

Günter A. Menne, Köln

**Scheitern vorprogrammiert** („nachrichten“ der ELKB, Nr. 11/2004, S. 352-355)

Anmerkungen eines protestantischen Gebrauchsinventuellen  
zum Abschlussbericht des »Evangelischen Münchenprogramms« (eMp)

»Die Entdeckung des Selbst ist ohne Schmerzen nicht zu haben.«<sup>1</sup> (Hartmut Lange)

»Die Kirche ist [...] nicht beratungsfähig, da sie sämtliche Impulse zur Veränderung in einer nicht hinreichend lernfähigen Organisation absorbiert«<sup>2</sup>: Mit diesem brutalen Fazit ziehen nicht etwa 2004 die Autoren des Abschlussberichts zum »Evangelischen Münchenprogramm« (eMp)<sup>3</sup> den desillusionierenden Schlussstrich unter ihre redliche Bilanz, die durch rhetorische Kosmetik (»Ziele erreicht - Widerstände geweckt«) nur zart geschönt ist. Nein, mit diesem Satz zog 1993 Matthias Lauk, Chef der Agentur Lauk und Partner GmbH<sup>4</sup>, sein persönliches Resümee der Zusammenarbeit mit dem Evangelischen Stadtkirchenverband Köln<sup>5</sup>. Unter dem Projekt-Titel »misch Dich ein!«<sup>6</sup> avancierte die evangelische PR-Initiative<sup>7</sup> 1992 binnen weniger Monate zum internationalen Medien-Ereignis<sup>8</sup>. Das »Aus für die Millionenwerbung«<sup>9</sup> kam aber schon im Frühjahr 1994 im Kölner Kirchenparlament<sup>10</sup>, wo Matthias Lauk mit seinem vernichtenden Statement die synodalen Totengräber der Initiative (nur wenige Minuten nach deren »Nein« zu einer Fortsetzung von »misch Dich ein!«) zu stehenden Ovationen für die schallende Ohrfeige von ihren Stühlen riss.

Als Initiator und Projektleiter von »misch Dich ein!« ist mir dieser denkwürdige Moment unvergesslich. Mit Blick auf das »Evangelische Münchenprogramm« ist die paradoxe Szene - und insgesamt der Kölner »Aufbruch« und vor allem: sein Abbruch ... - von so unmittelbarer Bedeutung (in mehrfacher Hinsicht, wie sich zeigen wird) für das Verständnis der McKinsey-Offensive in ihrem Verlauf und Versanden an der Isar, dass ich mit meinem Bericht von den damaligen Ereignissen am Rhein, gleichsam aus der rückschauenden Perspektive des Eingeweihten, noch ein kurzes Stück fortfahren will; die phänomenologische Betrachtung von Analogien in verschiedenen Kontexten ist (auch in digitalen Zeiten) ein immer noch bewährtes Verfahren behutsamer Hermeneutik, zumal in Kirchen-Kreisen.

### Begossene Pudel

Blicken wir also tapfer zurück: In den Augen vieler Kölner Entscheidungsträger, die mit ihrem Votum für ein Ende des Schreckens der kostspieligen Einmischung einer Beratungsfirma - vor allem jedoch der störenden Einmischung in den Gemeinden durch bisher inaktive (und mit einem Mal so anstrengende und unbequeme) Frauen und Männer aus dem Kirchenvolk - gesorgt hatten, standen auch Angst und Zweifel ob der Richtigkeit, ja der Rechtmäßigkeit ihrer Entscheidung angesichts der bedrohlichen Lage der Kirche: die Säkularisierung der Gesellschaft! Der Traditionsabbruch in den Familien! Die Überalterung der Mitglieder - und natürlich der Presbyterien! Die zunehmenden Kirchenaustritte! Die abnehmenden Kirchensteuern! Dagegen die wachsende Last der Pfarrbesoldung! Die Bauunterhaltung, mein Gott - die ganze »Sache« des Erlösungswerks Jesu Christi war hier doch (eigentlich...) in Gefahr! Und in der Gewissensnot dieser bitteren Stunde ratloser Erkenntnis stand mit dem »Nein« auch der glühende Wunsch nach

Bestrafung, nach Selbstbestrafung für das »Nein« und die eigene Mutlosigkeit in den Gesichtern nicht weniger Gegner jenes zweiten<sup>11</sup> Kölner Reform(ations)versuchs.

Und wie hätte das Bedürfnis nach Buße und Sühne wohl »protestantischer« erfüllt werden können, als a) durch das willige Hinhalten der Wange zum Empfang der saftigen Mauschelle des schwäbischen Pfarrerssohnes Matthias Lauk<sup>12</sup> und b) durch den, nun aber mit überwältigender Majorität gefassten - erlösenden - Beschluss einer schmerzenden Verausgabung: die Investition von 95 000.- Deutschen Mark zur Durchführung einer »Studie zur Verbesserung der Binnenkommunikation«<sup>13</sup> zwischen Verband, Kirchenkreisen und Gemeinden, wo »misch Dich ein!« erhebliche Defizite offenbart hatte. Immerhin diese Schwachstellen wollte man (nun schon einmal nass wie die begossenen Pudel) noch angehen. Und man durfte vielleicht sogar die Hoffnung haben, nach dem - schon aus Gründen der Gewissenshygiene unumgänglichen - zweiten Waschgang, diesmal mit einigermaßen trockenem Pelz aus der Bredouille zu kommen: der Heißmangel nämlich einer renommierten Fachfirma, der Unternehmensberatung Kienbaum und Partner GmbH aus Gummersbach - zwei volle Jahre vor McKinsey in München.

An dieser Stelle will ich ein Geheimnis verraten, denn die Ergebnisse der Kölner Studie wurden niemals breit publiziert, sondern nach kurzer, nur noch halbherziger Diskussion - kein Wunder, nach all dem »Misch-Dich-ein« - erschöpft schubladiert: Sowohl die Analyse der Kampagne und der regulären »Binnenkommunikation« (sprich der Beziehungen zwischen den Gemeinden untereinander und über die verschiedenen Gremien- und Organisationsebenen hinweg in einem komplizierten Regionalgeflecht des rheinischen Protestantismus) als auch die Empfehlungen von Kienbaum an den Evangelischen Stadtkirchenverband Köln, sie ähneln doch ganz auffallend denen von McKinsey an das Evangelisch-Lutherische Dekanat München!

### Entspiritualisierte Gemeinden, staubgraue Dekanate

Hier liegt also das erste tertium comparationis, das die vergleichende Methode dieses bescheidenen Beitrags so nahe legt. Etwas weniger bescheiden darf außerdem behauptet werden: Mit dem »Eisbrecher« »misch Dich ein!« - dem Mutterschiff aller Kirchen-Kampagnen, diesem verrückten Kahn mit seinen schrägen Aufbauten und Multi-Tools als Kommunikationsprogramm, Marketing-Offensive und Beratungsprojekt - konnte überhaupt erst der Weg freigesprengt werden für die folgenden Beratungs- und Kommunikations-Revolutionsversuche hinter den Kirchenmauern der Republik (u. a. »BRÜCKEN BAUEN«; »Wir sind nicht nur sonntags für Sie da«; EKD-Initiative 2002) und damit auch für das Evangelische Münchenprogramm (eMp). Doch, warum nur hat man in München und anderswo nicht mehr aus dem Kollaps des Kölner Umsturzes lernen können? Allons, enfants de la eglise: »Lassen Sie uns gemeinsam Antworten finden!«

Wohlgermerkt: Alle Initiativen haben ihre unbestreitbaren Verdienste, zeigen da und dort Wirkung über den Tag hinaus, weil der Kairos (oder anders gesagt: die Verdammnis zur Vermeldung irgendeines Erfolgs, der den Einsatz der Mittel am Ende noch rechtfertigte ...) die eine oder andere strukturelle Veränderung am trägen System doch ermöglicht hat, und alle weisen Highlights gelungener Veranstaltungen, PR-Sternstunden, steile Karrieren ihrer »Macher« [der Verfasser dieser Zeilen macht da allerdings noch immer die Ausnahme<sup>14</sup>] und Hochphasen der Euphorie kirchlicher

Mitarbeiter über den so ersehnten Aufbruch aus der Wüste hoffnungslos entspiritualisierter Gemeinden und staubgrauer Dekanate.

Doch es ist nicht meine Aufgabe, hier die Meriten zu verlesen, sondern vielmehr - eine undankbarere Aufgabe gibt es nicht<sup>15</sup> - als Prophet im eigenen Lande (»to whom it may concern« ...) die Leviten zu lesen! Pointiert zusammengefasst, kann man sagen, ähneln sich alle Projekte auffällig in den Aspekten ihres Scheiterns:

- Alle evangelischen Beratungs- und Kommunikationsprojekte setzten entweder »gemeindeorientiert«<sup>16</sup> an (wie das eMp in Projektphase I oder »misch Dich ein!«) oder zielten doch letztlich auf Beteiligung, nachträgliche Verankerung oder sonst eine Variante von »Erdung«<sup>17</sup> der hochfliegenden Initiativen in den Gemeinden ab (wie die EKD-Initiative 2002 »Lassen Sie uns [...]«) - und sie sind (auch) daran »zerbrochen«<sup>18</sup>; eine Ausnahme macht die Kampagne der EKD »Ohne Sonntage gibt's nur noch Werktage«<sup>19</sup>, mit der es der Düsseldorfer Agentur Ogilvy & Mather special gelang, bundesweit ein Thema auf die Agenda zu heben, ohne sich von einem Votum der so genannten Basis oder deren Beteiligung abhängig zu machen.
- Alle Initiativen scheiterten an dem Dilemma, völlig heterogenen Zielgruppen (»Distanzierte« und »Ausgetretene« auf der einen Seite - die »Kerngemeinde« auf der anderen Seite) geeignete Module der Ansprache oder der Teilhabe anbieten zu können - ein a priori unerfüllbarer Anspruch, natürlich.
- Die meisten regionalen Aufbrüche blieben in den unendlichen Weiten der fremden Galaxien von Stadt und Land auf der Strecke.
- Allen Initiativen ist immer zu früh zuerst das Geld und darauf der Mut (oder auch umgekehrt) ausgegangen, insbesondere wenn sie eben abhängig waren von jener uneinigen »Basis«. Dort mussten die Protagonisten der Projekte stets einen Marathonlauf über die Hürden unzähliger Leitungsgremien (und das heißt für gewöhnlich: Laiengremien in Sachen »Leitung«) absolvieren; meist kurz vor dem Ziel wurden sie dann von den sprichwörtlichen Bedenkenträgern ausgebremst.

### Selbstquälerische Suche nach Wahrheit

Damit ist das Grundproblem und die Folge der komplizierten föderalen Strukturen und ihrer Entscheidungsrege in der Organisation »evangelische Kirche« benannt, einer Kirche, in der das Papsttum eigentlich nie abgeschafft, sondern (so ein Theologen-Witz) bloß inflationiert wurde: Viele Hobby-Köche mit ihrem reflexhaften Widerstand gegen jede »Bevormundung«<sup>20</sup> durch überparochiale Instanzen und »Hierarchie«<sup>21</sup> (ein unpopuläres Synonym für die Begriffe Kompetenz oder Professionalität) und Leistungskontrolle verderben doch immer wieder den Brei ... Dieses Grundproblem aber hat noch einen zweiten Aspekt, welcher die erfolgreiche Durchführung von Projekten und vor allem die Zusammenarbeit mit weltlichen Partnern, wie es immer so schön heißt, enorm erschwert: theologischer Dissens als ur-protestantisches Prinzip von Meinungs- und Gewissensfreiheit, die ihre Wurzeln in den Grundfesten der Lutherschen Lehre von der Rechtfertigung hat - oder eher: zu haben scheint.

Denn in der niederen Praxis (der Planung einer simplen Fundraising-Strategie etwa) - verkommt solche Freiheit eines jeden Christenmenschen oft und rasch zum Prinzip einer alles lähmenden Beliebigkeit. Dazu noch einmal Matthias Lauk, weil man es einfach nicht besser sagen kann: »Einzigartig beim Kunden Kirche ist die selbstquälerische Suche nach der Wahrheit. Jeder Pfarrer ist ausschließlich seiner theologischen Wahrheit verpflichtet. Vierzig Pfarrer einer Projektgruppe liefern der Agentur vierzig Wahrheiten. Dies unterscheidet die Kirche nicht grundsätzlich von anderen Kunden, doch anders ist die nicht synchronisationsfähige Streitlust. Gestritten wird in der Sache, aber nur um den eigenen Standpunkt.«<sup>22</sup>

Mit der Blume einer hübschen euphemistischen Verbrämung camouffiert das Autorenteam des eMp-Abschlussberichts jenes Phänomen der Vergeblichkeit jeder dynamischen Steuerung evangelischer Projekte: »Das Team des eMp hatte eine ungewöhnlich schwierige Phase der Selbstfindung, der Konzeptionsentwicklung und des Einwerbens von Freunden [sic!] durchzustehen.«<sup>23</sup>: Versöhnlicher kann man das Münchener Desaster nicht umschreiben! Aufrichtiger allerdings schon - und darum hier mit letzten Worten des Kölner »Märtyrers« Matthias Lauk, anno domini 1993, in ihrer ganzen überzeitlichen und auch überregionalen Gültigkeit: »Unternehmerische Willensbildung a` la freie Wirtschaft sucht man [in der evangelischen Kirche] vergebens. Bei der mühsamen Konsensfindung bleiben einheitliche Willensbildungen auf der Strecke, da sich keiner mehr traut, etwas zu wollen. Repressiv sind die Entscheidungsabläufe in der Kirche bis heute, Vorgaben entstehen ausschließlich in gruppendynamischen Prozessen, sind immer situationsbedingt. Jede Vorgabe kann in der folgenden Sitzung erneut hinterfragt, verworfen oder durch eine gegensätzliche Vorgabe substituiert werden«<sup>24</sup> : Dagegen allerdings ist jede Agentur und jede Unternehmensberatung, heiße sie nun McKinsey, Kienbaum oder demnächst vielleicht Roland Berger, machtlos.

### Angst, fehlende Visionen

Ungenügende Leitungskompetenz, Professionalität, Nachhaltigkeit, Intensität und mangelnde Bereitschaft zum unternehmerischen Risiko infolge von Angst und fehlender Visionen und zugleich dem absoluten Postulat theologischer Deutungshoheit - ohne Führungskonsequenz oder aber Kraft zum pragmatischen Konsens: Das waren, sind und bleiben die Untiefen, in denen die meisten evangelischen Kampagnen über kurz oder lang auf Grund liefen. Wo aber liegen die Ursachen, und: Gibt es überhaupt kein Mittel? Ja, sollte der »Ketzer« Lauk mit seinem grausamen Urteil (»Die Kirche ist nicht beratungsfähig [...]«<sup>25</sup>) wirklich das letzte Wort haben? Auf der Suche nach Antwort - nein: Rettung! - verblüfft (und amüsiert durchaus) der Versuch einer psychoanalytischen Deutung der Organisation »evangelische Kirche« mit ihren Machtstrukturen und Alltagskulturen, die Annegret Böhmer in ihrem Beitrag »Arbeitsplatz Evangelische Kirche«<sup>26</sup> vorschlägt. Da ist von Mutter Kirche und ihren Kindern die Rede, an deren Tisch »Erbitterung und Kuchenessen«<sup>27</sup> herrschen und - »Regressivität [...] weithin verbreitet«<sup>28</sup> ist. Alle sollen in dieser Familie zwar schön eng und lieb miteinander sein und über alles reden können. Doch niemand hat in der Atmosphäre einer »typischen Bedrückung«<sup>29</sup> dieser gehemmten Kirchenfamilie die Chance, erwachsen zu werden. Und wenn es dann wieder einmal so richtig ungemütlich wird, beginnen alle gemeinsam zu essen... »Ein mächtiges Aggressionsverbot [sic] lähmt das vitale Miteinander der als Geschwister definierten Männer und Frauen.«<sup>30</sup> Ein Grund für das Unglück: Es fehlt

der Vater - »Die evangelische Kirche ist alleinerziehend«<sup>31</sup> [und] »Mutter Kirche erlaubt Versorgungs- und Geborgenheitsphantasien. So wie viele Mütter in emotionalen Defiziten durch die Anwesenheit ihrer Kinder getröstet werden, so auch Mutter Kirche. Sie braucht die Zuwendung ihrer Kinder. Also tut sie alles, damit die Kinder nicht groß werden. Das ist auch nicht besonders schwer, denn zum ödipalen Konflikt kommt es bei Mutter Kirche ohnehin nicht. Der religiöse und demokratische Toleranzanspruch verbietet solche Konflikte.«<sup>32</sup>

## Therapie statt Kampagnen

Da erklären sich doch die meisten der Defizite (Motivation, Leistung, Strahlkraft ...) die McKinsey oder Kienbaum in den jeweiligen Analysephasen des eMp und der Kölner »Studie zur Verbesserung der Binnenkommunikation« durch die üblichen Interviews herausgekriegt haben, doch eigentlich von selbst! Und auch das wird nun deutlich, zu guter letzt: Die Standard-Empfehlungen von »Kienbaum & Co.« mussten ins Leere gehen, das McKinsey-Projekt, BRÜCKEN BAUEN, die EKD-Initiative 2002 und auch »misch Dich ein!« - alle diese Kampagnen mussten scheitern, denn in den Arzeneikoffern der Unternehmensberater, PR-Schmieden und Werbe-Agenturen suchten wir das Heilmittel gegen die Leiden der evangelischen Kirche bisher vergeblich - Psychotherapie ist angesagt! Doch nicht die Große Analyse - dafür sind Zeit und Geld inzwischen zu knapp geworden: Am besten eine systemisch-lösungsorientierte Familientherapie, die auch den Vater (und den Sohn - und warum nicht auch wieder den Heiligen Geist ...?!) um den Tisch des Hauses versammelt. Genau das ist - zugegeben: eine Spur weniger tollkühn formuliert - auch das Fazit von Annegret Böhmer: »Wichtig erscheint mir eine Veränderung [der evangelischen Kirche] im Umgang mit dem Thema Regression. [...]«<sup>33</sup>. Und wenn das Bedürfnis nach solcher Regression durch einen unbeugsamen Rationalismus verleugnet werde, »[...] dann schleichen sich in den familialiserten und (klein)bürgerlichen Milieus regressive Institutionsformen ein, die nicht »Regression im Dienste der Entwicklung« sind, sondern Fixierung.«<sup>34</sup>

Diese Stagnation »[...] aufzudecken und anzusprechen, damit Lebendigkeit und Wachstum des einzelnen Menschen und der Organisation [wieder] möglich [...]«<sup>35</sup> werden, müssten Ziel und Aufgabe eines nächsten Beratungsprojekts für die evangelische Kirche sein. Und bis dahin sollten wir erst einmal besser die Finger von Kommunikationskampagnen und Dialog-Initiativen lassen - und sprachfähig werden, einander ohne falsche Tabus die Wahrheit zu sagen. »PR begins at home«: Nie war die alte Weisheit aller seriösen Public Relations-Fachleute so wertvoll für die evangelische Kirche wie heute.

## Anmerkungen

1 Hartmut Lange, Irrtum als Erkenntnis. Meine Realitätserfahrung als Schriftsteller, Zürich 2003, S. 35

2 Lauk, Matthias, »Reflexionen. Kunde Kirche«, in: misch Dich ein. Standpunkte verstehen. Wandel beginnen. Die Kommunikationskampagne des Evangelischen Stadtkirchenverbandes Köln, Stadtsuperintendent Manfred Kock (Hrsg.), Köln 1993, S. 66

3 Dr. theol. Gerhart Herold, Dr. theol. Gerald Kretschmar, Dipl.-Soz. Monika Kormann-Lassas, Evangelisches Münchenprogramm (eMp). Tätigkeitsbericht (Juni 2004), München 2004, S. 26

4 Informationen: [www.lauk-cie.de](http://www.lauk-cie.de)

5 Informationen: [www.kirche-koeln.de](http://www.kirche-koeln.de)

6 Günter A. Menne, »Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Volkskirchen - Erstes Beispiel: >misch dich ein(«, in: Handbuch PR, (Hrsg.: Günther Schulze-Fürstenow und Bernd-Jürgen Martini) Band 1, Ergänzungslieferung Nr. 8, Kapitel 13\*\* Kirchen- und Religionsgemeinschaften 4.850, Luchterhand Verlag GmbH, Berlin 1994, (Ergänzungslieferung Nr. 8: März 1996), S. 1

7 Das Projekt selbst kann hier nicht primärer Gegenstand der Betrachtung sein und ist anderswo ausführlich beschrieben (vgl. u. a.: »Theorie Kirchenmanagement. Potentiale des Wandels« (Hrsg.: Martin Thome), in der Reihe »Kirche Et Zukunft« (Hrsg.: Günter A. Menne, Martin Thom, Thorsten Weiler), Lemmens Verlags- und Mediengesellschaft mbH, Bonn 1998, und Günter A. Menne, »misch Dich ein«, in: Pastoral-Theologie. Monatszeitschrift für Wissenschaft und Praxis in Kirche und Gesellschaft, 83. Jahrgang. 1994/10, Oktober, S. 452-467); 27 Diplomarbeiten und zwei Dissertationen an theologischen, betriebswirtschaftlichen und Marketing-Fakultäten in Deutschland haben »misch Dich ein!« zum Thema.

8 Ebd.

9 Schlagzeile der Kölner Boulevard-Tageszeitung EXPRESS am 8. Dezember 1993

10 Das ist die so genannte »Verbandsvertretung« der (zur Zeit) 61 Gemeinden und vier Kölner Kirchenkreise

11 Der erste Kölner »Reformationsversuch« wurde von Erzbischof Hermann von Wied mit Ausrichtung eines Provinzialkonzils in seiner Kirchenprovinz im Jahre 1536 unternommen, auf dem nach Wegen einer tief greifenden Kirchenreform zur Abwendung der drohenden Kirchenspaltung gesucht wurde.

12 »Tiefe Kränkung und persönliche Verletzung bewogen mich vor 22 Jahren zum Austritt aus der evangelischen Kirche. [...] Mein Vater [von Beruf Pfarrer] als Sachwalter der Sache Gottes war für mich mehr Rätsel als Offenbarung. [...] Selbstgerechtigkeit, Eitelkeit und Ignoranz in unheiliger Dreieinigkeit waren die hervorstechendsten Eigenschaften der Teilnehmer schwäbischer Pfarrkonvente. [...] Als verlogen und selbstgerecht hatte ich diese Kirche in meiner Erinnerung abgelegt. Als ich die Pressenotiz las, der gemäß die Evangelische Kirche eine Werbeagentur suchte, fühlte ich mich spontan angesprochen. Ich wollte für die Kirche werben, natürlich unter der Prämisse, dass sie mich in meiner Andersartigkeit erträgt; dass ich so sein durfte, wie ich bin und wie mich mein Vater als Mann der Kirche nicht haben wollte. Werbung für die Kirche als [...] Chance, ihr einen Spiegel vorzuhalten, der nicht das selbst-verliebte Antlitz des Gottesdienerinnen zeigt, sondern verstärkt die Außenwahrnehmung reflektiert, das war mir Motivation und Genugtuung gleichermaßen.« (aus: Matthias Lauk: »Reflexionen [...]«, vgl. Anmerkung 2, ebd., S. 64)

13 Beratung des Evangelischen Stadtkirchenverbandes Köln zu Strukturen, Abläufen und Koordination der Binnenkommunikation. Abschlussbericht. Kienbaum Unternehmensberatung GmbH, Düsseldorf, 19. Mai 1995

14 Der Autor leitet seit 1992 das Amt für Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Evangelischen Stadtkirchenverbandes Köln.

15 Zu dieser Erkenntnis kam der Verfasser spätestens, als ihn innerkirchliche »Bannflüche« trafen nach seiner Kritik an der EKD-Initiative 2002 »Lassen Sie uns gemeinsam Antworten finden« in: RHEINISCHER MERKUR [ff.: RM]: »Dialog ohne Herzblut. Warum die neue Werbe-Initiative der EKD zu kurz greift«, RM, 57. Jg., B. März 2002, S. 24

16 Vgl. Anm. 3, a. a. O., S. 26

17 Ein enorm beliebter Begriff aus dem Standardvokabular protestantischer Kirchenfunktionäre; vgl. auch: »ein Stück weit«, »kampagnenfähig werden« und »gemeinsam unterwegs sein« bis zum »Tod im Topf«

18 Ebd.

19 1997

20 Vgl. Anm. 15, a. a. O., S. 25

21 Vgl. Anm. 15, a. a. O., S. 24

22 Vgl. Anm. 2, a. a. O., S. 65

23 Vgl. Anm. 15, a. a. O., S. 26

24 Vgl. Anm. 2 a. a. O.

25 Vgl. ebd.

26 Annegret Böhmer, Arbeitsplatz Evangelische Kirche, in: Institutionsgeschichte - Institutionsanalyse, hrsg. von A. Bauer/K. Gröning, Edition diskord, 1995, S. 281 ff.

27 A. a. O., S. 300

28 A. o. O., S. 290

29 Ebd.

30 Ebd.

31 A. a. O., S. 292

32 A. a. O., S. 291

33 A. a. O., S. 304

34 A. a. O., S. 305

35 Ebd.

Günter A. Menne leitet seit 1992 das Amt für Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Evangelischen Stadtkirchenverbandes Köln.