

Religion in urbaner Lebenswelt. Von Märkten und Mythen

Hans-Joachim Höhn

Wer sich Großstädten aus größerer Distanz nähert, sieht oft von ihnen gleichzeitig das, was weit auseinanderliegt: die Peripherie, an der sich Gewerbegebiete oder Reihenhaussiedlungen ausbreiten, und das Zentrum, das mit der Skyline der Banken- und Versicherungszentralen in die Höhe wächst. Aus der Distanz läßt sich erahnen, um was es in der Stadt geht. Hier wird sortiert zwischen oben und unten, zwischen groß und klein, zwischen innen und außen. Die Stadt zeigt von weitem, was sie ist: das Zentrum, in dem die großen und wichtigen Entscheidungen fallen. Großstädte sind aber nicht nur ein Zentrum, sie haben auch eins: die City. Dieses Innere ist nicht nur ihre geographische Mitte, auf die am Rand bereits mit entsprechenden Verkehrsschildern aufmerksam gemacht wird. Es markiert auch ihr Bedeutungszentrum. Hier verdichtet, verstärkt und potenziert sich Stadtleben; hier geben Städte Auskunft über ihr Selbstverständnis. Hier haben sich alle Instanzen und Institutionen etabliert, die für die Ansprüche des modernen Menschen bedeutsam sind. Dieses Faktum ist zur Norm geworden. Nur wer im Zentrum ist, ist wer. Dorthin muß man kommen, um sich zu beweisen oder etwas durchzusetzen. Wem hier etwas gelingt, der kann es überall schaffen.¹

Seit einiger Zeit ist ausgerechnet die Stadt, das Zentrum und Symbol einer säkularisierten Zivilisation, zum Ort einer unerwarteten Rückkehr des Religiösen geworden. Während die Kirchenbauten weithin zu einer Kulissenexistenz verkümmert sind, haben sich in ihrem Schatten andere religiöse Anbieter in den Vordergrund geschoben². Esoterische Sinnvermittlung und psycho-meditative Lebensorientierung sind die neuen religiösen Wachstumsbranchen. Spiritualität wird auf profanen Wegen produziert und vertrieben. Sie hat

sich neue Zielgruppen erschlossen. Ihre Kunden kommen weniger aus dem von apokalyptischen Ängsten geplagten Kleinbürgertum als aus der von Midlife Krisen bedrohten Mittelschicht, deren oberster Wert die Erhaltung ihres Leistungsvermögens und ihrer Selbstbehauptungsenergien ist. Der Typ des gebildeten und gut verdienenden Stadtbewohners sucht neben Kommerz und Karriere auch Kultur; er will ein spirituelles Sinnsystem, das seinem sozialen Status und Kontext entspricht. Angehörige der wirtschaftlichen Führungseliten, denen der Wirtschaftsstandort Deutschland und der Stillstand ihrer Karriere Sorge machen, suchen neue Ressourcen und neue Reserven des Fortschritts. Erfolgverwöhnte Singles, denen ihr beruflicher Aufstieg einiges an humaner Substanz gekostet hat, erfahren hier von der letzten großen Harmonie, welche den Kosmos durchwaltet und auch ihren Streß erträglich macht. Angehörige der Kreativ- und Marketingberufe hören von unentdeckten Tiefenkräften, die in ihnen stecken und mit denen sie noch mehr aus sich machen können. Ihnen offeriert der Esoterik- und Psychomarkt eine Stilisierung und Ästhetisierung des Daseins, die sich auffällig bruchlos den Standards des modernen Stadtlebens einfügt. Offensichtlich bestätigt sich auch hier die Vermutung, daß sich in der Stadt nur das behaupten kann, was den Bedingungen des Urbanen entspricht. Das Religiöse macht davon keine Ausnahme. Seine Antreffbarkeit hängt davon ab, daß es die Bedingungen des Säkularen erfüllt. Ist aber damit schon erwiesen, daß die Stadt nichts anderes als ein säkularer Ort ist, der vom Religiösen nur Anpassungsleistungen verlangt?

1. Charaktere der „City Religion“: Surfer, Passanten, Flaneure

Eine erster Blick in die neo-religiöse Szene einer Großstadt weckt den Verdacht, daß es hier in der Tat nur um die Erfüllung des neuzeitlichen Imperativs „höher, schneller, weiter“ mit den Instrumenten des Esoterik geht. Die Ähnlichkeiten zwischen den Strukturmerkmalen der Stadtkultur und des religiösen Marktes diesseits und jenseits des Christentums sind so auffällig, daß sich für das Ensemble seiner Produkte, Anbieter und Kunden die Sammelbezeichnung „City Religion“ nahelegt³. Hier begegnen alle Merkmale des modernen Stadtlebens – nun aber mit einem religiösen „update“.

Das Leben in der Großstadt ist tempo- und facettenreich. Moden und Allüren wechseln einander beständig ab. Es passiert viel, und

das meiste ist auch bald wieder passé. Innovationen und Nostalgien – heute entdeckt, morgen in aller Munde, übermorgen vergessen. Die Mentalität des Großstädtlers entwickelt sich entsprechend dieser Vielfalt und Vergänglichkeit, Buntheit und Vorläufigkeit des Erlebten. Es dominiert eine „surfende“ Lebensführung, wobei alle darauf aus sind, möglichst die richtige Welle zu finden. Man ist aufgeschlossen für alles Neue, hat aber auch gelernt, das Neue als vorübergehend zu relativieren; man bleibt auf Distanz und gibt sich „cool“. Bindungen, die darüber hinausgehen, sind selten und werden sorgsam ausgewählt. Langfristige Abhängigkeiten sind eher hinderlich. Jeder Aufenthalt muß ein vorübergehender Halt bleiben, es gibt nur Zwischenstationen auf dem Weg durch die zahlreichen „Szenen“, die auf die Frage antworten, wie ein interessantes Leben zu führen sei.

Die City Religion hat es darum zunächst auf die Passanten und Flaneure abgesehen, auf Menschen, die sich en passant auch für Religiöses interessieren. Hin und wieder überfällt sie eine unkalkulierbare religiöse Neugier, eine Suche nach Symbolen, in denen sich ein „Mehr und Anderes“ zur vorhandenen Wirklichkeit andeutet. Verschiedene Anbieter auf dem Markt der Weltanschauungen haben speziell diese religiöse „Laufkundschaft“ im Blick. In den Regalen der Esoterik-Buchhandlungen ist alphabetisch geordnet all jenes untergebracht, wofür es sich lohnt, Zeit und Geld aufzubringen: Atemtherapie, Bioenergetik, Chakrenöffnung ... Tarot, Yin/Yang, Zen. Etwaige Schwellenangst wird dem Unkundigen durch den Charme der Anbieter rasch genommen. Niemand fragt nach seinem bisherigen Leben, seinem Personenstand und seinen politischen Ansichten. Man führt keine Mitgliedslisten und treibt außer Kursgebühren höchstens freiwillige Spenden ein. Es gibt keine Dogmen und kein Lehramt. In der City Religion darf jeder Nähe und Distanz selbst definieren. Niemand wird gehindert zu gehen, wenn ihm das gebuchte und bezahlte Programm nicht zusagt. Die City Religion schreibt niemandem etwas vor. Und ihre Anhänger sind Leute, die sich nichts vorschreiben, sondern alles nur anbieten lassen. Die Kundenströme in der Fußgängerzone finden hier ihr Pendant in einer religiösen Mobilität, in der man im Vorübergehen von den verschiedenen Kulturen und Konfessionen Notiz nimmt. Auch in religiösen Dingen bleiben diese Zeitgenossen Passanten; sie scheuen die soziale Bindung und die weltanschauliche Festlegung.

2. *Leben unter Zeitdruck: Sofortservice und Instant-Mystik*

Das Leben in der Stadt steht in zweifacher Weise unter dem Regime der Zeit. Es herrscht stets Zeitmangel und folglich steht alles unter Zeitdruck. Pro Zeiteinheit ist möglichst viel zu erledigen und zu erleben. Die City hat sich darauf in der passenden Weise eingestellt. Hier regiert der „Instant-Effekt“. Auf engstem Raum findet der Konsument innerhalb kürzester Zeit alles, was er will und braucht. Chemische Reinigungen werben mit ihrem Sofortservice; in Fast-food-Restaurants und vor Imbißbuden gibt es keine lästigen Wartezeiten; Fotogeschäfte entwickeln Urlaubsfotos binnen einer Stunde und sogar im Handumdrehen werden von „Mister Minit“ abgebrochene Absätze an Schuhsohlen geleimt. Die Kaufhäuser gewähren freizügig Konsumentenkredite, die es erlauben, hochwertige und kostspielige Artikel zum „Mitnahmepreis“ zu erwerben. Man muß sich in der Tat beeilen mit der Anschaffung, denn viele Dinge sind nur für eine kurze Zeit „in“. Hier regiert die Mode, das Diktat des Transitorischen. Weil aber der Konsum des Vorhandenen schnell schal wird, steigt das Interesse an Praktiken und Erlebnisformen, mit denen man den Horizont des Vorfindlichen durchbrechen kann. Der neue Städter will mehr von der „wahren“ Welt erkennen, nachdem er den Schein der Warenwelt durchschaut hat. Religion ist darum wieder „in“, weil sie dem, der schon alles hat, zeigen kann, was ihm noch fehlt: Grenzverkehr mit dem Unendlichen. Aber auch hier ist Tempo angesagt. Religiöse Erfahrungen müssen im Schnellverfahren vermittelt werden. Man sucht eine Instant-Mystik, religiösen Sofortservice. Orakelformen wie das I Ging sind dabei besonders erfolgreich. Man braucht bei ihrer Anwendung nie lange auf Sonderoffenbarungen und Jenseitskontakte zu warten. Ein Wochenendseminar muß genügen, um die Kunst des Chakrenöffnens zu erlernen oder der Bachblütenherapie zu beherrschen. Die etablierten Religionen unterbietet die City Religion mit Dumpingangeboten. Was dort lebenslange Buchstabierübungen zum Begriff und zur Wirklichkeit Gottes erfordert, wird hier durch eine zweitägige Einführung in ein esoterisches Weltbild abgekürzt.

3. *Die Sinne und der Sinn: Religion als Erlebnis*

Die City lockt über die Sinne, ihre Bild- und Geräuschkulisse setzt sie bewußt als Stimulans der Kauflust ein, wobei ihre Werbestrategen die Affektlage der Kunden gezielt ansprechen. Folglich gilt auch für die City Religion die Parole: Zurück zur sinnlichen Gewißheit der Gegenwart des Göttlichen. Die Erlebnisqualität muß stimmen. Wo nichts passiert, da bleibt auf Dauer auch die religiöse Kundschaft aus. Darum ist die Esoterik-Szene auch sehr erfinderisch, das Transzendente konkret erfahrbar zu machen und es trotz seiner Distanz jedem nahezubringen. Durch die Stimulierung unbewußter Energieströme sollen jene Blockaden brechen, die verhindern, daß das Göttliche im Menschen zur Welt kommt. Der in den 1980er Jahren durchgeführten architektonischen Ästhetisierung der Alt- und Innenstädte, die vom Straßenpflaster bis zur Straßenbeleuchtung reichte, hat in den 1990er Jahren die Individuen erreicht. Wer es sich leisten kann, kümmert sich um ein passendes Styling von Körper, Seele und Geist. Während in Fitness-Studios ein rein physischer Körperkult gepflegt wird, sucht man nebenan mit der gleichen Trimm-Dich-Mentalität, Anschluß an die kosmische Urenergie zu gewinnen. Geht es in dem einen Laden um die ästhetische Aufwertung des Körpers, betreibt man in dem anderen das ästhetisch-spirituelle „working out“ der Psyche.

4. *Glauben nach Wahl: Religion im Plural*

Auf dem Markt der Weltanschauungen sieht sich das religiöse Subjekt heute immer weniger exklusiv auf eine bestimmte Konfession, Kirche oder auch Religion bezogen. Dem neu entstandenen Typ des „religiösen Virtuosen“⁴⁴ kommt entgegen, daß die Differenzierung und Pluralisierung religiöser Sinnsysteme das Entstehen spiritueller Mischkulturen begünstigt. Es hängt von den Launen des Zeitgeistes ab, ob z.B. die Gregorianik oder das mystische Heilungswissen einer Hildegard von Bingen wieder aktuell werden. Die ursprüngliche christliche Sinnggebung tritt in den Hintergrund, denn Hauptsache ist, daß „es wirkt“. Die Interessenten für eine „Religion im Plural“ binden sich nicht an Dogmen und fixe Lehrinhalte mit dem in ihren Augen obsoleten Unterscheidungscode „rechtgläubig/ungläubig“. Religiöse Virtuosen können das Enneagramm zur Selbsterforschung

heranziehen und danach das I Ging bei existentiellen Entscheidungsproblemen konsultieren; sie können ein personales Gottesverständnis ablehnen und zugleich an das Böse in Person des Teufels oder an das Gute in Person eines Engels glauben. Aus der Vielfalt von Orientierungen und Aktivitäten auf doktrinaler und ritueller Ebene wählen sie das für sich aus bzw. arrangieren es neu, was ihren jeweils aktuellen psychischen und ästhetischen Dispositionen entspricht.

Eine solche „erlebensorientierte“ Religiosität hält religiöse Objektivierungen nur insoweit für belangvoll, wie sie gewünschte innere Wirkungen hervorrufen: Gefühle, Stimmungen, Ekstasen, Betroffenheit, Ergriffenheit ... Das Interesse an religiösen Inhalten bemißt sich auch hier weitgehend danach, ob und inwieweit sie Prozesse der Selbstthematisierung und Selbstbeobachtung in Gang setzen. Zahlreiche Anbieter auf dem Markt der Sinnstifter haben sich auf diese Erwartungshaltung bereits eingestellt. Sie knüpfen bei der unerfüllten Innerlichkeit des Subjekts und seinem Bedürfnis nach einem „authentischen“ Leben an und bieten diesem Wunsch eine Projektionsfläche, in der sich das Subjekt wiedererkennt, statt diesem mit einer Umkehrforderung eine Änderung seiner Lebenspraxis zuzumuten. Es erklärt und erleichtert den Zugang zur City Religion, daß es keinesradikalen Bruchs mit der übrigen Welt und ihren Verhältnissen bedarf, wie dies etwa die Jugendreligionen der 70er Jahre kennzeichnete. Man kann in seinen alten beruflichen und sozialen Beziehungen verbleiben und sich dennoch zur spirituellen Avantgarde der Gesellschaft zählen. Die City Religion nimmt Rücksicht auf ihre Sympathisanten. Denn eines sind sie gewiß nicht: Aussteiger aus der modernen Welt. Sie führen allenfalls Doppel- und Mehrfachexistenzen. Sie leben mit Kreditkarte und Bio-rythmus, sie sind Intellektuelle ohne Skrupel vor Geld, lebensbejahende Workaholics und Öko-Kapitalisten mit dem Sinn für Ästhetik. Sie sind Vertreter einer neuen Achtsamkeit im Umgang mit sich und ihrer Umwelt. Sie sind Anwälte einer neuen Offenheit für die von einer kalten Wissenschafts- und Technikkultur übergangenen Seelenkräfte des Menschen. Zum Interesse an den schönen Dingen, am Wahren und Guten gesellt sich nicht selten auch ein Interesse für Religion. Aber eben nur vorübergehend ...

5. *Unter freiem Himmel – oder: Religionsproduktive Tendenzen in der modernen Stadt?*

Wer nach den Streifzügen durch die säkularen und neo-religiösen Erlebnismärkte der Großstädte sich der Aufgabe stellen will, die moderne Gesellschaft und den christlichen Glauben in ein produktives Verhältnis setzen zu können, tut gut daran, die urbanen Szenen nicht nur von ihrer negativen Seite her wahrzunehmen und eilfertig zu den „religionsabsorbierenden“ Kräften zu zählen⁵. Zweifellos trifft man vielerorts auf bloße Schwundstufen eines religiösen Bewußtseins und auf vielfältige Formen einer unverhüllten „Vermarktung“ religiöser Traditionen und Bedürfnisse. Dieser Befund macht es für die Theologie um so dringlicher danach zu fragen, ob nicht die ökonomische Aneignung des Religiösen nur deswegen erfolgreich ist, weil hierbei das Nichtökonomische der Ökonomie in den Blick kommt. Dieses Nichtökonomische nicht bloß den Marketingstrategen zu überlassen und seine Widerständigkeit gegenüber Vermarktungsversuchen herauszuarbeiten, wäre dann Aufgabe theologischer Ökonomiekritik. Und muß man der enormen Erlebnisnachfrage nicht noch anders auf die Spur kommen, als bloß auf das Marketinggeschick der Erlebnisanbieter zu verweisen, durch das sie ihren Zeitgenossen den Wunsch einreden, einmal etwas anderes erleben zu wollen? Nutzen sie vielleicht ein tiefer sitzendes „Erlebnisbegehren“, ein Bedürfnis nach Intensivierung des Daseins, das sie nur abrufen, aber nicht erzeugen oder manipulativ einreden können? Hat der Spielplan der Erlebnisgesellschaft nicht auch „die Darstellung des alltäglich Vermißten auf dem Programm“?⁶

Zweifellos muß ein theologisch motiviertes Interesse an der Dechiffrierung möglicher „religiöser“ Ressourcen der urbanen Erlebnismärkte kritisch bleiben gegenüber kulturell regressiven Formen gegenwärtiger Erlebnisreligiosität. Es ist durchaus damit zu rechnen, daß das Religiöse lediglich in seiner kompensatorischen Funktion nachgefragt wird oder nur als Supplement zu den Zerstreuungsangeboten der Erlebnisgesellschaft begegnet⁷. Es kann aber auch sein, daß der Erlebnismarkt eine Form der nicht-religiösen Aufnahme „religionsproduktiver“ Tendenzen der Moderne darstellt, daß sich in ihm eine Inversion und Dekontextuierung eines authentischen Suchens und Fragens nach Transzendenz vollzieht. Wer heute abseits doktrinärer Fundamentalismen am Religiösen interessiert ist, sucht

nicht das vorgefertigte Bekenntnis, das man nur noch zu übernehmen braucht, – auch nicht ein dogmatisches Lehrgebäude, das mit Logik und begrifflicher Strenge imponiert – und erst recht nicht die oberhirtliche Verwaltung einer frommen Lehre. Gefragt sind Wege und Formen einer unmittelbaren Erfahrung des Religiösen, des Mystischen, des Göttlichen. Die etablierten Kirchen und Konfessionen scheinen nur dann noch zukunftsfähig zu sein, wenn sie ritueller Erstarrung und gefühlloser Verkopfung den Abschied geben. Sie haben offenkundig nur dann eine Zukunft, wenn sie religiöse „Live“-Erlebnisse möglich machen. Zulauf erhalten solche Gruppen und Bewegungen, in denen sich das Individuum nicht bestimmten Lehrsätzen unterwerfen muß, sondern selbst zur Instanz erhoben wird, die über die Verbindlichkeit religiöser Überlieferungen entscheidet. Anstatt wie bisher auf die Tradition setzt man auf die eigene Erfahrung. An die Stelle der Autorität überlieferter heiliger Schriften tritt die Evidenz der im eigenen Erleben gefundenen Glaubensgewißheit⁸. Was Individualisierung im religiösen Kontext meint, läßt sich auf die Kurzformeln bringen: Spiritualität im „do-it-yourself-Verfahren“, „Was Gott ist, bestimme ich!“⁹ Gesucht wird Sinn ohne ein dogmatisches Sinnsystem.

Gegen solche Anmutungen bringt es der Kirche wenig ein, den Sinn von Sinnsystemen allein mit den Mitteln der Dogmatik einsichtig machen zu wollen. Aber aus der Gefahr einer kulturellen Marginalisierung kommt das Christentum sicher auch nicht heraus, wenn es einfachhin die Handlungsmuster der Erlebnisgesellschaft übernimmt und dem säkularen Erlebnismarkt ein christliches Plagiat an die Seite stellt. Natürlich kann es nicht die Aufgabe der Pastoral sein, die Methoden und Strukturen des Erlebnismarktes einfach zu kopieren, einen religiösen Fundus einzurichten, aus dem sich interessierte Zeitgenossen ihr Credo zusammensetzen, oder Liturgien als Rituale ästhetisch reizvoller Unterbrechung des Tagesgeschäfts anzubieten. Theologie und Kirche kommen jedoch nicht umhin, sich mit jener Mentalität auseinanderzusetzen, die quer durch alle Altersschichten und Bevölkerungsgruppen das moderne Leben und Erleben bestimmt und zunehmend auch die Einstellung gegenüber religiösen Sinnangeboten beeinflusst.

Wie im einzelnen Religiosität und Urbanität zusammengehen können, daß die Stadt Ort und Medium religiöser Erfahrungen sein kann, läßt sich ungleich schwerer plausibel machen als die These von der „religionsfeindlichen“ städtischen Lebensform. Es braucht

einen eigens eingestellten Blick, um wahrzunehmen, wie – inkognito und anonym – hier auf neue Weise die alten Sinnfragen gestellt werden:

Die moderne Stadt ist der Ort, an dem aufgrund immer kürzerer Intervalle von Innovationen, Moden und Konjunkturen die Wirklichkeitswahrnehmung des Menschen immer flüchtiger wird. Ebenso wie sie Bestehendes in Frage stellt, provoziert sie beständig die Frage nach dem, was man nicht hinter sich bringen kann, will man vorankommen.

Die moderne Stadt wird nicht wenigen Zeitgenossen bald „zuviel“, zu unübersichtlich und zu verworren mit ihren sich unablässig jagenden Trends, Moden und in/out-Listen. Zugleich bietet sie ihnen „zu wenig“, ist erst einmal die Trivialität dessen erkannt, was als der „letzte Schrei“ ausgegeben wird. Hier bricht die Frage nach dem eigentlich Definitiven der Existenz auf. Gibt es etwas, das nicht wieder schlecht gemacht werden kann? Gibt es eine Gestalt des Lebens, in der nichts mehr veralten kann?

Die moderne Stadt lebt von Zwecken und Nutzen, die sie offeriert. Aber attraktiv ist sie wegen ihrer Kultur. „Stadtkultur ist das, was über pure Nützlichkeit und die bloße Zweckrationalität hinausgeht. Wir wollen ja nicht nur wohnen, einkaufen, reisen, ins Kino oder essen gehen. Die Stadt soll eine Heimat sein – aber nicht die Heimat des Heimatfilms, nicht das Fachwerkhaus mit Butzenscheiben und Malven an der Wand, sondern Heimat als Ort der Zugehörigkeit und der historischen Gegenwärtigkeit“.¹⁰ Das sonntägliche „window shopping“, bei dem die Menschen scharenweise durch die Einkaufstraßen flanieren und sich die Nasen an den Schaufenstern platt drücken, verrät vielleicht ein wenig von der nachhaltigen Sehnsucht, ohne den Zwang des Konsums die Stadt zu erleben und unter Menschen zu sein. An geschlossenen Geschäften vorbeizugehen, Wünsche zu entdecken und ihre Erfüllung auf den Montag zu verschieben, erzählt vielleicht von einem „Bedürfnisüberschuß“ der eigenen Art: bei aller Mobilität einen Ort des Verweilens zu haben, bei aller Zerstreung eine Möglichkeit der Beständigkeit zu bewahren, sich das Schöne und Begehrten vorzustellen, ohne es zugleich kaufen und konsumieren zu wollen!?

Die Stadt hat ihre eigene Mystik, ihre eigenen Orte und Plätze, wo sich Chiffren für das Unverzweckbare, für die Mitte des Daseins und die Ekstasen des Lebens finden lassen. Daß die mythenkritischen Metropolen sich ihre eigenen Mythen und Götter schaffen, ist längst

erwiesen¹¹. Für das Christentum gilt es dabei nicht nur, das erste Gebot des Dekalogs neu zu entdecken, sondern für dieses Gebot auch eine neue Hermeneutik zu finden.¹² Mit den Mitteln von Dogma und Moral allein läßt sich dieser Aufgabe nicht nachkommen. In dem Maße, in dem die Darstellung des Evangeliums (und die Selbstdarstellung der Kirche) die ästhetische Dimension übergeht, kommt es zur Kompensation bzw. Substitution der unerfüllten Religiosität durch Ästhetik. Sonntags sind dann die Museen von mehr Menschen bevölkert als die Kirchen.

Gefragt ist die Kunst ästhetisch-sozialer Realpräsenz, die dazu verhilft, daß auch Distanzierte vom Christentum aus größerer Entfernung gleichzeitig das sehen, was weit auseinanderliegt und dennoch zusammengehört: Gott und die Welt, der Mensch und der Mensch, oben und unten, innen und außen.

¹ Vgl. G. Fuchs u.a. (Hgg.), *Mythos Metropole*, Frankfurt am Main 1995.

² Vgl. u.a. H. Zinser, *Der Markt der Religionen*, München 1997; M. Nüchtern, *Kirche in Konkurrenz. Herausforderungen und Chancen in der religiösen Landschaft*, Stuttgart 1997; W. D. Hauschild u.a. (Hgg.), *Religion als Wahrheit und Ware*, Hamburg 1991.

³ Vgl. hierzu ausführlich H.-J. Höhn, *GegenMythen. Religionsproduktive Tendenzen der Gegenwart*, Freiburg / Basel / Wien 1996.

⁴ Vgl. H.-J. Höhn, „Religiöse Virtuosen. Zur Pluralisierung und Individualisierung religiöser Sinnsysteme“, in: M. Krüggeler / F. Stolz (Hgg.), *Ein jedes Herz in seiner Sprache. Religiöse Individualisierung als Herausforderung für die Kirchen*, Zürich / Basel 1996, 55-68.

⁵ Daß es solche Tendenzen in Fülle gibt, zeigt R. Buchholz in seinem Aufsatz „Religion als Ware. Über religionskonsumtive Tendenzen der späten Moderne“, in: G. Riße u.a. (Hgg.), *Wege der Theologie: an der Schwelle zum dritten Jahrtausend*, Paderborn 1996, 125-138.

⁶ J v. Soosten, „Lebe wild und gefährlich! Kontraste und Kontakte. Erlebnisgesellschaft und Religion“, in: *LM* 34 (1995) H. 7/17-20, hier: 19.

⁷ Dabei darf nicht übersehen werden, daß auch nicht selten bei „Konfessionschristen“ Gott nur noch insoweit zum Thema wird, wie er in das Konzept des schönen Lebens paßt: „als virtueller Trauzeuge im perfekt gestylten Hochzeitsritual, als poetische Metapher für die unlösbaren Rätsel des Lebens oder als mystischer Zielpunkt am Ende aller ästhetischen Abenteuer“, C. G. Allesch, „Ichverlust im Genuß? Personale Autonomie in der Erlebnisgesellschaft“, in: *WzM* 48 (1996) 459.

⁸ Vgl. hierzu u.a. die Beobachtungen von U. Gerber, „Religiosität in der Erlebnis-Gesellschaft“, in: B. Beuscher u.a. (Hgg.), *Prozesse postmoderner*

Wahrnehmung. Kunst – Religion – Pädagogik, Wien 1996, 203-210; M. Nüchtern, „Fluchtpunkt Erlebnis“, in: Ders., *Kirche in Konkurrenz*, Stuttgart 1997, 77-89. Im übrigen kommen auch religiös-fundamentalistische Gruppen, die an der Autorität und Normativität bestimmter „geronnener“ Traditionen festhalten, nicht daran vorbei, die Orientierungsleistung solcher Vorgaben mit erlebnisintensiven Veranstaltungen zu steigern – und sind vielleicht gerade deswegen attraktiv.

⁹ Vgl. den gleichlautenden „Aufmacher“ der Zeitschrift *Psychologie heute* 22 (1995), Heft 7, und darin den Beitrag von H. Barz, „Meine Religion mache ich mir selbst“ (20-27.). Zur theologischen Kritik an dieser Devise siehe I. U. Dalferth, „Was Gott ist, bestimme ich! Theologie im Zeitalter der ‚Cafeteria-Religion‘“, in: *ThLZ* 121 (1996) 416-430.

¹⁰ U. Greiner, „Total vergnügt. Stadtkultur und Unterhaltungsindustrie im Widerstreit“, in: *DIE ZEIT* Nr. 15. (5. April 1996) 46.

¹¹ Signifikant ist der Perspektivenwechsel von H. Cox, der nach einer Studie über die Gott-los gewordene Stadt (*The Secular City*, New York 1965; dt. *Stadt ohne Gott*) dem Polytheismus der Städte auf die Spur gekommen ist: *Religion in the Secular City. Toward a Postmodern Theology*, New York 1984.

¹² Vgl. dazu etwa H.-J. Höhn, „Wir lernen das Eigene besser im Streit mit dem Fremden! Christentum und urbane Öffentlichkeit“, in: K. Hillenbrand / B. Nichtweiß (Hgg.), *Aus der Hitze des Tages. Kirchliches Leben in Momentaufnahmen und Langzeitperspektiven*, Würzburg 1996, 193-207.