



KOMMENTAR

KIRCHE, BLEIB BEI DEINEN GLÄUBIGEN?

Der Aufschrei blieb aus bei der Vorstellung des Trendmonitors „Religiöse Kommunikation 2010“: Nur 23 Prozent der Bürgerlichen Mitte interessieren sich für kirchliche Themen und nur 16 Prozent haben sich über religiöse Themen schon im Internet informiert. Na und? Damit befinden sie sich doch ganz in Gesellschaft mit anderen Leitmilieus. Eines der Fazits des neuen MDG-Trendmonitors ist jedenfalls, dass die Kirche die von vielen sicher geglaubte Bürgerliche Mitte, zu der viele der jungen Familien gehören und die die Mehrheit der Bevölkerung bildet, nur schlecht bis gar nicht erreicht.

Ein zweiter Schlag: Mit ihren Internetangeboten kann die Kirche kaum punkten, ob sie nun von der Deutschen Bischofskonferenz, den Orden, den Gemeinden oder anderen Institutionen stammen. Kirchliche Internetangebote werden überwiegend von Haupt- und Ehrenamtlichen genutzt, also von denen, die ohnehin dazugehören. Die Mehrheit der Menschen wird auch hier nicht angesprochen.

Aber muss man das überhaupt? Soll-

te man nicht lieber auf die Stimmen hören, die sagen: „Konzentriert Euch doch lieber auf die, die Ihr schon habt und bindet sie an Euch“? Schuster bleib bei deinen Leisten, Kirche bleib bei deinen Gläubigen? Die Kirche und wir alle wären schlecht beraten, wenn dies geschähe.

Als Christen haben wir den Auftrag, die Frohe Botschaft weiterzugeben. Im Klartext heißt dies auch: Wir sollen unseren Beitrag leisten zum gelingenden, erfüllten Leben unserer Mitmenschen. Unsere Religion kann wichtige Antworten geben – dem Einzelnen ebenso wie der Gesellschaft, besonders angesichts der globalen Herausforderungen. Damit diese Antworten, aber auch andere Impulse, überhaupt gehört werden, muss die Kommunikation auf den Menschen hin orientiert sein. Kirche muss dorthin gehen, wo die Menschen sind, auch mit ihren Medien. Vom Pfarrbrief und religiösen Buch über die Bistumszeitung und Ordenszeitschrift, über Radio und Fernsehen bis zum Internet müssen kirchliche Medien nutzerorientiert sein. Sonst kommt die Botschaft gar nicht erst an.

Der neue Trendmonitor hat erstmals die Sinusmilieus einbezogen. Es wäre wünschenswert, dass Entscheidungsträger und Verantwortliche die Chancen ergreifen, die sich daraus ergeben. Dazu bedarf es zielgruppengerechter, professioneller und niedrigschwelliger Medien in allen Sparten. So lautete etwa die Empfehlung der Trendforscher von Allensbach für das Internet, die Plattformen zu nutzen, die stark frequentiert sind und das eigene Angebot an den von vielen Menschen gefragten inhaltlichen Themen anzuknüpfen, ohne einen explizit kirchlichen Rahmen zu setzen.

Auch wenn die Forscher keine Religiöse Renaissance feststellten: Die Menschen suchen verstärkt nach neuen Werten, nach Antworten auf Sinnfragen, nach Halt und Orientierung. Religiöse Medien sind für viele ein wichtiges Hilfsmittel dabei und für manche sogar der Erstkontakt mit dem Christentum. Damit sie uns finden, sehen und hören, gilt: Kirche, bleib bei den Menschen. Auch und gerade mit deinen Medien.

Hildegard Mathies

Alle früheren Vorstandskommentare finden Sie

im Internet: www.gkp.de/Kommentare/Kommentare.php