



## Probleme und Chancen religiöser Kommunikation

Erkenntnisse aus Allensbacher Langzeituntersuchungen

Zu den bedeutendsten Veränderungen der Gesellschaft in den letzten Jahrzehnten gehört die Zunahme der Kommunikationsmöglichkeiten, der Kommunikationsintensität und -fähigkeit der Bevölkerung. Langzeitanalysen belegen, dass besonders die mediale, aber auch die personale Kommunikation im Alltag der Bevölkerung heute einen wesentlich größeren Raum einnehmen als noch vor wenigen Jahrzehnten. Im Durchschnitt nutzt der Einzelne heute fünfeinhalb Stunden die Angebote der Medien. In diesem auf den ersten Blick unrealistisch wirkenden Medienzeitbudget schlagen vor allem das Fernsehen und der Hörfunk zu Buche, der natürlich häufig parallel zu anderen Tätigkeiten genutzt wird. Besonders in der Phase der Ausbreitung des Fernsehens und in der zweiten Phase der Vermehrung der Fernsehprogramme stieg die Mediennutzung der Bevölkerung steil an. Heute verbringt die Bevölkerung im Durchschnitt zweieinhalb Stunden mit den Angeboten des Fernsehens, im Durchschnitt eine halbe Stunde mit der Tageszeitung. Ergänzend kommt eine Fülle anderer Medienangebote hinzu, insbesondere das mittlerweile unüberschaubare Zeitschriftenangebot und zunehmend die Online-Angebote.

Die allgemeine Entwicklung der Vermehrung von Optionen prägt die Kommunikationsmöglichkeiten und das kommunikative Verhalten der Menschen. Eine Fülle von Themen, Informationen, Institutionen und Medien konkurrieren um die Aufmerksamkeit und Zuwendung der Bevölkerung, die darauf zwangsläufig mit einer immer schärferen Selektion reagiert.

In diesem immer mehr von Kommunikation geprägten Umfeld wirken die christlichen Gemeinschaften und Institutionen eher kommunikationsschwach. Das Interesse der Gesellschaft an religiösen und kirchlichen Themen ist langsam, aber kontinuierlich gesunken. In der Alltagskommunikation kommen die persönlichen religiösen Überzeugungen nur am Rande vor; das gilt für die Kommunikation in der Familie wie für die Kommunikation in Schule, Beruf und Freizeit. Zwar wird in den säkularen Medien durchaus umfassend über die Institution, ihre Repräsentanten, Veranstaltungen und Verlautbarungen berichtet, kaum jedoch über Glaubensfragen und christliche ethische Positionen. Religiöse Inhalte, Glaubensüberzeugungen sind auch aus der Medienkommunikation weitgehend verdrängt. Das säkulare Medienangebot entwickelt sich

außerordentlich dynamisch, wird kontinuierlich breiter, heterogener und stärker auf die Interessen einzelner Zielgruppen zugeschnitten. In dieser Konkurrenzsituation tun sich viele kirchliche Medienangebote schwer; die meisten Reichweiten sinken und der Nutzerkreis ist seit Jahren überaltert.

Gleichzeitig sind die Kirchen immer mehr auf die Medien angewiesen, um ihre Mitglieder zu erreichen, da sich der direkte Kontakt zwischen Kirche und Konfessionsmitgliedern gelockert hat. Die Kirchen erreichen nur noch eine Minderheit ihrer Mitglieder persönlich. Entsprechend gewinnt die Frage an Bedeutung, welche Möglichkeiten die mediale Kommunikation bietet und wieweit sie die personale Kommunikation ersetzen kann.

Allerdings zeigen Untersuchungen, dass der Substitution der personalen durch die mediale Kommunikation enge Grenzen gesetzt sind. Auch in der modernen Mediengesellschaft kommt der personalen Kommunikation für die Auseinandersetzung mit religiösen Fragen entscheidende Bedeutung zu. So wie die personale Kommunikation generell durch die modernen Medien nicht verdrängt wird, ersetzen kirchliche und säkulare Medienangebote nicht das persönliche Gespräch über Glaubens- und Sinnfragen. Informationen über die Institution werden heute in hohem Maße über Medien vermittelt und wahrgenommen; die Auseinandersetzung mit Glaubensfragen, mit der Frage nach dem Sinn des Lebens können sich die meisten Menschen nur von Angesicht zu Angesicht mit Personen vorstellen, denen vertraut wird.

Diese klare Trennung zwischen der Information über die Institution und der Auseinandersetzung mit religiösen Themen kristallisierte sich in einer repräsentativen Studie unter Katholiken heraus, bei der die Bedeutung personaler und medialer Informationsquellen bei verschiedenen Themenfelder untersucht wurde.<sup>1</sup> Bei der Information über die Position der Amtskirche dominieren die Medien eindeutig, und zwar speziell die säkularen Medien: Katholiken setzen sich mit der Stellungnahme von Papst und Bischöfen vor allem auf der Basis der Berichte der säkularen Tagespresse, der Zeitschriften und allgemein informierenden Fernsehprogramme auseinander, erst in zweiter Linie auf der Basis der Informationen durch die kirchlichen Medienangebote; die personale Kommunikation spielt für diesen Themenkreis nur eine untergeordnete Rolle.

Wenn es nicht um Stellungnahmen der Amtskirche, sondern generell um kirchliche Ereignisse und Entwicklungen geht, rückt die personale

<sup>1</sup> Institut für Demoskopie Allensbach: Trendmonitor ‚Religiöse Kommunikation 2000‘. Bericht über eine repräsentative Umfrage unter Katholiken zur medialen und personalen Kommunikation, März 2000.

Kommunikation mit kirchlichen Repräsentanten in der Gemeinde, mit Gemeindemitgliedern, Familie, Freunden und Bekannten auf: Auch hier stehen zwar mediale Angebote auf dem ersten Rang, jedoch knapp gefolgt von personalen Informationsquellen. So beziehen 55 Prozent der Katholiken Informationen über kirchliche Ereignisse und Entwicklungen aus Fernsehsendungen mit diesem spezifischen Themenschwerpunkt, 52 Prozent aus der säkularen Tagespresse und aus Zeitschriften; für 49 Prozent ist die Kirchenpresse ein besonders geeignetes Informationsmedium zu diesem Thema, für 47 Prozent Gespräche mit der Familie, Freunden und Bekannten und für 45 Prozent Gespräche mit Repräsentanten der Kirche in der Gemeinde und mit Gemeindemitgliedern.

Völlig anders fällt die Gewichtung von personalen und medialen Informationsquellen aus, wenn es nicht um die Institution, sondern um die persönliche Auseinandersetzung mit Glaubens- und Sinnfragen geht. Säkulare wie kirchliche Medien sind hier von untergeordneter Bedeutung, das persönliche Gespräch dagegen die mit Abstand wichtigste Form der Kommunikation. So erwartet nur eine Minderheit aus den säkularen und kirchlichen Medienangeboten Lebenshilfe und Unterstützung bei der Auseinandersetzung mit Sinnfragen. Nur jeder fünfte Katholik bezieht aus der säkularen Tagespresse und aus Zeitschriften Informationen und Hinweise, die ihm bei der Auseinandersetzung mit Sinnfragen hilfreich sind, noch weniger erwarten solche Hinweise aus Fernsehsendungen über religiöse und kirchliche Themen. Eine wesentlich größere Rolle spielen Bücher, aus denen 39 Prozent aller Katholiken Unterstützung bei der Auseinandersetzung mit Sinnfragen beziehen. Mit Abstand die wichtigste Informationsquelle sind jedoch persönliche Gespräche mit vertrauten Personen aus dem Familien- und Freundeskreis: 74 Prozent aller Katholiken halten Gespräche mit Freunden und Familienmitgliedern für die ergiebigste Informationsquelle bei der Auseinandersetzung mit Sinnfragen (Tabelle 1).

Wenn es speziell um Glaubensfragen geht, dominiert ebenfalls die personale Kommunikation, doch verlagert auf die personalen Kommunikationsmöglichkeiten der Kirche: 57 Prozent der Katholiken nennen Gespräche mit dem Pfarrer, anderen Seelsorgern oder Aktiven in der Kirchengemeinde als Informationsquelle und Partner bei der Auseinandersetzung mit Glaubensfragen, jeweils 46 Prozent den Gottesdienst und persönliche Gespräche mit Familienmitgliedern, Freunden und Bekannten. Medien haben bei der Auseinandersetzung mit Glaubensfragen eine untergeordnete Bedeutung; dies gilt für die kirchlichen, besonders ausgeprägt jedoch für die säkularen Medien und auch für Bücher.

Die Ergebnisse legen dringend nahe, auch in der modernen Mediengesellschaft der personalen Kommunikation besondere Aufmerksamkeit zu

Informationsquellen

Tabelle 1  
Bundesrepublik Deutschland  
Katholiken ab 16 Jahre

FRAGE: "Wenn Sie ... sich über bestimmte Themen informieren wollen...  
Wie erfahren Sie darüber etwas, wo suchen Sie da Rat? Können  
Sie dies nach dieser Liste sagen? Bitte nennen Sie mir alles,  
was da bei Ihnen zutrifft." (Vorlage einer Liste)

	Informationsquellen bei den Themen		
	Lebens- hilfe %	Sinn des Lebens %	Glauben %
In persönlichen Gesprächen mit der Familie, mit Freunden oder Bekannten.....	88	74	46
In Büchern.....	36	39	17
Im Gottesdienst, in der Messe.....	28	28	46
Aus der Tageszeitung, aus Zeitschriften, Illustrierten.....	28	20	13
In Gesprächen mit dem Pfarrer, anderen Seelsorgern oder mit Aktiven in der Kirchengemeinde.....	26	27	57
Im allgemeinen Fernsehprogramm.....	18	17	9
In der Bibel.....	18	25	23
Aus Sendungen über Religion und Kirche im Fernsehen.....	13	16	23
Durch die Kirchenzeitung, das Bistumsblatt..	9	9	18
Im Radio, im allgemeinen Hörfunkprogramm...	8	7	5
Aus Wochenzeitungen oder Zeitschriften, die häufiger über Fragen des Glaubens und der Kirche berichten, z.B. Rheinischer Merkur, WeltBild, Missio, Kolpingblatt usw..	8	8	12
Aus Sendungen über Reli- gion und Kirche im Radio.....	7	10	11
Aus dem Internet.....	2	1	1
Anderes.....	3	2	1

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 4213

widmen. Die Vertrauensbasis des persönlichen Gesprächs, die Möglichkeiten der Einfühlung in die individuelle Situation, Persönlichkeit und Stimmung ist durch mediale Kommunikation nicht zu leisten. Zwar kann die mediale Kommunikation Anstöße geben, auch für die individuelle Auseinandersetzung mit Sinn- und Glaubensfragen, sie kann das persönliche Gespräch, den Dialog jedoch nicht ersetzen. Das gilt beson-

ders für die Kommunikation mit Kindern und Jugendlichen. Ihre Möglichkeiten, zu religiösen Fragen und Überzeugungen Zugang zu finden, werden entscheidend von den Impulsen beeinflusst, die von der personalen Kommunikation ausgehen.

Untersuchungen zur religiösen Sozialisation dokumentieren die generelle Bedeutung von Kommunikation. So zeigte eine vergleichende Analyse der Einstellungen und des Verhaltens von Familien, in denen die Weitergabe von Glaubensüberzeugungen gelungen ist, mit Familien, die zwar die Vermittlung ihrer Glaubensüberzeugungen anstrebten, in dieser Aufgabe aber scheiterten, signifikante Unterschiede in der Kommunikationsintensität und -fähigkeit. Bei der Glaubensvermittlung erfolgreiche Familien zeichnen sich durch eine wesentlich intensivere Kommunikation über religiöse wie über säkulare Themen aus. In Familien, in denen die Weitergabe des Glaubens trotz des erklärten Willens der Eltern nicht gelungen ist, spielen dagegen soziale Kontakte und Kommunikation eine unterdurchschnittliche Rolle. Eltern und Kinder sprechen nicht nur unterdurchschnittlich mit Freunden und Bekannten über religiöse und kirchliche Themen, sondern haben generell auch weniger Bekannte und Freunde als in der Weitergabe des Glaubens erfolgreiche Familien.<sup>2</sup>

Die Chancen von Kindern und Jugendlichen, im direkten Kontakt mit anderen durch religiöse Vorbilder, Glaubenszeugnisse und Diskussionen über religiöse Themen geprägt zu werden, sind jedoch in den letzten Jahrzehnten signifikant gesunken. Zwar hat die Kommunikationsintensität und -fähigkeit in den Familien zugenommen. Durch die sinkenden religiösen und kirchlichen Bindungen geht jedoch zwangsläufig auch der Anteil der Kinder und Jugendlichen zurück, die in einem religiös gebundenen Elternhaus aufwachsen.

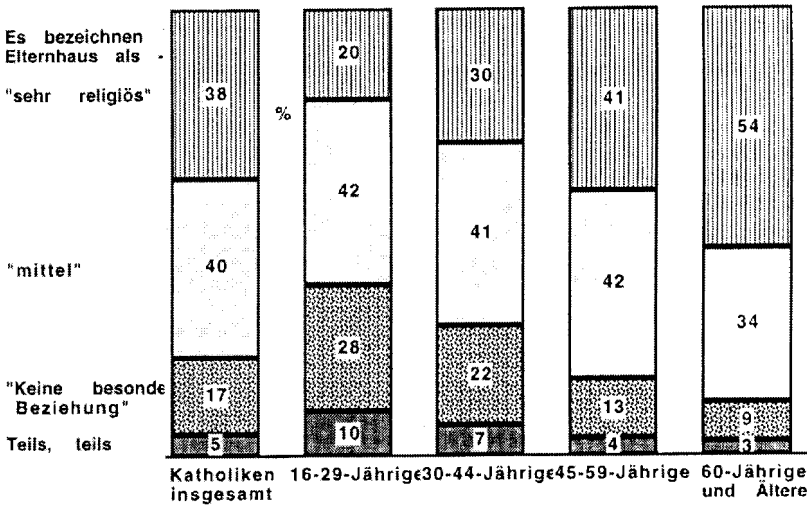
Der sinkende Anteil religiös gebundener Eltern verändert auch die Kommunikation der Familien über religiöse Themen. Zwei Drittel der unter-30-jährigen Katholiken berichten, dass in ihrer Familie nur selten oder nie über religiöse Themen gesprochen wird. Die Motivation wie die Fähigkeit von Eltern, religiöse Fragen zu thematisieren und religiöse Überzeugungen zu vermitteln, hängen zwangsläufig eng mit den religiösen Bindungen der Eltern selbst zusammen.

Die Elternhäuser verlieren als religiöse Sozialisationsinstanz an Bedeutung, in mehrfacher Hinsicht: Immer weniger Eltern können als Vorbild Glaubensüberzeugungen vorleben und auf selbstverständliche Weise mit der religiösen Praxis vertraut machen; während die Kommunikationsfähigkeit der Familien tendenziell wächst, vermindert sich die

<sup>2</sup> Vergleiche dazu: Institut für Demoskopie Allensbach: Weitergabe des Glaubens. Einflüsse auf die Tradierungschancen des Glaubens in der Familie, Allensbach 1988.

Schaubild 1

**Die Zahl religiöser Elternhäuser nimmt ab**



Basis: Bundesrepublik Deutschland; Katholiken ab 16

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 42

Kommunikationsintensität und -fähigkeit bei religiösen Themen; mit der religiösen Distanzierung vieler Eltern vermindert sich zwangsläufig auch ihre Motivation, religiösen Fragen in der Erziehung großes Gewicht beizumessen. Von Katholiken aus religiös distanzierten Elternhäusern berichten 85 Prozent, in ihrer Familie werde nur selten oder nie über Glaubensfragen gesprochen, von Katholiken aus religiösen Elternhäusern nur jeder Dritte (Tabelle 2).

Mit der Religiosität der Elternhäuser und der Intensität der Kommunikation über religiöse Themen verändern sich die Zugangschancen von Kindern und Jugendlichen zu Glaubensüberzeugungen. Nur gut ein Drittel der Katholiken aus einem religiös indifferenten Elternhaus beschreibt sich selbst als religiös, dagegen 86 Prozent der Katholiken aus tief religiösen Elternhäusern; bei unter-30-jährigen Katholiken ist die gleiche enge Beziehung zwischen der Religiosität des Elternhauses und den eigenen Überzeugungen festzustellen. Da der Anteil junger Katholiken, die in tief religiösen Elternhäusern aufgewachsen sind, jedoch deutlich niedriger ist als in der gesamten katholischen Bevölkerung, ist auch der Anteil religiös Gebundener in der jungen Generation signifikant niedriger: Zwei Drittel aller Katholiken, knapp die Hälfte der Unter-30-Jährigen stufen sich als religiös ein.

Diese Daten lassen erwarten, dass die Familien als religiöse Sozialisa-

Gespräche über Glaubensfragen  
in der Familie

Tabelle 2  
Bundesrepublik Deutschland  
Katholiken ab 16 Jahre

FRAGE: "Wie ist das in Ihrer Familie, inwieweit wird da über Glaubensfragen und religiöse Themen gesprochen? Würden Sie sagen ..."

Katholiken insgesamt	Elternhaus ist/war -		
	sehr re- ligiös	mittel/ teils, teils	keine Beziehung zur Religion
%	%	%	%
"häufiger"..... 19	32.....	13.....	5
"nicht so häufig"..... 25	33.....	25.....	9
"selten"..... 38	26.....	45.....	47
"gar nicht"..... 17	8.....	16.....	38
Unentschieden, keine Angabe..... 1	1.....	1.....	1
—	—	—	—
100	100	100	100

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 4213

tionsinstanz auf absehbare Zeit weiter an Bedeutung verlieren werden. In den meisten katholischen Familien wird nur noch selten oder nie über Glaubensfragen und religiöse Themen gesprochen. 38 Prozent aller Katholiken berichten, in ihrer Familie werde selten, 17 Prozent, es werde nie über religiöse Fragen gesprochen. Die Daten legen nahe, gerade, auch

über die Intensivierungsmöglichkeiten der personalen Kommunikation nachzudenken.

Die schwindende Bedeutung der Familie als Kommunikationsraum über religiöse Fragen wird in der Regel nicht durch andere Bezugsgruppen und -personen ersetzt. Vielmehr sprechen Katholiken, in deren familiärer Kommunikation religiöse Themen kaum oder gar nicht vorkommen, auch mit Freunden und Bekannten nur wenig über diese Fragen und sind auch unterdurchschnittlich in der Gemeinde verwurzelt. 67 Prozent der Katholiken, die in der Familie häufig oder zumindest ab und zu über Glaubensfragen sprechen, machen diese auch im Freundeskreis zum Thema, dagegen nur 12 Prozent der Katholiken, deren Familien als Kommunikationsraum über den Glauben weitgehend ausfallen:

Es sprechen im eigenen Freundes- und Bekanntenkreis über Glaubensfragen und religiöse Themen	Katholiken, die in ihrer Familie über Glaubensfragen sprechen	
	häufig oder zumind. ab und zu %	selten oder überhaupt nicht %
• häufig oder zumind. ab und zu	67	12
• nur selten oder gar nicht	31	87

Insgesamt sprechen knapp zwei Drittel aller Katholiken in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis nur selten oder nie über Glaubensfragen und religiöse Themen. Je enger die Bindung an die Pfarrgemeinde, desto häufiger sprechen Katholiken sowohl in der Familie als auch im Freundes- und Bekanntenkreis über Glaubensfragen und religiöse Themen. Von den Katholiken mit enger Bindung an die Gemeinde sprechen 44 Prozent mit Freunden und Bekannten häufig über religiöse Fragen, von Katholiken mit nur schwacher oder ohne jede Bindung an die Pfarrgemeinde dagegen nur 5 Prozent (Tabelle 3).

Wer in der Familie über religiöse Themen spricht, hat in der Regel auch außerhalb der Familie Gesprächspartner für diesen Themenkreis, im Freundes- und Bekanntenkreis wie in der Gemeinde. Die Trennlinie verläuft nicht zwischen Katholiken, die primär im privaten Kreis, und Katholiken, die mit Repräsentanten der Kirche über Glaubensfragen sprechen, sondern zwischen Katholiken, die mit verschiedenen Gesprächspartnern diese Fragen besprechen, und Katholiken, in deren personaler Kommunikation dieses Themenfeld generell kaum vorkommt. Es sind dieselben Gruppen, die überdurchschnittlich im privaten Familien- und Freundeskreis über religiöse Fragen sprechen und über gute Kon-



Kommunikation über religiöse Themen  
im Freundes- und Bekanntenkreis

Tabelle 3  
Bundesrepublik Deutschland  
Katholiken ab 16 Jahre

FRAGE: "Inwieweit wird in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis über Glaubensfragen und religiöse Themen gesprochen? Würden Sie sagen, Sie sprechen darüber ..."

	Katholiken		
	insgesamt	West	Ost
	%	%	%
"häufiger".....	13	13...	21
"nicht so häufig".....	23	22...	29
"selten".....	39	39...	37
"gar nicht".....	23	24...	13
Unentschieden, keine Angabe.....	2	2...	x
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	100	100	100

	Persönliche Bindung an die Pfarrgemeinde		
	eng	mittel	gering/ gar keine
	%	%	%
"häufiger".....	44.....	12.....	5
"nicht so häufig".....	35.....	36.....	13
"selten".....	15.....	41.....	45
"gar nicht".....	2.....	9.....	36
Unentschieden, keine Angabe.....	4.....	2.....	1
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	100	100	100

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 4213

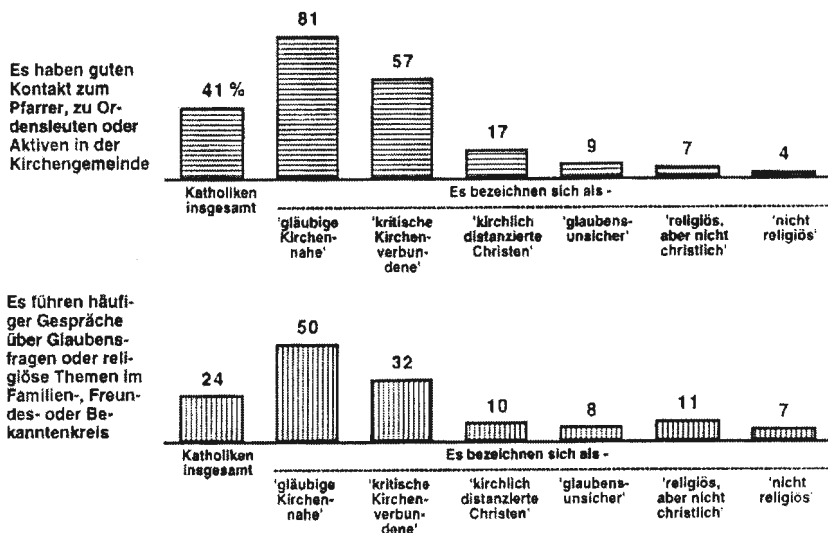
takte zum Pfarrer, zu Ordensleuten oder Aktiven in der Kirchengemeinde berichten. Wenn keine Kontakte zum Pfarrer oder zu Aktiven in der Kirchengemeinde bestehen, spielen in der Regel religiöse Themen auch in der privaten Kommunikation keine große Rolle.

Die entscheidende Trennlinie verläuft zwischen Kirchenverbundenen und Katholiken, die sich vom Glauben oder auch nur von der Institution

distanzieren. Dass kirchlich distanzierte Christen über weitaus weniger gute Kontakte zu Repräsentanten der Kirche in der Gemeinde berichten, kann nicht überraschen; bemerkenswert ist jedoch, dass auch die private Kommunikation über Glaubensfragen bei kirchlich distanzierten Christen gegenüber kritischen Kirchenverbundenen steil abfällt und nur unwesentlich über dem Anteil unter religiös Distanzierten liegt: 32 Prozent der kritischen Kirchenverbundenen sprechen im Familien- und Freundeskreis häufiger über religiöse Themen, dagegen nur 10 Prozent der kirchlich distanzierten Christen, 7 Prozent der religiös Distanzierten:

Schaubild 2

**Außerhalb des Kreises der kirchennahen Katholiken wenig personale Kommunikation über Glaubensfragen oder religiöse Themen**



Basis: Bundesrepublik Deutschland; Katholiken ab 16

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 42

Die Ergebnisse zeigen, dass diejenigen, die durch die personale Kommunikation der Kirche erreicht werden, gleichzeitig in ihrem privaten Umfeld Gesprächspartner über Glaubensfragen haben, während Katholiken, die von der kirchlichen personalen Kommunikation nicht erreicht werden, in der Regel auch in ihrem privaten Umfeld nicht über religiöse Themen sprechen. Von der großen Gruppe der Katholiken, die sich als kirchlich distanzierte Christen beschreiben, haben nur 9 Prozent einen guten Kontakt zu ihrem Pfarrer, ebenfalls 9 Prozent Kontakte zu Aktiven aus der Kirchengemeinde; gleichzeitig sprechen nur 7 Prozent dieser

Gruppe in ihrem Familienkreis häufiger über religiöse Themen, 5 Prozent mit Freunden oder Bekannten.

Welche Chancen die Kirche auch heute trotz der Verminderung religiöser und kirchlicher Bindungen in der personalen Kommunikation hat, zeigt der hohe Anteil der Katholiken, die den eigenen Pfarrer kennen. 72 Prozent aller Katholiken kennen ihren Pfarrer, immerhin 33 Prozent haben zu ihm einen guten Kontakt; 39 Prozent kennen ihren Pfarrer nicht oder haben zu ihm keinerlei Kontakte. 27 Prozent aller Katholiken haben gute Kontakte zu Aktiven der Kirchengemeinde, wobei sich dieser Kreis in hohem Maße mit denjenigen überdeckt, die gute Kontakte zum Pfarrer der Gemeinde haben. In den neuen Bundesländern, wo der Katholizismus nur eine kleine Minderheit stellt und gleichzeitig die Konfessionsmitgliedschaft wesentlich aussagekräftiger in Bezug auf die religiösen und kirchlichen Bindungen ist als in Westdeutschland, bestehen sowohl intensivere Kontakte zu dem Pfarrer wie zu Aktiven in der Gemeinde.

Die personale Kommunikation ist in hohem Maße eine In-Group-Kommunikation: die religiös Gebundenen haben im privaten Umfeld wie in der Institution Gesprächspartner, die Distanzierten, auch diejenigen, die sich nur von der Institution distanzieren, aber als Christen bezeichnen, sprechen weder mit kirchlichen Vertretern noch im privaten Kreis in nennenswertem Umfang über religiöse Themen.

Die religiös Gebundenen wenden sich in der Regel auch nicht offensiv Nicht-Gebundenen oder Glaubensunsicheren mit Gesprächsangeboten zu. Jeder missionarische Eifer, schon das demonstrative Bekenntnis der eigenen Glaubensüberzeugungen sind dem modernen Christentum fremd. Zwar sind 53 Prozent aller Katholiken in den letzten Jahren von jemandem offensiv und werbend auf das Thema Glauben und Kirche angesprochen worden. In rund vier Fünfteln dieser Fälle waren es jedoch Zeugen Jehovas; nur 2 Prozent sind von Katholiken, 1 Prozent von Protestanten offensiv auf Glaubensüberzeugungen angesprochen worden.

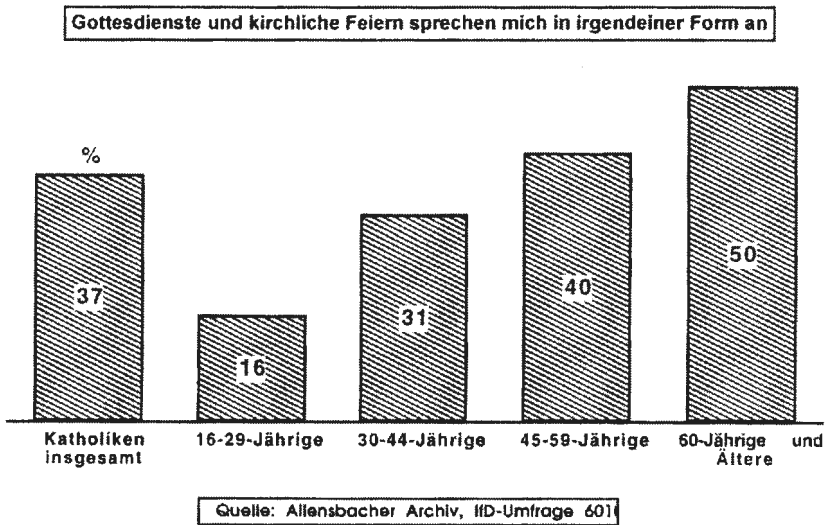
Angesichts des hohen Anteils an Konfessionsmitgliedern und des durchaus hohen Anteils in der Bevölkerung, der sich als religiös beschreibt, ist die Frage klärungsbedürftig, warum religiöse Themen in der personalen Kommunikation eine auffallend geringe Rolle spielen. Ein wesentliches Kommunikationshindernis ist Mangel an Interesse. Konfessionsmitgliedschaft und auch die Selbsteinstufung als religiös stehen bei vielen nicht für eine existenzielle Bedeutung des Glaubens. Nur eine Minderheit interessiert sich für religiöse Fragen, in den alten Bundesländern 26 Prozent, in den neuen Ländern 15 Prozent der Bevölkerung. Seit den späten sechziger Jahren ist der Kreis, der sich für religiöse Fragen interessiert, in den alten Bundesländern von 31 auf 26 Prozent

zurückgegangen. Die Trendanalyse dokumentiert auch die gewachsene Kluft zwischen den Generationen in diesem Bereich. Zwar ist das Interesse an religiösen Fragen seit 1967 in allen Generationen zurückgegangen, überdurchschnittlich jedoch in der Gruppe der Unter-30-Jährigen und der 30- bis 44-Jährigen. Die Chancen einer Belebung der Kommunikation über religiöse Themen entscheiden sich ganz wesentlich an der Frage, ob Religion und Kirche ‚interessant‘ - nicht im vordergründigen Sinne eines aufmerksamkeithaischenden Aktivismus, sondern interessant durch Unverwechselbarkeit, Nähe zum Menschen, eindrucksvolle Glaubenszeugnisse und empfundene Gratifikationen der Mitgliedschaft in der Glaubensgemeinschaft. Es wird zu wenig darüber nachgedacht, was die Mitgliedschaft in einer Glaubensgemeinschaft sein kann, sein müsste.

Es ist beunruhigend, wenn die Mitglieder einer Konfessionsgemeinschaft den Wert dieser Mitgliedschaft in erster Linie in der Möglichkeit sehen, Feiern einen würdigen Rahmen zu geben, oder in der Tradition der Mitgliedschaft - ‚Es gehört für mich einfach dazu, Mitglied in der Kirche zu sein, das hat in unserer Familie Tradition.‘ Auf die Frage, was die Mitgliedschaft in der Kirche für sie bedeutet, nennen 58 Prozent aller Katholiken den würdigen Rahmen für wichtige Familienfeste, 44 Prozent die Tradition der Kirchenmitgliedschaft; nur 34 Prozent aller Katholiken vermittelt die Konfessionsmitgliedschaft das Gefühl, zu einer Gemeinschaft zu gehören; nur 15 Prozent haben den Eindruck, dass sie in der Kirche Formen der Gemeinschaft finden, die kaum ersetzbar sind.

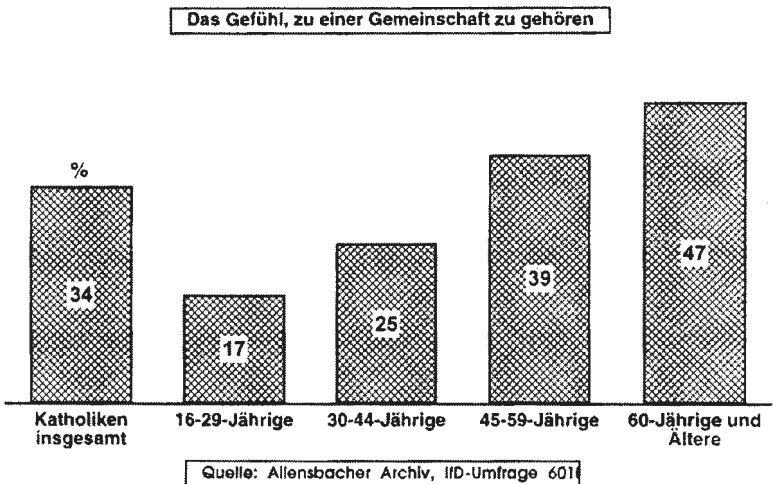
Jüngere ziehen aus der Kirchenmitgliedschaft noch weniger Gratifikationen als Ältere. Insbesondere als Kommunikationsraum hat die Kirche für junge Katholiken eine erschreckend geringe Bedeutung. Das religiöse Ritual als eine Form der Kommunikation über den Glauben spricht Unter-30-Jährige kaum an. Während sich immerhin die Hälfte der 60-jährigen und älteren Katholiken durch Gottesdienste und andere kirchliche Feiern angesprochen fühlen, ist dies nur bei 16 Prozent der unter-30-jährigen Katholiken der Fall:

### Gratifikationen der Mitgliedschaft in der katholischen Kirche



Das Erlebnis von Gemeinschaft und Formen von Gemeinschaft, die kaum ersetzbar sind, prägt das Kirchenbild unter der 30-jährigen Katholiken ebenfalls kaum. Nur 17 Prozent der Unter-30-Jährigen vermittelt die Konfessionsmitgliedschaft das Gefühl, zu einer Gemeinschaft zu gehören, nur ganze 3 Prozent erleben in der Kirche Formen von Gemeinschaft, die sie anderswo nicht finden.

### Gratifikationen der Mitgliedschaft in der katholischen Kirche



Auch als Ansprechpartner in schwierigen Lebenssituationen kann sich die überwältigende Mehrheit der jungen Katholiken ihre Kirche nicht vorstellen. Damit ist gerade die kommunikative Bedeutung der religiösen Gemeinschaft für junge Katholiken auffallend gering; dies gilt noch wesentlich ausgeprägter für junge Protestanten, wie sich generell die Frage der Gratifikationen der Kirchenmitgliedschaft für die protestantische Kirche noch wesentlich drängender stellt als für die katholische. Eine stärkere Anziehungskraft der Kirchen auf Jugendliche und junge Erwachsene hängt entscheidend auch davon ab, ob es gelingt, die Kirchen als Raum der individuellen und sozialen Kommunikation zu beleben.

Die Kommunikationsstärke einer religiösen Gemeinschaft hängt in hohem Maße auch von dem Selbstbewusstsein ihrer Mitglieder ab. Das Selbstbewusstsein der großen Konfessionsgemeinschaften ist zu eng an die Entwicklung ihrer zahlenmäßigen Stärke gebunden. Entsprechend wirkt die Verringerung der Kirchenmitglieder und der aktiven Teilnahme negativ auf das Selbstbewusstsein und die Exponierbereitschaft von überzeugten Christen zurück. Viele engagierte Christen haben zunehmend den Eindruck, zu einer immer kleiner werdenden Minderheit zu gehören, zur Nachhut einer gesellschaftlichen Entwicklung, die von Kirche und Religion wegführt. Die Schwächung der religiösen Kultur in den letzten Jahrzehnten ist eine psychologische Hypothek, die offensiv erarbeitet werden muss, um zu neuem Selbstbewusstsein zu finden. Das bedeutet, Selbstbewusstsein nicht aus zahlenmäßiger Stärke abzuleiten, sondern aus Inhalten, aus den religiösen Überzeugungen. Nur so kann Kraft geschöpft werden, teilweise auch gegen gesellschaftliche Trends, gegen den Zeitgeist zu stehen und daraus sogar neues Selbstbewusstsein zu schöpfen.

Seit den späten siebziger Jahren hat sich das Empfinden westdeutscher Katholiken und Katholikinnen, dass ihre Kirche zeitgemäß ist, kontinuierlich vermindert. Das Gefühl einer großen und wachsenden Distanz zwischen der Kirche und der modernen Gesellschaft nährt sich aus mehreren Quellen. Es geht zum einen auf den wahrgenommenen oder persönlich erlebten Verlust religiöser und kirchlicher Bindungen zurück. Je schwächer die persönliche religiöse Bindung, desto weniger wird die Kirche als zeitgemäß empfunden. Auch religiös und kirchlich gebundene Katholiken sind jedoch zunehmend von dem Empfinden bestimmt, dass sich die moderne Zeit und die Kirche auseinander entwickeln. Dies muss nicht zwangsläufig ein Negativurteil bedeuten, da die Entwicklung der modernen Gesellschaft von vielen äußerst kritisch gesehen wird. Dies belegt unter anderem die Einschätzung der überwältigenden Mehrheit, dass die moderne Zeit von wachsendem Egoismus und dem Rückzug aus sozialen Verpflichtungen geprägt ist. Die Urteile von Katholiken über

ihre Kirche lassen jedoch keinen Zweifel zu, dass die empfundene Fremdheit der Kirche in der modernen Welt auch in hohem Maße der Kirche angelastet wird, der die große Mehrheit der Katholiken ein zu starres Festhalten an überholten Normen und mangelnde Nähe zu den Menschen vorwirft. 69 Prozent aller Katholiken kritisieren, die Kirche halte teilweise zu starr an überholten Normen fest, 60 Prozent fordern, die Kirche müsse sich mehr den Erwartungen und Einstellungen der Menschen anpassen. Darüber hinaus kritisiert knapp die Hälfte der Katholiken, die Kirche werde überwiegend von Männern bestimmt und ihre Sprache, ihr Vokabular sei teilweise veraltet.

Dieser letzte Aspekt ist unter Kommunikationsgesichtspunkten von besonders großem Interesse. Wenn in einer Glaubensgemeinschaft das Empfinden wächst, dass die Sprache ihrer Glaubensüberzeugungen nicht mehr mit der modernen Zeit kompatibel ist, so nährt dies auch Zweifel, wieweit die Botschaft für die moderne Zeit und die Zukunft bedeutsam und wertvoll ist. Die Aktualität und Modernität des Glaubens muss sich auch in Sprache ausdrücken.

Dies ist auch ein entscheidender Aspekt für die Chance, sich in der medialen Kommunikation, in der Konkurrenz mit säkularen Medienangeboten durchzusetzen. Trotz der gesunkenen Reichweiten der medialen Kommunikation der Kirchen ist ihre Bedeutung auch heute beachtlich. Auch wenn die personale Kommunikation bei der Auseinandersetzung mit Glaubensfragen eindeutig der medialen Kommunikation überlegen ist, wird über die kirchlichen und säkularen Medienangebote zu diesem Themenkreis die große Mehrheit aller Katholiken zumindest sporadisch erreicht. Die größte Reichweite verzeichnen die Pfarr- und Gemeindeblätter, gefolgt von der Bibel, von Fernsehsendungen und Büchern, die sich mit Glaubensfragen beschäftigen. So werden knapp zwei Drittel aller Katholiken zumindest sporadisch durch die Pfarr- und Gemeindeblätter erreicht, 45 Prozent durch das Wort zum Sonntag, 43 Prozent durch Fernsehnachrichten und Reportagen aus der kirchlichen Welt. Die Worte für den Tag, die im Rundfunk gesendet werden, erreichen immerhin 36 Prozent aller Katholiken zumindest sporadisch, Bücher, die sich mit Glaubensfragen beschäftigen, 42 Prozent. Die kirchlichen Angebote im Internet spielen bisher kaum eine Rolle: lediglich 3 Prozent aller Katholiken nehmen sie bisher in Anspruch.

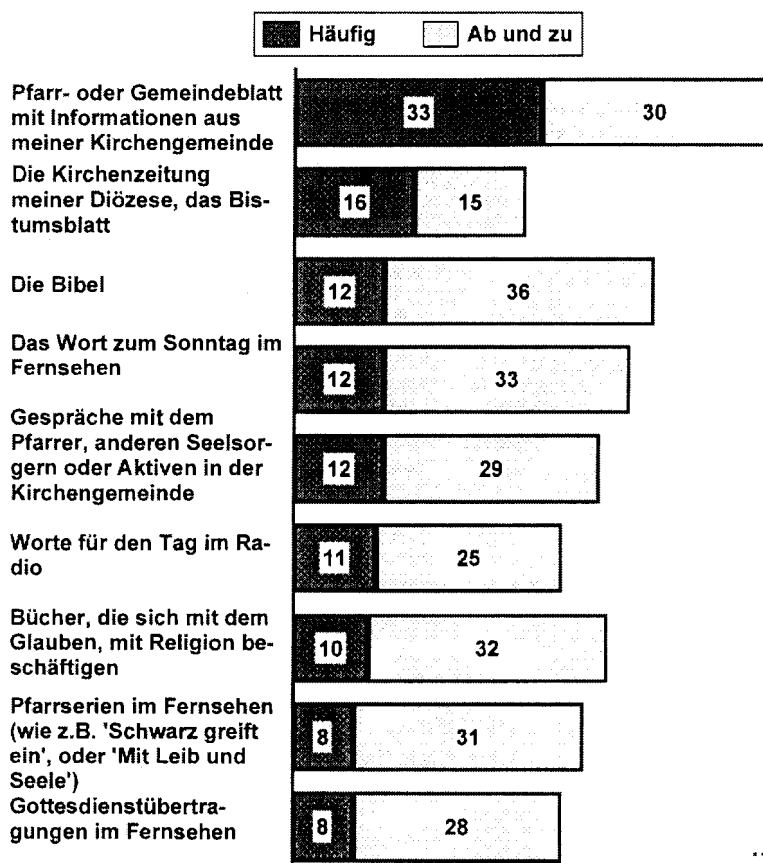
Mit Ausnahme der Pfarr- und Gemeindeblätter, die von jedem dritten Katholiken häufiger genutzt werden, und der Kirchenzeitung der Diözese, der Bistumspresse überwiegt bei allen anderen kirchlichen und säkularen Medienangeboten die sporadische Nutzung. Wichtig ist jedoch vor allem der große Kreis, der über Medienangebote zum Thema Glauben und Kirche erreicht wird (Schaubild 5).

Für die mediale Kommunikation gilt allerdings das gleiche Muster wie für die personale Kommunikation: Kirchenverbundene Bevölkerungskreise nehmen die Medienangebote zum Thema Glauben und Religion ungleich stärker wahr als die kirchlich distanzierten oder gar religiös distanzierten Bevölkerungskreise.

Auch das religiöse Buch, die Bistumspresse und christliche Zeitungs- und Zeitschriftenangebote erreichen primär die kirchlich Gebundenen. So greifen 41 Prozent der eng Kirchengebundenen mindestens ein-, zweimal im Monat zu religiösen Büchern, ein Drittel der kritischen Kirchenverbundenen, aber nur 13 Prozent der Katholiken, die sich als kirchlich distanzierte Christen beschreiben. Auch die mediale Kommunikation über religiöse Fragen ist damit überwiegend eine In-Group-Kommunikation, die primär kirchlich gebundene Katholiken erreicht.

Schaubild 5

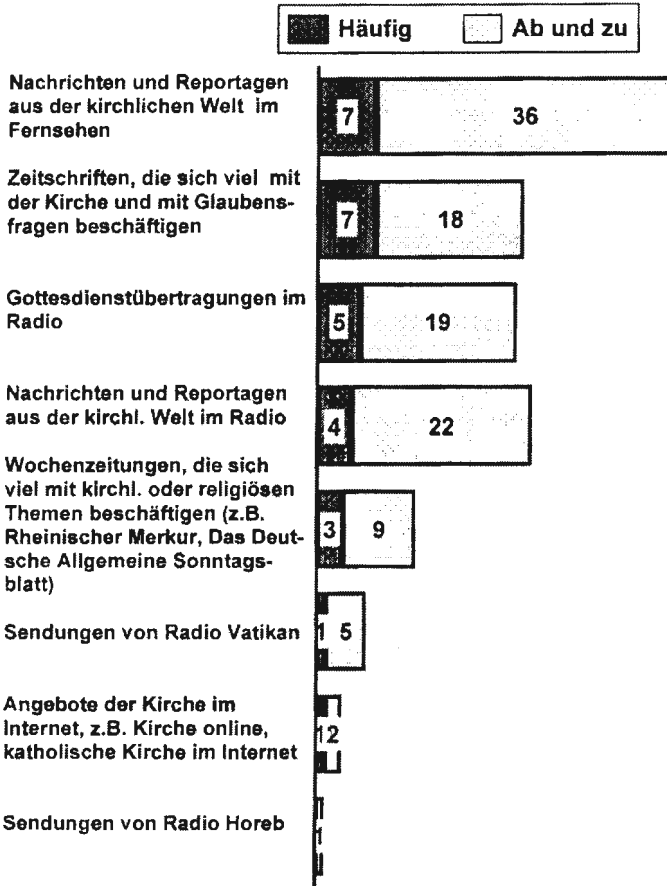
### Nutzung der Angebote von Medien und Kirche zu Fragen des Glaubens und der Religion



...



**Nutzung der Angebote von Medien und Kirche zu Fragen des Glaubens und der Religion**  
/...



Basis: Katholiken ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 4213

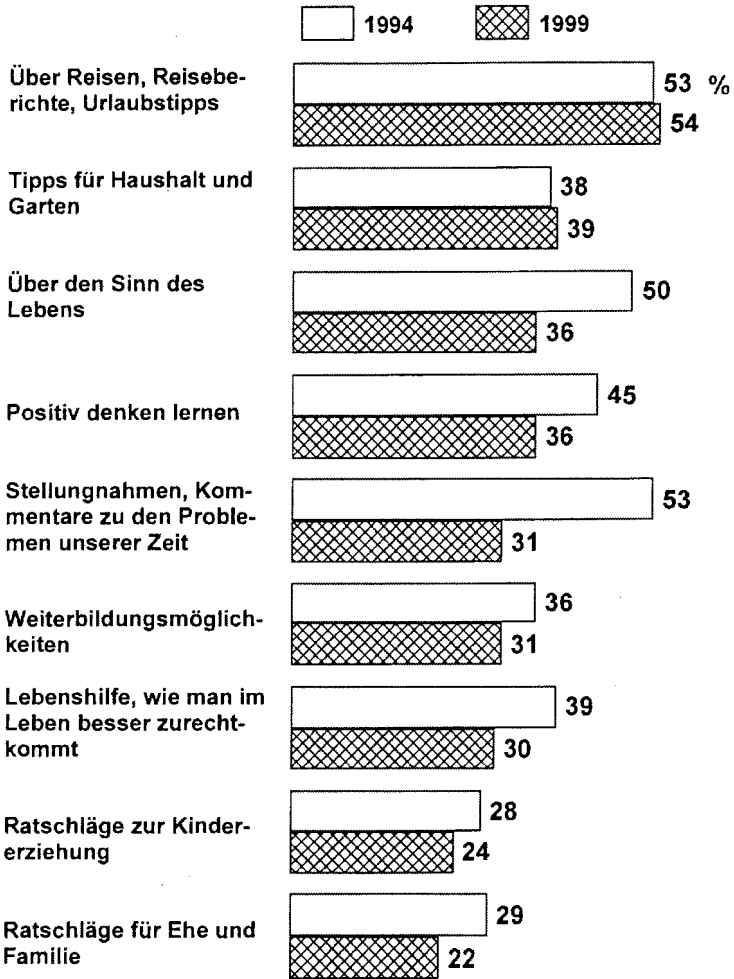
Personale und mediale Kommunikation wirken damit in hohem Maße komplementär. Beide Kommunikationswege erreichen auch heute die Mehrheit der Katholiken, wenn auch oft nur sporadisch und deutlich gebunden an das individuelle Interesse an religiösen Fragen, die kirchlichen und religiösen Bindungen. Wie die Mediennutzung der Bevölkerung generell, wie ihre Zuwendung zu Themen in der medialen und personalen Kommunikation ist auch die Zuwendung zu religiösen Themen immer stärker interessengesteuert, abhängig von der vorhandenen religiösen

Bindung und Motivation. Damit erfüllen die vorhandenen Kommunikationsangebote vorrangig die Aufgabe, die Auseinandersetzung der religiös Gebundenen mit religiösen Fragen zu befördern und die religiös gebundenen Bevölkerungskreise abzustützen. Es müsste geprüft werden, wieweit über eine veränderte Themensetzung und Ansprache auch verstärkt kirchlich und religiös weniger gebundene Bevölkerungskreise angesprochen werden können.

Die Entwicklung des Themenspektrums von Katholiken zeigt allerdings, dass es in den letzten Jahren deutlich schwerer geworden ist, für religiöse Themen im weitesten Sinne zu interessieren. Die Perspektive der gesamten Bevölkerung ist enger, pragmatischer geworden, weniger offen für grundsätzliche Fragen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Themen, für die sich Katholiken interessieren. Das Interesse an Sinnfragen, Lebenshilfe und den Möglichkeiten, Kindern den Glauben nahe zu bringen, hat seit der Mitte der neunziger Jahre deutlich nachgelassen, ebenso das Interesse an Stellungnahmen zu Problemen der Zeit, an der Bedeutung der Institution Kirche für die heutige Gesellschaft, an Fragen der Ökumene und Berichten über kirchliche Ereignisse und Entwicklungen aus aller Welt.

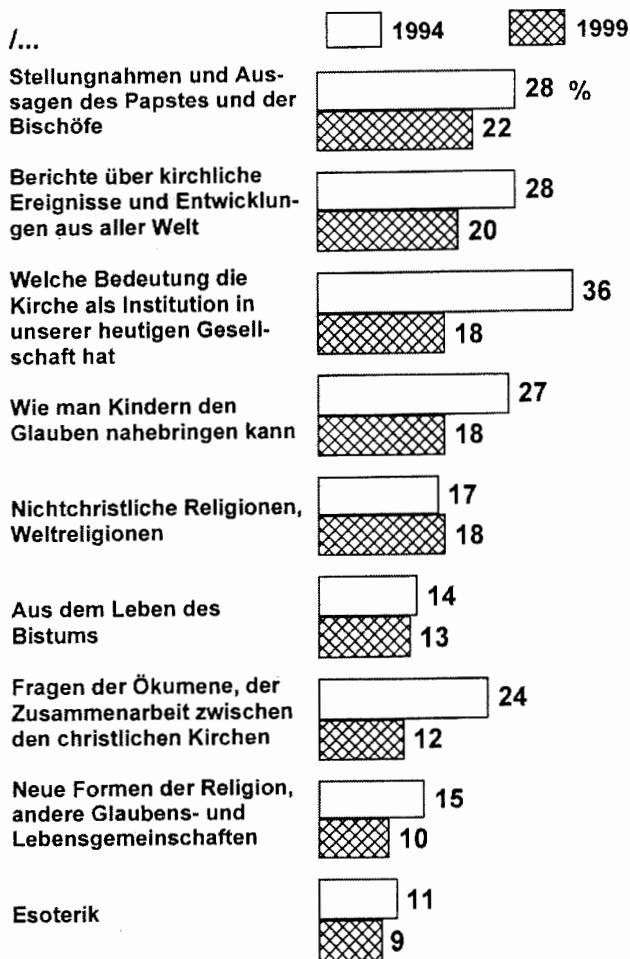
Die Interessen sinken keineswegs bei allen Themen ab. Reisen, Informationen zu Haushalt und Garten interessieren heute tendenziell stärker als noch Mitte der neunziger Jahre. Nahezu alle Themen jedoch, die mit Weltanschauung, Glauben, ethischen Fragen und Kirche zu tun haben, finden heute weitaus weniger Aufmerksamkeit als noch vor wenigen Jahren (Schaubild 6). Damit ist eine der größten Herausforderungen für die nächsten Jahre, wieder verstärkt für die Auseinandersetzung mit grundsätzlichen weltanschaulichen und ethischen Fragen zu interessieren.

**Themeninteressen**  
**- Trendvergleich 1994 - 1999 -**



.../

### Themeninteressen - Trendvergleich 1994 - 1999 -



Basis: Katholiken ab 16 Jahre insgesamt  
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 4213, Sept./Okt. 1999