

Uta Pohl-Patalong

“Da war doch was mit Religion ...”

Erfahrungen mit kirchlicher Kommunikation auf einem Stadtteilstadtteilfest

Das Christentum und die Kirchen befinden sich in der Gegenwart faktisch in einer Marktsituation. Die großen Kirchen haben ihre weltanschauliche Monopolstellung verloren und müssen sich als eine von vielen religiösen Optionen auf dem ‘Markt der Möglichkeiten’ behaupten. Sie können die Beteiligung von Menschen und sogar die Kommunikation mit ihnen nicht mehr selbstverständlich voraussetzen, sondern müssen ihr Angebot auf dem weltanschaulichen Markt attraktiv präsentieren, damit Menschen Kontakt zu ihnen bekommen und halten. Diese Situation wird oft beklagt und ihre Problematik für die Kirchen analysiert. Bei näherem Hinsehen erscheint sie aber dem christlichen Glauben weniger unangemessen, als es zunächst den Eindruck hat. Denn die Situation des Christentums war noch nie auf die Alternative zwischen der Existenz im Untergrund und der Existenz an der Macht beschränkt, “als ob die Kirche in einem Sprung aus den Katakomben in den Palast des Kaisers Konstantin gesprungen wäre” (1). Die faktische Konkurrenzsituation in der Gegenwart entspricht nicht nur den Verhältnissen im Römischen Reich nach den Christenverfolgungen, sondern auch der Struktur des Christentums selbst. “Und wenn sich die Christen nach Katakomben und Palästen sehnen, dann sollte man daran erinnern, daß man die Verfolgung nicht suchen soll und die Macht noch weniger. Anders gesagt: Der Marktplatz, trotz seiner Unannehmlichkeiten, ist nicht der übelste Ort für eine christliche Existenz” (2). Denn erst in der Situation wirklicher Wahlfreiheit kann die Freiheit des christlichen Glaubens wirklich zur Geltung kommen, wenn nämlich mit Annahme oder Ablehnung des Christentum keinerlei gesellschaftliche Vorteile oder Sanktionen verbunden sind.

Diese ‘Marktsituation’ von Religion beschränkt

sich aber nicht nur auf die Existenz verschiedenster religiöser Strömungen und Gruppierungen, sondern zeigt sich mittlerweile auch konkret im Stadtbild, vor allem aber in den Großstädten. Das Produkt ‘Religion’ wird von diversen nichtchristlichen ‘Anbietern’ zunehmend nicht in religiösen Nischen, sondern immer mehr auf öffentlichen Plätzen, in der ‘City’, angeboten. Es wird in einer Weise präsentiert, die den Strukturen und den Kommunikationsformen der Großstadt entspricht, da es die typischen Merkmale der ‘City’ besitzt: die Dynamik, mit der Waren und Leistungen hervorgebracht werden, der Individualismus und Pluralismus in Werten und Überzeugungen, der rasche Wechsel von Moden und Konjunkturen, Innovationen und Nostalgien (3). Das öffentliche Angebot von Religion ist auf den ‘Passanten’ und die ‘Passantin’ ausgerichtet, die im Vorübergehen ein Angebot ausprobieren wollen - ob dies ein Straßentheater mit religiösen Gehalten, das Erstellen von Horoskopern oder der ‘Persönlichkeitstest’ von Scientology ist. Damit entspricht es einer für die Stadt typischen Kommunikationsform, die eher flüchtig und anonym ist und bei räumlicher Nähe emotional Distanz hält. Entsprechend gering sind die Schwellen, man kann kommen und gehen, Nähe und Distanz können selbst definiert werden. Wichtig ist der “Sofortservice”, es wird direkt konsumiert. Das Angebot erfolgt dabei primär über die Sinne. “Die Erlebnisqualität muß stimmen. Wo nichts passiert, da bleibt auf Dauer auch die religiöse Kundschaft aus” (4). Denn gerade in den Städten hat in den letzten Jahren eine ‘Ästhetisierung des Alltags’ stattgefunden, die als Gegenbewegung zur technischen Instrumentalisierung des Lebensraumes in der Stadt verstanden werden kann. Viele Menschen nehmen daher eher ästhetisch wahr und reagieren auf Angebote, die die Sinne ansprechen.

Bislang tun sich die großen Kirchen schwer, mit anderen religiösen Anbietern öffentlich in Konkurrenz zu treten. Neben der Angst vor einer 'Verwässerung' der christlichen Botschaft dürfte dies auch mit den Strukturen traditioneller kirchlicher Arbeit zusammenhängen. "Eine Ursache mag in dem Nachwirken überkommener Ideale liegen, die Ziel, Form und Inhalt kirchlicher Verkündigung bestimmen. Es heißt buchstäblich, die Kirche im Dorf zu lassen und sie nicht in die Stadt zu bringen, wenn alle pastoralen Anstrengungen auf überschaubare, gewachsene Gemeinschaften gerichtet werden, in denen exklusiv eine unverkürzte Weitergabe des Glaubens möglich sein soll. Gerade in der Stadt darf sich die Kirche nicht begnügen mit privater oder vereinshafter Geselligkeit ... Sie muß sich vielmehr einlassen auf die Extrovertiertheit des Städters. Dem steht eine verbreitete kirchliche Introvertiertheit entgegen, die oft verklärt wird mit der Beschwörung von gewachsenen Bindungen und stabilen Beziehungen. Natürlich hat auch diese Version ihr Recht, aber sie trägt nicht dem Spezifischen urbaner Kommunikation Rechnung: das Gelingen von 'unwahrscheinlichen' Kontakten zwischen einander Fremden" (5). Will Kirche dagegen in der Stadt "Öffentlichkeitsarbeit für das Evangelium ... leisten" (6), muß sie sich den Formen urbaner Kommunikation anschließen und nach Möglichkeiten suchen, die Chancen dieses Prozesses produktiv zu nutzen.

Im Rahmen eines Gemeindeprojekts innerhalb meiner Vikariatsausbildung habe ich solch einen Versuch unternommen, die Formen urbaner Kommunikation und religiöser Marktsituation zu nutzen. Das Projekt nimmt die Formulierung 'Kirche auf dem Markt' sozusagen wörtlich: Es präsentiert auf einem Stadtteilstfest neben vielen anderen Angeboten auch die christliche Tradition als ein Angebot, das Menschen ansprechen möchte. Die Grundidee war dabei, nicht nur - wie vielerorts auf Stadtteilstfesten üblich - über Veranstaltungen der Kirchengemeinde zu informieren und dazu einzuladen oder durch den Verkauf von Kaffee und Kuchen Kontakte zu knüpfen, die später in der Gemeindefarbeit fortgesetzt werden können. Statt dessen sollte auf dem Stadtteilstfest selbst das eigentliche Ereignis - die Begegnung mit christlichen Inhalten - passieren.

Diese christlichen Inhalte sind in biblischen Geschichten nicht nur ursprünglich und grundlegend, sondern auch erfahrungsnah und anschaulich enthalten. Daß diese für das persönliche Leben hilfreich und weiterbringend sein können, erschließt sich jedoch nicht automatisch. Wenn die Vertrautheit mit der Bibel nicht von Kindheit an gegeben ist, ist in der Regel eine besondere Vermittlung nötig, um einen Zugang zur Bibel zu bekommen. Für die 'Marktsituation' die eine Form erforderte, die anschaulich ist und die Sinne anspricht, boten sich die 'Egli-Figuren' an. Diese von der Schweizerin Doris Egli speziell für die Arbeit mit biblischen Szenen entwickelten Figuren bestehen aus Biegedraht und Stoff. Sie sind etwa 25 cm groß, stehen selbständig und wirken auf viele Menschen sehr ansprechend. Aufgrund ihrer Biegsamkeit und sparsamen Gestaltung (so haben sie z.B. kein Gesicht) können sie sehr gut Emotionen und Beziehungen ausdrücken. Die Identifikation mit den biblischen Gestalten wird erleichtert, indem die Figuren stellvertretend für die eigene Person bewegt werden können oder für sie gesprochen werden kann. So besteht die Möglichkeit, nicht aber die Notwendigkeit, die eigene Person zu thematisieren.

Mit diesen Figuren stellten wir auf dem Stadtteilstfest biblische Geschichten dar, die einen leichten inhaltlichen Zugang ermöglichen und einen relativ großen Bekanntheitsgrad besitzen, um eine Anknüpfung an Erinnerungen beispielsweise an den Konfirmandenunterricht zu ermöglichen, wie die Gleichnisse vom barmherzigen Samariter (Lk 10,25-37) und vom verlorenen Sohn (Lk 15,11-32) sowie der Erzählung von Jesus und der Ehebrecherin (Joh 8,1-11).

In der Durchführung zeigte sich bald, daß es nicht ausreichte, mit den Figuren Szenen aus den Geschichten zu stellen, um genügend Interesse zum Stehenbleiben zu wecken. Wir brachten daher zunehmend Bewegung in die Szenerie, indem wir die Geschichten in ihrem Handlungsverlauf mit den Figuren spielten. Wir lasen eine Geschichte Satz für Satz und stellten den jeweiligen Handlungsverlauf mit den Figuren. Dabei überlegten wir laut, wie welche Haltung, Emotion oder Beziehung dargestellt werden könnte und was dies für den Inhalt der Geschichte bedeutete.

Von dieser Aktion wurden viele Menschen angezogen, die in sehr unterschiedlicher Form und mit einem sehr unterschiedlichen Grad an Nähe bzw. Distanz an dem Geschehen teilnahmen. Einige sahen aus gewisser Entfernung eine Weile zu und gingen dann weiter, andere kamen näher heran, manche verfolgten die gesamte Handlung einer Geschichte. Auch das Maß an Beteiligung war breit gefächert: Manche guckten ‘nur’ zu, andere beteiligten sich an der Gestaltung, machten Vorschläge, wie dieses oder jenes besser gestellt werden könnte und nahmen auf unsere Aufforderung hin die Figuren selbst in die Hand, um die Szenerie zu verändern.

Über die Handlung mit den Figuren hinaus ergaben sich für uns viele Gespräche am Rande. Dabei zeigte sich, daß die Beschäftigung mit den biblischen Geschichten bei vielen Menschen ihr eigenes Verhältnis zur Religion bzw. zum christlichen Glauben berührte und das Bedürfnis weckte, diese zu thematisieren. Viele knüpften an zum Teil weit zurückliegende Erfahrungen mit christlichen Gehalten an, häufig war der Tenor “ach ja, da war doch ‘was mit Religion’”. Nicht selten war der Zugang eine ‘folkloristisch’ geprägte Neugier auf etwas Fremdes oder lang Vergessenes. Dabei wurden wir nicht direkt um Antworten auf Glaubens- oder Lebensfragen gebeten. Die Menschen nahmen die Inszenierung der biblischen Geschichten nicht zum Anlaß, um etwas innerhalb des Themenbereichs Religion zu fragen, sondern um sich selbst und ihre Verhältnis zu Religion zu thematisieren, und dies meist stark biographisch geprägt. So äußerte ein älterer Herr beispielsweise beim Anblick der ausgelegten Bibeln: “Ach, eine Bibel. Ich glaube, ich habe auch noch eine zu Hause.” Dann unvermittelt: “Im Konfirmandenunterricht hat unser Pastor immer von Afrika erzählt. Das war eigentlich ganz interessant.”

Bei einem türkischen Mädchen wurde hingegen die Frage nach ihrer eigenen religiösen und kulturellen Identität als Muslima in Deutschland angeregt. Nachdem sie intensiv mitgespielt hatte, fragte sie mich plötzlich, ob ich ein Kopftuch trüge. Als ich verneinte, sagte sie plötzlich ganz ernst: “Ich muß eins tragen, wenn ich groß bin. Aber ich will das nicht!” Dann plötzlich: “Aber vielleicht muß

ich es auch nicht, wenn ich meinen Vater darum bitte.” Sie konnte hier zumindest das Problem und einen möglichen Lösungsversuch einer Person gegenüber thematisieren, die nicht selbst von dem Problem betroffen ist, wohl aber erkennbar etwas mit Religion zu tun hat.

Bei dem Satz “wer ohne Sünde ist, werfe den ersten Stein” erklärte eine Frau: “Ich bin ohne Sünde.” Umstehende entgegneten ihr, daß wir doch alle Fehler machen würden, was sie verwirrte, ohne sie von ihrer Meinung abzubringen. Eine kurze Debatte der Umstehenden über unsere Verwicklung in die ungerechte Weltwirtschaft schloß sich an. Als die gleiche Frau es bei der Schlußszene der Geschichte ablehnte, daß sich die Figuren des Jesus und der Ehebrecherin berührten, “weil das ja gleich wieder Sünde gibt”, widersprachen ihr die anderen erneut. “Das gehört doch gerade zum Christentum”, meinte eine. An dieser Stelle öffnete sich das Gespräch also zu einer Kommunikation von Umstehenden untereinander.

Der Stand wurde also - auf einer abstrakteren Ebene als die konkreten biblischen Geschichten - als Präsenz von ‘Religion’ im weitesten Sinne wahrgenommen. Sie rief bei Menschen, die sonst wenig Kontakt zu Religion und Kirche haben, die religiöse Dimension in Bezug zu ihrem persönlichen Leben in Erinnerung. Dadurch ergab sich die Gelegenheit, ihr Verhältnis zu Religion oder zu bestimmten Aspekten von Religion zu thematisieren. Wichtig schien mir dabei, daß mit dieser Kommunikationsform jede und jeder die Nähe und Distanz sowohl zu den biblischen Geschichten als auch zum Gespräch selbst bestimmen konnte. Ob bei den Menschen etwas über den Moment hinaus angestoßen wurde, können nur sie selbst beurteilen. Zumindest für einige Minuten kamen sie jedoch in Kontakt zu der religiösen Dimension und konnten diese in ein Verhältnis zu ihrer persönlichen Lebensgeschichte setzen.

Die oft geäußerte Angst vor einer inhaltlichen Verwässerung der christlichen Botschaft in einer solchen Kommunikationssituation verringert sich durch zwei Überlegungen. Zum einen gilt bereits strukturell, daß auf dem Markt das Angebot deutlich sein muß - Unterscheidbarkeit ist die Voraussetzung dafür, wahrgenommen zu werden. Zum

anderen ist die Wahrung der zentralen Gehalte der christlichen Tradition nicht nur für die Identität von Christentum und Kirche relevant, sondern auch, um ihr Potential für die Menschen und die Gesellschaft zu erhalten, denn "zukunfts-fähig ist nur eine solche Religiosität, die im Säkularen auf sein Anderes trifft und es zur Geltung bringt. Nicht zukunfts-fähig ist jede Religiosität, die sich vom Säkularen jegliche produktive Ungleichzeitigkeit und Ungleichförmigkeit nehmen läßt" (7).

In diesem Fall war das Verhältnis von christlicher Tradition und urbaner Kommunikationssituation

dadurch gelöst, daß mit den biblischen Geschichten gerade das Herzstück der Tradition den Anknüpfungspunkt bildete. Interessanterweise wurden gerade diese (alten) Geschichten für Menschen zum Anlaß, die religiöse Dimension in ihrer eigenen Lebensgeschichte der Gegenwart zu thematisieren. Das wertvolle Potential der christlichen Tradition für das Leben der Menschen heute ist bei diesem Projekt erneut deutlich geworden - aber auch die Notwendigkeit, neue kirchliche Kommunikationsformen zu erproben, die dies für viele Menschen erfahrbar werden lassen.

- (1) Berger, Peter L.: Pluralistische Angebote: Kirche auf dem Markt?, in: Synode der EKD: Leben im Angebot - das Angebot des Lebens. Protestantische Orientierung in der modernen Welt, Gütersloh 1994, 33 - 48, 44.
- (2) A. a. O. 45
- (3) Vgl. Höhn, Hans-Joachim: Gegen-Mythen. Religionsproduktive Tendenzen der Gegenwart (Quaestiones Disputatae 154), Freiburg u.a. 1994, 118 ff. und ders.: Religiös im Vorübergehen? Urbanität als Herausforderung für die Kirche, Stimmen der Zeit 6, 1990, 363 - 373, 366 f.
- (4) Ders.: Religion in der City - oder: Den Glauben zu Markte tragen?!, Lebendige Seelsorge 43, 1992, 1 - 6, 4.
- (5) Ders.: Religiös im Vorübergehen 365.
- (6) A. a. O. 371.
- (7) Höhn, Religion in der City, 3 f.

Dr. Uta Pohl-Patalong
Im Grünen Grunde 3c
Hamburg