

Cla Reto Famos
Ralph Kunz (Hrsg.)

Kirche und Marketing

Beiträge zu einer
Verhältnisbestimmung

TVZ

2006, 278 Seiten, 15.0 x 22.5 cm, Paperback
ISBN 978-3-290-17380-7
22,50 €

Kirche und Marketing

Beiträge zu einer Verhältnisbestimmung

hg. von Cla Reto Famos, Ralph Kunz

22,50 €

Lieferbar

Nicht erst heute muss sich die Kirche im religiösen Wettbewerb behaupten. Dennoch löst der Ruf nach kirchlichem Marketing zu Recht kritische Rückfragen aus. Wie geht das zusammen, die Institution, die Gottes Gnade kommuniziert, und der freie Markt, bei dem die Leistung zählt? Das Irritierende dieser Konstellation darf nicht überspielt werden: Die völlige Vermarktung der Kirche wäre ebenso töricht wie die prinzipielle Ablehnung eines Marketings. Die Beiträge dieses Buch bieten keinen einheitlichen Ansatz, sondern eine vielfältige Auseinandersetzung. Sie stellen konkrete Strategien und Methoden vor, gehen aber auch grundlegenden Fragen nach. Für produktive Irritation ist gesorgt.

Mit Beiträgen von Markus Anker, Niklaus Baschung, Hanspeter Hugentobler, Philipp Thomet, Heinz Fäh, Cla Reto Famos, Johannes Fischer, Florian Flohr, Steffen Hillebrecht, Ralph Kunz, Urs Meier, Ralph Müller, Xaver Pfister, Ina Praetorius, Jörg Stolz, Dieter Tscheulin, Martin Dietrich, Christoph Weber

Cla Reto Famos

Cla Reto Famos, Theologe und Jurist, ist Oberassistent für Praktische Theologie an der Theologischen Fakultät der Universität Zürich.

Ralph Kunz

Ralph Kunz, Dr. theol., Jahrgang 1964, ist Professor für Praktische Theologie an der Theologischen Fakultät der Universität Zürich mit den Schwerpunkten Gottesdienst, Predigt und Seelsorge.