

Einleitung

Die vielfältigen Debatten der vergangenen Jahre über einen Umbau der Kirche, der gleichzeitig den gestiegenen Anforderungen in Sachen Kommunikation des Glaubens und den verringerten Ressourcen der Kirche gerecht werden muss, haben immer wieder das Thema der Reichweite eben dieser Kommunikation hochkommen lassen. Die Frage: Wen erreichen wir eigentlich (noch)? – beschäftigt viele Pfarrkonvente, Kirchenleitungen, kirchliche Einrichtungen und Arbeitsbereiche. Warum kommen immer nur diese Menschen und nicht jene zu unseren Veranstaltungen? Wie könnten wir neue Menschen für die Kirche und den Glauben gewinnen? Wie könnten wir wieder wachsen und mehr Bedeutung gewinnen – statt nur zu schrumpfen? Wer hat Geschmack an der Kirche und am Glauben – und wer nicht?

Die Kirche organisiert sich nicht für sich selbst, sondern hat ihre Existenzberechtigung ausschließlich darin, Menschen mit dem christlichen Glauben in Berührung zu bringen. Nicht die Inklusion in Kirche als solche ist folglich das alleinige Ziel, sondern sie ist lediglich der – allerdings: einzig mögliche – Weg, Menschen mit Erscheinungsformen des Glaubens – was immer das näher hin bedeutet – bekannt zu machen und sie in Formen des Austausches im Glauben hineinzuziehen. Die Beteiligung an der Kommunikation des Glaubens in diesem Sinne ist wiederum der entscheidende Indikator dafür, dass Menschen möglicherweise zum Glauben an Gott gefunden haben. Ohne Beteiligung an der sichtbaren Gestalt der Kirche in ihren vielfältigen Facetten geht es folglich nicht – aber diese sichtbare Gestalt hat nur funktionale Bedeutung und darf sich nicht vor die lebendige Begegnung der Menschen mit dem Evangelium schieben. Selbstkritik an der Verselbständigung ihrer eigenen Formen ist deswegen der Kirche inhärent und treibt sie in ihrer Organisationsentwicklung voran.

Diese Zielbestimmung verdichtet sich in der kirchlichen Arbeit in besonderer Weise neben diakonischen, bildungsbezogenen und anderen Aufgaben in ihrem missionarischen Auftrag. Dieser Auftrag besteht darin, eine Einführung in die Kommunikationsformen des Glaubens für Menschen möglich zu machen, die daran bisher nicht beteiligt bzw. aus irgendwelchen Gründen vielleicht sogar ausgeschlossen sind. Die Gründe für eine Beeinträchtigung der Teilhabe an dieser Kommunikation können verschiedener Art sein. Blickt man auf die Situation in Deutschland, so handelt es sich vielfach um negative Erfahrungen, die mit Gestalten des Glaubens gemacht worden sind und sich in seiner Ablehnung verdichten, ohne eine eigene Beteiligung an dieser Kommunikation überhaupt noch in Erwägung zu ziehen. Wenn sich eine entsprechende Haltung über längere Zeit verdichtet und verstetigt hat, kann dies zu einer betonten Indifferenz gegenüber Formen von Religion und Glauben überhaupt führen, die dann schwer aufzubrechen ist. Es gibt dann keinerlei Nachfrage mehr nach Glauben, an die kirchliche Arbeit anknüpfen könnte: Diese Nachfrage nach den eigenen Angeboten muss vielmehr erst geweckt werden. Wer z. B. nicht mehr weiß oder wenigstens spürt, dass der Glaube

an Gott mit der Erlösung von elementarer Schuldverstricktheit zu tun hat, an der jeder und jede Anteil hat und sich selbst für einen tollen Kerl hält – der braucht offensichtlich erst einmal wieder die Einsicht darin, dass er oder sie so toll und so harmlos, wie er es von sich selbst meint, beileibe nicht ist. Einführung in den Glauben ist Einführung in den elementaren Zirkel eigenen Selbst-Verstehens, in dem Schuld, Leid und Erlösung gekoppelt sind; jedenfalls ist das eine nicht ohne das andere zu haben.

Allerdings klingt die Problematik so beschrieben simpler, als sie tatsächlich ist. Denn mit dem Begriff „Glauben“ ist nichts wirklich Eindeutiges gesagt. Glauben differenziert sich individuell, gruppen- und milieubezogen aus – ja es ist, abgesehen von bestimmten hochsymbolisch verdichteten Formeln („Gottvertrauen“) – schwer die Einheit zu identifizieren, die es überhaupt zuließe, von einer Ausdifferenzierung zu sprechen. Es gibt individuell-erlösungsbezogene, stark rituell ausgerichtete, bildungsmäßig geronnene und sozial oder politisch engagierte Glaubensformen, die untereinander bisweilen um Anerkennung und Geltung im religiösen Feld bzw. in der Kirche ringen. So hat es in den letzten Jahren einen deutlichen Wechsel in der Hegemonie bestimmter Glaubensformen in der Kirche – von einer eher sozial und politisch engagierten Haltung zu einem kulturell-rituellen Stil - gegeben. Die Geltung von Glaubensformen ist mithin umkämpft. Das kann so weit gehen, dass bestimmte Glaubensformen von anderen nicht mehr als solche anerkannt werden („Das ist ja nur Sozialarbeit!“ oder: „Was hat der Besuch der Matthäus-Passion mit dem christlichen Glauben zu tun?“). Wenn es aber gut geht, entwickelt sich durch die Konkurrenz der Glaubensformen hindurch ein gelebter pluraler Diskurs, in dem sich der Glaube selbst steigert.

Es ist in keiner Weise eindeutig und übereinstimmend plausibel beschreibbar, welche Kommunikationsformen des Glaubens es überhaupt gibt, wie sie funktionieren und welche Bedeutung Glauben für den Einzelnen haben könnte. Vielmehr ist für religiöse Kommunikation entscheidend, dass in ihr etwas sichtbar und erfahrbar wird, was als solches nicht sichtbar und nicht erfahrbar ist und sich jeder Form von Objektivierung immer wieder entzieht. Dieses nicht Sichtbare, Transzendente, „in“ den Menschen Wirkende zeigt sich aber an bestimmten Symbolen und Zeichen auf verschiedenen Ebenen, z. B. an Gesten, Haltungen, Symbolen, Atmosphären, Stimmungen und anderem mehr, die in spezifischen Kontexten als religiöse Kommunikation bzw. explizit als Glauben identifiziert werden und in bestimmten Gruppen bzw. Milieus auf Zustimmung stoßen. Aber der Glaube, das wesentliche, geht nicht in diesen Zeichen auf und kann deswegen immer auch ganz anders wahrgenommen werden. Sobald man hier verfestigt und hypostasiert, geht sein Zeichencharakter verloren.

Glaube ist also immer schon mit bestimmten Assoziationen verbunden, die aus einer spezifischen Prägung resultieren, nicht beliebig sind und denen eine Person, die sich neu für den Glauben interessiert, zunächst einmal als fest gefügten Gestalten des Glaubens begegnet. Ohne entsprechende Verkörperungen des Glaubens in Atmosphären und Stimmungen ist eine Einführung in religiöse Kommunikation gar nicht denkbar. Dass sich z. B. ein Pastor auf eine bestimmte, im Alltag völlig unübliche Weise verhält und entsprechend irgendwie seltsam redet, kann in dieser Sichtweise eine notwendige

Bedingung einer gelingenden Kommunikation über den Glauben darstellen. Würde er es nicht tun, würde nicht deutlich, dass es um Glauben geht. Aber das gilt auch allgemein kulturell. Viele gebildete Zeitgenossen würden spontan wahrscheinlich schnell Friedrich Wilhelm Graf zustimmen, wenn er seine Kritik am Umbau der Universitäten ganz selbstverständlich formuliert: „Ein Theologe darf es in religiöser Sprache formulieren: Geistesgegenwart lässt sich nicht durch Großstrukturen erzwingen. Sie erzeugt sich in Schutzräumen einer Reflexionskultur, die unausweichlich an die Individualität des einzelnen Forschers, seinen je eigenen Denkstil, Bildungshorizont und Interessenkanon gebunden bleibt.“¹ Bei näherer Betrachtung kann man allerdings auch fragen: Wie kommt Graf zu solch einer theologischen und zugleich hochpolitischen Identifikation des Wirkens des Geistes mit einem bestimmten elitären Lebensstil? Es könnte doch auch ganz anders – viel banaler sein. Zustimmung findet Graf, weil er auf eine im Bildungsbürgertum breit geteilte Figur der Selbststilisierung abhebt, die in einer langen Tradition protestantisch „getauft“ worden ist.

Aber auch über Graf hinaus: Es sind diese und andere geprägte Gestalten bzw. Äußerungsformen des Glaubens, die für viele Menschen wichtig, aber für andere eben auch uninteressant, langweilig oder sogar abstoßend sind und eine Inklusion in solche „seltsamen“ Gemeinschaften, in denen solche „komischen“ Typen, die „nicht ganz von dieser Welt sind“, sogar Leitungsaufgaben haben, nachhaltig verhindern. Um es drastisch zu sagen: Wenn sich an solchem „Gesülze“ Glauben zeigt und die Übernahme entsprechender, ähnlicher Verhaltensweisen, ja nur die häufigere Nähe zu ihnen, Bedingung der Teilhabe an ihm ist: Dann ist das Ergebnis klar, nämlich: Nein Danke! Zum Glück gibt es nun hierüber aber immer auch innerhalb des religiösen Feldes bzw. der Kirche z. T. heftige Auseinandersetzungen. Nichts wird lieber kritisiert als religiöses Reden. Insofern wird es so sein, dass das „Gesülze“ auch in der Kirche auf die Ablehnung bestimmter Gruppen stößt, die ihren Glauben ebenfalls darin nicht wiedererkennen können.

Das Ziel missionarischer Aktivität kann dementsprechend nicht darin liegen, dass von bisher nicht Beteiligten einfach die längst vorhandenen Formen des Glaubens übernommen werden – zumal diese Formen immer im Plural erfahrbar sind. Vielmehr besteht das Ziel darin, dass jeder und jede für sich selbst individuell und/oder in seinem spezifischen Gruppen- und Lebenszusammenhang eine authentische Verkörperung religiöser Kommunikation findet bzw. gestaltet. Allerdings werden solche Formen innerhalb der Kirche nur dann toleriert werden und insofern Inklusion ermöglichen, wenn sie sich als anschlussfähig innerhalb der bereits in der Kirche vorhandenen Glaubensformen erweisen, was nichts anderes bedeutet, als dass das Spektrum möglicher Glaubensformen auf das innerhalb der christlichen, bzw. näherhin der christlich-protestantischen Traditionslinien Mögliche begrenzt ist – aber andersherum gesagt auch: eben dadurch überhaupt erst erzeugt wird. Es geht nicht um irgendwelche Spiritualität –

¹ Graf 2006, S. 57.

sondern um christliche Glaubensmuster, die in bisher fremden Zusammenhängen identifiziert werden können. Der Glaube bleibt das generative Prinzip.

Seit langem ist bekannt, dass das Verhältnis zur Kirche, der Besuch ihrer Veranstaltungen, aber auch Kirchenaustritte und eine Distanz zur kirchlichen Kommunikation zwar individuelle Entscheidungen darstellen, aber auch mit sozialen Bedingungen und Strukturen verbunden sind und sich entsprechend sozialwissenschaftlich erhellen lassen. Hierzu hat sich die Forschung in den letzten Jahren insbesondere eines Instruments bedient: dem der soziologischen Milieuanalyse. Sie ist die Nachfolgerin jener klassen- und schichtenspezifischen Forschungstraditionen, die seit über hundert Jahren den Weg der Kirche in Deutschland und weltweit begleiten. Schon immer konnte man feststellen, dass die evangelische Kirche in Deutschland nicht gleichmäßig und umfassend alle Gruppen der Bevölkerung erreicht und bindet, sondern vielmehr klassen-, schichten- oder milieuspezifisch verengt ist. Anders herum und positiv gesagt: Ihre Stabilität gewinnt die Kirche insbesondere durch die enge Kopplung ihrer Angebote und ihrer Kommunikationsformen mit den Lebensstilelementen spezifischer Klassen, Schichten oder Milieus. Indem sie sich – und mit ihr oft genug der christliche Glaube – in diese unterschiedlichen sozial differenzierten Lebenswelten „eingenistet“ hat – ein Prozess, der sich über Hunderte von Jahren hingezogen haben kann – konnte sie sich reproduzieren und als Organisation in allen Umbrüchen überleben. Soweit wie die Kirche und der Glaube Menschen Halt geben, stabilisieren sie zugleich die Kirche. Ohne Milieubezug geht es nicht. Mitgliederbindung ist stets auch Milieurezeption. Die Zusammenhänge sind zirkulär.

Schon sehr früh ist beobachtet worden, dass es vor allen Dingen auf der einen Seite das gehobene konservative Milieu ist, das nach wie vor einen großen Anteil des alten Adels umfasst, und auf der anderen Seite große Bereiche des kleinbürgerlichen, also des mittleren Milieus der Gesellschaft sind, die den aktiven Kern der Kirche tragen. Berücksichtigt man, dass sich auch diese Milieus in den vergangenen Jahrzehnten erheblich modernisiert und verändert haben, so kann man grobschlächtig davon sprechen, dass sich an dieser Milieubindung der Kirche bis heute nicht allzu viel geändert hat. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass die kirchliche Kommunikation große Bereiche der Gesellschaft, die von anderen, auf der einen Seite moderneren, liberaleren und auf der anderen Seite „unteren“ Milieus geprägt sind, nach wie vor weniger gut bis gar nicht erreicht.

In vielen Untersuchungen ist dieser Situation schon immer, aber in den letzten Jahren mit besonderem Nachdruck nachgegangen worden. Während sich die ersten diesbezüglichen Studien noch am Kategorienschema der Erlebnisgesellschaft von Schulze orientierten, ist dann bei weiteren Forschungen das Theoriegebäude von Pierre Bourdieu in den Vordergrund gerückt, das schon vom Sprachgebrauch her – Bourdieu redet nicht von Milieus, sondern von Klassen – einen sehr viel schärferen Blick vor allem auf die Gespaltenheit und die Trennlinien in der Gesellschaft wirft, als es Schulzes Kategorien erlauben. In Deutschland ist diese Konzeption vor allen Dingen von Michael Vester und seinen Kollegen aufgegriffen worden. Entsprechende Theorieansätze sind in die so

genannte „Loccumer Studie“ über Kirche und Milieu eingeflossen.² Eine eigenständig entwickelte milieuspezifische Typologie der Kirchenmitglieder selbst – also eine Milieusicht „von innen“ – ist in die Untersuchungen zur vierten EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft eingeflossen.³ Sie wird nun dem Buch: „Milieus praktisch. Analyse- und Planungshilfen für Kirche und Gemeinde.“⁴ zugrunde gelegt. Hier findet man hervorragende Wahrnehmungshilfen für die kirchengemeindliche Praxis: Die Milieuperspektive wird in dieser Hinsicht gar als „Zauberbrille“ beschrieben.

Den bisherigen Höhepunkt der Erforschung der Zusammenhänge zwischen sozialen Milieus und der Kirche stellt aber eine seit 2005 vorliegende katholische Untersuchung dar.⁵ Sie ist in der Präzision vorbildlich und wahrscheinlich auch in dieser Hinsicht in Zukunft uneinholbar. Im Zusammenhang dieser Studie werden zudem auch für Kirchengemeinden abrufbare Hilfestellungen angeboten, um die Situation in ihrem eigenen Stadtteil oder Dorf analysieren zu können. Diese Studie ist vor allen Dingen wegen der Differenziertheit der Milieubezüge und der sehr präzisen Beschreibung der einzelnen Lebensstile sowie der Angabe von Tipps („Do’s and Don’ts“) hervorzuheben. Gearbeitet wird mit den Sinus-Milieus – einer vornehmlich in der Marktforschung angewendeten Kategorisierung der Milieus, die professionell weit entwickelt sind und einen internationalen Vergleich der Milieuentwicklung erlauben.

Die vorliegenden Studien zeichnen sich durch unterschiedliche theoretische und konzeptionelle Zugänge zur Problematik aus. Eine deutliche Differenzierung besteht zum einen darin, ob man die Kirchenmitgliedschaft sozusagen von innen her clustert und entsprechend untersucht oder sie von einem Bild der Gesamtmilieus der Gesellschaft her in den Blick kommt. Zudem unterscheiden sich die Konzepte darin, wie stark die Abgrenzungen zwischen den Milieus in den Mittelpunkt der Analyse gerückt werden – was in der Regel mit einer besonderen Akzentuierung des Aspektes der sozialen Ungleichheit im Verhältnis der Milieus einher geht. Aus der Marktforschung stammende Konzepte stellen diese Frage weniger in den Vordergrund als kritisch soziologische Ansätze in der Tradition der überkommenen Klassen- oder Schichtenforschung, wie sie eben z. B. durch Pierre Bourdieu erneuert worden ist.

Blickt man auf die Rezeptionsgeschichte der vorliegenden Analysen, so zeigt sich eine Tendenz der relativ schlichten, sozusagen analogen, Aufnahme der Ergebnisse der Milieuanalysen für die Ausgestaltung kirchlicher Arbeitsformen. Dies bedeutet, dass Praktiker in der Kirche und ihnen nahe stehende Theoretiker in einem unmittelbar praktischen Zugriff Erkenntnisse über die einzelnen Milieus aufnehmen und dann versuchen, sich an ihnen in der Ausgestaltung von kirchlichen Angeboten zu orientieren. Man

² Vögele/Bremer/Vester (Hg), Würzburg 2002.

³ Huber/Steinacker (Hg.), 2006, vgl. S. 203ff., insbesondere Abschnitt 4.4 von Schulz: Wie Lebensstile die Kirchenmitgliedschaft bestimmen, S. 263ff.

⁴ Schulz/Hauschildt/Kohler, 2008.

⁵ Wippermann/de Magalhaes, 2005.

entwickelt folglich mehr oder minder stringent ein milieuspezifisches Programm. Die Erkenntnisse aus den Milieutheorien werden folglich im Sinne von Menschenkenntnis und komplexer im Sinne von Marktforschung und als Marketinginstrument genutzt. Insofern folgt die Nutzung der Milieuanalyse in dieser Hinsicht der Art und Weise, wie sie auch in vielen Bereichen der Wirtschaft anzufinden ist, um eine zielgruppengerechte, absatzorientierte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen zu erreichen.

Sehr viel seltener finden sich aber leider richtiggehende theologische Auseinandersetzungen mit der Milieuproblematik. Diese Einsicht ist einigermäßen enttäuschend, denn es muss doch erstaunen, dass sich über einen Zeitraum von weit über hundert Jahren – und wahrscheinlich ja noch sehr viel länger – der vom Anspruch her sich nur universell verstehen könnende christliche Glaube ganz offensichtlich höchst selbstverständlich in partikulare Interessenlagen – man könnte auch sagen: ethnische Bezüge – eingefügt hat. Zudem muss eine sich missionarisch verstehende Kirche – um die ja heute niemand mehr herumkommt – die Frage stellen, wie es gelingen kann, mit den Ressourcen einer zutiefst milieugebundenen Kirche Menschen aus fernstehenden Milieus anzusprechen und für den Glauben zu gewinnen. Auch in Sachen Milieubindung ist das missionarische Paradox nicht aushebelbar, demgemäß der Glaube nur in Gestalt spezifischer, geprägter Sozialformen, ja körperlicher Haltungen Menschen nahegebracht werden kann – auch denen, denen diese Formen gerade fremd sind, die ihnen fern stehen, sie vielleicht sogar ablehnen. Es gibt in der missionarischen Begegnung keine Nullsituation, aus der man sich sozusagen „rein“ den biblischen Texten oder dem Glauben als solchen zuwenden könnte. Immer ist diese Situation mit bestimmten kulturellen und in diesem Sinne eben milieuspezifischen Formen unterlegt bzw. überformt. Deswegen hat der Mitautor dieses Bandes schon vor einiger Zeit in Sachen Milieu formuliert: „Niemand kann aus seiner Haut“ bzw. Christus inkarniert sich ins Milieu.⁶ Gerade diese Situation fordert aber zu theologischen Überlegungen heraus, denen in diesem Band durch Rückgriff auf kulturtheoretische Überlegungen, und zwar insbesondere der klassischen Studien von H. Richard Niebuhr, Rechnung getragen werden soll.

Im Blick auf eine theologische Reflexion der ganzen Problematik taucht sodann ein zweites Problem auf, das in einer rein technisch-strategischen Nutzung der Milieutheorie untergehen muss. Es geht um die Frage – etwas platt formuliert – ob sich die Milieus ihren Glauben oder ob sich der Glaube seine Milieus schafft. Mithin geht es um nichts Geringeres als um die kulturstiftende und kulturprägende Kraft des Glaubens im Gegenüber zu seiner Abhängigkeit von kulturellen und sozialen Voraussetzungen. Die vorliegenden Konzeptionierungen der Milieutheorien laufen samt und sonders auf einen einlinig kausalen Bezug hinaus, der von den sozialen bzw. kulturellen Voraussetzungen zu den Gestalten des Glaubens läuft. D.h. einfach gesagt: Jedes Milieu hat seinen eigenen Glauben bzw. seine eigene Glaubensform und er kann von daher sozusagen angerufen und aktiviert werden.

⁶ Vgl. Wegner, 2000.

Dass eine solche Sichtweise nicht nur theologisch unbefriedigend ist, liegt auf der Hand. Sie verzichtet auf eine mögliche und in der Geschichte ja auch immer wieder relevant gewesene gegenläufige Bewegung, der gemäß die Potenzen des Glaubens sich ihre ihnen gemäße Glaubensgestalten schaffen und entsprechenden prägenden Einfluss auf die kulturellen und sozialen Grundlagen einer Gesellschaft ausüben. Dass es solchen Einfluss gibt, ist auch in der Geschichte der Kirchen in Deutschland über die letzten hundert Jahre deutlich zu erkennen. Will man die Milieuanalyse theologisch sachgemäß nutzen, dann muss auch diese „Drehung der Sichtweise“ zum Tragen kommen.

Um es an dieser Stelle gleich vorweg zu nehmen: In den hier vorliegenden Studien zum Thema Kirche und Milieu hat sich empirisch-praktisch gezeigt, dass sich ein einliniger, sozusagen abschüssiger Weg von den Milieus zum Glauben ohnehin kaum beschreiten lässt. Der normale Weg in die Beteiligung an kirchlichen Veranstaltungen ist eher umgekehrt, denn der angestrebte Milieubezug in den Veranstaltungen wird fast immer erkennbar durch den Bindegrad an Religion und Kirche überlagert. Der primäre Grund, an kirchlichen Veranstaltungen teilzunehmen ist die Verbundenheit mit Kirche und Religion bzw. die eigene religiöse Einstellung und erst sekundär greifen dann auch bestimmte Milieuorientierungen. So sind sie wichtig – aber letztlich nicht entscheidend. Dies verkompliziert die gesamte Diskussion. Es lassen sich offensichtlich nicht so einfach Milieukennzeichen kirchlich anrufen. Dass es sich um eine kirchliche bzw. religiöse Veranstaltung handelt, wird von der Bevölkerung sehr viel schärfer wahrgenommen als die mit ihr assoziierten Milieukennzeichen. Diese Erkenntnis bremst alle euphorischen Hoffnungen in Sachen Nutzung der Milieutheorie aus. Darum, den christlichen Glauben zunächst plausibel darzustellen, kommt auch das schönste kirchliche Milieuprojekt nicht herum. Dann allerdings hilft der milieugeschulte Blick, sich den Menschen nähern und sie für die Kirche und den Glauben gewinnen zu können.

Diese Situation setzt – neben ganz praktischen ressourcenorientierten Überlegungen – der Möglichkeit, aber auch der Notwendigkeit deutliche Grenzen, spezifisch auf kleinste und feinste Milieudifferenzen in der Gesellschaft eingehen zu können bzw. eingehen zu müssen. Zugleich entlastet dies auch die Akteure. Eine allzu strikte Milieudifferenzierung der kirchlichen Angebote ist nicht nötig, weil das religiöse und kirchliche Interesse primär ist und nicht so breit streut wie die Milieus. Dies gilt zumindest für den kirchlichen „Normalbetrieb“: Hier sollte es stets darum gehen, gut besuchte Veranstaltungen zu erreichen – und sie deswegen so zu gestalten, dass hauptsächlich ganz einfach „viele“ Menschen angesprochen werden. Spezifische Kampagnen und zielgruppengerechte Angebote müssen aber natürlich anders verfahren.

Hier liegt auch der Grund, warum die Milieustudie des SI anders verfährt als die große katholische Sinus-Studie. Unsere These ist, dass die Chancen kirchlicher Kommunikation nicht so sehr im Nachverfolgen feinsten Milieudifferenzen und auch nicht darin bestehen, die Milieus am Rande der gesellschaftlichen Skala – egal in welche Richtung – zu erreichen und zu bedienen – sei es in höchst moderner, sei es in eher überkommener Richtung. Die Chancen des kirchlichen Bezuges auf Milieus liegen vielmehr erkennbar sozusagen in der „Mitte der Gesellschaft“. Dabei ist allerdings deut-

lich zu sehen, dass der vorfindliche Milieubezug von Kirche gewisse Verschiebungen weg von der Mitte der Gesellschaft in etwas „gehobenere“ Bereich der Bevölkerung aufweist. Er lässt sich aber durchaus in einer vorsichtigen Weise durch sekundäre Milieuassoziationen in der kirchlichen Praxis beträchtlich erweitern. Demgegenüber sind jedoch die Chancen modernste und andere Milieus zu erreichen, ausgesprochen gering und würden einen erheblichen Aufwand erfordern.

Das bedeutet in der Konsequenz – und das sei hier gleich deutlich formuliert – Abschied zu nehmen von einem pointierten Zielgruppenansatz in der Arbeit, der sich in der eigentlich notwendigen Differenziertheit ohnehin im Normalbetrieb nicht durchhalten lässt. Worum es geht, wäre ganz praktisch in gewisser Differenziertheit schlicht das Ziel zu verfolgen, möglichst viele Menschen mit den eigenen Angeboten zu erreichen und dafür die entsprechenden, möglichst weit greifenden, milieumäßigen Stilelemente (z. B. Pop- und Musicalmusik) zu nutzen. Die Linie wäre schlicht formuliert: Weg von der Zielgruppe – hin zu vollen Gottesdiensten! Das bedeutet nicht das Ende der Milieuanalyse – vielmehr ist es der Beginn ihrer realistischen Nutzung. Sie kann eine Hilfe sein, zu wachsen – oder wenigstens nicht zu schrumpfen. Sie hilft, Menschen in ihrem persönlich-sozialen Gefüge wahr- und ernst zu nehmen. Insofern ist sie ein Instrument der Menschenkenntnis – wie es auch andere gibt. Sie kann auch helfen – in ihrer kritischen Fassung – soziale Ungleichheit in der Gesellschaft und der Kirche erkennen zu können. Aber sie ist kein Zauberstab. Zaubern im eigentlichen Sinne der wundersamen Veränderung kann nur der Geist Gottes, der den Glauben bewirkt. Dann verändern sich auch Milieus – nicht umgekehrt.

Theologisch ist damit aber das Problem der Milieubindung selbstverständlich nicht gelöst, denn auch bei einer solch kontrollierten Erweiterung der kirchlichen Handlungsfelder in die Mitte der Gesellschaft hinein bliebe der Eindruck bestehen, dass christlicher Glaube sich auf Lebensstilelemente bestimmter und zwar die Gesellschaft eher tragender Milieus reduziert und gerade die Ärmere, aber auch viele aus dem Bereich moderner Leistungsträger gerade nicht erreichen würde. Insofern müssen auch an dieser Stelle deutliche theologische Markierungen gesetzt werden. Rein nüchtern gesehen sind aber die Chancen, in einem Bereich außerhalb der gesellschaftlichen Mitte wirklich etwas zu bewegen, ausgesprochen gering. Der Milieubezug der evangelischen Kirche ist folglich unter bestimmten Voraussetzungen zwar durchaus erheblich erweiterbar, und zwar auch mit den vorhandenen Ressourcen; aber er ist nicht grundsätzlich zu verändern. Weder eine Kirche der Armen – noch eine Kirche der Show- und Eventkultur ist im großen Stil denkbar (was bestimmte Gemeinden, die in diese Richtung gehen, natürlich nicht ausschließt). In dieser Situation spiegelt sich eine Jahrhunderte lang geprägte Geschichte der Erfahrungen gesellschaftlicher Gruppen, Schichten und Klassen mit der evangelischen Kirche wider. Dass insbesondere die Frage nach der Integration der Armen in die Kirchengemeinde deswegen aber natürlich nicht zur Ruhe kommen darf, liegt auch auf der Hand – und dies in einer Zeit der zunehmenden Armutsentwicklung in unserem Land erst recht. Es wird sich allerdings – wenn überhaupt – nur dadurch angehen lassen, dass sich einzelne Christen und Gruppen in der Kirche,

angetrieben durch ihren Glauben, auf den Weg zu den Armen machen und dabei Milieugrenzen überwinden.⁷

Bestimmend im Verhältnis von Kirche und Milieu ist das Interesse der Menschen an kirchlicher und religiöser Kommunikation. Dieses Interesse findet sich in bestimmten Milieus stärker als in anderen. Aber auch die jeweiligen anderen Milieus, auch jene, die mit Kirche und Religion relativ wenig zu tun haben, lassen sich für die Kirche nur dann gewinnen, wenn überhaupt ein Interesse geweckt werden kann. Insofern ist die Einstellung zu Religion und Kirche einer milieubezogenen Arbeit deutlich vorgeordnet. Man kann nicht erst eine milieuspezifische Arbeit machen und sie dann christlich taufen; der Weg ist nur umgekehrt möglich. Was es vor allen Dingen braucht, ist glaubwürdige, religiöse bzw. kirchliche Kommunikation, die sich dann spezifischer Milieukennzeichen und spezifischen Milieumaterials in ihrer Ausgestaltung bedienen kann und bedienen sollte. Im Vordergrund steht aber eben jene Glaubwürdigkeit als solche. Sie kann eine durchaus milieutranszendierende Kraft haben.

Worum es in einer theologisch reflektierten und verantwortbaren Nutzung der Milieutheorie geht, ist folglich nichts Geringeres als die Frage nach den authentischen Transformationsmöglichkeiten von christlichen Glaubensgestalten zu stellen. Es ist nicht das Ziel, sich irgendwie instrumentell auf Lebensstile und Milieus zu beziehen, was als rein taktische Bezugnahme überhaupt nicht gelingen könnte, sondern es kann aus kirchlicher Sicht nur darum gehen, bestimmte Gestalten des christlichen Glaubens in einer glaubwürdigen Weise in andere Umwelten hinein zu transformieren. Allein diese, am Eigenwert und am Eigenanspruch des christlichen Glaubens orientierte Perspektive kann der Problematik gerecht werden. Sie lässt aber ganz neu die Fragen nach entsprechenden transformativen Impulsen im christlichen Glauben an die Oberfläche kommen. Und sie lässt neu das Problem formulieren, wie eine missionarische Kirche heute realistisch denkbar ist.

⁷ Vgl. zu dieser Problematik: Gerechte Teilhabe, 2006, S. 75ff. Zur Frage der Integration Armer in die Kirchengemeinden: Grosse, 2007; Schulz, 2007.

