

## Pastoraltheologische Perspektive

# GRENZFLÄCHEN DER PASTORAL

Viera Pirker<sup>1</sup>

### Grundlegung

Als Befragung von Katholiken in Deutschland ermöglicht der MDG-Trendmonitor – Religiöse Kommunikation 2020/21 einen so seltenen wie bedeutsamen Einblick in die katholische Gemeinschaft der Gläubigen. Die vierte Durchführung der Studie vollzieht den Leitmedienwechsel mit, indem sie erstmals eine umfangreiche Analyse der religiösen Kommunikation in der Nutzung des Internets und digitaler Medien integriert. Neu ist zudem der Blick in die Altersgruppe der Heranwachsenden (14–17), die vor allem durch Glaubensunsicherheit auffällt. Der ›sensus fidelium‹<sup>2</sup> lässt sich mit den Daten nicht ablesen, wohl aber ein Einblick in die Glaubenssensorik und Wahrnehmung von in Deutschland lebenden Menschen, die sich das Katholischsein noch zuschreiben.

Religiöse Kommunikation wird im Trendmonitor zum einen als *mediale Praxis* verstanden, indem Fragen nach Erreichbarkeit, Zielgruppe, Vermittlung, Vermittelbarkeit und spezifischen Medienformaten gestellt werden. Zum anderen geschieht religiöse Kommunikation als *soziale Praxis* – in der Beschreibung der Begegnung und Kommunikation von Menschen untereinander, die sich zu Glaubensfragen äußern und sich in einem jeweils individuellen Interesse religiösen und kirchennahen Themen zuwenden. Hinter den repräsentativ erhobenen Zahlen, Segmenten und Mehrheiten stehen 1690 Menschen<sup>3</sup>, die bereit waren, ihre höchst individuellen Erfahrungen zu religiöser und kirchlicher Kommunikation zu bedenken. Möglich sind solche Erfahrungen und Begegnungen an verschiedenen Orten: *persönlich* in der Familie, auf der Ebene der Gemeinde und im Netz, *medial repräsentiert* in der internen oder externen Kommunikation über diverse Kanäle von Bistümern und der katholischen Kirche in Deutschland. An manchen dieser Orte agiert hauptamtliches kirchliches Personal als Knotenpunkt der Kommunikation, vielfach erfolgt die Kommunikation durch Akteure mit journalistischer und medialer Kompetenz.

---

1 Prof. Dr. Viera Pirker ist Professorin für Religionspädagogik und Mediendidaktik an der Goethe-Universität Frankfurt, Fachbereich Katholische Theologie. Sie forscht zu Religiöser Bildung in digitaler Transformation, Visuellen Religionskulturen, Identität und Pluralität.

2 Der Glaubenssinn der Gläubigen, vgl. *Lumen Gentium* 12.

3 Breit angelegte Stichprobe unter Katholikinnen und Katholiken im Alter ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland; Auswahlmethode: repräsentative Quotenauswahl; vgl. MDG-Trendmonitor – Religiöse Kommunikation 2020/21, Teil 1 und 2.

## Segmente der Erfahrung

Die befragten Katholiken lassen sich gemäß ihrer Einstellung zu Glaube und Kirche in sechs Gruppen unterscheiden, die je unterschiedlich gelagert sind zwischen Kirchnähe und Kirchendistanz, Verbundenheit und Unsicherheit.

Drei Segmente stehen in einem erreichbaren Horizont: *gläubige Kirchnähe* (14 %); *kritische Kirchenverbundene* (33 %); *kirchendistanzierte Christen* (34 %). Die beiden ersten Gruppen stellen wesentlich die Gottesdienstbesucher; in ihnen finden sich überdurchschnittlich viele Frauen im Alter 60+; diese unterscheiden sich nach Gruppen entlang der Schulbildung. Die beiden ersten Gruppen erreichen in den jungen Altersgruppen der 14- bis 29-Jährigen nur einen einstelligen Prozentbereich. Drei weitere Gruppen (religiös, aber nicht christlich; glaubensunsicher; nicht religiös) fließen in das vierte Segment der *Außenstehenden* (17 %) zusammen. Die Kirchendistanzierten, sowie die Menschen mit Selbstverständnis »religiös, aber nicht christlich« sind überdurchschnittlich häufig in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen anzutreffen. In den beiden letzten Gruppen sind mehr Männer als Frauen, unter den »Glaubensunsicheren« besonders viele der 14- bis 17-Jährigen.

Die vier Segmente unterscheiden sich in ihrem Interesse für religiöse Fragen und kirchliche Themen deutlich. Während dieses bei *gläubigen Kirchnähen* sowie *kritischen Kirchenverbundenen* noch wahrzunehmen ist, haben schon *kirchendistanzierte Christen* ein allenfalls geringes Interesse daran, Außenstehende so gut wie keines mehr. Ein großer Unterschied besteht zwischen den Altersgruppen: Die 14- bis 17-Jährigen und 18- bis 29-Jährigen bringen wenig Interesse für religiöse Fragen auf.

Insgesamt wird die katholische Kirche nach wie vor als moralische Instanz in der Gesellschaft wahrgenommen, die sich in ethischen Fragen gewichtig positionieren soll. So soll sie zu Themen Stellung beziehen wie soziale Gerechtigkeit, Dialog der Religionen, Sterbehilfe, Kriege und Konflikte, aber auch die Stärkung der Rolle der Frau. Hingegen werden politische Themen, persönliche Themen und Aspekte der Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit von den Befragten für die kirchliche und religiöse Kommunikation als eher nachrangig betrachtet; sie sind zwar für viele Menschen von hohem persönlichem Interesse, werden jedoch noch nicht als kirchliche oder religiöse Themen und Fragestellungen identifiziert. Die Katholiken erwarten von »ihrer« Kirche aber durchaus, »sich als vielstimmige Gesprächspartnerin in öffentliche Diskurse einzubringen, eigene Positionen als Orientierungspunkt neben anderen anzubieten und sich selbst als lernende Gesellschaftsgröße [...] zu reflektieren.«<sup>4</sup>

In den Segmenten und vor allem angesichts der altersspezifischen Veränderungen zeigt sich in neuer Dringlichkeit, dass zunehmend ein Verständnis von Christsein in der Diaspora<sup>5</sup> zu entwickeln ist. Dieses wird nicht mehr von konfessionellen Minderheits- und Mehrheitsverhältnissen strukturiert, sondern von einer gesamtgesellschaftlich-pluralen Ausdifferenzierung, in der sich kleinere, aber auch aktivere und kohäsive religiöse Gruppierungen ausprägen werden: Die Gegenwart Christi ereignet sich in solchen örtlichen Gemeinschaften.

4 Beck, Wolfgang: Die katholische Kirche und die Medien. Einblick in ein spannungsreiches Verhältnis, Würzburg: Echter, 2018, S. 152, mit Verweis auf *Gaudium et Spes* 44.

5 Schönemann, Hubertus: Zerstreute Kirche. Diaspora als theologische und pastorale Herausforderung und als Lösungsansatz einer Kulturveränderung, in: *futur2*, Nr. 2, 2018, S. 93–102.

## Der Hauch des Internets

Der Trendmonitor entsteht in einer Gegenwart, in der die Online-Nutzungsdauer zu 45 % von den vier mächtigen Marken Alphabet (Google und YouTube), Amazon, Apple und Facebook (Instagram, WhatsApp) abgedeckt wird<sup>6</sup> und die Online-Nutzungszeit gerade in der Altersgruppe der 60+ derzeit die dynamischsten Zuwachsraten von +25,5 % zeigt.<sup>7</sup> Auch die Altersgruppe der 60+ nutzt durchschnittlich 121 Minuten am Tag digitale, über 60 % auch mobile Endgeräte.<sup>8</sup> Dies gilt auch für die im Trendmonitor befragten Katholiken, auch bei den höheren Altersgruppen setzt sich das Internet mobil, in der Häufigkeit und Dauer der Nutzung zunehmend durch. Sie verwenden das Internet für den aktiven und strukturierten Informationsbedarf. Die jüngeren Befragten (unter 30 Jahre) sehen im Internet die wichtigste Informationsquelle für aktuelle Ereignisse. Für sie gilt auch, dass sie nicht mehr kontinuierlich und regelmäßig aktuelle Geschehen verfolgen, sondern dass Informationen automatisch zu ihnen kommen. Persönliche Interessensspektren haben sich verengt oder verändert.

Auch wenn 82 % der Katholiken das Internet nutzen, viele von ihnen täglich – die *gläubigen Kirchnahen* deutlich seltener – bewegen Sie sich im Netz nicht in Bereichen, in denen sie auf kirchliche Themen stoßen. Katholische Kommunikation erreicht online vor allem die *affirmativ* und *kritisch Kirchenverbundenen*. Mit der wachsenden Verfügbarkeit kirchlicher Angebote im digitalen Raum in der Corona-Pandemie haben viele aus diesen Gruppen hier erste und positive Erfahrungen gemacht. Das Internet scheint eine katholische Binnenkommunikation zu befördern. Wer kirchlich aktiv ist, verwendet auch das Internet als Quelle, Medium und Diskussionsraum zu kirchlicher und religiöser Information und Kommunikation. Kirchenverbundene Personen interessieren sich besonders für die kirchenkritischen Themen Gender und Sexualität, und die Milieustudie zeigt, dass diese gerade von den beiden konträren Polarisierungen her Interesse erzeugen. Die traditionellen Standpunkte können angesichts der kritischen Gesamtlage keineswegs als ›Ruhepol‹ kirchenbezogener Kommunikation verstanden werden.

Die Corona-Krise hat zumindest auf niedrigem Niveau einen Digitalisierungsschub ausgelöst. So haben 8 % der Katholiken erstmals bestimmte digitale Angebote der Kirche genutzt, 9 % haben diese häufiger genutzt. Der Zuwachs ist am stärksten auf gläubige Kirchnahe und kritische Kirchenverbundene zurückzuführen. Am häufigsten wurden digitale Gottesdienstübertragungen genutzt – 75 % haben dies erstmals und mit großer Zufriedenheit getan, unter denjenigen, die überhaupt Angebote der Kirche genutzt haben. Immerhin 26 % von ihnen wollen auch künftig digitale Angebote der Kirche nutzen.

Mit Interesse wird persönlichen Empfehlungen gefolgt: Links auf kirchliche Angebote werden von Freunden und Bekannten zugesendet, aber auch Berichte, Zeitungshinweise oder auch Pfarrbriefe ermöglichen vor allem höheren Altersgruppen den Zugang zu kirchlichem und religiösem Content im Netz. Solche cross-medialen Brücken können ausgebaut werden.

## Blasenbildung

Der Trendmonitor orientiert sich an einem Kirchenverständnis, das von der Ortspfarrei und ihren Institutionen, den Bistümern und überregionalen Kommunikationsangeboten ausgeht. Andere für die Pastoral nicht unbedeutende Aspekte, wie Caritas, Schule, kategoriale Seelsorge, Akademien und Bildungsarbeit, sowie

---

6 Andree, Martin / Thomsen, Timo: Atlas der digitalen Welt, Frankfurt/M. – New York, Campus, 2020, S. 200.

7 Andree/Thomsen, 2020, S. 46.

8 Andree/Thomsen, 2020, S. 53.

Katholiken mit Migrationsgeschichte, nicht nur in muttersprachlichen Gemeinden, bilden sich darin allenfalls am Rande ab. Zudem übernehmen die Kirchen mit Telefon- und Internetseelsorge gesellschaftlich wichtige soziale und medial basierte Kommunikationsangebote, die in einer auf mediale Trends konzentrierten Analyse nicht berücksichtigt werden können.

Der Verlust religiöser Sprachfähigkeit bei gleichzeitigem Verschwinden des Interesses an Religion wird eklatant deutlich an den massiven Bedeutungsverlusten im Segment der jungen Erwachsenen: Diese positionieren sich sehr kritisch, verstehen Glaubensinhalte jedoch oftmals nur lose oder klammern sie als irrelevant für den persönlichen Glauben aus. Bei ihnen ist zugleich eine hohe Austrittsneigung zu verzeichnen. Durchaus stellen sich diese Kohorten weiterhin und intensiv Fragen nach dem Sinn. Doch auch für sie verliert religiöse Erziehung an Bedeutung, wobei die milieuspezifische Analyse differenzierend zeigt, dass die Wertschätzung religiöser Erziehung in den bürgerlichen Milieus und den Bereichen der gesellschaftlichen Mitte durchaus als Potentialthema identifiziert werden kann. In der Pastoral und bei kirchlich Verantwortlichen wird immer noch zu wenig verstanden, dass für Kinder und Jugendliche mit der familiären religiösen Sozialisation im Grunde jegliche Möglichkeit zur Entwicklung der religiösen Bindung steht und fällt.

Die Sinus-Milieu-Analyse zeigt, dass die vermeintlich einheitliche Gruppe der Katholiken in Deutschland in verschiedene Blasen mit höchst spezifischen Nutzungs-, Interessens- und Erwartungsstrukturen zerfällt. Ein besseres Verständnis für »szenische« Vergemeinschaftungsprozesse<sup>9</sup>, in denen sich Menschen entlang von Geschmacksfragen und Sympathie zeitweilig einbringen, kann entscheidende Orientierungspunkte für gegenwärtige ekklesiogenetische Wandlungsprozesse liefern. Derzeit ist schwer abzusehen, ob und wie sich Kirchenbindung in der Zielgruppe der jungen Erwachsenen überhaupt etablieren lässt, und grundsätzlich, »welche tragfähigen Sozialformen das Volk Gottes im 21. Jahrhundert ausbildet, wenn zugleich ihre traditionellen Gestalten eine abnehmende Bindekraft und Attraktivität zeigen.«<sup>10</sup>

Die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen wird insgesamt medial für religiöse und kirchliche Kommunikationsangebote nur auf wenigen Wegen erreicht. Die jungen Erwachsenen folgen ihren alterstypischen Medienpräferenzen, wenn sie überdurchschnittlich, aber auf sehr niedrigem Niveau Internetseiten besuchen, die sich mit Glauben und Religion beschäftigen, und entsprechende Angebote in Social Media, unter anderem bei YouTube, nutzen. Diese Kommunikationsorte gilt es in ihrer Eigenständigkeit zu pflegen, auch wenn derzeit immer noch Printmedien deutlich breitere Zugangswege für Religions- und Kirchenthemen versprechen, auch in eine kirchendistanzierte katholische Öffentlichkeit hinein.

## Nähe auf Distanz

Dem insgesamt abnehmenden medialen Interesse an Kirche und Religion entgegen steht die Tatsache, dass Glaubensfragen und religiöse Themen bleibend intensive Gesprächsthemen im Familien- und Freundeskreis sind, häufiger noch im Familienkreis als in den erweiterten sozialen Gruppierungen. Viele haben den Eindruck, dass es anderen Menschen nicht leichtfällt, über Religion und Glauben zu sprechen. Die Sprachfähigkeit in diesen Belangen hat weiter abgenommen, das Themenfeld Glaube und Religion nehmen viele Menschen als tabuisiert wahr.

<sup>9</sup> Beck, 2018, S. 148.

<sup>10</sup> Beck, 2018, S. 149.

Die Menschen unterscheiden zwischen Kirche vor Ort und Kirche weit weg, wobei sie vor allem in Dörfern und in eigenständigen Verbänden als sehr positiv wahrgenommen wird. Die Kirche lebt und kommuniziert vor Ort, funktioniert sozialräumlich – am ehesten noch in dörflichen Strukturen; aber auch im urbanen Raum besteht durchaus Potential für regionale und lokale Vernetzung. Schon die Ebene des Bistums fällt kommunikativ weitgehend aus. Doch auch 25 % der Befragten kennen den Namen ihres eigenen Pfarrers nicht, ein persönlicher Kontakt zu kirchlichen Mitarbeitenden ergibt sich nur für knapp 1/5 der Befragten. Das Medium der regionalen Nähe ist der Pfarrbrief, dessen »unterschätztes Potential«<sup>11</sup> in seiner beiläufigen Zugänglichkeit gründet. Perspektivisch kann er insbesondere in Pfarrverbänden, die ihre Größe auch für die Kommunikation zielführend nutzen können, als ein vielfältig gestaltetes Mitteilungsblatt eingesetzt werden.

Interessanterweise erreicht der Pfarrbrief auch kirchendistanzierte Christen: Regelmäßig oder hin und wieder lesen ihn 34 % der kirchendistanzierten Christen sowie 28 % der Personen, die sich als religiös, aber nicht christlich bezeichnen. Eine elektronische Ausgabe interessiert zwar die jüngere Zielgruppe, erzeugt jedoch andere Bezugswege und behindert den beiläufigen Zugang. Auch in der Online-Kommunikation interessieren sich die Menschen für den persönlichen Nahbereich, so für eine gut gestaltete Information in regionalem Kontext, für eine gut gepflegte und leicht auffindbare Webseite der eigenen Pfarrei, sowie für konkrete, auch regionale Alltagsgeschichten.

Wie bereits in den online aktiv kirchenbezogen kommunizierenden Blasen sichtbar wird, verändert sich die Gestaltung von Nähe und Distanz. Auch online entstehen Nahformen unabhängig von räumlicher Nähe.<sup>12</sup> Als zunehmend interessensgesteuertes Medium verhindert das Internet jedoch ein Auffinden von Themen, die außerhalb des persönlichen Radars liegen. Ein zufälliges Browsen, in dem man über auch interessante religionsbezogene Inhalte stolpert, wird in einer von Algorithmen gesteuerten, an individuellem Nutzungsverhalten orientierten Content Distribution noch seltener werden.

Während Publikationsorgane aus einem katholischen Kontext heraus nur vorrangig kirchenverbundene Menschen erreichen, werden Berichte über Kirchen- und Glaubensfragen in säkularen Printmedien auch von kirchenferneren und jüngeren Katholiken als Zufallsfunde gerne und mit Interesse wahrgenommen.

### Treue in klarer Kritik

Das Image der römisch-katholischen Kirche bei ihren Gläubigen kann, wie der Trendmonitor zeigt, nicht anders als desolat bezeichnet werden, keineswegs nur unter denjenigen, die sich als »austrittsbereit« verstehen, und keineswegs nur aufgrund des über Jahre und Jahrzehnte verschleppten Umgangs mit sexualisierter Gewalt im Verantwortungsbereich der Kirche. Die Positionierung der Katholiken zu ihrer Kirche bleibt indes im Trendvergleich gerade hinsichtlich der kirchenkritischen Aspekte erstaunlich stabil, wohl aber bei einer immer klareren Ablehnung in den Positionen der Sexualmoral, die auch in den kirchennahen Segmenten entsprechend formuliert wird. Derzeit ist zu erwarten, dass angesichts der überfälligen, doch nicht erkennbaren institutionellen Entwicklungsfähigkeit die Erosion auch in den kirchennahen Segmenten voranschreiten wird.

Quer durch die verschiedenen Gruppen und Milieus kann Kirche nach wie vor im unmittelbaren Nahbereich durch die Begleitung an Lebenswenden und eine ausgesprochene Kompetenz für eine rituelle Strukturierung

---

11 Beck, 2018, S. 34–36.

12 Vgl. Herrmann, Maria: »Aber das ist doch nicht echt!« Komplexität und Virtualität als Impulse gegenwärtiger Kirchenbildung, in: Zeitschrift für Pastoraltheologie, Jg. 39, Nr. 1, 2019, S. 19–31.

punkten; und ihre langsame, nicht am Zeitgeist orientierte Entwicklung entspricht durchaus den diesbezüglich ohnehin niedrigen Erwartungen der Menschen.

Die Veränderungen am religiösen Büchermarkt liefern weitere Indikatoren für thematische Trends. Bei insgesamt niedrigem Niveau verzeichnen »Bücher über den Sinn des Lebens, auch zur Bewältigung von Sinnkrisen«, über moralische und ethische Fragen, zur Meditation, und zu Ehe, Partnerschaft und Glaube Zuwachs. Stark abgenommen hat hingegen das Interesse an besinnlichen Geschenkbüchern sowie Büchern, die sich mit Fragen der Kindererziehung sowie der Vermittlung des Glaubens an Kinder beschäftigen; ebenso religiöses Brauchtum und kirchliche Feste.

## Sendung an Grenzen

Die Mitgliederzahlen der christlichen Kirchen sind kontinuierlich im Sinken begriffen, auch die Zahl der Teilnehmenden am Gottesdienst ist mit etwas unter 10 % rückläufig. Doch konstant bleibt die Religiosität: Unabhängig vom Kirchengang bezeichnen sich 44 % als »religiöser Mensch«, wobei sich die Glaubensüberzeugungen hochgradig individualisiert und von katholischen Kerngebieten entfernt haben. Eine Differenzierung von »religiös« und »säkular« verspricht nur einseitig Klärungspotential, denn »Säkulares braucht das Religiöse nicht, um säkular zu sein«<sup>13</sup>. Die kirchlich-kommunikativen Bemühungen richten sich gar nicht so sehr an die Menschen, die jenseits der Kirche stehen – wie der Trendmonitor zeigt, gehören schon viele der katholischen Menschen einem säkular orientierten Grenzmilieu an.

Der Bruch in der Kirchenbindung hat sich längst gezeigt. Es ist anzunehmen, dass schon in zehn Jahren das religiöse Wissen im katholischen Kontext weitestgehend diffundiert und sich in kleinen Gruppen spezifiziert. Der kirchliche Bildungs- und Begleitungsauftrag richtet sich dennoch weiterhin an die Gesellschaft als Ganze und kann für zielgruppenspezifische Ansprachen durchaus maßgeschneidert konkretisiert, nicht aber in seinem grundsätzlichen Anspruch aufgegeben werden. Mediale Kommunikation kann den Bereich der persönlichen Glaubenspositionierung in religiösen Fragen nur schwer erreichen. Religiöse Kommunikation gehört daher auch in einem professionellen Sinn in die Haltung und Handlung von einzelnen Akteuren im kirchlichen und gesellschaftlichen Kontext hinein. Ein ekklesiogenetischer Ansatz muss in einer zunehmenden Diasporasituation die Kirche vor Ort und im digitalen Raum stärken, dort Aktive in ihren jeweiligen kommunikativen Bemühungen ermutigen und unterstützen sowie maßgeschneiderte sozialräumliche Angebote offen und ermöglichend begleiten.

Ein Auftrag für kirchliche Kommunikation formuliert sich aus Sicht der Pastoral in unterschiedliche Richtungen: In einer alternden Gesellschaft liegt in der Medienbildung ein bedeutsames Potential für die älteren Kohorten, in denen kirchliche Kommunikation sinnstiftend wirken kann, beispielsweise durch den barrierefreien Ausbau von Online-Angeboten für die höhere Altersgruppe. Eine Zukunftsperspektive kann hingegen nur in der religiösen Bildung und Begleitung der jungen Erwachsenen, auch der jungen Eltern identifiziert werden, nicht zuletzt, da religiöse Erziehung als ein kleines, dynamisches, gesellschaftlich umstrittenes und zugleich individuell und familiär höchst bedeutsames Feld zu bestellen ist.

13 Bauer, Christian: »Normal halt ...« Pastoraltheologie in säkularen Zeiten, in: Zeitschrift für Pastoraltheologie, Jg. 40, Nr. 2, 2020, S. 9–19, S. 10.