

Wer Missionare senden will, der muss sie auch schulen

Zum Nutzen von Milieustudien für die Zukunftspastoral

Dieser Beitrag will die Nützlichkeit und die Leistungskraft von soziologischen Milieustudien für eine missionarische Pastoral nachweisen. Dazu geht er zwei Schritte: Zunächst werden anhand eines kommunikationstheoretischen Modells sieben Bewährungsdimensionen überzeugenden Christseins vorgestellt. Der zweite Schritt leuchtet dann aus, inwiefern Milieustudien in diesen Bewährungsdimensionen weiterhelfen.

Von Matthias Sellmann

MATTHIAS SELLMANN

geb. 1966, Dr. theol. und Sozialwissenschaftler, ist stellvertretender Leiter der Katholischen Sozialethischen Arbeitsstelle der Deutschen

Bischofskonferenz (KSA) in Hamm. Tätigkeit als Berater im Schnittpunkt von Kirche und moderner Kultur: Er ist Initiator und Leiter des Projektes, das zu den kirchenspezifischen Milieustudien des Instituts Sinus Sociovision führte. Matthias Sellmann ist verheiratet und Vater von drei Kindern.

Um die Herausforderung einer missionarischen Pastoral auf den Punkt zu bringen, hat der Essener Cartoonist Thomas Plassmann eine witzige Zeichnung gemalt. Fünf Leute stehen zwanglos zusammen und reden. Wir werden als Betrachter genau in dem Augenblick eingeblendet, in dem einer der fünf offenbar gerade, frei nach 1 Petr 3,15, berichtet hat, dass er Christ ist. Er guckt selber ganz verdutzt, erschrickt aber richtig, als einer der anderen ihn fragt: „Christ? Ach, interessant ... Und was macht man da so?“

Diese Frage ist ganz wunderbar gestellt. In ihr wird ein komplexer

Zusammenhang sehr simpel zusammengefasst. Meiner Meinung nach enthält die Frage alle sieben Dimensionen, in denen sich ein Inlandsmissionar heute bewähren sollte. Diese Dimensionen werden im Folgenden abgeleitet aus einem Modell der Kommunikationstheorie.

Sieben Dimensionen überzeugenden Christseins

1. „Was macht man?“ – oder die Frage nach der Kompetenz: Die Frage zielt auf das Machen: Wie kann ich von den Christen profitieren? Wer so fragt, offenbart sich selbst

als Pragmatiker. Und Pragmatismus ist eben die kennzeichnende Mentalität der Zeitgenossen heute. Ob man den ‚Religionsmonitor‘ befragt oder die ‚Shellstudien‘ oder die diversen ‚Medienbarometer‘: Unisono heißt es, dass die Leute heute ihre Kultur nach einem konkreten Nutzen befragen, nach dem Ertrag ihrer Investitionen. Sie fragen: Kannst Du was?, und sie erwarten die Formulierung von Angeboten, die ihnen wirklich etwas bringen. Das heißt: Der Missionar muss etwas können. Die Botschaft, für die er antritt, muss er auch erkennbar konkret auf die Lebensprobleme seiner Adressaten beziehen können. Das Signal, das gesendet werden sollte, lautet: „Wir vermitteln dir Lösungen für Fragen, die dein Leben dir stellt.“ Die Frage nach der Kompetenz wird in einer missionarischen Pastoral zur Frage nach dem Angebot: Wer erwartet welche Dienstleistung von der Kirche?

2. „Was macht man da so?“ – oder die Frage nach der Organisation: Der Frager sieht den ihm gegenüberstehenden Christen als einen von vielen. Es gibt ein ‚Man‘ des Christseins, eine kollektive Dimension. Übersetzt könnte man fragen: „Seid Ihr viele? Steht hinter Dir als Glaubenszeuge ein starkes Team?“ Die Leute heute sind Bewohner/innen einer Organisationsgesellschaft und entwerfen sich als Kunden gegenüber einer Organisation. Optimalerweise lernt dadurch die Organisation. Man kann sagen: Der Kunde heißt Kunde, weil er die Kunde bringt, wie die Organisation sich noch besser in ihre Kultur einbringen kann. Das heißt: Auch Missionare wünscht man sich als Teil einer lernenden Organisation. Das Signal sollte heißen: „Die Kirche von (hier bitte Ihr Bistum eintragen) arbeitet zusammen, um dich zu erreichen.“ Die Frage nach der Organisation wird in einer missionarischen Pastoral zur Frage nach der dauernden und vitalen Tüchfüh-

lung mit dem Kirchenkunden: Wie und was können wir als Missionare von Euch lernen?

3. „Was macht man da so?“ – oder die Frage nach der Kontinuität: Der Frager unterstellt, dass es so etwas wie Routinen und Stile des Christseins gibt. Man möchte, dass die Antwort auf Lebensfragen eine soziale Gültigkeit über die Tagesaktualität hinaus behält. In der Frage schwingt ein Bedürfnis nach Kontinuität mit, etwa in der Umschreibung: „Hältst Du auch morgen noch, was Du heute versprichst?“ Hier geht es um die Kategorie der ‚kirchlichen Sozialform‘. Es geht um die Orte, an denen ich sehen und erleben kann, was Christen ‚so machen‘. Ein gutes Kommunikationssignal würde lauten: „Es lohnt sich, sich unsere Gesichter zu merken, denn wir sind in deiner Nähe.“ Die Frage nach der Kontinuität wird in einer missionarischen Pastoral zur Frage nach der Gemeinschaftsform: Welche Form von kirchlicher Gemeinschaft entspricht Dir?

4. „Was macht man da – und was nicht?“ – oder die Frage nach der Priorität: Wer nach etwas Konkretem fragt, fragt implizit auch immer nach dem, was durch das Konkrete unterschieden, negiert wird. Die Frage „Was macht man da so?“ führt auch mit sich, ob Christen ihre Prioritäten klar haben. Tatsächlich zeigen vor allem Jugendstudien, dass ein klares Bild über das, wofür Kirche antritt, vielen fehlt. Wofür ist Kirche da? Mich überzeugt die schöne Formulierung von Bischof Joachim Wanke im Gefolge von 2 Kor 4,15: „Kirche ist dazu da, den Dank an Gott zu vervielfachen.“ Kirche ist dort Kirche, wo sie Menschen Grund zum Dank gibt (Diakonie), diesen Dank auf Gott bezieht (Martyrie) und darum feiert (Liturgia). Kirche ist dort fehl am Platz, wo sie auf sich selbst verweist und Menschen in Aktivitäten verwickeln will, die vor allem dem eigenen Bestandserhalt dienen. Der Missionar ist einer, der weiß, wofür

er geht und steht – und wofür nicht. Das Kommunikationssignal lautet also: „Wir möchten, dass Du mit uns Gott dankst.“ Die Frage nach der Priorität wird in einer missionarischen Pastoral zur Frage nach dem Inhalt: Über was spreche ich zu Dir?

Bis hierhin reicht die wörtliche Exegese der gestellten Frage. Drei weitere Dimensionen ergeben sich aus dem Beziehungsaspekt, der konstitutiv ins Spiel kommt, wenn man nach dem Glauben fragt.

5. „Hast Du mich im Blick?“ – oder die Frage nach der Adressatengenauigkeit: Implizit schwingt in der Frage an den Christen die Hoffnung mit, dass die Antwort sich in den Horizont des Fragers einfügt. Aus der Antwort soll ein Interesse an der Lebenssituation des Fragers erschließbar sein. Analytisch wissen wir, dass unsere Zeitgenossen heute Respekt gegenüber ihrer religiösen Selbstermächtigung erwarten: Nicht nur sie sollen einem religiösen Deutungsentwurf entsprechen, sondern dieser muss auch zu ihnen passen. Ein gutes Kommunikationssignal lautet: „Wir wissen, dass die Menschen heute nach verschiedenen Logiken ticken und als Subjekte angesprochen werden wollen.“ Die Frage nach der Adressatengenauigkeit wird in einer missionarischen Pastoral zur generellen Frage nach dem Menschen: Wer bist Du? Wie tickst Du? Wie kann ich Dich verstehen?

6. „Kann ich Dir glauben?“ – oder die Frage nach der Authentizität: Wer einen anderen nach seinem lebensbestimmenden Glauben fragt, der fragt nicht nur nach Worten, sondern eigentlich nach der Deckung von Antwort und Person. Nach wie vor wird man sagen können: Glaubensweitergabe ist fundamental an konkrete Interaktion, an face-to-face gebunden. Ob ich der über die Maßen erstaunlichen Botschaft vom Christsein glaube, hängt entscheidend davon ab, ob ich den Reflex

dieser Botschaft an den Gesichtern und den Körpern der von ihr Geprägten ablesen kann. Das Kommunikationssignal des überzeugenden Missionars ist dieses: „Wer mir begegnet, begegnet einem Geheimnis.“ Authentisch sind wir nicht auf uns hin, sondern auf das Geheimnis hin, das uns begeistert und verwundet hat. Die Frage nach der Authentizität wird in einer missionarischen Pastoral zur generellen Frage nach der Person des Missionars: Als wer trete ich den Menschen gegenüber? Bin ich glaubwürdig? Kenne ich mich selbst überhaupt? Und glaube ich selbst, was ich verkünde?

7. „Wirst Du dich für mich einsetzen?“ – oder die Frage nach der Hingabe: Zuletzt – oder zuerst? – werden wir in einer missionarischen Kirche etwas zu beachten haben, was in der Volkskirche eher unterbelichtet war: Das angebrochene Reich Gottes wird nicht durch Pläne, Programme und Strukturen präsent gesetzt, sondern durch Schmerz, Hingabe und Herzblut. Am Anfang einer missionarischen Kirche in Deutschland steht nicht die Organisation, nicht das Berufsbild, nicht die Rolle, nicht das Budget und nicht der Raum. Am Anfang steht die Hingabe von Menschen, die bestimmte Zustände einfach nicht

akzeptieren und daher ändern wollen. Diese Menschen identifizieren Probleme diakonischer, martyriologischer oder liturgischer Art und aktivieren den kirchlichen Apparat, um sie zu lösen. Das geeignete Kommunikationssignal solcher burning persons ist: „Ich tu hier mehr als meine Pflicht – für Dich.“ Die Frage nach der Hingabe wird in einer missionarischen Pastoral zur Frage nach der Motivation des Missionars: Wie kann ich mich immer neu begeistern? Was erfrischt mich? Woher beziehe ich meine Power?

Das folgende Schema fasst die bisherigen Überlegungen zusammen.

Dimension überzeugender Kommunikation	Kommunikationssignal des Missionars	Bezug auf missionarische Pastoral
Kompetenz (<i>competence</i>)	„Wir vermitteln dir Lösungen für Fragen, die dein Leben dir stellt.“	Frage nach dem Angebot missionarischer Pastoral
Organisation (<i>cooperation</i>)	„Die Kirche von (hier bitte Ihr Bistum eintragen) arbeitet zusammen, um dich zu erreichen.“	Frage nach der Rückwirkung missionarischer Kommunikation auf die kirchliche Organisation
Kontinuität (<i>continuity</i>)	„Es lohnt sich, sich unsere Gesichter zu merken, denn wir sind in deiner Nähe.“	Frage nach dem Panorama kirchlicher Sozialformen
Priorität (<i>concentration</i>)	„Wir möchten, dass du mit uns Gott dankst.“	Frage nach dem Inhalt missionarischer Rede
Adressatengenaugigkeit (<i>customizing</i>)	„Wir wissen, dass die Menschen heute nach verschiedenen Logiken ticken und als Subjekte angesprochen werden wollen.“	Frage nach dem Adressaten missionarischer Pastoral
Authentizität (<i>credibility</i>)	„Wer mir begegnet, begegnet einem Geheimnis.“	Frage nach der Person des Missionars
Hingabe (<i>commitment</i>)	„Ich tu hier mehr als meine Pflicht – für dich.“	Frage nach der Motivation des Missionars

► *Missionarische Pastoral ist nicht nur eine Frage der Gesinnung, sondern auch eine der Professionalität. Soziologische Milieustudien sind hervorragend geeignet, die Missionare von morgen zu qualifizieren und zu motivieren.*

Die Leistungskraft soziologischer Milieustudien

Vielen pastoralen Mitarbeiter/-innen ist seit den letzten beiden Jahren das Gesellschaftsmodell des Lebensweltforschungsinstitutes Sinus Sociovision bekannt. Es kann hier nicht näher vorgestellt werden. Wichtig ist aber die Feststellung, dass gegenwärtig in fast 20 Bistümern der deutschen Kirche Instrumente der Milieuforschung bei der Pastoralplanung eine zum Teil gewichtige Rolle spielen. Diese enorme Akzeptanz und Resonanz des Modells beruht wesentlich darauf, dass die erzielten Erkenntnisse in allen sieben Dimensionen missionarischer Pastoral leistungsstark sind.

Adressatengenaugigkeit – Frage nach dem Gegenüber missiona-

rischer Pastoral: Den offensichtlichsten Beitrag leisten Milieustudien sicherlich in der Dimension der Adressatengenaugigkeit. Wer sich mit der Soziologie von Milieus intensiver beschäftigt, dem geht die Erkenntnis in Fleisch und Blut über, dass Menschen sich heute in klar konturierten und klar voneinander trennbaren kulturellen Mustern bewegen. Zwar ist jede/r als Individuum unterwegs, aber genau das muss man sich eben auch sozial bestätigen lassen. Um von den für mich wichtigen Anderen als der erkannt zu werden, der ich sein will, muss ich nicht nur das Besondere, sondern auch das Typische meiner selbst kommunizieren.

Kompetenz – Frage nach dem Angebot missionarischer Pastoral: Hat man die grundlegende Verschiedenheit der Milieuwelten erst einmal studiert, und hat man das Fakt des Mangels an einer kulturellen Zentralperspektive akzeptiert, wird schnell deutlich, dass aus den je verschiedenen sozialen Eigenlogiken je andere Sichten auf Kirche und je andere religiöse Stile resultieren. Milieustudien können diese Verschiedenheit auf die Frage hin konkretisieren, wer aus welchem Grund welche kirchliche Kompetenz abfragt. Die ‚Kirchenstudie‘ hat dies etwa auf die Wünsche an pastorale Hauptamtliche hin präzisiert. Von pastoralen Akteuren wünschen sich demnach ‚Konsum-Materielle‘ die Kompetenz als ‚Sozialarbeiter‘; ‚Experimentalisten‘ die Kompetenz als ‚Mystiker‘; ‚Konservative‘ die Kompetenz als ‚Glaubenshüter‘; die ‚Bürgerliche Mitte‘ die Kompetenz als ‚Animateur‘. Ganz analog kann näher identifiziert werden, über welche Kommunikationskanäle kirchliche Angebote wen am besten erreichen: ‚Moderne Performer‘ übers Internet, ‚Traditionsverwurzelte‘ über das

ZDF, ‚Postmaterielle‘ über Stadtteilzeitungen und so weiter.

Kontinuität – Die Frage nach der Gemeinschaftsform missionarischer Pastoral: Versteht man missionarische Pastoral ganz kurz und im Gefolge von Dieter Emeis als den Wunsch, ‚dass andere mit mir Christ sein möchten‘, dann wird deutlich, dass man nicht nur Sehhilfen braucht, wer und wo diese anderen denn überhaupt sind. Man braucht auch das Wissen über ihre Wünsche an kirchliche Gemeinschaftlichkeit. Auch in dieser Dimension kann soziologische Empirie sehr hilfreich sein. Man forscht dann, etwas gestellt ausgedrückt, nach ‚milieutypischen Vergesellschaftungsstilen‘. Und die Erkenntnisse sind ergiebig: Es zeigt sich hier etwa, dass viele Milieus wenig mit dem Familienideal von Kirchengemeinden anfangen können. In den Milieus der ‚Etablierten‘ oder der ‚Hedonisten‘ gelten die Gesellungsformen klassischer Gemeinden, also ihre hohe Neigung zu Kreisen, Gruppen, Fahrten und Treffen, als bieder und harmonistisch. Andere Formen kirchlicher Orte rücken in den Blick: ‚Performer‘ etwa schätzen Events als episodale Form kirchlicher Vergemeinschaftung; ‚Postmaterielle‘ bilden Bewegungen; ‚Experimentalisten‘ besuchen Zentren als Kristallisationspunkt von Szenen; ‚Etablierte‘ schätzen Akademien als Kirchorte.

Priorität – Die Frage nach dem Inhalt missionarischer Pastoral: Auch wenn Milieustudien natürlich nicht das Geschäft der Theologie übernehmen können und wollen, gibt es doch auch eine bestimmte Leistungskraft hinsichtlich der Inhaltsdimension. Milieustudien können einsichtig machen, dass die Gottesbilder der Leute immer auch durch ihre Lebenserfahrungen geprägt werden.

LITERATURTIPP

- Michael Ebertz/Hans-Georg Hunstig (Hg.), *Hinaus ins Weite. Gehversuche einer milieusensiblen Kirche*, Würzburg, 2008.
- Matthias Sellmann, *Gemeinde und soziale Milieus (= Themenheft Gemeinde Nr. 5/2007)*, Aachen 2007.
- Carsten Wippermann/Marc Calmbach (im Auftrag von BDKJ & Misereor), *Wie ticken Jugendliche? Sinus-Milieustudie U 27*, Düsseldorf 2008.

Wer zum Beispiel in seinem ganzen Ausdruckshandeln den Wert der Ordnung hochhält – vom Tweed-akko über die Rosenzucht bis hin zur Mitgliedschaft bei den Rotariern – der wird auch in Gott vor allem den suchen, der die Ordnung der Welt schafft und erhält. Kluge Missionare werden ihre Gottesrede anschlussfähig halten an solche Prägungen. Anders gesagt: Wenn man mal mit Jürgen Habermas einräumt, dass jede auf Verständigung zielende Kommunikation den vier Kriterien von Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Bedeutsamkeit und Verständlichkeit folgen sollte, dann gilt das doch wohl auch für die Gottesrede. Milieustudien können wenig beitragen zur Wahrheit der Gottesrede, sensibilisieren aber deutlich für deren Bedeutsamkeit und Verständlichkeit.

Hingabe – die Frage nach der Motivation des Missionars: Die auffälligste Wirkung erzielen Milieustudien meiner Erfahrung nach in einer der vielleicht prekärsten Punkte der gegenwärtigen Kirchenkrise: der Motivation. Man braucht das gar nicht lange zu erklären, sondern muss es nur als Erfahrung aus jetzt sicher 200 erlebten Veranstaltungen erzählen: Ganz viele pastorale Akteure, die sich mit den Ergebnissen von Milieustudien beschäftigen, bekommen neue Lust auf Menschen und neue Lust auf Kirche.

Glaubwürdigkeit – die Frage nach der Person des Missionars: Fester Bestandteil von Schulungstagen zur Milieuthematik ist die Auseinandersetzung mit der Erkenntnis, dass natürlich auch die Akteure missionarischer Pastoral einer Milieuprägung unterliegen. Dies in zweifacher Hinsicht. Zum einen wird dem Einzelnen klarer, aus welchen Milieuhintergründen er selbst seine Basisplausibilitäten bezieht. Für viele hat diese Konfrontation Supervisionscharakter. Zum anderen – und auch dies ist eine Einsicht, die ohne Milieutheorie schwer zu präzisieren wäre – zeigen

sich Milieuprägungen ganzer Berufsgruppen innerhalb der Kirche.

Organisation – die Frage nach dem Rückfluss von missionarischer Aktivität in die Kirche: Das Wasserzeichen einer missionarischen Pastoral nach dem Geschmack des Zweiten Vatikanischen Konzils ist die Frage, wie der Rückfluss missionarischer Kontakte zum Lernen der ganzen Organisation führt. Was lernt die Kirche von den Menschen, zu denen sie sich mit einer Botschaft gesendet weiß? Die Konzilsdokumente ‚Lumen Gentium‘ und ‚Gaudium et Spes‘ inspirieren zu der Vision, dass die Kirche ihren Gott selber dadurch besser kennen lernt, dass sie ihn verkündet. So wird Verkündigung nicht zum Monolog, nicht zum Vortrag, sondern zum Prozess und zu einer Begegnung, aus der beide – Sender wie Empfänger – verändert herausgehen. Milieustudien können verdeutlichen, dass und was kirchliche Organisation von den Leuten und ihrer alltäglichen Lebensbewältigung lernen kann. ‚Konsummaterielle‘ können der Kirche zeigen, wie man auch in Krisen zusammenhält; ‚Hedonisten‘ zeigen der Kirche, dass Erlösung auch erkennbar etwas mit Spaß am Leben zu tun haben sollte; ‚Etablierte‘ erinnern daran, dass die Kirche auch eine kulturelle Verantwortung hat und so weiter. In organisationssoziologischer Diktion würde man sagen, dass es mittels missionarischer Pastoral zu einem Abgleich von Fremd- und Selbstwahrnehmung der Organisation kommt, der auch für Kirche ganz unabdingbar wichtig ist. Milieustudien speisen dabei ein, welches Image Kirche bei den Leuten hat, wie dieses entsteht und – wie gesagt – welche Veränderungsbedarfe hier von ausgehen.

Sieben Leistungsnachweise von Milieustudien in sieben Dimensionen missionarischer Pastoral. Denn wer Missionare senden will, muss sie auch gut ausbilden.