Das Image des Gottesdienstes – **(F)**

Festvortrag zum 100jährigen Bestehen der Liturgischen Konferenz Niedersachsens

Dr. Folkert Fendler, Hannover 26. September 2025

A Image

Das Wort „Image“ ist Teil des sogenannten Kanons der *100 Wörter des 20. Jahrhunderts*. Das passt zum 100jährigen Jubiläum der Liturgischen Konferenz Niedersachsens. Deren Geschichte spielt zu einem Dreiviertel im 20. Jahrhundert. Als sie gegründet wurde, wäre die heutige Fragestellung nach dem Image des Gottesdienstes allerdings als merkwürdig empfunden worden. Nicht nur des Anglizismus wegen, sondern wegen dieses Zugangs: Wofür soll es gut sein, nach der Vorstellung zu fragen, die sich Menschen vom Gottesdienst machen? Viel interessanter und wichtiger ist doch, immer wieder zu klären, was der Gottesdienst eigentlich ist, und diese Klärung den Menschen nahe zu bringen.

Doch der Gegensatz ist nur ein scheinbarer. Nicht erst heute und nicht erst im 20. Jahrhundert ist die Frage nach dem Wesen des Gottesdienstes gar nicht zu trennen vom Bild, das Menschen sich von ihm machen. Schon bald nach Entstehung der ersten gottesdienstlichen Feiern gab es Menschen, die sich intensiver mit dem Gottesdienst beschäftigten und andere, die – eher nicht reflexiv – an ihm teilnahmen. Beide Gruppen, ich nenne sie mal die Insider und das Volk, hatten ihre Vorstellungen, ihre Bilder, ihre Vorurteile gegenüber dem Gottesdienst. Ihre Images eben. Die Bilder der beiden Gruppen waren lange nicht immer identisch und sind es bis heute nicht. Sie waren subjektiv und unterlagen einem ständigen Wandel – typisch für Images.

Seit dem Fenstersturz des Eutychus, **(F)** von dem wir in der Apostelgeschichte erfahren, mag der Predigt bei einigen das Image *langweilig* anhängen. Eutychus war bekanntlich während der langen Predigt des Paulus eingeschlafen, aus dem Fenster

gefallen, gestorben, dann aber glücklicherweise wieder zum Leben erweckt worden. Solche Auferstehungserfahrungen nach Gottesdiensten wünschen wir uns definitiv bis heute. – Im Mittelalter war den Insidern der Opfergedanke der Eucharistie das entscheidende Leitbild eines christlichen Gottesdienstes, was das Volk nicht hinderte, in eigenwilliger Interpretation, das Hokus-Pokus **(F)** aus den Einsetzungsworten als magische Formel mit in den Alltag zu nehmen, um ihr Leben vor mancherlei Bedrohungen zu schützen. Vor allem im Moment der Wandlung beim Gottesdienst dabei zu sein, lässt ebenso auf ein spezifisches Image der Feier zurückschließen, wie die Vorstellung, man könne Gottesdienste für Verstorbene abhalten. – Luthers Bild des Gottesdienstes als Wort- und Antwortgeschehen zwischen Gott und Mensch war visionär und prägend, worin die *bis dahin zuständigen* Insider allerdings nur Ketzerei entdecken konnten. Das Volk wunderte sich indessen über die deutsche Sprache im Gottesdienst und dass sie plötzlich vom Wein kosten **(F)** durften.

So ließe sich eine Gottesdienstgeschichte als Imagegeschichte schreiben, was aber heute nicht unser Fokus sein soll. Vielmehr möchte ich vor allem die jüngere Zeit und die Gegenwart ins Auge fassen.

B Vorgehen

Wie erhebt man ein Image? Klassischerweise geschieht das in einer Imageanalyse, bei der Menschen nach Zustimmung oder Ablehnung bestimmter typischer Merkmale des Gegenstands befragt werden. Eine solche Imageanalyse liegt meines Wissens für den Gottesdienst bisher nicht vor. Aber es ist nicht so, dass wir gar kein Material dafür hätten. Zahlreiche empirische Untersuchungen zum Gottesdienst tun genau dies: nach Merkmalen des Gottesdienstes und seiner Bewertung durch die Menschen fragen. Auch wenn es in ihnen nicht primär um die Erhebung des Images geht, verraten diese Befragungen zumindest etwas über das Bild des Gottesdienstes, das die Macher dieser Erhebungen vom Gottesdienst haben. Und wohl auch etwas über die Vorstellungen der Antwortenden. Das ist zumindest meine Vermutung und

meine These, mit der ich mich nun daran mache, unterschiedlichen Images des Gottesdienstes der letzten etwa 20 Jahre auf die Spur zu kommen.

Ich lege dabei vor allem die Fragenkataloge zum Gottesdienst der letzten drei KMUs zugrunde, dieser alle zehn Jahre durchgeführten Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen, also die Befragungen von **(F)** 2002, 2012 und 2022. Diese ergänze ich durch einen Blick auf die Hildesheimer Kundenstudie von 2013 **(F)** und einen überraschenden, bislang kaum beachteten Impuls der Kirchgangsstudie von 2018 **(F)**.

C Auf Imagespurensuche in jüngeren empirischen Studien

1. Die 4. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung von 2002

Meine Imagespurensuche beginnt mit dem Fragenkatalog zu Erwartungen an den Gottesdienst der 4. KMU von 2002. **(F)** Die Leitfrage dort lautete: „Nun geht es darum, was für Sie persönlich bei einem Gottesdienst wichtig ist. **(F)** Dazu haben wir auf dieser Liste einige Aussagen zur Gestaltung des Gottesdienstes zusammengestellt. Bitte sagen Sie mir anhand dieser Skala mit sieben Abstufungen von *sehr wichtig* bis *völlig unwichtig*, wie wichtig Ihnen die einzelnen Dinge bei einem Gottesdienst sind.“ Folgende zehn Items wurden den Befragten vorgegeben.

Der Gottesdienst soll… **(F)**

- durch eine fröhlich-zuversichtliche Stimmung gekennzeichnet sein
- von einer zeitgemäßen Sprache geprägt sein
- mir ein Gefühl der Gemeinschaft mit Anderen geben
- mir helfen, Distanz zu meinem Alltag herzustellen
- mich etwas vom Heiligen erfahren lassen **(F)**
- mir helfen, mein Leben zu meistern
- vor allem eine gute Predigt enthalten
- auch neue Formen wie z.B. Tanz, Theater und Pantomime enthalten
- in einer schönen Kirche stattfinden

- vor allem klassische Kirchenmusik beinhalten.

Ganz unabhängig davon, wie die Befragten geantwortet haben, lassen sich Rückschlüsse darauf ziehen, was für ein Bild vom Gottesdienst bei denen zugrunde liegt, die diesen Fragebogen erstellt haben. Wer fragt, verrät sich. Da die Macherinnen und Macher nach persönlichen Wichtigkeiten fragen, erheben sie natürlich den Anspruch, aus der Fülle möglicher Fragen zum Gottesdienst die zehn wichtigsten ausgewählt zu haben. Welches Bild erscheint im Hintergrund?

Aufschlussreich ist schon die Fragestellung **(F)**: Dass es beim Gottesdienst von Bedeutung ist, dass Menschen in ihm Elemente *persönlich wichtig* nehmen, ist noch die unoriginellste Beobachtung. Dennoch lohnt es, das auch festzuhalten: Gottesdienst soll den Menschen persönlich ansprechen. Bemerkenswert: Dieser persönliche Konnex geschieht über die Gestaltung. Unverkennbar spiegelt sich hier der Prozess der Einführung der Erneuerten Agende, des Gottesdienstbuches, das Ende 1999, also nur kurz vor dieser Befragung, EKD-weit in Gebrauch genommen wurde. Darin war der Gottesdienst bekanntlich von einem mehr oder weniger einheitlichen Ablauf zu einer Gestaltungsaufgabe mutiert – mit der Parole: feste Grundstruktur in variabler Ausformung.

Welche der zehn Aussagen des Katalogs betreffen aber wirklich die Gestaltung? Ich entdecke gerade einmal vier **(F)**: die zeitgemäße Sprache, die gute Predigt, neue Formen wir Tanz etc. und die klassische Kirchenmusik. Die anderen Aussagen antworten eher darauf, was Menschen gern erleben möchten **(F)** (die zuversichtliche Stimmung, das Gemeinschaftsgefühl, die schöne Kirche), und darauf, wozu Gottesdienst gefeiert wird **(F)** (Distanz herstellen, vom Heiligen erfahren, sein Leben meistern), also potentielle Funktionen.

Als Image des Gottesdienstes, das hinter diesem Fragenkatalog sichtbar wird, halte ich fest: Gottesdienst findet in einer Kirche statt und enthält Predigt und klassische Kirchenmusik, ggf. auch aus dem Theater entlehnte Gestaltungsformen. Er sollte zeitgemäß und von zuversichtlicher Stimmung geprägt sein und Gemeinschaft erfahrbar machen. Er hat eine transzendente Dimension und führt sowohl in Distanz

zum Alltag als auch zu seiner besseren Bewältigung. Dieses Gottesdienstbild ist ein Statement, das sich über andere mögliche Statements ausschweigt. Denn es gäbe natürlich andere Wichtigkeiten, von denen dieses Bild frei ist: die diakonische oder politische Dimension des Gottesdienstes, die Bedeutung von Stille oder moderner Musik, partizipative Elemente, Gottesdienste, die nicht in einer Kirche stattfinden...

Die Befragten hatten keine Chance, ein anderes als das modellierte Bild des Gottesdienstes zu zeichnen. Aber durch ihre Antworten haben sie dieses gleichermaßen traditionelle wie auch um Modernität und Relevanzerfahrungen bemühte Gottesdienstverständnis zumindest gewichtet. Welche der angebotenen Image-Linien fanden sie wichtig, welche weniger wichtig? **(F)**

Die Gestaltungselemente im engeren Sinn finden sich interessanterweise ganz weit oben und ganz weit unten. Daraus schließe ich, dass Gestaltung an sich die Befragten nicht interessiert. Für sie ist wichtig, was die Elemente transportieren. Sie wollen – schaut man die vier Spitzenreiter an – verstehen (Predigt, zeitgemäße Sprache) und erleben (Stimmung, Gemeinschaft), wobei das Rationale das Emotionale sticht – typisch protestantisch, möchte man sagen. Bedeutend ist auch die Gemeinschaft. Die Funktionen des Gottesdienstes – wie ihr Bezug zum Alltag (Distanz dazu bzw. Leben meistern) aber auch die Transzendenz-Dimension – würden Insider wie wir wahrscheinlich höher bewerten. Sie finden allerdings nicht so starke Zustimmung. Der Gottesdienst hat offenbar das Image, beim Lebensbezug nur bedingt relevant für die Menschen zu sein.

2. Die 5. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung von 2012

Wir gehen zehn Jahre weiter. **(F)** Die Leitfrage des gottesdienstlichen Fragenkatalog hat sich grundlegend verändert. Sie lautet im Jahr 2012*:* **(F)** *Nun geht es darum, was Sie bei einem Sonntagsgottesdienst gerne erleben wollen. Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Aspekte für Sie sind.* Vor 13 Jahren löst also das Erleben die persönliche Wichtigkeit ab. Genau dreißig Jahre nach Gerhard Schulze (Erlebnisgesellschaft) wird die Kategorie des Erlebens auch für den Gottesdienst höchst

offiziell eingeführt. Das klingt ganzheitlich. Es klingt danach, der emotionalen Dimension mehr Raum zu geben. Auch wenn *Erlebnisgottesdienste* unter Gottesdienstkennern immer noch Stirnrunzeln bis Verachtung hervorrufen – nur noch getoppt von Event-Gottesdiensten – meint man offenbar, das Volk mit dieser Kategorie besser abholen zu können. Die Frage fokussiert nun den *Sonntags*gottesdienst, nachdem zuvor der Gottesdienst allgemein im Blick war. Der vorgegebene Itemkatalog ist um drei Aussagen gewachsen, er enthält vertraute, aber auch neue bzw. umformulierte Sätze.

Der Gottesdienst soll … **(F)**

- mir helfen, mein Leben zu meistern
- mir ein Gefühl der Gemeinschaft mit anderen geben
- mich etwas vom Heiligen erfahren lassen
- mich zum Nachdenken anregen
- Zuversicht vermitteln
- vor allem eine gute Predigt enthalten
- vor allem klassische Kirchenmusik beinhalten **(F)**
- moderne Kirchenlieder, auch Gospel enthalten
- mit Abendmahl gefeiert werden
- in einer schönen Kirche stattfinden
- Jesus Christus im Mittelpunkt haben
- wichtige Themen der Gegenwart behandeln
- von einer zeitgemäßen Sprache bestimmt sein

Hier Ausgabe des ersten Doppelblattes mit Folien zu KMU 4 und 5.

Bitte tauschen Sie sich in Murmelgruppen dazu aus, was Ihnen an diesem Itemkatalog auffällt, auch im Vergleich mit der KMU 4 von 2002. (10 Minuten Zeit, keine anschließende Diskussion)

Nach Lektüre dieses Item-Katalogs bleibt man etwas ernüchtert zurück: Das also soll *erlebt* werden. Nun gut, *erleben* kann in einem weniger aufgeladenen Sinne auch als *vorfinden* verstanden werden. In dieses Verständnis passen alle Items, die Verben wie *stattfinden*, *enthalten*, *haben* oder *bestimmt sein* aufweisen, also eigentlich alle – bis auf die ersten fünf. Diese fünf haben erkennbar einen persönlichen Erlebensbezug, besonders deutlich, wenn das Pronomen *mir* oder *mich* auftaucht. Diese Items zielen auf Resonanz. Die Mehrzahl der Items aber antwortet eher auf die Frage: *Welche Kennzeichen gehören für Sie wesentlich zu einem evangelischen Gottesdienst?* und haben für mich einen versteckt dogmatisch-normativen Charakter, einen eher formalen und keineswegs erlebnisorientierten.

Für unsere Imagebestimmung ist allerdings sowohl die Inkongruenz zwischen Frage und Antworten als auch der Item-Katalog an sich ertragreich. Zur Inkongruenz: Obwohl die Frage suggeriert, dass der Gottesdienst vor allem durch seine Resonanzen gut erfasst werden kann, zeichnen die Antworten ein Bild von formalen Aspekten, die gegeben sein müssen. Stell dir vor, es ist Gottesdienst und du wirst berührt, jubiliert verheißungsvoll die Frage. Stell dir vor, es ist Gottesdienst und liturgische Elemente oder theologische Inhalte fehlen, dozieren die Items.

Vielleicht sollte ich weniger polemisch sein und feststellen, dass dieses Gottesdienstbild changiert zwischen der Erlebnisdimension und einer formalen Dimension, zwischen Geist und Ordnung. Wahrheitskörnchen: Ohne die zentralen Elemente von Predigt, Abendmahl, Sprache und Raum wird es natürlich auch kein Erleben geben.

Zu den Items: Einige wurden im Vergleich zur KMU IV in den Ruhestand verabschiedet, nämlich die Gestaltungselemente *Tanz, Theater und Pantomime* und das Item *Distanz zum Alltag*. Es gab auch manche Erweiterungen gegenüber der KMU IV. Neben die Frage nach klassischer Kirchenmusik tritt das Item der modernen Kirchenlieder. Man wollte wohl nichts übereilen. *Danke für diesen guten Morgen* ist ein Jahr vorher ja auch gerade erst fünfzig Jahre alt geworden. Dass das Abend-

mahl und Christus in den Katalog Einzug halten, kann allerdings nicht mit solch einem Zeitverzug begründet werden, sind sie doch konstitutiv von Anfang an. Spiegelt sich in der erstmaligen Nennung dieser Items die Sorge oder gar die Beobachtung, der Christusbezug und die Akzeptanz des Abendmahls würden zurückgehen? Auch die gesellschaftlich-politische Funktion klingt dieses Mal an (*wichtige Themen der Gegenwart*).

Als Image des Gottesdienstes, das hinter diesem Fragenkatalog sichtbar wird, halte ich in Modifikation des Images von 2002 fest: Gottesdienst findet in einer Kirche statt und enthält Predigt und vielfältige Kirchenmusik. Christusbezug und Abendmahlfeier sind konstitutiv und zugleich bedroht. Gottesdienst zielt aufs Verstehen. Seine Rationalität wird nochmals stärker betont durch die zwei neuen Items *Gegenwartsthemen* und *Nachdenken*. Auch seine Modernität wird hervorgehoben in Bezug auf die Musik, die Sprache und die Themen. Gottesdienst hat eine Transzendenz-Dimension, wird in Gemeinschaft gefeiert und vermittelt Lebenshilfe und Zuversicht.

Hier noch der kurze Blick darauf, wie die Befragten das angebotene Bild des Gottesdienstes aufgenommen und modifiziert haben: **(F)** Die höchsten Zustimmungswerte erfährt wieder die *Predigt* und weitere Items, die sich ihr gut zuordnen lassen: *thematischer Gegenwartsbezug*, *zeitgemäße Sprache*, *Nachdenken*, liegen in der oberen Hälfte. Auch wichtig: die *Erfahrung von Zuversicht* und *Gemeinschaft*. Im Mittelpunkt: J*esus Christus* – allerdings anders als die Fragesteller es wohl meinten: er hat sechs Items über sich und sechs Items unter sich. Ich lese das Ranking so: Jesus Christus ist sicherlich wichtig für den Gottesdienst, ist aber nicht so mein Thema. Ganz unten: die *Musik*. Das ist doch nicht zu fassen! Gerade wenn es ums Erleben geht, soll Musik die geringste Rolle spielen? Ich vermute, dass diese – in meinen Augen am tatsächlichen Erleben von Musik im Gottesdienst vorbeigehende – Platzierung mit der Fokussierung der Formulierung auf die Musikstile zu tun hat. Sie fragt nicht allgemein nach der Bedeutung von Musik und Singen, sondern mutiert zu einer Kampfabstimmung zwischen Klassik und Pop, wodurch ein

Gegensatz aufgemacht wird, der kaum dem Erleben der meisten Menschen entsprechen dürfte. Gewinner dieser Abstimmung, nebenbei gesagt, ist die Klassik.

Man muss aber wohl, ob es einem passt oder nicht, als Image des Gottesdienstes bei den Befragten festhalten: Das Erleben wird abgewählt, die Emotionen in die untere Hälfte verbannt. Gottesdienst ist Predigtgeschehen mit zeitgemäßen Themen in zeitgemäßer Sprache.

3. Die 6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung von 2022

Die jüngste KMU **(F)** wartet wiederum mit einer neuen Frageformulierung auf. Wir lesen dieses Mal: **(F)** *Es gibt ganz verschiedene Gründe für die Teilnahme an Gottesdiensten. Wie ist das bei Ihnen? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?* Gründe also. Nach persönlichen Wichtigkeiten (KMU 4) und Erleben (KMU 5) geht es nun um Gründe. Und damit geht es um die Entscheidung, einen Gottesdienst zu besuchen oder nicht. Diese Frage macht deutlich, dass für die Konstrukteure des Fragebogens Pflicht, Tradition oder Gewohnheit als Motivation für den Kirchgang ausgedient haben. Ja, man könnte in dieser Veränderung das Paradigma des Kunden und der Kundin entdecken, eines Gottesdienstbesuchers also, der die Wahl haben möchte, der je nach Nutzen, der ihn mutmaßlich erwartet, seine Entscheidung für oder gegen den Kirchgang trifft. Die erneute Veränderung der Leitfrage macht zwar den Charakter der KMU als Langzeit-Reihenuntersuchung untauglich, an der man etwa ablesen könnte, wie sich die Zustimmung zu Items in Zehnjahresschritten entwickelt, aber sie trifft etwas Wesentliches: Gottesdienst ist in den Augen der Menschen eben tatsächlich schon lange keine Pflichtveranstaltung mehr und nur noch die wenigsten kommen, weil es zu ihrer Routine dazugehört.

Neun Antwortoptionen stehen diesmal zur Verfügung. Nahezu alle beginnen mit dem Halbsatz: **(F)** Wenn ich einen Gottesdienst besuche, (will ich)… und fahren fort

- dort Bekannte und befreundete Personen treffen
- dass er meinen Glauben stärkt
- eine gute Predigt hören
- dass mich der Kirchenraum, die Musik, die ganze Atmosphäre anspricht
- dass er in einer modernen Sprache stattfindet **(F)**
- gesagt bekommen, wie ich leben und denken sollte
- etwas vom Heiligen erleben
- für mich sein und meinen Gedanken nachhängen können
- tue ich das, weil es eine angenehme Unterbrechung des Alltags ist

Nur das letzte Item nimmt tatsächlich die Leitfrage auf. Nach Gründen gefragt, antwortet es folgerichtig mit „weil". Die anderen acht Items setzen voraus, dass sich die Befragte bereits zum Gottesdienstbesuch entschieden hat, und stellen Erlebensaspekte bzw. bestimmte Charakteristika des Gottesdienstes zur Abstimmung. Was will uns die erneute Inkongruenz zwischen Frage und Antwortoptionen sagen? Der autonome Mensch braucht auch als Gottesdienstbesucher gute Gründe, um sich zum Kirchgang zu entschließen. Vielleicht ist es nur eine sprachliche Nachlässigkeit, dass die Suche nach Gründen mit Erlebensaspekten beantwortet wird. Denn tatsächlich wird die Autonomie auch durch das in acht von neun Antworten betonte „will ich" zu einem starken Ausdruck der Bedürfnisorientierung des modernen Menschen. Dabei verraten die neun Items wiederum etwas vom zugrunde liegenden Bild des Gottesdienstes, oder vielleicht sollte ich wieder genauer sagen: vom Bild, dass die Insider, die Macherinnen und Macher der Befragung bei der Mehrheit der Befragten vermuten.

Gottesdienst ist eine Veranstaltung in einer Kirche mit Predigt und Musik, die vor allem solche Funktionen ausübt, die den Menschen als Individuum betreffen: Für-sich-Sein, Den-Alltag-Loswerden, persönliche Glaubensstärkung, Genießen der Atmosphäre, Transzendenz – das alles in modernen verständlichen Worten. Bezeichnend ist, was fehlt oder nicht mehr da ist, bzw. welchen Modifikationen Items unterworfen wurden. Rausgeflogen gegenüber der KMU V: Jesus Christus, das

Abendmahl, wichtige Themen der Gegenwart: Nicht zu fromm, nicht zu politisch wird der Kirchgang eingeschätzt. Das Gefühl der Gemeinschaft wird kastriert und ist nun nur noch ein Treffen von Freunden und Bekannten. Vormals schwang noch ein geistliche Gemeinschaftsbegriff mit, der auch ohne persönliches Kennen ausgekommen ist. Die in den früheren Befragungen noch separat abgefragten Aspekte Kirchenraum und Musik werden nun unter dem neu eingeführten Begriff der Atmosphäre subsumiert, was mindestens die Musik zu einem Hintergrundrauschen degradiert. Insgesamt verbannt dieses Image die Gottesdienstbesucherin zur Passivität in der Rezeption der Feier – bis hin zum Spitzensatz der Selbstaufgabe: Ich will gesagt bekommen, wie ich leben und denken sollte.

Ein drittes Mal betrachten wir auf die Modifikation dieses Gottesdienstimages **(F)** durch die Gewichtung der Antwortenden. Jetzt, wo die Aspekte *Kirchenraum* und *Musik* im Sammelitem der Atmosphäre zusammengefasst werden, schlägt dieses sogar knapp die traditionell hoch bewertete Predigt. Zusammen betrachtet und unter Hinzunahme des drittplatzierten Sprachitems scheint das Bild des Gottesdienstes als einer ästhetisch wertvollen und anspruchsvollen Veranstaltung auf, das von Modernität, Qualität und Stil lebt. Er hat glaubensstärkenden Charakter, der aber mehr auf das individuelle Erleben zielt als auf mögliche soziale Austauschdimensionen und seien es nur die von Freunden und Bekannten. Transzendenz, zumindest wie sie durch die Formulierung *etwas vom Heiligen erleben* beschrieben wird, wird abgewählt, ebenso wie das Anti-Autonomie-Item, dass offenbar testen wollte, ob Menschen sich tatsächlich noch ihr Leben und Denken von der Kirche vorschreiben lassen möchten.

Gemeinsames Singen eines Liedes

4. Die Hildesheimer „Kundenstudie“

Nach Betrachtung der Itemblöcke zum Gottesdienst der letzten drei Kirchenmitgliedschaftsbefragungen werfen wir nun einen Blick auf Daten der sogenannten Hildesheimer Kundenstudie. Diese Befragung habe ich im Rahmen einer wissenschaftlichen Forschungsarbeit selbst durchgeführt **(F)**. Die Daten wurden im Jahr 2013 online erhoben und wollten herausfinden, ob und inwiefern sich Menschen im Gottesdienst wie Kunden verhalten. Da der Kundenbegriff in Bezug auf den Gottesdienst zumindest umstritten ist, möchte ich betonen, dass es nicht darum ging, zu fragen, inwiefern Gottesdienstverantwortliche Kirchgänger als Kunden behandeln sollten, sondern darum, zu erheben, inwieweit sie selbst – möglicherweise unbewusst – Kundengebaren an den Tag legen. Aus dem gleichen Grund wurde das Ziel der Studie auch den Teilnehmern nicht offengelegt, sondern die Studie tarnte sich als *Befragung zu Einstellungen und Erwartungen gegenüber dem Evangelischen Gottesdienst*. Die Befragten derart in Sicherheit wiegend, wurden zahlreiche Fragen gestellt, die als Ausprägungen eines Kundenhabitus gesehen werden können, ohne das böse Wort ausdrücklich zu nennen. Erst gegen Ende des Fragebogens kam der Kundenbegriff und der Dienstleistungsbegriff je einmal explizit zur Sprache.

Der zentrale Fragenblock nach den inhaltlichen Erwartungen an einen Gottesdienst – in der Diktion der Studie handelte es sich um Fragen zu sog. Kernnutzenerwartungen – war überschrieben: **(F)** *Von einem guten evangelischen Gottesdienst erwarte ich, dass (ich)…* und es folgten neun Antwortoptionen.

- mal eine Stunde entspannen kann
- aus meiner Lebensroutine aufgerüttelt werde
- mit Gott in Beziehung trete
- vom Alltag abschalten kann
- Kraft tanken kann
- Vergebung von Schuld erfahre **(F)**
- getröstet werde
- mein Bedürfnis nach Gemeinschaft erkannt wird
- etwas zum Nachdenken bekomme

Ich gebe in diesem Fall auch gleich das Ranking bei den Befragten bekannt: **(F).**

Welches Image des Gottesdienstes liegt diesen Items zugrunde? Ich merke, dass es gar nicht so einfach ist, sich selbst zu analysieren. Ich behaupte einmal, dass diese Itembatterie stringent Funktionen des Gottesdienstes im Blick auf den Einzelnen benennt, sich also nicht auf unterschiedlichen Ebenen hin- und herbewegt. So werden die aus den KMU bekannten Fragen zu gottesdienstlichen Elementen wie Predigt, Musik oder Abendmahl nicht gestellt. Stattdessen wird stark auf den Alltagsbezug abgehoben, aber auch zwei oder drei explizit religiöse Items formuliert: *mit Gott in Beziehung treten* und *Vergebung von Schuld erfahren*. Auch den *Trost* könnte man noch hierzu rechnen. – Insofern lässt sich aus diesen Sätzen auch kein Gesamtbild des Gottesdienstes erheben, sondern allenfalls eines seiner Funktionen bzw. potentiellen Wirkungen. Und diese liegen nicht alle auf einer Linie, sondern können offenbar durchaus unterschiedlich sein: Es kann ums Entspannen gehen, aber auch ums Aufgerüttelt werden. Es wird eine Alltagsbezug angeboten, aber auch eine Alltagsdistanz. Es geht um die Beziehung zu Gott ebenso wie um die zu den Menschen. Der Mensch ist allerdings im Wesentlichen Empfänger: von Vergebung, von Kraft, von Trost, von Nachdenkenswertem. Die Glaubensbeziehung ist ebenso abgebildet, wie eine ethische Dimension durch das Item *aufgerüttelt werden* anklingt. – In meiner Selbstanalyse finde ich in den Items ein recht konservatives, stark lutherisch geprägtes Gottesdienstverständnis wieder, das vor allem in der Begegnung von Gott und Mensch besteht, vom Menschen her gedacht empfangend ist und in seinen Wirkungen vielfältig, ja gegensätzlich sein kann. Auch im Item des Nachdenkens kann man die lutherische Hochschätzung des Verstehens, vielleicht sogar versteckt: der Predigt wiederentdecken.

Eine zusätzliche Nuance bekommt das angebotene Bild des Gottesdienstes, nimmt man die sogenannten Nebennutzendimensionen der Studie hinzu, die zumeist erstmals in dieser Form abgefragt worden sein dürften. Für die Befragten wurde dieser Block mit der Frage überschrieben: *Wie wichtig sind Ihnen beim Ev. Gottesdienst folgende Aspekte?* Insgesamt 14 Items wurden hier aufgelistet. Ich liefere Ihnen

hierzu gleich die Abstimmungsergebnisse mit. Zunächst acht Items, die überwiegend Zustimmung erfahren haben, danach folgen sechs Items, bei denen die Ablehnung überwog. **(F)**

- Verständliche Aussprache des Pastors/der Pastorin bzw. des Lektors/in
- Ein roter Faden im Ablauf des Gottesdienstes
- Funktionierende Technik (Mikrophone, Lautsprecher, Heizung etc.)
- Ein wiedererkennbarer Ablauf
- Ordnung und Sauberkeit des Kirchenraums
- Informationen über den Gottesdienst aus Gemeindebrief, Internet, Zeitung
- Vorhandensein einer Toilette
- Kinderbetreuung

Und hier die Items, die abgelehnt wurden (F)

- Bequeme Sitzmöglichkeiten
- Dekoration der Kirche
- Architektur der Kirche
- Parkmöglichkeiten
- Das Vorhandensein einer Garderobe

Das durch diese Punkte den Befragten angebotene Gottesdienstbild ist deutlich ersichtlich. Der Gottesdienst wird als eine Veranstaltung gezeichnet, die organisatorischen Erfordernissen unterliegt und – wenn man so will – Äußerlichkeiten benennt: *Ordnung und Sauberkeit*, *Funktionieren der Technik*, *akustische Verständlichkeit*. Anklänge an Theatervorführungen sind nicht zu übersehen, denkt man nur an die Erwähnung von *Garderobe*, *Parkmöglichkeiten*, *bequemen Sitzen*, der *Toilette*, aber auch die *Informationen* im Vorfeld. Interessant, dass gerade die deutlichsten Analogien zum Theater von den Menschen am ehesten abgelehnt werden.

Das könnte so gedeutet werden, dass die Menschen sich auch vom Gottesdienst einen gut vorbereiteten Ablauf wünschen, bei dem die üblichen auch aus dem weltlichen Kontext bekannten Rahmenbedingungen stimmen sollten. Sobald aber der

Vergleichspunkt mit weltlicher Organisation zu deutlich wird, möchte man an der Einzigartigkeit des Gottesdienstes als Gattung sui generis festhalten. Dafür nimmt man dann auch stoisch in Kauf, unbequem zu sitzen, und rechtfertigt den notorischen Nicht-Test eines Mikros vor dem Gottesdienst mit der verkappt-stolzen Erklärung: Im Gottesdienst darf auch ruhig einmal etwas schief gehen bzw. provoziert kabarettistischen Aussagen wie diese: Es ist leichter aus der Kirche auszutreten, als in der Kirche auszutreten.

Ein solches gebrochenes Gottesdienstimage als eine auch zu organisierende Veranstaltung passt zum Gesamtbefund der Hildesheimer Kundenstudie. Diese lässt sich in einem Satz zusammenfassen: Der Gottesdienstbesucher möchte im Gottesdienst kein Kunde sein, aber er verhält sich wie einer.

5. Die Kirchgangsstudie der liturgischen Konferenz (F)

In der sogenannten Kirchgangsstudie hat ein Ausschuss der Liturgischen Konferenz der EKD 2018 mit einer Online-Befragung zum Gottesdienstbesuch sage und schreibe ca. 10.000 Menschen erreicht. Mit allen bisher betrachteten Studien außer der der KMU 6 teilt sie das Schicksal, vor allem stark mit Kirche verbundene Menschen erreicht zu haben. Aber sie zeichnet sich durch eine Besonderheit aus, die sie aus den bisherigen Studien hervorhebt. Sie beginnt mit zwei offenen Fragen. Offen heißt, dass keine Vorgaben gemacht werden. Wir haben es bisher nur mit geschlossenen Fragen zu tun gehabt, also mit Fragen, bei denen man sich nur zu Items verhalten kann, die sich die Macher der jeweiligen Studien ausgedacht haben.

Die beiden offenen Fragen am Anfang der Kirchgangsstudie lauten **(F)**: *Was motiviert Sie, in Gottesdienste zu gehen*? Und: *Was hindert Sie, in Gottesdienste zu gehen*? Dummerweise – oder sollte ich sagen: glücklicherweise – haben sich knapp 9000 Befragte, dazu hinreißen lassen, die erste Frage zu kommentieren, bei der zweiten Frage waren es noch gut 8500 **(F)**. Jetzt ahnen wir auch, warum normalerweise lieber geschlossene Fragen gestellt werden und können uns erklären, warum dieser Teil der Befragung einige Jahre lang nicht ausgewertet wurde. Schließlich

aber haben sich der Kirchenmusiker Jochen Kaiser und ich uns der Fleißarbeit unterzogen, alle Äußerungen zu sichten und zu kategorisieren und damit handhabbar für eine Auswertung zu machen. Ich zeige Ihnen hier die Antworten zu den Motivationen: **(F)**.

Nur kurz zur Erläuterung: Unter dem Oberbegriff der Gemeinschaft verbergen sich zu zwei Drittel Äußerungen wie *Gemeinschaft erleben, gelebte Gemeinschaft, Gemeinschaft mit anderen Christen*, aber auch *mit anderen den Glauben teilen* und *Gemeinde* und zu einem Drittel die Begegnung mit konkreten Menschen: *Freunde*, *Bekannte, Pastorin* oder *Familie*. Geistliche und soziale Gemeinschaft werden in dieser Kategorie zusammengefasst. – Die Kategorie *Glaube* umfasst Nennungen dieser Art: *Gott, Gottes Wort hören, Begegnung mit Gott, Gott loben, (mein) Glaube, Glaube an Jesu, Beten oder Gesegnet-Werden*, also der explizite Bezug zur Transzendenz. Die anderen Kategorien dürften für sich selber sprechen.

Nun möchte ich Sie bitten, sich in Kleingruppen von etwa 4 Personen über dieses Ergebnis auszutauschen. Was fällt Ihnen auf? Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten finden Sie im Vergleich mit den bisher betrachteten Studien? Dafür haben Sie 15 Minuten Zeit. Anschließend sammeln wir ein paar Beobachtungen.

Herr Kaiser und ich haben versucht, aus den offenen Nennungen zur Motivation und zu Hinderungsgründen das Image des Gottesdienstes zu erheben. Sechs Aspekte haben wir gefunden:

„Der Gottesdienst als Ort individueller und gemeinschaftlicher Religiosität **(F)**

Die klare Hochschätzung von Gemeinschaft und Glaube deutet darauf hin, dass für Menschen der Gottesdienst ein vorrangig religiöser Ort bzw. Akt ist. Dies zu konstatieren ist nur scheinbar trivial. Wenn Menschen vor allem die Begegnung mit Gott und mit religiös Gleichgesinnten suchen, wenn sie dezidiert ihren Glauben im Gottesdienst zum Ausdruck bringen möchten, dann kann man hinter Bestrebungen

nach moderner Sprache, abwechslungsreicher Gestaltung, unterhaltendem und intellektuell oder emotional ansprechenden Duktus sicher nicht zurückgehen, die Stärkung des Gottesdienstes in diese Richtungen müsste aber klar religiös erkennbar und geistlich geprägt sein. Manchmal scheint es, dass Gottesdienstverantwortliche ein Image vom Image der Gottesdienstbesuchenden haben, als wollten diese mehr Weltlichkeit im Gottesdienst finden. Das Gegenteil ist der Fall.

Der Gottesdienst als Ort von Alltagsbezogenheit **(F)**

Menschen verbinden mit einem Gottesdienst eine Auszeit vom Alltag bzw. eine Stärkung für diesen. Diese Alltagsbezogenheit ist nicht gleichzusetzen mit der eben genannten Weltlichkeit. Hier geht es vielmehr um die enge Verschmelzung religiöser und weltlicher Elemente. Wünsche nach Alltagsdistanz (Wunsch nach Ruhe und Abstand) und Wünsche nach Alltagsbezug (Stärkung für die nächste Woche) werden dabei oft gleichzeitig gesucht. Neben die Alltagsbezogenheit tritt die Anlassbezogenheit. Menschen nehmen gern an Gottesdiensten teil, wenn sie Wendepunkte des Lebens begehen oder Gottesdienste ihren Bedürfnissen entsprechen. Die Predigt schließlich soll hohe Anforderungen an Lebensnähe und das Aufgreifen relevanter Thematiken erfüllen.

Der Gottesdienst als Ort fehlender Relevanz **(F)**

Das ausgeprägte tatsächliche Fernbleiben vom Gottesdienst vor allem durch äußere Gründe **(F)** (hier der Blick auf die Hinderungsgründe) lässt die betonten Wichtigkeiten des Gottesdienstes allerdings nicht prioritär erscheinen. Entweder ist das eigene Bedürfnis nach Religiosität, nach persönlicher oder geistlicher Gemeinschaft, nach Glaubensstärkung und Gottbegegnung gar nicht so ausgeprägt, wie behauptet, oder diese Bedürfnisse werden ungenügend im Gottesdienst aufgenommen. Fakt ist, dass Zeit für Familie, Ausschlafen, spätes Frühstück, Arbeit und anderen Terminen meist Priorität eingeräumt wird. Den Gottesdienst unter diesen Vorzeichen als Ort fehlender Relevanz zu bezeichnen, ist damit kein Verdikt über vermeintlich schlecht gemachte Gottesdienste. Es ist vielmehr das latente Image des Gottesdienstes, das sich aus den Einschätzungen des Gottesdienstes in Korrelation mit

dem eigenen Kirchgangsverhalten ergibt. Es kann für manche ein Problem der Gestaltung sein, es kann an der eigenen Bedürfnislage liegen, aber auch strukturelle Probleme können sich dahinter verbergen: Es gibt zu viele spannende Alternativen zum Gottesdienstbesuch und dieser kann schlicht nicht alle Bedürfnisse befriedigen.

Christen sollten zum Gottesdienst gehen **(F)**

Die Spannung zwischen dem Gottesdienst als Ort von bedeutsamer Religiosität und Alltagsbezogenheit auf der einen und seiner zugleich oft fehlenden Relevanzstärke auf der anderen Seite, deutet darauf hin, dass dem Image des Gottesdienstes weitgehend noch ein Imperativ anhaftet. Wir sahen allerdings, dass ein Pflichtempfinden bei den Motivationen explizit keine Rolle mehr spielt. Menschen würden eher zurückweisen, dass eine Institution oder gar Gott ihnen vorschreiben könnte, zum Gottesdienst zu gehen. Dennoch scheint es eine stark verinnerlichte verborgene Gewissenspflicht zu geben, dass der Gottesdienst doch eigentlich ein Ort wäre, an dem man sich öfter wiederfinden sollte. Der Kirchgang gilt offenbar verbreitet als Merkmal des Christseins: Christen sollten zum Gottesdienst gehen. Dies mag auch eine Erklärung für die vermeintlich sozial erwünschten überhöhten Angaben bei der Frage nach der Kirchgangshäufigkeit sein, die in nahezu allen Befragungen zum Gottesdienst zu finden sind.

„Vintage-Image“ des Gottesdienstes **(F)**

Dass der Gottesdienst am Sonntagvormittag stattfindet, ist theologisch einleuchtend, weil er als kleines Osterfest gefeiert wird. Dies ist über Jahrhunderte tradiert. Obwohl in der Konstruktion des Fragebogens mit der ersten Frage der Blick auf die vielfältige Landschaft liturgischer Feiern geweitet wurde und Gottesdienste inzwischen vielfach auch in der Woche stattfinden, gibt es Indizien, dass die Befragten bei ihren Antworten doch oft an den Gottesdienst am Sonntagvormittag denken. Denn bei den Hinderungsgründen wird mit Aussagen wie Ausschlafen oder Familiengründe deutlich, dass eine Mehrzahl der Antwortenden begründet, warum sie

am Sonntagvormittag nicht in den Gottesdienst gehen. Die Befragten, so ist zu vermuten, sind durch diese Identifikation des Gottesdienstes an sich mit dem Sonntagsgottesdienst nicht ausreichend über die zeitliche, räumliche und gestalterische gottesdienstliche Pluralität informiert. Äußerungen zeigen, dass viele gottesdienstliche Entwicklungen von einer Mehrheit nicht wahrgenommen werden. So werden Bilder des Gottesdienstes kolportiert (verstaubt, keine modernen Lieder, lebensfern), die es natürlich im Einzelfall noch geben mag, durch die vielfältige Realität aber zumeist längst überholt sind.

Kindliche Kirchgangserfahrungen prägen das Image des Gottesdienstes im Erwachsenenalter **(F)**

Die Kirchgangsstudie enthält auch Fragen zum Erleben von Gottesdiensten in der Kindheit. Die Kategorisierung der offenen Antworten ermöglichte es nun, Beziehungen zwischen Kindheitserleben und späterer Einschätzung des Gottesdienstes herzustellen. Es wird bestätig, was schon vielfach vermutet wurde: Was in der Kindheit im Gottesdienst erlebt wird, ob überhaupt Gottesdienste erlebt werden, hat prägende Kraft bis in die Erwachsenenjahre hinein. Angenehmes oder unangenehmes Gottesdiensterleben, freiwillige oder erzwungene Gottesdienstteilnahme – kindliche Gottesdiensterfahrungen entfalten hinsichtlich der späteren Motivation zum Kirchgang, der Kirchgangsfrequenz und der eigenen Religiosität eine Langzeitwirkung. Das Image des Gottesdienstes hat starke Wurzeln in der Kindheit.“[1]

D Das Image des Gottesdienstes

Was ist nun das Image des Gottesdienstes? Wer traut sich, das Gefundene zusammenzufassen? Natürlich ist sein Image vielfältig, bei unterschiedlichen Menschen-

[1] Die Darstellung dieser Imageaspekte sind nur leicht gekürztes wörtliches Zitat aus Folkert Fendler/Jochen Kaiser, Das Image des Gottesdienstes, in: Christel Gärtner/Georg Lämmlin/Stefanie Lorenzen/Gerhard Wegner, Kirchenkrise als Glaubenskrise? Möglichkeiten und Grenzen für die Reproduktion der Evangelischen Kirche (SI-Diskurse, Gesellschaft – Kirche – Religion, Band 7), Leipzig 2024, 349-352.

gruppen unterschiedlich, der Entwicklung unterworfen, ungleichzeitig und widersprüchlich. So flüchte ich mich in einige Schlussthesen zum Image selbst, aber auch zu Beobachtungen auf der Metaebene.

1. Fragestellungen zum Gottesdienst in empirischen Studien lassen auf ein zugrunde liegendes Gottesdienstbild zurückschließen. Sie spiegeln vor allem das Image der Insider. Durch manche Items mögen die Befragten völlig überrascht werden, aber da sie ihnen einmal vorliegen, verhalten sie sich dazu, obwohl sie von allein nie darauf gekommen wären, z.B. *gesagt bekommen, was man zu tun hat*. Es entsteht hier möglicherweise eine Paralleluniversum, das jedoch prägende Kraft hat und nicht selten zu sozial erwünschtem Antwortverhalten führt.
2. Da, wo vor allem auf die Gestaltungselemente eines Gottesdienstes geschaut wird, erfahren wir wenig von den Resonanzen, die der Gottesdienst auslöst oder auslösen sollte. Denn die Wirkungen des Gottesdienstes entfalten sich nur in ihrem Wechselspiel und Miteinander, in der der gesamten gottesdienstlichen Atmosphäre. Die Fokussierung von Befragungen zum Gottesdienst auf Gestaltungselemente zementiert herkömmliche Gottesdienstvorstellungen und bleibt nicht nur hinter aktuellen Entwicklungen zurück, sondern schon hinter CA VII. Dieser Artikel der Confessio Augustana betont bekanntlich ausdrücklich, dass menschliche Zeremonien gegenüber der Verkündigung des Evangeliums als zweitrangig zu betrachten sind.
3. Menschen schätzen im Gottesdienst die Predigt. Sie soll nachdenkenswert, alltagsnah und verständlich sein. Der kognitive Aspekt des Gottesdienstes wird hoch bewertet. Der emotionale Aspekt spielt demgegenüber eine untergeordnete Rolle.
4. Zugleich ist die fehlende Relevanz des gottesdienstlichen Geschehens ein durchgängiges Motiv aller Befragungen. Alltagsbezug und Verständlichkeit bleiben hinter dem zurück, was erwartet wird. Zumindest ist meist anderes wichtiger, als den Gottesdienst zu besuchen.

5. Das Gemeinschaftserlebnis, mehrheitlich geistlich verstanden, also über den reinen Bekanntenkreis hinweg, und Glaubensbezug sind stark mit dem Gottesdienst konnotiert. – Dabei ist aufgefallen, dass Fragen zur Transzendenz bzw. Spiritualität in den meisten Befragungen kaum gestellt werden. Mit Ausnahme des unglücklichen Items *etwas vom Heiligen erfahren*. Mit diesem Item können aber traditionell nicht nur Evangelische nichts anfangen, sondern auch Katholische, wie die KMU 6 gezeigt hat. – Sind die Antworten einer Befragung nicht vorgegeben, kommt es zu einer starken Häufung auf die Transzendenz hinweisender Antworten (vor allem Gott und Glaube).
6. Der Gottesdienst wird als eine besondere Veranstaltung gesehen, die nicht eins zu eins mit anderen Veranstaltungen verglichen werden darf. Daher rührt der Widerstand dagegen, ihn überhaupt Veranstaltung oder gar Event zu nennen, und der Widerstand, dort eine Kunden- oder Nutzerperspektive einzuzeichnen, ja überhaupt, ihn unter organisationslogischen Aspekten zu betrachten.

Meine Schlusssätze sind nun all jenen gewidmet, die immer schon fanden, dass empirische Studien überbewertet werden. Denn der Gottesdienst hat seit je her ein unverwechselbares Image. Er ist Feier der Gegenwart Gottes, wie sie durch Jesus Christus offenbar wurde. Mithin ist er Feier Christi, des Ebenbildes Gottes (Kol 1,5), auf das wir ausgerichtet sind. Das Image des Gottesdienstes ist Christus, Abglanz von Gottes Herrlichkeit (Heb 1,3). In Anlehnung an die Torgauer Formel gesagt: Im Gottesdienst soll nichts anderes geschehen, als dass unser lieber Herr, Ebenbild Gottes, selbst mit uns rede und wir, Ebenbilder Gottes, umgekehrt mit ihm reden durch unser Gebet und Lobgesang. Gottesdienst als Selbstgespräch der Imago Dei. Die Images, die sich Menschen vom Gottesdienst machen, werden wohl niemals deckungsgleich sein mit dem theologischen Image des Gottesdienstes. Aber da sich in ihm Gott und Mensch begegnen, ist die Gebrochenheit menschlicher Bilder und Vorstellungen zugleich bleibender Teil seines Wesens. Das ist doch

angesichts vieler gottesdienstlicher Unvollkommenheiten und im Trubel aller Veränderungen eine sehr tröstende Nachricht, die ich Ihnen gern weitersage – so von Ebenbild zu Ebenbild.

Danke.