

SI KOMPAKT

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
INSTITUT

der Evangelischen Kirche in Deutschland 



Petra-Angela Ahrens
Diplom-Sozialwirtin, wissenschaftliche Referentin

NR.2*2018

NAH DRAN? DIAKONIE AUS SICHT DER BEVÖLKERUNG – TRENDS UND NEUE PERSPEKTIVEN AUS EINER BUNDESWEITEN REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG

Seit Herbst 2016 führt das Sozialwissenschaftliche Institut der EKD das empirische Forschungsprojekt „Soziale Praxis und Image der Diakonie“ durch. Das Projekt verbindet zwei unterschiedliche Perspektiven in den Ansichten der Bevölkerung zur Diakonie. Zum ersten geht es um die Bekanntheit und das Image der Diakonie. Im Vergleich mit zwei Vorgängerbefragungen aus den Jahren 2001 und 2005 können nun Entwicklungen in der Wahrnehmung und Einschätzung dieser großen Wohlfahrtsorganisation sichtbar gemacht werden.

Zum zweiten stehen die „soziale Handlungspraxis“ der Befragten selbst und deren Bezug insbesondere zur Diakonie, aber auch zur Kirche im Fokus. Ausgangspunkt hierfür sind die Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen der EKD. Sie zeigen eine eher geringe Bedeutung der religiösen Kommunikation bzw. der Kommunikation über Religion im eigenen Lebensumfeld als Form eigener religiöser Praxis. Zugleich ist seit langem bekannt, dass der Einsatz für (sozial) Benachteiligte den höchsten Rang unter den Erwartungen (nicht nur) der Kirchenmitglieder an die Kirche einnimmt.

Die Kirche greift dieses Interesse mit vielfältigem diakonischem Engagement auf. Während die Kirche kleiner wird, expandiert die Diakonie. In dieser Situation bleibt klärungsbedürftig, welchen Stellenwert soziale Thematiken, die Kommunikation darüber, sowie der aktive Einsatz für andere Menschen (=soziale Handlungspraxis) in der Bevölkerung insgesamt – und unter Kirchenmitgliedern – haben, in welcher Relation dies zur subjektiven religiösen Orientierung und zur Sicht auf die Diakonie bzw. zu eigenem sozialen Engagement steht. Mit der Frage danach, inwieweit Ausrichtung und Angebote von Diakonie und Kirche aus Sicht der Befragten daran anknüpfen, soll deren gesellschaftlicher Bedeutung als Basis und Motor für die soziale Handlungspraxis nachgegangen werden.

Die für die Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren repräsentative Studie mit 2.001 Teilnehmer*innen wurde wie die Vorgängerbefragungen telefonisch (CATI) durchgeführt.

Die Ergebnisse des Forschungsprojekts werden im Laufe des Jahres 2018 in mehreren Teilen veröffentlicht.


Teil I: Nah dran? – Trends zu Bekanntheit und Image der Diakonie in der Bevölkerung

Die Diakonie zählt mit inzwischen mehr als 31.000 Einrichtungsangeboten und rund 526.000 hauptamtlich Beschäftigten neben der Caritas zu den größten Anbietern sozialer Dienstleistungen in Deutschland.¹ Historisch geht sie auf den „Centralausschuß für die Innere Mission der Deutschen Evangelischen Kirche“ zurück, der 1848 gegründet wurde, und ist damit zugleich der älteste der sechs Spitzenverbände der freien Wohlfahrtspflege (siehe: Infobox). 1975 wurde die Gründung des Diakonischen Werkes der EKD aus Innerer Mission und dem nach Kriegsende initiierten Hilfswerk der EKD abgeschlossen, seit 1991 sind west- und ostdeutsche Diakonie wieder vereint. Das sogenannte Kronenkreuz, das seit 1998 mit dem Schriftzug Diakonie in blauer Farbe als Wort-Bild-Marke verwendet wird, verweist noch heute auf den Ursprung: Es ist 1925 aus der Kombination der Buchstaben I und M (Innere Mission) entwickelt worden. Vielerorts wird das Dach „Diakonie“ zumindest äußerlich jedoch nicht sichtbar, weil Einrichtungen ihre eigenen Signets verwenden, was wohl auch mit ihrer in der Altenhilfe, Behindertenhilfe, Jugendhilfe und dem Gesundheitswesen zumeist rechtlich selbstständigen Organisation zu tun hat.

Infobox:

SPITZENVERBÄNDE DER FREIEN WOHLFAHRTSPFLEGE*

Verband/ Gründung	Einrichtung- en/Dienste/ Organisatio- nen	Hauptamt- liche Beschäftigte	Freiwillig Engagierte
Arbeiterwohlfahrt 1919 	ca. 13.000	211.727	65.629
Caritas 1897 	24.391	617.391	500.000 (geschätzt)
Deutscher Paritätischer Wohlfahrts- verband 1924 	ca. 10.000	keine An- gabe	keine Angabe
Deutsches Rotes Kreuz 1863/1921 	keine Angabe	ca. 165.000	ca. 400.000

Verband/ Gründung	Einrichtung- en/Dienste/ Organisatio- nen	Hauptamt- liche Beschäftigte	Freiwillig Engagierte
Diakonie 1848 	31.547	ca. 525.707	ca. 700.000
Zentralwohlfahrts- stelle der Juden in Deutschland 1917 	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe

*Angaben der Verbände bzw. der Bundesarbeitsgemeinschaft der freien Wohlfahrtspflege, soweit vorhanden; abgerufen im Januar 2018

Mit der Einführung der Pflegeversicherung 1995 und der darin festgeschriebenen Gleichstellung von privaten und gemeinnützigen Trägern begann die Entwicklung der Diakonie zur Wettbewerberin auf dem Markt sozialer Dienstleistungen, und sie musste dem damit verbundenen Ökonomisierungsdruck standhalten. Dies ist ihr bislang – schon mit Blick auf die genannten Zahlen – gut gelungen. Damit ist aber auch ein Spannungsfeld entstanden. Denn zugleich ist die Diakonie – als Wesensäußerung der evangelischen Kirche – „gelebte Nächstenliebe“ auf christlichem Fundament und versteht sich als Anwältin der Schwachen.² Dieses Unterscheidungsmerkmal zu anderen Anbietern, aber auch die gesellschaftlichen Entwicklungen stellen die Diakonie vor Herausforderungen: der wachsende Bedarf an Pflegekräften, zunehmende Professionalisierung im Bereich sozialer Dienstleistungen auf der einen, anhaltender Bedeutungsverlust christlich-kirchlicher Orientierungen in unserer Gesellschaft auf der anderen Seite.

Fragen nach Bekanntheitsgrad und Ansehen der Diakonie – und ihrer Einrichtungen – sowie nach der Bedeutung ihres christlichen Fundaments aus Sicht der Bevölkerung gewinnen damit besondere Relevanz. Mit den vorliegenden Ergebnissen aus der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zur Diakonie 2016 können dazu erstmals auch Entwicklungslinien nachgezeichnet werden.³

1 <https://www.diakonie.de/infografiken/die-diakonie-in-zahlen/>, Stand: 2016. 2010 lagen die entsprechenden Zahlen noch bei ca. 27.000 Einrichtungen und 452.592 hauptamtlich Beschäftigten. Vgl. Evangelische Kirche in Deutschland (2013), 32.

2 Vgl. <https://www.diakonie.de/auf-einen-blick/>

3 Vorgängerbefragungen: Vgl. Diakonisches Werk der EKD 2002 und 2006.

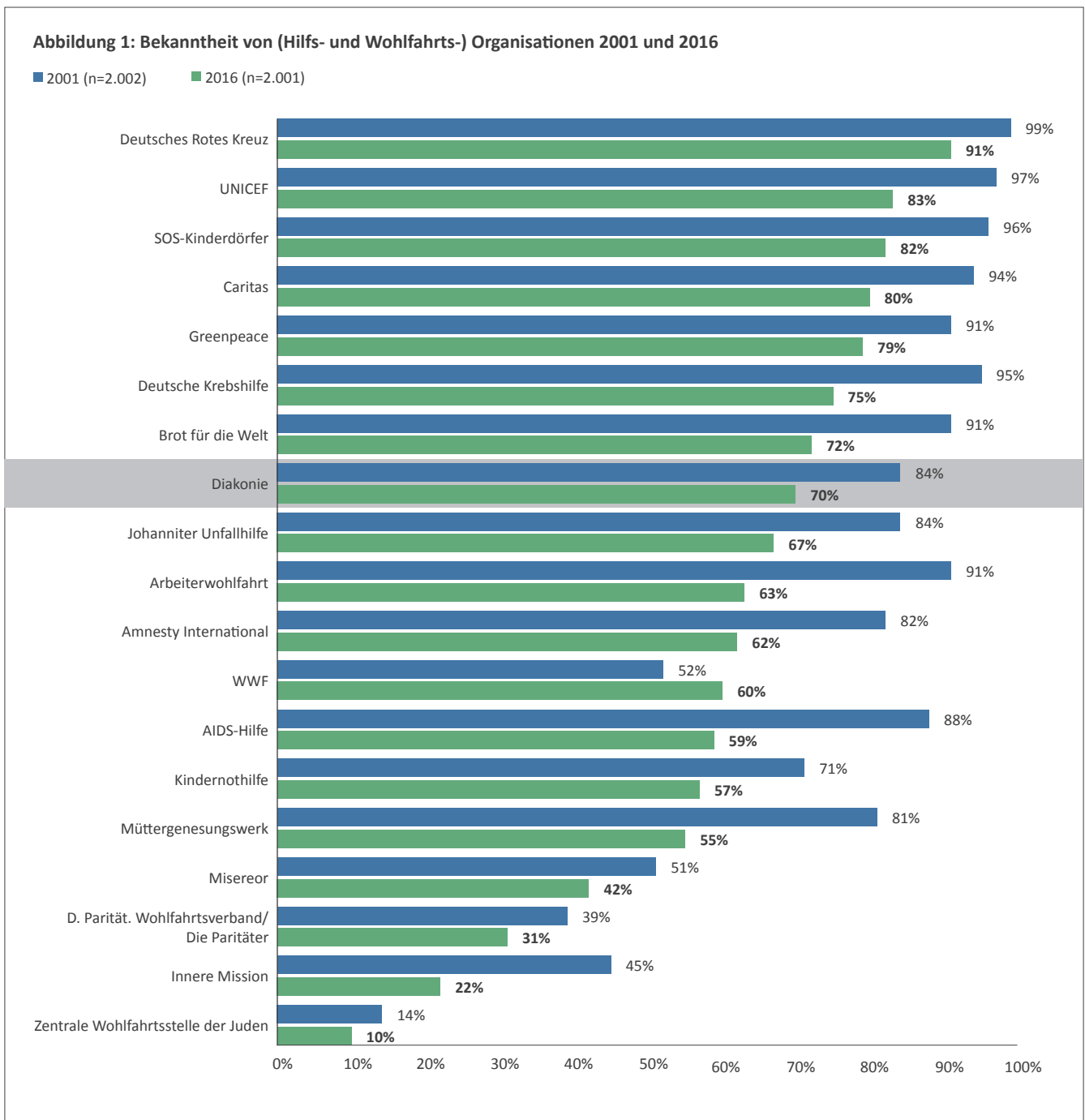
**Bekanntheit von Organisationen:
Diakonie im oberen Mittelfeld**

2016 geben 70 Prozent der Befragten an, dass ihnen die Diakonie bekannt ist. Sie bewegt sich damit wie bisher im oberen Mittelfeld unter insgesamt 19 nachgefragten Organisationen. Die Spitzenpositionen belegen nach wie vor Deutsches Rotes Kreuz (DRK), UNICEF und SOS-Kinderdörfer.

In den 15 Jahren, die zwischen der ersten und der jüngsten Befragung liegen, haben allerdings fast alle Organisationen einen erheblichen Verlust an Bekanntheit erlitten.⁴ Einzi-

ge Ausnahme ist der World Wide Fund For Nature (WWF; 52%/60%). Die durchschnittliche Anzahl bekannter Organisationen ist von 14,4 auf 11,6 gesunken.

Dieses Ergebnis hat sehr wahrscheinlich auch mit einer Veränderung der Frageformulierung zu tun: In den Vorgängerbefragungen waren „Hilfs- und Wohlfahrtsorganisationen“ genannt, 2016 nur „Organisationen“. Damit sollte der Effekt der sozialen Erwünschtheit – hier: Hilfe und Wohlfahrt sind zu befürworten, weshalb man die dafür stehenden Organisationen kennen sollte – reduziert werden. Zudem trifft diese Zuordnung für Greenpeace und den WWF so nicht zu.



⁴ Die Ergebnisse für 2005 weichen nur geringfügig von denen der ersten Befragung ab und sind deshalb nicht dargestellt.

Das ist jedoch bestenfalls eine Teilerklärung (s. a. Punkt: Unterstützung). Zunächst fällt das Ausmaß des Rückgangs höchst unterschiedlich aus. Am geringsten betroffen ist das DRK (-8 %), stark hingegen so unterschiedliche Organisationen wie AIDS-Hilfe, Müttergenesungswerk und Arbeiterwohlfahrt (-31 bis -33 %). Regelrecht eingebrochen ist die Bekanntheit der Inneren Mission (-51 %), aus deren „Centralauschuß“ die Diakonie historisch hervorgegangen ist. Diese muss ihrerseits einen Verlust von immerhin knapp 17 Prozent hinnehmen, zählt damit aber zu den weniger betroffenen Organisationen. In der Rangfolge der Bekanntheit ist sie – wie sonst nur der WWF und Greenpeace – sogar erkennbar vorgezogen, vom elften auf den achten Platz.

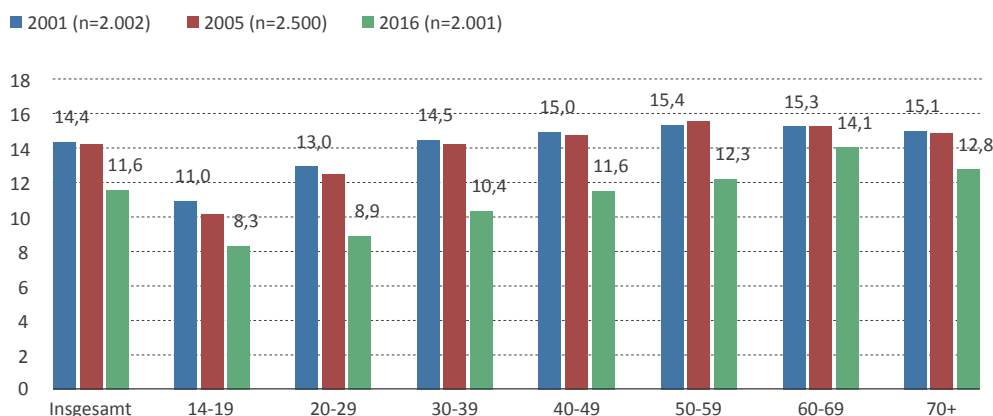
Zudem zeigt sich ein zweiter Effekt, der für das Absinken der Werte zu veranschlagen ist. Es ist nämlich das Alter der Befragten, das hier eine besondere Rolle zu spielen scheint: Die Anzahl der bekannten Organisationen steigt nachweislich in den höheren, beziehungsweise sinkt in den jüngeren Altersgruppen (Abb. 2). Dabei stehen die 60-69-Jährigen 2016 mit durchschnittlich 14 genannten Organisationen ganz vorne und die 14- bis 19-Jährigen an letzter Stelle (8). Entsprechendes ließ sich zwar auch in den Vorgängerbefragungen beobachten. Im Zeitvergleich ist allerdings zu erkennen, dass sich der Rückgang bei den jüngeren Altersgruppen stärker bemerkbar macht als bei den Älteren, so dass sich der Alterseffekt noch vergrößert hat. Dies könnte auf eine gesellschaftliche Veränderung in der Wahrnehmung der nachgefragten Organisationen hindeuten.

Alterseffekte zeigen sich – einmal mehr mit Ausnahme des WWF – durchgehend auch dann, wenn es um die Bekanntheit der einzelnen Organisationen geht. Besonders ausgeprägt sind sie bei der schon angesprochenen Inneren Mission, die ja – jedenfalls auf Bundesebene – 1975 in der Diakonie aufgegangen ist: 2001 war sie noch 75 Prozent der mindestens 60-Jährigen im Vergleich zu zehn Prozent der Jüngeren (unter 30 Jahre) ein Begriff. 15 Jahre später liegen diese Werte bei 44 und fünf Prozent. Aber auch bei der AWO als traditionsreichem Spitzenverband der freien Wohlfahrtspflege (2001: 98%/68%; 2016: 81%/35%) und dem Müttergenesungswerk (2001: 94%/34%; 2016: 76%/25%;) sind die Diskrepanzen zwischen Älteren und Jüngeren (inzwischen) enorm, bei insgesamt auffallend großen Bekanntheitsverlusten (s. o.).

Die Diakonie hingegen ist nach wie vor einer Mehrheit von etwa 55 Prozent der Jüngeren unter 30 Jahren bekannt. Dafür sind jedoch die Werte insbesondere bei den mittleren Altersgruppen (zwischen 30 und 59 Jahren), die sich 2001 noch um die 90-Prozent-Marke bewegt haben, inzwischen auf (unter) 70 Prozent gerutscht.

Wie bei den meisten anderen Organisationen lässt sich darüber hinaus beobachten: Die Bekanntheit der Diakonie ist bei Frauen (75%) höher als bei Männern (63%). Zudem zeigt sich ein bemerkenswerter Bildungseffekt: Akademiker*innen liegen mit 82 Prozent vorn; der Anteil sinkt bis auf 57 Prozent unter den Hauptschulabsolvent*innen.

Abbildung 2:
Durchschnittliche Anzahl bekannter (Hilfs- und Wohlfahrts-) Organisationen im Zeitvergleich



Konfessionelle Zuordnung

Die konfessionelle Zuordnung der Organisationen erfordert schon eine etwas genauere Kenntnis, geht sie doch weit über die Wiedererkennung der jeweiligen Namen und potenziell daran gekoppelte Assoziationen hinaus. Dies spiegelt sich zum Teil auch in der folgenden Auswahl von Ergebnissen wider, in der neben den beiden großen konfessionellen Spitzenverbänden der freien Wohlfahrtspflege, Caritas (katholisch) und Diakonie (evangelisch), die weiteren evangelischen Organisationen vertreten sind, die nachgefragt wurden (Abb. 3).

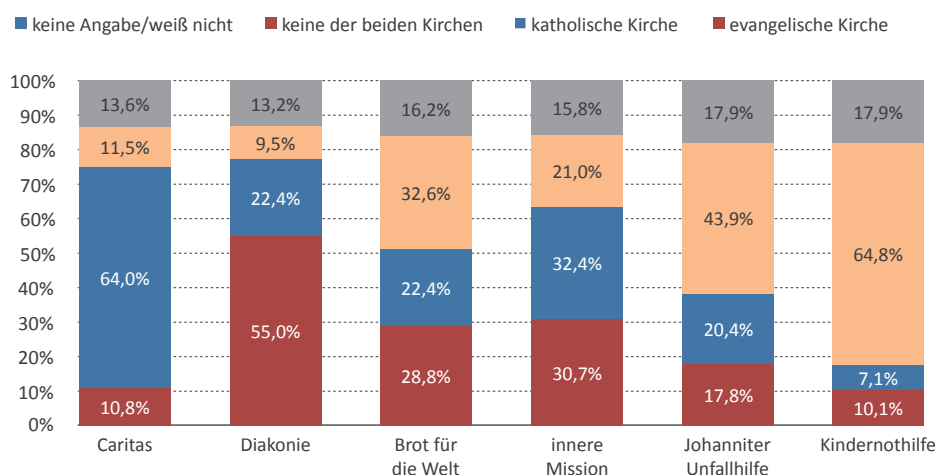
Bei Caritas und Diakonie entscheidet sich jeweils die Mehrheit für die richtige Antwort, wobei jedoch ein deutlicher Abstand von neun Prozentpunkten zu erkennen ist: Zwar erkennen mehr als drei Viertel der Befragten die konfessionelle Gebundenheit beider Verbände. Allerdings vermutet bei der Diakonie darunter mehr als ein Fünftel, dass sie zur katholischen Kirche gehört, während die entsprechende Fehlzuzuordnung bei der Caritas mit elf Prozent viel seltener vorkommt. Selbst die evangelischen Kirchenmitglieder ordnen die Caritas noch etwas häufiger (64%) richtig ein als die Diakonie (61%). Nur bei den mit ihrer Kirche hoch identifizierten Evangelischen⁵ kehrt sich diese Relation um (70%/76%).

Gegen den zunächst naheliegenden Schluss auf das im Gegensatz zur Diakonie einheitliche Erscheinungsbild der

Caritas spricht, dass die Frage zur konfessionellen Zuordnung nur gestellt wurde, wenn die jeweilige Organisation bekannt war. Möglicherweise spielt hier jedoch der im Vergleich zur Caritas sehr viel präzisere Unterschied zwischen evangelischer Kirche und Diakonie hinein.

Bei den anderen evangelischen Organisationen sinkt der Anteil der richtigen Zuordnungen geradezu dramatisch ab. Bei der Inneren Mission, die inzwischen nur noch einem Fünftel der Befragten überhaupt bekannt ist, überwiegt zwar die Einschätzung, dass sie konfessionell gebunden ist (63%), was nicht zuletzt an entsprechenden Assoziationen zu ihrem Namen liegen mag. Dabei halten sich die Zuordnungen in katholisch und evangelisch von weniger als je einem Drittel jedoch in etwa die Waage. Brot für die Welt – es wurde unter dem Dach des Diakonischen Werkes der EKD 2012 organisatorisch mit dem evangelischen Entwicklungsdienst zum Evangelischen Werk für Diakonie und Entwicklung zusammengeführt – erkennt nur noch etwa die Hälfte der Befragten als konfessionell gebundene Organisation. Dabei fällt der Anteil der evangelischen Zuordnungen (29%) geringer aus als der für die konfessionelle Ungebundenheit (33%). Letztere dominiert schließlich bei der Johanniter Unfallhilfe (44%) und insbesondere bei der Kindernothilfe (65%). Zum Vergleich: Misereor, das katholische Pendant zu Brot für die Welt, wird von 60 Prozent als katholisch und von 7 Prozent als evangelisch ‚erkannt‘.

Abbildung 3:
Konfessionelle Zuordnung ausgewählter, den Befragten jeweils bekannter Organisationen 2016

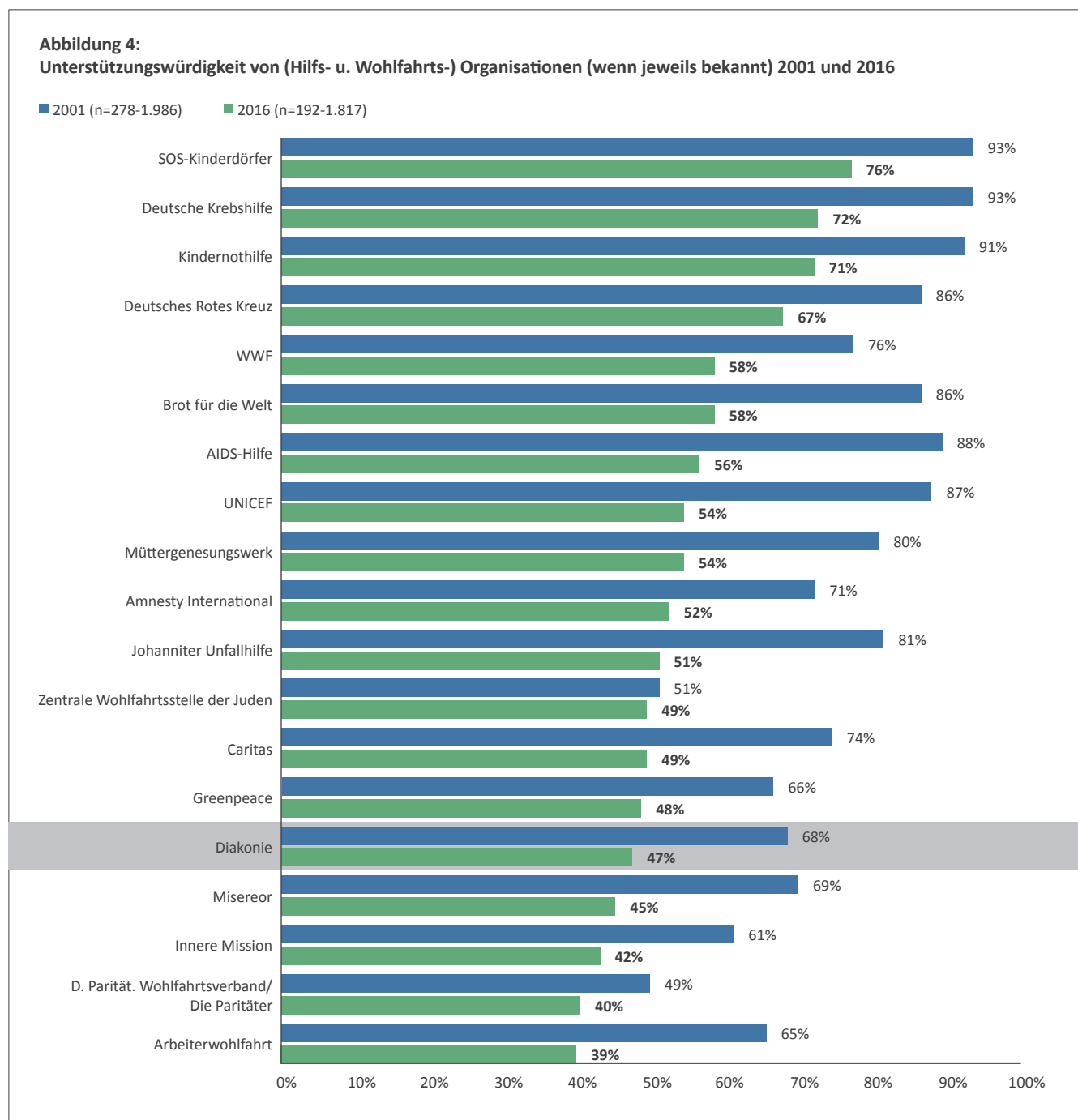


⁵ Vgl. hierzu auch Kap. Bekanntheit, Image und christlicher Hintergrund.

Unterstützungswürdigkeit von Organisationen: Diakonie büßt lediglich einen Rangplatz ein

Insgesamt gesehen hat die Unterstützungswürdigkeit der nachgefragten Organisationen zwischen 2001 und 2016⁶ noch stärker nachgelassen als ihre Bekanntheit, woraus sich sozusagen ein zweifacher Negativeffekt für ihre Wahrnehmung

in der Bevölkerung ergibt. Am stärksten haben die AWO (39%), UNICEF und AIDS-Hilfe (je 37%), Johanniter Unfallhilfe (36%) und Misereor (35%) an Zuspruch verloren. Bei der Diakonie ist das Ausmaß der Verluste mit 31 Prozent etwas kleiner. In dieser Hinsicht bewegt sie sich im Mittelfeld der Organisationen.



⁶ Auch hier wird wegen nur geringer Abweichungen der Werte im Vergleich zu 2001 auf eine Darstellung der Ergebnisse für 2005 verzichtet. Wegen der rückläufigen Bekanntheitswerte werden – im Unterschied zu den früheren Veröffentlichungen (Diakonie-Korrespondenz, 5/2002; Diakonie-Texte, 13/2006) – die Anteile für die Unterstützungswürdigkeit der jeweils bekannten Organisationen ausgewiesen.

In der Rangfolge der Unterstützungswürdigkeit hat sie damit aber nur einen Platz eingebüßt. Allerdings: Schon in der Befragung von 2001 fand sie sich erst im unteren Feld der positiven Bewertungen.

Es gibt überhaupt nur eine Organisation, bei der sich praktisch keine Veränderungen ergeben: die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland. Zwar ist sie nur den wenigsten bekannt (10%). Doch von diesen hält sie nach wie vor rund die Hälfte für unterstützungswürdig. Und dies gilt auch für die Zugehörigen christlicher Religionsgemeinschaften, denen sie ein Begriff ist, während die Konfessionslosen wie bei vielen anderen Organisationen zurückhaltender votieren (38%).

Aber selbst die nach wie vor ganz vorne platzierten Organisationen SOS-Kinderdörfer, Deutsche Krebshilfe, Kindernothilfe und DRK müssen Verluste zwischen 18 und 22 Prozent hinnehmen. Beim nachfolgenden WWF, der wie schon bei der Bekanntheit in der Rangfolge auffallend nach vorne gerückt ist, liegt das Minus mit 23 Prozent noch darüber.

Insgesamt gesehen drängt sich die Frage auf, wie diese Negativentwicklung erklärt werden kann. Im Unterschied zur Bekanntheit sind bei der Unterstützungswürdigkeit keine durchgehenden Alterseffekte zu beobachten. Entsprechendes gilt auch für die Vergleiche nach Geschlecht und Bildung. Bei der Diakonie sind es ausschließlich die mindestens 60-Jährigen, die sich in ihrer mehrheitlich positiven Einschätzung (56%) von den anderen Altersgruppen (39-43%) abheben.

Es ist nicht auszuschließen, dass hier die Ausweitung und die strukturellen Veränderungen in der Landschaft gemeinnütziger Organisationen eine Rolle spielen.⁷ So ist allein zwischen 2001 und 2016 die Zahl der Vereine in Deutschland – das ist die bei weitem häufigste Rechtsform – um fast 20 Prozent auf 602.602 gestiegen,⁸ mit unterschiedlichsten inhaltlichen und räumlichen (häufig auch lokalen) Bezügen. Dies mag zu Lasten der Bewertung der hier nachgefragten, abgesehen von der inneren Mission durchweg zumindest bundesweit agierenden Organisationen gehen, unter denen die AIDS-Hilfe, die 1983 gegründet wurde, die jüngste ist.

Zudem ist die Frage „Bitte sagen Sie, welche der folgenden Organisationen halten Sie für unterstützungswürdig?“ nicht weiter konkretisiert, weil sie als Indikator für das allgemeine Image dienen sollte. Sie mag aber unterschiedlich interpretiert werden, zum Beispiel im Sinne einer allgemeinen Vertrauenswürdigkeit, des Unterstützungsbedarfes der Organisationen, der Bereitschaft zu einer persönlichen oder auch finanziellen Unterstützung (via Spenden). Hier könnten sich Verschiebungen ergeben haben, denen auf Basis der vorliegenden Daten jedoch nicht nachgegangen werden kann.

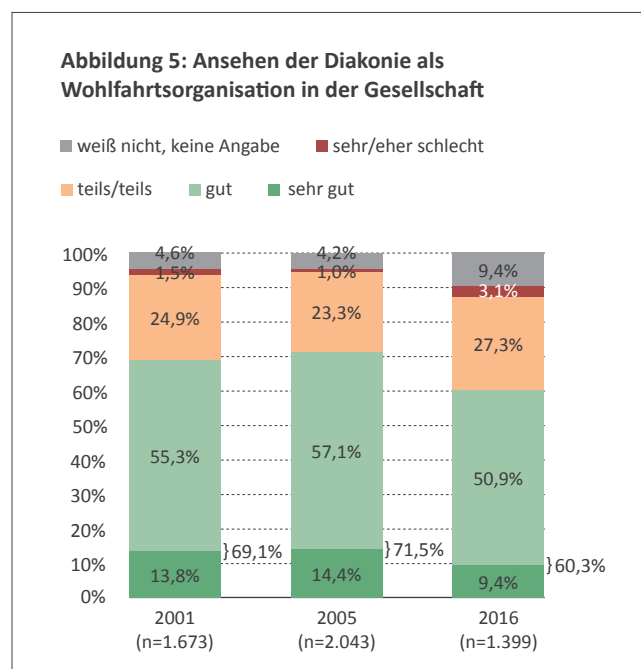
7 Vgl. Priemer/Krimmer/Labigne (Ziviz-Survey 2017).

8 Vgl. Bundesamt für Justiz (2017).

Ansehen und Bedeutung der Diakonie in der Gesellschaft

Für die Diakonie lässt sich immerhin nachweisen, dass ihre Unterstützungswürdigkeit zumindest auch eine Frage der Einschätzung ihres Ansehens und ihrer Wichtigkeit in der Gesellschaft ist.⁹ Für diese beiden Aspekte ist 2016 ebenfalls ein erheblicher Verlust festzustellen: Der Anteil der Befragten, die ihr ein gutes bis sehr gutes Ansehen attestieren, war 2005 noch leicht gestiegen auf mehr als 71 Prozent, ist nun aber auf 60 Prozent gesunken, vor allem zu Gunsten einer gewachsenen Unsicherheit (9,4%) und Ambivalenz (27,3%) in der Einschätzung (Abb. 5).

Der Zeitvergleich zu ihrer Wichtigkeit ist wegen einer Veränderung der Antwortmöglichkeiten zwar insgesamt nur eingeschränkt möglich. Allerdings sind die positiven Bewertungsmöglichkeiten (sehr/eher wichtig) geblieben, und für sie zeigt sich ebenfalls ein Rückgang, von 80 (2001) über 79 (2005) auf 71 Prozent (2016). Der Anteil der Unsicheren, die sich einer Antwort enthalten, ist 2016 auf knapp fünf Prozent gestiegen, 19 Prozent äußern sich unentschieden.



9 Hochsignifikante T-Tests; T-Werte 2016: 9,65 (Ansehen) und 9,02 (Wichtigkeit).

Damit messen noch immer recht große Mehrheiten der Diakonie einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert zu, während negative Bewertungen nach wie vor praktisch keine Rolle spielen. Es zeigt sich aber auch, dass es heute schon schwerer fällt als früher, überhaupt eine solche Einschätzung zur Diakonie abzugeben. Zudem steigen die Anteile der vagen Einstufungen in den jüngeren Altersgruppen an – insbesondere bei der Wichtigkeit: Die mindestens 60-Jährigen sind 2016 zu 14 Prozent, die 14- bis 39-Jährigen zu 29 Prozent in dieser Frage unentschieden. Darin könnte sich ein (zunehmend) mangelndes Wissen um das Profil der Diakonie äußern oder, was noch schwerer wiegen würde, ein mangelndes Interesse.

Konkretere Einschätzungen:

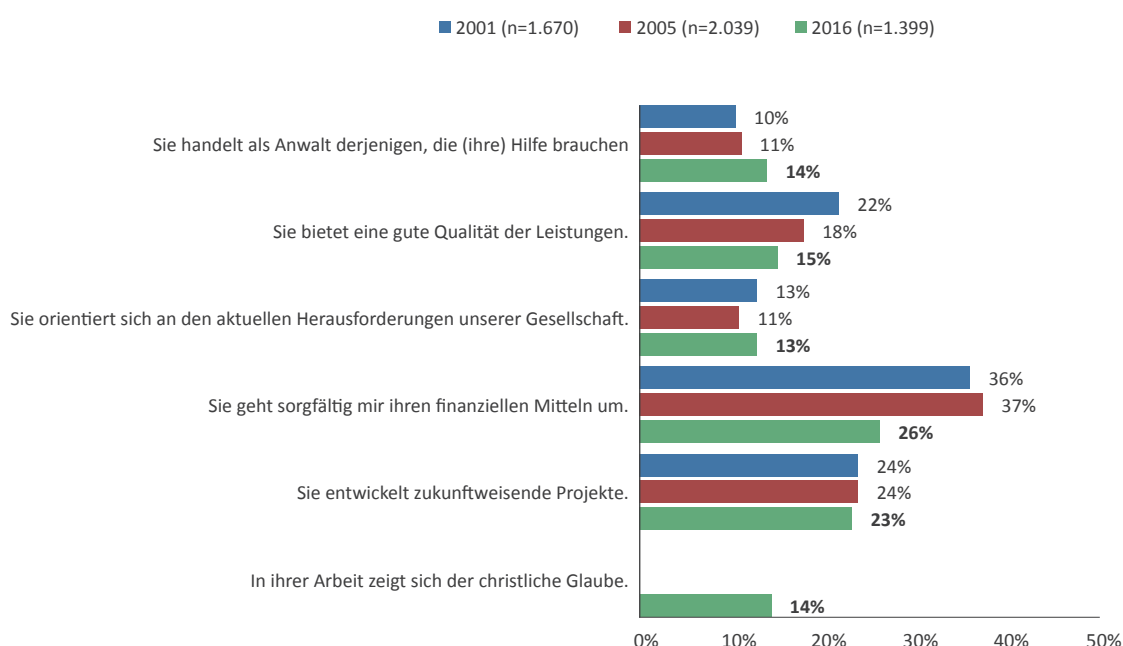
Auffallende Unsicherheit, ansonsten positiv

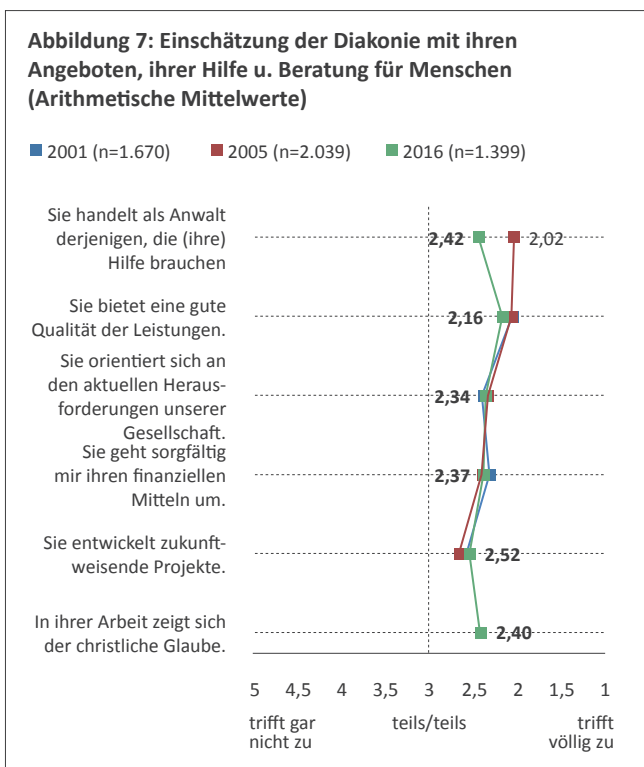
Dieser Vermutung scheinen schon auf den ersten Blick auch die hohen Anteile derjenigen zu entsprechen, die bei den konkreteren Einschätzungen zur Diakonie keine Angabe machen konnten oder wollten (Abb.6). Besonders deutlich ist das beim ‚sorgfältigen Umgang mit finanziellen Mitteln‘ der Fall. Obschon diese Anteile im Zeitvergleich bis 2016 teilweise zurückgegangen sind – wiederum auffallend stark bei der Einschätzung zur finanziellen Sorgfalt – bleibt eine bemerkenswerte Unsicherheit zu erkennen. Das mag auch damit zu tun haben, dass die genannten Aussagen über den Imageaspekt hinaus als Anforderungskriterien betrachtet werden können, deren Erfüllung es zu beurteilen gilt. Das würde tatsächlich einen genaueren Einblick in die konkrete Arbeit der Diakonie voraussetzen. (s. a. Kontakt zu diakonischen Einrichtungen).

Bei denen, die zu den jeweiligen Statements Stellung bezogen haben, überwiegen wie schon in den Vorgängerbefragungen durchweg die positiven Bewertungen (Abb.7). Dabei wird der Diakonie an erster Stelle eine hohe Qualität ihrer Leistungen attestiert, gefolgt von der Orientierung an aktuellen Herausforderungen, während insbesondere die Zustimmung zur Entwicklung zukunftsweisender Projekte im Schnitt weniger deutlich ausfällt. Der 2016 neu aufgenommene christliche Bezug ihrer Arbeit findet im Vergleich dazu mehr positive Resonanz. Er wird von denen, die ihn bewertet haben, zu 59 Prozent bestätigt (s. a. nächsten Punkt).

Im Zeitvergleich haben sich die einzelnen Bewertungen kaum verändert, bis auf eine Ausnahme: Die sozialanwaltliche Funktion, die zum Kern des Selbstverständnisses der Diakonie zählt, wird in der Bevölkerung inzwischen weniger stark als früher wahrgenommen. In den Vorgängerbefragungen erhielt sie unter denen, die ein Urteil abgegeben hatten, noch den größten Zuspruch (73%). Der ist 2016 auf 59 Prozent gesunken. Hinzu kommt, dass in der jüngsten Befragung hierzu erstmals ein beachtlicher Zusammenhang mit dem Alter zu beobachten ist: Jüngere bestätigen die sozialanwaltliche Funktion seltener als Ältere. Unter den 20- bis 29- und den 30- bis 39-Jährigen liegt der Mittelwert der Einstufungen, die wie Schulnoten (von 1 bis 5) kodiert sind, mit 2,8 schon nah bei „teils/teils“ (2001: 2,1; 2005: 2,0); inzwischen stimmt nur noch weniger als die Hälfte von ihnen (45%) zu.

Abbildung 6: Einschätzung der Diakonie mit ihren Angeboten, ihrer Hilfe u. Beratung für Menschen: keine Angabe/weiß nicht





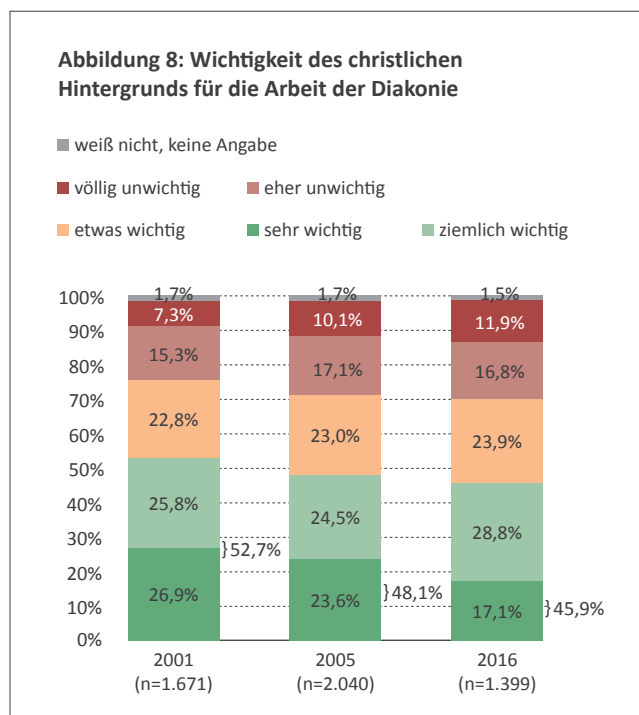
Möglicherweise ist diese – besonders unter den Jüngeren – veränderte Sicht vor dem Hintergrund zu verstehen, dass die Diakonie zur Wettbewerberin auf dem Markt sozialer Dienstleistungen geworden ist. Eine solche Zuordnung lässt sich nicht so leicht mit dem Anspruch des sozialanwaltlichen Handelns in Verbindung bringen. Dafür spricht, dass die Diakonie in spontanen Assoziationen mit großem Abstand zuerst als Pflegedienst registriert wird.¹⁰

Noch erkennt eine Mehrheit der Befragten der Diakonie zu, für die ‚Schwachen‘ nicht nur da zu sein, sondern auch für sie einzutreten, was ihrem christlichen Auftrag entspricht. Es wird aber wohl einiger Anstrengungen bedürfen, darin auch künftig zu überzeugen.

*Christlicher Hintergrund der Diakonie:
Grundsätzlich immer noch wichtig*

Im Unterschied zu den eben dargestellten konkreteren Einschätzungen haben fast alle Befragten, denen die Diakonie bekannt ist, die generelle Bedeutung des christlichen Hintergrunds für die Arbeit der Diakonie bewertet (Abb. 8). Auch 2016 wird er überwiegend als wichtig eingestuft (46%). Dabei bildet sich im Zeitvergleich – einmal mehr – eine negative Entwicklung ab. Sie fällt aber insgesamt recht moderat aus. Dies gilt vor allem im Blick auf den großen zeitlichen Abstand zur zweiten Befragung (2005), in der dieser Wert nur um zwei Prozentpunkte höher lag.

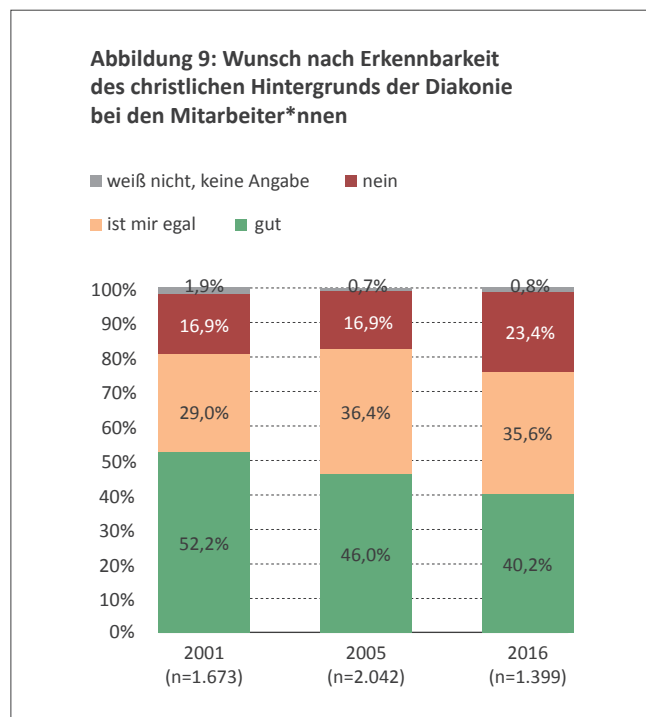
Weitere Analysen zeigen, dass sowohl die zugemessene Bedeutung als auch die wahrgenommene Präsenz des christlichen Hintergrunds aus den konkreteren Einschätzungen eine erhebliche Rolle dafür spielen, wie hoch das Ansehen der Diakonie in der Gesellschaft eingestuft wird, wobei die wahrgenommene Präsenz des christlichen Glaubens noch etwas stärker zu Buche schlägt¹¹: Die Bedeutung der in der diakonischen Arbeit auch erkennbaren christlichen Fundierung für ihr positives Image darf demnach nicht unterschätzt werden.



10 Mehr dazu in der Folgeveröffentlichung (Nah dran? Diakonie aus Sicht der Bevölkerung – Trends und neue Perspektiven aus einer bundesweiten Repräsentativbefragung; Teil II).

11 Kontrollierte Korrelationen unter Berücksichtigung von Geschlecht, Alter, Bildung, Ortsgröße und Bundesgebiet (Ost/West); Beta-Werte (sie zeigen die jeweilige Stärke des Zusammenhangs an): ,302 (Wichtigkeit d. christl. Hintergrunds) und ,377 (in ihrer Arbeit zeigt sich der christl. Glaube).

Etwas anders gestalten sich die Ergebnisse, wenn es um die Frage geht: „Sollten die Mitarbeiter*innen den christlichen Hintergrund der Diakonie erkennen lassen?“ (Abb. 9). Zwar wird dieser Wunsch auch 2016 überwiegend bejaht (40%). Doch sind die positiven Voten hierzu stärker zurückgegangen, und die Ablehnung ist 2016 erstmals gewachsen (23%).



Ebenfalls anders als bei der Wichtigkeit sowie der Präsenz des Christlichen in der Arbeit der Diakonie überwiegt bei den jüngeren Altersgruppen (14- bis 29-Jährige und 30- bis 39-Jährige) inzwischen die negative Sicht mit 38 und 37 Prozent.

Vielleicht dokumentieren sich in diesen doch etwas widersprüchlich wirkenden Ergebnissen auch unterschiedliche Wahrnehmungsebenen: So mag mit der generellen Wichtigkeit und der Präsenz des Christlichen in der Arbeit der Diakonie eine besondere Atmosphäre beziehungsweise Kultur¹², wie zum Beispiel eine in der Nächstenliebe gründende Zugewandtheit verbunden werden, während seine Erkennbarkeit bei den – einzelnen – Mitarbeiter*innen Assoziationen wecken kann, mit konkreten Glaubensäußerungen wie zum Beispiel einem Gebet ‚konfrontiert‘ zu werden.

Bekanntheit, Image und christlicher Hintergrund: Welche Bedeutung hat die kirchliche Bindung der Befragten für ihre Sicht auf die Diakonie?

Die schon seit langen Jahren sinkenden Mitgliedszahlen der beiden großen Kirchen bilden sich auch in der seit 2001 veränderten Stichprobenstruktur unserer Befragungen ab. Gleich ist der Anteil der Konfessionslosen in diesem Zeitraum auf 35 Prozent gestiegen (siehe Infobox). Dies könnte eine eigene Erklärung für die Bekanntheits- und Imageverluste der Diakonie sein, die ja immer noch von der großen Mehrheit der Befragten, denen sie ein Begriff ist, zumindest als konfessionell gebundene Organisation erkannt wird (77%).

Infobox: RELIGIONSZUGEHÖRIGKEIT DER BEFRAGTEN

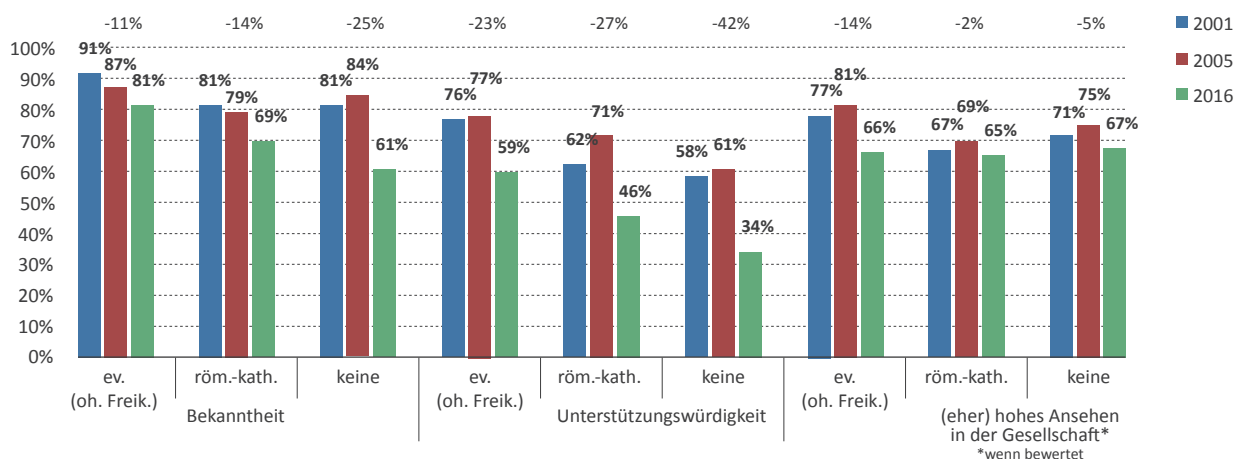
	2001 (n=1.985)	2005 (n=2.481)	2016 (n=1.997)
evangelisch (oh. Freik.)	35,9%	32,8%	28,0%
römisch-katholisch	33,9%	35,1%	29,0%
evangelisch-freikirchlich	3,8%	3,1%	1,9%
anders christlich	1,0%	1,4%	2,0%
nicht-christlich	2,9%	0,8%	4,0%
keine	22,4%	24,7%	35,1%

Tatsächlich zeigt sich aber ein weniger eindeutiges Bild (Abb. 10): Zwar liegen die Werte der Konfessionslosen 2016 bei Bekanntheit (61%) und Unterstützungswürdigkeit der Diakonie (34%) erheblich niedriger als bei Evangelischen (81%/59%) und Katholischen (69%/46%). Doch war das in den Vorgängerbefragungen, zumindest im Vergleich zu den Katholiken, keineswegs so klar, was gegen eine bei Konfessionslosen grundsätzlich geringere Achtung kirchlich gebundener Organisationen spricht. Zudem sind Bekanntheit und vor allem Unterstützungswürdigkeit 2016 auch bei den Kirchenzugehörigen zum Teil stark gesunken.

¹² Vgl. auch Wegner (2017).

Abbildung 10: Bekanntheit und Image der Diakonie nach Religionszugehörigkeit (Zustimmungen)

Rückgang zwischen 2001 und 2016 in Prozentanteilen:



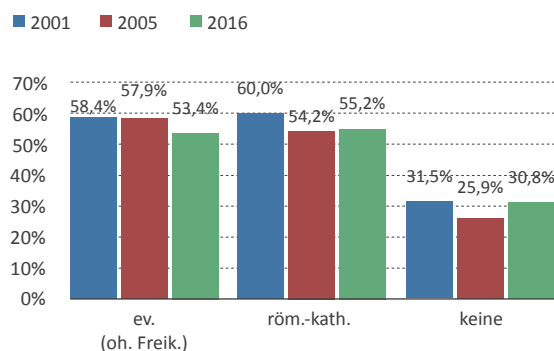
Das gesellschaftliche Ansehen der Diakonie schätzen die Konfessionslosen 2016 sogar noch etwas höher ein als die Kirchenzugehörigen. Hier zeichnet sich ausschließlich bei den Evangelischen ein bemerkenswerter Verlust ab.

Dies mag seinen Grund darin finden, dass sich gerade die Evangelischen heute viel weniger mit ihrer Kirche identifizieren, als das noch 2001 der Fall war: Gaben damals noch 43 Prozent von ihnen an, sich sehr oder ziemlich mit ihrer Kirche verbunden zu fühlen, so liegt dieser Anteil nun bei 25 Prozent. Bei den Katholischen fällt der Rückgang etwas geringer aus (51%/32%). Hinzu kommt: Die Einschätzung des Ansehens der Diakonie ist – was wiederum vor allem bei den Evangelischen zum Tragen kommt – inzwischen deutlich stärker an die persönliche Identifikation mit der Kirche gekoppelt, als das noch 2001 der Fall war.¹³

Im Blick auf Bekanntheit und Unterstützungswürdigkeit liegen zwar wie bisher die Evangelischen vorn – trotz der starken Verluste bei letzterer. Es ist aber kaum anzunehmen, dass sich der Rückgang der Kirchenmitgliedschaft aufhalten lässt. Zugleich spielt vor allem bei den Evangelischen die subjektive Identifikation mit der Kirche für die Bewertung des gesellschaftlichen Ansehens der Diakonie eine wichtige Rolle. Sie hat ebenfalls stark nachgelassen. Zwar befindet sich die Diakonie als soziale Dienstleisterin auf Expansionskurs – im Gegensatz zur Kirche. In ihrer Wertschätzung ist sie jedoch mit diesen Ergebnissen zugleich an die kirchliche Entwicklung gebunden.

In diesem Kontext gewinnt die Frage, inwieweit auch die Beurteilung des christlichen Hintergrunds der diakonischen Arbeit mit der kirchlichen Bindung der Befragten zusammenhängt, eigene Bedeutung. Zwar zeigt sich hier wie zu erwarten, dass die Konfessionslosen nur zu einem kleineren

Anteil Wert auf die christliche Fundierung der diakonischen Arbeit legen, während sie Kirchenmitgliedern mehrheitlich wichtig ist. Allerdings: Im Unterschied zu Evangelischen und Katholischen ist dieser Anteil unter den Konfessionslosen 2016 wieder merklich angestiegen, auf ein knappes Drittel (Abb. 11); ein gutes Fünftel (22%) stuft ihn als etwas und knapp die Hälfte (48%) als eher/völlig unwichtig ein. Zudem lässt sich auch bei ihnen ein beachtlicher positiver Zusammenhang zwischen Beurteilung des Ansehens und der Bedeutung des christlichen Hintergrunds der Diakonie nachweisen, wenn auch nicht so stark wie bei Kirchenmitgliedern.¹⁴ Es ist also keineswegs – wie man zunächst vermuten würde – der Fall, dass dieser bei den Konfessionslosen einfach außen vor bliebe.

Abbildung 11: Wichtigkeit des christlichen Hintergrunds für die Arbeit der Diakonie nach Religionszugehörigkeit (Zustimmungen)

13 Korrelationskoeffizienten nach Pearson für Ansehen und kirchliche Verbundenheit (2001/2016); Evangelische: ,171/,308; Katholiken: ,164/,225.

14 Korrelationskoeffizienten nach Pearson für Ansehen und Wichtigkeit des christlichen Hintergrunds 2016; Evangelische: ,386, Katholiken: ,357; Konfessionslose: ,178.

Anders stellt sich die Lage dar, wenn es um die Erkennbarkeit des christlichen Hintergrunds bei den Mitarbeiter*innen der Diakonie geht (Abb. 12): Vor allem Konfessionslose äußern diesen Wunsch inzwischen erheblich seltener: 2001 waren es noch 41 Prozent, 2005 29 Prozent und 2016 schließlich nur noch 20 Prozent. Die Relationen zwischen Wunsch und Ablehnung haben sich im Zeitvergleich nahezu umgekehrt. Immerhin: Auch heute noch würde die Mehrheit der Konfessionslosen eine solche Erkennbarkeit zumindest akzeptieren (63%), obwohl die meisten sich selbst als kaum oder gar nicht religiös betrachten (85%).

Unter den Kirchenmitgliedern sind demgegenüber lediglich geringe Veränderungen zu beobachten. Nur bei den Evangelischen ist der Wunsch nach Erkennbarkeit des christlichen Hintergrunds bei den Mitarbeiter*innen inzwischen knapp unter die 50-Prozent-Marke gesunken. Für den zu dieser Frage insgesamt stark rückläufigen Trend (s. o.) scheinen also in erster Linie die auffälligen Veränderungen bei den Konfessionslosen ausschlaggebend zu sein, deren Anteil in der Bevölkerung erheblich gewachsen ist.

Im Gesamtbild machen die Ergebnisse deutlich, dass die Wahrnehmung der Diakonie in der Bevölkerung an deren kirchliche Bindung, die Kirchengliederung und weit darüber hinaus die kirchliche Identifikation, gekoppelt ist. Damit befindet sie sich gewissermaßen in einem Dilemma: Zum ersten gilt es, das christliche Selbstverständnis oder genauer, das evangelische Profil im Markt sozialer Dienstleistungen deutlich zu machen.¹⁵ Zum zweiten ist davon auszugehen, dass die Wertschätzung dieses Selbstverständnisses mit dem gesellschaftlichen Bedeutungsverlust der Kirchen weiter nachlässt.

Einrichtungen vor Ort: Bekanntheit und Kontakt

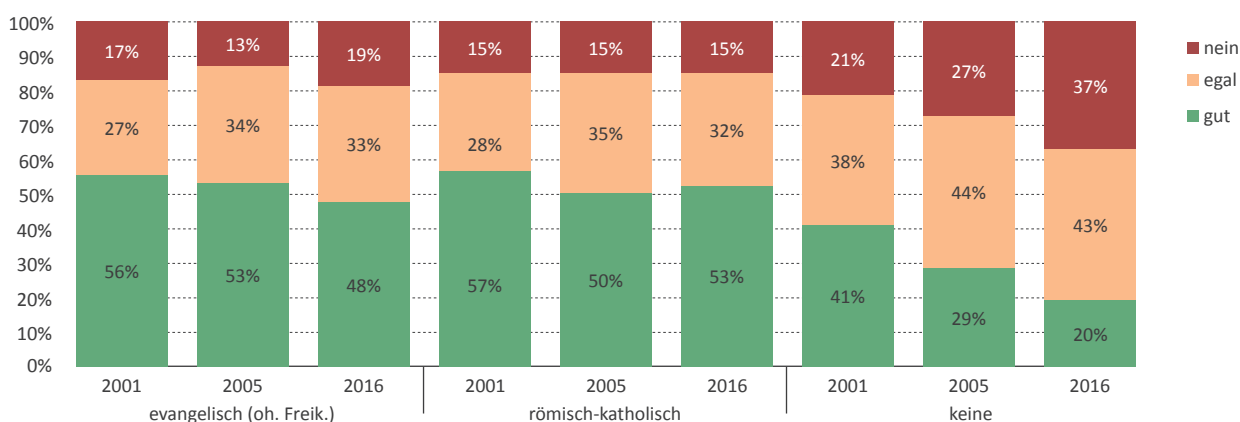
Bevor genauer auf die Bekanntheit diakonischer Einrichtungen im eigenen lokalen Umfeld eingegangen wird, lohnt ein Blick auf die Ergebnisse zur 2016 gestellten Frage: „Gibt es bei Ihnen vor Ort Organisationen oder Initiativen, die sich sozial engagieren?“. Sie mag bei manchen auch den Assoziationsrahmen für die kurz darauf nachgefragte Bekanntheit diakonischer Einrichtungen abgesteckt haben.

Sozial engagierte Organisationen/Initiativen vor Ort

Knapp die Hälfte der Befragten (48,5%) bestätigt, dass es sozial engagierte Organisationen im eigenen räumlichen Umfeld gibt, ein knappes Drittel (31,3%) verneint, ein Fünftel (20,2%) weiß es nicht zu sagen. Zunächst scheint es schwierig, dieses Ergebnis einzuschätzen, da es auf subjektiven Wahrnehmungen beruht. Hier könnten sich Effekte der sozialen Erwünschtheit – wird es positiv oder eher negativ bewertet, wenn solche Einrichtungen vor Ort aktiv sind? – oder auch selektive Aufmerksamkeiten niederschlagen – je nach Interesse an solchen Einrichtungen vor Ort.

Der Vergleich der Zustimmungen nach sozialstrukturellen Faktoren fördert jedoch – wie schon bei der Bekanntheit von Organisationen – bemerkenswerte Unterschiede zu Tage: So nehmen Frauen solche Einrichtungen häufiger wahr als Männer; entsprechendes gilt für Ältere im Vergleich zu Jüngeren – dabei sind es hier die Werte der 30- bis 39-Jährigen, die auffallend niedrig liegen. Vielleicht spielt dafür die zu meist in dieser Altersgruppe anzutreffende Gleichzeitigkeit von Erziehung noch kleiner Kinder und Einbindung in das Berufsleben eine Rolle, die wenig Raum für anderes lässt.

Abbildung 12: Wunsch nach Erkennbarkeit des christlichen Hintergrunds der Diakonie bei den Mitarbeiter*innen nach Religionszugehörigkeit

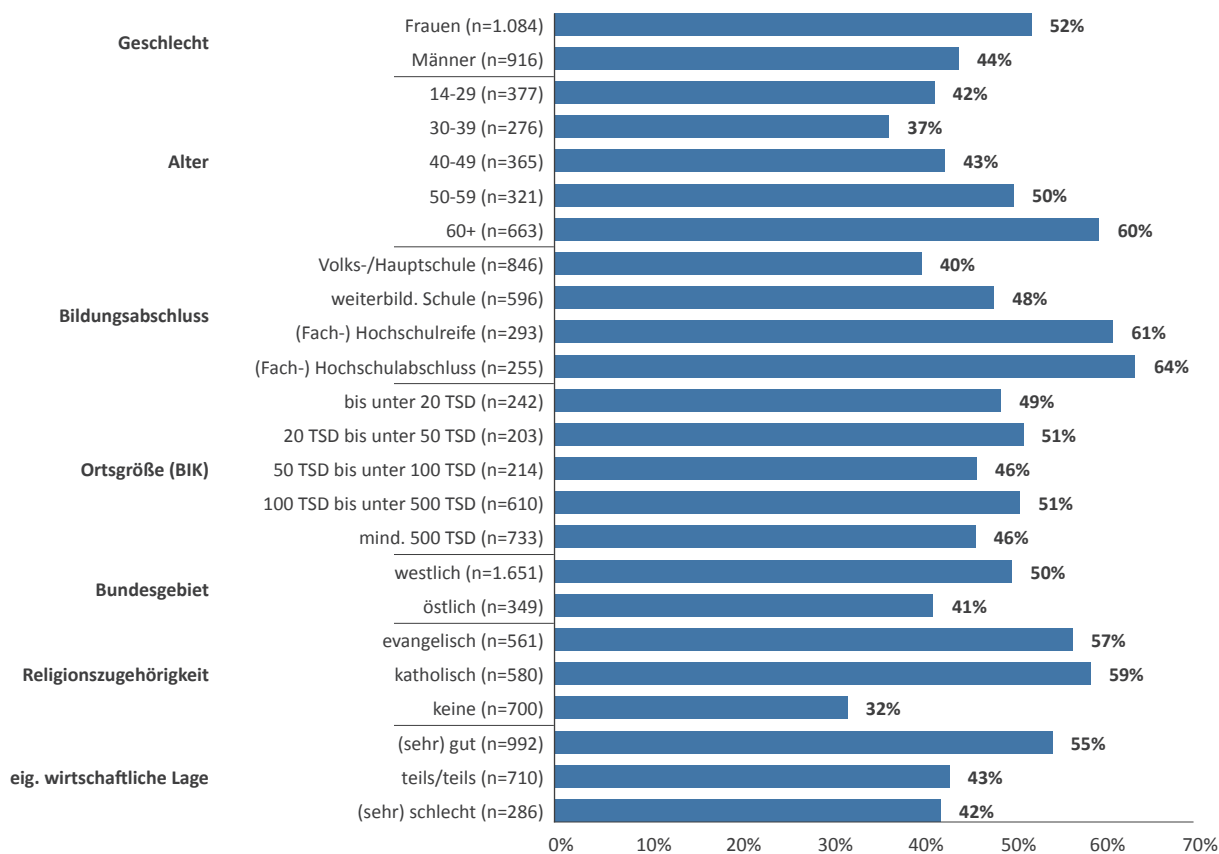


¹⁵ Hier gilt es abzuwarten, inwieweit die neue Loyalitätsrichtlinie von 2017 hilfreich sein wird. Sie erleichtert die Rekrutierung des Fachpersonals, das nun unabhängig von der Kirchengliederung beschäftigt werden kann. Zugleich sollen aber die Anstellungsträger – über entsprechende Schulungen des Personals – und die Mitarbeitenden selbst Verantwortung für die evangelische Prägung ihrer Arbeit übernehmen. (Vgl. EKD-Amtsblatt (2017), 11f.)

Des Weiteren lässt sich ein erheblicher Bildungseffekt beobachten: Selbst wenn es um die Bekanntheit konkreter, sozial engagierter Einrichtungen vor Ort geht, haben die höher Gebildeten (mindestens Fachhochschulreife) die Nase vorn. Sie stufen zugleich auch häufiger als die Hauptschulabsolvent*innen ihre eigene wirtschaftliche Lage als (sehr) gut ein (58%/43%). Etwas zugespitzt lässt sich daraus schließen: Je besser die eigene soziale Lage, desto höher die Aufmerksamkeit beziehungsweise der Informationsstand im Blick auf sozial engagierte Organisationen/Initiativen vor Ort – gemessen an den praktischen Bedarfen eine geradezu paradoxe Kombination.

Der größte Abstand zwischen den Zustimmungswerten zeigt sich schließlich im Vergleich von Kirchenzugehörigen (57% bzw. 59%) und Konfessionslosen (32%) – das gilt in beiden Bundesgebieten (Ost: 58%/36%). Zwar muss dafür auch das insgesamt höhere Durchschnittsalter der befragten Kirchenmitglieder (evangelisch: 52,0 Jahre, katholisch: 51,4 Jahre, keine: 45,7 Jahre) veranschlagt werden. Doch geht der Effekt darüber hinaus. Offenbar haben kirchlich Gebundene eine größere Aufmerksamkeit für beziehungsweise Kenntnis von Einrichtungen, die sich vor Ort sozial engagieren. Dies mag damit zu tun haben, dass es oft kirchliche Organisationen oder Initiativen sind, die sich in diesem Feld bewegen. Zudem

Abbildung 13: Gibt es bei Ihnen vor Ort sozial engagierte Einrichtungen/Initiativen? („Ja“)



Im westlichen Bundesgebiet geben die Befragten deutlich häufiger als im östlichen Bundesgebiet an, dass es solche Einrichtungen vor Ort gibt. Offen bleiben muss, inwieweit sich darin auch eine größere Dichte sozial engagierter Organisationen oder Initiativen im Westen widerspiegelt.

könnte ins Gewicht fallen, dass sich Kirchenzugehörige auch selbst viel häufiger (sozial) engagieren als Konfessionslose.¹⁶

16 Mehr dazu in der Folgeveröffentlichung (Nah dran? Diakonie aus Sicht der Bevölkerung – Trends und neue Perspektiven aus einer bundesweiten Repräsentativbefragung; Teil III); vgl. auch Sinnemann (2017), 13, 28.

*Diakonische Einrichtungen/Angebote:
Bekanntheit überwiegend an eigenen Kontakt gekoppelt*

2016 wurde jeweils die Hälfte der Befragten entweder nach diakonischen oder nach kirchlichen Einrichtungen/Angeboten in der eigenen Gegend gefragt (nach diakonischen Einrichtungen nur, wenn sie bekannt waren).¹⁷ Anschließend wurden die offenen Antworten erfasst. Für diakonische Einrichtungen wurden insgesamt häufiger Angaben gemacht (48%) als für kirchliche (39%). Immerhin: Knapp die Hälfte der Befragten konnte mit konkreten Benennungen zur Diakonie vor Ort reagieren. Dieser Anteil steigt auf 61 Prozent unter denjenigen, die überhaupt sozial engagierte Organisationen oder Initiativen im eigenen räumlichen Umfeld registrieren.

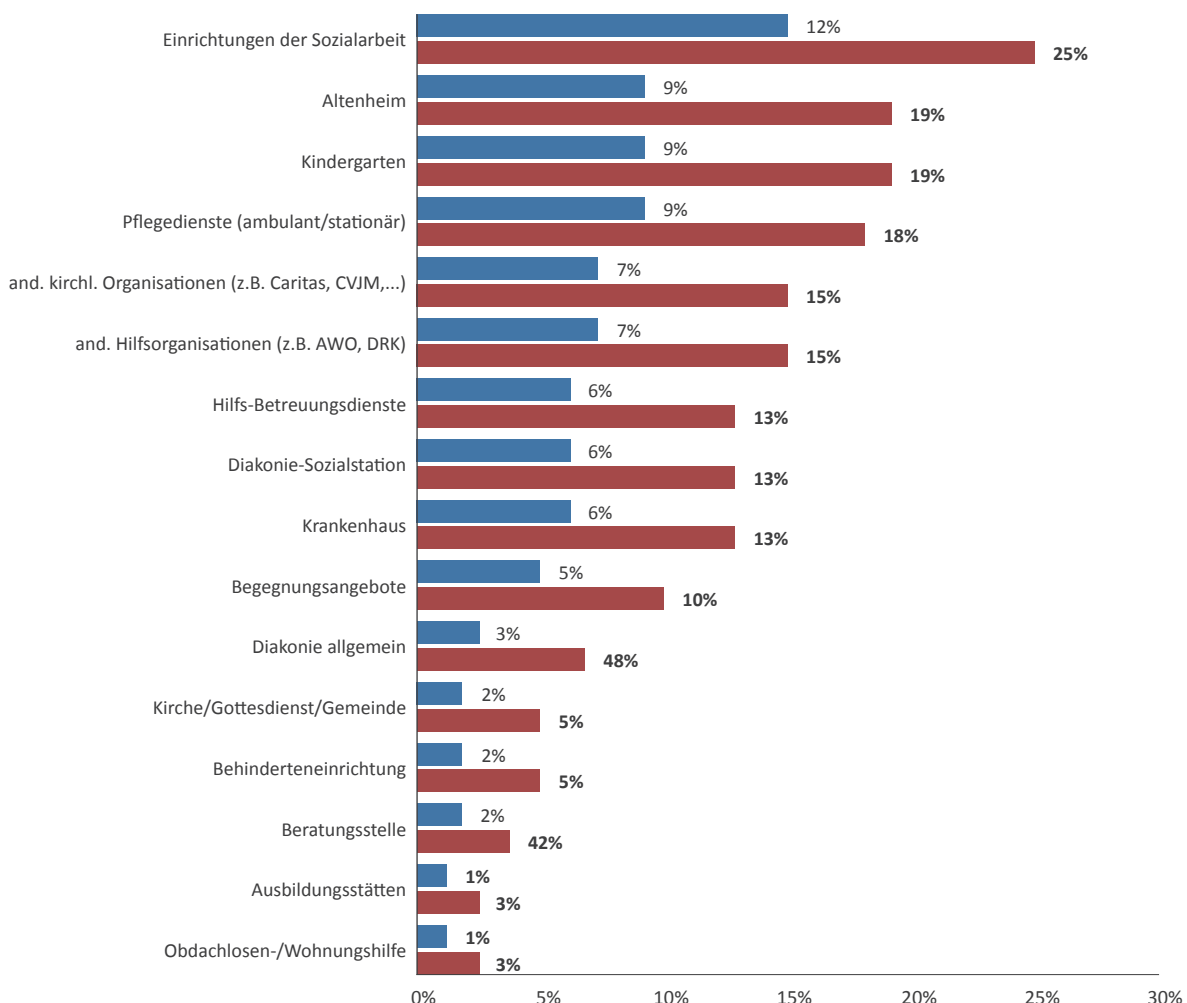
Selbst dann bleibt aber noch ein erkennbarer Abstand zwischen Bekanntheit der Diakonie (70%) – als Dachverband – und der Wahrnehmung ihrer Einrichtungen vor Ort. Als Erklärung dafür lässt sich ins Feld führen, dass Einrichtungen der Diakonie, jedenfalls äußerlich, tatsächlich oftmals gar nicht zu erkennen sind. Es muss jedoch auch bedacht werden, dass hier spontan konkrete Antworten gefordert waren, ohne stützende Vorgabe. Bei solchen Frageformaten ist generell mit geringeren Häufigkeiten zu rechnen.

Unter den verschiedenen Nennungen stehen Einrichtungen der Sozialarbeit an erster Stelle. Zu diesem Ergebnis mag die kurz zuvor gestellte Frage nach sozial engagierten Organisationen/Initiativen vor Ort beigetragen haben. Fasst man

Abbildung 14: Kennen Sie selbst diakonische Einrichtungen oder Angebote in Ihrer Gegend?*

*nur Nennungen von mindestens 1% der insgesamt zu diakonischen Einrichtungen Befragten

■ insgesamt (wenn D. bekannt; n=778) ■ wenn etwas genannt (n=375; 48%)



17 Hier wurde die Gesamtstichprobe geteilt (Split-half), um zwischen beidem differenzieren zu können.

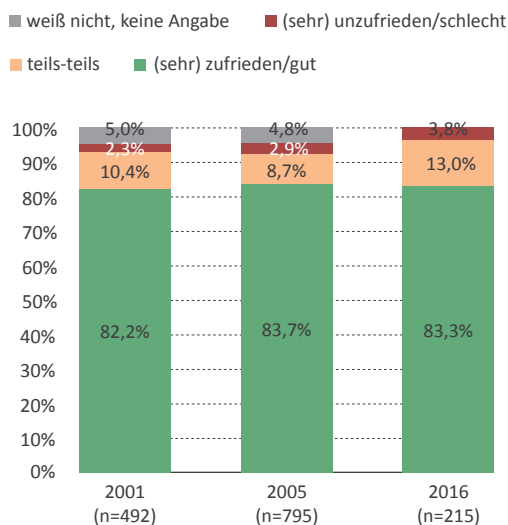
jedoch die Nennungen zu Pflegediensten und der direkten Bezeichnung „Diakonie-Sozialstation“ zusammen, sind sie es, die den vordersten Rang belegen – mit 14 Prozent unter den insgesamt zu diakonischen Einrichtungen Befragten und 30 Prozent unter denen, die konkrete Angaben dazu gemacht haben.

Nach Altenheim und Kindergarten erreichen aber auch andere kirchliche Organisationen wie Caritas, CVJM und die Heilsarmee oder nicht konfessionell gebundene Hilfsorganisationen wie AWO und DRK beachtliche Anteile. Hier mag diakonisches Handeln durchaus in einem weiteren Sinne verstanden werden oder in der Erinnerung eben nicht die Trägerin Diakonie im Vordergrund stehen, sondern die Handlungsausrichtung des jeweiligen Angebots.

Für die Mehrheit der Befragten (58 %) gilt, dass die wahrgenommene Präsenz diakonischer Einrichtungen vor Ort an den eigenen Kontakt zu ihnen gekoppelt ist, wobei zum größeren Teil (41 %) sogar mehrfache (31,3 %) oder häufige (9,4 %) Begegnungen angegeben werden. Wegen zu gering werdender Fallzahlen lässt sich das zwar nicht mehr nach den unterschiedlichen Einrichtungen differenzieren. Doch zeigt allein das Ergebnis für die zusammengefassten Pflegedienste (inkl. Diakonie-Sozialstation), zu denen sogar 67 Prozent eigene Kontakte angegeben haben, dass dabei auch die konkrete Aufgabe oder Leistung der jeweiligen Einrichtung eine Rolle spielt.

In den Befragungen von 2001 und 2005 wurde nach der Zufriedenheit mit der Hilfe beziehungsweise Leistung der bereits kontaktierten Einrichtungen aus einer vorgegebenen Liste gefragt. Davon weicht die 2016 erbetene Bewertung des Eindrucks, der beim Kontakt gewonnen wurde, zwar ab. Dennoch ist ein Vergleich im Hinblick auf die (eher) positive oder negative Einstufung der eigenen Erfahrungen möglich.

Abbildung 15: Zufriedenheit mit Hilfe/Leistung bzw. gewonnener Eindruck



Er zeigt, dass die Bewertung der Einrichtungen aus den eigenen Kontakten heraus überaus positiv ausfällt. Und daran hat sich im Vergleich der Befragungen nichts geändert.

Resümee

Der Zeitvergleich zu Bekanntheit und Unterstützungswürdigkeit von insgesamt 19 verschiedenen (Hilfs- und Wohlfahrts-) Organisationen weist in der Gesamtsicht starke Rückgänge in der jüngsten Befragung aus – und zwar zu beiden Aspekten. Die Ergebnisse deuten drauf hin, dass sich darin veränderte Wahrnehmungen der Bevölkerung zu den nachgefragten Organisationen niederschlagen: Sie sind praktisch durchgehend zumindest bundesweit aktiv und blicken auf eine wenigstens mehrere Jahrzehnte umfassende Geschichte. Dazu könnten auch strukturelle Veränderungen in der Landschaft gemeinnütziger Organisationen beitragen, die sich aus der seit 1995 anhaltenden Zunahme von Vereinen – das ist die häufigste Rechtsform – ergeben.

Betrachtet man die Rangfolgen der nachgefragten Organisationen, so zählt die Diakonie zwar zu den wenigen, die in der Bekanntheit 2016 sogar erkennbar vorrücken konnten, mit einer Verbesserung vom elften auf den achten Platz. Bei der Unterstützungswürdigkeit hat sie, trotz eines Rückgangs um 31 Prozent, vergleichsweise wenig verloren. Sie liegt dabei aber nach wie vor im unteren Drittel der Rangfolge (2016: Platz 15). Inzwischen hält weniger als die Hälfte der Befragten, denen die Diakonie bekannt ist, diese auch für unterstützungswürdig. Es ist zumindest nicht auszuschließen, dass darin – gerade im Blick auf die strukturellen Veränderungen in der Landschaft gemeinnütziger Organisationen – weniger ein Vertrauensverlust sondern eher ein Rückgang im gesehenen Unterstützungsbedarf der Diakonie anklingt.

Die Anteile der positiven Bewertung ihres Ansehens und ihrer Wichtigkeit in der Gesellschaft sind ebenfalls gesunken, besonders bei den evangelischen Befragten. Allerdings überwiegt im Jahr 2016 deutlich die Anerkennung, auch unter Konfessionslosen. Zudem spielen negative Einschätzungen wie schon in den Vorgängerbefragungen praktisch keine Rolle. Der Diakonie wird also immer noch ein recht hoher gesellschaftlicher Stellenwert beigemessen, was sie wohl nicht zuletzt ihrer Funktion als soziale Dienstleisterin verdankt, in der sie nach wie vor gute Noten erhält. Zugleich könnte dieses Ergebnis auf die in den Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen der EKD immer wieder herausgearbeiteten auch bei Konfessionslosen hohen Erwartungen an ein diakonisches Engagement der Kirche hindeuten.¹⁸ Jedenfalls erweist sich in genaueren Analysen, dass die Wertschätzung der christlichen Fundierung der Diakonie positiv zu veranschlagen ist, wenn es um ihre gesellschaftliche Anerkennung aus Sicht der Befragten geht. Dieser Zusammenhang ist bei Evangelischen besonders stark ausgeprägt, aber selbst bei Konfessionslosen noch zu erkennen.

Immerhin knapp die Hälfte der Befragten gibt an, von diakonischen Einrichtungen vor Ort zu wissen. Diese Kenntnis ist überwiegend an den eigenen Kontakt gebunden. An erster Stelle der offenen Nennungen stehen Pflegedienste inklusive der konkreten Bezeichnung Diakonie-Sozialstation. Dies entspricht der häufigsten spontanen Assoziation zur Diakonie als Pflegedienst. Darüber hinaus zählen allerdings auch Einrichtungen der Sozialarbeit zu den meist genannten, was mit den zuvor nachgefragten sozial engagierten Organisationen vor Ort zu tun haben könnte. Für deren Bekanntheit zeigt sich ein ebenso erwartbarer wie bedenklicher Effekt: Gut Situierte wissen davon wesentlich häufiger als Menschen in sozial schlechter gestellter Lage.

Schließlich werfen die Ergebnisse zur Bedeutung der kirchlichen Bindung der Befragten – Kirchenzugehörigkeit und subjektive Identifikation mit der eigenen Kirche – für Bekanntheit und Image der Diakonie ein eigenes Licht auf das Spannungsfeld, in dem sich die Diakonie bewegt: zwischen ihrer Expansion als soziale Dienstleisterin auf der einen und ihrem christlichen Selbstverständnis auf der anderen Seite. Zwar liefern die Ergebnisse für die Evangelischen zumeist die ‚besten‘ Werte, während vor allem die Konfessionslosen deutlich dahinter zurückstehen. Allerdings zeigt sich der gesellschaftliche Bedeutungsverlust christlich-kirchlicher Orientierungen in unserer Befragung über die andauernd sinkende Zahl der (evangelischen) Kirchenmitglieder hinaus in deren stark gesunkener Identifikation mit ihrer Kirche. Zugleich ist die Bedeutung dieser Identifikation für die positive Bewertung der Diakonie gerade bei den Evangelischen erheblich gestiegen: Zwar expandiert die Diakonie, gerade im Unterschied zur Kirche. Wenn es um ihre Wahrnehmung in der Bevölkerung geht, bleibt sie jedoch in erheblichem Maß an die kirchliche Entwicklung gebunden.

¹⁸ Vgl. zuletzt: Bedform-Strohm u. a. (2015), 474, 490.

Literatur

Bedford-Strohm, Heinrich, Jung, Volker (Hrsg., 2015), Vernetzte Vielfalt. Kirche angesichts von Individualisierung und Säkularisierung, die fünfte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft, Gütersloh.

Bundesamt für Justiz, Referat III 3 (2017), Zusammenstellung der Geschäftsübersichten der Amtsgerichte für die Jahre 1995 bis 2016, https://www.bundesjustizamt.de/DE/SharedDocs/Publikationen/Justizstatistik/Geschaeftsentwicklung_Amtsgerichte.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (abgerufen im Januar 2018).

Kirchenamt der EKD (Hrsg.; 2017), Amtsblatt der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD-Amtsblatt), Hannover, Nr.1/17.

Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. (Hrsg., 2002), Das Image der Diakonie. Auswertung einer Telefonbefragung zu Bekanntheit und Wichtigkeit (Imageanalyse), Diakonie-Korrespondenz 05/02.

Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. (Hrsg., 2006), Bekanntheit und Image der Diakonie. Ergebnisse der Telefonumfragen in den Jahren 2001 und 2005 (Imageanalyse), Diakonie Texte 13.2006.

Evangelische Kirche in Deutschland (Hrsg.), Zahlen und Fakten zum kirchlichen Leben, Hannover 2013.

Priemer, Jana, Krimmer, Holger, Labigne, Anaël (2017) Zi-viZ-Survey 2017. Vielfalt verstehen. Zusammenhalt stärken (Hrsg: Stiftungsverband und Bertelsmann-Stiftung), Essen 2017.

Sinnemann, Maria (2017), Engagement mit Potenzial Sonderauswertung des vierten Freiwilligensurveys für die evangelische Kirche, SI-aktuell, Hannover.

Wegner, Gerhard (2017), Wo Diakonie drauf steht, steckt gute Arbeit drin. Diakonisches Profil als Atmosphäre, unveröffentlichtes Manuskript.

Sozialwissenschaftliches Institut
der Evangelischen Kirche in Deutschland
Arnswaldtstraße 6, 30159 Hannover
Telefon 0511-55 47 41-0
Telefax: 0511-55 47 41-44
e-Mail: info@si-ekd.de
www.si-ekd.de

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
INSTITUT
der Evangelischen Kirche in Deutschland 

SI KOMPAKT

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
INSTITUT

der Evangelischen Kirche in Deutschland 



OKR'in Petra-Angela Ahrens
Diplom-Sozialwirtin, wissenschaftliche Referentin

NR.1*2019

NAH DRAN? DIAKONIE AUS SICHT DER BEVÖLKERUNG – TRENDS UND NEUE PERSPEKTIVEN AUS EINER BUNDESWEITEN REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG

Seit Herbst 2016 führt das Sozialwissenschaftliche Institut der EKD das empirische Forschungsprojekt „Soziale Praxis und Image der Diakonie“ durch. Das Projekt verbindet zwei unterschiedliche Perspektiven in den Ansichten der Bevölkerung zur Diakonie. Zum Ersten geht es um die Bekanntheit und das Image der Diakonie. Im Vergleich mit zwei Vorgängerbefragungen aus den Jahren 2001 und 2005 können Entwicklungen in der Wahrnehmung und Einschätzung dieser großen Wohlfahrtsorganisation sichtbar gemacht werden.

Zum Zweiten stehen die „prosoziale Handlungspraxis“ der Befragten selbst und deren Bezug insbesondere zur Diakonie, aber auch zur Kirche im Fokus. Ausgangspunkt hierfür sind die Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen der EKD. Sie zeigen eine eher geringe Bedeutung der religiösen Kommunikation bzw. der Kommunikation über Religion im eigenen Lebensumfeld als Form eigener religiöser Praxis. Zugleich ist seit langem bekannt, dass der Einsatz für (sozial) Benachteiligte den höchsten Rang unter den Erwartungen (nicht nur) der Kirchenmitglieder an die Kirche einnimmt.

Die Kirche greift dieses Interesse mit vielfältigem diakonischem Engagement auf. Während die Kirche kleiner wird, expandiert die Diakonie. In dieser Situation bleibt klärungsbedürftig, welchen Stellenwert soziale Thematiken, die Kommunikation darüber, sowie der aktive Einsatz für andere Menschen (=prosoziale Handlungspraxis) in der Bevölkerung insgesamt – und

unter Kirchenmitgliedern – haben, in welcher Relation dies zur subjektiven religiösen Orientierung und zur Sicht auf die Diakonie bzw. zu eigenem sozialen Engagement steht. Mit der Frage danach, inwieweit Ausrichtung und Angebote von Diakonie und Kirche aus Sicht der Befragten daran anknüpfen, soll deren gesellschaftlicher Bedeutung als Basis und Motor für die prosoziale Handlungspraxis nachgegangen werden.

Die für die Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren repräsentative Studie mit 2.001 Teilnehmer*innen wurde wie die Vorgängerbefragungen telefonisch (CATI) durchgeführt.

Die Ergebnisse zu Bekanntheit und Image der Diakonie sind [2018](#) veröffentlicht worden.¹

Der nun vorliegende zweite Teil befasst sich mit der Relevanz sozialer Themen in der Bevölkerung und dem wahrgenommenen Engagement von Diakonie und Kirche.

Schließlich spielt die gewissermaßen handlungspraktische Umsetzung einer Orientierung an sozialen Themen bei den Befragten selbst eine Rolle. Wie steht es um ihr eigenes ‚prosoziales‘ Handeln? Dem wird im noch ausstehenden dritten Teil anhand ihrer Spendenpraxis und ihres freiwilligen beziehungsweise ehrenamtlichen Engagements im sozialen Bereich nachgegangen.

¹ Vgl. Ahrens (2018).

TEIL II: NAH DRAN? – RELEVANZ SOZIALER THEMEN IN DER BEVÖLKERUNG UND WAHrgENOMMENES ENGAGEMENT VON DIAKONIE UND KIRCHE²

In bisherigen kirchen- und religionssoziologischen Untersuchungen ist es die (subjektive) Religiosität beziehungsweise die religiöse Praxis, die im Zentrum des Interesses steht. Dabei wird durchgehend ein Bedeutungsverlust der christlich-kirchlichen Orientierungen in unserer Gesellschaft diagnostiziert. Zugleich haben aber die Erwartungen der Bevölkerung – auch der konfessionell nicht gebundenen – an ein soziales Engagement der Kirche nach wie vor höchsten Stellenwert.³ Ist ein Grund dafür in der hohen Bedeutung zu suchen, die sozialen Themen – im Unterschied zu den religiösen – beigemessen wird? Damit stellt sich dann weitergehend die Frage, inwieweit Diakonie und Kirche mit ihrer Arbeit an die sozialen Themen anknüpfen, die in der Bevölkerung virulent sind.

In dieser Fragestellung liegt ein eigener Bezug auf das von Friedrich Fürstenberg entwickelte Konzept der „Sozialreligion“⁴, eine eigene Ausformung von Religion, die auf soziale Bezüge ausgerichtet ist und sich in „sozialen Aktivitäten verwirklicht“. Sie kann auf unterschiedlichsten religiösen Vorstellungen fußen – einschließlich innerweltlicher ‚Heilserwartungen‘, die sich auf eine Veränderung der sozialen Gegebenheiten richten.⁵ Im Zuge des gesellschaftlichen Wandels, der mit einem Rückgang der traditionellen, christlich-kirchlich geprägten Religiosität einhergeht (Säkularisierung), wird ein Trend zur Sozialreligion diagnostiziert.⁶

Die Kirche reagiert auf diese gesellschaftlichen Entwicklungen, indem sie ihrerseits sozialreligiöse Aktivitäten „in einem von Glaubensentscheidungen weitgehend freien ‚diakonischen‘ Sozialraum“ betont beziehungsweise durch entsprechende Initiativen verstärkt und dadurch ihre gesellschaftliche Bedeutung sichtbar macht und untermauert. Diese Aktivitäten sind zwar durch den christlichen Auftrag legitimiert, Glauben und Verkündigung treten aber deutlich in den Hintergrund.⁷ Als wichtigster Teilbereich sozialreligiöser Aktivitäten „in Form von gesellschaftlich erforderlichen Dienstleistungen“ wird die Diakonie benannt, die damit im Spannungsfeld zwischen „funktionalen Sacherfordernissen und dem Selbstverständnis des kirchlichen Trägers“ steht.⁸

Mit der vergleichenden Gegenüberstellung der Bedeutung unterschiedlicher sozialer Themen in der Bevölkerung und dem wahrgenommenen Engagement von Diakonie und Kir-

che in den entsprechenden Einsatzfeldern wird also auch der Frage nachgegangen, inwieweit die sozialreligiösen Aktivitäten von Diakonie und Kirche sichtbar werden als handlungspraktische Orientierung an den aktuellen Herausforderungen unserer Gesellschaft⁹, kurz: die (sozialreligiösen) Erwartungen der Befragten an eine Problembearbeitung erfüllen. Dabei können unter Berücksichtigung der christlich-kirchlichen (Ein-) Bindung der Befragten auch Hinweise darauf gewonnen werden, ob beziehungsweise in welchem Maß diese Erwartungen tatsächlich auch unabhängig von einer traditional geprägten Religiosität geäußert beziehungsweise erfüllt werden und damit den Trend zur Sozialreligion in der Bevölkerung bestätigen.

Zur Relevanz sozialer Themen in der Bevölkerung

In der 5. EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft (KMU V)¹⁰ wurde dem Austausch über religiöse Themen und über den Sinn des Lebens – auch in dessen religiösem Verständnis – erstmals differenzierter nachgegangen. Abgesehen von der Häufigkeit spielten unter anderem auch die Personen (-kreise), mit denen solche Gespräche geführt werden, sowie die Kommunikationswege und -gelegenheiten eine Rolle. In Anlehnung daran wurden in unserer Studie Fragen zur Bedeutung sozialer Themen und zur Verbreitung des Austauschs darüber konzipiert. Die darüber ermittelte Relevanz sozialer Themen in der Bevölkerung ist aber nur ein erster Aspekt des Untersuchungsinteresses, das sich – wie erläutert – auch auf die Frage bezieht, ob und in welcher Beziehung sie zur religiös-kirchlichen Bindung der Befragten steht.

Kommunikation über soziale Themen im Vergleich

Zunächst: Mehr als drei Viertel der Befragten nennen spontan von sich aus, also ohne jede Vorgabe, soziale Themen, die ihnen selbst wichtig sind (mehr dazu s. u.: Wichtige soziale Themen). Wenn es um die Kommunikation darüber geht, fällt der Vergleich zum Austausch über religiöse Themen oder den Sinn des Lebens aus der KMU V – besonders, wenn dieser religiös gedeutet wird – eindeutig aus.

In der KMU V wurden Evangelische und Konfessionslose befragt, weshalb der direkte Vergleich auf diese Befragtengruppen beschränkt bleiben muss. Um die Relationen für die Verbreitung der unterschiedlichen Gespräche sichtbar

² Einige Textteile sind aus Ahrens (2018a) übernommen.

³ Vgl. Bedford-Strohm et al. (Hrsg., 2015), 474, 494f., 502f., Pickel/Spieß (2015), 264ff, Pickel (2015), 158.

⁴ Fürstenberg (1982).

⁵ Fürstenberg (1999), 99, 93ff.

⁶ Vgl. dazu auch Wegner (2016), 13ff.

⁷ Fürstenberg (1999), 99, 91.

⁸ Ebd.; mehr zur Diakonie als „verbandsmäßig organisierte Sozialreligion“ bei Fürstenberg (2001).

⁹ Als Aspekt des Images der Diakonie ist diese Bewertung auch konkret nachgefragt worden. Etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung (52 %) nimmt eine solche Orientierung der Diakonie wahr. Mehr dazu im ersten Teil der Auswertung zur Diakoniebefragung. Vgl. Ahrens (2018), 9f.

¹⁰ Vgl. Bedford-Strohm et al. (2015).

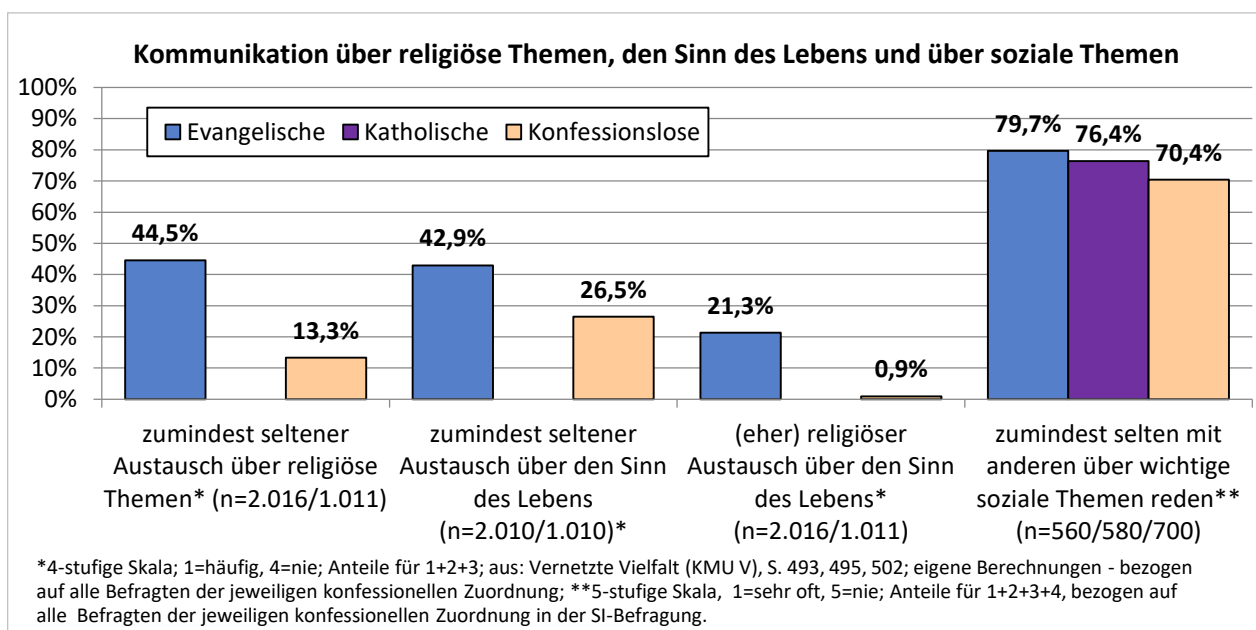


Abbildung 1

zu machen, beziehen sich die angegebenen Anteile auf alle Befragten der jeweiligen konfessionellen Zuordnung, berücksichtigen also auch diejenigen, die nie solche Gespräche führen oder sich gar nicht dazu geäußert haben (Abb. 1 und 2).

Weniger als die Hälfte der Evangelischen spricht mit anderen über religiöse Themen (45 %) – dies zumeist nur gelegentlich (17 %) oder selten (21,3%). Für Gespräche über den Sinn des Lebens (43%) fallen die Ergebnisse weitgehend deckungsgleich aus; die Hälfte versteht diese Gespräche als (eher) religiös. Bezogen auf die Gesamtheit der Evangelischen ist diese religiöse Kommunikation wenig verbreitet: Bei einem Fünftel (21 %) findet ein solcher Austausch überhaupt statt, und das überwiegend selten. Bei den Befragten ohne konfessionelle Bindung liegen die entsprechenden Werte – erwartungsgemäß – erheblich niedriger. Eine religiöse Kommunikation findet unter ihnen praktisch gar nicht statt.

Völlig anders stellt sich das Ergebnis bei sozialen Themen dar: Die meisten sprechen mit anderen darüber. Unter allen Befragten – ob sie ihnen selbst wichtige Themen genannt haben oder nicht – tun dies zwei Fünftel sogar (sehr) oft: Die Kommunikation über soziale Themen ist im Lebensalltag der meisten verankert. Auch hier liegen die Evangelischen vorn (80 %), gefolgt von den Katholischen (76 %). Der Wert für die Konfessionslosen fällt mit 70% zwar erkennbar niedriger aus – ein Hinweis darauf, dass die Kirchenzugehörigkeit hier durchaus eine Rolle spielt. Gleichwohl pflegt unter ihnen ebenfalls eine große Mehrheit den Austausch über subjektiv wichtige soziale Themen. Und darin liegt ein besonders markanter Unterschied zur Bedeutung religiöser Thematiken. Ähnliche Effekte zeigen sich beim Vergleich für die ange-

gebenen Gesprächspartner*innen (Abb. 2): Die Anteile beim Austausch über den Sinn des Lebens sind zumeist sehr viel geringer, wobei dessen religiöse Qualität noch gar nicht berücksichtigt ist. Hinzu kommt, dass solche Gespräche weitgehend auf das enge private Umfeld: (Ehe-) Partner*in, Familie und Freunde begrenzt bleiben.¹¹ Bei den Evangelischen kommt ansonsten nur noch das kirchliche Umfeld nennenswert vor: Jeweils 9 % geben kirchliche Mitarbeiter*innen oder andere Gemeindemitglieder als Gesprächspartner*innen an. In einer Studie des SI-EKD mit Studierenden hat sich weitergehend gezeigt, dass zum Teil sogar schon von einer Tabuisierung religiöser Kommunikation ausgegangen werden muss.¹²

Soziale Themen spielen demgegenüber auch im breiteren Lebensumfeld eine Rolle. In Gesprächen mit Kolleg*innen/Mitschüler*innen oder Kommiliton*innen¹³ gilt das für etwa ein Viertel der Kirchenmitglieder (Ev.: 25 %/Kath.: 24 %); bei Begegnungen mit Nachbar*innen fallen die entsprechenden Werte ähnlich aus (Ev.: 28 %/Kath.: 24 %). Die Konfessionslosen bleiben mit ihren Angaben fast durchgehend erkennbar hinter den Kirchenmitgliedern zurück. Eine auffällige Ausnahme ist das Gespräch mit Zufallsbekanntschaf-ten. Hier liegen sie mit 12 % sogar vor den Kirchenmitgliedern (Ev.: 11 %/Kath.: 5 %).

11 Vgl. auch Bedford-Strohm et al., 493.

12 Vgl. Ahrens/Läger-Reinbold (2014), 7, 23.

13 Kommiliton*innen wurden nur in der SI-Befragung explizit vorgegeben.

Die geringe Bedeutung des Internets als alleiniger Kommunikationsweg ist keineswegs auf die offenbar doch eher als intim empfundene Sinnthematik beschränkt. Auch beim ‚Reden‘ über soziale Themen stehen ausschließlich online bekannte Kontakte mit 3 % bis 4 % an letzter Stelle.

In der Aufgliederung nach verschiedenen sozialstrukturellen Merkmalen (Abb. 4) werden – zum Teil sehr starke – Abweichungen von diesem Durchschnittswert sichtbar. Bei den Altersgruppen der 30- bis 49-Jährigen fällt der Anteil derer, die oft oder sehr oft mit anderen über soziale The-

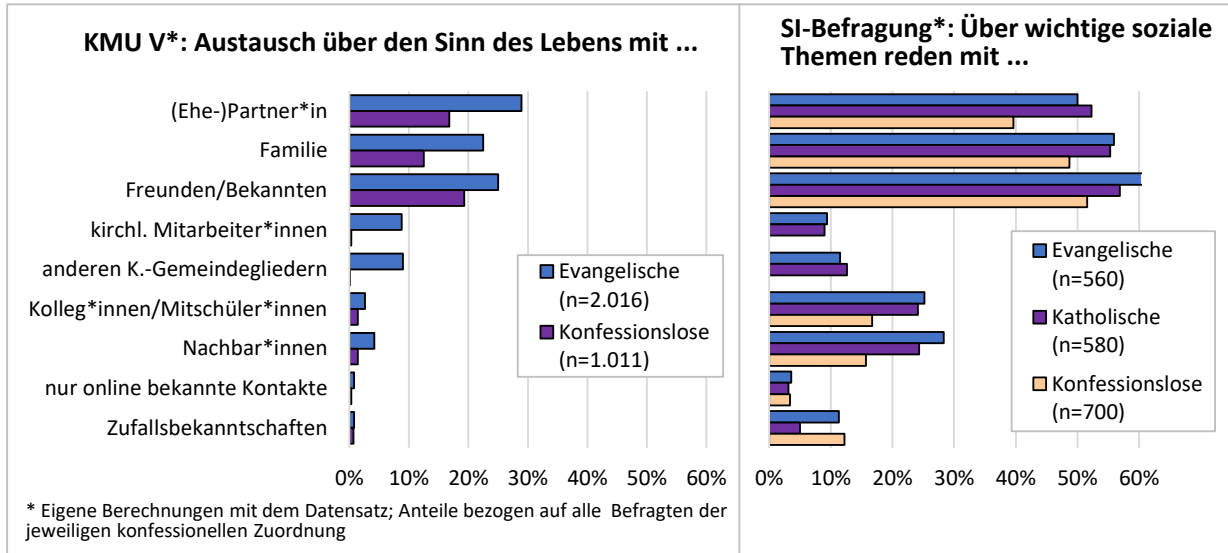


Abbildung 2

Schließlich ist das kirchliche Umfeld der einzige Bereich, in dem Gespräche über soziale Themen praktisch genauso häufig beziehungsweise selten vorkommen wie die über den Sinn des Lebens (s. o.). 9 % der Kirchenmitglieder reden darüber mit kirchlichen Mitarbeiter*innen, 12 % (Evangelische) beziehungsweise 13 % (Katholische) mit anderen Gemeindegliedern – Konfessionslose wurden dazu nicht befragt. Im kirchengemeindlichen Kontext scheint sich damit – auf den ersten Blick – keine besondere Relevanz sozialreligiöser Orientierungen anzudeuten.

men reden (42 %/43 %), auffallend niedrig aus, was mit der in dieser Lebensphase zumeist gleichzeitigen Einbindung in Beruf und Erziehung von Kindern zusammenhängen mag, die weniger Raum für solche Gespräche lässt. Insbesondere die 20- bis 29-Jährigen (59 %), aber auch die 60- bis 69-Jährigen (56 %) hingegen liegen mit ihrem Wert deutlich über dem Durchschnitt. Das Ergebnis für die jungen Befragten steht dem häufigen Vorwurf an die jüngere Generation entgegen, dass ihr Interesse an solchen gesellschaftspolitisch relevanten Fragen gering sei.

Sozialstrukturelle Unterschiede: Wer spricht oft über soziale Themen?

Wenn es soziale Themen gibt, die den Befragten selbst wichtig sind – und das gilt ja für die große Mehrheit (76,2%), dann spielen sie in der Regel auch in Gesprächen eine Rolle: Nur knapp 2 % geben an, nie mit anderen darüber zu reden, knapp 13 % tun dies selten. Das mag unterschiedliche Gründe haben, wie zum Beispiel eine Vermeidung aus eigener Betroffenheit heraus, die Befürchtung von Auseinandersetzungen oder auch mangelndem Interesse. Mit 49,8 % überwiegt demgegenüber deutlich das häufige Gespräch mit anderen.

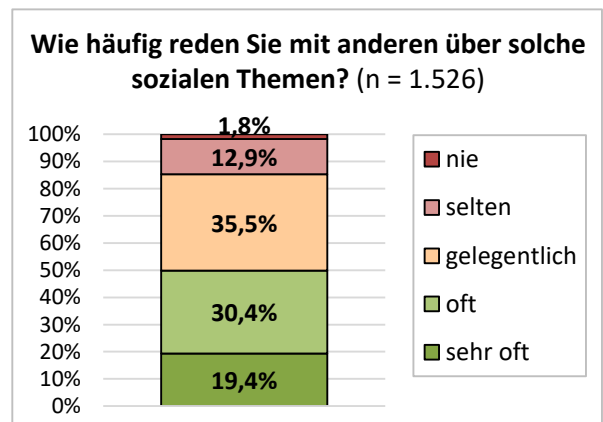


Abbildung 3

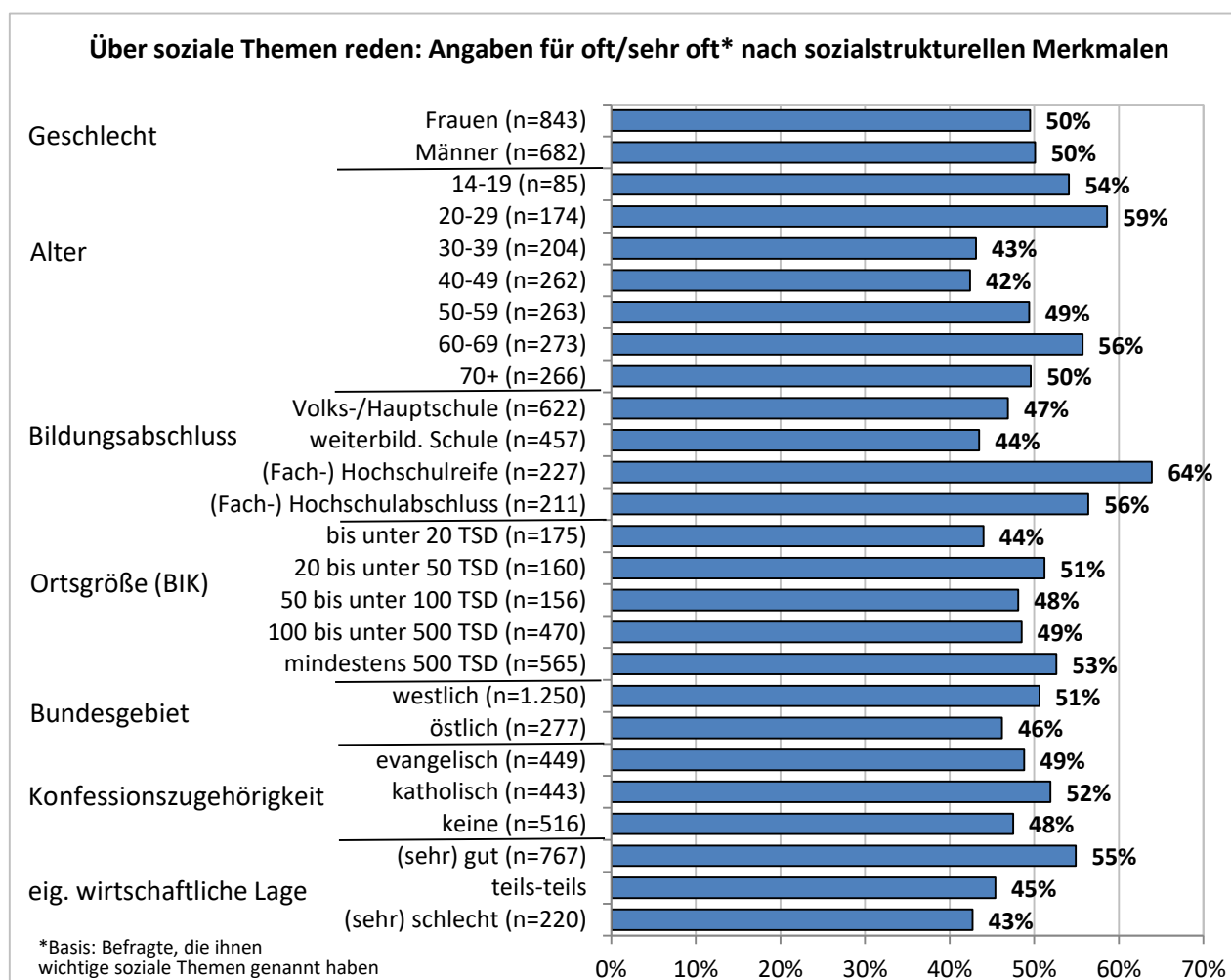


Abbildung 4

Deutlich wird, dass auch in diesem Kontext die formale Bildung eine Rolle spielt: Befragte mit Hochschulreife oder -abschluss geben weitaus häufiger als geringer Gebildete an, oft über diese Themen zu sprechen, wobei erstere mit 64 % den Spitzenwert im gesamten Vergleich erreichen. In Verbindung dazu steht das Ergebnis für die subjektive wirtschaftliche Lage¹⁴: Je besser diese beurteilt wird, desto häufiger wird über soziale Themen gesprochen. Damit scheint die alltagspraktische Relevanz dieser Kommunikation nicht zuletzt eine Frage der sozialen Lage zu sein.

Zumindest in der Tendenz ergibt sich auch ein Bezug zur Ortsgröße¹⁵: Leben die Befragten in Orten mit höherer Einwohnerzahl, geben sie häufiger an, oft mit anderen über solche Themen zu reden. In Orten mit weniger als 20 Tausend Einwohnern fällt dieser Wert mit 44% am geringsten, in denen mit mindestens 500 Tausend Einwohnern am höchsten aus (53 %). Das könnte auch bei der – statistisch allerdings nicht nachweisbaren – Differenz zwischen westlichem (51 %)

und östlichem Bundesgebiet (46 %) zu veranschlagen sein, da in letzterem nur wenige Ballungsgebiete liegen.

Schließlich sind die Abweichungen bei der Konfessionszugehörigkeit eher gering und das im Unterschied zur Gesamtsicht auf die Verbreitung solcher Gespräche (vgl. Abb. 1 und 2): Zwar sind soziale Themen Kirchenmitgliedern (noch) häufiger präsent als Konfessionslosen. Wenn diese Voraussetzung aber gegeben ist, stehen letztere den Kirchenmitgliedern nur wenig nach. Es sind allenfalls die Katholischen, die mit 52 % über dem Durchschnittswert liegen.

14 Sie hängt auch statistisch mit dem erreichten Bildungsabschluss zusammen; Korrelation (Kendall-Tau-b): $r=0,122$, $p=0,000$.

15 Hier sind nicht die politischen Gemeindegrößen, sondern die sogenannten BIK-Regionen erfasst, bei denen die Einzugsgebiete (Pendlerströme) berücksichtigt werden.

Religiös-kirchliche Bindung: Spielt die traditional geprägte Religiosität eine Rolle?

Für die Indikatoren zur religiös-kirchlichen Bindung ergeben sich insgesamt gesehen eher moderate Unterschiede zwischen Evangelischen und Katholischen (siehe Infobox). Nur bei der subjektiven Religiosität und dem Gottesdienstbesuch haben letztere – noch – nachweislich¹⁶ die Nase vorn. Gleichwohl ist es jeweils nur eine Minderheit, die eine starke mentale Bindung an Religion und/oder Kirche zu erkennen gibt. Noch erheblich geringer fällt die handlungspraktische Bindung (Gottesdienstbesuch und Beteiligung am kirchlichen Leben) aus.

Die Konfessionslosen wurden nur nach ihrer subjektiven Religiosität gefragt. Im Ergebnis lässt sich wie in allen standardisierten Befragungen weit überwiegend schon von einer Positionierung sprechen: 69% stufen sich als gar nicht, 15% als kaum religiös ein.

Infobox: Religiös-kirchliche Bindung nach Konfessionszugehörigkeit				
Religiös-kirchliche Bindung		Konfessionszugehörigkeit		
		evangelisch* (n>557)	katholisch (n>573)	keine (n=700)
Religiosität	sehr/ziemlich	25,4%	31,0%	5,1%
	etwas	39,2%	35,5%	10,7%
	kaum/gar nicht religiös	35,3%	33,4%	84,1%
Kirchliche Verbundenheit	sehr/ziemlich	24,7%	30,2%	
	etwas	37,2%	26,8%	
	kaum/gar nicht verbunden	38,1%	43,0%	
Gottesdienstbesuch	mind. 1 Mal im Monat	18,6%	22,8%	
	mehrmals im Jahr	21,3%	23,7%	
	seltener/gar nicht	60,2%	53,5%	
Beteilig. am kirchl. Leben	sehr oft/oft	12,7%	12,6%	
	gelegentlich	14,3%	17,1%	
	selten/nie	73,0%	70,3%	
*ohne Ev.-Freikirchliche: Ihr Anteil (1,9%) ist für eine gesonderte Ausweisung zu gering; zugleich würde ihre Zuordnung zu den Evangelischen die Ergebnisse verzerren, weil sie überwiegend eine starke religiös-kirchliche Bindung haben				

Für die Kirchenmitglieder gilt, dass die subjektive Religiosität sehr eng an die kirchliche (Ein-) Bindung gekoppelt ist: Wer sich selbst als religiös einstuft, fühlt sich auch mit der Kirche verbunden, geht häufig in den Gottesdienst und beteiligt sich häufig am kirchlichen Leben – gleiches gilt in umgekehrter Richtung.¹⁷ Zumindest in der quantitativen Betrachtung kann bei den Kirchenmitgliedern also von einer stark traditionell geprägten Religiosität ausgegangen werden.

Geht man nun der Frage nach, ob die Intensität der religiös-kirchlichen Bindung für die Kommunikation über soziale Themen zu veranschlagen ist (Abb. 5), so ergibt sich ein eindeutiges Bild: Bei allen Indikatoren zeigt sich, dass die Kirchenmitglieder mit enger Bindung häufiger angeben, oft mit anderen über soziale Themen zu sprechen, und das mit großem Abstand zu denen, die eine geringe oder keine Bindung haben. Bei der Religiosität fällt dieser Abstand im Vergleich zu den Werten der anderen Indikatoren sogar noch am geringsten aus, und das mit jeweils 18 Prozentpunkten.

Auffällig ist der mit 87% besonders hohe Anteil von häufigen Gesprächen über soziale Themen unter den Katholischen, die sich oft oder sehr oft am kirchlichen Leben beteiligen. Genauere Analysen ermitteln allerdings, dass dies nicht auf einen im Vergleich zu den Evangelischen stärkeren Zusammenhang zwischen kirchlicher Beteiligung und Gesprächshäufigkeit zurückzuführen ist. Es zeigt sich vielmehr, dass es bei den Katholischen – im Unterschied zu den Evangelischen – die subjektive wirtschaftliche Lage ist, der eine große Bedeutung für die Häufigkeit solcher Gespräche zukommt: Wer sich besser situiert fühlt, spricht auch häufiger über soziale Themen.¹⁸

Unbeschadet dessen kann für alle Indikatoren zur religiös-kirchlichen Bindung auch unter Berücksichtigung sozialstruktureller Merkmale nachgewiesen werden, dass sie einen eigenen Beitrag zur Häufigkeit der Kommunikation über soziale Themen leisten. Er ist bei den Evangelischen

17 Die Korrelationskoeffizienten (Pearson) liegen zwischen 0,540 und 0,759. Dabei gibt es nur geringe Abweichungen zwischen Evangelischen und Katholischen. Ein so enger Zusammenhang kommt im Bereich der Sozialforschung eher selten vor und zeigt, dass mit den jeweiligen Variablen etwas sehr Ähnliches gemessen wird: Die Kombination „religiös-kirchlich“ ist damit auch empirisch gesichert.

18 Kontrollierte Korrelationen für die Häufigkeit von Gesprächen über soziale Themen unter Berücksichtigung von Alter, Geschlecht, Bildungsabschluss, Ortsgröße, Bundesgebiet (West/Ost), subjektiver wirtschaftlicher Lage und Beteiligung am kirchlichen Leben. Beta Werte für subjektive wirtschaftliche Lage/Beteiligung am kirchlichen Leben: 0,058/0,251** (Evangelische); 0,130**/0,155** (Katholische); **: $p \leq 0,01$.

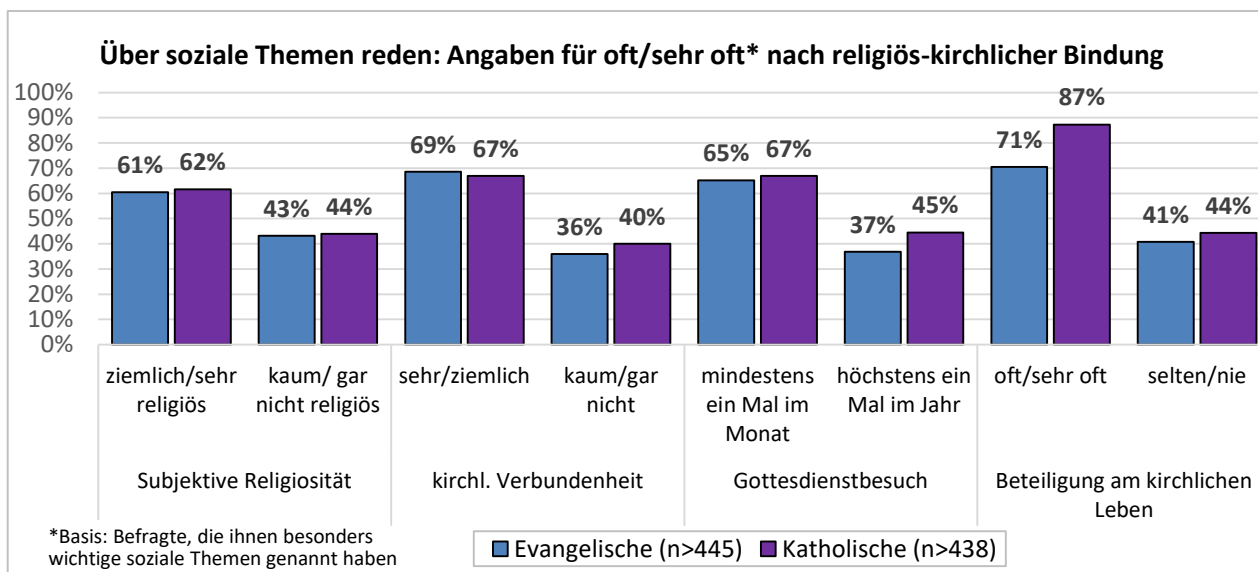


Abbildung 5

noch etwas stärker als bei den Katholischen ausgeprägt.¹⁹ Selbst bei den Konfessionslosen lässt sich noch eine Tendenz erkennen, dass die subjektive Religiosität in diesem Zusammenhang eine Rolle spielt.²⁰

Zwischenfazit

Insgesamt gesehen erscheint die Kommunikation über soziale Themen als handlungspraktischer – sozialreligiöser – Anknüpfungspunkt für Diakonie und Kirche aussichtsreich. Sie ist im Unterschied zu religiösen Thematiken gesellschaftlich breit verankert. Doch darf sie nicht einfach als Alternative zur Kommunikation über religiöse Themen oder über den (religiös gedeuteten) Sinn des Lebens missverstanden werden. Dies deutet sich bereits im Vergleich nach Kirchengliederung an; denn auch beim Gespräch über soziale Themen liegen die Kirchenmitglieder vorn.

Zudem lassen sich enge Zusammenhänge mit der traditional geprägten Religiosität nachweisen. Ob es um die mentale, religiös-kirchliche Bindung oder die praktische Einbindung in das kirchliche Leben vor Ort geht: Je intensiver diese ausgeprägt ist, desto häufiger werden auch Gespräche über soziale Themen geführt – und umgekehrt. Die Kommunikation über soziale Themen ist damit in beträchtlichem Maß an die traditional geprägte Religiosität gebunden.

Was die Menschen am meisten beschäftigt: Wichtige soziale Themen

Die offen gestellte Frage nach den subjektiv „besonders wichtigen“ sozialen Themen zielte darauf, den mehr oder weniger drängenden Anliegen in der Bevölkerung nachzugehen, ohne dabei von vornherein eine Agenda gesellschaftspolitischer Debatten vorzugeben. Insgesamt haben mehr als drei Viertel (76 %) der Befragten konkrete Angaben dazu gemacht. Es konnten maximal drei verschiedene Themen genannt werden; 36 % der Befragten haben diese Möglichkeit ausgeschöpft. Im Schnitt wurden 2 Themen angegeben. Die spontanen offenen Äußerungen wurden – nah am O-Ton orientiert – kategorisiert. Die Palette der angesprochenen Themenbereiche ist sehr breit, viele wurden nur von wenigen angegeben, was für eine innere Beteiligung aus dem persönlichen Lebenszusammenhang heraus spricht. Der Anteil der sonstigen (Einzel-) Nennungen mit jeweils unter 1 % der Befragten liegt bei 7,8 %.

An erster Stelle in der Rangfolge der Nennungen (Abb. 6) steht die Armut, die 23 % angegeben haben, mit großem Abstand zu allen anderen Themen. Hier geht es um die Wahrnehmung der Armut als bedeutendes und/oder zunehmendes Problem, wobei unterschiedliche Gruppen (Kinder, Jugendliche, kinderreiche Familien, Ältere), verschiedene Regionen (von der ländlichen Region über Deutschland bis hin zu sog. Entwicklungsländern), die Notwendigkeit der Armutsbekämpfung und der Hilfe für Betroffene, in einigen Fällen aber auch die Sorge vor eigener Armut zum Beispiel im Alter angesprochen werden.

19 Kontrollierte Korrelationen für die Häufigkeit von Gesprächen über soziale Themen; berücksichtigte sozialstrukturelle Merkmale siehe vorige Fußnote; Beta-Werte für Intensität von Religiosität/kirchl. Verbundenheit/Häufigkeit von Gottesdienstbesuch/Beteiligung am kirchl. Leben; Evangelische: 0,187**/0,308**/0,212**/0,251**; Katholische: 0,149**/0,184**/0,140**/0,155**; $p \leq 0,01$.

20 Beta-Wert: 0,093*; $p = 0,037$.

Danach folgt das Thema „Flüchtlinge“ (13 %), das seit 2015, also schon ein Jahr vor der Befragung, an oberster Stelle in der Agenda öffentlicher Debatten stand und noch immer als zentrales gesellschaftspolitisches Problem verhandelt wird. Auch wenn man die Angaben zu den Themen Integration und Migration einbezieht, bleibt es mit 18 % bei dieser Reihenfolge. Im Weiteren stehen die Unterstützung für (andere) Bedürftige (11 %), soziale Hilfen/soziales Verhalten und Gesundheit/Gesundheitswesen (jeweils 10 %) noch relativ hoch im Kurs.

sondere Priorität zu genießen²². Zwar zeigt sich, dass die Berücksichtigung des Alters durchaus Unterschiede erkennen lässt: Unter den 40-49-Jährigen, die zunehmend in der eigenen Familie mit diesem Thema konfrontiert sein dürften, nennen es knapp 10 %, unter den mindestens 70-Jährigen 8 %. Doch bleiben diese Abweichungen vom Durchschnitt sehr moderat. In dem Ergebnis kündigt sich bereits an, dass die subjektiv wichtigen Themen nicht unbedingt dem wahrgenommenen Engagement von Diakonie – und Kirche – in diesen Bereichen korrespondieren.

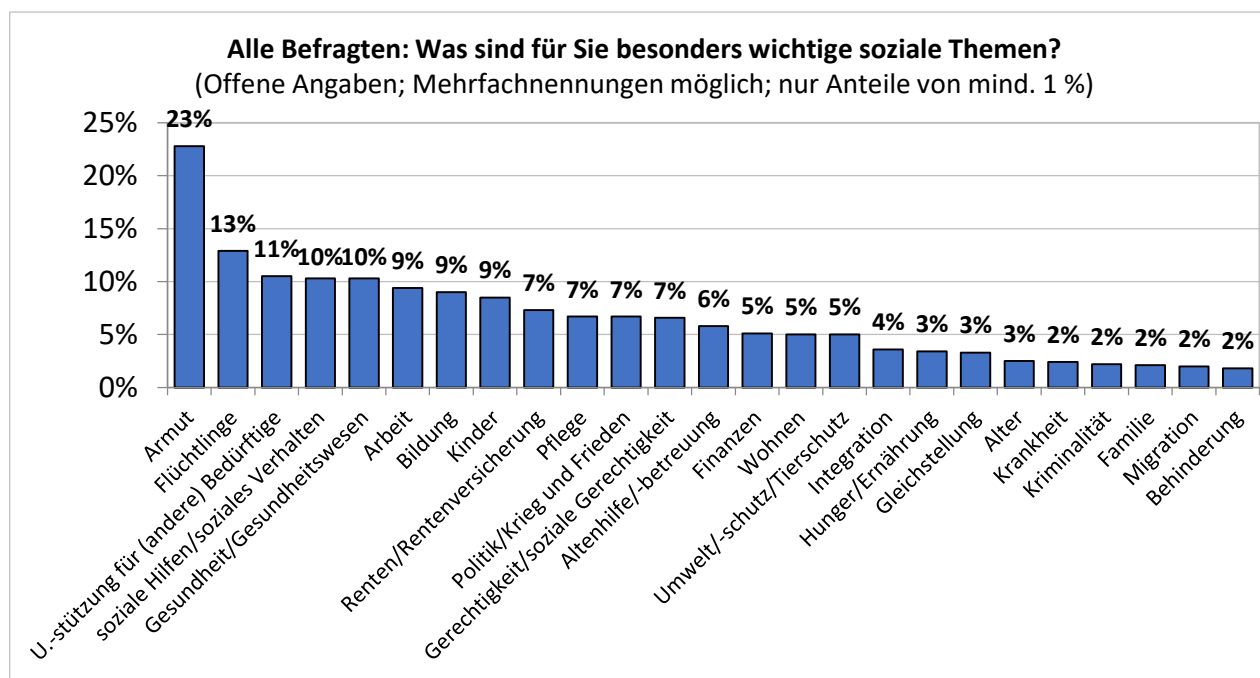


Abbildung 6

Es folgen Arbeit, Bildung und Kinder (jeweils 9 %). Bei ersterer stehen auskömmliche Bezahlung, das Problem zunehmender Befristungen und die Sicherheit von Arbeitsplätzen im Vordergrund. Die Äußerungen zu Bildung und Kindern beziehen sich überwiegend auf die notwendige Verbesserung der Qualität von Schulen/Kitas, der Förderung von Benachteiligten und der Chancengerechtigkeit für Kinder und Jugendliche. Beim Thema Kinder spielt außerdem der Schutz, z. B. vor Missbrauch, eine Rolle.

Vor dem Hintergrund der Wahrnehmung der Diakonie und ihrer Aufgabenfelder, bei der die Pflegedienste an vorderster Stelle rangieren (s. a. Assoziationen zur Diakonie)²¹, verdient das Thema Pflege, das auch ein gesellschaftlich drängendes Problem darstellt, eigene Erwähnung. Es belegt nach Renten/Rentenversicherung nur den zehnten Platz in der Rangfolge (6,7%) und scheint damit insgesamt keine be-

Ein weiterer Aspekt zur Relevanz sozialer Themen rückt mit der Häufigkeit der Gespräche darüber in den Fokus. Welche Rolle spielen die subjektiv jeweils besonders wichtigen Themen in der Kommunikation mit anderen? Für diese Perspektive ergibt sich eine stark abweichende Rangfolge (Abb. 7): Mit Politik/Krieg und Frieden sowie der sozialen Gerechtigkeit stehen hier zwei Themen an vorderster Stelle, die bei den offenen Nennungen der Befragten mit jeweils 7 % schon eher von nachrangigem Stellenwert sind. Für die – zunächst etwas abstrakt wirkende – Kategorie Politik/Krieg und Frieden sei ergänzt, dass inhaltlich neben den konkret genannten Stichworten der Bezug auf den Frieden in der Gesellschaft und in der Welt, die Beendigung von Kriegen und Menschenrechtsverletzungen sowie die Sicherheit im eigenen Land dominieren.

²² Die Themen Pflege und Altenhilfe/-betreuung werden zusammengenommen von insgesamt von 12 % der Befragten genannt. Es wurde jedoch davon abgesehen, daraus eine Kategorie zu bilden, da Altenhilfe/-betreuung ein sehr viel breiteres Feld beschreibt.

²¹ Vgl. auch Ahrens (2018), 18f.

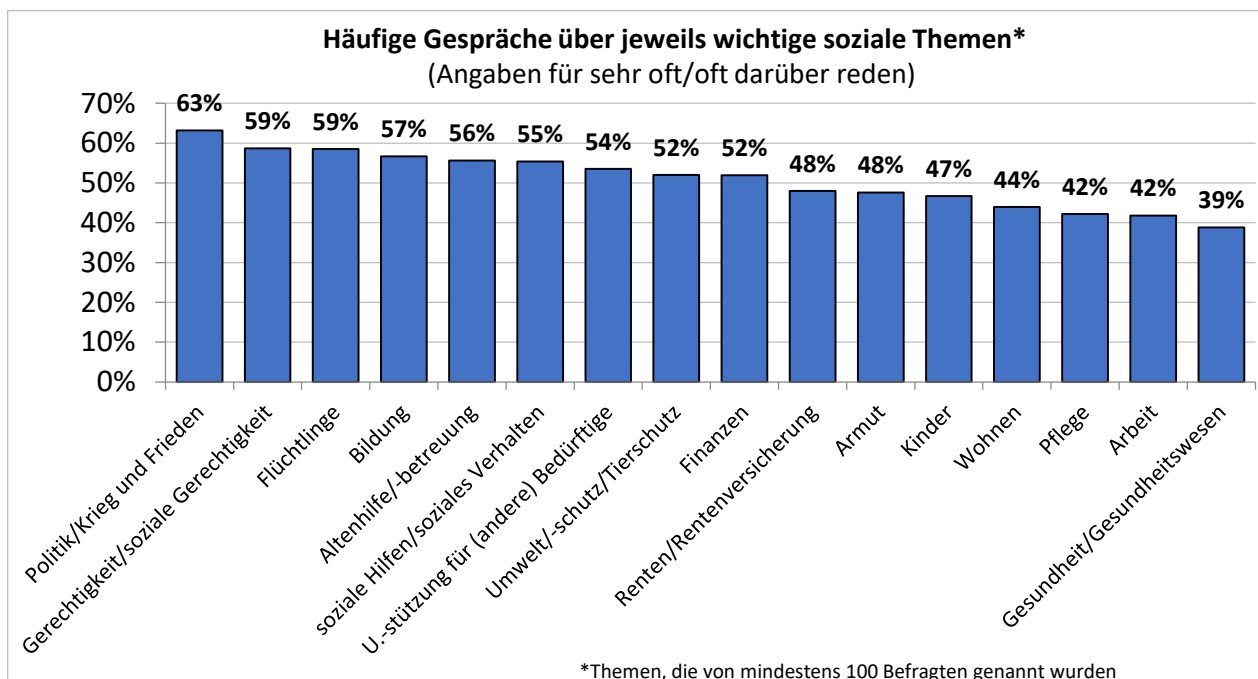


Abbildung 7

Diejenigen, denen Politik/Krieg und Frieden beziehungsweise soziale Gerechtigkeit besonders wichtig sind, reden in beachtlicher Mehrheit oft oder sehr oft darüber (63 %/59 %) und liegen damit erheblich über dem Gesamtschnitt (50 %). An dritter Stelle folgt das Thema „Flüchtlinge“ (58,5 %), dem damit eine ähnlich hohe Priorität wie schon den Nennungen (Rang 2) zukommt.

Besonders auffällige Verschiebungen in der Rangfolge ergeben sich im weiteren für Altenhilfe/-betreuung und Umwelt/-schutz/Tierschutz: Beide rücken bei der Gesprächshäufigkeit um acht Plätze nach vorne, während Armut (-10 Plätze), Arbeit (-9 Plätze) und Gesundheit/Gesundheitswesen (-11 Plätze) – im Unterschied zu ihrer subjektiven Wichtigkeit – (eher) die hinteren Plätze in der Rangfolge belegen. Vor allem die beiden letztgenannten erreichen nur unterdurchschnittliche Werte. Genau das gilt auch für die bereits erwähnte Pflege thematik, die bei der Gesprächshäufigkeit noch an Stellenwert verliert und den drittletzten Platz belegt.

Es ist schwer einzuschätzen, worauf sich die Verschiebungen in der Rangfolge bei der Gesprächshäufigkeit zurück führen lassen. Hier könnte zum Beispiel die Eignung der Themen für unterschiedliche Kommunikationssituationen zu veranschlagen sein oder auch die eigene Offenheit für einen Austausch mit anderen. Deutlich wird in den Ergebnissen jedoch, dass die Gesprächshäufigkeit über die – von den jeweiligen Befragten ja durchgängig als besonders wichtig gesehenen – Themen stark variiert. So lässt sich gleich für mehrere – an erster Stelle Politik/Krieg und Frieden – davon ausgehen, dass sie überwiegend stark in der Alltagskommunikation der jeweiligen Befragten vorkommen. Gewissermaßen auf der anderen

Seite stehen insbesondere jene, denen die Themen Pflege, Arbeit und/oder Gesundheit/Gesundheitswesen am Herzen liegen: Sie können oder mögen sich darüber nur unterdurchschnittlich, also weniger oft mit anderen austauschen.

Wahrgenommenes Engagement von Diakonie und Kirche

Im Folgenden soll den Korrespondenzen nachgegangen werden, die sich zwischen den sozialen Themen, die den Befragten besonders wichtig sind, und dem wahrgenommenen beziehungsweise zugeschriebenen Engagement von Diakonie und Kirche in den entsprechenden Einsatzfeldern ergeben. Damit steht in Anlehnung an das Konzept der Sozialreligion auch die Frage im Raum, inwieweit die „sozialreligiösen Aktivitäten“ von Diakonie und Kirche in der Bevölkerung präsent sind als handlungspraktische Orientierung an den subjektiv gesehenen – gesellschaftspolitischen – Herausforderungen.

Vorab werden die Ergebnisse zu den offen nachgefragten spontanen Assoziationen der Befragten zur Diakonie vorgestellt, die den Wahrnehmungshorizont für diesen wichtigsten Teilbereich sozialreligiöser Aktivitäten abstecken.

Spontane Assoziationen zur Diakonie

In den Ergebnissen zeichnet sich eindrücklich ab, wofür die Diakonie aus Sicht der Bevölkerung in erster Linie steht (Abb. 8): Fast zwei Drittel (63 %) denken dabei von sich aus an Pflegedienst/Sozialstationen und ordnen die Diakonie damit als soziale Dienstleisterin in diesem Feld ein. Schon mit großem

Abstand folgt die Assoziation Altenheim (47%), die hier wohl vor allem als stationäre Variante in den Blick kommen dürfte. Es ist nicht auszuschließen, dass der Vorrang dieser Assoziationen der Entwicklung zu einem Markt sozialer Dienstleistungen seit Einführung der Pflegeversicherung 1995 geschuldet ist, auf dem sich die Diakonie als erfolgreiche Wettbewerberin erweist.²³

Zwar liegen dazu keine direkten Zeitvergleiche vor. Doch liefern die Vorgängerbefragungen zu Bekanntheit und Image der Diakonie von 2001 und 2005 Hinweise auf eine inzwischen veränderte Wahrnehmung: Dort rangieren insbesondere die Sozialstationen, aber auch die Altenheime in einer Liste von insgesamt 14 beziehungsweise 16 vorgegebenen Einrichtungen der Diakonie keineswegs an vorderster Stelle der Bekanntheit. Die Diakonie-Sozialstationen belegen dort den neunten Platz.²⁴ Zudem hat der Zuspruch zur sozialanwaltschaftlichen Funktion der Diakonie im gleichen Zeitraum erheblich nachgelassen.²⁵

Mit dem dritten Platz in der Rangfolge der Assoziationen erreicht aber auch die Hilfe für Menschen in Notlagen (46 %) eine recht hohe Präsenz in der Wahrnehmung der Bevölkerung, was den hohen Stellenwert der Einrichtungen der Sozialarbeit bei der Bekanntheit von Einrichtungen der Diakonie vor Ort in der Befragung von 2016 noch einmal unterstreicht.²⁶

Mit geringem Abstand folgt „Evangelische Kirche“ (44 %). Viele spiegeln damit in ihren spontanen Assoziationen auch das Selbstverständnis der Diakonie als „Wesensäußerung der evangelischen Kirche“. Dabei sei an dieser Stelle angemerkt: Für Evangelische und Katholische ergibt sich eine weitgehend identische Rangfolge der Assoziationen, wobei letztere – abgesehen von den sehr seltenen Angaben – praktisch durchgehend die jeweiligen Antworten zu etwas geringeren Anteilen geben. Einzige Ausnahme ist „Evangelische Kirche“, die Katholische zu 49 % im Vergleich zu 46 % der Evangelischen nennen – unter den Konfessionslosen sind es 34 %.²⁷

Unter den weiteren Einrichtungen der Diakonie wird das betreute Wohnen am häufigsten (44 %) angegeben, während die tatsächlich sehr viel größeren Bereiche der Behindertenwerkstätten und Krankenhäuser²⁸ deutlich dahinter zurückstehen (35%/30%). Dies könnte nicht zuletzt mit ihrer äußerlich häufig fehlenden Erkennbarkeit als Einrichtungen der Diakonie zu tun haben.²⁹ Das Hauptfeld der Hilfsangebote der Diakonie, die Jugendhilfe³⁰, kommt dagegen praktisch gar nicht vor.

Schließlich spielt die Wohltätigkeit (37 %) noch eine zumindest beachtliche Rolle, der im Unterschied zum erheblich seltener genannten Begriff Wohlfahrtsorganisation (25 %) eine Betonung des Gütigen, Fürsorglichen, der Barmherzigkeit



Abbildung 8

23 Vgl. auch Ahrens (2018), 2, 8f, 14ff.

24 Vgl. Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. (2006), 14.

25 Ahrens (2018), 8f.

26 Dies. (2018), 14f. Die Bekanntheit von Einrichtungen der Diakonie vor Ort wurde sehr viel später, in völlig anderem Kontext im Interview nachgefragt.

27 Der Grund für die niedrigeren Anteile der Katholischen liegt in den weniger häufigen Mehrfachnennungen. Entsprechendes gilt auch für die Konfessionslosen. Bei ihnen ist die Rangfolge der Assoziationen bei einigen Angaben um maximal einen Platz verschoben.

28 Vgl. Schmitt (2017), 8, 38, 40.

29 Vgl. Ahrens (2018), 14f.

30 Vgl. Schmitt (2017), 4.

zu eigen ist. Dabei macht das Alter der Befragten keinen Unterschied – obwohl der etwas antiquiert anmutende Begriff der Wohltätigkeit das Gegenteil hätte vermuten lassen. Offensichtlich ist vielen dieser Ausgangspunkt diakonischen Wirkens als Auftrag zur „gelebten Nächstenliebe“ präsent, auch wenn sich dessen Verständnis schon lange in Richtung eines solidarischen Handelns, des sozialpolitischen Eintretens für die gerechte Teilhabe aller erweitert hat.

All dessen unbeschadet bleibt als Haupteindruck, dass die Diakonie – inzwischen – vor allem anderen als Pflegedienst wahrgenommen wird: Dies ist die einzige Assoziation, die für eine Mehrheit der Bevölkerung gewissermaßen als ‚Markenkern‘ fungiert.

Engagement von Diakonie und Kirche für die subjektiv wichtigen sozialen Themen

Etwa die Hälfte der Befragten wurde nach dem Engagement der Diakonie zu den subjektiv besonders wichtigen sozialen Themen befragt – Voraussetzung war die Bekanntheit der Diakonie, die andere Hälfte nach dem entsprechenden Engagement der Kirche. Schon im Gesamtbild (Abb. 9) zeigt sich, dass der Diakonie (42 %) erheblich häufiger als der Kirche (25 %) zugesprochen wird, sich sehr oder ziemlich um die subjektiv besonders wichtigen sozialen Themen zu „kümmern“. ³¹ Der Unterschied ist umso bemerkenswerter, als mit dem methodischen Vorgehen keine vergleichende Einschätzung vorgegeben war: Insgesamt gesehen attestieren die Befragten der Diakonie von vornherein weitaus stärker, diese „Dienste am Menschen“ zu erfüllen oder in anderen Worten: sozialreligiös aktiv zu sein. Gleichwohl bleibt es auch im Blick auf die Diakonie bei einer Minderheit der Bevölkerung, die die eigenen sozialen – oder auch gesellschaftspolitischen – Anliegen dort gut aufgehoben sieht.

Unter Berücksichtigung der Konfessionszugehörigkeit ergeben sich auffallende Abweichungen, wobei die grundlegende Differenz in der Einschätzung von Diakonie und Kirche bleibt: Evangelische und Katholische sind mehrheitlich – und das praktisch deckungsgleich – der Ansicht, dass sich die Diakonie ziemlich oder sehr für die ihnen wichtigen Themen einsetzt (53 %/54 %). Wenn es um das Engagement der Kirche geht, fallen die Anteile der entsprechenden Voten bei den Evangelischen jedoch erheblich niedriger aus (29 %) als bei den Katholischen (39 %). Darin könnte sich ein Effekt der jeweiligen Identifikation mit der eigenen Kirche niederschlagen (s. u.). Die Konfessionslosen urteilen mit Werten von 33% (Diakonie) und 14 % (Kirche) sehr viel zurückhaltender. ³²

31 Test zur Prüfung des Unterschieds (T-Test); T-Wert: 7,095, p=0,000.

32 Wegen der Vergleichbarkeit sind bei diesen Prozentwerten die jeweils fehlenden Angaben zu den Einschätzungen von Diakonie/ Kirche herausgerechnet. Für sie ergeben sich aber beachtenswerte Unterschiede: Unter den Evangelischen liegen die Werte bei 7,5 % und 14,7 %, unter den Katholischen bei 15,4 % und 2,8 %, unter den Konfessionslosen bei 10,8 % und 3,5 %. Während erstere eine stärkere Unsicherheit bei der Einschätzung des Engagements der Kirche zeigen, gilt entsprechendes insbesondere bei den Katholischen, aber auch bei den Konfessionslosen für die Diakonie.

Wie stark kümmert sich nach Ihrem Eindruck die Diakonie bzw. die Kirche um die sozialen Themen, die Ihnen besonders wichtig sind?

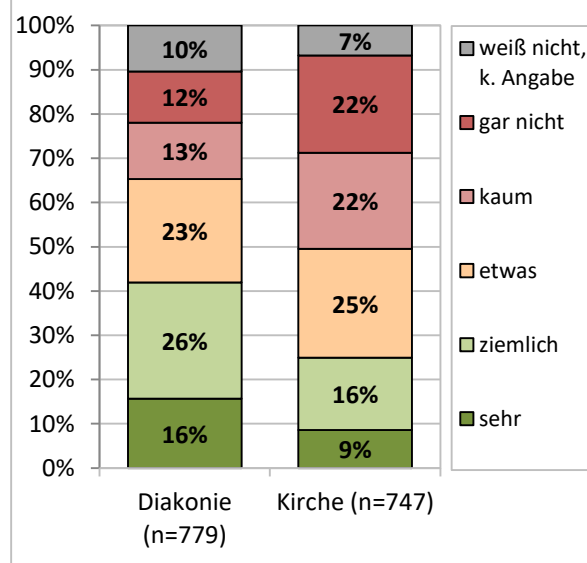


Abbildung 9

Bedeutung der traditional geprägten Religiosität

Für die Kommunikation der Befragten über soziale Themen wurde bereits herausgearbeitet, dass sie in beträchtlichem Maß an die traditional geprägte Religiosität gebunden ist (siehe Kommunikation über soziale Themen im Vergleich). Aber gilt entsprechendes auch dann, wenn der Einsatz von Diakonie und/oder Kirche zur Diskussion steht? Zwar kann unsere Befragung nur eine Momentaufnahme dazu liefern, weshalb keine Aussagen im Sinne eines „Trends zur Sozialreligion“ möglich sind. Zudem kann der Bedeutung der traditional geprägten Religiosität nur für die Kirchenzugehörigen nachgegangen werden. Allerdings lässt sich aufzeigen, inwieweit die Präsenz der „sozialreligiösen“ Aktivitäten von Diakonie und Kirche unter ihnen davon unabhängig ist oder nicht.

Dieser Fragestellung wurde in genaueren Analysen (kontrollierte Korrelationen) nachgegangen. Dafür wurde ein Index aus den bereits erwähnten Indikatoren zur religiös- kirchlichen Bindung (subjektive Religiosität, kirchliche Verbundenheit, Häufigkeit des Gottesdienstbesuchs und der Beteiligung am kirchlichen Leben) gebildet ³³ und in die für Evangelische und Katholische getrennt durchgeführten Analysen eingebracht. Effekte, die durch sozialstrukturelle Merkmale bedingt sind, werden dabei in Rechnung gestellt – daher kommt auch die Bezeichnung „kontrolliert“. Die Betawerte weisen den Beitrag aus, den allein die traditional geprägte Religiosität für das wahrgenommene Engagement von Diakonie und Kirche leistet (Abb. 10).

33 Dafür wurden die jeweiligen Werte (5-stufige Skalen) der Indikatoren addiert und anschließend zu einer 5-stufigen Skala der traditional geprägten Religiosität umgewandelt.

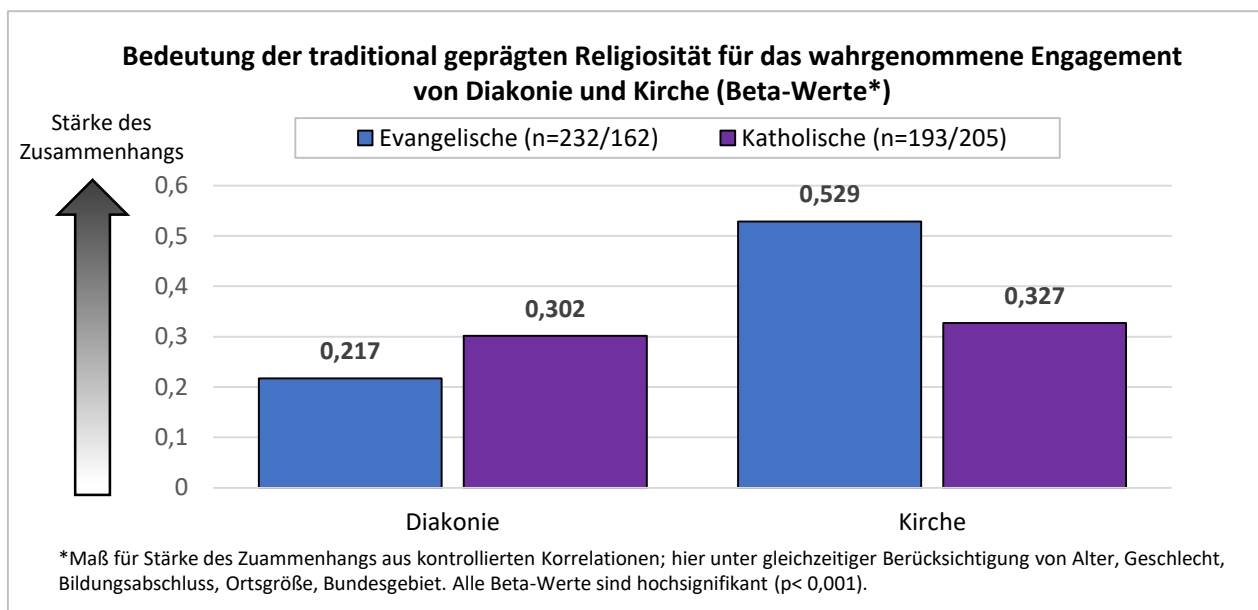


Abbildung 10

Im Ergebnis bildet sich ab, dass die traditional geprägte Religiosität tatsächlich in beträchtlichem Maß für das wahrgenommene Engagement sowohl der Diakonie als auch der Kirche zu veranschlagen ist (Abb. 10): Mit wachsender religiös-kirchlicher Bindung steigt auch die Intensität des wahrgenommenen Einsatzes für die subjektiv wichtigen sozialen Themen.

Zugleich werden aber auch Differenzen sichtbar. Unter den Evangelischen ist der Zusammenhang bei der Beurteilung der Diakonie zwar eindeutig, zugleich aber weitaus geringer ausgeprägt als bei der Kirche. Das würde sich durchaus in Richtung einer im Vergleich zur Kirche stärkeren Wahrnehmung der Diakonie als sozialreligiöse Akteurin deuten lassen. Unter den Katholischen ist die Bedeutung der traditional geprägten Religiosität im Blick auf das jeweilige Engagement jedoch ähnlich hoch, spricht also gerade gegen eine solche Deutung.

Zugleich zeigt sich eindrücklich, dass die traditional geprägte Religiosität im Blick auf das wahrgenommene Engagement der Kirche bei den Evangelischen sehr viel stärker zu Buche schlägt als bei den Katholischen. Ihrer religiös-kirchlichen Identifikation kommt eine geradezu herausragende Bedeutung zu. Es ist nicht auszuschließen, dass sich darin die vielzitierte „kerngemeindliche“ Struktur des kirchlichen Lebens in der evangelischen Kirche niederschlägt; denn mit diesem Ergebnis nehmen vor allem die mental und handlungspraktisch eng in die Kirche Eingebundenen wahr, dass diese sich um die subjektiv wichtigen sozialen Themen kümmert.

Engagement von Diakonie und Kirche zu den unterschiedlichen sozialen Themen

Im Folgenden steht das themenbezogene Engagement von Diakonie und Kirche im Mittelpunkt: Wie stark kümmern sie sich um die sozialen – beziehungsweise gesellschaftspolitischen – Herausforderungen, die von den jeweiligen Befragten als besonders wichtig betrachtet werden?

Um über eine ausreichende Datenbasis zu verfügen, wurden für die Gegenüberstellung die sozialen Themen ausgewählt, die von mindestens 10% der Befragten genannt werden. Ausgenommen davon ist nur das Thema Pflege, weil ihm als wahrgenommenes Aufgabenfeld der Diakonie die größte Prominenz zukommt. Und es zeigt sich (Abb. 9): Nicht nur die Diakonie, sondern auch die Kirche scheidet bei diesem Thema am besten ab, wobei erstere – was kaum verwundert – mit großem Abstand vorne liegt (54 %/38 %).

Wie schon im Gesamtbild (vgl. Abb. 9) wird deutlich, dass der Diakonie auch zu den jeweiligen Themen erheblich häufiger als der Kirche attestiert wird, sich sehr oder ziemlich in diesem Feld einzusetzen. Einzige Ausnahme ist das Thema „Flüchtlinge“. Hier fällt der Unterschied zwischen Diakonie und Kirche vergleichsweise klein aus.

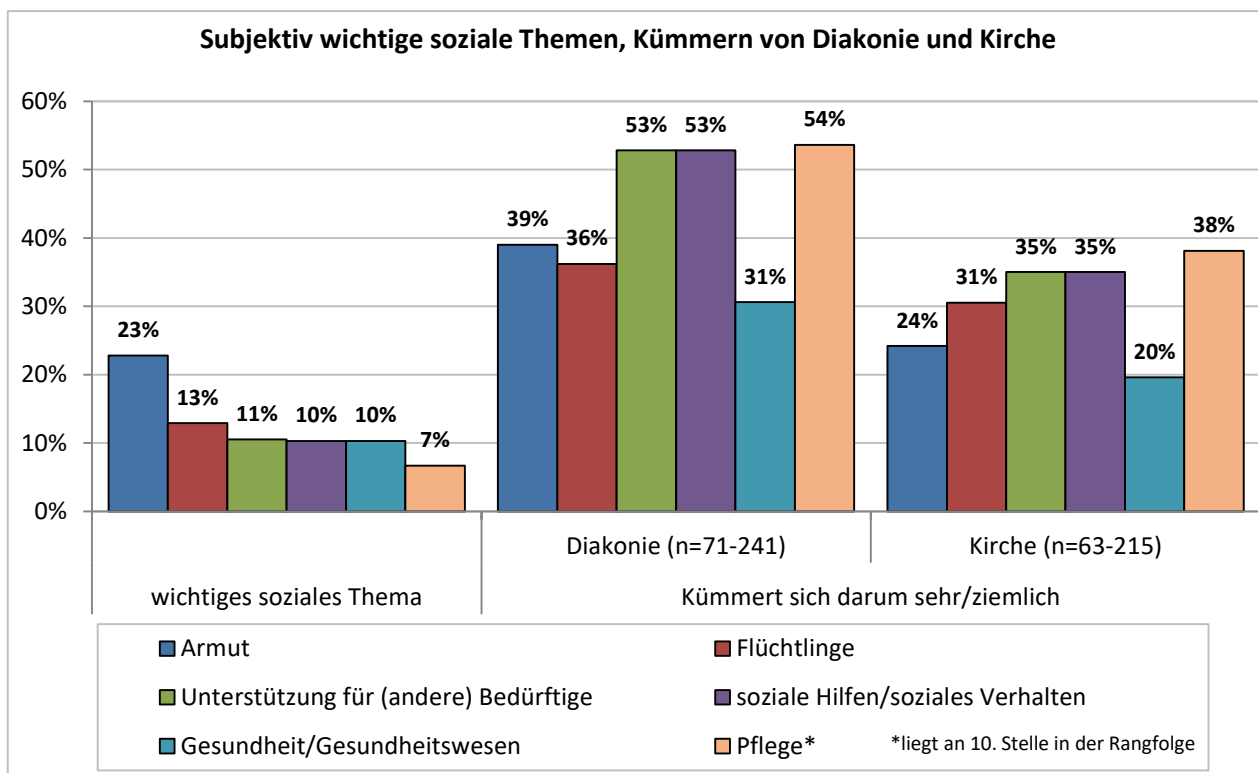


Abbildung 11

Abgesehen davon ergibt sich aus den Angaben der Befragten eine für Diakonie und Kirche übereinstimmende Rangfolge des Engagements in den verschiedenen Bereichen: Die Pflege steht jeweils an erster Stelle, gefolgt von der Unterstützung für (andere) Bedürftige und sozialen Hilfen/sozialem Verhalten. Der Einsatz für Gesundheit beziehungsweise im Gesundheitswesen belegt in dieser Rangfolge den letzten Platz. Obwohl dieses Feld bei der Diakonie zu den wichtigen Einsatzbereichen zählt, man denke nur an die Krankenhäuser diakonischer Träger, sind diejenigen, denen dieses Thema am Herzen liegt, lediglich zu einem knappen Drittel der Meinung, dass sich die Diakonie ziemlich oder sehr darum kümmert. Im Blick auf die Kirche votiert ein Fünftel entsprechend. Tatsächlich verbinden die Befragten damit aber auch weniger die direkte Arbeit mit Patient*innen, sondern sprechen neben den konkret genannten Stichworten zumeist eine notwendige Verbesserung des Gesundheitssystems an, unter anderem mit Bezug auf die hohen (Krankenkassen-) Kosten oder die soziale Ungleichheit bei der ärztlichen Versorgung.

Die hohen Bewertungen für die Unterstützung Bedürftiger und soziale Hilfen/soziales Verhalten – der Diakonie wird sogar mehrheitlich (jeweils 53 %) ein starker Einsatz in diesen Bereichen zugesprochen – lassen darauf schließen, dass hier die auch generell hohen Erwartungen an „die Kirche“, die ja ein Ausgangspunkt für die Befragung waren, aus Sicht der Befragten überwiegend erfüllt werden.

Dies ist jedoch beim konkreten Thema „Armut“, das am häufigsten als besonders wichtiges soziales Thema genannt wird, nicht der Fall. Das gilt für die Diakonie (39 %), insbesondere aber für die Kirche (24 %): In dieser Hinsicht kommen beide ihrem genuinen Auftrag: dem „Einsatz für die Schwachen“ nach mehrheitlicher Ansicht dieser Befragten jedenfalls nur unzureichend nach.³⁴

³⁴ Im Blick auf die Aktivitäten der evangelischen Kirchengemeinden korrespondiert dieses Ergebnis den Einschätzungen der Gemeindeleitungen. In einer EKD-weiten Repräsentativbefragung des SI-EKD im Jahr 2013 richtet sich nach deren Angaben weniger als ein Fünftel der gemeindlichen Angebote sehr oder eher stark an Einkommensschwache. Vgl. Rebenstorf et al. (2015), 94.

Resümee

Im Unterschied zu religiösen Themen oder gar zur religiösen Kommunikation haben soziale Themen eine hohe Bedeutung in der Bevölkerung, und sie sind bei den meisten über Gespräche mit anderen in das eigene Alltagsleben eingebunden. Sie könnten sich damit für Diakonie und Kirche als aussichtsreicher Anknüpfungspunkt für eine stärkere Wahrnehmung ihres Wirkens erweisen, zumal die Erwartungen an das soziale Engagement der Kirche im Allgemeinen an oberster Stelle stehen. Dies darf jedoch nicht im Sinne einer alternativen Gegenüberstellung missverstanden werden. Es sind nämlich zugleich die Kirchengehörigen, und unter ihnen die religiös-kirchlich Hochidentifizierten, die sozialen Themen die größte Relevanz einräumen.

Zur Frage, inwieweit sich Diakonie und Kirche um die den Befragten jeweils wichtigen sozialen Themen kümmern, schneidet die Diakonie durchgehend besser ab, was angesichts ihres Aufgabenfelds – der Dienst am Menschen – auch zu erwarten war. Allerdings wird ihr an erster Stelle für den Bereich der Pflege ein starkes Engagement attestiert, während sie unter anderem im Hinblick auf die Armut, das Thema, dem die Befragten den höchsten Stellenwert beimessen, eher als unzureichend engagiert wahrgenommen wird – gleiches gilt noch erheblich stärker für die Kirche. Zugleich rechnet aber eine Mehrheit derjenigen, denen die Unterstützung Bedürftiger beziehungsweise soziale Hilfen besonders wichtig sind, der Diakonie ein starkes Engagement in diesem Feld zu. Zwar scheint sich der wahrgenommene ‚Markenkern‘ der Diakonie – als professioneller Pflegedienst im sozialen Dienstleistungsmarkt – insgesamt verschoben zu haben. Doch ist sie ebenfalls mit ihrem genuin kirchlichen Auftrag, dem „Einsatz für die Schwachen“ präsent.

Sowohl die Relevanz sozialer Themen als auch die Bewertung des Engagements von Diakonie und Kirche ist eng an die traditional geprägte Religiosität gebunden: Kirchenghörigkeit und – noch stärker – die mentale und handlungspraktische religiös-kirchliche Einbindung der Kirchenmitglieder trägt in erheblichem Maß zu einer intensiveren Kommunikation und Präsenz des Engagements von Diakonie und Kirche im sozialen Themenfeld bei.

Zwar lässt die Befragung als Momentaufnahme keine Aussagen über einen Trend zur Sozialreligion in der Bevölkerung zu. Allerdings erweist sich die traditional geprägte Religiosität als wichtiger Faktor in diesem Feld und kann damit einen solchen Trend auch nicht untermauern. Für die künftige Entwicklung werden demnach auch die rückläufigen religiös-kirchlichen Bindungen in der Gesellschaft zu veranschlagen sein. Unbeschadet dessen bleibt ein Ansetzen bei sozialen Themen gerade für die Diakonie aussichtsreich, wenn es gelingt, die Aufmerksamkeit in der Bevölkerung für die unterschiedlichen Bereiche diakonischen Handelns zu stärken.

Literatur

Ahrens, Petra-Angela (2018), Nah dran? Trends zu Bekanntheit und Image der Diakonie in der Bevölkerung, SI-Kompakt, Hannover.

Ahrens (2018a), Image der Diakonie und prosoziales Handeln, in: Brennpunkt Gemeinde 6/2018, Mission in der Region, Studienbrief D 29, Neukirchen-Berlin.

Ahrens, Petra-Angela, Läger-Reinbold, Karoline (2014), Kirche auf dem Campus, Religiöse und kirchliche Ansprechbarkeit von Studierenden, Hannover

Bedford-Strohm, Heinrich, Jung, Volker (Hrsg., 2015), Vernetzte Vielfalt. Kirche angesichts von Individualisierung und Säkularisierung, Die fünfte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft, Gütersloh.

Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. (Hrsg., 2006), Bekanntheit und Image der Diakonie. Ergebnisse der Telefonumfragen in den Jahren 2001 und 2005 (Imageanalyse), Diakonie Texte 13.2006.

Fürstenberg, Friedrich (1982), Der Trend zur Sozialreligion, in: Gemper, Bodo B. (Hrsg.), Religion und Verantwortung als Elemente gesellschaftlicher Ordnung, Siegen, 217-284.

Fürstenberg, Friedrich (1999), Die Zukunft der Sozialreligion, Konstanz.

Fürstenberg, Friedrich (2001), Die Zukunft der Sozialreligion und ihrer Organisationsformen, in: Gabriel, Karl (Hrsg.), Herausforderungen kirchlicher Wohlfahrtsverbände. Perspektiven im Spannungsfeld von Wertbildung, Ökonomie und Politik, Berlin, 49-59.

Rebenstorf, Hilke, Ahrens, Petra-Angela, Wegner, Gerhard (2015), Potenziale vor Ort. Erstes Kirchengemeindebarometer, Leipzig.

Schmitt, Wolfgang (2017), Einrichtungsstatistik, Diakonie Texte/Statistische Informationen, 04.2017, Berlin.

Wegner, Gerhard (2016), Religiöse Kommunikation und soziales Engagement. Die Zukunft des liberalen Paradigmas, Leipzig.

Sozialwissenschaftliches Institut
der Evangelischen Kirche in Deutschland
Arnswaldtstraße 6, 30159 Hannover
Telefon 0511-55 47 41-0
Telefax: 0511-55 47 41-44
e-Mail: info@si-ekd.de
www.si-ekd.de