

„Licht ins Dunkel“ – Kirchliche Plakate der Nachkriegszeit (1945–1955) als Quellen der Zeitgeschichte

I. Kirchliche Plakate zwischen Wortverkündigung und Bilderreligion

„Versunken und vergessen. Er plakatierte nicht“, heißt es auf einem Werbeplakat der Plakatindustrie. Kirche und Diakonie werben mit Plakaten und tun dies schon seit langer Zeit; so gesehen sind sie nicht in Gefahr, vergessen zu werden und zu „versinken“. Plakate sind ein traditionelles Medium zur Vermittlung der christlichen Botschaft und kirchlicher Botschaften. Im Gegensatz zu künstlerischen, kommerziellen und politischen Plakaten sind kirchliche Plakate als aussagekräftige historische Zeugnisse allerdings noch kaum entdeckt.

Der nachfolgende Aufsatz setzt sich zum Ziel, am regionalen Beispiel auf kirchliche Plakate als Quellen der Zeitgeschichte, die in Themenwahl und Gestaltung anschaulich kirchliches Selbstverständnis zum Ausdruck bringen, aufmerksam zu machen¹. Der Fachbereich Werbung und Public Relations im Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik gab 1978 den Ausstellungskatalog „Die Botschaft als Plakat. Das Plakat als Botschaft. Beispiele und Beispielhaftes 1973 – 1978“ heraus. Von dieser Publikation abgesehen, sind kirchliche Plakate bisher kaum Gegenstand historischer oder systematischer Untersuchungen gewesen. In Plakatsammlungen, Katalogen, Museen und Dokumentationen werden kirchliche Plakate in aller Regel nicht berücksichtigt², sie sind ein weitgehend unbekanntes und schlecht dokumentiertes Massenphänomen. Zwar sind Sammlungen ohne Sammlungsplakate nicht denkbar, und das BROT FÜR DIE WELT-Plakat „Den Frieden entwickeln“ von 1974 errang sogar Lexikonwürde³, insgesamt aber hatten und haben Plakate in der protestantischen „Kirche des Wortes“ mit ihrer sprich-

¹ Ausgangspunkt der hier vorgestellten Überlegungen ist die 1992 gemeinsam mit Maja Schneider und Jürgen Scheffler konzipierte Wanderausstellung „Licht ins Dunkel – Zeitgeschichte im kirchlichen Plakat (1945–1955)“, die u. a. vom 5.–28. Mai 1993 im Landeskirchenamt in Bielefeld zu sehen war. Verwiesen sei hier auch auf die zur Ausstellung erarbeitete ausführliche Begleitbroschüre, herausgegeben vom Diakonischen Werk der EKvW, Münster 1992.

² Ausnahme: Zeiten ändern sich... Wir auch! Plakate aus der Inneren Mission und der Diakonie (Katalog), Berlin 1993. Von den 541 Plakaten, die die Firma Jörg Weigelt Auktionen 1990 zur Versteigerung anbot, waren drei kirchliche Plakate, unter den 379 1992 angebotenen fand sich kein einziges kirchliches Plakat.

³ Abgebildet in Meyers Großem Taschenlexikon in 24 Bänden, 1987.

wörtlichen Bild(er)feindlichkeit keinen leichten Stand. „Das Plakat der Kirche waren die Glocken“ – zumindest in der Erinnerung von Zeitzeugen⁴. Informationen über kirchliche Plakate findet man weniger in Forschungen zur kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit⁵ oder zum Öffentlichkeitsauftrag der Kirche, als vielmehr in Praxisanleitungen insbesondere für die Jugend- und Gemeindearbeit oder in Untersuchungen zur kirchlichen Werbung⁶, was auch damit zu tun haben mag, daß gewichtige Denktraditionen der akademischen Theologie kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit bis heute skeptisch bis ablehnend gegenüber stehen.

Das Schicksal kirchlicher Plakate scheint es zu sein, vielfältig verwendet, aber wenig beachtet oder gar gering geachtet zu werden. Dabei kommt ihnen ein durchaus zentraler Stellenwert zu: „Unterhalb der Wahrnehmungsgrenze von Kirchenleitungen und theologischen Chef-Denkern kommuniziert die Kirche über eine Flut von Bildern und visuellen Appellen mit der Öffentlichkeit: in Form von Plakaten. Über Plakate tut sie Veranstaltungen aller Art, Vorträge, Bibelwochen und Konzerte kund. Über Plakate suchen Diakonie und Mission, BROT FÜR DIE WELT und Kirchentag, ihren jeweils besonderen Auftrag deutlich zu machen.“⁷ Versucht man, diese Vielfalt zu typologisieren, lassen sich Veranstaltungsplakate, Selbstdarstellungsplakate, Spendenplakate und Besinnungsplakate unterscheiden.

Von antiken oder gar frühgeschichtlichen Vorläufern abgesehen, läßt sich der Beginn des Siegeszugs des Plakats auf die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts datieren: Im Zeitalter der Hochindustrialisierung bildeten sich die technischen, wirtschaftlichen, politischen, sozialpsychologischen und künstlerischen Voraussetzungen heraus, die das Massenmedium Plakat zum „wohl wirkungsvollsten Informations- und Beeinflussungsmittel“⁸ werden ließen. „Die Industrialisierung zog geradezu

⁴ Interview mit Pfarrer i. R. Heinrich Diestelmeier, Bad Salzuflen (früher: Brake) am 17. 3. 1992.

⁵ Vgl. etwa Bahr, Hans-Eckehard: Verkündigung als Information. Zur öffentlichen Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Hamburg 1968 und: Müller, Burkhard: Kommunikation kirchlicher Organisationen. Funktionen der Werbung in der Kirche, Gütersloh 1975.

⁶ Vgl.: Carlberg, Peter: Die Kirche mit dem Glauben öffentlich zusammenführen, Frankfurt/M. 1991.

⁷ Brackert, Gisela: Plakate beurteilen. Ein GEP-Projekt zur Förderung kirchlicher Plakatarbeit. Anmerkungen zum Auswahlverfahren. In: Die Botschaft als Plakat. Das Plakat als Botschaft. Beispiele und Beispielhaftes: Kirchliche Plakate 1973–1978. Hrsg.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e. V., Frankfurt/M. o. J. [1978], S. 7–14, hier: S. 7.

⁸ Trumpp, Thomas: Zur Ordnung und Verzeichnung von Plakaten in Archiven. In: Der Archivar, Jg. 41, 1988/H. 2, Sp. 237–249, hier: Sp. 238.

zwangsläufig die Konsumwerbung, die Demokratisierung die politische Werbung nach sich.⁹

Die Geschichtswissenschaft hat den Quellenwert des politischen Plakats insbesondere für die Zeitgeschichte mittlerweile entdeckt¹⁰, die Geschichtsdidaktik thematisiert „Die Fünfziger Jahre im Plakat“¹¹, und für die Ordnung und Verzeichnung von Plakaten in Archiven gibt es differenziert ausgearbeitete Anregungen¹². Kirchliche Plakate als Dokumente dessen, was Kirche und Diakonie in Wort und Tat bewegt hat, und damit als lebendige Zeugnisse des Zeitgeschehens, bedürfen allerdings noch der Entdeckung durch Kirchengeschichte und Kirchliche Zeitgeschichte. So wie politische Plakate ein aufschlußreicher Indikator für die politische Kultur einer Epoche sind, ermöglichen kirchliche Plakate authentische und detaillierte Einblicke in Selbstverständnis, Mentalität, Themenspektrum und Handlungsfelder des Protestantismus. Wenn hier für die Erschließung und Auswertung dieser historischen Quellen und damit für eine Erweiterung der Blickrichtung kirchengeschichtlicher Forschung plädiert wird, sei zugleich freilich nicht verschwiegen, daß es gattungsspezifisch bedingte Grenzen der Interpretation gibt: Schuldgeschichte etwa – und Kirchengeschichte ist theologisch gesehen immer Schuldgeschichte – findet sich nicht ohne weiteres auf Plakaten abgebildet; zur Analyse der „manifesten Inhalte“ müßte die quellenkritische „Subversion“ treten¹³.

Man wird bei der Betrachtung kirchlicher Plakate immer auch danach fragen müssen, wo sie im einzelnen positioniert sind im Spannungsbogen von persuasiver Verführung und christlicher Verkündigung, zwischen Bilderreligion und Wortvermittlung. Der Einsatz von Plakaten in Diakonie und Kirche erfolgt nach den Grundsätzen und Gesetzen kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und findet hierin seine Begrenzung; diese einschränkende Bemerkung darf allerdings nicht dazu führen, die Relevanz dieses Mediums zu unterschätzen. Es lohnt

⁹ Wasmund, Klaus: Politische Plakate aus dem Nachkriegsdeutschland. Zwischen Kapitulation und Staatsgründung 1945–1949, Frankfurt/M. 1986, S. 10.

¹⁰ Vgl. Hagen, Manfred: Das politische Plakat als zeitgeschichtliche Quelle. In: Geschichte und Gesellschaft, Jg. 4/1978, H. 3, S. 412–436 und Wasmund 1986 (siehe Anm. 9).

¹¹ So Klaus Bergmann in seiner Kurzanregung/Sekundarstufe I in: Geschichte lernen, H. 35, 6. Jg. 1993, S. 18–20. Auch im Basisartikel desselben Autors „Einblicke in die frühe Bundesrepublik. Plädoyer für eine Kultur- und Alltagsgeschichte“, ebd., S. 10–17 werden bezeichnenderweise Plakate abgebildet.

¹² Vgl. Loenartz, Marianne/Trumpp, Thomas: Plakate in Archiven – Funktionswandel, Erschließung und Benutzung einer publizistischen Quelle, Entwicklungsstand in Theorie und Praxis. In: Der Archivar, Jg. 26, 1973/H. 4, Sp. 629–640 und Trumpp 1988 (wie Anm. 8).

¹³ Ich folge hier der (für meine Begriffe sehr zugespitzten) Terminologie der Einleitung zu: Rusinek, Bernd-A./Ackermann, Volker/Engelbrecht, Jörg (Hrsg.): Einführung in die Interpretation historischer Quellen. Schwerpunkt: Neuzeit, Paderborn 1992.

sich, die Botschaften des Plakats und die Botschaft im Plakat historisch zu analysieren.

II. Zeitgeschichte im kirchlichen Plakat

Plakate und plakatähnliche Kleinmedien hat es im kirchlichen Raum vereinzelt schon vor 1945 gegeben. Zur Kirchengeschichte des Plakats gehören etwa die „Goldenen Worte“ mit ihrer über achtzigjährigen Tradition seit 1912; bemerkenswert ist dabei, daß 1939 diese Form des Plakatierens von den Nationalsozialisten verboten wurde. Außerdem sind zu nennen die Aktivitäten der Plakatmission, die „Mission durch das gedruckte Wort, als Plakat öffentlich ausgehängt“¹⁴, betreibt. Die Plakatmission hat Berührungspunkte mit anderen Zweigen der Plakatentwicklung im gesamtkirchlichen Spektrum, bildet im Grunde aber einen eigenständigen Arbeitsbereich. Aufrufe zu evangelischen Wochen, ausführlich gestaltete Programmhefte zu Festwochen für die Innere Mission oder auch Sammlungsaufträge aus den Jahren bis 1933 kann man gelegentlich in kirchlichen Archiven finden. Im Kirchenkampf spielten Plakate offensichtlich keine besondere Rolle¹⁵, hier arbeitete man mit Rundbriefen, „Schnellbriefen“, Worten und Erklärungen, Traktaten, Broschüren und Flugblättern.

Seinen Aufstieg und seine eigentliche Blütezeit erlebte das kirchliche Plakat erst nach 1945 – die Parallele zur Entwicklung des politischen Plakats ist nicht zu übersehen. In der unmittelbaren Nachkriegszeit dienten Plakate den alliierten Dienststellen zur Bekanntmachung ihrer Anordnungen, und auch die allmählich wieder in Gang kommenden deutschen Behörden plakatierten ihre Aufrufe und Weisungen, während Zeitung und Rundfunk als Kommunikationsmedien, wie alle anderen Veröffentlichungen auch, zunächst noch der Zensur unterlagen und unter großen praktischen Schwierigkeiten erst mühsam wieder aufgebaut werden und Wirkung erlangen konnten. Papiermangel, geringe Druckkapazitäten, kleine Formate, niedrige Auflagen, schlechte Qualität von Papier und Farbe und die zerstörte Infrastruktur minderten zwar die Chancen des Plakats; diese schwierigen Bedingungen wurden aber ausgeglichen durch Experimentierfreude in Typographie und Design, Improvisationstalent bei Gestaltung und Verbreitung und sprachliche und sachliche Nähe zu den Problemen der Zeit.

Daß kirchliche Plakate als Medien zur Vermittlung der christlichen Botschaft und zur Verbreitung kirchlicher Botschaften nach 1945 zuneh-

¹⁴ Falblatt der Arbeitsgemeinschaft christlicher Plakatmissionen in Deutschland, Witten o. J.

¹⁵ Dieser Gesichtspunkt bedarf noch weiterer Aufklärung; die Nicht-Verwendung von Plakaten hängt vermutlich mit den Beschränkungen zusammen, denen das öffentliche Wirken der Kirchen unterlag.

mend Verwendung fanden, hat seinen Hintergrund vor allem auch in der Geltendmachung und intensivierten Wahrnehmung eines spezifischen Öffentlichkeitsanspruchs, der etwa in der Bildung entsprechender Ausschüsse auf den ersten Provinzial- und Landessynoden der Nachkriegszeit in Westfalen und Lippe zum Ausdruck kommt. „Man wollte Mund und Anwalt des eigenen Volkes gegenüber den Siegermächten sein. Aber man wollte auch die eigenen Landsleute unterweisen und führen.“¹⁶ Kirchlich-diakonischer Öffentlichkeitsanspruch und Plakatgeschichte hängen eng zusammen: Die kirchlichen Plakate der 40er und 50er Jahre sind ein zentrales Transportmittel des erweiterten Öffentlichkeitsanspruchs, und dieser Öffentlichkeitsanspruch wiederum läßt sich sehr gut ablesen an den Veranstaltungsthemen, die die Plakate ankündigen. Bischof Lilje sprach 1950 in Lemgo über „Kirche und Politik“, Bischof Dibelius referierte in der Johanniskirche in Bielefeld über „Die Verantwortung der Kirche für die Wiedergenesung Deutschlands“¹⁷, und dergleichen Beispiele lassen sich viele finden.

Es waren aber nicht Kundgebungen, Aufrufe und „Worte“ allein, mit denen die Kirchen auf die Notlagen der „Zusammenbruchsgesellschaft“ reagierte. Angesichts von Flüchtlingsströmen, Wohnungslosigkeit, Hungerkrisen, Zusammenbruch staatlicher Institutionen und Entwurzelungserfahrungen unterschiedlichster Art konnte man sich nicht zurückziehen auf theologische Reflexion und tradierte seelsorgerliche Begleitung. In diesem engeren Bereich sakralen Handelns entwickelten sich neue Formen wie etwa die „Heimkehrer-Dankgottesdienste“. Vor allem aber kam es zu einer dynamischen Entfaltung des praktischen kirchlichen Hilfehandelns. Das Evangelische Hilfswerk¹⁸ stand dabei im Zentrum dieser kräftigen „Mobilmachung der Barmherzigkeit“¹⁹. Die neuen Ideen und neuen Konzepte im „Kampf der Not“ förderten nicht nur Modernisierung und Professionalisierung kirchlicher sozialer Arbeit, sondern stimulierten auch die Plakatproduktion, an erster Stelle im Bereich der massiven Sammlungsoffensiven. Diese Plakate wurden

¹⁶ Greschat, Martin: Zwischen Aufbruch und Beharrung. Die evangelische Kirche nach dem Zweiten Weltkrieg. In: Conzemius V./Greschat M./Kocher, H. (Hrsg.): Die Zeit nach 1945 als Thema kirchlicher Zeitgeschichte, Göttingen 1988, S. 108.

¹⁷ Leider ist auf dem Plakat keine Jahreszahl angegeben.

¹⁸ Vgl. hierzu grundlegend für Westfalen: Kleinknecht, Thomas: Der Wiederaufbau der westfälischen Verbandsdiakonie nach 1945. Organisatorisch-methodischer Neubeginn und nationalprotestantische Tradition in der kirchlichen Nothilfe. In: Westfälische Forschungen 40/1990, S. 527–616.

¹⁹ Vgl. hierzu: van Spankeren, Reinhard: „Mobilmachung der Barmherzigkeit“ – Anmerkungen zur Geschichte kirchlichen Hilfehandelns in Westfalen nach dem Zweiten Weltkrieg, Vortrag im Westfälischen Institut für Regionalgeschichte am 2. 12. 1993, Veröffentlichung 1995 in überarbeiteter Form in der Schriftenreihe des Arbeitskreises Wohlfahrtspflege.

meist nicht für die Ewigkeit geschaffen, gerade dadurch sind sie wertvolle alltagsgeschichtliche Quellen.

Von den genannten Hauptaspekten – Öffentlichkeitsanspruch und Neuentfaltung diakonischer Arbeit – abgesehen: Wovon zeugen diese „Mauerbilder der kirchlichen Alltagswelt“²⁰, die so reichlich fließenden kirchlichen Plakate der Jahre 1945 bis etwa Mitte/Ende der Fünfziger Jahre? Einerseits waren kirchliche Tradition und religiöse Bindung nicht mehr so wirksam, daß die Kirchen auf offensive und systematische Werbung hätten verzichten können. Und Plakate, auch wenn sie primär in kirchlichen Räumen oder kirchennah gehängt wurden, sind ein Indiz dafür, daß die Kirchen nicht mehr „intra muros“ bleiben konnten und allmählich eine profilierte Öffentlichkeitsarbeit aufbauen mußten²¹. Andererseits läßt sich an den Plakaten der Nachkriegsjahre ablesen, daß Rechristianisierung²² nicht nur theologische Maxime und kirchenpolitisches Konzept, sondern noch volkskirchliche Wirklichkeit war. Man mag empirisch bezweifeln, daß sich die Kirchen tatsächlich wieder so füllten, wie es in verklärender Rückschau oft behauptet wird, und man mag theologisch in Frage stellen, ob es sich dabei um einen authentischen Neuanfang, ausgehend vom Stuttgarter Schuldbekenntnis, gehandelt hat – daß die kirchlichen Plakate der Jahre 1945 bis 1955 markanter Ausdruck und zugleich Sinn- und Spiegelbild einer Hochphase protestantischer Volksfrömmigkeit sind, läßt sich kaum bestreiten. Männer-sonntag, Volks- und Schriftenmission, Bauerntagung, Kirchentag, geistliche Abendmusik, Heimkehrerdanktage, Opferwochen und Sammlungen, „Evangelisationsgottesdienste zu brennenden Gegenwartsfragen“: In diesen Plakatankündigungen zeigt sich, daß der Protestantismus in den ersten Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg noch ein relevanter Faktor der politischen Kultur war, christliche Werte vermitteln konnte und lebendiges, vielfältiges Gemeindeleben sich entfaltete.

Bei der Gestaltung der Plakate wurden häufig Bibelverse zitiert, auch in Abwandlungen, in denen die Nöte der Zeit zum Ausdruck kamen²³. Alltagsprobleme wurden in den Aufrufen sprachlich plastisch benannt und gesellschaftliche Notlagen mit kräftigem Pinsel in drastischen

²⁰ Ich paraphasiere hier eine Formulierung von Dr. Frieder Mellinghoff, Leiter des Deutschen Plakatmuseums in Essen.

²¹ Grundsätzliche und praktische Erwägungen zum Thema finden sich neuerdings in: Diakonie und Öffentlichkeit. Medien, Werbung, Social Sponsoring als theologisches Problem, Münster 1993 (= Forum Diakonie 4).

²² Vgl.: Greschat, Martin: „Rechristianisierung“ und „Säkularisierung“. Anmerkungen zu einem europäischen interkonfessionellen Interpretationsmodell. In: Kaiser, J.-Chr./Doering-Manteuffel, A. (Hrsg.): Christentum und politische Verantwortung. Kirchen im Nachkriegsdeutschland (Konfession und Gesellschaft, Bd. 2), Stuttgart/Berlin/Köln 1990, S. 1–24.

²³ Siehe hierzu die Interpretation der „Sechs Werke der Barmherzigkeit“ nach Matthäus 25 im Hilfswerksplakat 1948!

Kontrasten ins Bild gesetzt. Zusammenfassend läßt sich für die Plakate im diakonisch-karitativen Bereich feststellen, daß sie „mit Emphase die Not der Zeit thematisieren und mit illustrativen, oftmals symbolisch anrührenden Darstellungen zur tätigen Hilfe aufrufen“²⁴. Unschwer kann man auf manchen kirchlichen Plakaten Anleihen bei christlichen Künstlern wie Ernst Barlach erkennen, und in immer neuen Varianten wurde das Gleichnis vom Barmherzigen Samariter künstlerisch umgesetzt. Ein einheitliches Erscheinungsbild läßt sich freilich nicht ausmachen, charakteristisch ist eher eine große typographische Formenvielfalt. Im Gegensatz zu manchen Bischofsworten und Synodalerklärungen zeichnen sich die kirchlichen Plakate der unmittelbaren Nachkriegszeit durch ihre große Nähe zur volksgemeinschaftlichen Basis aus. Als Bild-Text-Mischgebilde sind sie ein Zwischenglied zwischen Text- und Bildquellen, so daß Gesichtspunkte der Sprachanalyse wie auch der Bildinterpretation berücksichtigt werden müssen. Das erfordert zwar komplexe „Strategien der Quellenarbeit“²⁵, befördert aber neue Erkenntnisse zur Kulturgeschichte der kirchlichen Alltagsdinge²⁶. Eine detaillierte Ausdeutung und Interpretation kirchlicher Plakate in kunst-, kirchen- und gesellschaftsgeschichtlicher Hinsicht kann hier nicht erfolgen. In diesem kleinen Essay soll zunächst einmal auf kirchliche Plakate als aufschlußreiche Quellen der Zeitgeschichte hingewiesen werden, außerdem geht es darum, einige Hintergrundinformationen beizusteuern. Ein zentrales zeittypisches Motiv sei in der folgenden abschließenden Betrachtung exemplarisch etwas eingehender beleuchtet.

III. „Licht ins Dunkel“ – Ein typisches Motiv der Nachkriegsjahre

Das Leitwort, mit dem Innere Mission, Evangelisches Hilfswerk und Caritas zur Adventssammlung 1952 aufriefen, hieß „Licht ins Dunkel“. Die Wahl gerade dieses Slogans ist kein singulärer Vorgang. Sichtet man die kirchlichen Plakate der Nachkriegszeit, fällt auf, daß das Bild vom (göttlichen) Licht, das ins Dunkel fällt, graphisch und sprachlich häufig bemüht wurde. Ob nun wie bei dem Plakat, das zur „19. Jahrestagung der Ev. Landeskirchlichen Volks- und Schriftenmission“ 1948 einlud, „Unser Glaubensweg durch das Dunkel der Zeit“ führen oder wie zur Adventssammlung des Evangelischen Hilfswerks Westfalen 1947 „Dein Groschen ein Weihnachtslicht“ entzünden sollte – „Licht ins Dunkel“ ist offenbar ein beliebtes zeitgenössisches Sujet. Zwar ist „Licht ins Dunkel“ kein

²⁴ Burkardt, Hans: Zeiten ändern sich... Wir auch! Plakate aus der Inneren Mission und der Diakonie, in: Weltweite Hilfe 3/93, S. 17–20, hier: S. 19.

²⁵ Dieser schöne Begriff findet sich in: Hey, Bernd (u. a.): Umgang mit Geschichte. Geschichte erforschen und darstellen – Geschichte erarbeiten und begreifen, Stuttgart 1992, S. 126.

²⁶ Vgl.: Ruppert, Wolfgang (Hrsg.): Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge, Frankfurt/M. 1993.

Generalnenner, dem sich alle Plakate mühelos subsumieren ließen, aber es ist doch ein auffällig häufiges, in Bild und Text immer wiederkehrendes Motiv auf den kirchlichen Plakaten des Jahrzehnts nach 1945. Ganz offensichtlich finden hierin sprachlich und typographisch charakteristische zeitgenössische Empfindungen ihren Ausdruck. Zugleich ist „Licht ins Dunkel“ ein den Gläubigen, denen bekanntlich zugesagt ist, „Licht der Welt“ zu sein, überaus vertrauter Topos.

Das Gegensatzpaar „Licht – Dunkel“ beziehungsweise „Licht – Finsternis“ gehörte, von biblischen Bezügen ausgehend, im Laufe der Jahrhunderte in unzähligen Varianten zum theologisch-kirchlichen Normalsprachegebrauch²⁷. Hierbei ging es weniger um das aufklärerische Licht der Vernunft als zum Beispiel um die für das 19. Jahrhundert typische Verknüpfung dieses Begriffspaares mit dem Gedanken der Mission, und zwar der äußeren, der sogenannten „Heidenmission“, wie auch der inneren Mission. 1849 etwa setzte sich der Verein für die Innere Mission zu Enger zum Ziel, „... daß das Evangelium zu den Heiden gebracht, daß unter ihnen das Reich der Finsterniß und des Aberglaubens zerstört werde...“²⁸, und so etwa klang der Tenor vieler entsprechender Verlautbarungen. Von diesem missionarischen Pathos des 19. Jahrhunderts zum volksmissionarischen Neuansatz nach 1945 war es kein allzu weiter Weg.

Wenn 1945 nach den Schrecken der Nazizeit und des Bombenkrieges „Licht ins Dunkel“ als Parole und als immer wiederkehrendes Element auch der Bildgestaltung zu einem zentralen Motiv kirchlicher Plakate wurde, dürfte das daran liegen, daß sich in diesem weit verbreiteten Sprach-, Denk- und Bildmuster traditionelle biblisch-christliche Symbolik und generationsspezifische Erfahrungen, Erwartungen und Sehnsüchte im Chaos der „Zusammenbruchsgesellschaft“ gut auf einen Nenner bringen ließen. Dunkel erschien den Überlebenden der Schreckensjahre dabei nicht nur die unmittelbare Vergangenheit und Gegenwart, unbestimmt und ungewiß lag auch die Zukunft vor ihnen. Der Leiter eines evangelischen Altenheims formulierte in seinem Jahresbericht 1945: „Der Krieg ist zu Ende. Unsägliches Leid und Weh ist über unser Volk und Vaterland hereingebrochen. Wir sind ein ganz armes Volk

²⁷ Vgl. etwa: Früchtel, Ursula: Mit der Bibel Symbole entdecken, Göttingen 1991, insbesondere: Kap.: Kontrastsymbol Licht – Finsternis, S. 42 ff. (Meines Erachtens bedürfen die in den letzten Jahren in großer Fülle erschienenen Beiträge zur Symbolforschung und Symboldidaktik dringend der Historisierung!) „Licht ins Dunkel“ heißt auch seit 1973 die Spendenaktion des Österreichischen Rundfunks.

²⁸ Grundsätze des Vereins für die innere Mission zu Enger 1849; ADW, CA W 12I.

geworden. Dunkel liegt die Zukunft vor uns, wir wissen nicht, was sie uns bringen wird.“²⁹

Zur Resignation, das war die Botschaft, die die Kirche den Gläubigen zu vermitteln suchte, bestand aber kein Anlaß: „Unser Weg ist dunkel,“ so der westfälische Präses Karl Koch in seinem Aufruf zum Männersonntag im Oktober 1945, „unsere Verantwortung ist schwer, unsere Kraft ist gering. Aber die Verheißung unseres Gottes leuchtet hell...“³⁰ Von dieser Verheißung kündeten nicht nur Predigten und Vorträge, Andachten und Worte an die Gemeinden, sondern auch, mit ihrer einprägsamen Bildkomponente gewiß nicht weniger wirksam, kirchliche Plakate. Als nach dem Zweiten Weltkrieg mit Diakonie im Wiederaufbau und Revitalisierung des Gemeindelebens die „Stunde der Barmherzigkeit“ schlug, kam ihnen in diesem Prozeß ein wichtiger Stellenwert zu. Es ist erstaunlich, daß Plakate, die dem Wortsinn nach Aufmerksamkeit erregen wollen, noch nicht die ihnen gebührende Aufmerksamkeit gefunden haben. Sinn der hier vorgelegten Ausführungen war es, für Kirchengeschichte und Kirchliche Zeitgeschichte einen Anstoß in diese Richtung zu geben.

²⁹ Archiv Fritz-Heuner-Heim (Dortmund Barop) 1.3., Jahresbericht des Heimleiters 1943–1945.

³⁰ Archiv des Evangelischen Gemeindeamtes Dortmund, 1-10-8 „Kirchenkampf“.



Licht ins Dunkel



ADVENTSSAMMLUNG

vom 28. November bis 11. Dezember 1952

VERLAG DR. GUSTAV KUNST, LEIPZIG

Heimatlosen Heimat geben
Heimkehrer kleiden
Hungernde speisen
Müttern helfen
Kinder pflegen
Kranke heilen



HELF
durch ein Opfer

zur Geldhausammlung vom 14.-21.11.48

HILFSWERK DER EVANG.KIRCHEN IN DEUTSCHLAND

+ EVANG.-LUTH.KIRCHE IN OLDENBURG +

8

HEIMKEHRER

SONNTAG
17. OKTOBER

CVJM

DANKE GOTT DURCH DEINE TAT!

17. 10. 10 Uhr Heimkehrer-Dankgottesdienst



FRIEDE
DURCH OPFER UND **LIEBE**

HILFSWERK DER EVANGELISCHEN KIRCHEN IN DEUTSCHLAND

...BRICH DEM HUNGRIGEN DEIN BROT
UND DIE, SO IM ELEND SIND,
FÜHRE INS HAUS" 3115. 90/7



*Wir bitten auch Dich
um Deine Gabe*

(H) für HAUS-UND STRASSENSAMMLUNG des
EVANGELISCHEN HILFSWERKS

17.-24. APRIL 1949.

19. Jahrestagung

der Ev. landeskirchlichen Volks- und Schriftenmission
von Donnerstag, 27. Mai b. Sonntag, 30. Mai 48, in der
St. Nikolaikirche zu Lemgo

Generalthema: Unser Glaubensweg durch das Dunkel der Zeit

Donnerstag, 27. Mai 1948.

15,30 Uhr **Wie haben anverwandelt auf Jesus.** Evangelij Pastor Müller
20 Uhr **Dem großen König eigen.** Pastor Haarbeck, Solingen

Freitag, den 28. Mai.

9 Uhr **Morgenandacht.**
10 Uhr **Wie haben die Zählung.** Pastor Diehlmeier, Beake
15,30 Uhr **Wie haben jetzt an unserer himmlischen Berufung.**
Pastor Haarbeck, Solingen

20 Uhr **Ein wunderbarer Gott.** Diakonissenpfarrer Jitz, Berleburg

Sonnabend, den 29. Mai.

9 Uhr **Morgenandacht.**
10 Uhr **Wie haben auch der Heiligung.** Diakonissenpf. Jitz, Berleburg
15,30 Uhr **Wie wachen auf ein unbeweglich Reich.** P. Heitling, Lemgo
17 Uhr **Abendmahlsfeier.**
20 Uhr **Eine frohe Botschaft in dunkler Zeit.**
Pastor Jilleßen, Dabringhausen

Sonntag, den 30. Mai.

8,45 Uhr **Morgenandacht.**
10 Uhr **Festgottesdienst.** Jugendpfarrer Schmidt, Meinerzhagen
11,30 Uhr **Dofonnenhandgebung auf dem Marktplatz mit Ansprache.**
15 Uhr **Festfeier.**
20 Uhr **Jugendversammlung:**
Wie findet die Jugendglocke und Herzenserinheit?
Jugendpfarrer Schmidt

Jedermann ist herzlich eingeladen!

JUGEND *im* NOT



Caritasverband
und Ev. Hilfswerk
Pfingstsammlung
3. bis 16. Juni 1950