

Pressemitteilung vom 22.07.2021

## **Leuchtturm werden – Leuchtturm sein**

Am Freitag, den 16. Juli, organisierte der Diözesanverband einen Online-Vortrag mit Beteiligung der Zuhörer zu diesem Thema. Referent war Heinrich Wullhorst. Bereits im Mai hielt er den Vortrag - Vereine und Verbände in der Krise?

Vielen ist Heinrich Wullhorst bekannt als ehemaliger Pressesprecher des Kolpingwerkes Deutschland (von 2005 bis 2014). 2017 hat er sich in seinem Buch „Leuchtturm oder Kerzenstummel“ mit der Zukunftsfähigkeit der katholischen Verbände in Deutschland befasst. Die Erkenntnisse von damals gleicht er nun mit der heutigen Situation ab. Eine zentrale Frage dabei, was müssen die Verbände tun, um in einer Zeit abnehmender Attraktivität von Kirche ein Alleinstellungsmerkmal zu behalten, das Menschen begeistern kann? Seit mehr als 40 Jahren engagiert er sich ehrenamtlich in katholischen Verbänden und beobachtet die Veränderungen im katholischen Milieu.

Die Begrüßung durch unseren Diözesanvorsitzenden Harald Reisel wurde abgeschlossen mit einem Gebet für die Opfer und Betroffenen der schlimmen Hochwasserkatastrophe.

In seinem Buch „Leuchtturm oder Kerzenstummel“ hat der Kommunikationsberater und Buchautor Heinrich Wullhorst die Schwächen und Möglichkeiten der Katholischen Verbände aufgezeigt. In der ersten Veranstaltung hat er uns noch einmal mit seinen Thesen aus dem Jahre 2017 vertraut gemacht und sie in aktuelle Zusammenhänge gebracht. In der Fortsetzungsveranstaltung ging es darum, wie man zum Leuchtturm werden kann oder was man tun muss, um Leuchtturm zu bleiben.

Der Vortrag wurde vom Referenten in fünf Kernthemen aufgeteilt.

Profilschärfung, Mitgliedergewinnung,  
Mitgliederpflege, Kampagnenfähigkeit,  
Öffentlichkeitsarbeit im 21. Jahrhundert.

Heinrich Wullhorst stellte allen Teilnehmern die Frage. „Wie werden wir als Verband wahrgenommen?“

Es wurden Alleinstellungsmerkmale genannt: Gemeinschaft vor Ort, Gemeinschaft International, christliche Werte, ehrenamtliches Engagement, Adolph Kolping als Gründerpersönlichkeit.

Das Thema Mitgliedergewinnung ist zum Teil sehr schwer. Viele Kolpingsfamilien sind überaltert und keine jungen Nachfolger sind in Aussicht.

Was sind die Stärken und Schwächen und wer sind unsere Zielgruppen, um dem entgegenzusteuern? – lautete die nächste Frage des Referenten.

Bei bereits durchgeführten Aktionen wie Kleidersammlung oder Handys sammeln, machten wir auf Kolping aufmerksam, nur ist das nicht ausreichend. Eine gute Idee ist es, nicht nur Familien allein anzusprechen, sondern auch alleinstehende Menschen; ihnen die Gemeinschaft von Mensch zu Mensch zu ermöglichen.

Die vielfältigen Angebote der Kolpingfamilien vorstellen: Theatergruppen, Musikvereine und Tanzgruppen. Kolping bietet Angebote für alle.

Mitglied in einer Kolpingsfamilie zu sein, bedeutet den Freiraum zu haben, eigene Interesse zu verwirklichen, weil auf Ortsebene gearbeitet wird. Das ist ein großer Vorteil gegenüber Verbänden, die auf Bundesebene aktiv sind.

Ein wenig Thema war die Öffentlichkeitsarbeit des Diözesanverbandes. Sie gehört laut Meinung eines Teilnehmers mächtig verbessert. Denn Kolping ist nicht die Kirche, Kolping gehört zur Kirche. Das ist eine große Aufgabe, die vermittelt werden soll und muss. Hier entwickelte sich eine Diskussion dazu. Andere Teilnehmer bewerteten die Öffentlichkeitsarbeit des Diözesanverbandes als gut, aber noch ausbaufähig.

Kritik wurde auch geäußert, dass einige Kolpingsfamilien, keinen Mut haben, neue Wege zu gehen und somit sich selbst im Weg stehen, neue Mitglieder zu gewinnen.

Heinrich Wullhorst wollte wissen: „Sprechen wir die Sprache der Menschen?“ Pushen wir unsere Themen genug damit sie auch wahrgenommen werden?“

Wichtig ist es dabei, die sozialen Medien zu nutzen, selbst wenn nicht jeder einen Zugang zu Facebook hat. Allerdings ist immer darauf zu achten, dass jedes Medium mit einer eigenen Geschichte oder Text gestaltet wird. Instagram eignet sich Bestens, um Zitate zu posten. Newsletter können genutzt werden, um die Mitglieder einzubinden mit eigenen Texten und Angeboten.

Die einzelnen Kolpingsfamilien und der Verband sollten wissen, wo und wie die Mitglieder bereit sind, sich Informationen abholen. Daraufhin erfolgte eine informative Diskussion, welche Wege zum Thema Öffentlichkeitsarbeit beschritten werden können oder sollen.

Schlussendlich ist es immer die eigene Motivation. Wer motiviert ist, erreicht auch andere Menschen und kann zu Kolping begeistern. So werden wir zum Leuchtturm...

*Das Kolpingwerk zählt in der Diözese Speyer 5.000 Mitglieder in 48 örtlichen Gemeinschaften, den Kolpingsfamilien. 750 Mitglieder sind unter 30 Jahre alt und gehören der Kolpingjugend an. In Deutschland hat der Verband, der sich auf den Seligen Adolph Kolping und seine Katholischen Gesellenvereine zurückführt, 225.000 Mitglieder in 2.350 Kolpingsfamilien. Weltweit zählt das Kolpingwerk in über 60 Ländern 400.000 Mitglieder in 9.000 Kolpingsfamilien. Sein Wahlspruch lautete: „Verantwortlich leben – Solidarisch handeln“.*