



WS 14 Kirchen vermitteln³

Kirchen verstehen sich nicht mehr von selbst. Ihre Inhalte und ihre symbolische und architektonische Gestalt müssen neu vermittelt werden. Das gilt für alten Kirchen ebenso wie für moderne Sakralbauten. Der über historische Fakten weit hinausgehende Gehalt alter Kirchen ist wie die sakral-säkulare Kühnheit der Moderne oft eine Überforderung im Wahrnehmen und Begreifen.

Wenn wir unsere Räume neu verstehen, neu nutzen und zukunftsfähig machen wollen, brauchen wir fachliche Kompetenz, neues Sehen lernen und ein neues Verständnis, das sich der Geheimnisse der Räume annimmt, den aktiven Umgang mit ihnen befördert und neue praktikable Formen findet, die die Menschen vor Ort beteiligt, bei Außenstehenden Neugier weckt – und allen Freude bereitet.

Leitung: Klaus-Martin Bresgott M.A. Josephine Paetzel B.A. | B.Sc. (Kulturbüro der EKD, Berlin)

Zeitrahmen: Samstag, 10. September 2022, 9:30–12:00 Uhr (2,5 Stunden = 150 min)

Ort: Kartause, Refektorium, Kartäusergasse 9-11, 50678 Köln

Teilnehmende: 28 Teilnehmende + 2 aktiv Gestaltende = 30 Personen

1. EINFÜHRUNG UND GRUNDLAGEN

- Fokus auf **Wurzeln** (Perspektive nach hinten) und **Flügel** (Perspektive auf Kommendes)
- **Schätze müssen immer neu gesehen, neu gehoben und neu gewertschätzt werden**
- Wissen ist umfangreich abgelegt, aber nicht für die eigene Kompetenz als Wissen durch Lernen und Erfahrung verfügbar – Stichwort: **digitale Demenz (Gerald Hüther / Manfred Spitzer)** – digitale Medien nehmen uns die geistige Arbeit ab und schränken so die Hirnflexibilität und damit die Lebensbewältigungs- und Konfliktlösungskompetenz ein

wichtige eigene und zu fördernde Fähigkeiten und Hilfsmittel:

- Sehen und Wahrnehmung öffnende, gestalterische Umsetzung lernen, kreativ und geistig offen sein, seine Empfindungen ausdrücken und verständlich mit fachlicher Expertise verknüpfen
- eigene pädagogische Arbeit reflektieren, individuelle Ideen rund um jeweiliges Objekt finden
- verschiedenen Techniken, Methoden nutzen (zeichnend, erzählerisch, spielerisch, musikalisch)
- verschiedene Zugänge lernen und lehren: Wahrnehmen, Analysieren und Interpretieren
- im spielerisch offenen, meinungs- und kontexterweiternden Austausch agieren

2. BEISPIELE

Bildersturm

- **Essen:** Bedürfnisse der Menschen draußen in die Kirche nach innen tragen
Sichtbarmachung des Alltäglichen, Existentiellen – auf Kartons; Jugendliche erobern Raum der Alten = Ort der Tradition – Selbstwirksamkeit als Selbsterfahrung für Kreativität und Kunst
- **Berlin:** Altes neu sehen, Sehen lernen durch Verwandlung des Raums auf Zeit
Aneignung des Kirchenraums durch verschiedene Milieus und Altersstufen, das jeweilige Milieu sich und seine Weltsicht und geht in Kontakt mit der Tradition vor Ort

Material austeilen: Bildersturm Sophienkirche Berlin

Bei Deinem Namen genannt

Impuls-Ausstellung **Bei Deinem Namen genannt** – wie verbinde ich abstrakte Tradition mit meiner eigenen, wie eigne ich mir Tradition an und werde bewusst Teil von ihr

Motivation: keine künstlerische Retrospektive, sondern Impuls-Ausstellung

Anspruch: Impuls für Zeit-lose – Impuls **Ökologie, Ästhetik, Flexibilität**

Ziel: Geschichte in die Gegenwart holen

Wahrnehmung Verhältnis von **Individualität und Identität**

Verbindung von **Kultur und Identität**

Verknüpfung von **Namen und Erbe**

Zusammenführung von **Heimat und Mensch**

Ziel durch die Form: Wissen als **Inspiration**, schnell überschaubar, leicht mitnehmbar

Material austeilen: Ausstellung Bei Deinem Namen genannt, siehe auch >>> <https://bei-deinem-namen-genannt.eu/>

Land:Gut – Workshops mit Kindern und Jugendlichen / Kirchenentdecker:innen

Motivation: Beheimatung in der Geschichte und Kultur des Wohnortes, Stärkung der Identität

Anspruch: Erleben und Kennenlernen der eigenen Kultur

Ziel: Sprachfähigkeit für die eigene Kultur

Wahrnehmung der eigenen kulturellen und symbolischen Vielfalt

Nichts Neues unter der Sonne: Icons und Epigramme früher und heute

Ohne Wissen kein Erkennen: Bilder und Bilderrätsel (Bibel, Mythologie)

Sensibilisierung für das Unsichtbare im Sichtbaren

Was ich nicht (er)kenne, kann ich nicht schätzen > Was ich nicht schätze, kann ich nicht bewahren >

Was ich nicht bewahre, geht verloren >>> Was ich (er)kenne, kann ich schätzen ...

Mehrwert Kultur = Nährwert Kultur

= Einbindung in die Kette des Weltwissens in der eigenen Gegenwart

Material austeilen: Grundbausteine der Geometrie und des Kirchenbaus, siehe auch >>> <https://landgut-kulturgut.de/>

3. ZEHN GEBOTE DER VERMITTLUNG (KMB)

Wichtigste Grundlage der Vermittlung:

Orientierung an jeweiligen Bedürfnissen und Motivationsdeckung

Für die Vermittelnden und für die Zielgruppen stehen die Fragen:

Welche Lust, welches Interesse, welche Ideen leiten mich – leiten die Zielgruppe?

Was bringe ich ein – was bringt die Zielgruppe ein?

Fünf Gebote zum ANSPRUCH an Vermittlung

- **inhaltlich überzeugend** und für die Zielgruppe angemessen
- **emotional ansprechend:** transparente und transzendente Kontaktaufnahme; emotional Tor öffnen für das Sichtbare und Unsichtbare; keine reine Geometrie und keine Missionierung
- **ästhetisch animierend** für adäquate, beiderseitige Wertschätzung; dessen, was im Zentrum des Workshops steht >< derer, die damit arbeiten (Essen mit den Augen)
- **ökologisch verantwortbar:** Verwendung von Materialien, die mehrfach verwendbar sind etc. keine Aufkleber; kein Plastik; müllfrei; effizient
- **ökonomisch angemessen:** Reduktion auf das Wesentliche; gute Vorbereitung, dass so wenig Material wie möglich, nur so viel wie nötig >>> sinnvolle Komprimierung und klare Darstellung

Fünf Gebote zu ZIEL und FORM der Vermittlung

- **Eröffnung neuer Perspektiven**, dadurch Einbindung in den eigenen Horizont
- **Darstellung mithilfe verschiedener Methoden und Arbeitsweisen**
- **Ermöglichung eigenständiger Aneignung:** ganzheitliche Wahrnehmung (Zeichnen, Formen), eigener Ausdruck in Beschreibung und Empfindung (über das Finden eigener Worte und Bilder zu Fachbegriffen als gemeinsam genutzter Begrifflichkeit – nicht umgekehrt)
- **Anbindung an und Kompatibilität mit der eigenen Praxis** für die Zielgruppe
= Mehrwert, der im eigenen Kontext aufgegriffen und genutzt werden kann
- **Freude am Thema, Spaß an der Vermittlung** Erfolgserlebnis in Erkenntnis und Anwendbarkeit

Material Karten mit den Geboten der Vermittlung

4. HILFSMITTEL für die Vermittlung

Was hilft mir bei der Vermittlung?

Fünf Grundlagen

1. **authentische Begeisterung** für alles, was ich sehe, zeigen und weitergeben will; spürbare Lust an der Erkenntnis; Leidenschaft für die Vermittlung (**Beziehungsaufnahme zur Zielgruppe**)
2. **praktisch aufbereitete, didaktische Materialien**: Spielzeug in aller Form, um eine sinnliche und spielerische Wahrnehmung zu fördern: **Spielkarten** (**Materialien des Kulturbüros**: Quartett-Kartenspiele **Erkannt, Benannt** und **Kirche für Kinder**), **Spiel- und Malbücher** (zum Beispiel **Wir bauen unsere Kirche** und **Eine kleine Geschichte der Engel**) **Bausätze, begehbare Grundrisse**
3. **bildreich aufbereitete Materialien** zum vergleichenden Sehen und Sehen lernen (zum Beispiel **Sehen lernen 1 – Sprache der Künste in der Welt der Kirche** und **Sehen lernen 2 – Bilder und Symbole in der Welt der Kirche** in Arbeit außerdem **Sehen lernen 3 – Werke und Formen in der Welt der Kirche**)
4. **Zahlen, Fakten, Definitionen** durch Fachliteratur, Verzeichnisse mit weiterführender Literatur
5. **technische Hilfsmittel** (zum Beispiel visuelle Medien, Audiodateien etc.)

5. gemeinsame Ideensammlung (je 20 Minuten, dann Tisch-Wechsel):

WORLD-CAFÉ – grundlegende Überlegungen vor jedem Projekt

Tisch 1: ZIELGRUPPEN

fünf Fragen

- Welche Zielgruppen habe ich in meinem eigenen Kontext?
- Was ist die Spezifik dieser Zielgruppe – bei welcher Motivation kann ich ansetzen?
- Möchte ich eine neue Zielgruppe erschließen – wo kann ich sie abholen?
- Welcher Zielgruppe gehöre ich an?
- Was erwarte ich von einer Vermittlung?

Tisch 2: KOOPERATION

fünf Fragen

- Welche Kooperationspartner hätte ich gern, um den eigenen Horizont zu erweitern?
- Welche möglichen Kooperationspartner habe ich tatsächlich in meiner Umgebung?
- Welche konkreten zusätzlichen Ressourcen kann ich mit dem Kooperationspartner generieren: fachliche > pädagogische > künstlerische > praktische > logistische Kompetenz?
- Welche Zielgruppen bringt der Kooperationspartner ein, die das Themenfeld eventuell erweitern können?
- Was sind die Grundbedingungen für eine Kooperation – wie ist die Balance von Geben und Nehmen, die beiderseitige Teilhabe?

Tisch 3: WERTE und ÖFFENTLICHE FORM

fünf Fragen

- Welche Werte möchte ich vermitteln?
- Welche Möglichkeiten habe ich, diese Werte verstehbar/sichtbar zu machen?
- Welche Symbole/Bilder/Texte stehen mir dafür zur Verfügung?
- Gibt es für mich eine Werteordnung – wenn ja, fließt sie in die Vermittlung ein?
- Gibt es ein Symbol/Bild/Text, das meine eigenen Werte sichtbar und für Andere / Außenstehende verstehbar macht?

Vielen Dank für Ihr Interesse an diesem Thema und das gemeinsame Tun.

Alles Gute wünschen

Klaus-Martin Bresgott, Josephine Paetzel und Johann Hinrich Claussen

