KMU 6 – und wie weiter? Strategische Thesen zur Diskussion

Einführung

Die Veranstaltung am 4.11.2026 wollte dazu beitragen, aus der Befassung mit dem Material der KMU strategische Entscheidungsoptionen herzuleiten. Dazu wurden vorher fünf Bereiche identifiziert und im Dialog mit mehreren Personen versucht, dazu (durchaus provozierende) strategische Thesen zu formulieren.

- 1: Religion und Säkularität
- 2: Erwartungen an Kirche und Nutzerverhalten
- 3: Religiöse Sozialisation
- 4: Qualität, Wirksamkeit
- 5. Gottesdienst und Kasualisierung

Thesen zur Diskussion

KG 1: Religiosität und Säkularität

Ein religiöser „Markenkern“ findet nur begrenzt Zustimmung und Nachfrage. Die soziale Reichweite der Kirche ist höher als ihre religiöse Reichweite. Religion wird in schwierigen Lebenssituationen (individuell und kollektiv) nachgefragt.

- Zivilgesellschaftliche Kontakte und Kooperationen stärken! Auch wenn zukünftig weniger Hauptberuflichkeit in den lokalen Kommunitäten zur Verfügung steht.
- Sich nicht aus dem Zivilgesellschaftlichen heraushalten! Sich öffnen für die Anliegen der säkularen, pluralen Gesellschaft! Keine Beschränkung auf einen binnenkirchlich inszenierten „religiösen Markenkern“!
- Situationen der Lebensbewältigung Einzelner sind wichtige „Andockpunkte“ kirchlichen Handelns: Schwerpunkte wie Trauerarbeit, Krankenhaus, Hospiz etc. stärken!
- Beratungsangebote und andere diakonische Einrichtungen und Prozesse sind kein Luxus oder Nice-to-have im Bereich sozialen Handelns, sondern haben zentrale pastorale Bedeutung.
- Kirchennahe Religiosität modernisieren und lebens- und individuumsbezogen fokussieren (Schriftgespräch, persönliches und gemeinschaftliches Gebet, produktiver Austausch in aktuell anschlussfähigen Formen)!
- Bedeutung von Religion für verschiedene Lebensbereiche, religiöse Wirksamkeitserfahrungen, biografische Wendepunkte zur Religion stärker in den Blick nehmen: freie Diskussionskultur ermöglichen, auf Lebensnähe und -dienlichkeit achten!

KG 2: Erwartungen an Kirche und Nutzerverhalten

Menschen machen zunehmend das, was sie selbst wollen und einsehen (Optionalität in Kirchenbindung und Teilnahmeverhalten). Die „Kerngemeinde“ besteht i.d.R. nur noch aus den 13 % kirchlich Religiösen (Tendenz fallend bzw. überaltert).

- Die Erwartungen von Mitgliedern und Stakeholder:innen (soziale Akteur:innen als Nutzer:innen und Kooperationspartner:innen) bauen Kirche zunehmend um (wenn sie sich darauf einlässt!).
- Verhältnis des Ressourceneinsatzes in die klassischen Gottesdienstgemeinden vs. neue Orte und Erlebnisräume von Kirche auf deren Wirkung in sozialen und religiösen Kontexten hin überprüfen (Invest in Innovation)!
- Partizipation neu und vielfältiger denken: Ko-Kreation, projekthaftes und abschnittsbezogenes Engagement, auf Gemeinwohlorientierung und Sozialraum bezogen (Kooperationen fördern!).
- Wunsch nach Mitentscheiden realisieren: Synodalität nicht nur als Haltung und Stil gestalten, sondern tatsächlich auch erweiterte Entscheidungs-Kompetenzen auf verschiedenen Handlungsebenen umsetzen (hohe Bedeutung von Demokratiefragen)!
- Mitgliederkommunikation: Den Austrittsneigungen durch Ansprache und positiv-resonante Angebote entgegenwirken! Gegenseitige Kommunikation: Mitbekommen, was die Mitglieder erwarten (durch geeignete Instrumente „das Ohr am Menschen haben“)!
- Rückgewinnung von Vertrauen ohne Reform ist nicht möglich (KMU: „grundlegende Veränderungsnotwendigkeit der Kirche“). Ablehnung „traditionaler“ Orientierungen angesichts der „progressiven“ Positionierung der Mitglieder!

KG 3: Religiöse Sozialisation

Familien fallen jenseits der geringen bürgerlich-traditionellen Lebenswelten als Primärorte für religiöse Sozialisierung weithin aus. Wenn Religion heute als kulturelles Phänomen gesehen wird, müssen Kinder/Jugendliche mit ihren Eltern/Erziehungspersonen von den Gemeinden insgesamt kulturell und sozial angesprochen werden. (Bsp. „Kirche kunterbunt“). Ein weiteres zentrales Feld ist die Sekundärsozialisation (Kommunion/Firmung/Konfirmation/Jugendpastoral).

- Den Mehrwert eines christlichen Lebensentwurfs in Solidarität, Mut und Hoffnung als spirituellen Mehrwert erlebbar machen! Geschichten erzählen: „Wo und wie hat mir mein Glaube geholfen?“
- Das Evangelium ist nicht als ein Kompendium von Glaubensgut oder als Regelwerk zu „richtigem katholischem Leben“ zu verstehen. Stattdessen ist es ein durch Erfahrungen und mit der Deutung durch Begleiter:innen vermitteltes Kommunikationsgeschehen zwischen Gott und dem Menschen, das individuell und gemeinschaftsbezogen entdeckt und prozesshaft und pluralitätsfähig durchbuchstabiert und so fortgeschrieben werden will („Was hat Gott mit den Frauen und Männern im 21. Jahrhundert vor?“).

- Katechese: nicht Formatierung nach der Tradition (rite et recte) oder Forderungen stellen (z.B. bzgl. Teilnahmefrequenz, Erfüllung von Voraussetzungen und Erwartung von Leistung und Pflichterfüllung in Glaubensinhalten und -praxis), sondern elementarisierte Erfahrungsangebote des Glaubens in lebensbezogener und erlebnishaft-gestalterischer Qualität machen!
- Angebote schaffen, mit denen (post-)familiale Verantwortungsgemeinschaften und gemeindliche Sozialformen in der religiösen Wahrnehmungs- und Sprachfähigkeit gestärkt werden!
- Begegnung mit „Pfarrperson“ ist wichtig. Personen der Kirche (Ordinierte, Hauptberufliche und freiwillig Engagierte) müssen – wenn auch punktuell – exemplarisch verdichtete Präsenz und Begegnung wagen, erlebbar sein, nicht als „Funktionär:innen“ (z.B. „nur“ in der Funktion als Gottesdienstvorsteher:in oder Sakramentenspender:in), sondern als Person!
- Religionshermeneutische Wege finden, wie das Evangelium „auf säkulare Weise“ relevant und kommuniziert werden kann! Sprach- und Haltungswechsel verändert Kirche.

KG 4a: Qualität und Wirksamkeit kirchlicher Vollzüge

Die Kompetenzvermutung an Kirche, die laut KMU 6 in vielen Fällen eher den sozialen als den religiösen Bereich betrifft, geht zunehmend von der Kirche weg zu anderen „Anbietern“, die als „Konkurrenten“ fungieren und Angebote zumeist qualitätvoller und teilnehmerorientierter gestalten. Deswegen:

- Lieber weniger machen, als schlecht gemacht!
- Die Kompetenzvermutung wachhalten: Flexibilität und Professionalität sind mittlerweile außerkirchlich Standard. Professionalität anderer durch Kooperationen nutzen!
- Strategisch auf sichtbare gelungene Formen kirchlichen Lebens hinwirken, die exemplarisch sind!
- Formulierung von realistischen Zielen, von Kriterien der Wirksamkeit und Wirksamkeitsmessung!
- Die Situation als Minderheit annehmen und das Evangelium auf adressatenbezogene Weise für möglichst viele Menschen „anbieten“!

KG 4b: Gottesdienst und Kasualisierung

Gottesdienste als ästhetisches Erlebnis und als „Kommunikation des Evangeliums“ auf verschiedenen Ebenen fördern!

- Plausibilität nicht der Gewohnheit („So haben wir es schon immer gemacht!“) oder der „Richtigkeit“ (rite et recte), sondern der Resonanzfähigkeit für Erleben mit Bezug zu Lebensdeutung, Sinnorientierung und Alltagsbewältigung.

- Qualität erhöhen: gute Vorbereitung, professionelle Auswahl von Texten und Moderation, intellektuell und persönlich ansprechende Predigt, aktuelle Sprache und Sprachbilder, passende Musik, technische Hilfsmittel, breite Partizipation möglichst Vieler, Nachbereitung und Anschlusskommunikation!
- Gottesdienste in vielfältigen Formen mit unterschiedlichen Gruppen feiern, Kasualienfeiern stärken, Befähigung von freiwillig Engagierten in Vorbereitung, Durchführung und Leitung/Moderation von liturgischen Feiern erhöhen!
- „Kasualisierung“ des Gottesdienstes insgesamt voranbringen (personenbezogene, jahreszeitliche, gemeinschaftliche Anlässe)!
- Eventisierung nicht verteufeln, sondern positiv nutzen!

Dr. Hubertus Schönemann – KAMP Erfurt