

ZWISCHEN BAUMARKT UND GEMEINDE – 7 PUNKTE ZUR MANGELWARE MÄNNER IN DER KIRCHE

Zusammenfassung des Themenabends „Auf die Sprünge helfen“ am 6. Februar im Haus der Kirche in Hamburg-Niendorf – Von Oliver Spies

Glaut man dem Liedermacher Reinhard Mey, ist der Baumarkt für Männer ein nahezu religiöser Ort: Sie pilgern alleine durch die Gänge, begeben sich auf leidenschaftliche Suche, kommen ins Gespräch miteinander und tauschen sich aus, sind allem Neuen aufgeschlossen und nehmen Anleitung gerne an. Kirchliche Mitarbeitende können da neidisch werden: In Kirche/Gemeinde sind Männer Mangelware. Bei Veranstaltungen trifft man wenige, in Gruppen und Kreisen fast gar keine. Durch alle Altersgruppen hindurch gilt: Männer sind kaum zu locken.

Liegt es an den Themen, Veranstaltungen, Orten, der Werbung, den Machern, den Männer selbst? Über diese Fragen kamen auf Einladung des Seniorenwerkes Hamburg-West/Südholstein und der Arbeitsstelle „Leben im Alter“ des Kirchenkreises Hamburg-Ost 16 Männer im Februar 2015 ins Gespräch. Eine bunte Gruppe aus ganz Hamburg und Umgebung, überwiegend im Alter kurz vor oder nach dem Ruhestand. Alle sind in irgendeiner Art im kirchlichen Kontext engagiert, die Spannweite reicht von Besuchsdiensten über der Leitung von Gruppen und Angeboten bis zur Mitarbeit in Gremien. Während einige sich selbst als sehr verbunden mit ihrer Gemeinde beschreiben, suchen sich andere je nach Interesse gezielt Veranstaltungen in der ganzen Stadt, wieder andere sehen sich eher kritisch-distanziert gegenüber der Institution, innerhalb der sie sich aber gerne mit einer bestimmten Aufgabe engagieren.

Trotz aller Unterschiedlichkeit teilen alle Teilnehmer die Erfahrung meist „allein unter Frauen“ zu sein. Auch wenn man nichts dagegen hat, „der Hahn im Stall“ zu sein, vermisst man doch mehr Mitstreiter. Alle beschreiben in der Vorstellungsrunde das gleiche Phänomen: Männer und Kirche sind eine schwierige Verbindung. Während Frauen die kirchliche Schwelle müheloser überschreiten, „muss man bei Männern richtig rackern, und selbst dann kommen nur ein paar, wenn überhaupt“, so ein Teilnehmer. Die Einsichten und Gedanken des gemeinsamen Workshops werden im Folgenden in sieben Punkten zusammengefasst. Sie wollen Impulse für die Arbeit mit und Gewinnung von Männern in Kirche/Gemeinde sein.

1. MÄNNER UND KIRCHE – EINE SCHWIERIGE BEZIEHUNG.

Hier war sich die Gruppe einig: Männer stehen Kirche/Gemeinde mehrheitlich kritisch-distanziert bis ablehnend gegenüber. Einige berichten geradezu von Anfeindungen oder einem verächtlichen Abwinken, wenn man im Freundeskreis Werbung für kirchliche Aktionen mache. „Bleib mir weg mit Kirche!“, hörte ein Teilnehmer öfter als er für den Workshop warb. Die Ablehnung ist kein vereinzelt Phänomen, sondern überwiegend Realität. Die Gründe sieht die Gruppe nur selten in schlechten Erfahrungen mit der Institution. Das negative Kirchenbild ergibt sich vielmehr meist aus Unkenntnis und Desinteresse. Das Image von Kirche wird oft pauschalisiert: weichlich, für die mit Sorgen, schwere Themen, muss man fromm sein. Mit Blick auf den Gottesdienst kommt gar eine „Angst“ ins Spiel: Man „fürchtet sich vor der kirchlichen Atmosphäre, von der oft eine depressive Friedlichkeit ausgeht“. Selbst die Teilnehmer, denen der Gottesdienst

persönlich sehr wichtig ist, können sich kaum vorstellen, einen Freund einzuladen oder mitzunehmen. Dennoch will man Kirche/Gemeinde von „irgendeinem Verein“ unterschieden wissen: „Ich suche in Kirche etwas, was ich woanders nicht finden kann!“, so ein Teilnehmer. Nachdem viele sich zunächst die „geballte Ladung von Angeboten bei Ehrenamtsbörsen“ gaben, haben sie später den Reichtum an Möglichkeiten vor Ort schätzen gelernt.

2. MÄNNER FÜR KIRCHE/GEMEINDE ZU GEWINNEN, IST EIN DEPRIMIERENDES UNTERFANGEN, BEI DEM MAN SICH NICHT ENTMUTIGEN LASSEN DARF.

Wer sich auf die Zielgruppe „Männer“ einlässt, braucht einen langen Atem sowie einen realistischen Blick: Selbst die beste Öffentlichkeitsarbeit, das beste Angebot wird nicht die Massen locken, die sich Kirche/Gemeinde wünscht. „Viele Männer wollen schlicht nicht erreicht werden.“ Diese Grenze zu ernst zu nehmen, ist ein wichtiger Schritt, sich für die folgenden Anstrengungen und Veränderungen nicht entmutigen zu lassen. Auch gilt es, sich in dieser Arbeit „nicht jeden Schuh anzuziehen“, der von außen herangetragen wird: Kirche/Gemeinde „ist besser als ihr Ruf unter Männern“. So läuft es auf viel „kleinteilige Arbeit an der Basis“ heraus: Die Kommunikation zu verbessern, Angebote neu auszurichten, auf die Kreativität von (engagierten) Männern zu vertrauen.

3. MÄNNER BRAUCHEN GELEGENHEITEN UND ZEIT WIEDER AN KIRCHE/GEMEINDE ANZUDOCKEN UND REINZUFINDEN.

Viele Teilnehmer berichten von einer großen Entfremdung gegenüber Kirche/Gemeinde, die durch das Berufsleben entstand. „Ich hatte mit Kirche schlicht nichts mehr am Hut“, berichtet einer. Ein anderer: „Ich kannte da keinen.“ Diejenigen, die nicht von sich aus den Schritt auf die Kirche/Gemeinde machten, erzählen, dass sie entweder persönlich angesprochen oder angerufen und zur Mitarbeit eingeladen wurden. Wichtig war ihnen, dass sie zunächst noch „eine gewisse Distanz“ wahren und „langsam rein wachsen“ konnten. Vor allem der Übergang in den Ruhestand bietet Kirche/Gemeinde eine günstige Gelegenheit, mit Männern (wieder) in Kontakt zu kommen. Dabei sind die meisten Männer nicht auf der Suche nach Ämtern, sondern nach sozial-diakonischem Engagement. Dass Kirche/Gemeinde schnell den Eindruck vermittelt, es handle sich dabei um „Fulltime Jobs“, ist meist kontraproduktiv. Man lässt sich gerne auf etwas Verbindliches ein, doch darf das „Gefühl der eigenen Freiheit nicht verloren gehen“.

4. MÄNNER ALS ZIELGRUPPE ERNST NEHMEN, HEIßT MUT HABEN, BESTEHENDES ZU HINTERFRAGEN UND ZU VERÄNDERN.

Oft bleibt es bei dem Bedauern, dass nur so wenige Männer an Veranstaltungen oder Gruppen in Kirche/Gemeinde teilnehmen. Gleichzeitig scheint es aber nur selten echte Versuche zu geben, Männer ins Visier zu nehmen. Es braucht mehr als der bestehenden Arbeit einen „männlicheren Anstrich“ zu geben. Männer als Zielgruppe ernst nehmen, bedeutet, die eigenen Angebote zu hinterfragen. Frauen dominieren nicht nur zahlenmäßig, sondern prägen auch Themen, Atmosphäre und Gestaltung von Veranstaltungen. Es lohnt eine kritische Auseinandersetzung, ob sich unterschiedliche Formate (Themenfrühstücke, Kaffee- und Gesprächsrunden) nicht doch aus Sicht von Männern sehr ähneln. Sicherlich mögen es Männer, sich an einen schön gedeckten Tisch zu setzen und bedient zu werden, sie bringen sich aber gerne auch mit ein und gestalten mit. Diese Mitgestaltung kann aber bedeuten, dass nicht immer alles „so hübsch und liebevoll“ vorbereitet ist: „Warum keine Tupperware auf die Tische stellen?“, „Warum

keine Tiefkühlpizza?“, „Warum kein Kulturprogramm, das die Champions League in den Mittelpunkt stellt?“ Bei allen Stereotypen, die hier mitschwingen, gibt es doch einen Kern, der Beachtung verdient: Männer gestalten Gemeinschaft anders. Sie bereiten sich kurzfristiger darauf vor, sie haben andere Kommunikationsmuster, sie setzen andere Akzente und Themen, sie gehen mit Nähe anders um. Gibt/Lässt Kirche/Gemeinde dem genügend Raum?

5. MÄNNER WOLLEN KEINE „MÄNNERGRUPPEN“, ABER SIE BLEIBEN GERNE AUCH MAL UNTER SICH.

Paradox oder Männerlogik? Die Mehrheit der Teilnehmer will keine Veranstaltungen oder Gruppen besuchen, für die mit dem Wort „Männer“ explizit geworben wird. „Wir haben doch nichts gegen Frauen!“, heißt es da. Oder: „Das klingt dann gleich so nach Befindlichkeitsrunde!“ Gleichzeitig finden es alle gut, wenn „man mal unter sich bleiben könnte“. „Männer brauchen eine Plattform, um ihre Wünsche darzustellen und andere Männer mit zu nehmen“, formuliert es ein Teilnehmer. Einige erzählen von guten Erfahrungen, die sie in reinen Männerrunden machten. Nicht nur die Atmosphäre ist eine andere, sondern auch die Gesprächskultur und Beziehungsaufnahme unterscheidet sich. Dies ist auch in dem Workshop selbst spürbar, der ohne Frauen stattfindet. Wichtig ist für solche „Männerrunden“, dass sie „solidarisch organisiert“ sind. Gerne sollen darin nicht nur „alte Lütt“, sondern alle Generationen vertreten sein. Es braucht eine „unverbindliche Verbindlichkeit“. Schön ist es, nicht nur ein Thema zu bearbeiten, sondern ganz konkret etwas zu machen: kochen, essen, handwerkeln, wandern, Fußballschauen. Das gemeinsame Tun eröffnet dabei die Gelegenheit, ernste Themen und Fragen „quasi nebenher zu besprechen“.

Bedenken hat man, dass „das Kantige im Mannsein sein darf“ und zugleich eine „gefühlvolle Gesprächsatmosphäre“ entsteht. Gute Beziehungen sind wichtig, dennoch sucht man erstmal keine neuen Freundschaften. Auch wenn das Beziehungsstiftende als „sehr weiblich geprägt“ beschrieben wird, so wird doch herausgestellt: „Kirche/Gemeinde lebt über Beziehungen.“ Hier liegt eine Besonderheit und zugleich die „Furcht vor Enge“.

Für Kirche/Gemeinde haben solche Runden einen besonderen Wert: Sie können einen Kern für die Arbeit mit Männern bilden. In ihnen kann die eigene Arbeit hinterfragt und neue Ideen ausgeklügelt werden. Sie kann helfen, Männer für andere Veranstaltungen und Mithilfe ansprechbar machen. Und schließlich kann sie zum Werbeträger werden, der mithilft, das Bild von der Frauenkirche/gemeinde aufzubrechen.

6. MÄNNER REAGIEREN AUF PERSÖNLICHE ANSPRACHE UND HANDFESTE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT.

Viele Teilnehmer erzählen, dass sie aufgrund von persönlicher Ansprache wieder in Kirche/Gemeinde „reingerutscht“ sind. Sie empfanden es nicht als aufdringlich, dass kirchliche Mitarbeiter nachgefragt haben, ob sie nicht ganz konkret mithelfen könnten. Dabei wird geschätzt, wenn es „nicht nur um Kirchens geht“, sondern darum im Stadtteil und der Nachbarschaft, Menschen zu unterstützen. Viele, die heute sehr in der Besuchsdienstarbeit engagiert sind, konnten sich diese Aufgabe zunächst nicht vorstellen und brauchten den Impuls von außerhalb.

Interessant war die Auseinandersetzung der Gruppe mit kirchlicher Werbung: Plakate, Flyer, Gemeindebriefe. Sicherlich waren hier Geschmäcker und Ansprüche unterschiedlich, doch lassen sich ein paar allgemeine Aussagen treffen: Negativ

aufgefallen sind lange Texte und allzu poetische Formulierung. Eine Einladung soll kurz und prägnant sein. Natürlich erwartet man einen partizipatorischen Charakter bei den Veranstaltungen, aber man muss nicht zu sehr betonen, dass man „ins Gespräch kommen“, „gemeinsam entdecken und fragen“, „miteinander nachdenken“ will. Klare Ansprache und Fragen verringern die Schwellenangst, in eine „eingeschworene Gruppe“ zu kommen, wo „man sich gleich öffnen soll“. Als ansprechend wird Werbung mit Bildern und Fotos erlebt. Sehr genau wahrgenommen, werden auch Farbtöne, die oft sehr „rot“ sind.

7. MÄNNER MACHEN GERNE NÄGEL MIT KÖPFEN.

„Welche Veranstaltung würden Sie sich wünschen?“, wurden die Teilnehmer gefragt und beauftragt, ihre Ideen anzudenken. Heraus kamen interessante Impulse: Zum Beispiel eine Veranstaltung zum Thema „Patientenverfügung nur für Männer“. Dabei wollen man nicht „über schwierige Fragen ins Gespräch kommen“, sondern die „Dringlichkeit der Vorsorge“ unterstreichen. Unter dem Titel „Das Sterben in das Leben holen“ sollen Fachleute referieren. Auf einen „geselligen Rahmen“ wird bewusst verzichtet. Eine andere Gruppe möchte Architektur und Baugeschichte von Hamburger Kirchen in den Blick nehmen. Ganz konkrete Fragen sollen dabei zur Sprache kommen: Wie heizt man eigentlich den Michel? Wie legte man das Fundament von St. Kathrinen? Was heißt ökologische Sanierung? „Vielleicht ließe sich so die Leidenschaft für den Baumarkt mit Kirche verbinden“, so der Wunsch. Andere versuchen sich an Ideen wie Pilger- oder Handwerksgruppen. Aber auch Veranstaltungen zu Themen wie „Älterwerden“, „Computerei“ und „Kochen“ werden angedacht.

Natürlich ist das Feld zum Thema „Männer und Kirche“ weiter als diese sieben Punkte, in denen vieles nur angerissen bleibt. Wichtig war, die Gedanken des gemeinsamen Workshops festzuhalten und zur Diskussion zu stellen. Gerade in ihrer (teilweisen) Überspitzung wollen sie den Mitarbeitenden in Kirche/Gemeinde auf die Sprünge helfen und anregen, die eigene Arbeit mit Männern einmal auf die Tagesordnung zu setzen. Dabei sollte zunächst weniger auf gute Rezepte und neue Formen geblickt werden, als die eigene Haltung hinterfragt, Ressourcen geklärt und Ideen vor Ort abgeschöpft werden. Vielleicht kann es damit beginnen, den benachbarten Baumarkt zu besuchen und die pilgernden Männer wahrzunehmen.

Hamburg im März 2015