

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  
CHF 36.00 - EUR 22,50  
Lieferbar

## Kirche und Marketing

### Beiträge zu einer Verhältnisbestimmung

hg. von Cla Reto Famos, Ralph Kunz

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, Dr. theol., ist geschäftsführender Direktor des Jacobs Center for Productive Youth Development der Universität Zürich und Dozent 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.