

## Nutzen und Grenzen der Milieuforschung für die Pastoral am Beispiel des MDG-Milieuhandbuchs 2013

*Patrik C. Höring*

Das Erscheinen einer neuen empirischen Studie verursacht innerhalb der Kirchen zumeist eine unspezifische Erregung. Die einen erwarten eine Bestätigung ihrer schlimmsten Vorahnungen, andere ersehnen, dass die Situation doch vielleicht besser sei als befürchtet. Nicht wenige erhoffen darüber hinaus Hinweise auf mögliche Lösungswege für schon länger offenkundige Probleme. Nicht anders war es mit den Ergebnissen der Milieuforschung, die erstmals mit dem Erscheinen des Milieuhandbuchs „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus® 2005“ die Aufmerksamkeit der (katholischen) Öffentlichkeit auf sich zog, dessen Update mit dem Handbuch 2013 nun vorliegt.

### **Erschrecken – in Frage stellen – verdrängen**

So gegenläufig die Erwartungen, so vielfältig die Reaktionen. Auf ein erstes Erschrecken folgen Anfragen an den wissenschaftlichen Ansatz, die Repräsentativität und die Validität der Ergebnisse („Wie können denn 100 Einzelinterviews Aufschluss geben über die tatsächliche Situation?“, MDG-Milieuhandbuch 2013, 59), um diese dann zu relativieren, nach dem Motto: Marktforschung befasse sich doch nur mit dem oberflächlichen Image von Kirche; das Wesen der Kirche aber berühre dies letztlich nicht. Und ein schlichtes Anpassen an Kundenwünsche könne ja auch nicht der Weisheit letzter Schluss sein.

Jenseits der Frage nach dem wissenschaftlichen Ansatz und seiner Methodik wird nur derjenige die Notwendigkeit solcher Studien bestreiten und ihre Ergebnisse beiseiteschieben wollen, der Kirche als von der Welt und den Menschen getrennte „Gegenwelt“ versteht. Eine Kirche aber, die sich als Gemeinschaft von Glaubenden inmitten und für die Menschen versteht, wird sich darum sorgen zu verstehen, was die Menschen bewegt. Sie wird – wie es das Konzil formuliert hat – die „Zeichen der Zeit“ erforschen wollen, um sie „im Licht des Evangeliums zu deuten“, damit sie ihren Auftrag erfüllen kann, d. h. „in einer jeweils einer Generation angemessenen Weise auf die bleibenden Fragen der Menschen nach dem Sinn des gegenwärtigen und des

zukünftigen Lebens und nach dem Verhältnis beider zueinander Antwort geben“ (GS 4). Dazu gehört es, „die Welt, in der wir leben, ihre Erwartungen, Bestrebungen und ihren oft dramatischen Charakter zu erfassen und zu verstehen“ (GS 4).

Nicht weniger wichtig wird Kirche aber auch sein müssen zu erfahren, was jene Menschen, die Glieder der Kirche sind, denken und ... möglicherweise glauben. Denn mitunter tritt in all den Aussagen auch etwas zu Tage, was „den Weisen und Klugen verborgen, den Unmündigen aber offenbart“ wurde (vgl. Mt 11,25). Sind Meinungsbildungsprozesse innerhalb der katholischen Kirche eher selten, vermag die vorliegende Studie zumindest – ohne ein Ersatz sein zu wollen oder zu können – (ausgewählte) Einblicke in das „Innenleben“ von Kirche zu bieten, da die Befragten ausnahmslos katholische Christen sind (vgl. MDG-Milieuhandbuch 2013, 6).

### **Resignieren oder missionieren – wie mit der Milieustudie umgehen?**

Bei der Beschäftigung mit den Milieustudien lassen sich zwei Extreme ausmachen. Die erste findet sich in Aussagen wie: „Wir machen weiter wie bisher. Andere, neue Milieus erreichen wir ohnehin nicht“, die als „Resignationsperspektive“ bezeichnet werden soll: Wir bleiben bei dem, was wir (scheinbar) können, und bei denen, die unsere Einladung annehmen. Das gegenüberliegende Extrem, verbunden mit Aussagen wie: „Wir müssen unser Profil schärfen und gleichzeitig flexibler in unserer Erscheinungsweise werden, um noch mehr Zielgruppen zielgenauer erreichen zu können“, mag als „Missionsperspektive“ bezeichnet werden.

#### **1. Die „Resignationsperspektive“**

##### *a) Ende der Ortsgemeinde?*

Die pastoraltheologische Reflexion auf das Milieuhandbuch 2005 fiel mitten in eine Debatte, die schon länger das Ende der (flächendeckenden) Ortsseelsorge prognostizierte und (auch unter dem Druck von personellen und finanziellen Engpässen sowie einem deutlichen Rückgang des Teilnahmeverhaltens) für eine radikale Zielgruppenorientierung und die Bildung von Schwerpunktkirchen plädierte<sup>1</sup>. Sie konfrontierte die Ortsseelsorge nach

---

<sup>1</sup> Vgl. Bucher 2006; hingegen Wollbold 2006; Haslinger 2006; Werbick 2002; Ebertz/Fuchs/Sattler 2005; Müller 2004 sowie die Diskussion zwischen Ebertz und Werbick in Heft 1/2004 der Lebendigen Seelsorge.

den zahlreichen Umstrukturierungsprozessen innerhalb der deutschen Diözesen einmal mehr mit neuen Anforderungen: Fortan zielgruppenspezifischer handeln! Dahinter stand das Bild einer Vielzahl von Pfarreien und/oder Kirchenräumen/-orten, die zielgruppenspezifisch profiliert werden und aus denen der „Kunde“ nach persönlichem Geschmack auswählen kann. Die Entstehung von Jugendkirchen ist Ausdruck einer solchen Entwicklung (vgl. Freitag 2012; Freitag/Scharnberg 2006; Themenheft der Lebendigen Seelsorge 4/2004; Hobelsberger 2003).

Doch wird man diese Situation allenfalls in urbaner Umgebung voraussetzen können. Spätestens am Stadtrand und auf dem Land funktionieren diese Überlegungen nicht. Hier ist die Pfarrei – oder die lokale Gemeinde, sofern sie im Rahmen von Zentralisierungen unterhalb der Ebene der Pfarrei überlebt hat – immer noch Monopolistin, Schnittpunkt von sozialen Beziehungen in Stadtviertel oder Dorf, oft auch über Konfessionsgrenzen hinweg. (Auf die Chancen einer ökumenisch abgestimmten Reform der Territorialseelsorge sei hier nur hingewiesen.) Daher darf die Territorialstruktur nicht von vorneherein abgeschrieben werden. Die Ortsgemeinde ist mehr als nur eine vermeintlich lauschige Gruppe für bürgerlich-traditionelle Milieus. Sie ist auch Ankerpunkt für Suchende und punktuell Teilnehmende, die eine „Kasualienfrömmigkeit“ pflegen und Kirche als Dienstleisterin wahrnehmen und schätzen, wie es etwa für das Performer- und das AdaptivPragmatische Milieu typisch ist. Und schließlich ist die Ortsgemeinde nicht selten auch Ausgangspunkt oder organisationales Dach neuer Initiativen (die nicht immer von subtilen Rekrutierungsabsichten evoziert sein müssen). Dieser Situation wird man am ehesten mit einer „Doppelstrategie“ begegnen, die alte und neue Ausdrucksformen von Kirche gleichermaßen wertschätzt<sup>2</sup>.

#### b) Scheinbar mehr Schwierigkeiten als Chancen

Insgesamt scheinen die Möglichkeiten der traditionellen Ortsgemeinde begrenzt, Menschen (post)moderner Wertorientierungen mit dem Lebensangebot des christlichen Glaubens bekannt zu machen. Manche Mutlosigkeit ist nicht unbegründet. Denn die Grundschwierigkeit liegt darin, dass ihr gegenwärtiges Erscheinungsbild und das dominierende ehren- und hauptamtliche

---

<sup>2</sup> In den seit gut zehn Jahren zu beobachtenden Aufbruchsprozessen der Kirche von England hat daher das weise Wort von Erzbischof Rowan Williams von der „mixed economy church“, das die Gleichwertigkeit und wechselseitige Verwiesenheit von neuen und alten Ausdrucksformen von Kirche ausdrücken will, einen hohen Stellenwert. Vgl. Mission-shaped church 2004, 26.

Personal selbst nur aus bestimmten Milieus stammt und damit – folgen wir ästhetischen Codes – zunächst eher Angehörige des eigenen, traditionell-bürgerlichen Lebensstils anspricht. Der kulturelle „Crossover“ gelingt nur selten, womit sich aber die Problematik fortsetzt, indem neue Mitarbeiter wiederum nur aus bestimmten Milieus kommen. Die Gefahr der „ästhetischen Inzucht“ ist groß; die Kirche beginnt, „im eigenen Saft zu schmoren“.

Kein Wunder, dass Praxisformen im Bereich des Gewohnten und Vertrauten verbleiben, weil Gewohntes unbewusst als das Richtige assoziiert wird. Zu dieser Situation mag auch beitragen, dass Aspiranten für kirchliche Berufe – im Unterschied zu Studierenden anderer Konfessionen und Professionen – nur selten im Ausland Studien absolvieren oder Praxiserfahrungen sammeln. Zumeist verbleiben sie – auch nach Abschluss ihres Studiums – im deutschen oder deutschsprachigen Raum, oft sogar innerhalb der eigenen Heimatdiözese<sup>3</sup>.

## 2. Die „Missionsperspektive“

Die Milieustudien geben nicht nur Aufschluss über die äußere Gestalt von Kirche in der Öffentlichkeit. Ein schlichtes Anpassen der äußeren Erscheinungsweise an die jeweiligen Ansprüche der Adressaten (sprichwörtlich geworden ist die Entfernung des vertrockneten Gummibaums im Pfarrheim) genügt nicht. Milieustudien weisen auf grundsätzliche Verwerfungen hin.

Tatsächlich haben finanziell und personell aufwändige Projekte, z. B. die Errichtung von Jugendkirchen oder die Modernisierung von Angeboten und Einrichtungen von Kirchengemeinden, zwar wichtige Impulse für eine lebendige Pastoral gesetzt, neue Personenkreise, neue Milieus aber haben sie kaum für ihre Angebote gewinnen können<sup>4</sup>. Es blieb beim Umfüllen von altem Wein in neue Schläuche. Ziel kann es jedoch nicht sein, nur neue Personenkreise für ein bereits bestehendes Angebot zu gewinnen. Vielmehr geht es auf dem Hintergrund der Milieustudien vor allem darum, die Men-

---

<sup>3</sup> Diesem Defizit wird mit Projekten wie etwa „CrossingOver“ der RUB Bochum wirksam begegnet.

<sup>4</sup> Diesbezüglich nüchtern muss etwa die Bewertung der Jugendkirchen ausfallen, die sich zumeist nur als additives Angebot zu anderen gemeindlichen oder verbandlichen Veranstaltungen entpuppen. Vgl. Stams 2008. Ähnliche Beispiele nennen Hauschildt/Kohler/Schulz 2012, 71–73.

schen in den sogenannten modernen Milieus dort und auf eine Weise aufzusuchen, die ihnen entspricht, um dort und auf die ihnen gemäße Weise Kirche zu sein. Zwar trifft es zu, dass bestimmte Sozialformen (etwa die Mitgliedschaft in Verbänden oder Vereinen) oder bestimmte Formen der Verkündigung und des kirchlichen Lebens (etwa der Sonntagsgottesdienst) nur bestimmte Milieus ansprechen, was aber nicht zutrifft, ist die Behauptung, es gäbe in den sogenannten „kirchenfernen Milieus“ keine Christinnen und Christen mehr. Viele halten ihre Kirchenmitgliedschaft aufrecht und entrichten nach wie vor ihre Kirchensteuer. Noch viel mehr ist davon auszugehen, dass auch in den jungen Milieus Menschen nach dem Sinn des Lebens suchen und daher eine natürliche „Christusoffenheit“ mitbringen.

*a) Nicht Kirche, sondern Christus*

Ein Perspektivenwechsel tut not. Milieustudien zeigen uns die Grenzen der Wirksamkeit von kirchlichen Angeboten oder Dienstleistungen. Aber um was bzw. um wen geht es denn eigentlich? Nicht um die Kirche. Es geht der Kirche um Jesus Christus. Er ist die Mensch gewordene Botschaft, die lautet: Wendet euer Angesicht Gott zu, sucht die Gemeinschaft mit ihm (vgl. Mk 1,15). Kirche ist dazu ein wesentliches Mittel, „Zeichen und Werkzeug“ (LG 1). Aber eben genau dies: Zeichen und Werkzeug, um zu Gott zu führen. Statt (selbstbezogen) zu fragen, wie die Kirche mehr Menschen erreichen kann, müsste die Frage (christozentrisch) lauten: „Wie und auf welche Weise können wir den Menschen (wirksamer) von Jesus Christus erzählen?“

*b) Das eigene „missionarische Bewusstsein“ wecken – Christus an neuen Orten entdecken*

Milieustudien rühren an das „missionarische Bewusstsein“ der Kirche und ihrer Mitglieder, Einrichtungen und Verantwortungsträger. Tatsächlich haben diese dort schon früh Resonanz gefunden, wo man offen ist für die missionarische Perspektive des christlichen Glaubens, z. B. in freikirchlichen Bewegungen. Es ist kein wirklicher Zufall, dass die Sinus-Kirchensstudien in der katholischen Kirche in unmittelbarer Folge zur Wiederentdeckung der missionarischen Qualitäten von Kirche, beginnend mit dem bischöflichen Dokument „Zeit zur Aussaat“ im Jahr 2000<sup>5</sup>, erscheinen.

---

<sup>5</sup> Vgl. neben „Zeit zur Aussaat“ auch: Missionarisch Kirche sein 2003.

In manchen Teilen des Katholizismus ruft dies immer noch Skepsis hervor. Zumeist ist es die mangelnde Gewohnheit, sich als missionarische Kirche zu verstehen. Eine einladende Haltung, ein ungezwungenes Zugehen auf Andere, eine stärkere Präsenz in der Öffentlichkeit ist für manche schon eine Herausforderung. Noch viel mehr ist es der Anspruch, nicht nur zu einer kirchlichen Veranstaltung, zur Mitwirkung bei einem kirchlichen Angebot einzuladen, sondern zur Teilnahme am eigenen Glauben. Daher sind solche Versuche häufiger getragen von Neuen Geistlichen Bewegungen als von Ortspfarreien, und sie erscheinen im Gesamten doch (noch?) eher zaghaft<sup>6</sup>.

Tatsächlich liegt hier die eigentliche Aufgabe: Mission meint nicht ein Wiedergewinnen verloren Geglaupter für kirchliche Angebote, sondern ein Hinausgehen aus vertrauten Räumen und gewohnten Kreisen. In einer inkarnatorischen Perspektive heißt es, sich in neue soziale Netzwerke zu begeben, um in ihnen Christus zu entdecken, in ihnen ein Christuszeugnis zu geben und ihn so noch mehr „Fleisch werden“ zu lassen. Eine diesbezügliche Zurückhaltung kann sich Kirche nicht (mehr) leisten. Weder im Blick auf ihre demographische Entwicklung noch (viel mehr sogar) im Blick auf ihre eigene Natur. Und ebenso wenig im Blick auf die Menschen von heute. Denn, so fragt der anglikanische Bischof Graham Cray angesichts mancher Skepsis auch innerhalb seiner eigenen Kirche gegenüber missionarischen Initiativen: Wieso sollten Menschen, die von einem Autohändler ganz selbstverständlich das Angebot von Autos und von einem Bekleidungsgeschäft Bekleidung, von der Kirche nicht das Angebot der Begegnung mit Jesus Christus erwarten (vgl. Cray 2006, 70)?

### **3. Der Marketingfalle entgehen – an der eigenen Vision arbeiten**

Diese christozentrische Perspektive kann davor bewahren, in die „Marketingfalle“ zu tappen und dem institutionellen Blick verhaftet zu bleiben. Milieustudien tragen der Situation Rechnung, dass sich Kirche in einer Zeit der Pluralisierung und Individualisierung im Wettbewerb befindet. Unweigerlich entstehen Fragen nach der Marktfähigkeit der Kirche und ihres Angebotes, Fragen, die mit Marketinginstrumenten oder -strategien beantwortet

---

<sup>6</sup> Wie anders – u. a. aufgrund des stärkeren evangelikal und charismatischen Einflusses – sich dies z. B. in der anglikanischen Kirche verhält, beweisen die derzeitigen Erfahrungen dort mit „neuen Erscheinungsformen von Kirche“. Vgl. u. a. Elhaus/Hennecke 2011.

werden – ganz so, als wäre das Evangelium eine Ware, die auf dem Markt der Weltanschauungen anzubieten sei (vgl. Flohr 2012). Mag diese Perspektive helfen, die Dienstleistungen der Kirche als einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft innerhalb der Gesellschaft oder im Blick auf ihre Mitglieder zu verbessern (etwa durch stärkeres Servicedenken im Pfarrbüro oder bei der Kasualienpraxis), so verkürzt ist diese Perspektive im Blick auf den eigentlichen Auftrag der Kirche, „Zeichen und Werkzeug“, sacramentum mundi, zu sein.

Milieu-Studien helfen zwar, die (eigene) Wirklichkeit besser wahrzunehmen, aber sie enthalten noch keine Strategie. Handlungsimpulse entstehen erst dann, wenn die Wahrnehmung mit einer Vision konfrontiert wird. Ohne Reflexion darauf werden unbewusste Idealbilder zum Maßstab für kurzfristige „Instant-Lösungen“. Milieu-Studien müssen zunächst biblisch gelesen und geistlich reflektiert werden.

Was ist die Vision, die der Wahrnehmung der Wirklichkeit beigegeben wird, um zur Arbeit an einer neuen Wirklichkeit hinzuleiten? Es sind die uralten biblischen Verheißungen, Stadt auf dem Berg, Licht der Welt, Salz der Erde, Wohlgeruch Gottes, Brief Christi, Sauerteig und Senfkorn in der Welt und für die Menschen zu sein. Diese Bilder gilt es zunächst zu meditieren, um von dort aus erneut auf die Wirklichkeit und die Ergebnisse der Studie zu blicken.

### **Jenseits von Anbiederung oder Ausverkauf – „Allen alles sein?“**

Die Milieuperspektive setzt eine Pluralität gegenwärtigen Lebens (und Glaubens) voraus und ist zugleich ihre Folge. Menschen sind verschieden. Um aber mit der Verschiedenheit umgehen zu können, vergrößern Milieu-Studien wiederum. Sie fügen ähnlich gelagerte Vorlieben und Lebensstile zusammen. Hier liegen Chancen wie Versuchungen. Denn niemand ist „Mitglied“ eines bestimmten Milieus. Niemand hat sich entschieden, ein „Moderner Performer“ oder ein „Experimentalist“ zu sein. Insofern ist Vorsicht geboten bei diesen Zuschreibungen, die in den „Jugendstudien“ 2008 und 2012 sowie in der Studie 2013 (dort leider nicht durchgehend) einem veränderten Sprachgebrauch („Milieuorientierung“, „Lebenswelten“) gewichen sind. Milieu-Studien erleichtern die Orientierung in der Vielfalt von Lebenswelten. Sie sind aber keine Klassifizierung der einzelnen Person. Insofern ist immer zu beachten, was der Pastoraltheologe Reinhold Bärenz „Sehen der Person“ nennt (Bärenz 1998, 57).

## 1. Gesucht: Pluralitätskompetenz

Fördern Milieustudien eine weitere Zergliederung der Pastoral in Angebote für verschiedene Zielgruppen? Widerspricht dies nicht dem Wesen der Kirche, die doch eine Gemeinschaft von Glaubenden ist, die Milieus übergreifen will, eine Gemeinschaft, in der es gerade nicht mehr „Sklaven und Freie, Männer und Frauen, Griechen und Juden, sondern nur noch den einen Christen gibt“ (vgl. Gal 3,28)? So richtig es ist, dass es in der Gemeinschaft der Glaubenden eine grundlegende, „wahre Gleichheit“ gibt, so gilt doch zugleich, dass diese Einheit eine Einheit in Unterschiedlichkeit ist (vgl. LG 32). In der Kirche stehen daher noch Lernprozesse an, Einheit neu zu verstehen – nicht als Uniformität, sondern in Diversität. Voraussetzung dafür ist eine je individuell zu erwerbende „Pluralitätskompetenz“.

Dazu gehört es, die Unterschiedlichkeit der Menschen wahrzunehmen und zu kennen, um sie anzuerkennen. Das „Sehen der Person“, der persönliche und individuelle Zugang, der unverzichtbarer Bestandteil jeder Pastoral ist, hilft dazu. Keine empirische Studie ersetzt die konkrete Anschauung in der Begegnung mit dem einzelnen Menschen. – Diesbezüglich ist noch heute aufschlussreich, welche Bedeutung dem schlichten und zur damaligen Zeit noch selbstverständlichen Instrument der „Pfarrkartei“ im Handbuch der Pastoralthologie (1968) zugemessen wird (vgl. 220f.).

Milieustudien fördern nicht eine Segmentierung der Gesellschaft (bzw. der Kirche) in Gruppen und Grüppchen, sie decken diese auf. Pluralität ist eine unhintergehbare Voraussetzung des Lebens heute, die in ihrem Fahrwasser Tendenzen der Segmentierung und Segregation mit sich bringt. In diesem Sinne bleibt die Herausforderung „allen alles zu sein“, wie es der Apostel Paulus tat: „Den Schwachen wurde ich ein Schwacher, um die Schwachen zu gewinnen. Allen bin ich alles geworden, um auf jeden Fall einige zu retten“ (1 Kor 9,22).

## 2. Radikale Bedürfnisorientierung?

Mit dem Blick auf die Milieus und Lebenswelten der Menschen von heute geht die Frage nach ihren Bedürfnissen einher. Folgt man der Analyse des englischen Theologen Pete Ward, dann geht es den Menschen heute nicht

---

<sup>7</sup> Vgl. im Anschluss an Überlegungen von L. Krappmann, H. Luther und zum „pluralen Subjekt“ von W. Welsch: Höring 2001.



mehr um die Stillung von Bedürfnissen („need“), sondern um die Stillung von Sehnsüchten („desire“) (vgl. Ward 2005, 72f). Sein Vergleich mit dem Konsumverhalten heutiger Menschen, das in gleicher Weise auch auf den Umgang mit Religion zutrifft<sup>8</sup>, zeigt, wie sehr Menschen beim Einkauf im Supermarkt und in der Shopping-Mall nicht mehr ihren Bedürfnissen, sondern ihrem Verlangen folgen, bestimmte tiefer liegende Sehnsüchte zu stillen. Gerhard Schulze bezeichnete dies einst als „Erlebnisrationalität“ (vgl. Schulze 1992, 35).

Nehmen wir das Verhalten der Menschen aber ernst, geht es nicht nur um die oberflächliche Stillung von Verlangen, wie etwa nach einem kühlen Bier oder dem Drang nach einem bestimmten Gefühl, das sich einstellt, sobald man Kleidung einer bestimmten Marke trägt. Hinter den kleinen Sehnsüchten identifiziert Ward tiefer liegende Sehnsüchte, die mit der Erlösungsbotschaft des Evangeliums korrelieren.

Doch Vorsicht ist geboten: Man muss nur die Bedürfnispyramide von Abraham Maslow (vgl. Maslow 2002) heranziehen, um sich daran zu erinnern, dass dies kein Gegensatz ist. Menschen haben nach wie vor basale Bedürfnisse und Nöte, denen Kirche wirksam begegnen kann. Sie zugunsten anderer Bedürfnisse und Sehnsüchte gering zu achten, ist ebenso unangemessen, wie sich allein auf diese zu kaprizieren. Die seelsorgliche Grundhaltung gilt weiterhin: Einem hungernden Menschen ist erst einmal etwas zu essen zu reichen, bevor vom Evangelium gesprochen werden kann, da er des Heiles bedürftig ist nicht obwohl, sondern indem er hungert. Zur Klärung dieser Situation können die Milieustudien hilfreich sein.

### **Auf dem Weg zu einer neuen Sozialgestalt von Kirche**

Im Milieuhandbuch 2013 überrascht nicht, dass Menschen konservativerer Wertorientierungen eine Vorstellung von Glauben mitbringen, der stärker institutionell geprägt ist als in moderneren Wertorientierungen (vgl. MDG-Milieuhandbuch 2013, 16–19). Insofern kommt auch der Kirche hier eine größere Bedeutung zu – wenn auch nur als Plattform für die Entwicklung eines persönlichen Glaubens<sup>9</sup> – als dort, wo Glaube etwas ist, was vollkommen jen-

---

<sup>8</sup> Vgl. ebd. 58–64. Die Sinus-Jugendstudie 2012 spricht von „religiösen Touristen“ (vgl. Calmbach 2012, 78). D. Hervieu-Léger bezeichnet dieses Verhalten als das eines „Pilgers“ (vgl. Hervieu-Léger 2004).

<sup>9</sup> Dies wird noch deutlicher in der Jugendstudie 2012. Vgl. Calmbach 2012, 77–82.

seits von Institutionen zu entwickeln bleibt. Genau an dieser Stelle entstehen die Spannungen zwischen (katholischem) kirchlichem Selbstverständnis und moderner Lebens- und Wertorientierung. Eine Möglichkeit, Kirche neu zu denken, offeriert der schon genannte anglikanische Theologe Pete Ward. Er unterscheidet die bisherige Gestalt der Kirche als „Solid Church“ von jener zukünftigen, die er in Anknüpfung an den Soziologen Zygmunt Baumann, Verfasser des Werkes „Flüchtige Moderne“ („Liquid Modernity“), „Liquid Church“ nennt.

### 1. Solid Church – Liquid Church

Während die „Solid Church“ sich definiert durch Mitgliedschaft, regelmäßige Anwesenheit und Mitwirkung, durch Begriffe wie Gemeinschaft und Zusammenhalt, Gottesdienste, die von einer „one-size-fits-all“-Mentalität geprägt sind, durch Insider-Sprache und eine Club-Mentalität (vgl. Ward 2005, 17–21), hat eine „flüchtige“ Kirchengestalt ganz andere Charakteristika. Sie versteht sich als Netzwerk, nicht als Versammlung, eher als „Verb“ denn als „Nomen“, als etwas, das man tut, und nicht etwas, zu dem man hingehet (vgl. ebd. 2–4). „Flüchtige Kirche“ ist ein Netzwerk, zweifellos mit Knotenpunkten, aber im Wesentlichen etwas, das durch eine gemeinsame Mitte und nicht durch eine örtliche Anwesenheit oder eine formale Mitgliedschaft gekennzeichnet ist. Eine solche Kirche ereignet sich dort, wo diese gemeinsame Mitte, Christus selbst, präsent wird<sup>10</sup>. Dazu verweist Ward auf die Texte des Apostels Paulus, die vom „In-Christus-Sein“ sprechen (vgl. Ward 2005, 36f). Kirche ereignet sich da, wo Menschen „in Christus sind“, sich mit Ihm verbunden fühlen, in Seinem Namen aufeinander treffen, in Kontakt kommen, Beziehung erleben. Ward nennt als Beispiel das Erlebnis eines Studenten, der in einem Café einen anderen Freund traf, und beide spürten mit einem Male, dass Christus in ihrer Mitte war und somit Kirche entstand (vgl. ebd. 2).

Ein solcher Blick weitet das kirchliche Herz und den institutionsverhafteten Blick für neue Formen des Kirche-Seins jenseits von Strukturen, Gebäuden oder anderen formalen Gesichtspunkten. Ins Blickfeld geraten vielmehr jene, die als bewegliche Moleküle des Christ-Seins in der Gegenwart und in

---

<sup>10</sup> Dies entspricht auch dem katholischen Selbstverständnis von Kirche als einer *Koinonia*, einer durch Teilhabe und Beziehung gekennzeichneten Gemeinschaft, für die ebenfalls nicht eine formale Mitgliedschaft, sondern die innere Zugehörigkeit zu Jesus Christus identitätsstiftend ist. Vgl. dazu Höring 2000, besonders 189–248.

ihren Milieus unterwegs sind. Natürlich brauchen auch diese Knotenpunkte, an denen sie sich anlagern und kondensieren können. Aber sie kommen wieder in den gasförmigen Zustand, um an anderen Orten, mit anderen Leuten erneut zu kondensieren. Bisherige Formen von Kirche (Einrichtungen, Pfarreien, Dienste) werden damit nicht überflüssig. Für bestimmte Zielgruppen und als Knotenpunkte bleiben sie notwendig. Aber Pete Ward zeigt, dass auch diese Formen von Kirche, die „Solid Church“, ebenfalls längst von den Kennzeichen der Moderne (Auswahlmentalität, Gebrauchswertorientierung, partielle Inanspruchnahme etc.) durchdrungen sind.

Ein solches Bild verhindert, dass sich Kirche von den modernen oder gar postmodernen Wertvorstellungen abkoppelt. Ein mitgliedschaftsfixiertes Verhalten (Festhalten an der Pflicht zur regelmäßigen Teilnahme und Mitwirkung, Pflegen von Insidersprache, Nutzung interner Kommunikationskanäle [z. B. das Pfarrblatt, das nur den Gottesdienstbesuchern zugänglich ist], Abwertung partiellen Teilnahmeverhaltens etc.) verhindert den Zugang zu Jesus Christus, verhindert ein Weitergehen der guten Botschaft, was bislang ganz gut in Formen der „Solid Church“ gelang. Das Bild der „flüchtigen Kirche“, der gasförmigen Glaubensträger, kann eine Hilfe sein, neue Formen von Kirche zu entwickeln, die den Bedürfnissen der Menschen, noch mehr ihren Sehnsüchten entsprechen.

## 2. Grenzen des Machbaren

Eine solche Entwicklung ist kein Automatismus. Sie muss gewollt und unterstützt werden. Und zugleich wird es auch Zurückweisung und Enttäuschung geben, wo das Wort Gottes auf steinigem Boden oder unter Dornengestrüpp gerät. Wo es nicht gelingt, mit Menschen über das Angebot des christlichen Glaubens in ein Gespräch zu kommen, ist zu fragen: Kommt die Botschaft vom Gott des Lebens bei Menschen dieser Orientierung nicht an, weil sie – jenseits ästhetischer Barrieren – gar nicht ankommen kann? Es wäre darüber nachzudenken, ob nicht nur die derzeitige Gestalt, sondern auch der Gehalt des christlichen Glaubens für Menschen bestimmter Milieus nichtssagend bleiben muss. Es ist also nicht nur die Frage zu stellen: *Wie* muss ich die Botschaft vom Gott des Lebens verkünden? Vielmehr ist noch fundamentaler danach zu fragen: *Was* von dieser Botschaft ist für das Leben eines „Modernen Performers“, eines „Experimentalisten“ oder eines „Hedonisten“ weiterführend? Gleichzeitig ist kritisch auch die Praxis in und mit den in der Kirche überrepräsentierten Milieus zu hinterfragen: Was verkündigen wir eigentlich, wenn wir die „Bürgerliche Mitte“ mit unseren Angeboten zufriedenstellen? Welche Botschaft senden wir, wenn sich „Traditionsverwurzelte“ und „Konservative“ in unseren Gottesdiensten zu Hause fühlen?

Grenzen der Verkündigung scheinen dort auf, wo der christliche Glaube keine „Lücke“ zu füllen, keine Anknüpfung an ein Bedürfnis zu finden scheint. Hier wird am deutlichsten, dass ein funktionales Verständnis von Kirche und Glaube als „Lückenfüller“ ungeeignet ist. Daher stellen die post-modernen Lebenswelten Kirche und ihr Handeln am stärksten in Frage, werfen aber zugleich die Kirche zurück auf ihren eigentlichen Auftrag. Denn der Glaube ist nicht marktformig. Er ruft jeden in die Metanoia, in die Entscheidung, in die Um- und Hinkehr zu Gott, Menschen experimentalistischer Lebenseinstellungen wie traditionell lebende.

## 3. Was bleibt also von der Milieuforschung?

Es bleibt die noch einmal deutlicher und differenzierter dokumentierte, letztlich aber schon seit den 1990er Jahren und der Studie von Gerhard Schulze (Schulze 1992) mehrfach benannte (vgl. etwa Ebertz 1997) Notwendigkeit, eine vorhandene Milieuverengung aufzubrechen, starke Zentripetalkräfte, die die Pfarrei zur sicheren Burg einzelner Milieus machen, umzukehren – nicht aus marktformigem Pragmatismus (und damit letztlich aus reiner Rekrutierungsabsicht), sondern aus fundamentaltheologischer Notwendigkeit. Fahrt hinaus! Geht zu den Menschen und lernt sie kennen,

um das Evangelium neu kennenzulernen, gemäß der Empfehlung von Klaus Hemmerle: „Laß mich dich lernen, dein Denken und Sprechen, dein Fragen und Dasein, damit ich daran die Botschaft neu lernen kann, die ich dir zu überliefern habe“ (Hemmerle 1983, 309). Kirche braucht die ihr unvertrauten Milieus nicht, um ihre Kirchenbänke zu füllen, sondern um das Evangelium im Lichte der Gegenwart neu verstehen zu können.

#### Literatur:

- Bärenz, Reinhold, Frisches Brot. Seelsorge, die schmeckt, Freiburg/Br. 1998.
- Bucher, Rainer, Wider den sanften Institutionalismus der Gemeinde.  
Zur Priorität der Pastoral vor ihren sozialen Organisationsformen,  
in: Lebendige Seelsorge 57 (2006) 64–70.
- Calmbach, Marc u. a., Wie ticken Jugendliche? 2012. Lebenswelten von  
Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland,  
Düsseldorf 2012.
- Cray, Graham, Focusing church life on a theology of mission, in:  
Croft, Steven (Hg.), The Future of the Parish System. Shaping the Church  
of England for the twenty-first Century, London 2006, 61–74.
- Ebertz, Michael N., Kirche im Gegenwind. Zum Umbruch der religiösen  
Landschaft, Freiburg/Br. 1997.
- Ebertz, Michael N./Fuchs, Ottmar/Sattler, Dorothea (Hg.), Lernen, wo die  
Menschen sind. Wege lebensraumorientierter Seelsorge, Mainz 2005.
- Elhaus, Philipp/Hennecke, Christian (Hg.), Gottes Sehnsucht in der Stadt.  
Auf der Suche nach Gemeinden für Morgen, Würzburg 2011.
- Flohr, Florian, Das Evangelium verkaufen? Die Ausrichtung der Pastoral auf  
Sinusmilieus als Herausforderung für die interdisziplinäre Arbeit zwi-  
schen Marketing und Theologie, in: Wege zum Menschen 64 (2012) 3–18.
- Freitag, Michael u. a. (Hg.), Lebensraum Jugendkirche. Institution und  
Praxis, Hannover 2012.
- Freitag, Michael/Scharnberg, Christian (Hg.), Innovation Jugendkirche.  
Konzepte und Know-How, Hannover/Kevelaer 2006.
- Handbuch der Pastoraltheologie. Praktische Theologie der Kirche in ihrer  
Gegenwart. Band 3. Freiburg i. Br. – Basel – Wien 1968.
- Haslinger, Herbert, Lebensort für alle. Gemeinde neu verstehen, Düsseldorf  
2006.
- Hauschildt, Eberhard/Kohler, Eike/Schulz, Claudia, Wider den Unsinn im  
Umgang mit der Milieuperspektive, in: Wege zum Menschen 64 (2012)  
65–82.

- Hemmerle, Klaus, Was fängt die Jugend mit der Kirche an? Was fängt die Kirche mit der Jugend an?, in: Internationale Katholische Zeitschrift *Communio* 12 (1983) 306–317.
- Hervieu-Léger, Danièle, Pilger und Konvertiten. Religion in Bewegung (Religion in der Gesellschaft 17), Würzburg 2004.
- Hobelsberger, Hans u. a. (Hg.), Experiment Jugendkirche. Event und Spiritualität, Kevelaer 2003.
- Höring, Patrik C., Jugendlichen begegnen. Jugendpastorales Handeln in einer Kirche als Gemeinschaft (Praktische Theologie heute 41), Stuttgart 2000.
- Höring, Patrik C., Identität in radikaler Pluralität, in: *Diakonia* 32 (2001) 278–284.
- Maslow, Abraham H., Motivation und Persönlichkeit, Reinbek 2002.
- MDG MedienDienstleistung GmbH (Hg.), MDG-Milieuhandbuch 2013. Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus, Heidelberg/München 2013.
- Mission-shaped church. Church planting and fresh expressions of church in a changing context, London 2004.
- Missionarisch Kirche sein – Offene Kirchen, brennende Kerzen, deutende Worte, hg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Die deutschen Bischöfe 72), Bonn 2003.
- Müller, Petro, Gemeinde: Ernstfall von Kirche. Annäherungen an eine historisch und systematisch verkannte Wirklichkeit, Innsbruck – Wien 2004.
- Schulze, Gerhard, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/M. 1992.
- Stams, Elisa, Das Experiment Jugendkirche. Die ersten Jahre der Jugendkirche TABGHA in Oberhausen. Eine exemplarische Fallstudie zur Problematik jugendpastoraler Neuorientierung, Stuttgart 2008.
- Ward, Pete, Liquid Church, Peabody/Carlisle 2005.
- Werbick, Jürgen, Warum die Kirche vor Ort bleiben muss, Donauwörth 2002.
- Wollbold, Andreas, Die Pfarrei ist ein Markenartikel, in: Lebendige Seelsorge 57 (2006) 71f.
- „Zeit zur Aussaat“. Missionarisch Kirche sein, hg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Die deutschen Bischöfe 68), Bonn 2000.

*Dr. Patrik Höring ist Referent für Jugendpastorale Grundlagen im Erzbistum Köln und Professor für Katechetik und Didaktik des Religionsunterrichts an der Philosophisch-Theologischen Hochschule SVD St. Augustin.*