

Noch zwei vornehme Werbemittel der Kirche sind endlich zu nennen, beide schon älter, aber beide von einer großen Bedeutung: die Ausstellung und die Helfereinrichtung. Ausstellungen kirchlicher Kunst im allgemeinen, kirchlicher Friedhofskunst, religiöser Malerei, Lehrausstellungen für Missionstätigkeit aller Art usw. sind bereits mit bestem Werbeerfolg veranstaltet worden. Wo er ausblieb, lag es entweder an verfehlter Aufmachung oder an zufälligen zeitlichen Umständen.

Bei dem hohen Stande unseres deutschen Kunstgewerbes muß aber eine Ausstellung mustergültiger Stücke aller Arten Geräte, Urkunden und Bücher, christlichen Haus schmucks usw., wenn sie künstlerisch und fachmännisch gestaltet wird, als ein vorzügliches Werbemittel wirken und gleichzeitig als friedliches und vornehmes Kampfmittel gegen die Verleumdung der Kirche als Feindin der Kultur.

Endlich die Einrichtung der Helferschaft. Wie die besten Helfer der Mission eingeborene Prediger sind, so entspricht es der Absicht, in die Tiefe zu wirken, am besten, wenn die Gemeindeglieder als solche sich untereinander kennen, sich besuchen und vor Vereinzlung und Vereinsamung bewahren.

Vertrauensleute, eben die Helfer, sollen also diesen Zusammenhang lebendig vermitteln und pflegen, bei Wohnungswechsel der Gemeindeglieder die Überweisung an den neuen Bezirk veranlassen und die Einführung in die betreffenden örtlichen kirchlichen Veranstaltungen ermöglichen. Der Helfer, der freiwillig tätig ist und nur wenige Häuser betreut, beachtet auch alle zuziehenden neuen Bewohner „seiner“ Häuser, nimmt mit ihnen Fühlung und zieht sie in den Bereich des Gemeindelebens. Hildesheim ist dafür vorbildlich geworden. Neben diesen freiwilligen Helfern werden künftig mehr und mehr in jeder Gemeinde berufliche Pfleger stehen, vor allem Jugendpfleger, die der konfirmierten Jugend nachgehen, sie zu Vorträgen, Wanderungen, Übungen usw. sammeln, ihnen in Lehrlingsangelegenheiten, vor Gericht und in Strafsachen, in Organisationsfragen und Bildungsangelegenheiten beistehen und sie der vertiefenden Seelsorgerarbeit zuführen oder dabei erhalten.

Vom Geschick und der Anpassungsfähigkeit dieser stillen sowie der öffentlichen Werbetätigkeit der Kirche, d. h. von der Erkenntnis ihrer Bedeutung wird es abhängen, ob sie sich künftig neben den konkurrierenden geistigen und politischen Mächten der Gegenwart wird behaupten können.

Die Kirchenreflamme / Fast eine Phantasie

Von Ulrich Berner, Leipzig.



ute Reklame machen ist die Kunst, Aufmerksamkeit zu erregen. Johannes der Täufer, Christus, Paulus, sagt ein anglikanischer Pfarrer, haben für ihre Zeit als Größen in dieser Kunst zu gelten. Müßten die heutigen Kirchenmänner in dieser Beziehung ängstlicher sein? Die Kirche hat heute eine ausgiebige Reklame genau so nötig, wie irgend ein geschäftliches Unternehmen, wenn sie sich in ihrer Bedeutung erhalten will. Und hat sie sich einmal zu dieser Überzeugung durchgerungen, dann muß sie auch die gleichen Mittel anwenden und die gleichen Wege gehen, die die Geschäftswelt als erfolgreich erprobt hat.

Bestrebungen religiösen Charakters haben diesen Weg schon beschritten. Die auf laute Werbung zugeschnittene Art der Heilsarmee ist bekannt und wird, nach anfänglichem Befremden, heute nicht mehr als störend empfunden, sondern gilt als sehr geschickt der Denkweise der Massen angepaßt. Die sogenannte christliche Wissenschaft gibt ein großes eigenes Blatt heraus und macht auch in der übrigen Presse von sich

reden. Die römisch-katholische Kirche, die immer mit der Zeit mitzugehen verstanden hat, verfügt über einen äußerst erprobten Werbeapparat. Daß sie sich der Wichtigkeit der Werbung bewußt ist, geht aus einer beachtenswerten Äußerung des Kardinals Prinzen Hohenlohe hervor, der vor einer Reihe von Jahren nach einer Unterredung mit Papst Leo XIII. sich dahin äußerte, das Bedenkliche an der „Gefangenschaft“ des Papstes sei hauptsächlich, daß der heilige Vater von den Völkern vergessen werden könnte. „Es muß Vorsorge getroffen werden“, fügte er hinzu, „daß von ihm gesprochen wird“. Nur die protestantische Kirche ist in dieser Hinsicht schwerfällig. Aber die Revolution hat, wenigstens in Deutschland, auch sie in die Schranken treten lassen, wo um die Aufmerksamkeit geworben, um den Erfolg gerungen, um Geltung gekämpft wird.

Warum muß die Kirche Reklame machen? Gegenfrage: Warum soll sie keine Reklame machen? Die Geistlichen stoßen sich allerdings an der Sache; aber vielleicht noch mehr an dem Wort. Der Kirchenmann möchte um keinen Preis „Aufsehen erregen“. Aber sprach nicht Christus zu den Massen? Suchte