



Text: Mechthild Hüsich

Mechthild Hüsich, seit diesem Jahr nicht mehr 49. Mit Germanistik und Theologie kann man dann auch eine Werbeagentur bereichern. Sie macht bei Hüsich & Hüsich GmbH in Aachen den Bereich Text und Konzeption. Um Graphik und Konzeption kümmert sich Heinrich Hüsich. Beide teilen sich die Geschäftsführung. Die Kommunikationsagentur betreut seit über zwanzig Jahren Kunden aus dem kirchlichen, sozialen und medizinischen Bereich.

„Welche Kampagne? Der Hahn auf dem Kirchturm kräht ganz schön leise. Kirchliche Kampagnen sehe ich momentan nicht.“

Anerkennend muss man sagen, dass der größte Teil der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit mit Plakaten, Flyern und Internet professioneller geworden ist. Die Selbstverwirklichung der Referenten mit Klebestift und Cutter ist zurückgegangen. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben begriffen, dass auch das kirchliche Publikum ins Kino geht, Stern, Spiegel, Gala und Brigitte liest, durch facebook und youtube surft und entsprechend text- und bildverwöhnt ist. Oft müssen sie hartnäckig dafür kämpfen, Geld für diese professionellen Auftritte zu bekommen. Das ist mühselig. Aber sie sind als Kunden oft recht treu über viele Jahre. Nur von Etats kann man nicht wirklich sprechen, was dazu führte, dass nicht nur Personal in den Kirchen, sondern auch in den Agenturen abgebaut wurde. Im Augenblick heißt die Devise in diesen Häusern meistens "wir müssen sparen". Auch wenn es stimmt, bekommt man manchmal den Eindruck, dass in einigen Generalvikariaten damit auch ungeliebte Aufgaben "weggespart" werden. Das wird dann verkauft als "wir konzentrieren uns auf das Kerngeschäft".

Auf höheren Ebenen fehlt häufig der Wunsch, Dinge grundsätzlich anzugehen, in größeren Zusammenhängen und weiteren Perspektiven zu denken oder auch mal denken zu lassen. Beziehungsweise, es fehlt die Einsicht, dass diese Leistung auch bezahlt werden muss. Das ist sehr bedauerlich, und diese Kurzsichtigkeit wird sich rächen. Aktuell steht Kirche ganz schön mit dem Rücken zur Wand. Wenn gerade die Institution, die eine besondere Moral einfordert, den Anspruch nicht besser erfüllt als der Rest der Gesellschaft, ist ihre Glaubwürdigkeit ziemlich strapaziert. Das, was sie ansonsten leistet, wird nicht unbedingt anerkannt, eher selbstverständlich eingefordert.

Aber Krise hin oder her, auch mit kleineren Etats lässt es sich arbeiten. Auch wenn sich die Schraube nicht immer weiter anziehen lässt. Eins steht jedenfalls fest: egal ob Gemeinde oder Hilfswerk, Caritas oder Diakonie, Seelsorge oder Spiritualität: Kirche hat nach wie vor viele interessante Themen und wertvolle Aufgaben, für die es sich zu engagieren lohnt.

Da kann man nur hoffen, dass der Weihbischof Recht hatte, als er in einer Aachener Kirche neulich sagte: Der Letzte macht das Licht an.

[nach oben](#)