

Weltjugendtag

Forschungskonsortium WJT

Megaparty Glaubensfest

Weltjugendtag:

Erlebnis – Medien – Organisation

Erlebniswelten 12

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007
brosch., 235 Seiten, Eur-D 19,90

Dieser Band präsentiert Ergebnisse eines interdisziplinären Forschungsprojektes zum Weltjugendtag in Köln 2005. Dieser wird vor allem als »postmodernistisches religiöses Hybridevent« (18) dargestellt, in dem die Kirche auf die »Verzweigung« und die »Eventisierung« spätmodernen Lebens allgemein und der Jugendlichen im besonderen reagiert und für ihre Jugendlichen und für ihre Öffentlichkeitsarbeit gut nutzt. Das geschieht zwischen zwei Polen: dem WJT »als Marketingevent mit dem Papst als Markensymbol des Katholizismus« und dem WJT »als authentisches religiöses Jugendevent, in dem sich der gelebte Glaube junger Katholiken in seiner neuen, jugend- und popkulturell geprägten und deshalb als authentisch empfundenen Form präsentiert« (15). Die Studie will dem »Geheimnis« auf die Spur kommen, »das nicht nur Hunderttausende von katholischen Jugendlichen aus aller Welt begeistert in die rheinische Metropole trieb, sondern auch Millionen von Fernsehzuschauern in seinen Bann zog« (12).

Der WJT und die mediale Aufmerksamkeit sind keine »Geheimnisse« und auch keine Wunder: Mit großem und professionellem Organisationsaufwand wird der (jugendkulturell eher kleine) Anteil der kirchlich engagierten Jugendlichen zur Reise nach Köln motiviert. So treffen sich 400.000 TeilnehmerInnen, überwiegend aus der Mittel- und Oberschicht, fast zwei Drittel GymnasiastInnen und Studierende. Ein Viertel der TeilnehmerInnen sind »Mitglieder traditionalis-

tischer Gruppierungen und der so genannten Neuen Geistlichen Gemeinschaften«, die anderen drei Viertel kommen aus »herkömmlichen Vergemeinschaftungsformen kirchlicher Jugendarbeit« (21-23). Vielen der TeilnehmerInnen geht es vielleicht darum: »Dass man sieht, es gibt wirklich genug coole Leute, die aber deswegen trotzdem an Gott glauben können.« (88) Professionelle Medienarbeit kommt dazu – fertig ist der auch für das Fernsehen interessante Event.

Interessante Einblicke in Glaube und Spiritualität kirchlich organisierter Jugendlicher erhalten JugendarbeiterInnen und weitere Interessierte im ersten Teil des Buches. JugendforscherInnen finden das Studiendesign nicht im Buch, aber hier: <http://www.wjt-forschung.de/>

Silvia Arzt, Salzburg

Gott in der Stadt

Benjamin Bravo/Alfons Vietmeier (Hg.)

Gott wohnt in der Stadt

Dokumente des Internationalen Kongresses für Großstadtpastoral in Mexiko 2007

Theologie und Praxis Abteilung B, Bd. 23

Münster: LIT Verlag 2008

Broschiert, 328 Seiten, Eur-D 24,90

Das Buch dokumentiert den 1. Internationalen Kongress für Großstadtpastoral in Mexiko (2007). Wenige Wochen nach der Bischofsversammlung von Aparecida demonstrierten Experten für Großstadtpastoral (und leider keine Expertinnen) einen Neuaufbruch in der lateinamerikanischen Kirche, konkretisiert am Beispiel der Stadt. Pastoraltheologische Grundsatzartikel und praktische Beispiele (aus Bogotá, Santiago de Chile und den USA) sowie ein wertvoller Brückenschlag in den mitteleuropäischen Kontext (von A. Vietmeier) ergänzen einander.

Es zeigt sich eine pastorale Neuausrichtung, die sich radikal von den gegenwärtig vor allem in Deutschland praktizierten Sanierungsversuchen unterscheidet. Es geht darum, so Vietmeier, anders Kirche zu sein (267). Konkret bedeutet dies eine Orientierung an den kulturellen, sozialen und politischen Lebensverhältnissen der Menschen. Dazu gehört eine bewusste Aufmerksamkeit für Migrantinnen und Migranten sowie auf kulturelle und religiöse Differenzen. Begründet ist dies in der ausdrücklichen Option für die Armen. Das Territorialprinzip wird nicht aufgegeben, jedoch radikal dezentralisiert und entklerikalisiert. Pastoral orientiert sich nicht an der Zahl der Priester, sondern an den Bedürfnissen der Menschen. Die Autonomie der Laien und ihrer Basisgemeinden steht demzufolge im Vordergrund, während die Feier der Sakramente zurücktritt.

Die Dokumentation bietet reichlich Diskussionsstoff für die hiesige Pastoral und ihre Entwicklung. Vor allem der dezentralisierende Fokus auf die Armen unter den Laien verweist auf eine andere Art, Kirche zu sein.

Stefan Silber, Sailauf

Pastorales Unternehmen

Pius Bischofberger/Manfred Belok (Hg.)
Kirche als pastorales Unternehmen

Anstöße für die kirchliche Praxis

Theologischer Verlag TVZ / Edition NZN: Zürich 2008
Paperback, 224 Seiten., Eur-D 24,- / sFr 36,-

Kirchen sind auch als unternehmerische Größen zu verstehen. Der Betriebswirtschaftler Pius Bischofberger und der Pastoraltheologe Manfred Belok haben aus praktischem Interesse im Band »Kirche als pastorales Unternehmen« 21 Beiträge überwiegend aus der Schweiz unter einen Hut gebracht.

Einsichten »von außen« – aus der Sicht eines Unternehmers, eines Verbandes und des Direktors eines Theaters – geben »der Kirche« Anregendes mit: z. B. sei Kapital wirksam und zielgerecht einzusetzen, erst danach vermögensbildend.

Dem Pastoraltheologen Leo Karrer ist ein sehr hilfreiches »Plädoyer für eine theologische Management-Theorie« gelungen. Mit deutlichem Bezug zu Karl Rahner erörtert er theologische Gründe, um »Wege zur Markt-Rationalität« zu öffnen und im Gegenzug »auch unverzichtbare Impulse für den spirituellen Umgang mit Markt und Management« zu setzen.

Daniel Kosch beschreibt das Spannungsfeld von Geld und Geist und setzt die Akzente deutlich konstruktiv – das Ziel vor Augen, dass Kirchen dem Zeugnis des Glaubens Vorrang geben müssen und nicht der Eigengesetzlichkeit des Geldes. Es brauche u.a. »Mut, den Glauben mit Managementkonzepten, die Hoffnung mit Finanzplänen und Entwicklungszielen, und die Liebe mit modernen Führungsgrundsätzen ins Gespräch zu bringen«. Eine überzeugte Übersetzung des Lebensprogramms Jesu (Lk 4,18 f.) setzt letztlich den Rahmen für diese Ausrichtung kirchlichen Tuns, worin weder Spiritualität noch Ökonomie einander das Lebensrecht absprechen können. Denn – meint der Kirchenhistoriker Albert Gasser – nach konzisen Berichten vom »Überleben der Kirche«: »Neues muss in der Kirche als genuin Altes verkauft werden, damit es Chancen hat.« Aufzudecken wäre wohl auch, dass das »genuin Alte« nicht auf die große Masse zielen kann, dafür mehr auf die Formung persönlicher Überzeugung, wie der Missionswissenschaftler Giancarlo Collet festhält.

Eine Teil-Antwort auf diese Anfrage gibt das Nachwort von Hans Schmid. Nach ihm werden die Kirchen in verstärktem Wettbewerb untereinander treten und ihren Erfolg letztlich daran