

Das Beispiel Englands

Ein Vortrag zur Vorbereitung
auf den Papstbesuch im
September

18.04.2011

Die Zuhörer waren sich einig: Für den Papstbesuch brauchen wir in Deutschland eine ähnliche Medienoffensive wie letztes Jahr in England. – Jack Valero aus London hatte im Berliner Bildungszentrum Feldmark zum Thema „The Pope's Visit and the Media – the UK experience“ über den England-

Besuch Benedikts XVI. im September 2010 in England berichtet: Nicht nur, dass sich unerwartet viele Leute für seine Person und seine Botschaft interessierten, es sei „ein richtiger Glaubensruck durch die Insel“ gegangen.

Als Organisator von „Catholic voices“ war Valero mit medienerfahrenen Freunden im Vorfeld auf die Idee gekommen: Wir müssen für Radio und Fernsehen katholische Normalbürger, vor allem Väter und Mütter vorbereiten, die ihren Glauben froh und sympathisch vertreten können. Dann können sie Rede und Antwort stehen und ein positives Bild der katholischen Kirche zeichnen. Zu der Zeit hatten aggressive Gegner bereits gefordert, der Papst müsse festgenommen werden, wenn er die Insel betritt. Kontroverse Themen gab es ja genug, nicht anders als in Deutschland.

Auf eine entsprechende Zeitungsannonce hatten sich hundert Interessenten für eine solche Schulung gemeldet, bei der schließlich zwanzig Berufstätige im Alter zwischen 25 und 45 Jahren mitmachten. Sie ließen sich über mehrere Monate an den Wochenenden oder abends auf ihre Aufgabe vorbereiten, sowohl rhetorisch als auch inhaltlich.

Wichtigstes Ziel, so Valero: „Keinen Redekrieg anfangen, im Disput nicht siegen wollen, sondern einfach und ruhig bleiben, auf alle Fragen zutreffende Antworten geben und auf diese Weise ein freundliches Bild überbringen.“ In den Tagen kurz vor und während des Papstbesuchs seien diese Zwanzig dann von Radio- und Fernsehanstalten zu mehr als hundert Auftritten eingeladen worden. Jack Valeros Fazit: „Sie machten ihre Sache gut und konnten ihre persönlichen Überzeugungen glaubwürdig darlegen.“ Hinzu kam

eine „Make Happy Campaign“ in sozialen Medien wie Facebook und Twitter.

Laut Valero waren in England rund zehn Prozent der Bürger aggressiv gegen einen Papstbesuch eingestellt, ebenso viele positiv, aber achtzig Prozent hatten lange keine klare Meinung oder waren einfach gleichgültig. „Die sowieso dagegen sind, machen viel Krach und fördern damit die Aufmerksamkeit. Um diese Unbelehrbaren brauchten wir uns natürlich nicht zu kümmern. Aber von den achtzig Prozent möglichst viele zu gewinnen, das war unser Ziel, und wir haben einen guten Job gemacht.“

Der Elan des Referenten, der in Großbritannien das Informationsbüro des Opus Dei leitet, teilte sich seinen Zuhörern mit: Ihre Bilanz des Abends: Wenigstens kann jeder in seiner Umgebung mit vielen

Menschen darüber reden, so dass sich noch viel mehr Leute auf den Besuch des Heiligen Vaters in Berlin, Erfurt und Freiburg freuen und daran teilnehmen.

von Horst Hennert

pdf | automatisch generiertes
Dokument von <https://opusdei.org/de-de/article/das-beispiel-englands/>
(19.01.2026)