

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
———— **INSTITUT** ————

der Evangelischen Kirche in Deutschland 

**Der Deutsche Evangelische Kirchentag
in Hannover 2005**

Über den Erfolg des kirchlichen Großevents

Petra-Angela Ahrens

———— **TEXTE AUS DEM SI** ————
Hannover 2006

Der Deutsche Evangelische Kirchentag in Hannover 2005

Über den Erfolg des kirchlichen Großevents

Ergebnisse im Überblick

Der Deutsche Evangelische Kirchentag (DEKT) in Hannover 2005 war ein Erfolg. Dieses Urteil fällen nicht nur Macher und Beteiligte des jüngsten Kirchentages. Auch in der Bevölkerung hat das kirchliche Großevent eine überaus positive Resonanz gefunden. Dem Kirchentag ist es gelungen, auch Kirchenferne – vor allem in der Region Hannover – zu mobilisieren. Zudem hat er positive Effekte für die Beziehung zur Kirche überhaupt.

Diese Wirkungen des Kirchentages gehen aus den Ergebnissen einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Evangelischen Kirche in Deutschland (SI) hervor. Die Befragung wurde bundesweit und in der Region Hannover durchgeführt; sie erfolgte in jeweils zwei Befragungswellen. Die erste fand während des Kirchentages, die zweite im Abstand von zwei Wochen nach Abschluss des Kirchentages statt.

- Schon die Ergebnisse der ersten Befragungswelle zeigen, welche Strahlkraft der Kirchentag entfaltet hat. In besonderem Maße gilt dies für die Region Hannover, wo er aus der Nähe betrachtet bzw. erlebt werden konnte. Dies wird nicht nur in besonders positiven Eindrücken und Einschätzungen zum Kirchentag sichtbar, sondern auch in der um ein Vielfaches höheren Teilnahme der Hannoveraner an Veranstaltungen.
- Dieser Erfolg des Kirchentages ist offensichtlich nachhaltig; die Wirkung hält weit über die Tage seiner Veranstaltung hinaus an: Die Befragten der zweiten Befragungswelle, die den Kirchentag aus der Rückschau betrachten, lassen in ihren Antworten keinen Rückgang der positiven Resonanz erkennen, weder bundesweit noch in der Region.
- Die Kombination von religiös **und** gesellschaftlich-kulturell ausgerichteten Veranstaltungen, sowie die Wahl der Veranstaltungsorte Innenstadt **und** Messegelände sind wichtige Erfolgsfaktoren des Kirchentages. Die religiösen Veranstaltungen des Kirchentages bieten vor allem den kirchlich eingebundenen Menschen ein attraktives Angebot, in der Stadt, auf dem Messegelände und in den Kirchengemeinden. Die gesellschaftlich-kulturell ausgerichteten Veranstaltungen – insbesondere in der Stadt – gewinnen darüber hinaus Menschen, die nicht zu den kirchlich Gebundenen oder gar Aktiven zählen.
- Auch die gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungsangebote tragen erheblich dazu bei, dass die Bedeutung des Kirchentages hoch veranschlagt und ihm eine positive Wirkung auf das eigene Verhältnis zur Kirche attestiert wird.

Inhalt

Vorbemerkungen

- 1 Vergleich der bundesweiten und regionalen Befragungsergebnisse
 - 1.1 "Stadtgespräch" in Hannover
 - 1.2 Interesse an Veranstaltungen
 - 1.3 Profile
 - 1.3.1 Bildung, Kultur und Pilgern
 - 1.3.2 "Zeugnis und Dienst" einer jungen und lebendigen Kirche
 - 1.3.3 "Forum und Fest für jede und jeden"
 - 1.4 Imagegewinn für die Kirche
- 2 Vergleich der Ergebnisse aus der ersten und der zweiten Befragungswelle
 - 2.1 Anhaltend positive Resonanz
 - 2.2 Veränderungen der Präsenz in den Medien
- 3 Personenkreise
 - 3.1 Soziodemographisches
 - 3.1.1 Keine geschlechtsspezifischen Abweichungen
 - 3.1.2 Mobilisierung der Jüngeren
 - 3.1.3 Höherer Bildungsstand der Teilnehmer
 - 3.1.4 Kirchentag nicht nur für Evangelische
 - 3.2 Interesse an Veranstaltungen: Gesellschaftlich-Kulturelles für alle, Religiöses für kirchlich Gebundene
 - 3.3 Imagegewinn für die Kirche: auch durch gesellschaftlich-kulturelle Veranstaltungen
- 4 Fazit

Anhang

Vorbemerkungen

Der DEKT im Jahr 2005 in Hannover markiert das inzwischen sechsfundfünfzigste Jahr der Entwicklung dieses zur Institution gewordenen 'Protestantentreffens'. Unter der Losung „Kirche in Bewegung“ im Jahr 1949 während der „Deutschen Evangelischen Woche“ in Hannover konstituiert, fand vom 25. bis zum 29. Mai 2005 – wieder in Hannover – der inzwischen dreißigste Kirchentag unter der Losung "Wenn dein Kind dich morgen fragt" statt.

Mit der (vom DEKT geschätzten) Zahl von über 1,1 Millionen Gesamt-Teilnehmern an allen Tagen, darunter mehr als 102.000 Dauerteilnehmer/-innen, steht außer Frage: Auch der jüngste Kirchentag ist als Großevent ein Erfolg gewesen. Zudem kann er auf ein außerordentlich positives Medienecho zurückblicken; insbesondere in der Region konnten die Menschen Ankündigungen zum Kirchentag und der Berichterstattung über ihn praktisch nicht ausweichen. In ihrer Kirchentagsbilanz am 28. Mai 2005 fasste Landesbischöfin Margot Käßmann die Begeisterung bei Machern und Beteiligten zusammen: "Das Fest des Glaubens hat uns gut getan, das war wie Weihnachten bei 30 Grad. Es hat ermutigt, am Glauben festzuhalten und andere einzuladen, es hat ermutigt, sich nicht zurück zu ziehen, sondern sich kräftig einzumischen in diese Welt, von der wir glauben, dass sie Gottes Welt ist."

Aber: War dieser Kirchentag auch ein Erfolg in der Öffentlichkeit - einmal abgesehen von der Medienresonanz? Welchen Bekanntheitsgrad hat dieses kirchliche Großereignis erlangt? Welche Sicht haben Menschen auf den Kirchentag, die ihn aus der Ferne betrachten im Vergleich zu jenen, die ihn erleben? Gelingt es dem Kirchentag, ein "Forum und Fest für jede und jeden" zu sein, wie er es in seinem Internetauftritt selbst formuliert? Diesen und weiteren Fragen ist das SI mit einer eigenen Bevölkerungsumfrage nachgegangen.

Haben sich empirische Untersuchungen zum Kirchentag bisher auf die Orientierungen von Teilnehmerinnen und Teilnehmern konzentriert, begleitete das SI den Kirchentag nun erstmals mit einer telefonischen Repräsentativbefragung der Bevölkerung in Deutschland, die von TNS-Emnid durchgeführt wurde. Während des Kirchentages wurden in ein ersten Befragungswelle bundesweit und in der Region Hannover jeweils tausend deutschsprachige Personen mit einem Lebensalter ab 14 Jahren befragt. Zwei Wochen nach Ende des Kirchentages wurde die Befragung wiederholt, um erkennen zu können, wie schnell sich eventuelle Effekte wieder verflüchtigen, ob der Kirchentag nur ein "Strohfeuer" entfacht, oder ein bleibendes, ein nachhaltiges Erlebnis in der Bevölkerung ist.

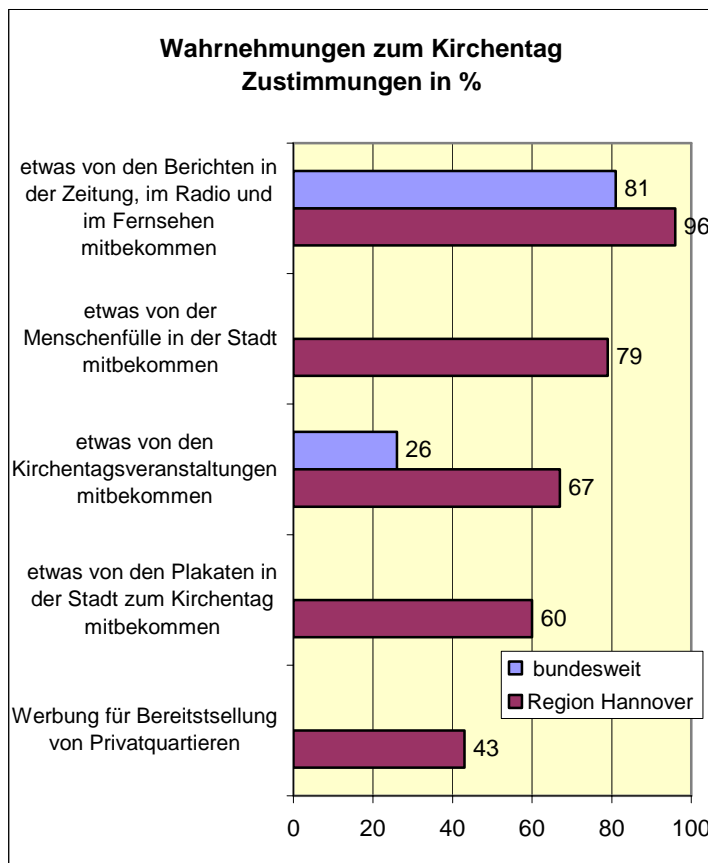
1 Vergleich der bundesweiten und regionalen Befragungsergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der ersten Befragungswelle vorgestellt, die bundesweit und in der Region Hannover während des Kirchentages durchgeführt wurde.

1.1 "Stadtgespräch" in Hannover

Auf die Frage der Telefoninterviews, "Ist Ihnen bekannt, dass in diesen Tagen der Evangelische Kirchentag in Hannover stattfindet?" antworteten über drei Viertel (77 %) der Befragten im Bundesgebiet positiv. In der Region Hannover wusste praktisch jede und jeder (99 %) von diesem Ereignis.

Natürlich spielt dafür auch und gerade in Hannover die mediale Vermittlung eine große Rolle. Denn in der regionalen bzw. lokalen Berichterstattung – insbesondere in den Tageszeitungen – wurde dem Kirchentag bereits im Vorfeld große Aufmerksamkeit zuteil. Offensichtlich spiegelt sich dies in den Antworten der Befragten wider: In der Region Hannover liegt der



Prozentwert der Zustimmungen zu der entsprechenden Antwortvorgabe mit 96 % noch deutlich über dem Bundesdurchschnitt mit 81 %.

Die weiteren Antwortvorgaben setzen die persönliche Anwesenheit in Hannover voraus und wurden deshalb – mit Ausnahme der "Kirchentagsveranstaltungen" – nur in der Region abgefragt. Auch sie treffen ganz überwiegend auf Zustimmung, allen voran die Antwortvorgabe "Menschenfülle in der Stadt", der fast vier Fünftel der hannoverschen Befragten folgen. Auch dieses Ergebnis verwundert kaum, war doch Hannovers Innenstadt zu einem zentralen Ort des Kirchentagsgeschehens geworden.

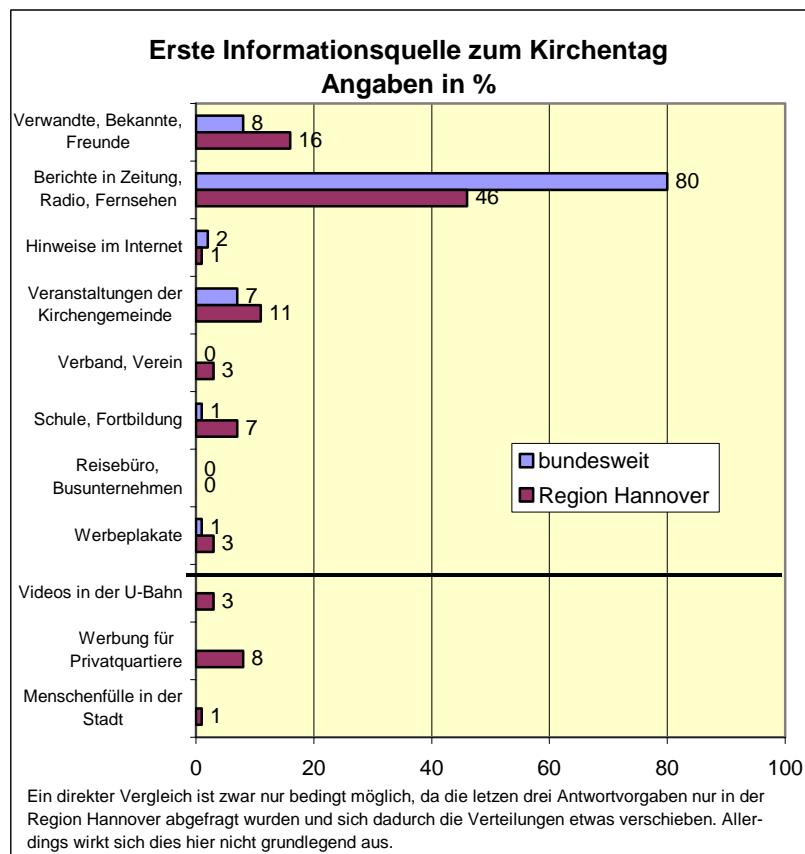
In diesem Zusammenhang ist wohl auch das beachtliche Ergebnis in der Region Hannover für die Aussage, "etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen" zu haben, zu verstehen: Etwa zwei Drittel der dort Befragten geben dies an im Vergleich zu einem guten Viertel bundesweit. Eine überragende Rolle dürften hierbei die Veranstaltungen in der Stadt spielen. 85 % der Hannoveraner bejahen, davon "etwas mitbekommen" zu haben. 'Nur' 53 % geben das Messegelände an, 46 % nennen Kirchengemeinden als Ort wahrgenommener Kirchentagsveranstaltungen.

Betrachtet man einen hohen Bekanntheitsgrad in der regionalen Bevölkerung als Erfolgsfaktor des Kirchentages, so wird man kaum darauf verzichten können, auch die Innenstadt als Raum für den 'Event Kirchentag' zu nutzen. Hier können Zuschauer Kirchentagsluft schnupern, Menschen angezogen werden, die ihre Teilnahme nicht aktiv eingeplant haben. Dafür spricht auch, dass selbst die hannoverschen Konfessionslosen zu 61 % angeben, Veranstaltungen wahrgenommen zu haben, und darunter ausschließlich die Veranstaltungen in der Stadt von einer Mehrheit genannt werden, und zwar in Höhe von 88 % (!).

Als erste Informationsquelle für den Kirchentag werden – wiederum – Berichte in Zeitung, Radio und Fernsehen am häufigsten angegeben, mit großem Abstand zu allen anderen Antwortmöglichkeiten. Dies untermauert noch einmal die besondere Bedeutung der Medien für die Bekanntheit des Kirchentages.

Der Vergleich zwischen bundesweiter und regionaler Antwortverteilung zeigt darüber hinaus, welche Effekte die räumliche Nähe zum Kirchentag auf die Begegnung mit Informationen, respektive die Nutzung von Informationswegen seitens der Veranstalter zeitigt. So spielen in der Region offenbar Berichte in den Medien eine deutlich geringere Rolle für den Erstkontakt

mit dem Kirchentag als dies bundesweit der Fall ist – und zwar zugunsten direkter, personaler Begegnungen: Gespräche im Verwandten- und Freundeskreis werden mit 16 % doppelt so häufig genannt; vor allem Kirchengemeinden, aber auch Vereine und Schulen fungieren in der Region eher als Schnittstelle für die Informationsweitergabe. Zwar fallen die Werte insbesondere der letzteren beiden auf den ersten Blick eher gering aus. Allerdings sind sie auch auf spezifische Adressatengruppen ausgerichtet, die in einer Bevölkerungsbefragung insgesamt nur einen geringen Anteil ausmachen: So zeigt sich bei genauerer Betrachtung, dass z.B. unter den 14- bis 17-jährigen die Hälfte (!) angibt, zuerst in der Schule vom Kirchentag erfahren zu haben.

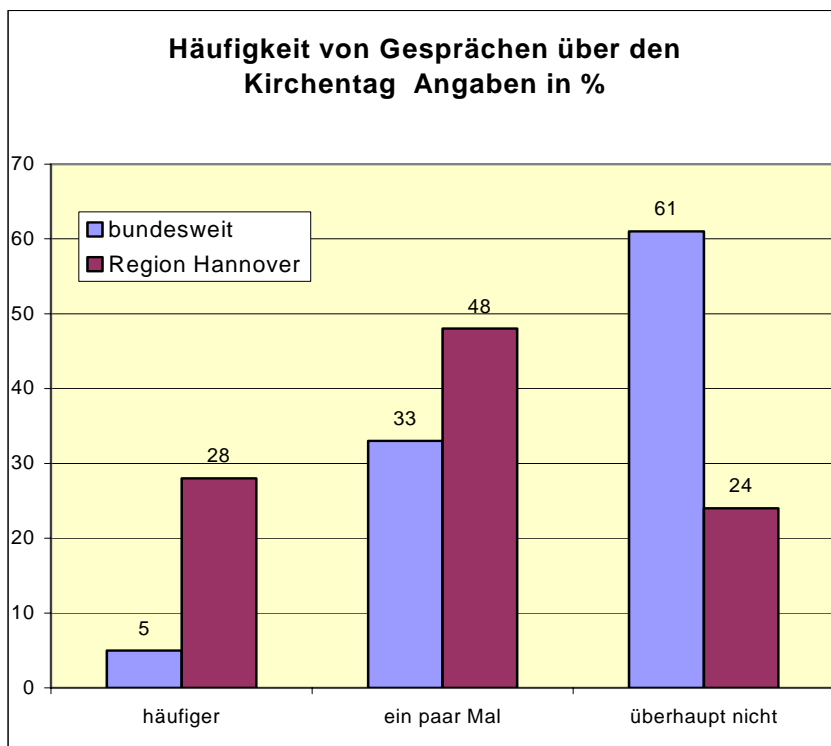


So zeigt sich bei genauerer Betrachtung, dass z.B. unter den 14- bis 17-jährigen die Hälfte (!) angibt, zuerst in der Schule vom Kirchentag erfahren zu haben.

Werbeplakate und Videos in der U-Bahn erzielen in der Region mit 3 % der Antworten einen durchaus erwähnenswerten Effekt, wenn man bedenkt, dass diese Werbeträger, wenn überhaupt, nur für wenige Sekunden die Aufmerksamkeit der Adressaten finden.

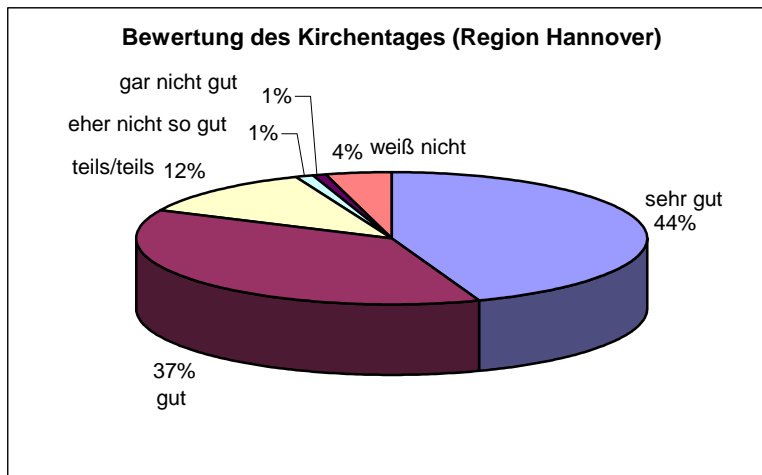
Mit 8 % fällt der Wert bei der Werbung für Privatquartiere noch deutlich höher aus. Diese Werbung fand auch mit größerem zeitlichen Abstand zum Kirchentag statt. Die nahe liegende Erwartung, dass hier vor allem Personen geantwortet haben, die selbst Gastgeber gewesen sind, bestätigt sich nicht. Unter ihnen nennen nur wenig mehr, nämlich 12 %, die Werbung für Privatquartiere als erste Informationsquelle. Offenbar hat sie, über ihre auch außergewöhnlichen Platzierungen u. a. im Elefantengehege des hannoverschen Zoos, eine bleibende Erinnerung erreichen können.

Die im Vergleich zum Bundesgebiet größere Bedeutung personaler Kontakte für die Begegnung mit dem Kirchentag in Hannover erfährt eine besondere Zuspitzung, wenn man die Häufigkeit von Gesprächen über ihn betrachtet.



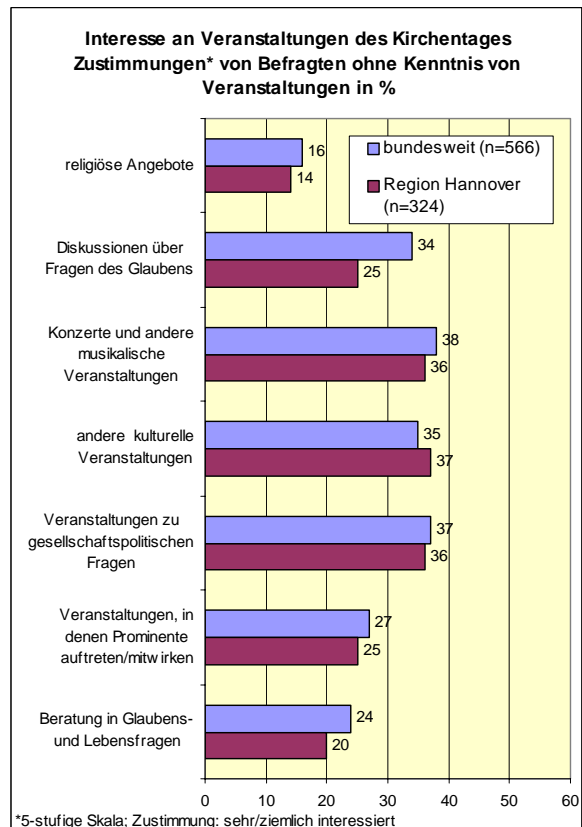
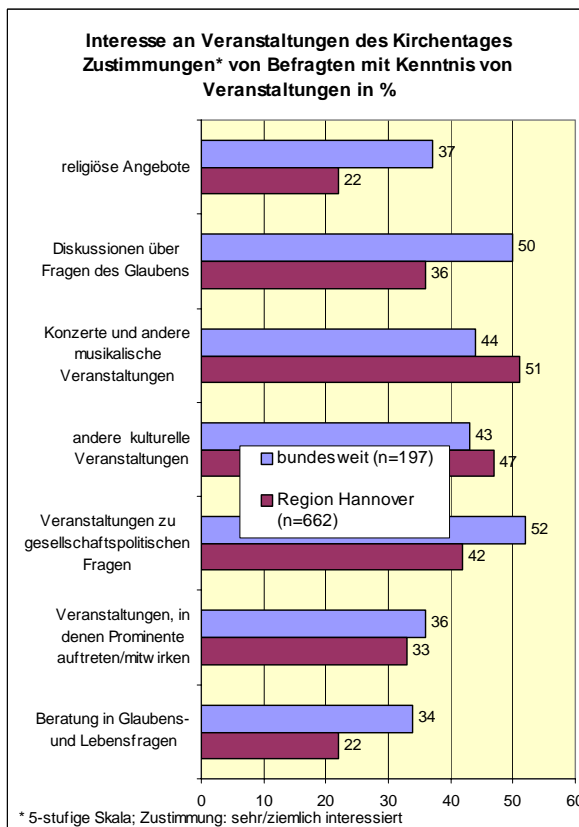
Gibt in der bundesweiten Stichprobe mit 61 % die klare Mehrheit der Befragten an, überhaupt nicht über den Kirchentag gesprochen zu haben, so lässt sich für die Region Hannover ein geradezu umgekehrtes Bild zeichnen; hier haben 76 % zumindest ein paar Mal über den Kirchentag gesprochen. Man könnte auch formulieren: Der Kirchentag ist während seiner Durchführung in Hannover zum "Stadtgespräch" geworden.

Und diese ungeheure Präsenz des kirchlichen Großevents hat nicht etwa zu einer Abwehrlage in der hannoverschen Bevölkerung geführt, sondern sie ist einhergegangen mit einer ausgesprochen positiven Bewertung: 81 % der Hannoveraner geben an, es gut bzw. sehr gut zu finden, "dass der Kirchentag in Hannover stattfindet". Selbst unter den konfessionslosen Befragten fällen zwei Drittel dieses Urteil.



1.2 Interesse an Veranstaltungen

Das Interesse, an Veranstaltungen des Kirchentages teilzunehmen, ist bundesweit und regional sehr unterschiedlich, wenn man diejenigen betrachtet, die "etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen" haben: Die Zustimmungen der bundesweit Befragten fallen bei den Aussagen, die ein religiöses Veranstaltungsinteresse formulieren (religiöse Angebote



te, Diskussionen über Fragen des Glaubens, Beratung in Glaubens- und Lebensfragen), nämlich erheblich höher als in der hannoverschen Bevölkerung. Auch das Interesse an gesellschaftspolitischer Thematik ist bundesweit deutlich stärker ausgeprägt. Es rangiert mit 52 % sogar an erster Stelle der zustimmenden Voten. Mit nur einem Prozentpunkt Abstand

folgen Diskussionen über Fragen des Glaubens. In der Region haben demgegenüber Konzerte, musikalische und andere kulturelle Veranstaltungen eine größere Attraktivität. Diese Veranstaltungen sind es auch, die hier die ersten Plätze in der Rangfolge belegen.

Die Vermutung, dass sich in diesen Ergebnissen lediglich die geringere kirchlich-religiöse Bindung im überwiegend protestantisch geprägten Norden Deutschlands ausdrückt, findet keine Bestätigung: Vergleicht man die bundesweiten und regionalen Ergebnisse differenziert für Evangelische, Katholische und Konfessionslose, so zeichnen sich – wenn auch mit Abweichungen im jeweiligen Zustimmungsniveau – ganz ähnliche Konturen ab.

Die Erklärung dieses Befundes scheint vielmehr in der Dimension direkten Erlebens des Kirchentags zu liegen: Die Hannoveraner mit Kenntnis von Veranstaltungen geben zu 42 % an, selbst am Kirchentag teilgenommen zu haben, während dies für nur 4 % der bundesweit Befragten zutrifft. Und ganz offensichtlich entwickelten die musikalischen und anderen kulturellen Veranstaltungen – vor allem in der Stadt (s. o.) – eine besondere Anziehungskraft.

In dem bundesweiten Muster der Zustimmungen scheint sich eher abzubilden, wofür der Kirchentag seit jeher steht: Diskussion über den christlichen Glauben und gesellschaftspolitische Einmischung ("Zeugnis und Dienst in der Welt"). Womöglich spiegelt sich darin auch ein Fokus, auf den die mediale Berichterstattung im Bundesgebiet während des Kirchentages gesetzt hatte, die – wie oben ausgeführt – bei vier Fünfteln der bundesweit Befragten die erste und darüber hinaus auch die meistgenutzte Informationsquelle war.

Der Vergleich der Veranstaltungsinteressen für diejenigen, die verneinen, selbst etwas "von Veranstaltungen mitbekommen" zu haben, unterstreicht die vorgenommene Zuordnung der Ergebnisse: Bei insgesamt deutlich geringerem Zustimmungsniveau weichen die Prozentwerte für die bundesweit und die in der Region Hannover Befragten nur marginal voneinander ab. Lediglich "Diskussionen über Fragen des Glaubens" treffen mit 34 % positiver Voten bundesweit auf deutlich größeres Interesse als in der Region (25 %). Dafür scheint vornehmlich das abweichende Antwortverhalten der Katholischen verantwortlich zu sein: Bundesweit liegen deren Zustimmungen bei 45 %, in der (überwiegend protestantischen) Region bei 33 %.

Schließlich darf nicht unerwähnt bleiben, dass auch das Interesse an religiösen Angeboten in diesem Vergleich kaum voneinander abweicht, und dabei mit 16 % bzw. 14 % die geringste Zustimmung überhaupt findet – bundesweit und in der Region. Es mag sein, dass unter denen, die Kirchentagsveranstaltungen nicht aus eigener Anschauung kennen, die Vorgabe "religiöse Angebote" Assoziationen an das kirchengemeindliche Leben weckt. Zumindest sind die in Befragungen ermittelten Beteiligungsquoten z. B. für den Gottesdienst ja sehr ähnlich.

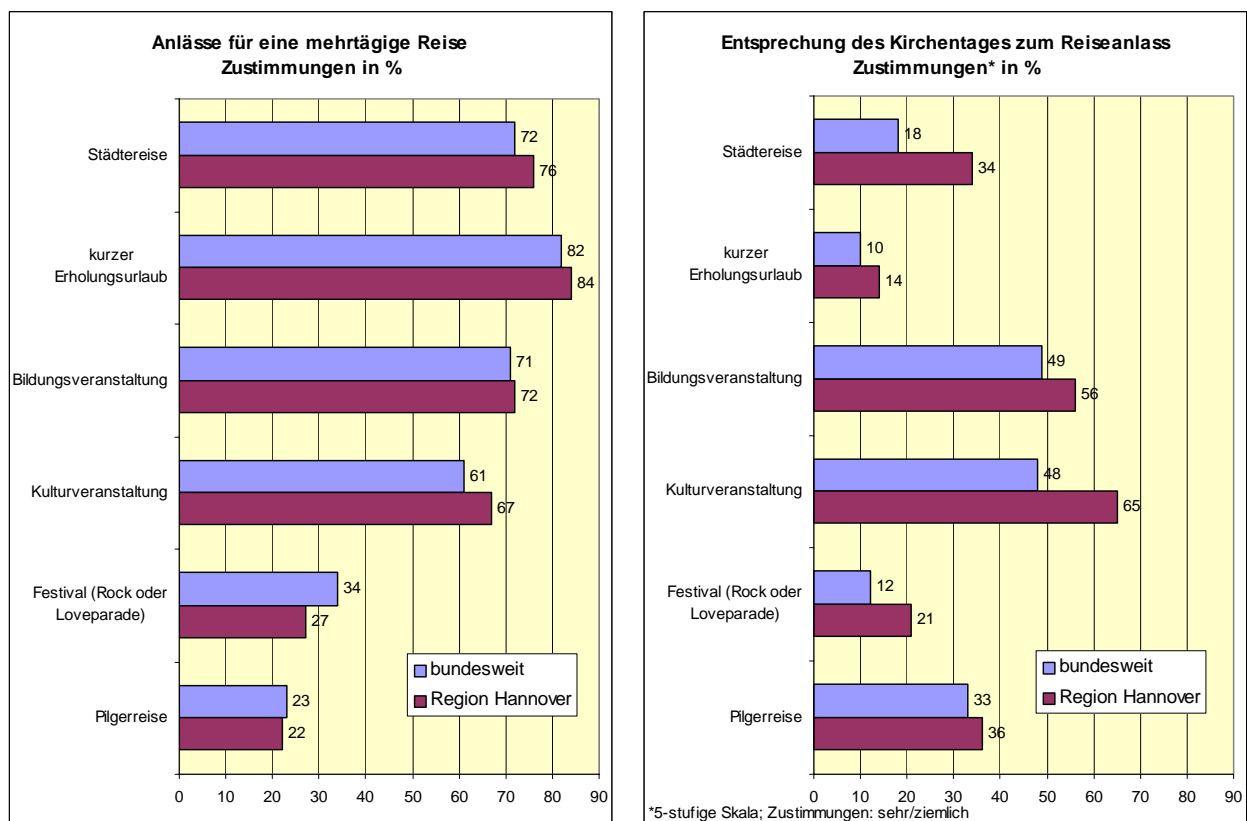
1.3 Profile des Kirchentages

Gibt es Reisen bzw. Veranstaltungen, die aus der Sicht der Befragten dem Kirchentag vergleichbar sind? Welche Atmosphäre strahlt er aus? Ist er auf spezielle Adressatenkreise ausgerichtet? Lassen sich in entsprechenden Zuordnungen der Befragten Profile für die wahrgenommene Ausrichtung des Kirchentages erkennen?

1.3.1 Bildung, Kultur und Pilgern

Bundesweit und regional Befragte sind sich weitgehend einig in ihren Vorlieben für mehrtägige Reisen: Die größte Attraktivität genießt der kurze Erholungsurlaub, am Ende der Rangfolge liegt im Gesamtbild die Pilgerreise mit jeweils nur einem Fünftel zustimmender Voten.

Hohen Zuspruch erfahren Bildungs- und auch Kulturveranstaltungen. Er variiert, was man auch erwarten kann, in beiden Befragtengruppen stark nach dem formalen Bildungsstand: So wird z. B. bei den bundesweit Befragten mit (Fach-)Hochschulreife eine Bildungsveranstaltung von 85 %, eine Kulturveranstaltung von 76 % als Reiseanlass genannt. Entspre-



chendes gilt bei den Befragten mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss für 68 % bzw. 60 % – damit aber auch in dieser Bildungsgruppe für eine bemerkenswerte Mehrheit. Die regionalen Ergebnisse zeigen ein dem entsprechendes Bild.

Die Antwortvorgabe "Festival (Rock- oder Loveparade)", die schon von der Formulierung her vornehmlich jüngere Adressaten in den Blick nimmt, wird bundesweit und regional nur von einer Minderheit als Reiseanlass genannt. Dabei zeigt die Altersverteilung, dass die Attrakti-

vität dieses Reiseanlasses mit zunehmendem Alter stark sinkt: 14- bis 17-jährige der bundesweit Befragten nennen diesen Anlass zu 73 %, die 30- bis 39-jährigen schon nur noch zu 49 %, die 60- bis 69-jährigen schließlich zu 17 %. Auch hier weichen die Werte der regionalen Befragtengruppen kaum ab.

Auch bei der Pilgerreise, die im Gesamtergebnis die geringste Attraktivität genießt, klingt schon im Namen eine spezielle Adressatenausrichtung an: Es schwingt ein religiöses Interesse mit, und sie ist eine vor allem katholische Tradition. Tatsächlich votieren Katholische – und zwar nur sie – hier auch anders: Bundesweit würden sie zu 43 %, in der Region Hannover zu 34 % eine Pilgerreise unternehmen.

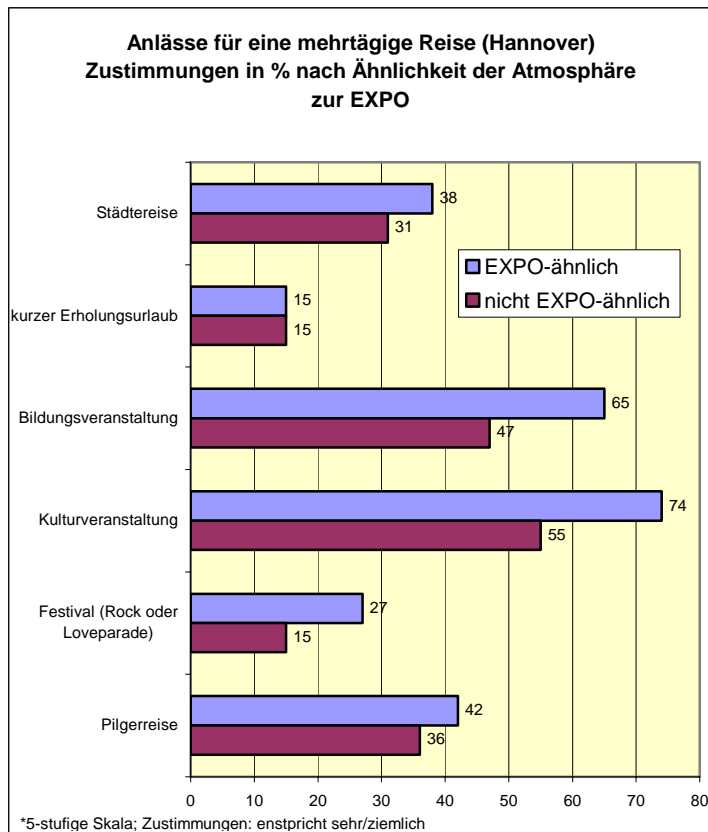
Ins Auge fällt sofort die andere Gewichtung der Reiseanlässe, wenn es um die Frage geht, in welchem Maß der Kirchentag dem jeweiligen Reiseanlass entspricht. Der Kirchentag wird in erster Linie dem Assoziationsrahmen Bildungs- und Kulturveranstaltung zugeordnet, wobei die Hannoveraner – einmal mehr – deutlich stärker den Kulturaspekt hervorheben, als dies bei den bundesweit Befragten der Fall ist. Gleich darauf folgt in der Rangfolge, wenn auch in großem Abstand dazu, die Pilgerreise mit jeweils etwa einem Drittel der Zustimmungen. Darin herrscht übrigens weitgehende Übereinstimmung zwischen Evangelischen, Katholischen und Konfessionslosen. Weitere Analysen¹ zeigen, dass genau diese Reiseanlässe, nämlich Bildungs-, Kulturveranstaltung und Pilgerreise, gemeinsam sowohl bundesweit als auch in der Region gewissermaßen ein Vergleichsprofil zum Kirchentag bilden.

Die bevorzugten Reiseanlässe kurzer Erholungsurlaub und Städtereise werden nur von einer Minderheit der Befragten als vergleichbar empfunden. Allerdings: In der Region Hannover erfährt die Entsprechung des Kirchentages zur Städtereise mit 34 % deutlich mehr Zustimmung als bundesweit mit 18 %. Es mag durchaus sein, dass sich in diesem Ergebnis ein gewisser "Lokalpatriotismus" niederschlägt.

Es hängt ja nicht allein von der inhaltlichen Ausrichtung einer Veranstaltung ab, ob man sich überhaupt entscheidet, daran teilzunehmen, und wie man sie schließlich erlebt. Es spielt auch eine große Rolle, welche Stimmung, welche Atmosphäre man erwartet bzw. wahrnimmt.

In der Region Hannover wurde den Befragten deshalb eine Liste mit unterschiedlichsten Großevents der Stadt – vom Schützenfest, über die bekannten Festspiele in Herrenhausen, die Hannover-Messe, verschiedene Kulturereignisse teils mit Stadtfestcharakter, teils mit 'höherem' Anspruch, bis hin zur EXPO 2000 – vorgelegt (vgl. Anhang, Frage 11.A), und nach der jeweiligen Ähnlichkeit des Kirchentages 'von der Atmosphäre her' gefragt: Einzig die EXPO wird mit 40 % von einer Mehrheit der Befragten als (sehr) ähnlich wahrgenommen, 29 % sehen keine Ähnlichkeit.

¹ (vgl. Anhang, 2, Nachweis statistischer Analysen, 2.1)



Darüber hinaus zeigt sich, dass diejenigen, die dem Kirchentag eine Ähnlichkeit zur EXPO bescheinigen, auffallend häufiger der Meinung sind, dass er auch den Reiseanlässen Bildungsveranstaltung, Kulturveranstaltung und Festival entspricht, als diejenigen, die keine EXPO-Ähnlichkeit wahrnehmen. Der EXPO wird man die Kombination dieser Aspekte im Blick auf ihre atmosphärische Ausstrahlung kaum absprechen können. Offensichtlich sind sie aber auch für den Kirchentag zu veranschlagen.

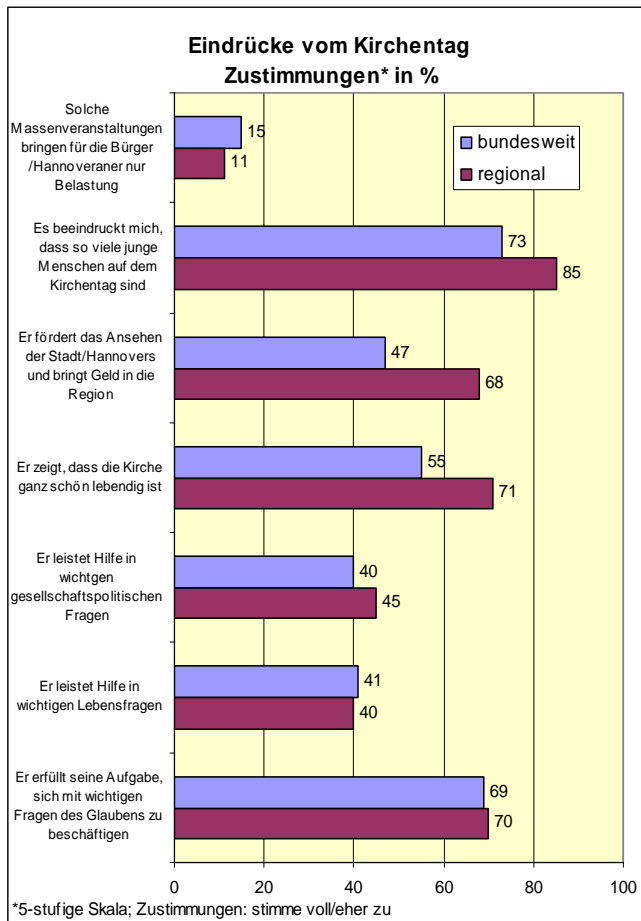
1.3.2 "Zeugnis und Dienst" einer jungen und lebendigen Kirche

Der Kirchentag 'beeindruckt' vor allem damit, dass er so viele junge Menschen anzieht, und dass er eine lebendige Kirche zeigt. Diese Einschätzungen finden mit 85 % und 71 % in der Region besonders große Zustimmung (bundesweit: 73 % und 55 %). Die Hannoveraner attestieren ihm zu mehr als zwei Dritteln und mit sogar 21 Prozentpunkten Abstand zu den bundesweit Befragten (47 %), dass er sich förderlich auf Stadt und Region auswirkt.

Diese überaus positiven Bewertungen stehen geradezu im Gegensatz zu der ansonsten gemeinhin bekannten – zugegebenermaßen etwas karikaturhaften – Einschätzung der Kirche als etwas verknöcherte Institution, die vornehmlich für die Anderen, für die Armen, Alten und Kranken zuständig ist, und die im Gottesdienst vorwiegend auf wenige ältere Frauen als treue Besucherinnen zählen kann. Vielleicht ist es dieser Hintergrund, vor dem sich der Kirchentag als besonders jung und lebendig abhebt.

Allerdings entbehren die Bewertungen der Befragten nicht der zahlenmäßigen Grundlage: Das Durchschnittsalter der Kirchentagsteilnehmerinnen und -teilnehmer in Hannover lag bei 36 Jahren², das der Befragten bundesweit bei 47, in der Region Hannover bei 46 Jahren.

² Vgl. DEKT (Hrsg.): „30. Evangelischer Kirchentag Hannover in Zahlen, 25. – 29. Mai 2005“, Stand 26.07.05, o.O.



Weitgehende Übereinstimmung der bundesweiten und regionalen Ergebnisse zeigt sich demgegenüber bei den Antwortvorgaben, die sich als – eher abstrakt formulierte – Erwartungen an den Kirchentag verstehen lassen, nämlich Hilfe in wichtigen „gesellschaftspolitischen“ und „Lebensfragen“ zu leisten sowie 'seine Aufgabe zu erfüllen, sich mit wichtigen Fragen des Glaubens zu beschäftigen'. Dabei findet die letztere Aussage sowohl bundesweit als auch regional eine bemerkenswert große Zustimmung.

Dieses Ergebnis ist durchaus überraschend, stellt man in Rechnung, dass religiöse Veranstaltungen des Kirchentages – insbesondere in der Region – doch auf eher geringes Interesse bei den Befragten stoßen (vgl. 1.2). Zwar könnte die große Zustimmung hier vornehmlich im Sinne einer hohen Akzeptanz der

Aufgabe des Kirchentages interpretiert werden, "sich mit wichtigen Fragen des Glaubens zu beschäftigen", ohne dass damit ein auch subjektiv positiver Eindruck einhergehen muss. Schließlich ist das Großevent Kirchentag eben als kirchliches definiert.

Dies ist jedoch nicht der Fall. Vielmehr zeigt sich, dass sowohl bundesweit als auch regional die Erwartungen sowohl an seine „Hilfe in wichtigen gesellschaftspolitischen“ und in „Lebensfragen“ als auch an seine Beschäftigung mit Glaubensfragen eng mit den konkreten positiven Eindrücken ‚Lebendigkeit der Kirche‘ und ‚viele junge Menschen‘ verkoppelt sind. Wer den genannten Erwartungen zustimmt, bestätigt auch die positiven Eindrücke zum Kirchentag: Gemeinsam bilden sie einen Assoziationsrahmen für das Großevent³. Offensichtlich gelingt es dem Kirchentag, sich über diese Kombination in der Bevölkerung zu profilieren, in einer 'lebendigen', auch für junge Menschen attraktiven Großveranstaltung "Zeugnis und Dienst in der Welt" zu leisten.

1.3.3 "Forum und Fest für jede und jeden"

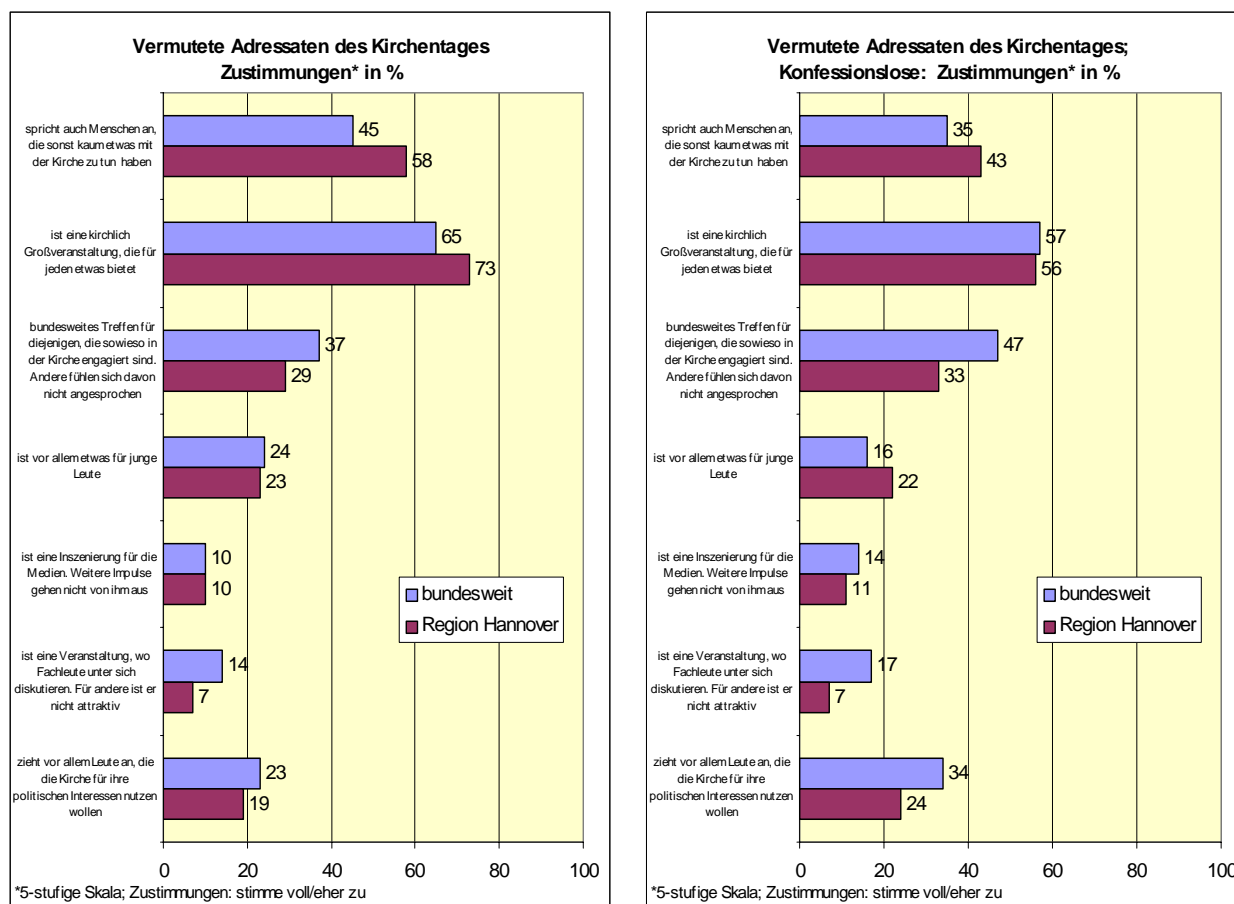
Die jüngste Teilnehmerbefragung zum Kirchentag, die – als schriftliche Erhebung – ebenfalls in Hannover 2005 durchgeführt wurde, bestätigt eine Entwicklung, die sich schon längerhin in den veröffentlichten Statistiken des DEKT⁴ ablesen lässt: Der Kirchentag wird zunehmend von den Engagierten getragen. Die – angemeldeten – Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind

³ Vgl. Anhang, 2, Nachweis statistischer Analysen, 2.2

⁴ Vgl. die jeweils vom DEKT erstellten Ausgaben „Kirchentag in Zahlen“; eine Zusammenstellung ist im SI als bisher unveröffentlichtes Manuskript für die Jahre von 1951 bis 2005 vorgenommen worden.

inzwischen fast zur Hälfte gleichzeitig Mitwirkende beim Kirchentag. Dabei beschränkt sich das Engagement der Teilnehmenden zumeist nicht nur auf das Großevent selbst. Die überwiegende Mehrheit zählt auch in den Heimatgemeinden zu den Aktivposten des kirchlichen Lebens. 70 % der Kirchentagsteilnehmer nehmen Leitungs- bzw. Gestaltungsaufgaben bei den Veranstaltungsangeboten der eigenen Gemeinde wahr. Mit 60 % bestätigt die überwiegende Mehrheit der Kirchentagsteilnehmer, sich in der Heimatgemeinde „sehr zu Hause zu fühlen“.⁵

Die Wahrnehmungen in der Bevölkerung zu den Adressatenkreisen des Kirchentages scheinen dem geradezu zu widersprechen, und das besonders deutlich in der Region Hannover, wo er direkt erlebt werden konnte: Nur eine Minderheit sieht ihn als „bundesweites Treffen für diejenigen, die sowieso in der Kirche engagiert sind“.



Die größte Zustimmung findet demgegenüber die Einschätzung des Kirchentages als „kirchliche Großveranstaltung, die für jeden etwas bietet“, gefolgt von der Bewertung, der Kirchentag „spricht auch Menschen an, die sonst kaum etwas mit der Kirche zu tun haben“.

Die weiteren – mitunter etwas negativ konnotierten – Aussagen, die alle spezifische Adressatenkreise des Kirchentages beschreiben, werden dagegen nur von wenigen Befragten bestätigt; sie treffen ganz überwiegend auf Ablehnung.

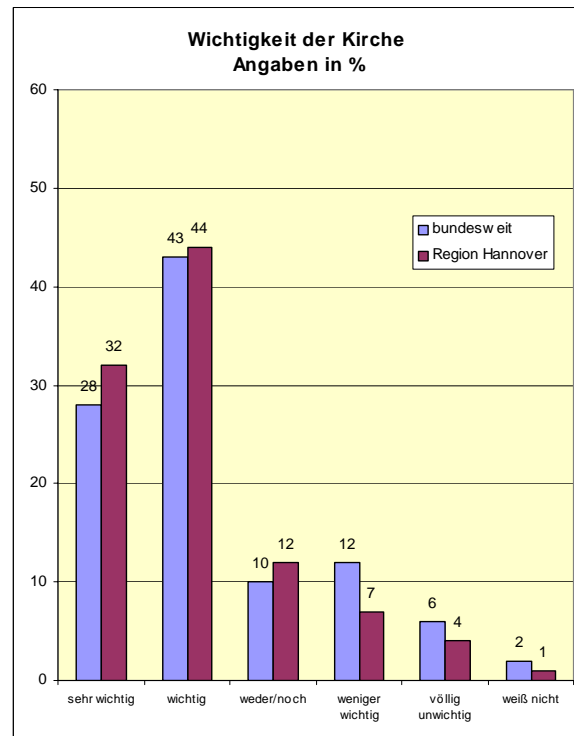
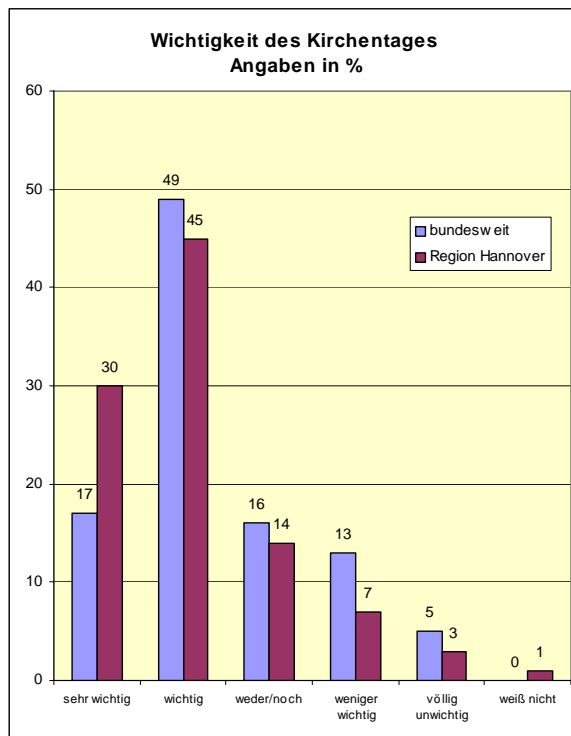
⁵ Hier gilt es, herzlich Herrn Dr. Jörg Jacobs von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder zu danken, der den Datensatz seiner Untersuchung zur Verfügung gestellt hat.

Selbst die besonders ‚kirchenfernen‘ Befragten, die Konfessionslosen, attestieren dem Kirchentag überwiegend, ‚für jeden etwas zu bieten‘, und bestätigen ihm – in der Region – mehrheitlich, auch Kirchenferne anzusprechen (stimme voll/eher zu: 43 %, teils-teils: 33%, stimme eher nicht/überhaupt nicht zu: 22%). In der Region trifft auch bei den Konfessionslosen die Sicht des Kirchentages als Treffen für die Engagierten demgegenüber mit 38 % überwiegend auf Ablehnung. Und bei den weiteren, den Adressatenkreis beschränkenden Formulierungen, ist ihre Ablehnung noch deutlich stärker ausgeprägt.

Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragungen scheinen also insgesamt eher den Anspruch des DEKT zu untermauern, „ein Forum und Fest für jede und jeden“ zu sein. Und dies muss auch gar nicht als Gegensatz zu den Befunden der DEKT-Statistik und der Teilnehmerbefragung verstanden werden: Der Kirchentag kann als Großevent nur stattfinden, weil er von den Engagierten getragen wird und insofern durchaus als Treffen der bundesweit in der Kirche Engagierten fungiert. Gleichzeitig aber gelingt es ihm offensichtlich, ‚für jeden etwas zu bieten‘, auch für Kirchenferne offen und attraktiv zu sein. Dafür dürften – nicht zuletzt – die Veranstaltungen verantwortlich zeichnen, von denen der Großteil der Befragten in der Region, auch der Konfessionslosen, „etwas mitbekommen“ hat, die Veranstaltungen in der Stadt (vgl. Kap. 1.1 und 1.2).

1.4 Imagegewinn für die Kirche

"Was halten Sie grundsätzlich davon, dass solche Kirchentage wie jetzt in Hannover



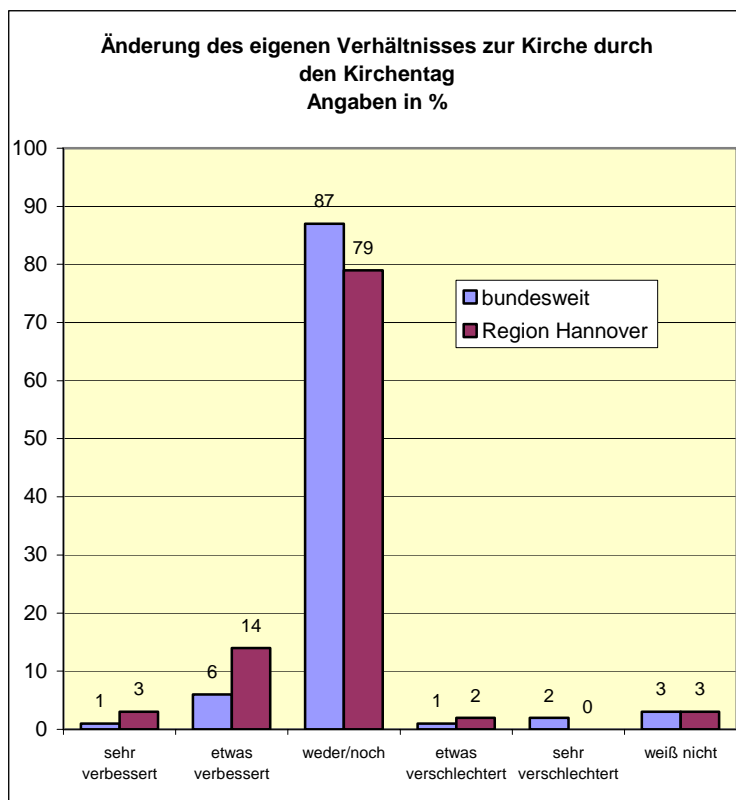
veranstaltet werden?" So lautete die Frage für die Gesamtbewertung des Kirchentages, bundesweit und in der Region Hannover. Jeweils eine große Mehrheit stuft dies als wichtig oder sehr wichtig ein. Und die Bevölkerung in der Region Hannover ist – einmal mehr – noch deutlich entschiedener in ihrem positiven Votum als dies bundesweit gilt. Allein die positive

Extremposition wählen 30 % der regional Befragten und damit fast doppelt so viele wie im Bundesgebiet.

Auch bei den Konfessionslosen zeigt sich ein markanter Unterschied in der Bewertung: Als zumindest wichtig bewerten den Kirchentag im Bundesgebiet immerhin 43 %, in Hannover antwortet mit 52 % sogar eine Mehrheit entsprechend.

Die evangelische Kirche als Institution beurteilen die Befragten ebenfalls ganz überwiegend als wichtig bzw. sehr wichtig. Dabei ergeben sich – anders als in der Gesamtbewertung des Kirchentages – nur geringfügige Diskrepanzen zwischen bundesweiten und regionalen Ergebnissen: 71 % der bundesweit Befragten und 76 % in der Region 'halten es für (sehr) wichtig, dass es die Kirche gibt'. Die Antworten der Konfessionslosen sind auch hier auffallend positiv: 41 % der bundesweit und 47 % der in der Region Befragten stufen die Kirche als zumindest wichtig ein.

Sowohl das Großevent Kirchentag als auch die Institution Kirche genießen also eine hohe Wertschätzung. Aber in welchem Verhältnis stehen sie aus Sicht der Befragten zueinander, werden sie überhaupt zueinander in Beziehung gesetzt? Oder wird der Kirchentag gewissermaßen als eigene Dimension wahrgenommen, die weitgehend unabhängig von der Institution Kirche besteht?



Ersten Aufschluss geben die Antworten auf die Frage danach, ob und wie sich 'durch den Kirchentag das eigene Verhältnis zur Kirche verändert' habe. Zwar antwortet die große Mehrheit der Befragten bundesweit und in der Region, keinerlei Veränderung feststellen zu können. Allerdings: Bundesweit meinen immerhin 7 %, dass sich der Kirchentag positiv auf ihr Kirchenverhältnis ausgewirkt hat, in der Region liegt dieser Anteil sogar bei 17 %. Der Blick auf die Konfessionslosen bringt vergleichbare Ergebnisse zu Tage mit einem Anteil von bundesweit 6 % und regional 11 %, die entsprechend urteilen.

Zwar sind dies keine so genannten harten Daten – wie z. B. gestiegene Marktanteile wirtschaftlicher Organisationen. Es ist wohl auch kaum davon auszugehen, dass diese Verbesserung im eigenen Verhältnis zur Kirche eine stärkere Beteiligung am kirchlichen Gemeindeleben bewirkt. Jedoch weisen diese Ergebnisse einen Imagegewinn für die Kirche, vor allem in der Region, aus, der nicht unterschätzt werden sollte. Jedenfalls erreichen Öffentlichkeitskampagnen nur selten solch hohe Werte.

Dieser Imagegewinn für die Kirche wird noch dadurch untermauert, dass die subjektiv wahrgenommene, durch den Kirchentag bewirkte Veränderung des eigenen Kirchenverhältnisses zusammenhängt mit der zugesprochenen Wichtigkeit sowohl des Kirchentages als auch der Kirche⁶: Je eher bzw. stärker sich das eigene Verhältnis zur Kirche verbessert hat, desto wichtiger wird der Kirchentag, desto wichtiger wird auch die Kirche eingestuft – und umgekehrt. Dabei ist der jeweilige Zusammenhang in der Region Hannover noch deutlich stärker ausgeprägt als bundesweit.

Zwar beantworten solche festgestellten Zusammenhänge nicht die Frage nach Ursache und Wirkung. Doch zeigen diese Ergebnisse, dass auch die jeweiligen Bewertungen von Kirchentag und Kirche eben nicht unabhängig voneinander erfolgen, sondern vielmehr miteinander verknüpft sind, und das besonders in der Region. Angesichts der bei den Hannoveranern noch deutlicheren Verbesserung des eigenen Kirchenverhältnisses kann man also durchaus vermuten, dass durch den Kirchentag auch die Wichtigkeit der Kirche gewachsen ist, diese also erst mit dem Kirchentag das bundesweite Zustimmungsniveau erreicht hat.

⁶ Vgl. Anhang, 2, Nachweis statistischer Analysen; 2.4.

2 Vergleich der Ergebnisse aus der ersten und der zweiten Befragungswelle

2.1 Anhaltend positive Resonanz

Es ist keine Frage: Zwei Wochen Abstand zum Großevent Kirchentag sind kein besonders langer Zeitraum, wenn man bei der Frage der Nachhaltigkeit die zeitliche Perspektive nicht aussparen will. Andererseits verflüchtigen sich Effekte solcher Großveranstaltungen besonders schnell, wenn sie vorwiegend über die Medien wahrgenommen wurden, wenn man nicht selbst "dabei war". Und dafür sind zwei Wochen schon wieder ein recht langer Zeitraum. Für die Wiederholungsbefragung galt es, beide Aspekte zu berücksichtigen. Darüber hinaus sollte vermieden werden, in den angesichts des angekündigten Papstbesuches zu erwartenden Strudel der Medienberichterstattung zum "Weltjugendtag" in Köln zu geraten.

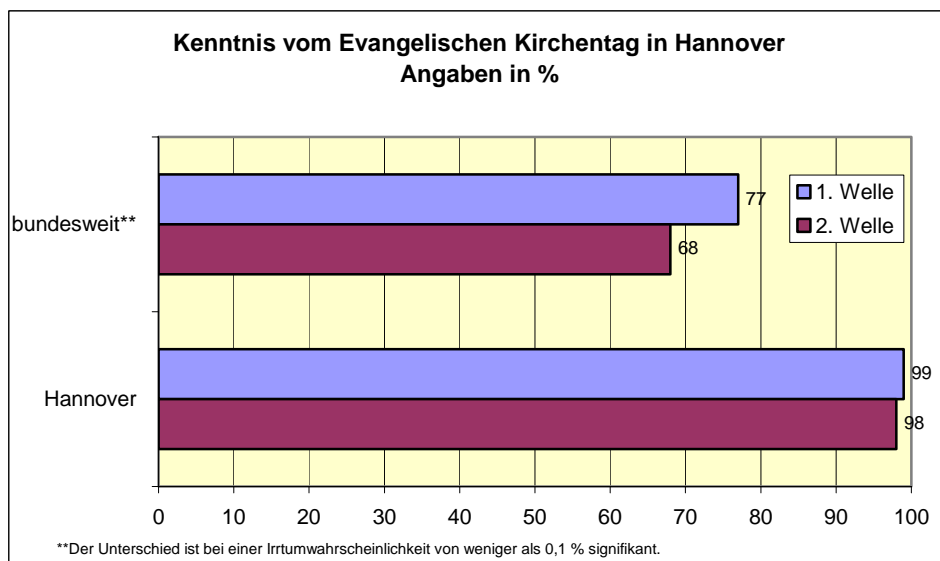
Als Hauptergebnis aus dem Vergleich der beiden Befragungswellen kann festgehalten werden: Die positive Resonanz auf den Kirchentag in der Bevölkerung ist erhalten geblieben. Bis auf wenige Ausnahmen sind überhaupt keine nennenswerten Unterschiede in den Ergebnissen nachweisbar. Dieser Befund gilt sowohl bundesweit als auch regional⁷.

Damit bleiben auch die auffallenden Unterschiede zwischen bundesweit und regional Befragten in den Sichtweisen und Bewertungen des Kirchentags im zeitlichen Abstand erhalten: Der Kirchentag entwickelt und behält seine besondere Strahlkraft in der Region, wo er – insbesondere mit seinen kulturellen Veranstaltungen in der Stadt – auch Menschen mobilisieren konnte, die nicht aktiv ihre Teilnahme geplant hatten. Die Dimension des persönlichen Erlebens dieses Großevents hinterlässt tiefere und dauerhaftere Spuren im Bewusstsein, als dies eine vorwiegend nur vermittelte 'Erfahrung' leisten kann. Und diese unterschiedliche Wirkung wird auch bei jenen wenigen Fragen sichtbar, die Abweichungen in den Ergebnissen der zweiten Befragungswelle ausweisen.

⁷ vgl. Anhang, 1, Fragebogen und Ergebnisse

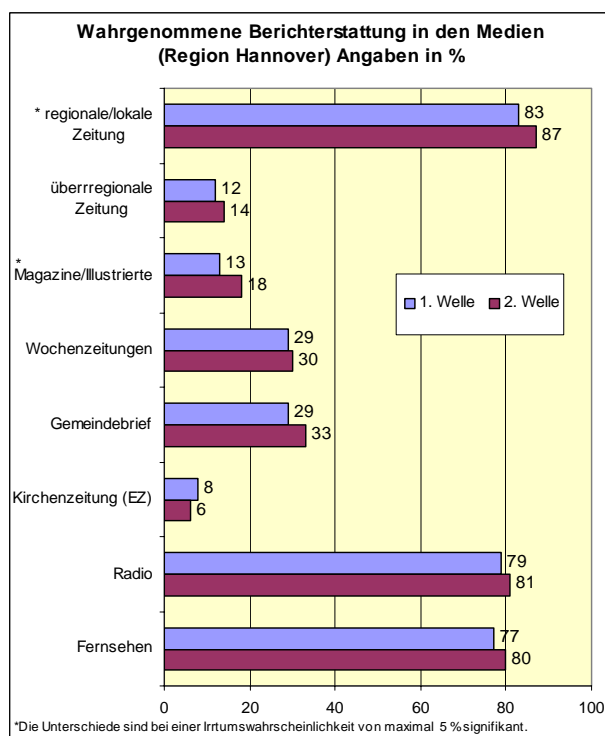
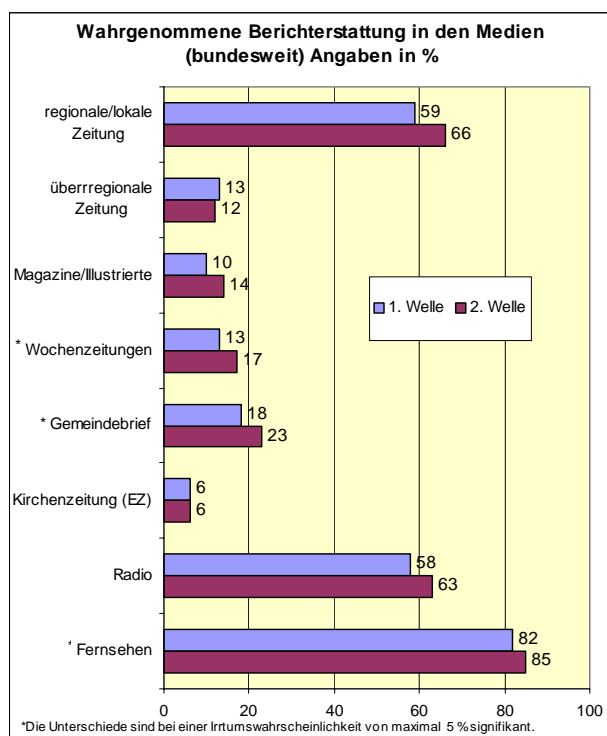
2.2 Veränderung der Präsenz in den Medien

Die deutlichste Abweichung in den Werten der Wiederholungsbefragung überhaupt zeigt sich für die Bekanntheit des Kirchentages bei den bundesweit Befragten: Sie ist im Zeitraum zwischen den Befragungswellen um neun Prozentpunkte gesunken. Dies kann wohl auf ein gewisses Verblässen der Erinnerung an die Berichterstattung in den Medien zum Kirchentag zurückgeführt werden, der naturgemäß nach seinem Abschluss kaum noch als Thema für die schnellebigen Erzeugnisse dieser Branche interessant ist. In der Region hingegen hat sich an der fast hundertprozentigen Reichweite in der Bekanntheit des Kirchentages praktisch nichts verändert.



zum Kirchentag zurückgeführt werden, der naturgemäß nach seinem Abschluss kaum noch als Thema für die schnellebigen Erzeugnisse dieser Branche interessant ist. In der Region hingegen hat sich an der fast hundertprozentigen Reichweite in der Bekanntheit des Kirchentages praktisch nichts verändert.

Kleinere, dabei aber z. T. noch nachweisbare Veränderungen zeigen sich für diejenigen, denen der Kirchentag in Hannover 2005 auch im zeitlichen Abstand bekannt ist, wenn es (wiederum) um die Berichterstattung in den Medien geht, und zwar über die Frage nach wahrgenommenen Berichten in unterschiedlichen Printmedien, in Fernsehen und Radio. Allerdings



werden hier, wenn überhaupt Abweichungen nachweisbar sind, sogar Steigerungen sichtbar.

Dieser leichte Anstieg der Werte macht, selbst für den Fall, dass er nicht auf genauer Wahrnehmung der Befragten beruht, sondern nur ein Ergebnis subjektiver Verzerrungen der Erinnerung sein sollte, deutlich: Für diejenigen, denen das Großevent Kirchentag im Bewusstsein geblieben ist, ist in der Rückschau seine mediale Präsenz, und damit auch seine Bedeutung, eben nicht verblasst, sondern sogar eher noch gewachsen. Insgesamt lässt sich an den Ergebnissen die überhaupt, damit aber auch für den Kirchentag selbst überragende Bedeutung von Rundfunk und regionaler Tagespresse erkennen, wenn es um Breitenwirkung geht.

Abgesehen davon erweist sich vor allem der Gemeindebrief als bemerkenswerter Informationsweg. Unter evangelischen Kirchenmitgliedern erlangt er eine noch höhere Bedeutung mit 23 % bzw. 35 % der bundesweit Befragten und 36 % bzw. 42 % in der Region Hannover. Dabei ist – wie immer bei solchen Fragen – nicht eindeutig zu entscheiden, inwieweit die Befragten hier auch ihre generelle Nutzung des jeweiligen Mediums einfließen lassen.

Der vergleichende Blick auf bundesweite und regionale Ergebnisse unterstreicht noch einmal, dass der Kirchentag in der hannoverschen Bevölkerung eine noch deutlich intensivere Wahrnehmung – mit Ausnahme der Fernsehnutzung – auch über die Medien gefunden hat. Darin wird sich eine über eigenes Interesse bzw. Erleben erhöhte Aufmerksamkeit niederschlagen, ein Effekt, der wohl jedem aus eigener Anschauung geläufig ist.

Mit den hier dargestellten Vergleichen der beiden Befragungswellen erschöpfen sich denn auch schon die Möglichkeiten, Veränderungen in den Sichtweisen der bundesweiten und der hannoverschen Bevölkerung zum Kirchentag nachzuweisen. So kann – wenn auch nur für eine zeitlich relativ kurze Frist – von einem Erfolg des Kirchentages im Blick auf seine Nachhaltigkeit gesprochen werden.

3 Personenkreise

Gibt es Merkmale, die gewissermaßen als Indikatoren für einen Besuch des Kirchentages betrachtet werden können? Welche Angebote treffen bei Menschen auf Interesse, die dieses Großevent zum ersten Mal selbst kennen lernen oder sogar an ihm teilnehmen, wie bewerten sie den Kirchentag? Unterscheiden sie sich darin von denen, die den Kirchentag schon länger aus eigener Anschauung kennen und öfter daran teilnehmen?

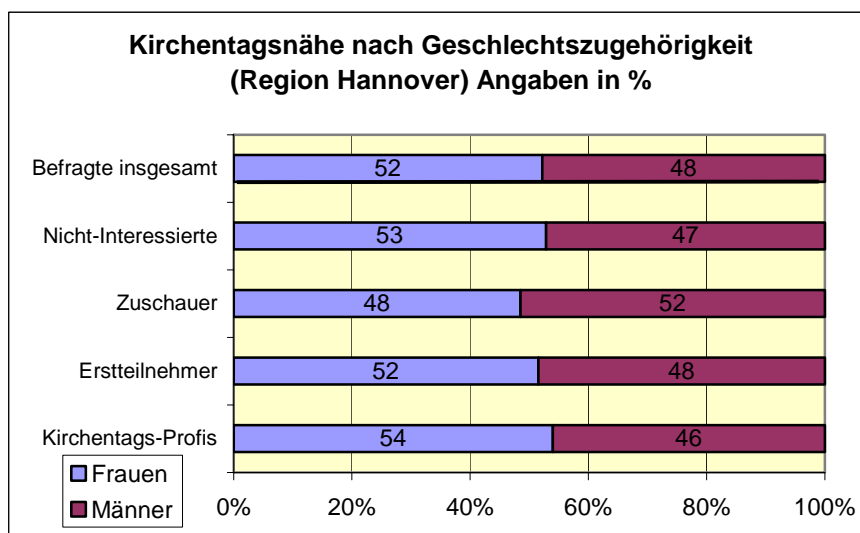
Mit der weitgehenden Übereinstimmung der Ergebnisse der beiden Befragungswellen eröffnete sich die Möglichkeit, diesen Fragen für die Erhebungen in der Region Hannover nachzugehen. Durch die Zusammenfassung der Stichproben war die Zahl von insgesamt 2.000 Befragten hoch genug, um eine Differenzierung von Personenkreisen nach Aufmerksamkeit für bzw. Teilnahme am Kirchentag vornehmen zu können. Sie sind in der folgenden Tabelle bezeichnet und erläutert.

Personenkreise	Etwas von DEKT-Veranstaltungen mitbekommen	Aktuelle DEKT-Teilnahme	Frühere DEKT-Teilnahme	Anzahl	Anteile
Nicht-Interessierte	nein	nein	nein	558	32 %
Zuschauer	ja	nein	nein	627	36 %
Ersteilnehmer	ja	ja	nein	394	22 %
Kirchentags-Profis	ja	ja	ja	188	11 %

Schon die Verteilung der Personenkreise zeigt, in welchem hohem Maß dieser Kirchentag Menschen mobilisieren konnte. Die so bezeichneten Zuschauer und Ersteilnehmer zusammen stellen mit 58 % die Mehrheit, allein 22 % der Befragten in der Region Hannover rechnen sich zu den Ersteilnehmern.

3.1 Soziodemographisches

3.1.1 Keine geschlechtsspezifischen Abweichungen



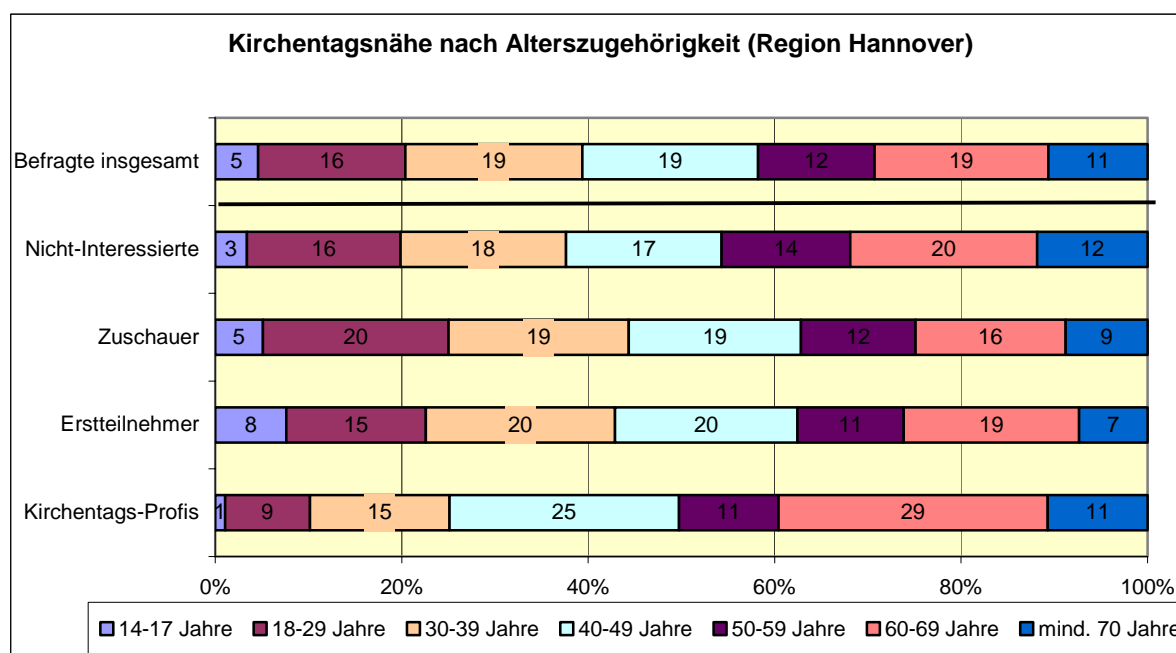
Wenn es in empirischen Untersuchungen um die Frage der Beziehungen zur Kirche geht, ergeben sich zu meist deutliche geschlechtsspezifische Abweichungen: Frauen erweisen sich im Vergleich zu Männern als die Kirchnäheren. In der Tendenz scheint sich dieser bekannte Effekt auch für den

Kirchentag abzubilden. Unter den Zuschauern ist der Anteil der Männer gegenüber den Frauen etwas höher, bei den Kirchentags-Profis sind die Frauen etwas stärker als die Männer vertreten. Allerdings halten diese Unterschiede einer statistischen Prüfung nicht stand und müssen deshalb als zufällige, scheinbare Abweichungen betrachtet werden

3.1.2 Mobilisierung der Jüngeren

Ein anderes Bild ergibt sich allerdings, wenn man die Personengruppen nach ihrer Alterszugehörigkeit differenziert. Bei den Zuschauern und den Erstteilnehmern sind die jüngeren Altersgruppen nämlich weitaus stärker repräsentiert als bei den Kirchentags-Profis. Zwar mag dies zunächst kaum überraschen, wachsen doch mit zunehmenden Alter einfach die gegebenen Möglichkeiten, schon mehrfach das alle zwei Jahre stattfindende Großereignis miterlebt zu haben.

Der Vergleich mit der Altersverteilung in der Gesamtstichprobe zeigt denn auch, dass Zuschauer und Erstteilnehmer mit einem Durchschnittsalter von 43 Jahren jünger sind als die regional Befragten insgesamt mit durchschnittlich 45 Jahren. Die Kirchentags-Profis hingegen sind mit im Schnitt 49 Jahren deutlich älter; dabei fallen vor allem die stark vertretenen 60- bis 69-jährigen ins Auge.



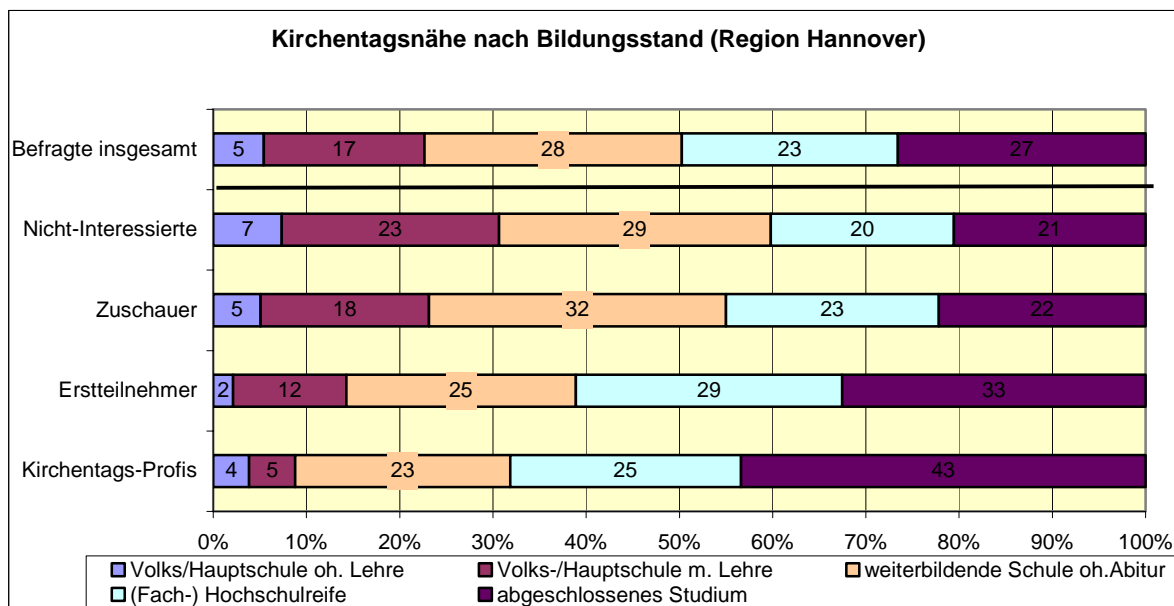
Als besonders interessante Gruppe im Blick auf die Altersverteilung erweisen sich die Zuschauer: Unter ihnen sind die 18- bis 29-jährigen mit einem Fünftel am stärksten vertreten, und dies im Unterschied zu allen anderen Befragten. Dieses Ergebnis verdient, eigens hervorgehoben zu werden; denn in kirchensoziologischen Untersuchungen erweist sich gerade die Altersgruppe der 18- bis 29-jährigen zumeist als besonders kirchendistanziert, sowohl in Bezug auf die Einstellungen zu Kirche und Glaube als auch in der Beteiligung am kirchlichen Leben. Dem Kirchentag ist es offenbar gelungen, in dieser sonst nur schwer zu erreichenden Altersgruppe sogar überproportional Interesse zu wecken.

Bei den Erstteilnehmern sind die Jüngsten unter den Befragten, die 14- bis 17-jährigen mit 8 % im Vergleich zu allen anderen Befragten am stärksten vertreten. Hierin schlägt sich ein Ergebnis nieder, dass in den Teilnehmerstatistiken des DEKT noch deutlicher zum Ausdruck kommt, und den Kirchentag in Hannover 2005 als besonderen herausstellt: Er konnte mit 26 % Kirchentagsteilnehmern unter 18 Jahren die seit Mitte der 80er Jahre (!) größte Mobilisierung der Jüngsten verbuchen⁸ – und dies gegen schon lange negativen Trend der Geburtenentwicklung in der deutschen Bevölkerung. Dazu mag durchaus die Lösung "Wenn dein Kind dich morgen fragt ..." beigetragen haben, die für diesen Kirchentag, für viele seiner Angebote und Aktionen stand.

Der Kirchentag kann als eigenen Erfolg verbuchen, verstärkt die Zugehörigen jüngerer Altersgruppen erreicht zu haben. Damit bestätigt die Differenzierung der Befragtenkreise letztlich auch den ganz überwiegenden Eindruck bei allen Befragten, "dass so viele junge Leute auf dem Kirchentag sind".

3.1.3 Aktive Teilnehmer sind höher gebildet

Die Struktur der Bildungsabschlüsse weist besonders augenfällige Abweichungen in den Befragtengruppen aus. Sie macht damit auch in der Bevölkerungsbefragung eine Adressatenorientierung sichtbar, die dem Kirchentag wohl schon immer zu eigen gewesen ist und bereits in der ersten Gesamtbefragung der Kirchentagsteilnehmer im Jahr 1985 nachgewiesen wurde⁹: Der Kirchentag ist vornehmlich auf ein höher gebildetes Publikum ausgerichtet.



Unter Erstteilnehmern und Kirchentags-Profis haben Personen mit abgeschlossenem Studium die größten Anteile. Bei den Kirchentagsprofis kann dieser Anteil mit 43 % geradezu als extrem hoch bezeichnet werden. Rechnet man die Anteile der Befragten mit (Fach-) Hochschulreife hinzu, so haben mehr als zwei Drittel der Kirchentags-Profis zumindest die Zu-

⁸ Vgl. die jeweils vom DEKT erstellten Ausgaben „Kirchentag in Zahlen“; a.a.O.

⁹ Vgl. Feige, Andreas, Lukatis, Ingrid, Lukatis, Wolfgang: Kirchentag zwischen Kirche und Welt, Berlin 1987, S. 23f.

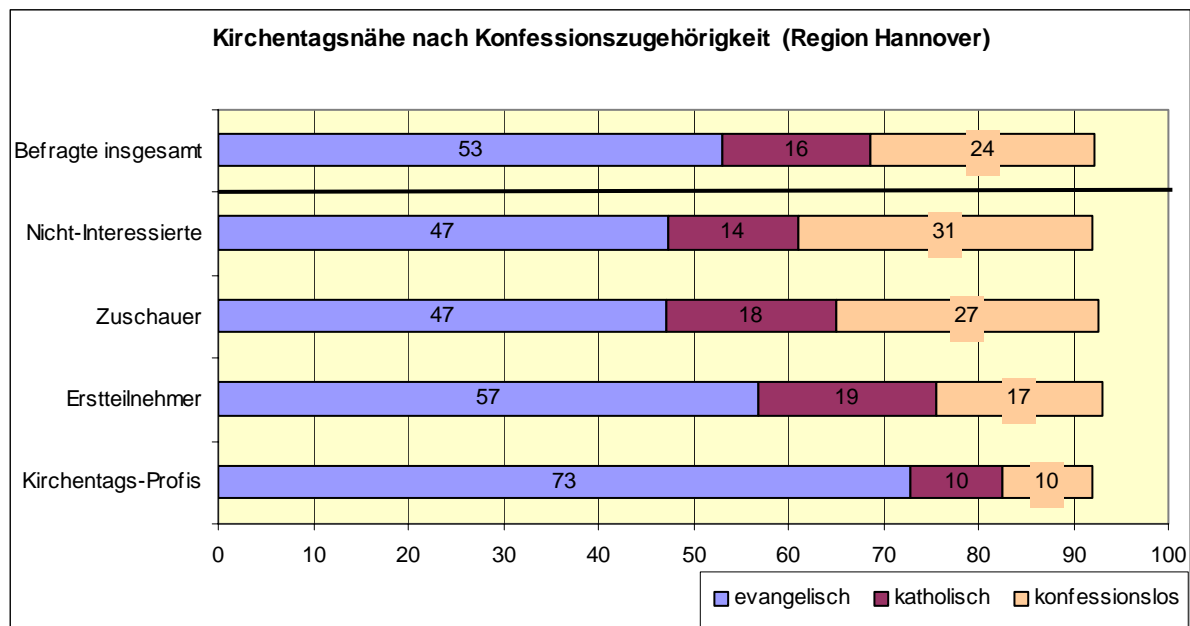
gangsvoraussetzungen für ein Studium erfüllt. Personen mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss hingegen sind mit 9 % zahlenmäßig nur eine kleine Minderheit.

Bei den Nicht-Interessierten sind – in Passung dazu – die höheren Bildungsabschlüsse im Vergleich zu allen anderen Gruppen unterrepräsentiert, während Personen mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss mit einem knappen Drittel sogar den größten Anteil stellen.

Die Zuschauer erscheinen auch in ihrer Bildungsstruktur als besonders beachtenswerter Personenkreis; denn sie entsprechen darin weitgehend der Gesamtverteilung in der Bevölkerungsbefragung. Der Kirchentag konnte also durchaus Personen mit ‚niedrigeren‘ formalen Bildungsabschlüssen erreichen. Nur deutet über den Vergleich zu den Erstteilnehmern und Kirchentags-Profis alles darauf hin, dass diese kaum zum (künftigen) Stammpublikum zählen werden.

3.1.4 Kirchentag nicht nur für Evangelische

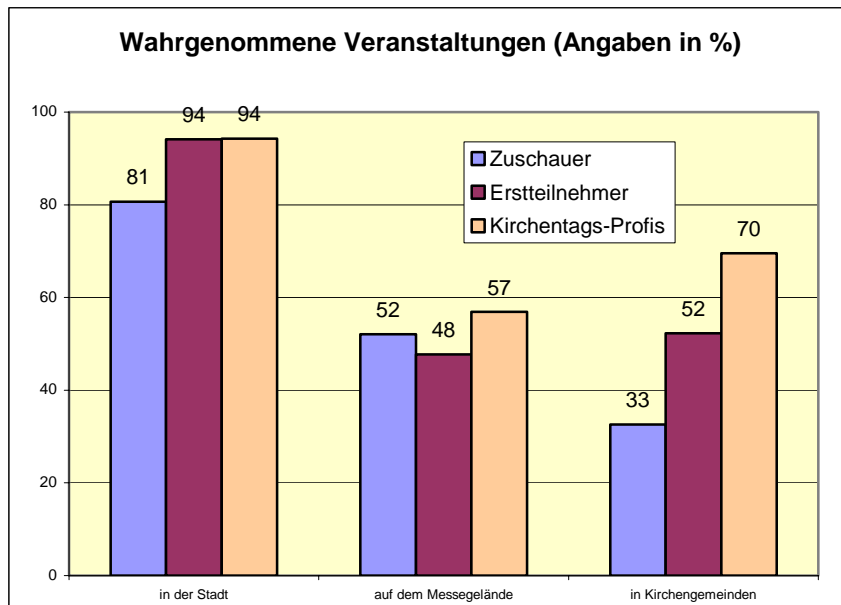
In der konfessionellen Struktur der Befragten bildet sich zunächst ab, dass sowohl die Region Hannover als natürlich auch der evangelische Kirchentag selbst protestantischer Prägung sind: Unter den Befragten insgesamt ist mit 53 % etwa die Hälfte evangelisch. Bei Nicht-Interessierten und Zuschauern sind die Evangelischen deutlich unterrepräsentiert (47 %), während sie bei Erstteilnehmern (57%) und vor allem bei den Kirchentags-Profis (73%) die Mehrheit stellen.



Bemerkenswert ist gleichwohl, dass die Konfessionslosen unter den Zuschauern mehr als ein Viertel ausmachen und selbst unter den Erstteilnehmern und den Kirchentags-Profis noch zu 17 % bzw. 10 % vertreten sind. Könnte man für die Erstteilnehmer noch als Erklärung ins Feld führen, dass sich hierzu viele der Befragten rechnen, die die eine oder andere Veranstaltung in der Innenstadt miterlebt haben, ohne dafür eine Eintrittskarte erworben zu haben, so scheint dies für die Kirchentags-Profis doch eher unwahrscheinlich zu sein. Die nähere Betrachtung der Konfessionslosen erlaubt eine Deutung dieses Ergebnisses, der ei-

ne größere Plausibilität zugerechnet werden kann: Die Konfessionslosen unter den Kirchentags-Profis sind praktisch ausnahmslos aus der Kirche Ausgetretene. Es liegt nahe anzunehmen, dass das Großevent Kirchentag für sie – auch nach dem Kirchenaustritt – attraktiv geblieben ist.

3.2 Interesse an Veranstaltungen: Gesellschaftlich-Kulturelles für alle, Religiöses für kirchlich Gebundene



Die Nicht-Interessierten bleiben bei den folgenden Ergebnissen definitionsgemäß außer Betracht, da sie angeben, nichts "von den Veranstaltungen des Kirchentages mitbekommen" zu haben.

Den zweifellos größten Anziehungspunkt des Kirchentages bildeten die Veranstaltungen in der Stadt. Unter den Zuschauern haben vier

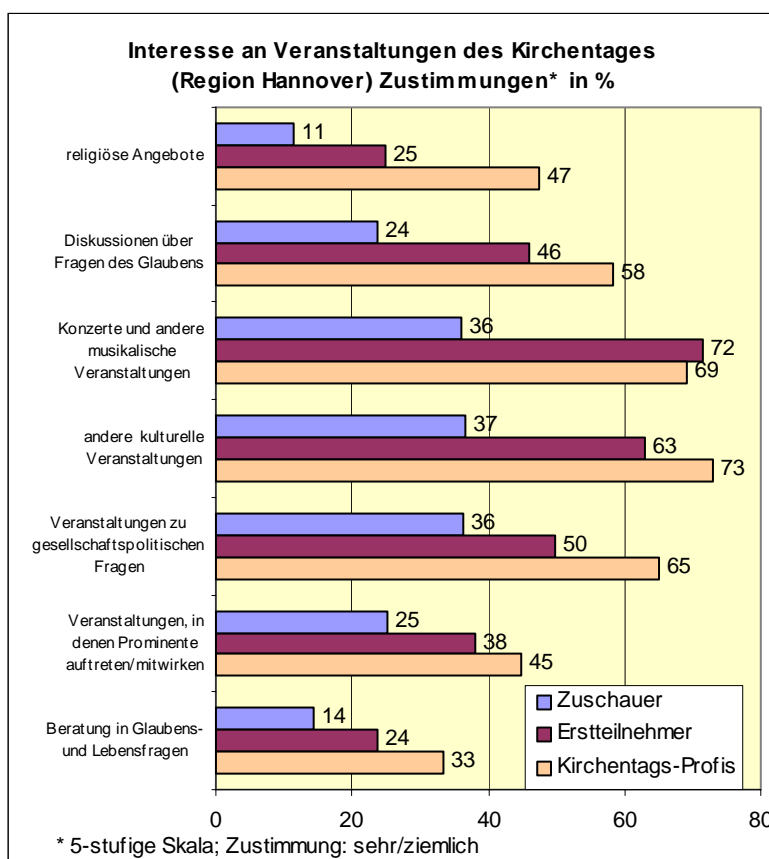
Fünftel "davon etwas mitbekommen". Angesichts der schon mehrfach hervorgehobenen Präsenz des Kirchentages in der Stadt wird man davon ausgehen können, dass die Befragten hiermit überwiegend die direkte, nicht nur die medial vermittelte, Wahrnehmung von Veranstaltungen meinen.

Auch das ganz am Rande der Stadt liegende Messegelände hat offensichtlich ein bemerkenswertes Interesse selbst unter Zuschauern und Erstteilnehmern mit etwa je der Hälfte der Nennungen gefunden. Hier bleibt jedoch der große Zuspruch gerade der Zuschauer klärungsbedürftig; denn der Zutritt zum Messegelände erforderte eine Eintrittskarte. Die Zuschauer verneinen aber, aktiv am Kirchentag teilgenommen zu haben. Es mag sein, dass sie vornehmlich über die Berichterstattung in den Medien "etwas von den Veranstaltungen auf dem Messegelände mitbekommen" haben.

Für die Veranstaltungen in Kirchengemeinden sind die deutlichen Unterschiede zwischen Zuschauern (33 %), Erstteilnehmern (52 %) und Kirchentags-Profis (70 %) wenig überraschend. Sie können zudem als Hinweis auf die aktive Einbindung vieler Kirchentagsprofis in das Leben der Kirchengemeinden zu verstehen sein. Ein Vergleich der Ergebnisse auf die Frage nach dem Gottesdienstbesuch ist jedenfalls ein weiteres, deutliches Indiz für die Richtigkeit dieser Annahme: Kirchentags-Profis geben zu 43 % an, mindestens zweimal im Monat den Gottesdienst zu besuchen, Erstteilnehmer zu 23 % und Zuschauer nur noch zu 10 %.

Die weitergehende Frage nach dem konkreten Interesse an Kirchentagsveranstaltungen lässt in der Antwortverteilung der Personengruppen in erster Linie das unterschiedliche Niveau der Zustimmungen hervortreten: Die Zuschauer antworten eher etwas verhalten; die Erstteilnehmer, und allen voran die Kirchentags-Profis reagieren insgesamt mit erheblich größerer positiver Resonanz.

Betrachtet man sich jedoch die jeweilige Rangfolge der zustimmenden Antworten, so weichen die Gruppen kaum voneinander ab. Wie bei der Gesamtzahl der Befragten in



der Region Hannover können "Konzerte" sowie "andere kulturelle Veranstaltungen" den größten Zuspruch verbuchen, gefolgt von "gesellschaftspolitischen Diskussionen". Erst danach, und mit zum Teil weitem Abstand, treffen auch Angebote mit religiöser Thematik auf Interesse.

Unbeschadet der großen Übereinstimmung in der Abfolge der Präferenzen verdienen zwei besonders augenfällige Ausnahmen eigene Erwähnung: Bei den Erstteilnehmern erreichen "Konzerte und andere musikalische Veranstaltungen" die mit 72 % größte Zustimmung. Erst mit einem Unterschied von neun Prozentpunkten folgt "andere kulturelle Veranstaltungen". Die Kirchentags-Profis rechnen die 'religiösen Angebote' mit 47 % Zustimmungen mehrheitlich zu den sehr bzw. ziemlich interessanten Veranstaltungen.

Es bleibt die Frage, ob es bestimmte Faktoren gibt, die auf die Ausrichtung des Veranstaltungsinteresses¹⁰, einwirken, ob sich daraus genauere Beschreibungsmöglichkeiten für die Erreichbarkeit der nach Kirchentagsnähe differenzierten Personenkreise entwickeln lassen.

Hierfür wurde ermittelt, ob und in welcher Weise jedes der soziodemographischen Merkmale sowie die Wahrnehmung der Veranstaltungsorte auf das Interesse an Kirchentagsveranstaltungen einwirken¹¹, das in seiner "gesellschaftlich-kulturellen" und "religiösen" Ausrichtung in die Analyse aufgenommen wurde.

Bei den **Zuschauern** lassen sich für das gesellschaftlich-kulturelle Veranstaltungsinteresse keine Effekte nachweisen. Zwar spielt insbesondere der formale Bildungsstand durchaus ei-

¹⁰ vgl. Anhang, 2, Nachweis der statistischen Analysen, 2.3.

¹¹ vgl. Anhang, 2, Nachweis statistischer Analysen, 2.4.

ne Rolle. Doch geht dies keineswegs so weit, dass eine höhere Bildung entscheidend für das Interesse an gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen wäre. Im Grundsatz bedeutet dies, dass es bei denjenigen, die überhaupt etwas von den Veranstaltungen des Kirchentages "mitbekommen" haben, keinen Unterschied für das Interesse an diesen Veranstaltungen macht; ob sie Mann oder Frau, jünger oder älter, Kirchenmitglied oder konfessionslos sind.

Religiöse Veranstaltungen hingegen finden eher bei Frauen, bei Älteren und denjenigen Interesse, die auch Veranstaltungen in Kirchengemeinden wahrgenommen haben. Den größten Einfluss für das Interesse an religiösen Veranstaltungen hat die Kirchengemeinschaft. In anderen – etwas verkürzenden – Worten: Religiöse Veranstaltungen erreichen vorwiegend die ohnehin in die Kirche Eingebundenen.

Betrachtet man sich bei den **Erstteilnehmern** die soziodemographischen Einflussgrößen in ihrer Wirkung auf das gesellschaftlich-kulturelle Interesse, so scheint zumindest einigen durchaus eine gewisse Bedeutung zuzukommen: Es sind nämlich vor allem Frauen, die hier ein größeres Interesse zeigen, eher etwas Ältere und Höhergebildete. Auch die Frage, ob über die Veranstaltungen in der Stadt hinaus etwas vom Kirchentag wahrgenommen wird, macht sich hier positiv bemerkbar. Die Frage der Kirchengemeinschaft hingegen hat keinerlei Bedeutung.

Für das religiöse Interesse erweisen sich die gleichen Einflussfaktoren als wichtige Wirkgrößen, die bereits bei den Zuschauern ermittelt wurden, und zwar in noch deutlich stärkerer Ausprägung. Auch für die Erstteilnehmer gilt also, dass das Interesse an religiösen Veranstaltungen des Kirchentages die kirchliche Eingebundenheit voraussetzt.

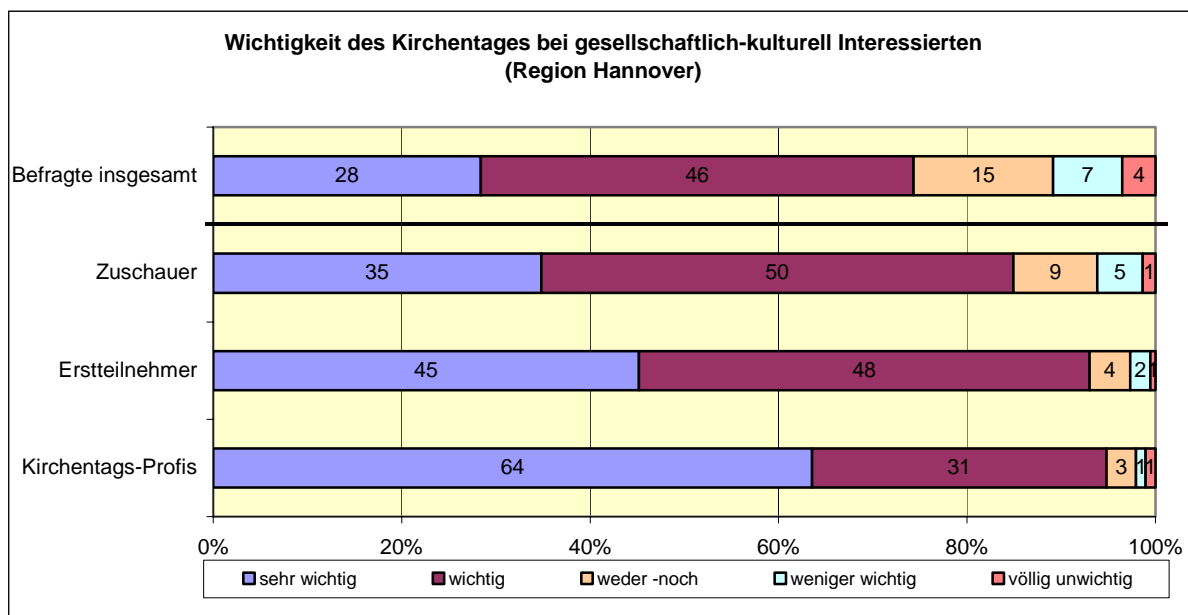
Für die **Kirchentags-Profis** ist keine Gesamtwirkung der soziodemographischen Merkmale und der Wahrnehmung der Veranstaltungsorte auf das gesellschaftlich-kulturelle Veranstaltungsinteresse auszumachen. Angesichts der überaus großen Attraktivität dieser Veranstaltungen bei den Kirchentags-Profis kann dies auch nicht verwundern. Unter ihnen wird kaum jemand zu finden sein, der sich nicht auch für diese Veranstaltungen gewinnen ließe.

In Bezug auf ihr religiöses Veranstaltungsinteresse hingegen lassen sich durchaus Einflussfaktoren erkennen, und sie entfalten eine deutliche Wirkung. Es sind dies die Kirchengemeinschaft und die Wahrnehmung von Veranstaltungen in Kirchengemeinden. Religiöse Veranstaltungen sind auch unter den Kirchentagsprofis praktisch nur für die eingebundenen Kirchenmitglieder von großem Interesse, wobei im Unterschied zu den anderen Gruppen Geschlechts- und Alterszugehörigkeit überhaupt keine Rolle (mehr) spielen.

In der Zusammenschau dieser Ergebnisse wird deutlich, dass es die gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen sind, mit denen der Kirchentag ein breites Publikum erreichen kann. Sie sind geeignet, Menschen unabhängig von deren kirchlicher Bindung anzusprechen. Die eindeutig religiös ausgerichteten Veranstaltungen hingegen scheinen eher die Adressatenorientierung zu reproduzieren, die aus dem kirchlichen (Gemeinde-)Leben hinlänglich bekannt ist; sie erreichen vornehmlich die ohnehin kirchlich Eingebundenen.

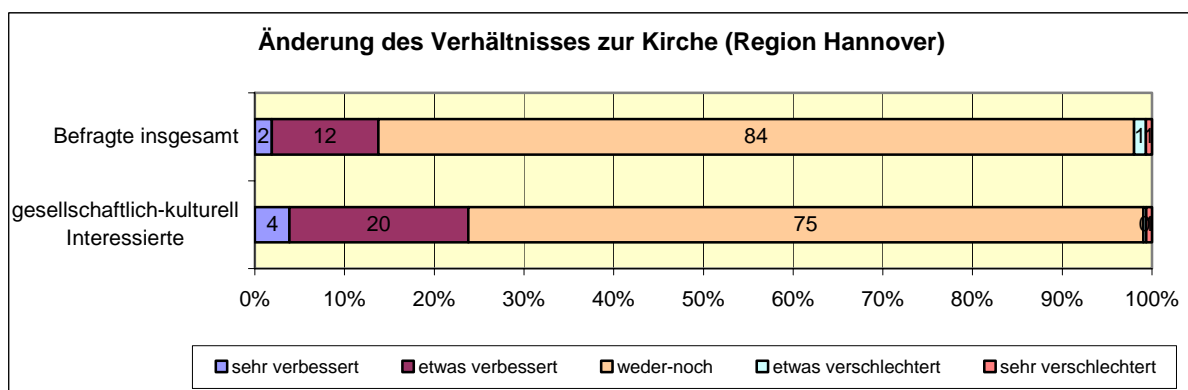
3.3 Imagegewinn für die Kirche: auch durch gesellschaftlich-kulturelle Veranstaltungen

Dennoch kann dem Großevent in gewisser Weise doch auch ein "missionarischer" Erfolg zugesprochen werden. Denn diejenigen, die an gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen interessiert sind, halten im Vergleich zum Durchschnitt aller Befragten in der Region Hannover den Kirchentag für (noch) wichtiger. Dieser Befund zeigt sich nicht nur bei Erstteilnehmern und Kirchentagsprofis, sondern gilt selbst für die Zuschauer mit gesellschaftlich-kulturellem Veranstaltungsinteresse, die den Kirchentag zu 85 % für (sehr) wichtig halten, während die Befragten insgesamt 'nur' zu 74 % dieses Votum abgeben.



Zwar mag hier eingewendet werden, dass diesen Ergebnissen eine Redundanz innewohnt insofern, als die Befragten mit Interesse an gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen dem Kirchentag möglicherweise eben nur als gesellschaftlich-kulturellem Großevent eine große Bedeutung zusprechen.

Doch zeichnen die Antworten auf die Frage nach der Wichtigkeit der evangelischen Kirche ein ganz ähnliches Bild: Auch hier stufen selbst die Zuschauer, die an gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen des Kirchentags interessiert sind, mit 81 % die Kirche noch häufiger als wichtig oder sehr wichtig ein als die Befragten insgesamt (75 %).



Darüber hinaus zeigen sich auch für die Änderung des Verhältnisses zur Kirche entsprechende Effekte. Sie lassen sich zwar wegen der zu klein werdenden Fallzahlen nicht mehr sinnvoll in Prozentwerten für die nach Kirchennähe differenzierten Personengruppen angeben, sind aber auch hier für die Gruppe der Zuschauer nachweisbar¹². Bemerkenswert ist jedenfalls, dass die an gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen Interessierten zu 24 % angeben, dass sich durch den Kirchentag ihr Verhältnis zur Kirche verbessert habe.

¹² Vgl. Anhang, 2, Nachweis statistischer Analysen, 2.6

4 Fazit

Der Erfolg des Kirchentages liegt offensichtlich gerade darin, dass ihm zweierlei gelingt: Er zieht mit seinen Veranstaltungsangeboten die kirchlich Eingebundenen, die kirchlich Engagierten an, bundesweit und aus der Region: So wird er zum Großevent, das als kirchliches erkennbar ist. Über seine gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen mobilisiert er auch Personenkreise, die nicht an die Kirche gebunden sind. Durch diese Kombination entwickelt er seine Strahlkraft als "Forum und Fest für jede und jeden", die bis hin zur positiven Veränderung des Verhältnisses der Befragten zur Kirche reicht.

Anhang

Bevölkerungsbefragung zum DEKT 2005 in Hannover

Methode:	Telefonbefragung		
Befragte:	deutschsprachige Personen ab 14 Jahren		
Stichproben:	Bundesweit:	erste Befragungswelle	n = 1.000
		zweite Befragungswelle	n = 1.000
	Region Hannover:	erste Befragungswelle	n = 1.000
		zweite Befragungswelle	n = 1.000
Erste Befragungswelle:	26. bis einschließlich 30. Mai 2005		
Zweite Befragungswelle:	zwei Wochen nach Abschluss des Kirchentages		

Inhalt

1 Fragebogen und Ergebnisse

2 Nachweis statistischer Analysen

- 2.1 Faktorenanalysen: Entsprechung des Kirchentages zu Reiseanlässen
- 2.2 Faktorenanalysen: Eindrücke vom Kirchentag
- 2.3 Faktorenanalyse: Interesse an Veranstaltungen des Kirchentages
- 2.4 Pearson-Korrelationen: Wichtigkeit des Kirchentages, Wichtigkeit der Kirche und Veränderung des Kirchenverhältnisses
- 2.5 Multiple Regressionsanalysen zum Veranstaltungsinteresse
- 2.6 T-Test zur Veränderung des Kirchenverhältnisses bei Zuschauern

1 Fragebogen und Ergebnisse

Alle Angaben in Prozent

1. Ist Ihnen bekannt, dass in diesen Tagen / jetzt (vor etwa zwei Wochen) der Evangelische Kirchentag in Hannover stattfindet / stattgefunden hat?

Bekanntheit des Kirchentages	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ja	77	68	99	98
nein	23	32	1	2

2. Einmal alles zusammengenommen: Wie finden Sie es, dass der Evangelische Kirchentag in diesem Jahr in Hannover stattfindet / stattgefunden hat?

Bewertung des Kirchentages	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
sehr gut	44	43
gut	37	38
teils/teils	12	13
eher nicht so gut	1	1
gar nicht gut	1	2
weiß nicht (Int.: Bitte nicht vorlesen!)	4	4

3. (Filter: wenn 1. = "ja")

Ich lese Ihnen jetzt einiges vor, was man (in Hannover) in Zusammenhang mit dem Kirchentag beobachten kann / konnte. Bitte sagen Sie jedes Mal, ob Sie davon etwas mitbekommen haben – ob Ihnen das aufgefallen ist oder nicht. (Bundesweit wurden nur die letzten beiden Vorgaben abgefragt.)

Beobachtungen zum Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Werbung für Bereitstellung von Privatquartieren			43	42
etwas von den Plakaten in der Stadt zum Kirchentag mitbekommen			60	61
etwas von der Menschenfülle in der Stadt mitbekommen			79	73
etwas von den Berichten in der Zeitung, im Radio und im Fernsehen mitbekommen	81	74	96	93
etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen	26	24	67	65

- 3.1 (Filter: wenn 3. „etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen“ = "ja") Und von welchen Veranstaltungen haben Sie etwas mitbekommen

Wahrnehmung von Veranstaltungen ...	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
...auf dem Messegelände	53	50
...in der Stadt	87	85
...in den Kirchengemeinden	46	43

(Filter: wenn 3.: „etwas von den Berichten in der Zeitung, im Radio und im Fernsehen mitbekommen“ = "ja")

- 3.2.A. Zunächst zur Zeitung: Haben Sie etwas mitbekommen von Berichten über den Evangelischen Kirchentag?

Wahrnehmung in Zeitung	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
durch Berichte in der regionalen bzw. lokalen Tageszeitung	59	66	83	87
durch Berichte in der überregionalen Tageszeitung, wie z.B. Frankfurter Allgemeine oder Süddeutsche Zeitung	13	12	12	14
in Magazinen / Illustrierten	10	14	13	18
in Wochenzeitungen	13	17	29	30
in der Kirchenzeitung / Evangelischen Zeitung	6	6	8	6
im Gemeindebrief	18	23	29	33

3.2.B Und im Radio: Haben Sie im Radio etwas mitbekommen von Berichten über den Evangelischen Kirchentag?

Wahrnehmung im Radio	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ja	58	63	79	81
nein	42	38	21	19

(Filter: wenn 3.2.B = "ja")

3.2.B.1 Und in welchem Sender?

Wahrnehmung im Radio	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
NDR info	10	13
NDR 1	30	26
NDR 2	35	35
NDR Kultur	6	7
Radio ffn	26	26
Hit-Radio Antenne	20	15
Deutschlandfunk	6	8
Sunshine Live	0	1
Radio 21	5	7
Radio Flora	1	2
sonstige	8	12

3.2.C Nun zum Fernsehen: Haben Sie etwas mitbekommen von den Berichten zum Kirchentag im Fernsehen?

Wahrnehmung im Fernsehen	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ja	82	85	77	80
nein	18	15	23	20

(Filter: wenn 3.2.C = "ja") Und in welchem Sender?

Wahrnehmung im Fernsehen	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
ARD	64	61
ZDF	51	51
N3	38	41
Private	32	31
3SAT. ARTE, Phoenix	11	10
andere	3	1

3.0.A Und wie haben Sie zuerst davon erfahren, dass der Evangelische Kirchentag in diesem Jahr in Hannover stattfindet?

(Die letzten drei Vorgaben wurden nur in der Region Hannover abgefragt)

Erste Informationsquelle	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
durch Verwandte Bekannte oder Freunde	8	9	16	14
durch Berichte in der Zeitung, im Radio und im Fernsehen	80	76	46	46
durch Hinweise im Internet	2	1	1	1
durch Veranstaltungen der Kirchengemeinde an meinem Wohnort	7	10	11	10
über einen Verband, Verein	0	1	3	2
in der Schule, über eine (Fort-) Bildungsveranstaltung	1	2	7	7
durch ein Reisebüro oder Busunternehmen	0	0	0	0
über Werbeplakate	1	2	3	6
über Videos in der U-Bahn			3	4
über Werbung für Privatquartiere			8	9
durch die Menschenfülle in der Stadt			1	1

(Filter: wenn 3. bzw. 3.0. "etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen" = "ja")

4. Wie sehr interessieren Sie sich für die folgenden Veranstaltungen beim Evangelischen Kirchentag?

5-stufige Antwortskala: sehr, ziemlich, etwas, kaum, überhaupt nicht

Interesse an Veranstaltungen des Kirchentags (sehr + ziemlich / kaum + überhaupt nicht)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
religiöse Angebote	37 / 42	31 / 46	22 / 54	20 / 60
Diskussionen über Fragen des Glaubens	50 / 22	47 / 24	36 / 38	36 / 43
Konzerte und andere musikalische Veranstaltungen	44 / 36	40 / 37	51 / 26	48 / 27
andere kulturelle Veranstaltungen	43 / 32	39 / 33	47 / 27	40 / 35
Veranstaltungen zu gesellschaftspolitischen Fragen	52 / 27	45 / 22	42 / 33	46 / 31
Veranstaltungen, in denen Prominente auftreten/mitwirken	36 / 40	37 / 32	33 / 41	26 / 49
Beratung in Glaubens- und Lebensfragen	34 / 42	30 / 41	22 / 58	19 / 62

(Filter: wenn 3. bzw. 3.0. "etwas von den Kirchentagsveranstaltungen mitbekommen" = "nein")

4.1. Einmal unabhängig davon, ob man den Evangelischen Kirchentag kennt oder selbst daran teilnimmt: Wie sehr würden Sie sich für die folgenden Veranstaltungen beim Evangelischen Kirchentag interessieren?

5-stufige Antwortskala: sehr, ziemlich, etwas, kaum, überhaupt nicht

Potenzielles Interesse an Veranstaltungen des Kirchentags (sehr + ziemlich / kaum + überhaupt nicht)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
religiöse Angebote	16 / 59	21 / 55	14 / 65	18 / 62
Diskussionen über Fragen des Glaubens	34 / 41	36 / 38	25 / 48	31 / 46
Konzerte und andere musikalische Veranstaltungen	38 / 38	38 / 34	36 / 38	43 / 33
andere kulturelle Veranstaltungen	35 / 36	36 / 33	37 / 37	40 / 35
Veranstaltungen zu gesellschaftspolitischen Fragen	37 / 41	38 / 39	36 / 39	40 / 36
Veranstaltungen, in denen Prominente auftreten/mitwirken	27 / 46	26 / 46	25 / 50	26 / 49
Beratung in Glaubens- und Lebensfragen	24 / 55	26 / 51	20 / 66	21 / 62

4.A Ich lese Ihnen nachfolgend die Namen einiger Personen vor, die auf dem Evangelischen Kirchentag auftreten. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Ihnen diese Person wenigstens dem Namen nach bekannt ist oder nicht.

Bekanntheit Prominenter auf dem Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Gerhard Schröder	96	96	95	97
Horst Köhler	85	85	89	90
Jürgen Fliege	79	79	82	84
Wolfgang Huber	39	32	40	41
Fury in the Slaughterhouse	35	33	68	68
Eckhard Nagel	21	23	35	29
Margot Käßmann	23	24	63	65
Mary Robinson	23	18	19	20
Wangari M. Maathai	16	14	29	19
Clemens Bittlinger	10	10	10	9
Eberhard Jüngel	10	12	13	12
Thich Nhat Hanh	4	4	7	7

4.B Der Evangelische Kirchentag in Hannover hatte das Motto „Wenn dein Kind dich morgen fragt...“ Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Meinungen zu diesem Motto „Wenn Dein Kind Dich morgen fragt...“ vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie der Meinung zustimmen oder nicht zustimmen.

Zustimmung zum Motto (stimme zu / stimme nicht zu)	bundesweit zweite Welle	Hannover zweite Welle
Es spricht eine wichtige aktuelle Thematik an.	83 / 17	87 / 13
Es hat mich zum Nachdenken gebracht.	77 / 23	69 / 31
Es ist unpassend für einen Kirchentag.	28 / 72	17 / 83
Es fehlt eine klare Botschaft.	49 / 51	36 / 64
Es hat mich persönlich sehr angesprochen.	49 / 51	49 / 51

5. Wie oft haben Sie selbst mit Verwandten, Bekannten oder Freunden über den Kirchentag schon gesprochen oder diskutiert?

Häufigkeit von Gesprächen über den Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
häufiger	5	5	28	24
ein paar Mal	33	36	48	53
überhaupt nicht	61	59	24	23

6. Sind Sie zufällig auch privater Gastgeber / private Gastgeberin bei diesem Kirchentag (gewesen)?

Gastgeber beim Kirchentag	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
ja	8	8
nein	93	93

7. Nehmen Sie selbst (Haben Sie selbst) an einer oder auch mehreren Veranstaltungen des Evangelischen Kirchentages in Hannover teil (teilgenommen)?

Teilnahme am aktuellen Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ja	1	2	30	29
nein	99	98	70	71

8. Haben Sie früher schon einmal an einem evangelischen Kirchentag teilgenommen?

(Int.: Gemeint ist auch der Ökumenische Kirchentag in Berlin)

Teilnahme am früheren Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ja, einmal	5	8	12	14
ja, an mehreren	5	6	7	6
nein, an keinem	90	87	81	80

(Filter: wenn 7. = "nein")

8. Es nehmen ja nicht alle Menschen am Kirchentag teil. Ich lese Ihnen jetzt Gründe dafür vor. Bitte sagen Sie mir jedes Mal, ob das als Grund, nicht am Kirchentag teilzunehmen, für Sie persönlich zutrifft oder nicht zutrifft.

Gründe für Nichtteilnahme (trifft zu / trifft nicht zu / weiß nicht)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Zu große Entfernung	56 / 44 / 0	55 / 46 / -	18 / 81 / 1	13 / 87 / 0
zu hohes Eintrittsgeld	12 / 71 / 17	8 / 74 / 18	14 / 77 / 9	9 / 82 / 9
habe etwas gegen Massenveranstaltungen	32 / 68 / 1	34 / 66 / 0	40 / 59 / 1	37 / 63 / 1
ungünstige Uhrzeiten	38 / 58 / 3	38 / 60 / 3	45 / 53 / 2	46 / 53 / 1
generell kein Interesse am Kirchentag	45 / 53 / 2	47 / 52 / 2	45 / 54 / 1	44 / 55 / 1
generell kein Interesse an Kirche	24 / 75 / 1	25 / 74 / 1	30 / 69 / 1	32 / 67 / 1

(Filter: wenn 9 "generell kein Interesse am Kirchentag" = "nein, trifft nicht zu")

9. A Wenn man am gesamten Kirchentag teilnehmen will, kann man dafür Dauerkarten kaufen. (bundesweite Befragung: Dazu kämen noch die Fahrt und evt. Übernachtung) Unabhängig davon, ob Sie selbst am Evangelischen Kirchentag teilnehmen / teilgenommen haben: Was wäre Ihnen eine Teilnahme am Kirchentag alles in allem wert?

Kostenakzeptanz für Dauerkarte + Reise: bundesweit / für Dauerkarte: Hannover	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Nichts, unabhängig vom Preis würde ich nicht teilnehmen	23	23	13	11
bis unter 100 EURO / bis unter 20 EURO	30	30	26	25
100 bis unter 200 EURO / 20 bis unter 50 EURO	21	22	36	38
200 bis unter 300 EURO / 50 bis unter 100 EURO	13	12	17	16
300 bis unter 400 EURO / 100 bis unter 200 EURO	4	5	2	3
mehr als 400 EURO / 200 EURO und mehr	2	2	1	1
weiß nicht (Int.: nicht vorlesen!)	7	6	5	6

9.A.A Es gibt ja verschiedene Angebotsvarianten für eine Kirchentagsteilnahme. Angenommen, der Evangelische Kirchentag würde 300 km von Ihrem Wohnort entfernt stattfinden. Welches der folgenden Angebote würden Sie für die Teilnahme am Kirchentag – neben der Eintrittskarte bevorzugen?

(Int.: Die Eintrittskarte ist bei allen Angeboten stets inklusive)

Bevorzugtes Angebot bei 300 km Entfernung	bundesweit	
	erste Welle	zweite Welle
ein Pauschalangebot mit Anreise und Unterbringung	32	30
ein Angebot mit Hotelunterbringung ; Sie organisieren die Anreise selbst	16	19
ein Angebot mit einfacher Unterbringung (Int.: Gemeinschaftsunterkunft oder organisiertes Privatquartier); Sie organisieren die Anreise selbst	15	20
ein Angebot mit Anreise; die Unterbringung organisieren Sie selbst	2	4
Sie würden nur die Eintrittskarte kaufen	16	17
keine Teilnahme, mir wäre die Entfernung zu weit (Int.: bitte nicht vorlesen!)	16	11
weiß nicht (Int.: bitte nicht vorlesen!)	2	0

9.AB (Filter: wenn 9A ≠ "nichts, unabhängig vom Preis würde ich nicht teilnehmen")

Ein Kirchentag dauert 5 Tage und bietet eine Vielzahl von Einzelveranstaltungen unterschiedlicher Form und Größe. Ich nenne Ihnen jetzt Angebote für den Verkauf von Eintrittskarten: Sagen Sie mir bitte, welches Angebot Sie bevorzugen würden.

Bevorzugtes Angebot für Eintrittskarte	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
konkrete Einzelveranstaltung	28	30	35	40
Karte für alle Veranstaltungen	68	68	62	58
weiß nicht (Int.: bitte nicht vorlesen!)	4	2	3	2

9.B Für welche der folgenden Anlässe würden Sie eine mehrtägige Reise unternehmen?

Anlässe für mehrtägige Reise	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Städtereise	72	76	79	83
kurzer Erholungsurlaub	82	84	85	87
Bildungsveranstaltung	71	72	77	78
Kulturveranstaltung	61	67	64	70
Festival (Rock oder Loveparade)	34	27	34	34
Pilgerreise	23	22	15	17

9.C Der Evangelische Kirchentag kann ja unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet werden. Ich lese Ihnen noch einmal verschiedene Anlässe für eine mehrtägige Reise vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, in welchem Maß der Evangelische Kirchentag diesen Anlässen für eine mehrtägige Reise entspricht?

5-stufige Antwortskala: sehr, ziemlich, etwas, kaum, überhaupt nicht

Der Evangelische Kirchentag entspricht (sehr + ziemlich / kaum + überhaupt nicht)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Städtereise	18 / 59	19 / 58	34 / 40	31 / 43
kurzer Erholungsurlaub	10 / 73	11 / 72	14 / 72	11 / 74
Bildungsveranstaltung	49 / 22	47 / 23	56 / 18	51 / 23
Kulturveranstaltung	48 / 23	47 / 25	65 / 14	68 / 12
Festival (Rock oder Loveparade)	12 / 71	10 / 75	21 / 57	18 / 60
Pilgerreise	33 / 41	34 / 44	36 / 41	35 / 42

10. Jetzt geht es um verschiedene Eindrücke, die man vom Evangelischen Kirchentag haben kann. Sagen Sie mir bitte jedes Mal, inwieweit Sie der Aussage, die ich Ihnen vorlese, zustimmen oder nicht zustimmen.

5-stufige Antwortskala: stimme voll zu, stimme zu, teils-teils, stimme eher nicht zu, stimme gar nicht zu

Aussagen zum Kirchentag (stimme voll + eher zu / stimme eher nicht + gar nicht zu)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Solche Veranstaltungen bringen für die Bürger am Veranstaltungsort nur Belastung.	15 / 39	17 / 40	11 / 67	7 / 68
Es beeindruckt mich, dass so viele junge Menschen auf diesem Kirchentag sind.	73 / 10	70 / 8	85 / 5	84 / 5
Der Kirchentag fördert das Ansehen Hannovers und bringt Geld in die Region.	47 / 16	50 / 14	68 / 8	68 / 7
Der Kirchentag zeigt, dass die Kirche ganz schön lebendig ist.	55 / 12	58 / 12	71 / 7	71 / 7
Der Kirchentag leistet Hilfe in wichtigen gesellschaftspolitischen Fragen.	40 / 20	38 / 21	45 / 18	41 / 19
Der Kirchentag leistet Hilfe in wichtigen Lebensfragen.	41 / 21	44 / 20	40 / 20	41 / 22
Der Kirchentag erfüllt seine Aufgabe, sich mit wichtigen Fragen des Glaubens zu beschäftigen.	69 / 7	68 / 9	70 / 5	72 / 7

11. Wer geht Ihrer Meinung nach zum Kirchentag? Ich lese Ihnen im Folgenden verschiedene Aussagen dazu vor. Sagen Sie mir bitte wieder jeweils, inwieweit Sie der Aussage zustimmen oder nicht zustimmen.

5-stufige Antwortskala: stimme voll zu, stimme zu, teils-teils, stimme eher nicht zu, stimme gar nicht zu

Vermutete Adressaten (stimme voll + eher zu / stimme eher nicht + gar nicht zu)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Der Kirchentag spricht auch Menschen an, die sonst kaum etwas mit der Kirche zu tun haben.	45 / 23	44 / 27	58 / 14	57 / 16
Der Kirchentag ist eine kirchliche Großveranstaltung, die für alle Menschen (jeden) etwas bietet.	65 / 11	62 / 12	73 / 7	70 / 8
Der Kirchentag ist ein bundesweites Treffen für diejenigen, die sowieso in der Kirche engagiert sind. Andere fühlen sich davon nicht angesprochen.	37 / 31	39 / 26	29 / 39	26 / 37
Der Kirchentag ist vor allem etwas für junge Leute.	24 / 36	25 / 38	23 / 41	22 / 40
Der Kirchentag ist eine Inszenierung für die Medien. Weitere Impulse gehen nicht von ihm aus.	10 / 63	10 / 65	10 / 69	9 / 72
Der Kirchentag ist eine Veranstaltung, wo Fachleute unter sich diskutieren. Für andere Leute ist er nicht attraktiv.	14 / 62	12 / 61	7 / 73	6 / 75
Der Kirchentag zieht vor allem Leute an, die die Kirche für ihre politischen Interessen nutzen wollen.	23 / 38	25 / 42	19 / 46	18 / 48

11.A Im Folgenden lese ich Ihnen einige Großveranstaltungen vor, die auch in Hannover stattfinden bzw. stattgefunden haben. Bitte sagen Sie mir jeweils, inwieweit die Veranstaltung von der Atmosphäre her dem Evangelischen Kirchentag ähnlich ist. Wenn Sie die Veranstaltung nicht kennen, sagen Sie bitte, kenne ich nicht.

5-stufige Antwortskala: sehr ähnlich, ähnlich, teils-teils, eher nicht ähnlich, gar nicht ähnlich

Tabelle 1: Die Antworten zu „kenne ich nicht“ und „weiß nicht“ sind herausgerechnet, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu ermöglichen.

Ähnlichkeit der Atmosphäre (sehr ähnlich + ähnlich)	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
Kundgebung zum 1. Mai	10	12
Cebit	8	6
Schützenfest	7	5
wissenschaftlicher Kongress	11	7
EXPO	40	37
Fußball-WM	8	7
Hannover-Messe	11	8
Festspiele Herrenhausen	14	11
Swinging Hannover	20	17
Maschseefest	17	13
Parteitag	6	6
Masala	28	26
Festival Theaterformen	15	10

Tabelle 2: Antworten zu "kenne ich nicht" und "weiß nicht"

Ähnlichkeit der Atmosphäre (weiß nicht + kenne ich nicht)	Hannover	
	erste Welle	zweite Welle
Kundgebung zum 1. Mai	6	6
Cebit	4	4
Schützenfest	2	2
wissenschaftlicher Kongress	7	8
EXPO	2	1
Fußball-WM	4	3
Hannover-Messe	3	3
Festspiele Herrenhausen	11	11
Swinging Hannover	32	31
Maschseefest	5	4
Parteitag	7	8
Masala	54	46
Festival Theaterformen	38	39

12. Was halten Sie grundsätzlich davon, dass solche Kirchentage wie jetzt in Hannover veranstaltet werden?

Wichtigkeit des Kirchentages	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
sehr wichtig	17	19	30	26
wichtig	49	51	45	47
weder wichtig noch unwichtig	16	14	14	15
weniger wichtig	13	11	7	8
völlig unwichtig	5	4	3	4
weiß nicht (Int.: nicht vorlesen)	0	1	1	0

13. Und wie wichtig finden Sie es, dass es die evangelische Kirche gibt?

Wichtigkeit der evangelischen Kirche	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
sehr wichtig	28	28	32	29
wichtig	43	45	44	44
weder wichtig noch unwichtig	10	10	12	12
weniger wichtig	12	11	7	9
völlig unwichtig	6	5	4	5
weiß nicht (Int.: nicht vorlesen)	2	1	1	2

14. Hat sich durch den Kirchentag in Hannover Ihr Verhältnis zur Kirche verändert?

Änderung des eigenen Verhältnisses zur Kirche durch den Kirchentag	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
sehr verbessert	1	2	3	1
etwas verbessert	6	8	14	11
weder verbessert noch verschlechtert	87	86	79	84
etwas verschlechtert	1	1	2	1
sehr verschlechtert	2	0	0	1
weiß nicht (Int.: nicht vorlesen!)	3	3	3	2

15. Wie wichtig finden Sie es für die Gesellschaft, dass es das Christentum gibt?

Wichtigkeit des Christentums	bundesweit		Hannover	
	erste Welle*	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
sehr wichtig	44	42	43	38
wichtig	36	38	40	44
weder wichtig noch unwichtig	7	9	8	9
weniger wichtig	6	6	4	5
völlig unwichtig	4	4	3	2
weiß nicht (Int.: nicht vorlesen!)	2	2	2	1

Kleine Auswahl sozialstatistischer Angaben

Geschlechtszugehörigkeit	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
männlich	48	48	48	48
weiblich	52	52	52	52

Alterszugehörigkeit	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
14 bis 17 Jahre	8	9	5	5
18 bis 29 Jahre	11	11	15	17
30 bis 39 Jahre	15	13	20	18
40 bis 49 Jahre	18	20	19	19
50 bis 59 Jahre	19	17	12	13
60 bis 69 Jahre	16	18	19	18
70 Jahre und älter	13	13	10	11

Formaler Bildungsabschluss	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
Volks-/Hauptschule ohne Lehre	5	5	6	5
Volks-/Hauptschule mit Lehre	22	21	19	15
Weiterführende Schule ohne Abitur	27	27	28	27
Abitur, (Fach-)Hochschulreife	22	26	21	26
Abgeschlossenes Studium	24	22	26	27

Konfessionszugehörigkeit	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
evangelisch	33	33	58	48
katholisch	35	35	15	17
anderes	7	9	8	8
konfessionslos	25	23	20	28

Familienstand	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ledig	31	35	34	35
verheiratet	52	50	48	45
Verheiratet, getrennt lebende	1	1	2	2
geschieden	9	7	9	10
verwitwet	7	7	8	8

Eigene Kinder	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
ein Kind	18	18	20	17
zwei Kinder	29	28	25	28
drei Kinder	10	12	9	9
vier und mehr Kinder	5	4	4	4
keine Kinder	38	39	43	42

Ortsgröße (Einwohner)	bundesweit		Hannover	
	erste Welle	zweite Welle	erste Welle	zweite Welle
bis 2.000	6	6	-	-
2.000 bis 5.000	9	8	-	-
5.000 bis 20.000	26	26	8	8
20.000 bis 50.000	18	18	37	38
50.000 bis 100.000	8	9	5	4
100.000 bis 500.000	18	18	-	-
500.000 und mehr	16	16	50	50

2 Nachweis statistischer Analysen

2.1 Faktorenanalysen: Entsprechung des Kirchentages zu Reiseanlässen

Entsprechung des Kirchentages zum Reiseanlass (bundesweit)

	Faktor 1	Faktor 2
Kirchentag entspricht: kurzer Erholungsurlaub	,805	-8,816E-02
Kirchentag entspricht: Städtereise	,734	,153
Kirchentag entspricht: Festival	,498	,148
Kirchentag entspricht: Kulturveranstaltung	,210	,734
Kirchentag entspricht: Bildungsveranstaltung	,244	,709
Kirchentag entspricht: Pilgerreise	-,125	,600
<hr/>		
Varianzaufklärung	25,9 %	24,2 %
$\Sigma =$		50,1 %

Entsprechung des Kirchentages zum Reiseanlass (Region Hannover)

	Faktor 1	Faktor 2
Kirchentag entspricht: Kulturveranstaltung	,780	,161
Kirchentag entspricht: Bildungsveranstaltung	,699	,234
Kirchentag entspricht: Pilgerreise	,603	-1,180E-02
Kirchentag entspricht: kurzer Erholungsurlaub	-,124	,829
Kirchentag entspricht: Städtereise	,265	,708
Kirchentag entspricht: Festival	,163	,415
<hr/>		
Varianzaufklärung	26,2 %	24,0 %
$\Sigma =$		50,2 %

2.2 Faktorenanalysen: Eindrücke vom Kirchentag

Eindrücke vom Kirchentag (bundesweit)

	Faktor 1	Faktor 2
Kirchentag leistet Hilfe in wichtigen Lebensfragen	,741	-9,110E-02
Kirchentag leistet Hilfe in gesellschaftspolitischen Fragen	,740	1,339E-02
Kirchentag zeigt, dass Kirche lebendig ist	,737	5,271E-02
Kirchentag erfüllt seine Aufgabe, sich mit wichtigen Fragen des Glaubens zu beschäftigen	,692	-2,178E-02
beeindruckend viele junge Menschen	,662	,174
für Bürger nur Belastung	-,171	-,890
Kirchentag fördert Ansehen der Stadt und bringt Geld in die Region	,405	,457
Varianzaufklärung	39,3 %	14,9 %
$\Sigma =$		54,2 %

Eindrücke vom Kirchentag (Region Hannover)

	Faktor 1	Faktor 2
Kirchentag leistet Hilfe in wichtigen Lebensfragen	,784	3,108E-03
Kirchentag leistet Hilfe in gesellschaftspolitischen Fragen	,758	7,686E-02
Kirchentag erfüllt seine Aufgabe, sich mit wichtigen Fragen des Glaubens zu beschäftigen	,731	,111
Kirchentag zeigt, dass Kirche lebendig ist	,689	,160
beeindruckend viele junge Menschen	,498	,274
für Bürger nur Belastung	1,728E-02	-,835
Kirchentag fördert Ansehen der Stadt und bringt Geld in die Region	,215	,595
Varianzaufklärung	35,6 %	16,7 %
$\Sigma =$		52,3 %

2.3 Faktorenanalyse: Interesse an Veranstaltungen des Kirchentages

Interesse an Veranstaltungen (Region Hannover)

	Faktor 1	Faktor 2
Kulturelle Veranstaltungen	,800	,219
Konzerte, musikalische Veranstaltungen	,741	,188
Veranstaltungen zu gesellschaftspolitischen Fragen	,741	,143
Veranstaltungen mit prominenten Persönlichkeiten	,612	,253
religiöse Angebote	,197	,840
Beratung in Glaubens- und Lebensfragen	,159	,808
Diskussionen über Glaubensfragen	,340	,768
Varianzaufklärung	32,7 %	30,3 %
Σ		63,0 %

2.4 Pearson-Korrelationen

	Wichtigkeit des Kirchentages		Wichtigkeit der Kirche	
	bundesweit	regional	bundesweit	regional
Wichtigkeit des Kirchentages	-	-	0,528**	0,530**
Wichtigkeit der Kirche	0,528**	0,541**	-	-
Veränderung des Verhältnisses zur Kirche	0,213**	0,278**	0,186**	0,281**

**→ $p \leq 0,001$

2.5 Multiple Regressionsanalysen zum Veranstaltungsinteresse (BETA-Werte)

	Zuschauer		Ersteilnehmer		Kirchentags-Profis	
	Interesse an					
Einflussfaktoren	gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen	religiösen Veranstaltungen	gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen	religiösen Veranstaltungen	gesellschaftlich-kulturellen Veranstaltungen	religiösen Veranstaltungen
	(R ² = 0,077)	(R ² = 0,172)	(R ² = 0,115)	(R ² = 0,234)	(R ² = 0,083)	(R ² = 0,305)
Geschlecht	0,101*	0,161**	0,209**	0,117*	0,117	0,017
Alter	0,129*	0,222**	0,127*	0,198*	0,092	0,105
Bildungsabschluss	0,176**	0,017	0,151*	0,020	0,198*	0,198*
Mitglied	0,111*	0,247**	0,024	0,286**	0,102	0,399**
Veranstaltungen in der Stadt	0,029	0,023	0,065	0,001	0,016	-0,013
Veranstaltungen auf dem Messegelände	0,079	-0,001	0,109	0,008	0,069	0,034
Veranstaltungen in Kirchengemeinden	0,056	0,083*	0,110	0,234**	0,133	0,266**

Variablendefinitionen:

Geschlecht: 0 = männlich; 1 = weiblich; Mitglied: 0 = konfessionslos, 1 = Kirchenmitglied

Veranstaltungen in der Stadt, auf dem Messegelände, in Kirchengemeinden wahrgenommen: jeweils 0 = nein, 1 = ja

*→ p ≤ 0,05; **→ p ≤ 0,001

2.6 T-Test zur Veränderung des Kirchenverhältnisses bei Zuschauern

Interesse an gesellschaftlich kulturellen Veranstaltungen	Veränderung des Kirchenverhältnisses	
	arithmetischer Mittelwert	T-Wert
interessiert	2,83	-2,63**
teils-teils / nicht interessiert	2,95	

**→ p ≤ 0,01