetik ‚reduced to the pure‘, Teppich, zentrierter Fokus, niemand redet, Stühle/Hocker/Kniehölzer
  - **Duft-Inhalatoren:** Hirnareal individuell ansteuerbar von belebend bis dämpfend; kombinierbar mit
  - **Lichtduschen:** Monitor-Kabinenraum mit optischer Flutung; dabei freie Bilderwahl (von monochromer Farbtafel zu Motiven wie Fjord, Wald u.a.)
  - **SMART-Drink-Bar:** Magnesium, Vitamin-C, freshpressed smoothies
  - **Profi-Selfie:** instantane Selbsterfahrungs-Generatoren wie Handshaker, Selbstportrait, Positiver Dialog mit dem Spiegelbild, „die eigene biografische Schlagzeile“ zum Ausdruck u.a.
  - **Beim Rausgehen:** Lateinamerikanischer Fußballreporter

## McMental: Pastorale Qualitätsfaktoren

- „Regeneration Areas“ sind der (in sich selbständig funktionierende) *Hook* für weitere Dienstleistungen.
  - Präsenzkonzepte
  - Beratungskonzepte
- Präsenzkonzept:
  - Das „Personale Angebot“ (Würzburger Synode) im McMental sind junge, fitte, toughe Christinnen und Christen; Hauptamtliche und Volunteers; eigens geschult; erfahrene Testimonials für mentale Lebensgestaltung
- Beratungskonzept:
  - Angegliedert ist eine ‚Trainings-Area‘ mit eigens anwählbaren Kursen, Einzelcoachings und Info-Spots, z.B. zu Themen wie Zeit, Körper, Beziehung, Entscheidung, Power-Rituale, Motivation, Selbst-Akzeptanz, Widerstandskraft u.a.
  - Hier zeigen sich die Christen als Experten für Lebensweisheit, religiöse Kraft, kulturelle Intelligenz und – nicht zuletzt – Humor.



## **Papst Franziskus:**

**„Es ist wünschenswert, dass jede Teilkirche in ihrem Evangelisierungswirken den Gebrauch der Künste fördert, den Reichtum der Vergangenheit fortführend, aber auch die Fülle der Ausdrucksformen der Gegenwart aufgreifend, um den Glauben in einer neuen „Rede in Gleichnissen“ weiterzugeben. Man muss wagen, die neuen Zeichen zu finden, die neuen Symbole (...), sogar jene unkonventionellen Weisen der Schönheit, die für die Evangelisierenden vielleicht wenig bedeuten, für andere aber besonders attraktiv geworden sind.“ (EN 167)**

**Danke für Ihre Aufmerksamkeit!**

Fantasieren wir gemeinsam!

