27.6.2010 - Christ in der Gegenwart

Kirche ohne Medien?

Von Stephan U. Neumann

Immer mehr Menschen, die sich selbst als christlich einschätzen, haben sich von der Kirche verabschiedet, wie eine neue soziologische Studie, der „Trendmonitor 2010", zeigt. Da die Auflagen der Bistumszeitungen einbrechen, kirchliche Internetseiten gleichzeitig aber kaum Nutzer finden, kommt nun zur Glaubenskrise noch eine mediale Krise.

Die Situation der kirchlichen Presse, insbesondere der katholischen Bistumszeitungen hat sich in den vergangenen zehn Jahren dramatisch verschlechtert. Daran zeigt sich noch stärker als an den ebenfalls sinkenden Mitgliederzahlen oder am Verlust regelmäßiger Kirchgänger, dass die Zahl der kirchennahen Katholiken, die sich für religiöse Informationen, Diskussionen und Entscheidungen in ihrem Bistum interessieren, rasant sinkt. Eine ausführliche Darstellung der Auflagenentwicklung zwischen 1999 und 2009 hat nun die Fachzeitschrift „Communicatio socialis" vorgelegt, die sich mit Medien und Kommunikation aus theologischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht befasst. Die Verluste der verkauften Auflagen in den vergangenen zehn Jahren reichen von 15,2 Prozent beim „Tag des Herrn", der gemeinsamen Zeitung für die Bistümer Dresden-Meißen, Görlitz, Magdeburg und Erfurt, bis zu 62 Prozent bei der Berliner Ausgabe der „Sonntags-Zeitung". Das vom Augsburger Sankt-Ulrich-Verlag herausgegebene Blatt hat aber auch im Heimatbistum Augsburg (38) und in Regensburg (53,8), also in Diözesen mit einer betont konservativen Ausrichtung der bischöflichen Leitung, deutlich mehr als im bundesweiten Schnitt (34,7 Prozent) verloren. Die Situation in der Hauptstadt ist nicht nur eine besondere, weil dort 2009 nur noch 5200 Exemplare verkauft wurden. Zudem hat das Bistum den Ausstieg aus der Kooperation mit der Augsburger Bistumszeitung angekündigt. Als Grund nannte der Diözesanrat unter anderem die zu konservativ-traditionelle Ausrichtung. Ob es in Berlin nach dem Ausstieg aus der Kooperation noch eine Zukunft für eine Bistumszeitung gibt und wie diese aussehen könnte, ist derzeit unklar.

Modelle der Zusammenarbeit, bei denen ein gemeinsamer überregionaler Teil und ein jeweiliger Bistumsteil produziert werden, gelten als eine Lösung, um auf schwindende Auflagen zu reagieren. So haben sich in der „Verlagsgruppe Bistumspresse" bereits Osnabrück, Hamburg, Hildesheim, Fulda, Limburg, Mainz und die vier ostdeutschen Diözesen, die mit dem „Tag des Herrn" eine gemeinsame Bistumszeitung haben, zusammengeschlossen. Zusätzlich bezieht die Aachener Kirchenzeitung den überregionalen Teil, ohne an der gemeinsamen Redaktion als Gesellschafter beteiligt zu sein. Die verkaufte Auflage bewegte sich 2009 zwischen 5300 Exemplaren in Hamburg und 27 600 im Bistum Osnabrück, dem Sitz der gemeinsamen Redaktion für den überregionalen Teil. Ob der Auflagenschwund so gestoppt werden kann, bleibt fraglich, auch wenn der durchschnittliche Auflagenverlust im Verbreitungsgebiet mit 27,3 Prozent zwischen 1999 und 2009 vergleichsweise „niedrig" ist. Allerdings haben auch die selbstständigen Bistumszeitungen „Konradsblatt" (Freiburg) und „Katholisches Sonntagsblatt" (Rottenburg-Stuttgart) mit Einbrüchen von „nur" 25,2 Prozent unterdurchschnittliche Verluste erlitten.

Probleme der Bistumszeitungen

Trotz aller Kooperationen und Einsparungen erscheint ein Ende der Bistumszeitungen fast schon absehbar, wie Christian Klenk, Chefredakteur von „Communication Socialis", vorrechnet: „Durchschnittlich um 35 000 Exemplare pro Jahr ist die Auflage der 24 Bistumszeitungen im vergangenen Jahrzehnt geschrumpft. Ende 2009 hatten die diözesanen Blätter noch eine verkaufte Auflage von insgesamt 700 000 Exemplaren. Rein mathematisch wird es also die Gattung Bistumszeitung in zwanzig Jahren nicht mehr geben. Rein

ökonomisch kommt das Aus bei anhaltender Entwicklung freilich früher." Zur Krise der Bistumszeitung kommt hinzu, dass die vom Verband der Diözesen Deutschlands jährlich mit mehreren Millionen Euro subventionierte Wochenzeitung „Rheinischer Merkur" zwischen 2005 und 2007 pro Jahr einen Verlust der verkauften Auflage von mehr als zehn Prozent hinnehmen musste, seit 2008 sind es „nur" noch 3,7 Prozent. Konnten vor sieben Jahren noch über 100 000 Exemplare verkauft werden, sind es aktuell nach Angaben der „Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern" gerade einmal 64 000.

Ist das Ende unabwendbar oder gibt es für religiöse Medien eine Zukunft? Bieten erweiterte Angebote im Internet auch für die Bistumspresse neue Chancen und Möglichkeiten? Auf solche und ähnliche Fragen erhoffen sich die im „Katholischen Medienverband" zusammengeschlossenen Unternehmen vom „Trendmonitor Religiöse Kommunikation 2010" Antworten. Die kirchliche Unternehmensberatung „Medien-Dienstleistungs GmbH" hatte mit finanzieller Unterstützung der Bischofskonferenz wie schon bei den 2000 und 2003 erschienenen Erhebungen das „Institut für Demoskopie Allensbach" und erstmals auch das Heidelberger Milieu- und Trendforschungsinstitut „Sinus Sociovision" beauftragt, die Situation von Kirche und Glaube sowie die Nutzung von kirchlichen Informations- und Kommunikationsangeboten in der Gesamtbevölkerung und vor allem unter Katholiken zu untersuchen.

Einige Ergebnisse der Meinungsumfrage, die auf Selbsteinschätzungen beruht, die nicht zwingend mit dem realen Verhalten identisch sind, scheinen Anlass zur Hoffnung zu geben. So ist der zwischen 1979 und 1999 vorherrschende Trend, dass immer mehr Katholiken ihre Kirche als nicht zeitgemäß bezeichnen, den Antworten zufolge fürs Erste gestoppt. Zudem schätzten sich in den vergangenen fünfzehn Jahren etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung in Westdeutschland und etwas weniger als ein Viertel in Ostdeutschland als „religiöse Menschen" ein, mit einer gewissen Stabilität. Dass unter den Ostdeutschen, die der katholischen Kirche angehören, der Anteil jener, die sich als religiös bezeichnen, mit 81 Prozent deutlich über dem der Westdeutschen (70 Prozent) liegt, zeigt, dass sich die Identifikation mit der Kirche in der Minderheitensituation verstärkt. Die Stabilisierung beruht auch darauf, dass die Unzufriedensten austreten und nicht mehr als Katholiken befragt werden.

Keine Wiederkehr der Religion

Insgesamt gibt es keinerlei Anhaltspunkt für eine Renaissance, also eine Wiederkehr der Religion oder gar des Christentums, wie in den vergangenen Jahren einige Kommentatoren meinten. Das erklärte Rüdiger Schulz von Allensbach bei der Vorstellung des „Trendmonitors". Zudem sind Menschen, die sich als religiös beschreiben, keineswegs faktisch mit einer Religion verbunden. Und diejenigen, die sich als „christlich" bezeichnen, sind kaum noch kirchennah. So haben sich 2009 nur noch 17 Prozent der 2074 repräsentativ befragten Katholiken als ihrer Kirche eng verbunden beschrieben. Zusammen mit den 37 Prozent derjenigen, die vielen Dingen in der Kirche kritisch gegenüberstehen, hat also nur noch etwas mehr als die Hälfte der Katholiken eine - positive oder kritische - Nähe zur Kirche. Das bedeutet aber nicht, dass diese jeden Sonntag in den Gottesdienst gehen. Knapp die Hälfte der Katholiken gab an, dass ihnen die Kirche nicht viel bedeutet, dass sie sich nicht als Christen fühlen oder dass sie keine Religion brauchen. Bei den evangelischen Christen geben sogar nur noch vierzig Prozent an, mit ihrer Kirche eng oder kritisch verbunden zu sein. Blickt man auf die Altersverteilung, fühlen sich nur noch fünf Prozent der 16- bis 29-jährigen Katholiken mit ihrer Kirche eng verbunden, bei den 30- bis 44-jährigen sind es neun Prozent. In der jungen und mittleren Generation sind die kirchlich bis religiös Distanzierten längst in der Überzahl, bei den unter Dreißigjährigen sind es sogar zwei Drittel. Ein beängstigendes Signal.

Die Kirche verliert die Mitte

Bereits seit längerem ist bekannt, dass nur noch Menschen aus vier von zehn sogenannten Sinus-Milieus für die Kirchen irgendwie erreichbar sind. Bei der Untersuchung des Marktforschungsinstituts „Sinus Sociovision"

spielen nicht nur sozio-demografische Daten wie Bildungsstand, Einkommen, soziale Situation eine Rolle, sondern auch Lebensstil, Wertevorstellungen oder kulturelle Interessen. Die kirchennahen Gläubigen kommen vor allem aus den Reihen der „Konservativen" (des klassischen Bildungsbürgertums), der „Traditionsverwurzelten" (der kleinbürgerlichen Arbeitnehmerschaft) und der „Etablierten" (des erfolgsorientierten, einkommensstarken Establishments). Neben diesen Menschen, die sich eher traditionellen Werten verpflichtet fühlen, gelten nur noch die „Postmateriellen", das Milieu der aufgeklärten Alt-Achtundsechziger, als in geringem Maße kirchlich ansprechbar. Diese eher kritischen kirchenverbundenen Katholiken sind jedoch zu mehr als achtzig Prozent der Meinung, dass die Kirche so, wie sie ist, nicht mehr gut in unsere Zeit passt. Interessant ist, dass selbst bei den traditionsverwurzelten und konservativen Katholiken die Kirche nur noch zu 38 beziehungsweise 43 Prozent als zeitgemäß eingeschätzt wird. Selbst in der Wahrnehmung sehr vieler konservativer und traditionsverwurzelter Menschen ist die Kirche also eine Institution von gestern.

Als alarmierend bezeichnete Marc Calmbach von „Sinus Sociovision" den Befund, dass die „bürgerliche Mitte" sich zwar wie der Schnitt der Bevölkerung zu knapp siebzig Prozent als religiös und mehrheitlich als christlich beschreibt, aber eben auch als kirchlich weitgehend distanziert. „Die lokale Kirche droht, den Anschluss an die Mitte zu verlieren", fasst Calmbach die Daten zusammen. Bei einer Befragung vor fünf Jahren hatten die Katholiken dieses Milieus die Kirche noch als Teil ihrer familiären Nahwelt bezeichnet. Heute werden kirchliche Rituale von den Katholiken der Mitte allenfalls noch als Bestandteil der Normalbiografie akzeptiert, die Kirche spielt in ihrem Alltag jedoch so gut wie keine Rolle mehr.

Allerdings wird die offizielle Kirche noch für ihr Engagement und ihre Äußerungen in gesellschaftspolitischen Fragen geschätzt. Wenn es jedoch um die persönliche, individuelle Lebensführung geht, lehnt die überwiegende Mehrheit der Katholiken die Positionen und jede Einmischung ihrer Kirche ab. So sind 86 Prozent mit dem caritativen Engagement einverstanden. Mehr als drei Viertel befürworten das Engagement für den Frieden. Die Zustimmung ist hier im Vergleich zum „Trendmonitor" von 2003 sogar gestiegen, ebenso die zum kirchlichen Einsatz für die Menschenrechte (68 Prozent) sowie für den menschlichen Wert von Arbeit und für humane Arbeitsbedingungen (65). Mit der Rolle der Frau in der Kirche, mit der kirchlichen Haltung zur Sexualität und zur Empfängnisverhütung, mit dem Umgang mit Homosexuellen und mit Kritikern in der Kirche sowie mit dem Zölibat erklärt sich teilweise deutlich weniger als ein Fünftel der Katholiken einverstanden. Zusammenfassend hält Rüdiger Schulz fest, dass sich der Trend, ein selbstbestimmtes Leben frei von Fremdzwängen wie kirchlichen Verhaltensgeboten zu führen, fortsetzt. Hielten Mitte der sechziger Jahre noch fast die Hälfte der Katholiken einen festen Glauben und fast zwei Drittel das Anpassen an eine Ordnung für besonders wichtig, befürwortet dies heute nur noch rund ein Drittel. Die Mehrheit der Katholiken ist für geistliche Impulse dankbar, lehnt aber eine geistliche klerikale Führung im Sinne von Bevormundung entschieden ab.

Diese allgemeine Einstellung der Katholiken zu ihrer Kirche führt auch dazu, dass die Verbreitung kirchlicher Medien stetig sinkt. Der Pfarrbrief bleibt mit einer häufigen oder gelegentlichen Nutzung von fast zwei Dritteln die Informationsquelle Nummer eins, auch wenn der Zenit der Verbreitung überschritten ist, wie der Zehnjahresvergleich zeigt. Interessant ist dabei, dass die Leser den Pfarrbrief überwiegend in gedruckter Form wollen. Lediglich sieben Prozent könnten sich vorstellen, ihn als E-Mail zu bekommen. Nur noch jeder zehnte Katholik nutzt laut eigener Aussage die Kirchenzeitung häufig, weitere 18 Prozent lesen das Bistumsorgan ab und zu. Das stetige Abbröckeln der Auflage teilen die Bistumszeitungen mit den säkularen Tageszeitungen. Bereits seit den Achtzigerjahren, also noch vor dem Aufkommen des Internets, als sich das Fernsehangebot durch die privaten Anstalten ausweitete, wird es für gedruckte Medien schwieriger, vor allem junge Leute zu erreichen.

Vage Hoffnung Internet

Die meisten säkularen Tages- und Wochenzeitungen haben mit der Ausweitung ihres Internetangebots reagiert. Finanziert wird das Netz-Engagement jedoch überwiegend über die gedruckten Zeitungen. Das Internet ist ein Zuschussbetrieb. Bis heute ist unklar, wie über das kostenlose Internet journalistische Inhalte auch angemessen bezahlt werden können. Kirchliche Medien stehen vor einem weiteren Problem. Denn Katholiken sind über das Internet kaum erreichbar. Der ernüchternde Befund: Nur ein Prozent nutzt das Angebot kirchlicher Seiten im Netz häufig. Das war bereits vor zehn Jahren so. Im selben Zeitraum ist der Anteil der Internetnutzer in der Gesamtbevölkerung jedoch von 10,5 auf 62,7 Prozent gestiegen, und auch zwei Drittel der Katholiken sind säkular online. Dies macht sich jedoch nur bei den gelegentlichen Besuchen auf kirchlichen Seiten bemerkbar.

Wie aber kann Kirche religiös einigermaßen aufgeschlossene Menschen erreichen, wenn kirchliche Internetseiten bislang fast ausschließlich von kirchlichen Mitarbeitern oder ehrenamtlich Engagierten angeklickt werden und wenn religiöse Themen im Netz nur von denen gefunden werden, die gezielt danach suchen? Für Steffen de Sombre von Allensbach gibt es zwei Möglichkeiten: Die Kirche könnte dahin gehen, wo die Menschen sind, das wären beispielsweise Internetforen, in denen sich die Leute austauschen, oder Seiten, auf denen soziale Netzwerke geknüpft und unterhalten werden, wie etwa Facebook. Oder aber es wird an inhaltliche Themen wie Erziehung, Bildung, Werte angeknüpft, ohne diese gleich in einen kirchlichen Rahmen zu stellen.

Diese vagen Antwortversuche zeigen, dass es nicht nur um das Medium geht, sondern zuerst um die Frage, wie Kirche auftritt oder wie der Glaube selbst heute neu buchstabiert wird. Der nach wie vor anhaltende Erfolg von Büchern - teilweise auch von religiösen - zeigt, dass gedruckte Produkte keineswegs an sich einfach „out" sind. Zudem werden Informationen über die Kirche vor allem in Tageszeitungen und allgemeinen Zeitschriften gelesen. Ein Medium jedenfalls - ganz gleich ob Bistumszeitung oder kirchliche Internetseite -, bei dem gerade die kirchlich Kritischen und Distanzierten, aber religiös Neugierigen das Gefühl haben, es werde von oben kontrolliert, hat da keine Chance. Unabhängigkeit und Seriosität werden auch bei der religiösen Frage erwartet.

Ein interessantes Milieu ist da das der „Experimentalisten", der jungen, extrem individualistischen Bohème. Von der Gesamtbevölkerung unterscheiden sich diese Leute dadurch, dass sie überdurchschnittlich oft mehr über den Sinn des Lebens erfahren möchten. Auf der Suche nach Antworten landen sie im Internet vor allem bei nichtkirchlichen Anbietern, wie Marc Calmbach von „Sinus Sociovision" festgestellt hat. Hier gäbe es für diese Gruppierung, zu der knapp zehn Prozent der Gesamtbevölkerung gerechnet werden, einen gewissen Anknüpfungspunkt. Ob dieser in den großen Online-Portalen „www.katholisch.de" und „www.evangelisch.de", die von den Kirchen derzeit mit viel Geld auf- und ausgebaut werden, liegt, muss sich noch zeigen. Die starke gesellschaftliche Individualisierung, die auch im „Trendmonitor" abgebildet ist, lässt allerdings eher erwarten, dass kleinere, passgenau auf die verschiedenen Milieus ausgerichtete Angebote eine Zukunft haben könnten.

Die Sinnfrage und damit auch die Gottesfrage lassen sich in einer vielfältigen, von verschiedensten Erkenntnissen und Erfahrungen geprägten Welt und Zeit nicht mehr für alle gültig auf eine einzige Weise beantworten. Vielmehr braucht es die immer neu mit Gott und der Welt ringenden Versuche in Vielfalt. Für die medial unterstützte Frage nach dem Grund unserer Existenz sind Glaubwürdigkeit und Modernität entscheidend. Denn es gibt weiterhin durchaus nachdenkliche Leute, mit kritischem, unruhigem und aufgewecktem Geist. Auch das christliche Ringen hat da eine mediale Chance.

CIG 26/2010
Zuletzt geändert am 25.06.2010