

Marktgängige Kirche?

Die Sinus-Umfrage sagt viel über die Situation der Kirche. Vielsagend ist auch, wie und wonach gefragt wird.

Wenn Kirche wissen will, wie ihr Produkt platziert werden kann, scheint die Erinnerung an den Auftrag, den Geringsten zu dienen, eher quer zu liegen.

- Sinus-Sociovision, ein Marketinginstitut, hat im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz die Reichweite der römisch-katholischen Kirche untersucht. Das Ergebnis ist wenig überraschend: Die Kirche hat ihre treue Klientel im besser gestellten Bildungsbürgertum und bei konservativen Kleinbürgern. Die übrigen Milieus erreicht sie gelegentlich bis gar nicht. In den ersten Kommentaren zur Studie wurde nun insbesondere danach gefragt, wie Kirche auch bei den zeitgeistigen, innovativen und erfolgsorientierten Gruppen landen könnte, z.B. bei »modernen Performern«, die sich in der veränderlichen Gesellschaft gewandt zu bewegen vermögen und an Spirituellem durchaus interessiert sind.

Arme, Arbeitslose, Asylantinnen, Hilfsarbeiter u.Ä. sind diesmal offenbar weniger im Blick. Weder als Menschen, deren Entfremdung von Kirche besonders zu bedauern wäre, noch

als solche, denen der Dienst der Kirche insbesondere zusteht, sind sie mir in den Bewertungen der Studienergebnisse bislang begegnet.

Denn die Studie hat ja den Markt untersucht, und auf dem geht es ums Verkaufen. Arme sind für den Markt aber uninteressant, sie haben per definitionem keine Kaufkraft. Und sich an ihnen zu orientieren, verspricht weder die Lösung eigener Finanzsorgen noch Zugewinn an Einfluss in den gesellschaftlich führenden Kreisen.

Nun sind Untersuchungen der gesellschaftlichen Stimmungslage in Bezug auf die Kirche unbestritten ein wichtiges Instrument der Standortbestimmung, und im Sinne der Inkulturation ist es nötig, die gesellschaftlichen Milieus zu studieren. Dennoch ist es bedenklich, wenn vordergründig nach der Marktlage gefragt wird. Das passt leider zu gut in jenes Bild der aktuellen kirchlichen Schwerpunktsetzungen, das mir auch KollegInnen aus dem Bereich der Arbeiter- und Sozialpastoral zeichnen und in dem gerade sie sich immer mehr ins Abseits gedrängt fühlen. Ob das daran liegt, dass sie eben an die erinnern, die weder besonders kirchentreu noch besonders mobil, noch besonders modern, noch besonders zukunftsfröh sind,

fragt sich Ihre Chefredakteurin