

Stefan Gärtner

LaientheologInnen im Ausverkauf?

*Beobachtungen zum Verhältnis von Klerikern und
LaiInnen angesichts der Sparzwänge*

Werden Sparmaßnahmen zum Anlass genommen, um LaientheologInnen als ungeliebte Berufsgruppe aus dem kirchlichen Dienst zu entfernen? Berufssoziologische Perspektiven auf diese Frage verweisen auf das Problem des Berufsprofils von Klerikern und LaientheologInnen. Marktökonomisch betrachtet, tritt die Frage ob Priester oder LaiIn in den Hintergrund – es geht um das Produkt der religiösen Dienstleistung.

● Stehen Gemeinde- und PastoralreferentInnen im kirchlichen Dienst heute vor dem Ausverkauf? Diese Frage wird von der Konferenz der deutschsprachigen PastoraltheologInnen tendenziell mit Ja beantwortet. Im Zuge der Notwendigkeit, wirksame Einsparungen bei den Personalkosten der Bistümer zu erzielen, »besteht die Gefahr, dass die nach dem Zweiten Vatikanischen Konzil und der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland entstandenen pastoralen Dienste von Laientheologinnen und -theologen wieder verschwinden. Insbesondere Frauen hätten geringere Chancen zu einem hauptamtlichen kirchlichen Engagement. Die Vielfalt der Lebensformen und theologischen Kompetenzen im pastoralen Dienst

ginge verloren.«¹ Hinter dieser Aussage steht offensichtlich der Verdacht, dass die in vielen Bistümern mehr oder weniger eingreifenden Sparmaßnahmen zum Vorwand genommen werden, um eine eigentlich ungeliebte Berufsgruppe gleich ganz aus dem kirchlichen Dienst zu entfernen.

Dies würde eine enge Verbindung von Theologie und Ökonomie implizieren. Geld wäre demnach in der Pastoral ein Mittel, um gewünschte Ziele in der Kirche durchzusetzen, die man anders nicht erreichen könnte.² Zugleich ist damit eine Opposition von geweihten und ungeweihten Theologen festgeschrieben. Denn Erstere könnten bei der Verteilung der knapper werdenden finanziellen Ressourcen zunächst an die eigene Gruppe denken und die nicht geweihten KollegInnen aus dem Feld schlagen.

Ich möchte die Frage nach dem Verhältnis von Klerikern und LaientheologInnen angesichts der eingreifenden Sparzwänge bewusst mit einem »fremden Blick« beantworten, und zwar einmal berufssoziologisch und einmal marktökonomisch. Es muss nicht eigens betont werden, dass dieser fremde Blick einseitig ist. Zugleich ist er aber auch erhellend.

Zunächst schaue ich nach innen, wo in der Tat eine Situation der Konkurrenz um die gerin-

ger gewordenen Ressourcen entstanden ist. Entsprechend betonen Kleriker und LaientheologInnen innerkirchlich vor allem das Trennende.

Das Paradoxe an dieser Situation ist, dass man diese Differenzen von außen zunehmend weniger wahrnimmt bzw. sie in Zukunft immer unbedeutender werden. Denn beide Gruppen werden von der entkirchlichten, wenngleich religionsfreundlichen postmodernen Gesellschaft als Dienstleister bzw. als religiöse Experten wahrgenommen. Die kircheninterne Differenz von Klerikern und LaientheologInnen und ihre Konkurrenzsituation ist in dieser Außenperspektive nicht so wichtig. Wohl regiert auch hier das Geld.

Identitätssuche

● In Zeiten des Sparens erhält die Tatsache Bedeutung, dass LaiInnen in der Kirche nicht nur einfache Gläubige sind, sondern zum Teil auch ArbeitnehmerInnen. Dabei ist die Zahl der LaienmitarbeiterInnen in den deutschsprachigen Kirchen im internationalen Vergleich ungewöhnlich hoch und übersteigt die der geweihten Hauptamtlichen weit. In Deutschland hat dies mit dem System der Kirchensteuer zu tun. So kommt es zu vielfältigen Verflechtungen zwischen Kirche und Staat: Religionsunterricht, Gesundheitssektor, kirchliches Arbeitsrecht, Militär- und Polizeiseelsorge, Medien, Ethikkommissionen, Kirche als freier Träger in Bildung und sozialer Arbeit usw. Auch die Tatsache, dass es überhaupt akademisch gebildete LaientheologInnen gibt, ist zu einem großen Teil dieser Symbiose von Kirche und Staat zu verdanken. In den meisten anderen Ländern sieht dies aus historischen Gründen ganz anders aus.³ Darum spielt dort auch das Geld im Verhältnis zwischen Priestern und Laien eine geringere Rolle.

Wo dagegen relativ viel Geld vorhanden ist, da erhält die Tatsache ein besonderes Gewicht, dass kirchliche Leitungsgewalt an das Weiheamt gebunden ist. Dies führt nämlich zu einer Situation, in der es numerisch immer eine Minderheit ist, die in Gelddingen am längeren Hebel sitzt. Zudem impliziert dies ein Konkurrenzverhältnis

»numerische Minderheit sitzt in Gelddingen am längeren Hebel«

zwischen Klerikern und LaienmitarbeiterInnen, was auf Seiten Letztgenannter schnell Frustrationen hervorruft. Denn in einer demokratischen Kultur, wo gewöhnlich die Mehrheit entscheidet, wirkt die innerkirchliche Entscheidungslage zumindest anachronistisch.

Insbesondere die Konkurrenz zwischen Klerikern und LaientheologInnen wird in Zeiten knapper Kassen zum Problem, und zwar deshalb, weil sie beide dasselbe Arbeitsfeld besetzen. Im Gegensatz zu früher sind nicht nur Priester, sondern auch LaientheologInnen »Pastoren«⁴, d.h. sie haben eine institutionell gebundene, hauptamtliche Rolle in der Seelsorge. Sie handeln als Pastoren – und manche verhalten sich dabei klerikaler als ihre geweihten Kollegen. Manche von diesen wiederum zeigen

»unsicher über das eigene Profil«

die Neigung, ängstlich alles das zu vermeiden, was nach Pfarrherrlichkeit, Standesbewusstsein und klerikalem Amtsdünkel aussehen könnte. Beide Bewegungen sind komplementär und scheinen eigentlich nur konsequent. Denn wenn Kleriker und LaientheologInnen Pastoren sind, dann ist immer weniger klar, was eigentlich ein Pastor ist! Und das hieße, dass offensichtlich beide Seiten vor derselben Identitätsproblematik stehen.

Entsprechend unsicher ist man über das eigene Profil und über das des jeweils anderen. Denn was ein Pastor ist, ist nicht mehr selbstverständlich, seit sowohl geweihte als auch ungeweihte TheologInnen diese Rolle besetzen. Dies führt dazu, dass man nun gerade das Trennende herauskehrt und die Gemeinsamkeiten

»das Trennende herausgehört«

eher verkleinert. Denn man muss das eigene Profil in Abgrenzung zur anderen Seite schärfen, paradoxerweise gerade weil man berufssoziologisch soviel gemeinsam hat bzw. dieselbe Rolle besetzt. Priester tun dies logischerweise stärker defensiv, denn sie waren lange die Monopolisten in der Rolle des Pastoren. Die LaientheologInnen sind dementsprechend eher offensiv.

Durch die aktuelle finanzielle Konkurrenz zwischen Klerikern und LaiInnen werden also alle sowieso schon bestehenden faktischen Differenzen zwischen beiden Gruppen notwendigerweise vertieft. Denn nun muss man das Unterscheidende angeben können: exklusiv Männer auf der einen, Männer und Frauen auf der anderen Seite; umfassende zeitliche Beanspruchung durch die Kirche auf der einen, arbeitsrechtlich begrenztes Engagement auf der anderen Seite; Enthaltensamkeit auf der einen, Möglichkeit zur sexuellen Aktivität auf der anderen Seite; Einkommenssicherheit auf der einen, Kündigung auf der anderen Seite; wenig Versorgungs- und Haushaltstätigkeiten auf der einen, tendenziell mehr etwa durch familiäre Verpflichtungen auf der anderen Seite. Offensichtlich werden alle diese Unterscheidungen zwischen Klerikern und LaientheologInnen in Zeiten knapper Kassen in der Kirche besonders virulent. Und nicht zufällig entstehen um diese Unterscheidungen herum auch die meisten Konflikte zwischen beiden Gruppen.

Religiöse Dienstleister

● Es ist allerdings zu beachten, dass es sich dabei um rein kircheninterne Konflikte handelt, die nach außen hin zunehmend unverständlich werden. Wohl sind dort die Sparzwänge selbst plausibel, denn sie gelten auch in anderen Bereichen. Überall spielt heute das (fehlende) Geld eine wichtige Rolle. Angebot und Nachfrage beherrschen nicht nur die rein ökonomischen Gebiete.⁵ In zunehmendem Maße wird diese Logik auch auf andere Bereiche des sozialen Lebens übertragen. Die Logik des Geldes hat zum Beispiel Einfluss auf die Art und Weise, wie Alte und Kranke versorgt und gepflegt werden oder wie das Verhältnis von LehrerInnen und SchülerInnen im Unterricht aussieht. Sie beeinflusst die politischen Entscheidungen, ob sich eine Gemeinde ein Theater leistet oder ob ein verwahrloster Stadtteil sich selbst überlassen bleibt. Sie verursacht Wohlfahrt in dem einen und Kinder-

»Geld regiert die Welt.«

sterblichkeit in dem anderen Land. Geld regiert die Welt, was für sich genommen nicht schlimm ist. Schlimm ist, wenn ausschließlich Geld die Welt regiert, seine Herrschaft also nicht mehr durch andere Faktoren eingeschränkt und ausgerichtet werden kann.

Was bedeutet diese Dominanz des marktökonomischen Denkens in vielen Bereichen für Theologinnen und Theologen? Zunächst fällt auf, dass diese im Gegensatz zu anderen Berufsgruppen kein tastbares Produkt herstellen. Sie gehören damit zu den Dienstleistern, denn Seelenheil kann man nicht anfassen.

Was TheologInnen Tastbares in der Seelsorge anzubieten haben, ist zunächst sich selbst. Priester und LaientheologInnen wollen glaubwürdige Zeuginnen des Evangeliums

sein. Darum geben sie Menschen Zeit, Empathie, Rituale, Orientierung, tatkräftige Unterstützung, Wissen, Sinnstiftung, Handlungsorientierung insbesondere an den Knotenpunkten des Lebens und beim Umgang mit Transzendenz(en), soziale (Re-)Integration, Kontingenzbewältigung, Diakonie, religiöse Deutungskompetenz und theologische Kenntnis – diese Dinge gehören zum Produkt, das Theologen anbieten.⁶ Und zwar zu einem Großteil unter Einsatz der eigenen Person.

Allerdings ist in einer marktökonomischen Perspektive die Frage, wer etwas tut, nicht so wichtig. Ob es sich also in der pastoralen Praxis um einen geweihten oder um einen nicht-geweihten Theologen handelt, tut zunächst wenig zur Sache. Doch kommt es, weil das Produkt der Kirche eng mit der Person ihrer Mitarbeiter verbunden ist, auf deren Glaubwürdigkeit und Authentizität besonders an. Gleiches gilt für die Glaubwürdigkeit und Authentizität der Kirche als Ganzer, und zwar insbesondere ihrer Leitung.

Daneben erhält das Handeln speziell des Priesters als geweihtem Mann eine besondere Qualität, weil es vom Pastoranden mit manchmal archaisch anmutenden Vorstellungen aufgeladen werden kann. Entsprechend legen häufig gerade kirchenferne Christinnen und Christen Wert auf den Kontakt mit einem Priester.⁷ Letztlich entscheidet aber auf dem Markt die Leistung selbst über ihren Erfolg und nicht so sehr, wer sie erbringt. In diesem Denken ist zum Beispiel unverständlich, warum ein Laie nicht in der Heiligen Messe predigen darf, obwohl er es doch viel besser kann als sein geweihter Kollege.

Sowieso gerät das traditionelle Rollenmuster des Priesters in einer funktional differenzierten Gesellschaft unter Druck.⁸ Denn hier gibt es zum einen gestiegene Erwartungen an seine fachliche Kompetenz und zum anderen immer weniger eine selbstverständliche Akzeptanz (und manch-

mal überhaupt Kenntnis) seiner Rolle bzw. seines Amtes. Ein Beispiel hierfür sind die Aufgaben rund um Sterbebegleitung, Trauerarbeit und Beerdigung. Hier konnte man als Pastor früher auf die kirchlichen Vorschriften zur Krankensalbung und die Agenda der Beerdigungsliturgie zurückgreifen und im Übrigen auf die Solidarität der Familie, der Nachbarn und der Gemeinde mit den Sterbenden und Trauernden vertrauen. Heute dagegen wird vom Priester kompetente Begleitung, personale Präsenz und individuelle Ansprache erwartet. Zudem ist in dieser Situation eine Konkurrenz zu Bestattern und anderen Berufsgruppen entstanden, die die pastoralen Aufgaben gleich mit übernehmen wollen.⁹

Aus der Sicht vieler, die eine religiöse Leistung nachfragen, wird die Unterscheidung von Klerikern und LaiInnen also zunehmend belanglos. Ihnen geht es darum, dass eine Dienstleistung gut verrichtet wird. Sie bewerten das religiöse Produkt funktional danach, ob es ihnen einen Mehrwert bietet. Persönliche Glaubwürdig-

»Sie bewerten das religiöse Produkt funktional.«

keit ist für das Produkt der Kirche(n) zwar sehr wichtig, sie hilft aber dann nicht mehr weiter, wenn die entsprechenden fachlichen Kompetenzen fehlen. Dabei gilt: Je kirchendistanzierter jemand ist, um so eher wird er vermutlich eine zwar gut gemeinte, aber eben nicht gute Leistung in der Pastoral ablehnen, selbst wenn ihm der konkrete Anbieter der Leistung sympathisch und authentisch gegenübertritt oder es sich dabei um einen Priester handelt.

In einer marktökonomischen Perspektive erscheinen die Pastoranden somit in erster Linie als KundInnen, die ein bestimmtes religiöses Produkt für sich bewerten. Sie haben damit Macht und nehmen direkt oder indirekt Einfluss auf das

Produkt und auch auf diejenigen, die es anbieten.¹⁰ Denn was nicht mehr nachgefragt wird, wird überflüssig. Entsprechend setzt man in der Kirche viel Mühe daran, um zeitgemäß und erfolgreich auf dem Markt der weltanschaulichen Angebote rüberzukommen.

Wir sehen, dass Priester und LaientheologInnen an diesem Punkt offensichtlich vor derselben Problematik stehen. Sie sind Mitbewerber auf dem religiösen Markt und zwar zunehmend in Konkurrenz zu anderen religiösen oder semi-religiösen Dienstleistern. Dies hat Konsequenzen für ihr Verhältnis zu den Pastoranden.

»Priester und LaientheologInnen vor derselben Problematik«

Für das kirchliche oder vom Staat refinanzierte Geld hören die Pastoren zu, erteilen Ratschläge, arbeiten diakonisch, schenken Nähe und Zuwendung, verkünden und unterrichten, vollziehen Rituale. Weil ja dafür bezahlt worden ist, ist es ihnen beinahe unmöglich, sich den Wünschen der Pastoranden zu entziehen. Das Marktmodell entfaltet somit auch in der Pastoral seine alles beherrschende Plausibilität. Es ruft umgekehrt bei den Pastoranden eine Kundenmentalität hervor. Demgegenüber werden Priester und LaientheologInnen reduziert auf eine religiöse Dienstleistung. Denn sie sind angewiesen auf die Kunden, um ihre eigene Position zu behaupten.

Manchmal wird dann noch zusätzlich auf dem Niveau der Organisation, bei der sie arbeiten, ebenfalls die Logik des Marktmodells angewandt. Das gilt insbesondere angesichts der aktuellen Notwendigkeit zum Geldsparen. Es geht dann oberflächlich um Kostenersparnis, unterschiedlich aber um die Frage der Macht. Denn »die Attraktivität (neoliberaler) betrieblicher Managementkonzepte in Zusammenhängen wirtschaftlich erzwungener Reorganisation kirch-

licher und diakonischer Arbeit hat (...) auch damit zu tun, dass die alte Pastoralmacht darin so vertraut wie schnittig, nämlich à jour gebracht, wiederbegegnet.«¹¹ Bei den MitarbeiterInnen drängen sich dann schnell Gefühle der Ohnmacht auf. Sie werden zunehmend passiv. Denn sie können sich weder den Kundenwünschen der Pastoranden noch den Sparwünschen ihrer Kirche entziehen. Man kann nur versuchen, so gut es eben geht, darauf zu reagieren.

Ökonomie der Aufmerksamkeit

● Priester und LaientheologInnen sind also religiöse Dienstleister gemeinsam mit der Ökonomisierung ihres Handelns konfrontiert. In der postmodernen Gesellschaft ist ein Denken plausibel, in dem auch die pastorale Praxis nach ihrem Marktwert beurteilt wird. Die Pastoral reicht damit zumindest teilweise in den das soziale Leben prägenden Verwertungszusammenhang hinein, in dem beinahe alles mit der »Weltformel Geld«¹² definiert werden kann. Es kommt auf die Leistung an.

In der Folge wird auch an die Praxis der Priester wie der LaientheologInnen dieser Maßstab gelegt. Ihre Zeit ist Geld, bzw. sie kann leicht in Geld ausgedrückt werden: als Zahl auf dem Lohnzettel, in der Kostenkalkulation der Institution und im Dienstplan. Zeit für die Pastoral zu haben, ist dadurch nicht mehr nur Geschenk oder Berufung, auch wenn viele sich dies wünschen bzw. es so erleben. Sie ist Verdienst, weil professioneller Theologe zu sein eben auch bedeutet, einer bezahlten Arbeit nachzugehen. Dabei stellen TheologInnen kein Produkt her, sondern sie bieten sich selbst an. Als religiöse Dienstleister aber sind sie heute offensichtlich vor allem den Regeln der »Ökonomie der Aufmerksamkeit« unterworfen.¹³

So sind die aktuellen Sparzwänge in der Kirche, wenn man sie mit einem »fremden Blick« betrachtet, nur Ausdruck einer umfassenden und alle Bereiche des Lebens einschließenden Entwicklung, bei der Geld zum beherrschenden Kriterium wird. Dies hat für das Verhältnis von Kleirikern und Lientheologen eine doppelte Wirkung. Innerkirchlich sind sie untereinander Konkurrenten um die knapper werdenden Ressourcen. Es überrascht nicht, dass dies zu Kon-

flikten führt, bei denen insbesondere das Trennende hervorgehoben wird. Diese interne Differenz wird nach außen aber zunehmend unwichtig und unverständlich. Hier käme es eher darauf an, sich gemeinsam um die Konkurrenz mit anderen Sinnanbietern zu kümmern, die ihrerseits gerne die religiöse Dienstleistung übernehmen wollen: Psychologen und Ärzte, Gurus und Schamanen, Eventmanager und Ritendesigner, Berater bei Identitätsprojekten.

¹ Beirat der Konferenz der deutschsprachigen Pastoraltheologen und Pastoraltheologinnen, Pastoral braucht Theologinnen und Theologen! Erklärung und Einladung, in: PThl 25 (2005) 106–107, 106.

² Vgl. Leo Karrer, Kirche unter Sparzwang. Ende von Visionen? Anstoß zu Visionen?, in: PThl 24 (2004), 50–64.

³ Vgl. Grace Davie, Religion in Modern Europe. A Memory Mutates, Oxford 2000, 15–21; 38–60.

⁴ Vgl. Kristiaan Depoortere

u.a., Van pasto(o)r naar inspirator, in: K. Demasure/K. Depoortere (Hg.), Pastor zijn. Geven wat je ontvangt, Antwerpen 2002, 7–38.

⁵ Vgl. Ulrich Bröckling u.a. (Hg.), Gouvernamentalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen, Frankfurt/M. 2000.

⁶ Vgl. Franz-Xaver Kaufmann, Religion und Modernität. Sozialwissenschaftliche Perspektiven, Tübingen 1989, 82–86.

⁷ Vgl. Norbert Mette, Einführung in die katholische Praktische Theologie, Darm-

stadt 2005, 138–140.

⁸ Vgl. Ton Bernts, »De priester is geen druide«. De Nederlandse Katholieke Kerk in de posttraditionele samenleving, in: Sociologische Gids 50 (2003), 182–202.

⁹ Vgl. Christa Frateantonio, Bestatter: Vom »Krisenmanager« zum religiösen Spezialisten? Probleme und Perspektiven, in: Albert Gerhards/Benedikt Kranemann (Hg.), Christliche Begräbnisliturgie und säkulare Gesellschaft, Leipzig 2002, 218–230.

¹⁰ Vgl. Martin Pott, Kundenorientierung in Pastoral und Caritas? Anstöße zum kirchlichen Handeln im Kontext der Marktgemeinschaft, Münster u.a. 2001, 307–319.

¹¹ Jörn Halbe, Chancen des Subjekts. Selbstorganisation als Leitungsaufgabe und als Praxis der Befreiung in der Kirche, in: WzM 56 (2004), 243–258, 249.

¹² Karrer 2004, a.a.O., 52.

¹³ Vgl. Georg Franck, Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf, München/Wien 1998.

Bestellung von Einzelheften:

DIAKONIA kann bei Bedarf als Einzelheft bestellt werden – auch in höheren Stückzahlen. Einzelheft Euro 13,50 / SFr 24,30 (jeweils zuzüglich Versandkosten). Bestelladressen siehe Impressum Seite 76.

Bestellung:

<http://www.diakonia-online.net>
oder per E-Mail:
matthgruen@aol.com
aboservice@herder.de
zeitschriften@herder.ch

Themen 2005

Gut essen	1/2005
Pfingsten	2/2005
Tiere	3/2005
Sport: Spiel und Kampf	4/2005
Sakramentale Erfahrungen	5/2005
Tod – vor, bei, kurz nach der Geburt	6/2005