



## Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das zweimal im Jahr über Kirche und Kommunikation reflektiert
- Projekt im Schnittbereich kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und werblicher Kommunikation
- Radar zur Ortung interessanter Themen und Menschen im kirchlich-medialen Umfeld



Bild: © 31M

Die achtzehnte Ausgabe von sinnstiftermag erscheint demnächst. Klicken Sie sich wieder ein!

## Kirche/Deutsch – Deutsch/Kirche: Wenn Kirchenleute in Rätseln sprechen.

### Die siebzehnte Ausgabe von sinnstiftermag

"Dann sagte Jesus zu ihnen: Geht hin in alle Welt und verkündet der ganzen Schöpfung das Evangelium!", heißt es in Markus 16. Fast 500 Jahre ist es her, dass Martin Luther dieses Evangelium ins Deutsche übersetzte, es dem "Pöbel" ohne Latein- oder Griechisch-Kenntnisse zugänglich machte. Durch ihre neue Verständlichkeit wurde die Bibel das erfolgreichste und meistgelesene Buch der Welt. Christliche Parabeln und biblische Metaphern bestechen noch heute durch ihre schlichte Zeitlosigkeit und Übertragbarkeit – wenn sie nicht durch den Stilmittel-Fleischwolf gedreht werden.

Wenn Kirchenleute in Rätseln sprechen, aus der Kanzel zum Volke predigen, zweifeln Gläubige oft an ihrer eigenen Aufnahmefähigkeit, fühlen sich unverstanden, falsch repräsentiert. Pompöse Predigten und unantastbare Erhabenheit schrecken nicht nur ab, sie sind auch unzeitgemäß. Dabei ist die Botschaft der Bibel einfach wie genial: "Liebe deinen Nächsten wie dich selbst." Jede Marke wünscht sich einen derart aussagekräftigen Slogan. Wie hat es Kirche also geschafft, in der Zeitspanne eines halben Jahrtausends im mittelalterlichen Jargon und in komplexer Liturgie stecken zu bleiben? Und wie kann sie moderner, verständlicher kommunizieren, ohne dass die ursprüngliche, heilige Botschaft verloren geht? Denn wer kann heute noch aus dem Stegreif sagen, was die Begriffe Katechumenat, Eucharistie, Reminiszenz oder Kasualien bedeuten.

Wäre die christliche Kirche eine Marke, würden Marktforscher wohl zum Fazit kommen, dass man an der Zielgruppe "vorbeikommuniziert". Die Tonality wäre zu gezwungen, zu würdevoll und nicht alltagstauglich. Der alttestamentliche Wortschatz besäße kein Aktivierungspotenzial, würde nicht zum Nachdenken oder Fühlen anregen. Schnörkellose, auf das Wesentliche reduzierte Sprache muss nicht einfallslos oder öde sein. Im Gegenteil, sie bietet Platz für subjektive Empfindungen und persönliche Interpretation. Sie gibt jedem das, was er braucht. Jedoch

ist es eine schwierige Aufgabe, einfach zu kommunizieren.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

*Ihre sinnstiftermag-Redaktion*

NACH OBEN



---

[ÜBERSICHT](#) | [EDITORIAL](#) | [TITELSTORY](#) | [INTERVIEW](#) | [STATEMENTS](#) | [ÜBER DIE AUTOREN](#)

