



Barbara Welzel, Heide Barrenechea  
(Hrsg.)

## Kirchturmdenken

**Sakralbauten in ländlichen Räumen:  
Ankerpunkte lokaler Entwicklung  
und Knotenpunkte überregionaler  
Vernetzung**

39,90 €, 264 S., Bielefeld 2022

wbv Media

ISBN: 978-3-7639-7247-0

Der Titel „Kirchturmdenken“ greift eine in Kirchen weitverbreitete Schimpfreden über die vermeintliche Selbstbezüglichkeit von Menschen in der Ortsgemeinde auf. Ihnen wird nachgesagt, sie würden um ihren Kirchturm kreisen, sich weigern, mit Nachbardörfern zu Großgemeinden zu fusionieren und in grundsätzlicher Feindschaft zur Außenwelt leben. Die von Heide Welzel und Heide Barrenechea herausgegebene Sammlung von Beispielen lebendiger Transformationsprozesse um Dorfkirchen herum gibt einen facettenreichen Einblick in das Wunderbare, das im scheinbaren Anachronismus des Kirchturmdenkens liegt.

Das „Projekt Kirchturmdenken“ ist ein Förderprogramm für Sakralbauten und Klosteranlagen im ländlichen Raum. Die Förderung zielt auf die „Erschließung und Vermittlung von (ehemaligen) Kirchen und Klosteranlagen sowie weiteren Sakralbauten als individuelle, lokale oder regionale Erinnerungsorte, als zu bewahrende Kul-

turdenkmale, als Orte der Teilhabe am regionalen und kulturellen Erbe, als Orte einer lebendigen Kulturvermittlung und kulturellen Bildung, als Orte bürgerschaftlicher Teilhabe, Mitgestaltung und sozialer Begegnung“ (S. 10). Das Förderprogramm „Kirchturmdenken“ setzt beim lokalen bürgerschaftlichen Engagement an, steuert die denkmalpflegerische und kunstpädagogische Expertise bei und vernetzt Akteur:innen auf unterschiedlichen Ebenen.

Der Band „Kirchturmdenken“ stellt 78 geförderte Projekte vor, ergänzt durch kurze fachwissenschaftliche Beiträge. Heraus kommt eine Sammlung erfolgreich vermittelter Umnutzungen und Wiederbelebungen, die zeigt, dass Denkmalpflege transformative Arbeit an der Kultur sein kann, eine Kommunalisierung und Demokratisierung sakraler Herrschaftsräume mit sich bringt und dass Menschen vor Ort fähig sind, ihre Angelegenheiten selbst in die Hände zu nehmen. Die Fachbeiträge betonen stets das im Deutschen Grundgesetz und in der Menschenrechtskonvention verbürgte Menschen(!) recht auf Teilhabe am kulturellen Erbe. Teilhabe wird hier verstanden im Sinne der Mitgestaltung. Damit gelingt dem Band auch die kommunikative Vermittlung der Sinnhaftigkeit der Denkmalpflege: Der Bauherr:innen gelegentlich lästige Denkmalschutz verteidigt das öffentliche Interesse gegenüber dem schlichten Eigennutz. Denkmalgeschützte Bauten „gehören“ im ideellen Sinne allen – das gilt für Sakralbauten ganz besonders. Dieser gedankliche Switch der Zuständigkeit von den „Besitzern“ zu den „Menschen vor Ort“ wird in den dargestellten Beispielen immer wieder anschaulich vollzogen. Auch hierin liegt ein wohlthuender und zukunftsweisender Anachronismus des Kirchturmdenkens. Der Band ist auch ein Ausweis bereits erfolgter Pionierarbeit: Nicht verwunderlich ist der geografische Schwerpunkt in den neuen Bundesländern, wo bereits Alltag ist, wovon

manche westdeutsche Landeskirchen sich noch fürchten können: dass viele, sehr viele Sakralbauten nicht mehr für ihren ursprünglichen Zweck gebraucht werden und „freigegeben“ werden müssen. Dass sich aus der Aufgabe von Gebäuden auch neue Erfolgsgeschichten schreiben lassen, dokumentiert dieser Band. Für die Erwachsenenbildung lassen sich zwei wertvolle Impulse ableiten: Zum einen zeigen die Beispiele, dass Menschen vor Ort selbstorganisiert viel und gerne etwas auf die Beine stellen und die hauptamtliche Arbeit hier unterstützende und strukturierende, aber keine anleitende Funktion hat. Zum anderen zeigt die Dringlichkeit des Neubespielens und Erschließens von Kirchenräumen die hohe Relevanz kirchenraumpädagogischer Arbeit für die Zukunft kirchlichen Handelns.

Die Sammlung der Projekte und Fachbeiträge ist vielgestaltig und bunt – es dauert allerdings ein wenig, sich im Buch zu orientie-

ren. Ein Grund könnte das weggelassene Inhaltsverzeichnis sein, ein weiterer, dass Projektvorstellung und Fachbeitrag optisch nicht voneinander abgegrenzt werden. Auch gibt es keine geografische oder thematische Sortierung. Die passende Art des Studiums ist müßiges Blättern, Hängenbleiben und Entdecken. Mögen die vielen Einzelbeiträge ihre Leser:innen finden!

### **Ricarda Heymann**

Referentin für Bildungsarbeit mit älteren Menschen und  
Religiöse Bildung  
Erwachsenenbildung und Familienbildung im  
Zentrum Bildung der EKHN  
Ricarda.heyman@ekhn.de

### » **schwerpunkt – Strategisches Marketing**

*Svenja Möller*

Marketingstrategien der Erwachsenenbildung in ihrer Entwicklung ..... 15

Der Artikel wirft die Frage auf, weshalb sich die Fachliteratur kaum noch mit der Marketingrezeption auseinandersetzt. Hierfür wird die Genese des Marketings in der Erwachsenenbildung kurz skizziert und eine empirisch gestützte Marketingstrategie – ergänzt um das Element des Social Media – vorgestellt. Dabei werden die Entwicklungen des Erwachsenenbildungsmarketings erläutert.

*Ingrid Schöll*

Konkurrenzfähiges, mehrkanaliges Non-Profit Marketing ..... 20

Betrachtet man – abgesehen von Pandemie- und Kriegsfolgen – allein die Problematiken der Digitalisierung, des demographischen Wandels, der Migration und Nachhaltigkeit und wie sie alle auf das organisationale und pädagogische Selbstverständnis der öffentlichen Erwachsenenbildung einwirken, so wird deutlich, dass diese vor einer längeren Phase des Umbruchs steht. Skizziert wird, welche Umbrüche im Selbstverständnis und in den Vermarktungsmöglichkeiten der Einrichtungen sich abzeichnen.

*Matthias Alke*

Strategien und Herausforderungen des digitalen Bildungs- und Personalmarketings in der Erwachsenenbildung ..... 27

Aufgrund der angespannten Personalsituation wird aktuell neben dem Bildungs- auch das Personalmarketing für die Erwachsenenbildung zunehmend relevanter. Man möchte Mitarbeitende finden oder langfristig binden können. Der Beitrag beleuchtet, weswegen Marketingstrategien im Zuge der digitalen Transformation eine klare Positionierung und Perspektivierung für beide Dimensionen erfordern.

*Wolfgang Schnell*

Long Covid in der gemeinwohlorientierten Erwachsenenbildung? ..... 32

Mit der Pandemie wurde es offensichtlich: Das Marketing öffentlicher Weiterbildungsanbieter greift zu kurz. Der Beitrag erläutert die neue Lage der Branche, benennt die langanhaltenden Veränderungen und zieht Konsequenzen für die Entwicklung neuer Handlungsstrategien.

*Peter J. Weber*

Marketingtrends, -irrtümer und -herausforderungen gemeinwohlorientierter Erwachsenenbildung ..... 36

Die Digitalisierung zeigt auch im Marketing der Weiterbildungseinrichtungen ihre positiven und negativen Seiten: Wer Tools beherrscht und es sich leisten kann, erfährt viel mehr über seine potenzielle Kundschaft – zugleich fragt sich, inwieweit die gemeinwohlorientierte Bildung sich noch jener Ökonomisierung erwehren kann, die unter dem Deckmantel der „Nachfrage- und Teilnahmeorientierung“ rasant voranschreitet.

*Annika Goeze*

Von der Personalbeschaffung zur Personalgewinnung  
Aktuelle Rekrutierungswege und -methoden in der Erwachsenenbildung ..... 40

In der gemeinwohlorientierten und öffentlich mitfinanzierten Erwachsenenbildung hat sich bei der Rekrutierung insbesondere von Lehrkräften der Angebotsmarkt in einen Nachfragemarkt gewandelt. In Reaktion darauf werden von EB-Einrichtungen auch weniger konventionelle Rekrutierungswege beschritten, die dem „Active Sourcing“ zugerechnet und in diesem Artikel vorgestellt werden.

» **editorial***Steffen Kleint*

Liebe Leserin, lieber Leser, ..... 3

» **aus der praxis***Gina Buchwald-Chassée*Aktuelle Marketingstrategien der Evangelischen Erwachsenenbildungspraxis im Gespräch  
Vielfältige Maßnahmen für diverse Zielgruppen? ..... 6*Hans Jürgen Luibl & Sabine Löcker*Klappern gehört zum Handwerk  
Strategische Marketingansätze in der (Evangelischen) Erwachsenenbildung ..... 10*Beate Schmidtgen & Oliver T. Streppel*

Kirchliches Bildungsportal für mehr Marketing ..... 12

» **europa***Christine Bertram*

Wir sind alle Influencer ..... 14

» **grundbildung***Cornelius Sturm*

Grundbildung in der konfessionellen Erwachsenenbildung verankern ..... 45

» **einblicke***Hans Jürgen Luibl*Bonanza. Eine Heilige Familie im Wilden Westen  
Vor 60 Jahren eroberte die Wild-West-Serie das deutsche Fernsehpublikum ..... 46*Yves Gensterblum & Jessica Böcker*

Passgenaue wissenschaftliche Weiterbildung durch adaptive Lernformate ..... 50

» **jesus – was läuft?***Hans Jürgen Luibl*

Die Pornographie der Wunde ..... 52

» **service**

Filmtipps ..... 55

Publikationen ..... 56

Veranstaltungstipps ..... 60

Impressum ..... 62



## Mehr **forum erwachsenenbildung**?

Hat dieser Artikel Ihnen gefallen?

Wenn Sie regelmäßig über Bildung im Lebenslauf aus wissenschaftlicher, praxisnaher, bildungspolitischer und evangelischer Perspektive informiert werden möchten, abonnieren Sie **forum erwachsenenbildung**:

### Abo bestellen Print oder online

(öffnet eine E-Mail-Vorlage an [info@waxmann.com](mailto:info@waxmann.com))

- Print:** 4 Ausgaben pro Jahr, Jahresabo 27,50 € zzgl. Versandkosten, inkl. Online-Zugang (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)
- Online:** 4 Ausgaben pro Jahr (PDF), Jahresabo 20,- € (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)



[www.waxmann.com/forumerwachsenenbildung](http://www.waxmann.com/forumerwachsenenbildung)

DEAE WAXMANN