



Mission.de und die Synoden

Ein wenig erstaunt waren die EKD- Synodalen schon, als sie das Logo der Image-Kampagne „mission.de“ zum ersten Mal in Bremen 2008 anlässlich der EKD-Synode gesehen hatten. „Ist Mission wirklich so bunt?“, fragten sie die Vertreterinnen und Vertreter von Missionswerken, die die Kampagne vorstellten, und gemeinsam wurde das Motto „Um Gottes willen – der Welt zu Liebe“ angeregt diskutiert.

Unter dem Dach des Evangelischen Missionswerkes in Deutschland e.V. (EMW) waren 26 evangelische Missionswerke und Kirchen, darunter auch die EKD, angetreten, um zu zeigen, dass die Weltmission weder verstaubt noch ein Irrweg ist. Das schmale Budget begrenzte die Laufzeit auf drei Jahre bis Ende 2011 und die Zielgruppe auf innerkirchliche Gruppen. Mit ansprechenden Plakaten und Materialien für die theoretische und praktische Bearbeitung des Themen-Spektrums sollten vor allem diejenigen Gemeindeglieder erreicht werden, für die das M-Wort „Mission“ bisher einen eher schlechten Klang hat.

In Bremen konnte mission.de überzeugen: Die EKD-Synode 2008 begrüßte die Initiative und bat in einem Beschluss „die Gliedkirchen der EKD, die Imagekampagne auf allen Ebenen in den Gemeinden, Einrichtungen und Werken zu unterstützen“. Und das geschah dann auch: Auf vielen Synoden waren die bunten Fahnen zu sehen und das Thema Weltmission wurde intensiv diskutiert. Der Begriff wurde entstaubt und Menschen wurden angeregt und „begeistert“, den überseeischen Partnerinnen und Partnern zu „begegnen“. Viele Gemeinden berichteten, wie diese Beziehungen sie „stärken“, und sie betonten die Wichtigkeit, dass sich Christinnen und Christen weltweit für einander „engagieren“ sollen. So wurden die vier Kernbegriffe umgesetzt in den Alltag von Gemeinden.

Wichtiges Instrument der Kampagne war und ist das Internet. www.mission.de wurde die Adresse, um sich über neue Publikationen – von denen es insgesamt nun 12 gibt – zu informieren und darüber, wo welche Veranstaltungen angeboten werden. Natürlich waren die Kirchentage wichtige Treffpunkte vor allem für junge Gemeindeglieder. Und wo vor dem Betreten des Standes noch etwas Zurückhaltung zu spüren war, so sagten viele Kirchentags-Besucherinnen und -besucher nach einem Gespräch, oder nach einer Spiel-Aktion: „Ja, wir haben eine Mission!“ und erkundigten sich, wo sie mehr über das Engagement ihrer Kirche erfahren könnten.

Nun, am Ende der Kampagne, zeigt sich, dass noch längst nicht alle Gemeinde-gruppen erreicht sind. Deshalb wird www.mission.de weiter erreichbar sein. Sicher wird das EKD-Synodenthema 2011 viele evangelische Gemeinden anregen, das Thema Mission zu behandeln. Vielleicht erstaunt sie dann der Umstand, dass andernorts Gemeinden und Kirchen wachsen und dass Christinnen und Christen Mission als wichtige Lebensäußerung der Kirche empfinden und dem Kampagnen-Motto „Um Gottes willen – der Welt zu Liebe“ zustimmen. Die Träger der Initiative zeigen durch die Veröffentlichungen, die noch mindestens bis Ende 2012 online zur Verfügung stehen, dass sich der Klang des M-Wortes verändert hat.

Freddy Dutz
Pressereferentin des EMW
Herbst 2011