

Kirchenreputation

Bekanntheit und Image

der Evangelischen Kirche in Hannover

Ausgewählte Ergebnisse zu drei Säulen der Reputation

Input zum Workshop des Stadtkirchenverbandes

am 30. Mai 2017

Sozialwissenschaftliches Institut der EKD (SI der EKD)

Gliederung

1. Ausgangslage
2. Ziel der Untersuchung
3. Datenerhebung, Stichprobe
4. Theoretischer und Methodischer Ansatz
5. Ergebnisse – eine Auswahl:
Drei Säulen der Reputation
6. Schlussbetrachtung

1. Ausgangslage

Generell sind Kirchenaustritte und geringe Partizipation erklärungsbedürftige Phänomene

Gängige Erklärungsansätze:

- Modernisierung: Säkularisierung, Individualisierung
- Religiös-säkulare Konkurrenz
- Marktmodell

Noch untererforscht:

- Evtl. empfundene Differenz von Kirche und Gesellschaft
- (emotionale) Beziehung der Menschen (nicht nur der Christen) zur Kirche

2. Ziele der Untersuchung

Ertrag für den Stadtkirchenverband Hannover:

- Welches Bild hat die Bevölkerung von der evangelischen Kirche in Hannover?
 - Ist die Kirche mit ihren Angeboten und ihrem Personal bekannt?
 - Wie werden sie eingeschätzt, beurteilt?
- Welche Ansatzpunkte ergeben sich?
 - Wie nah sind den Menschen Kirche und Glaube
 - Wie ist die religiöse Identität

3. Datenerhebung, Stichprobe

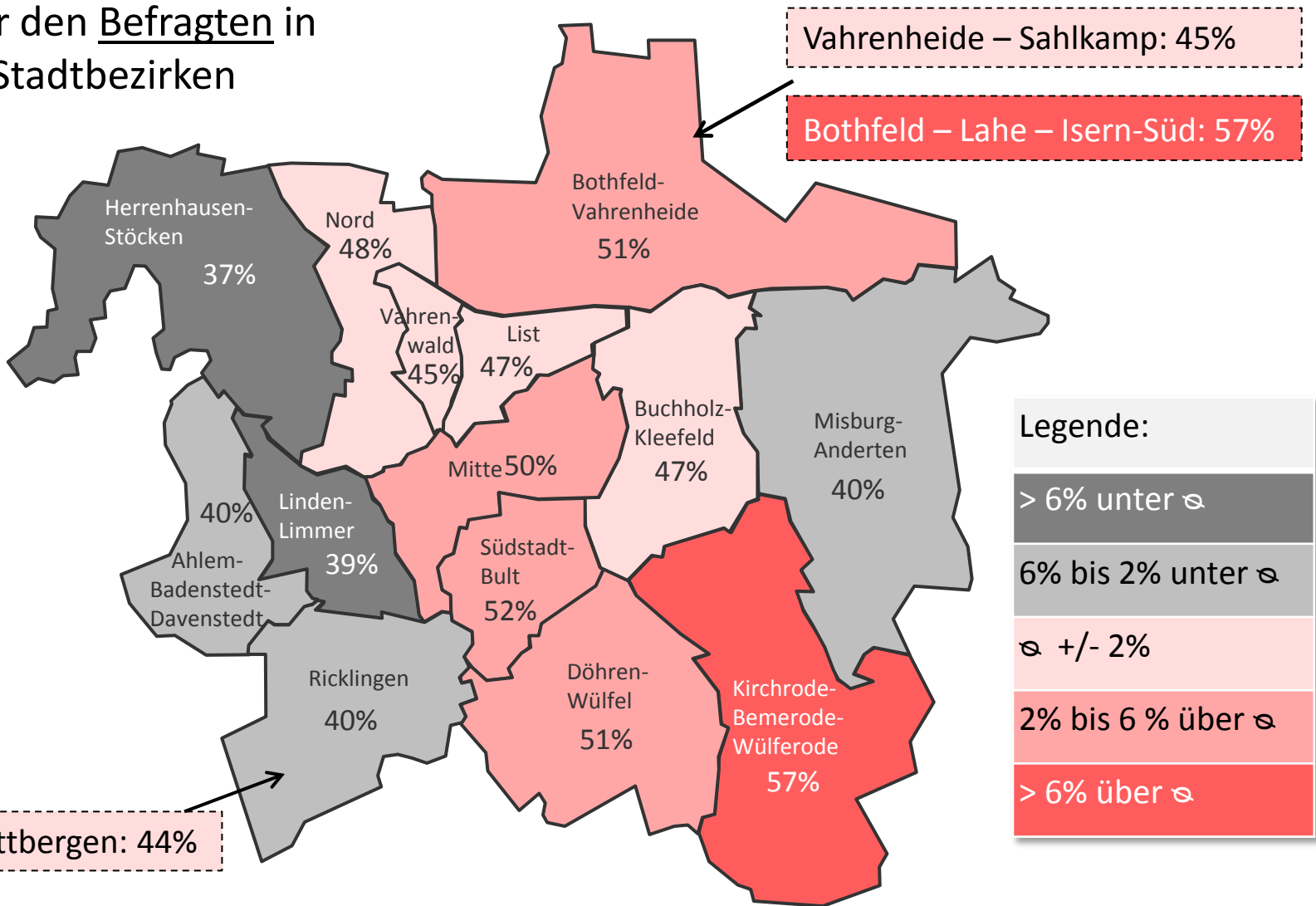
- Erhebungszeitraum Oktober/November 2015, Januar 2016, 2.017 Befragte
- Repräsentative Face-to-Face Befragung
- Zufallsauswahl mit Quotierung nach Geschlecht, Alter und Haustyp in 13 Stadtbezirken mit Personen ab 14 Jahren
- Standardisierter Fragebogen, ca. 20 Minuten Dauer
- Telefonische Zusatzerhebung Marktkirchenbefragung Oktober/November 2016, 1.000 Befragte

Evangelisch	46%	n= 923
Katholisch	16%	n= 317
Andere christliche Konfession	4%	n= 73
Muslimisch	8%	n= 161
Andere Religion	3%	n= 51
Ausgetreten	16%	n= 313
Nie Mitglied gewesen	9%	n= 179

12% evangelisch
3% katholisch
1% andere

Exkurs zu den Stadtbezirken

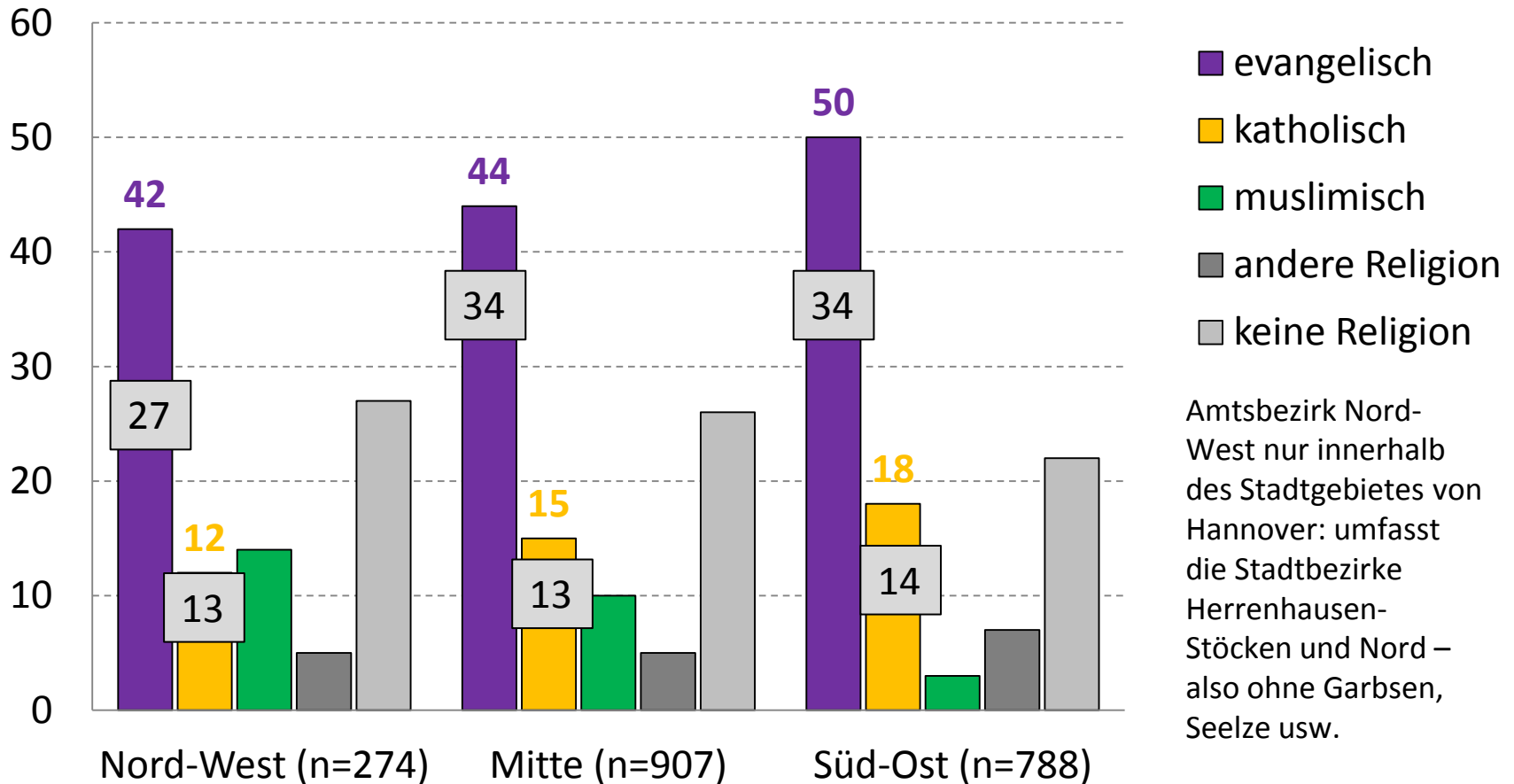
Anteil Evangelischer
unter den Befragten in
den Stadtbezirken



Exkurs zu den Amtsbezirken

Religionszugehörigkeit der Befragten nach Amtsbezirken

(Angaben in Prozent, in Kästchen Daten lt. Statistik Stadt H)



Amtsbezirk Nord-West nur innerhalb des Stadtgebietes von Hannover: umfasst die Stadtbezirke Herrenhausen-Stöcken und Nord – also ohne Garbsen, Seelze usw.

4. Theoretischer, Methodischer Ansatz

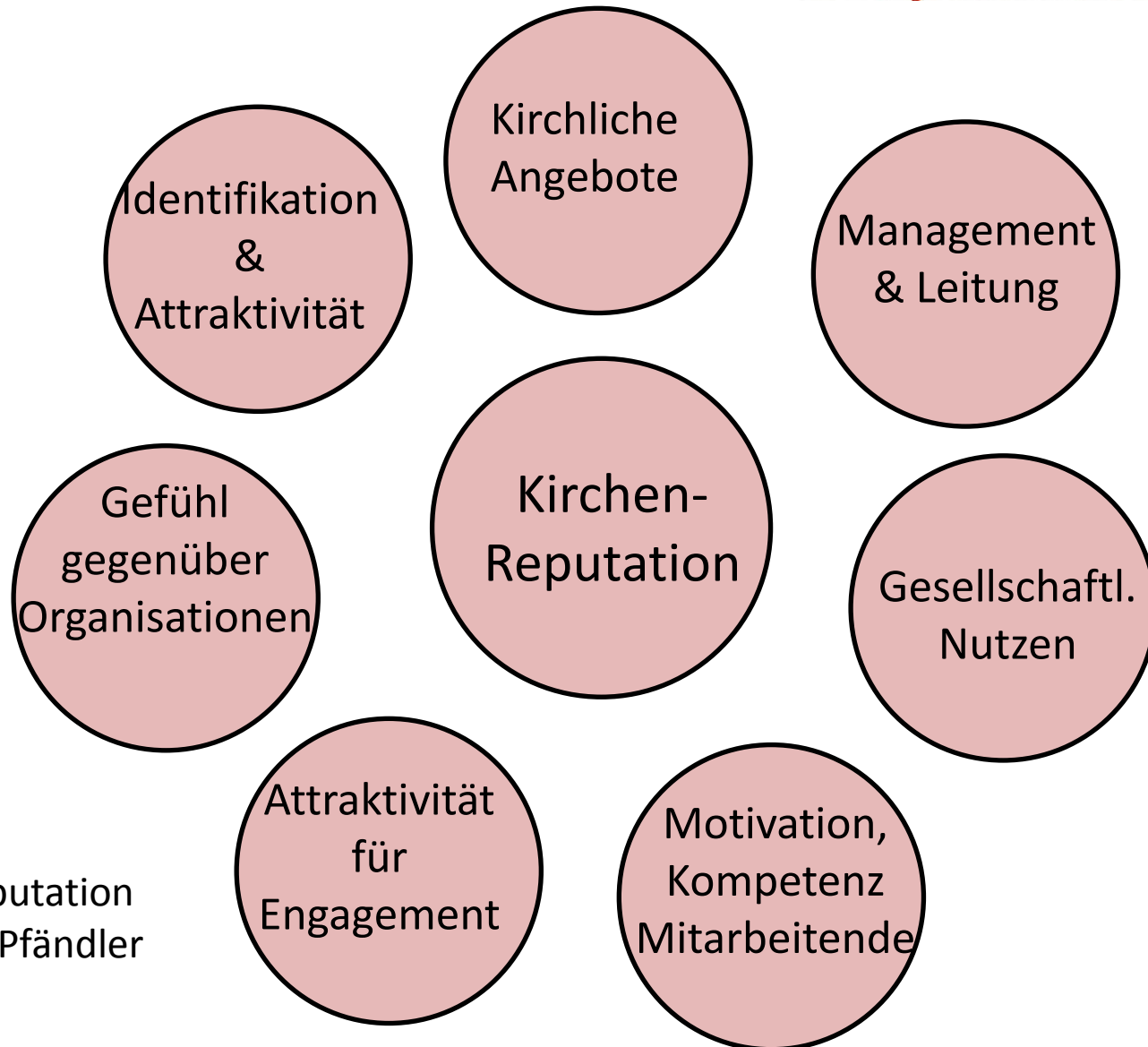


Abb. Kirchenreputation
Quelle: Winter-Pfändler
2015, S. 22

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.1 Gesellschaftlicher Nutzen – Bereiche kirchlichen Engagements

5.2 Stellenwert kirchlicher Angebote

5.3 Basis der Reputation:

Stand der Information und Quellen der Beurteilung

5.4 Angebote von Marktkirche und Kirche vor Ort

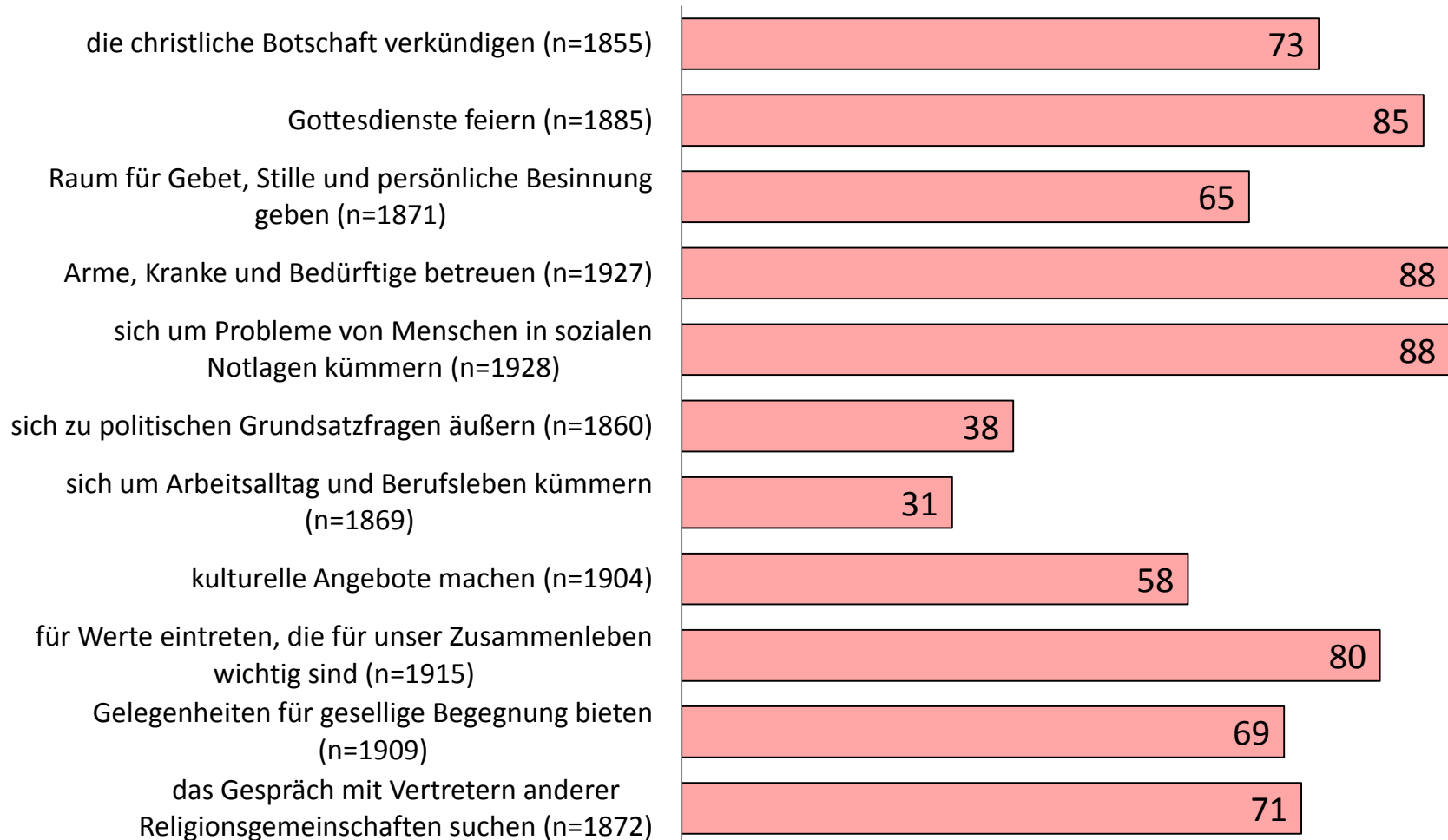
5.5 Angebote der evangelischen Kirche in Hannover generell

5.6 Gesamtreputation

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.1 Gesellschaftlicher Nutzen

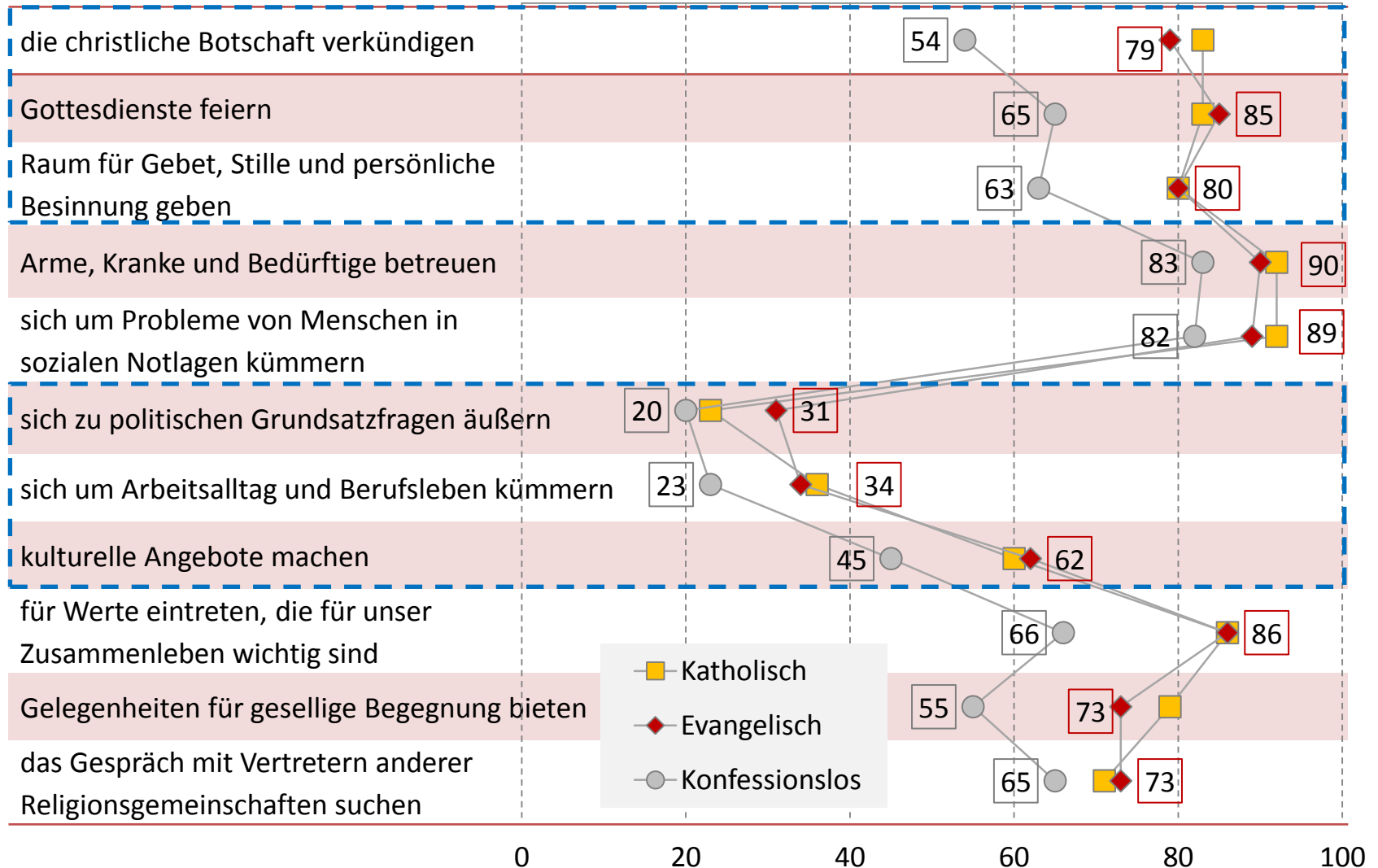
„Ich möchte gerne wissen, inwiefern sich die evangelische Kirche hier in Hannover Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen engagieren soll.“ in %: „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“



5. Ausgewählte Ergebnisse

5.1 Gesellschaftlicher Nutzen

„Ich möchte gerne wissen, inwiefern sich die evangelische Kirche hier in Hannover Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen engagieren soll.“ in %: „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“



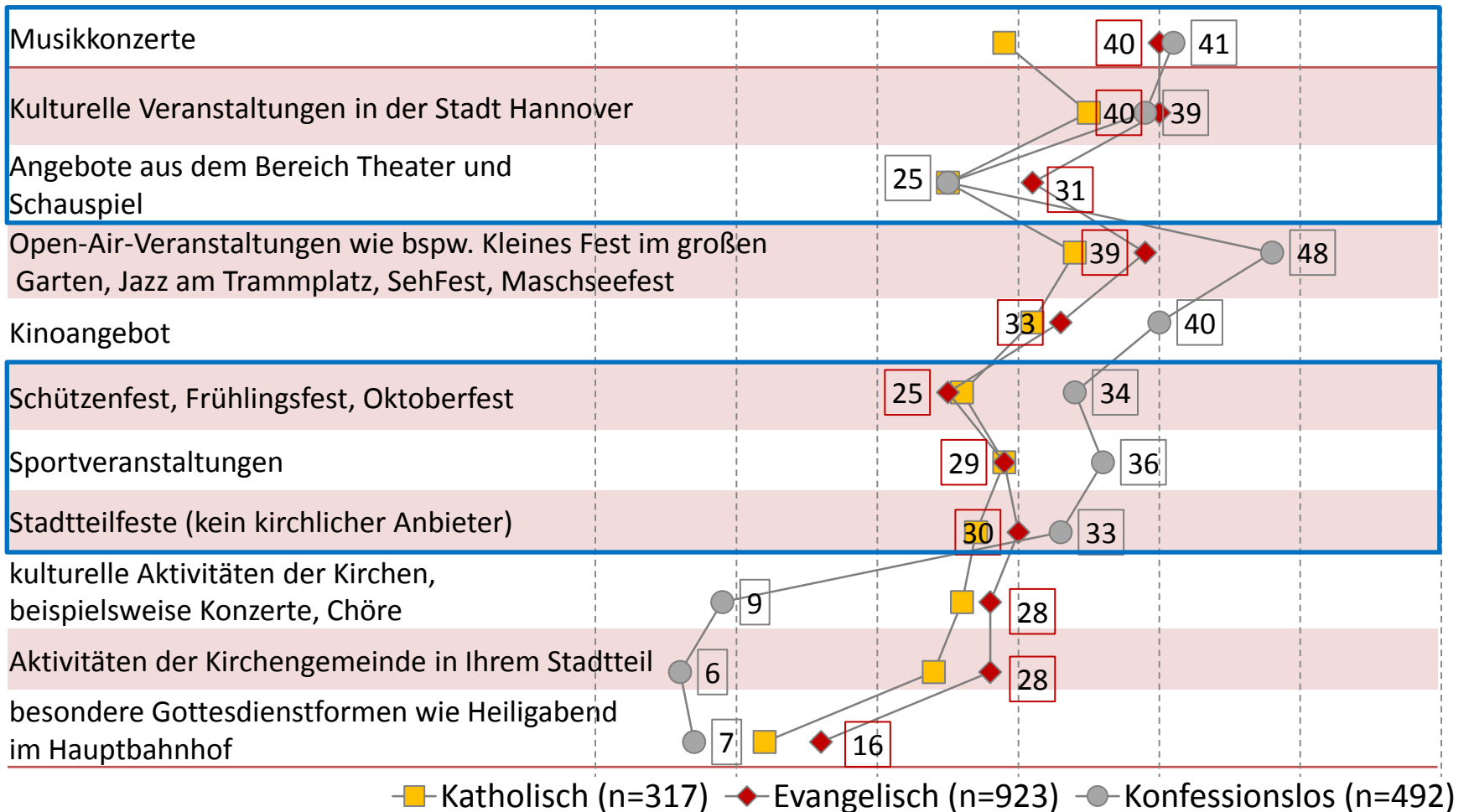
5.1 Gesellschaftlicher Nutzen – Zusammenfassung und Fragen

- Bereiche des Engagements der evangelischen Kirche in Hannover sollen sein: Diakonie , Gemeinschaftsförderung und Verkündigung – in dieser Reihenfolge.
- Politik und Arbeitswelt werden nicht als Bereiche kirchlichen Engagements anerkannt.
- Konfessionslose stehen kirchlichem Engagement skeptischer gegenüber als Christen – mit einigen erklärungsbedürftigen Ausnahmen:
 - Diakonisches Engagement wird gleichermaßen befürwortet
 - Der interreligiöse Dialog hat unter Konfessionslosen relativ ein höheres Gewicht als unter Christen, und unterscheidet sich auch absolut kaum
 - Politisches Engagement wird von Evangelischen deutlich stärker befürwortet als von Konfessionslosen und Katholischen

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.2 Stellenwert kirchlicher Angebote

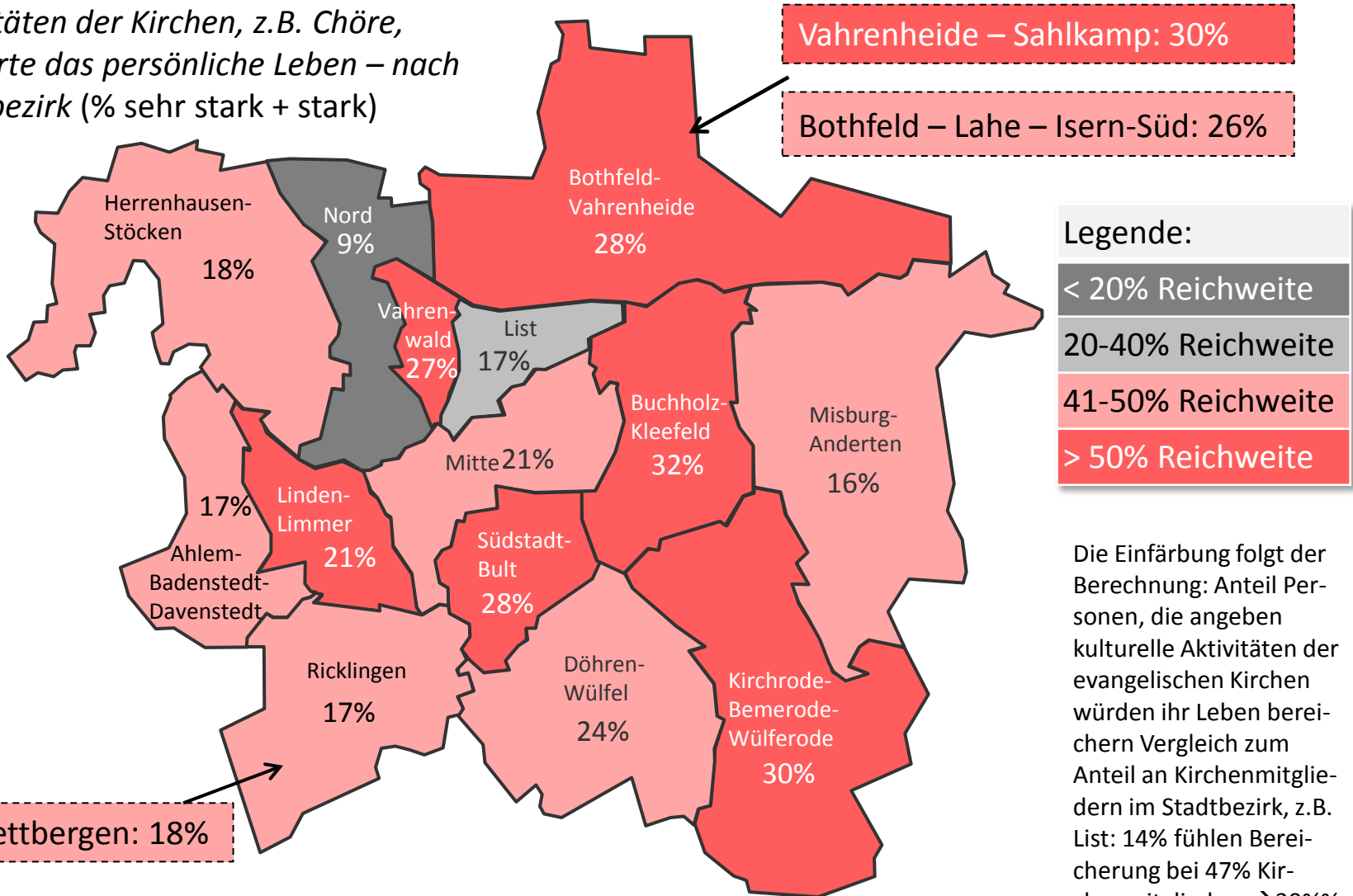
„Wie sehr bereichern die folgenden Angebote in Hannover Ihr persönliches Leben?“
Zustimmung in % zu den Antwortvorgaben „sehr stark“ und „stark“



5. Ausgewählte Ergebnisse

5.2 Stellenwert kirchlicher Angebote

Wie sehr bereichern kulturelle Aktivitäten der Kirchen, z.B. Chöre, Konzerte das persönliche Leben – nach Stadtbezirk (% sehr stark + stark)

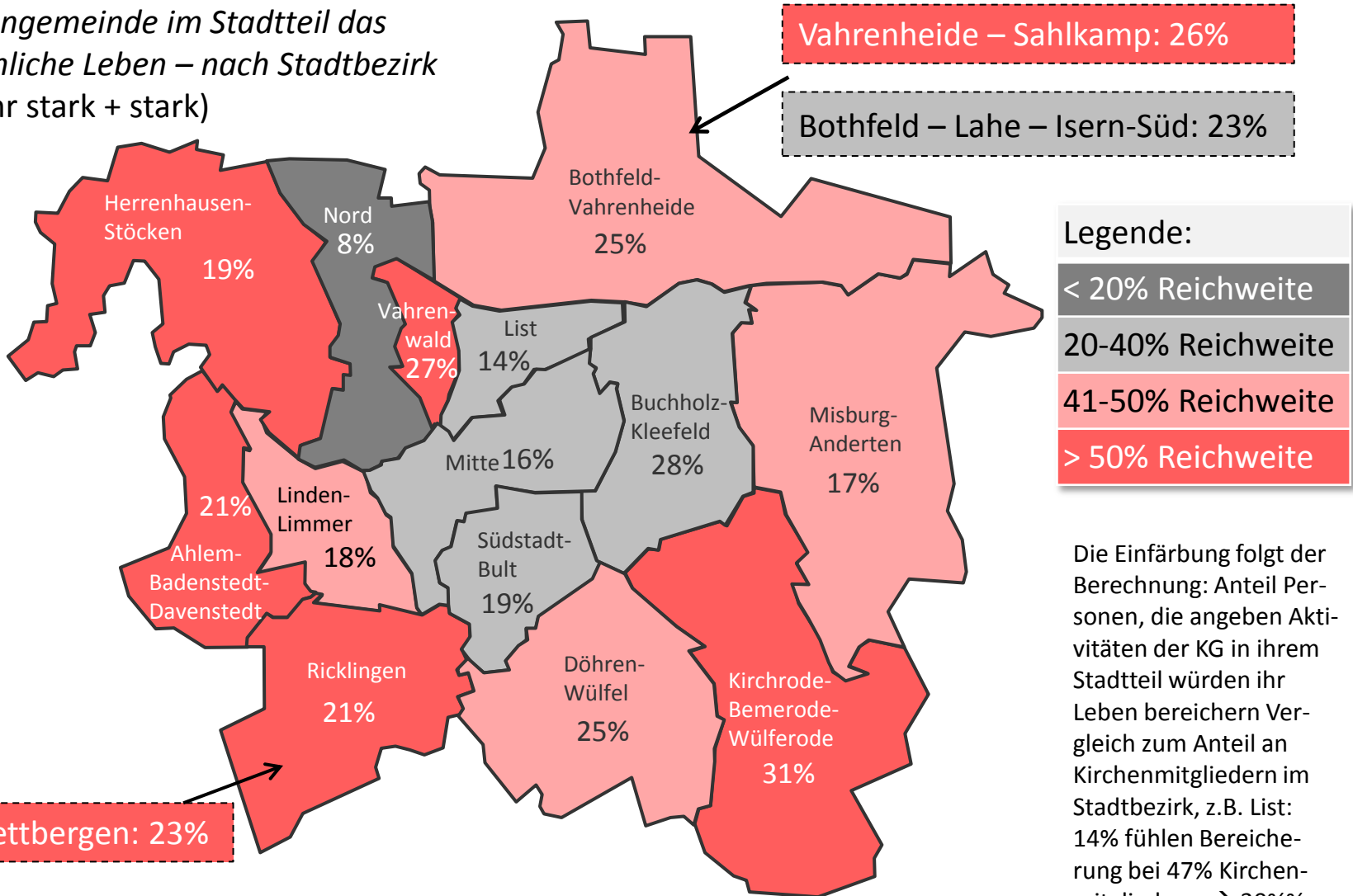


Die Einfärbung folgt der Berechnung: Anteil Personen, die angeben kulturelle Aktivitäten der evangelischen Kirchen würden ihr Leben bereichern Vergleich zum Anteil an Kirchenmitgliedern im Stadtbezirk, z.B. List: 14% fühlen Bereicherung bei 47% Kirchenmitgliedern → 30%

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.2 Stellenwert kirchlicher Angebote

Wie sehr bereichern Aktivitäten der Kirchengemeinde im Stadtteil das persönliche Leben – nach Stadtbezirk
(% sehr stark + stark)



Legende:

< 20% Reichweite

20-40% Reichweite

41-50% Reichweite

> 50% Reichweite

Die Einfärbung folgt der Berechnung: Anteil Personen, die angeben Aktivitäten der KG in ihrem Stadtteil würden ihr Leben bereichern Vergleich zum Anteil an Kirchenmitgliedern im Stadtbezirk, z.B. List: 14% fühlen Bereicherung bei 47% Kirchenmitgliedern → 30%

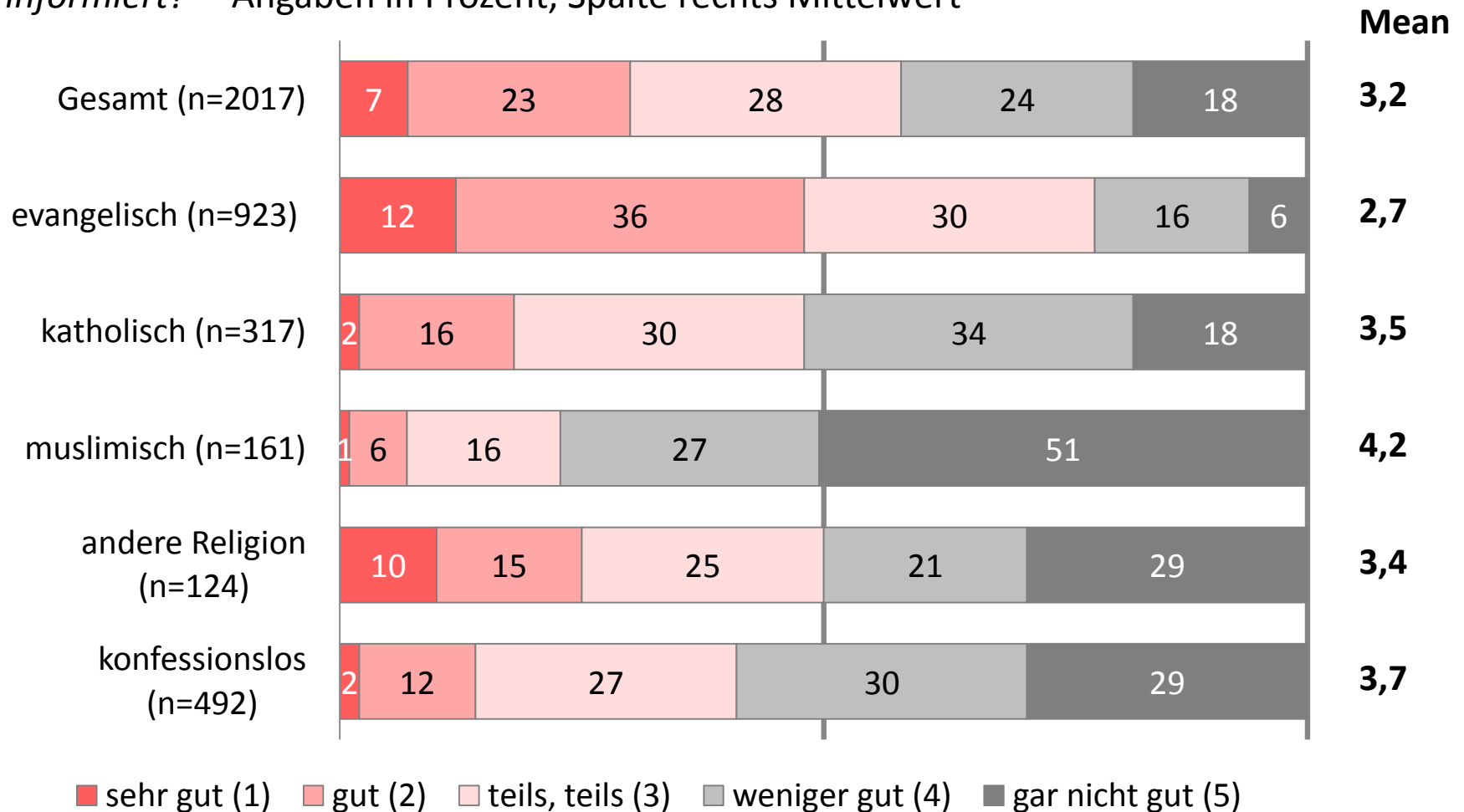
5.1 Stellwert kirchlicher Angebote – Zusammenfassung und Fragen

- Die Angebote und Aktivitäten in der Stadt Hannover lassen sich vier Dimensionen zuordnen: Hochkultur, Populärkultur, eine Mischform zwischen beiden sowie Kirchenkultur.
- Befragte Mitglieder christlicher Kirchen fühlen sich besonders bereichert durch die hochkulturellen Angebote – popkulturelle und kirchliche Angebote liegen etwa gleich auf. Konfessionslose fühlen sich durch kirchliche Angebote kaum angesprochen.
- Auffallend sind Differenzen zwischen den Stadtbezirken im Hinblick auf die Attraktivität kirchlicher Angebote und zwar in doppelter Hinsicht:
 - Als grundlegende Differenzen hinsichtlich der Reichweite
 - Als Differenz in der Attraktivität allgemeiner kultureller Angebote einerseits und kirchengemeindlicher Aktivitäten andererseits

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.3 Basis der Reputation

„Wie gut fühlen Sie sich über die Aktivitäten der evangelischen Kirche in Hannover informiert?“ Angaben in Prozent, Spalte rechts Mittelwert

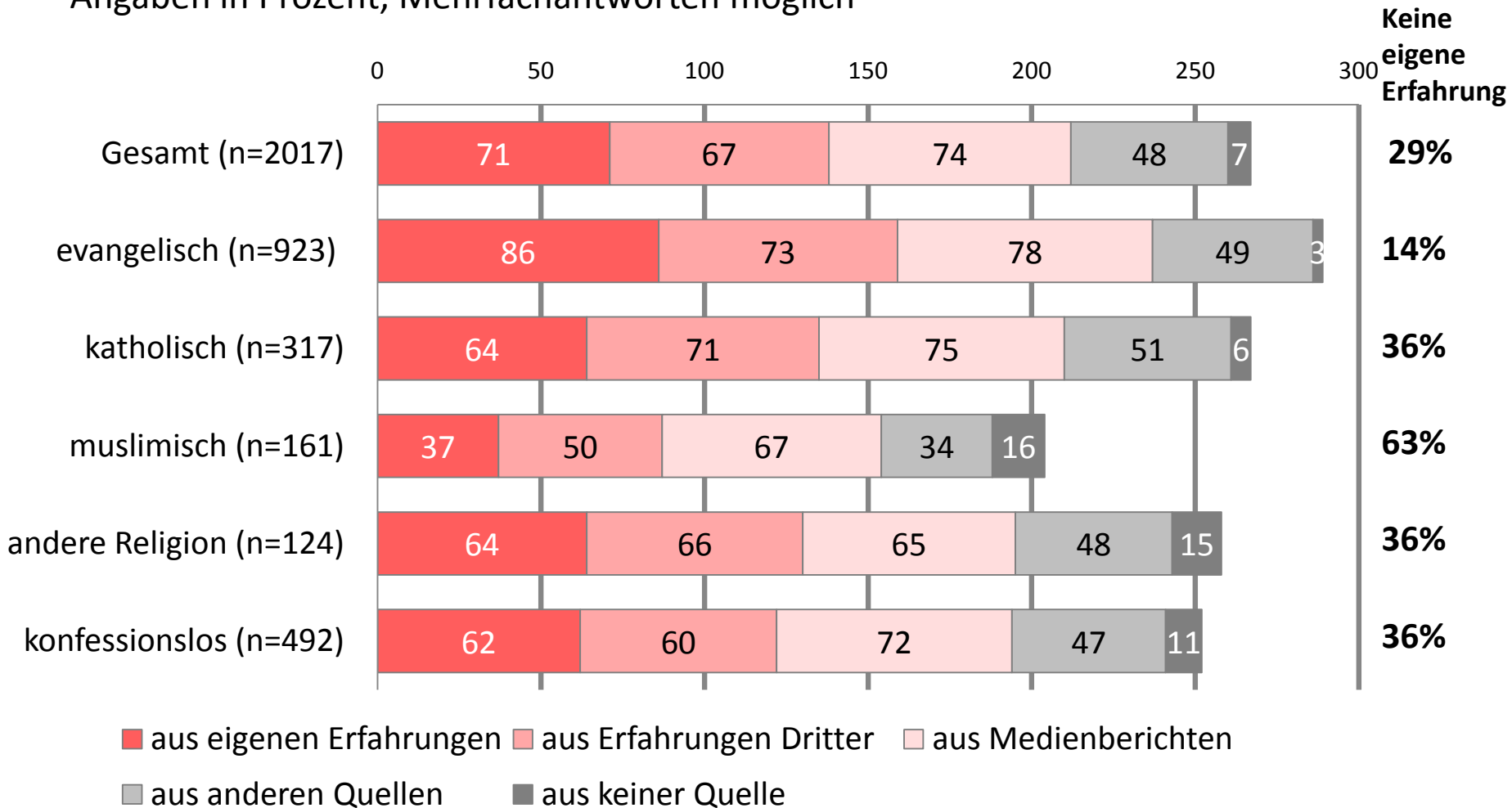


5. Ausgewählte Ergebnisse

5.3 Basis der Reputation

„Woher beziehen Sie Ihre Einschätzung über die evangelische Kirche in Hannover?“

Angaben in Prozent, Mehrfachantworten möglich



5.3 Basis der Reputation – Zusammenfassung und Fragen

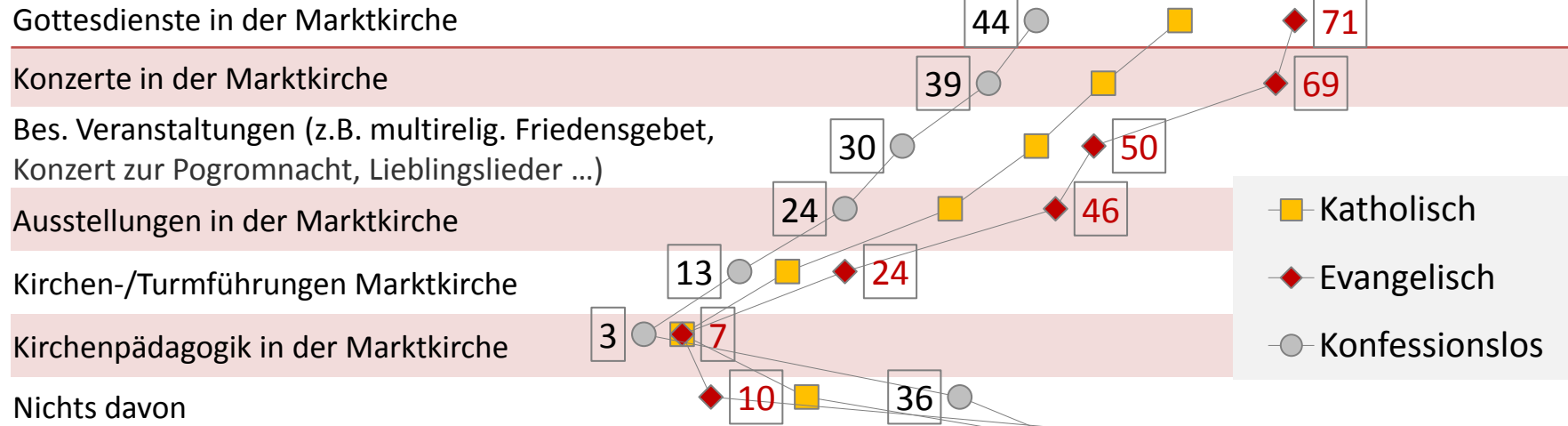
- Jenseits der Mitglieder der evangelischen Kirche ist die Bevölkerung Hannovers schlecht über die Aktivitäten der evangelischen Kirche in Hannover informiert
- Quelle der Einschätzung über die evangelische Kirche in Hannover ist für Evangelische zum großen Teil die eigene Erfahrung, aber Medienberichte sind kaum weniger wichtig
- Für Katholiken, Muslime und Konfessionslose sind Medienberichte deutlich relevanter für die Einschätzung der evangelischen Kirche als eigene Erfahrungen oder Erfahrungen Dritter.
 - Was bedeutet das?
 - Woran liegt das?
 - Was folgt daraus? (Sollte etwas daraus folgen?)

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.4 Angebote Marktkirche / Kirche vor Ort

Von welchen der folgenden Angebote der Marktkirche haben Sie schon einmal gehört oder gelesen? in Prozent (evangelisch n=442; katholisch n=142; konfessionslos n=309)

Welche der folgenden Aktivitäten der evangelischen Kirche in Ihrem näheren Wohnumfeld kennen Sie? In % (evangelisch n=932; katholisch n=317; konfessionslos n=492)



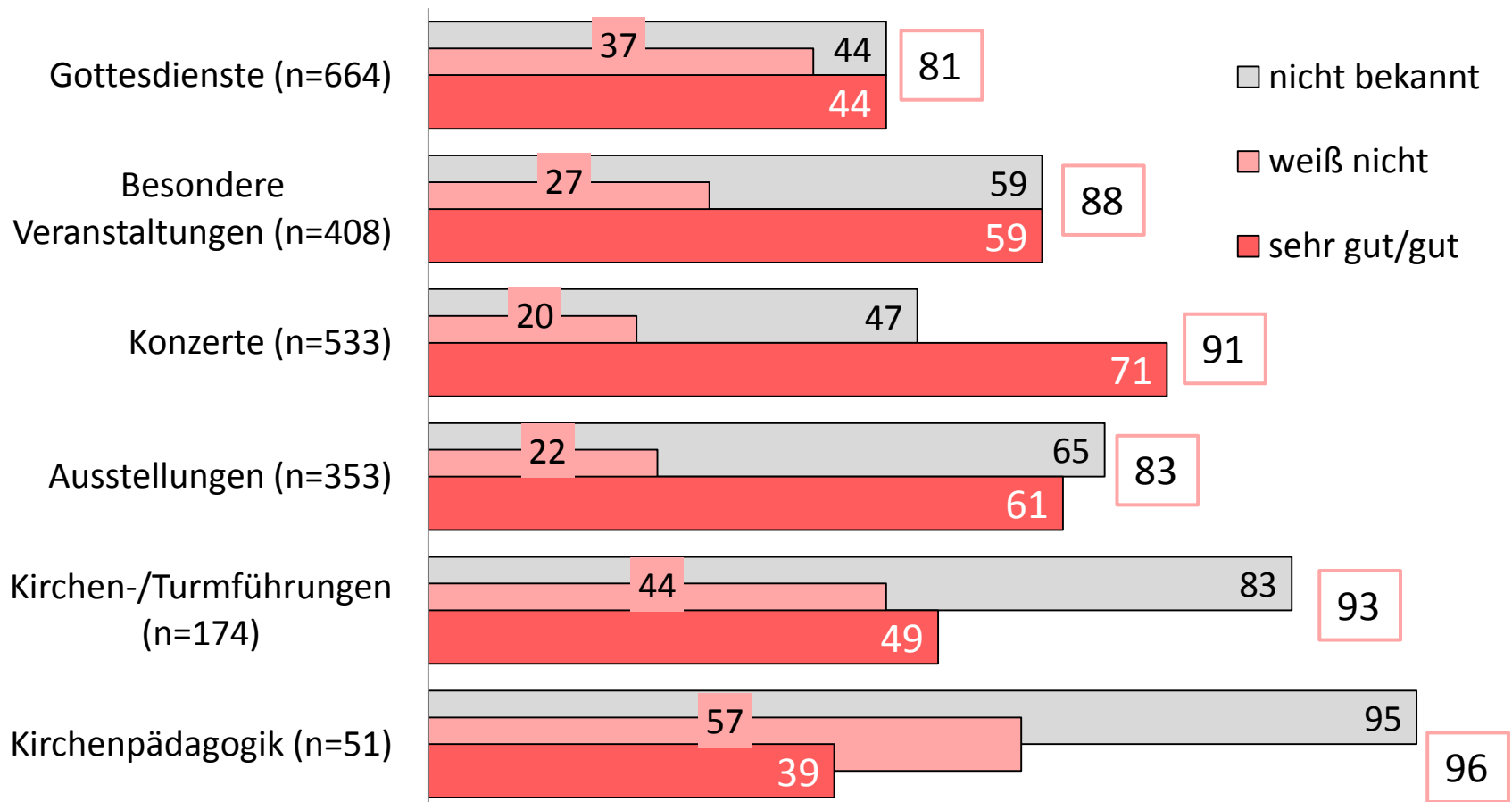
5. Ausgewählte Ergebnisse

5.4 Angebote Marktkirche / Kirche vor Ort

„Wie beurteilen Sie diese Angebote der Marktkirche?“

Prozent „nicht bekannt“ basiert auf n=1000 Befragte

Prozent „weiß nicht“ und „sehr gut/gut“ basiert auf Anzahl Befragter, die das Angebot kennen



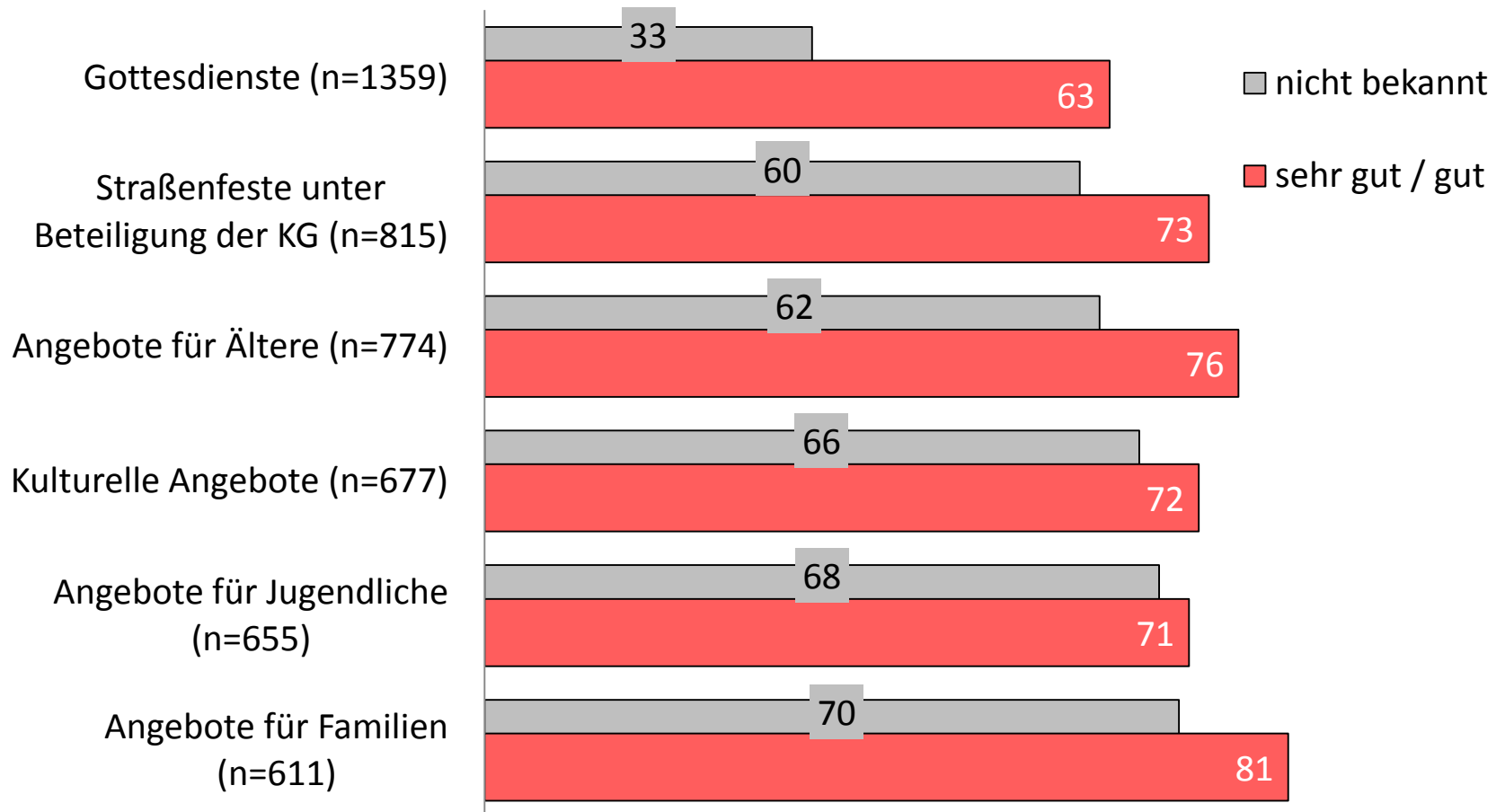
5. Ausgewählte Ergebnisse

5.4 Angebote Marktkirche / Kirche vor Ort

„Wie beurteilen Sie diese Angebote bzw. Aktivitäten aus Ihrem näheren Wohnumfeld?“

Prozent „nicht bekannt“ basiert auf n=2017 Befragte

Prozent „sehr gut/gut“ basiert auf Anzahl Befragter, die das Angebot kennen



5.4 Angebote Marktkirche / Kirche vor Ort – Zusammenfassung und Fragen

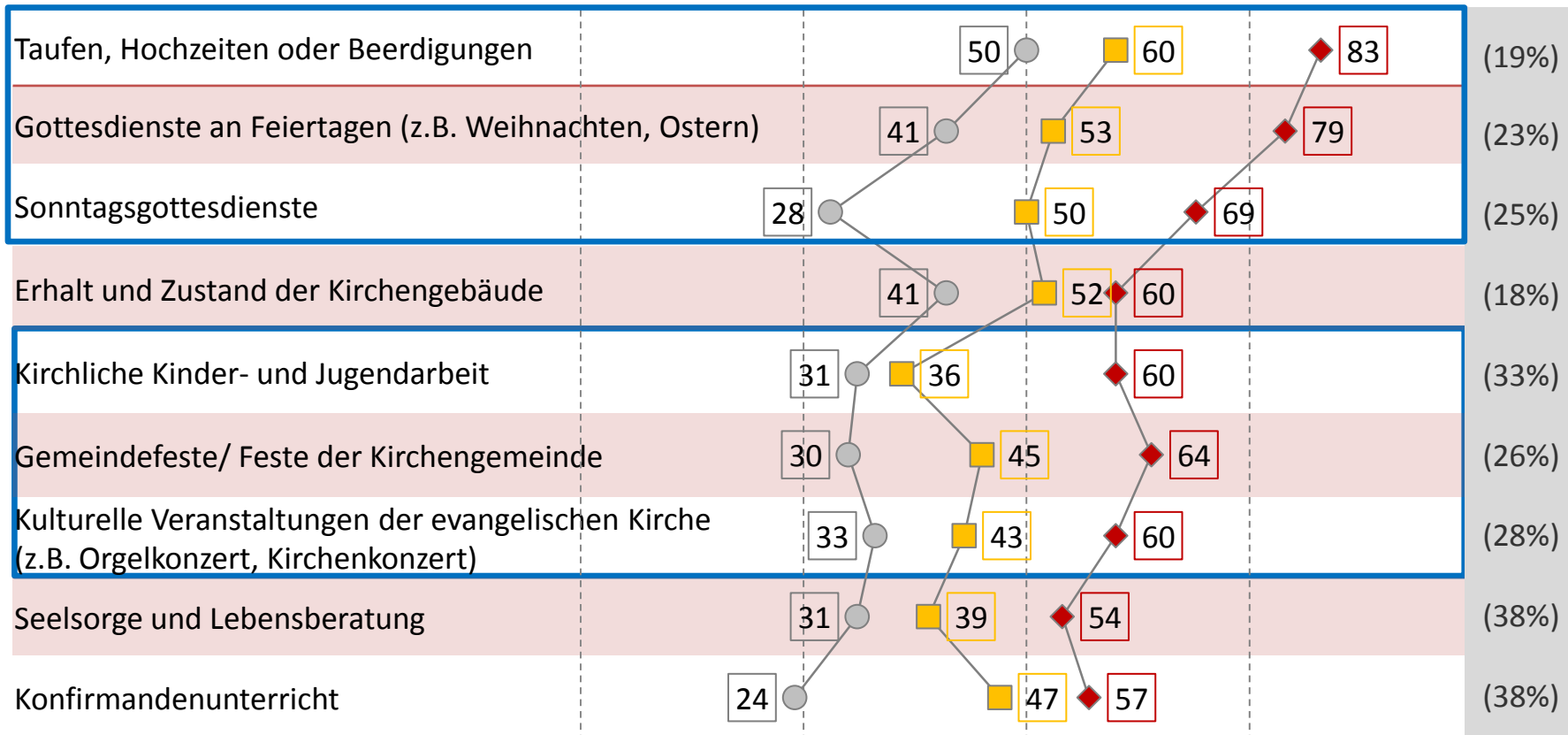
- Herausgehobene Veranstaltungen der Marktkirche (z.B. Konzerte) sind Evangelischen bekannter als wohnortnahe Angebote, aber nur diese.
- Ähnliches gilt für Konfessionslose, ihnen ist das kirchliche Angebote im Wohnumfeld eher bekannt als das spezifische der Marktkirche.
- Katholiken scheinen sich, sofern sie evangelische Angebote und Aktivitäten wahrnehmen, eher in Richtung Marktkirche zu orientieren als in ihrem Wohnumfeld.
- Sofern Angebote und Aktivitäten bekannt sind, werden diese überwiegend positiv bewertet.
 - Woher könnte diese Marktkirchen – Wohnort-Differenz bei Konfessionslosen und Katholiken rühren?
 - Welche Gründe mag es geben für die relativ „schlechte“ Beurteilung der Gottesdienste?

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.5 Angebote evangelische Kirche Hannover

Wie schätzen Sie konkret die folgenden Angebote der evangelischen Kirche hier in Hannover ein?

Prozentsatz „sehr positiv“ und „positiv“ (in Klammern: „weiß ich nicht“)



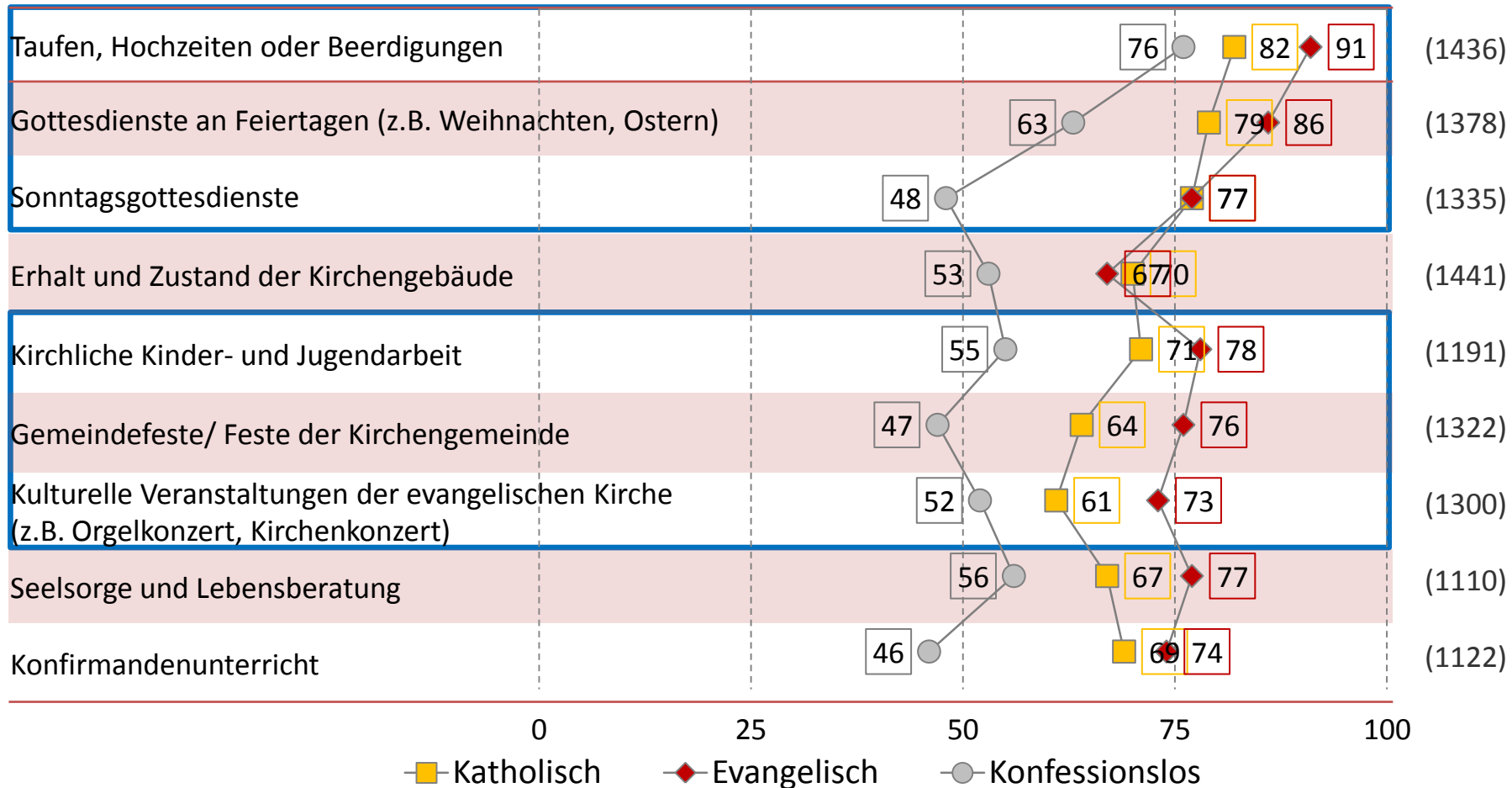
■ Katholisch (n=317) ◆ Evangelisch (n=923) ● Konfessionslos (n=492)

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.5 Angebote evangelische Kirche Hannover

Wie schätzen Sie konkret die folgenden Angebote der evangelischen Kirche hier in Hannover ein?

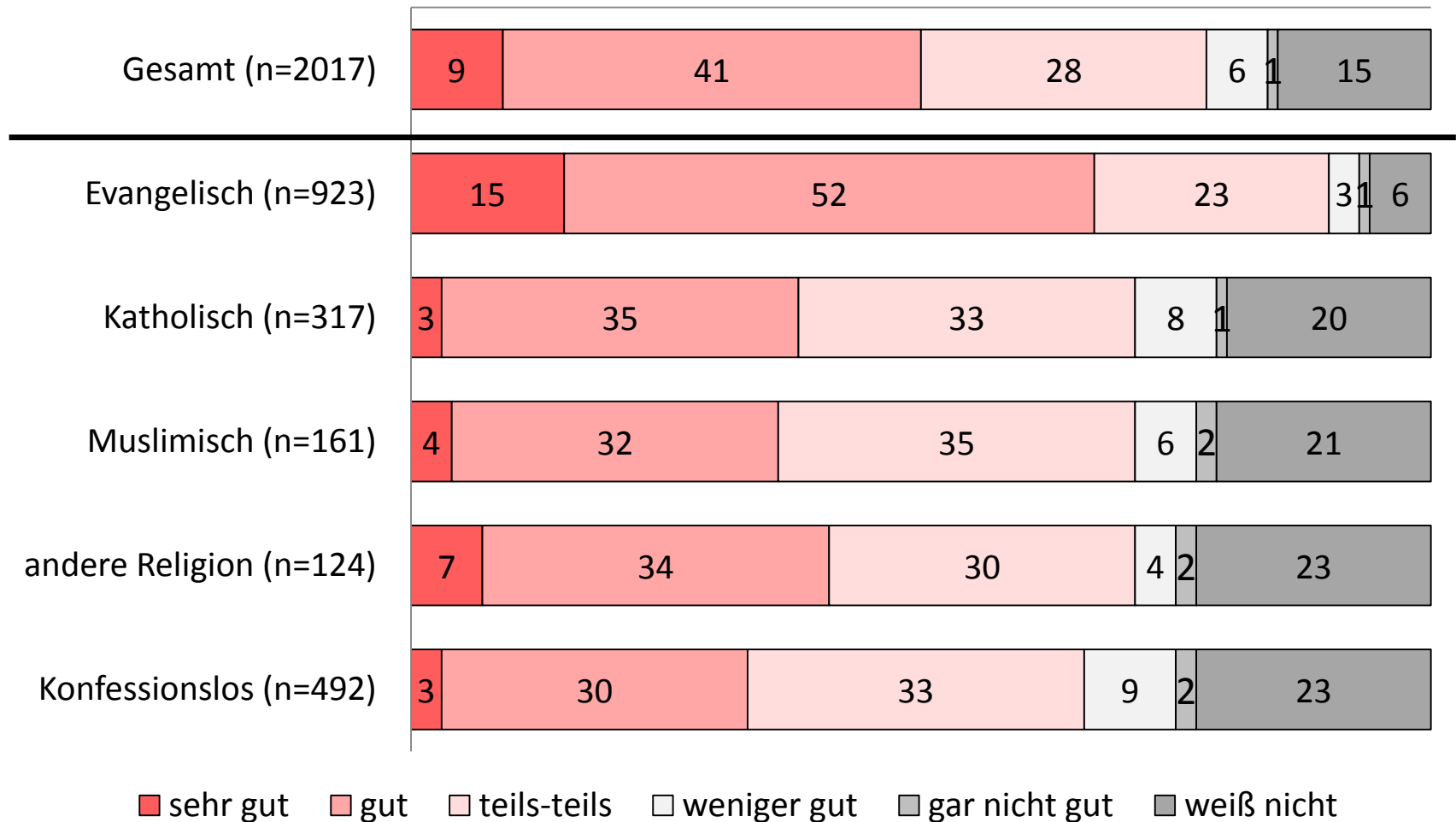
Prozentsatz „sehr positiv“ und „positiv“ (in Klammern: „Anzahl Antwortender“)



5. Ausgewählte Ergebnisse

5.5 Angebote evangelische Kirche Hannover

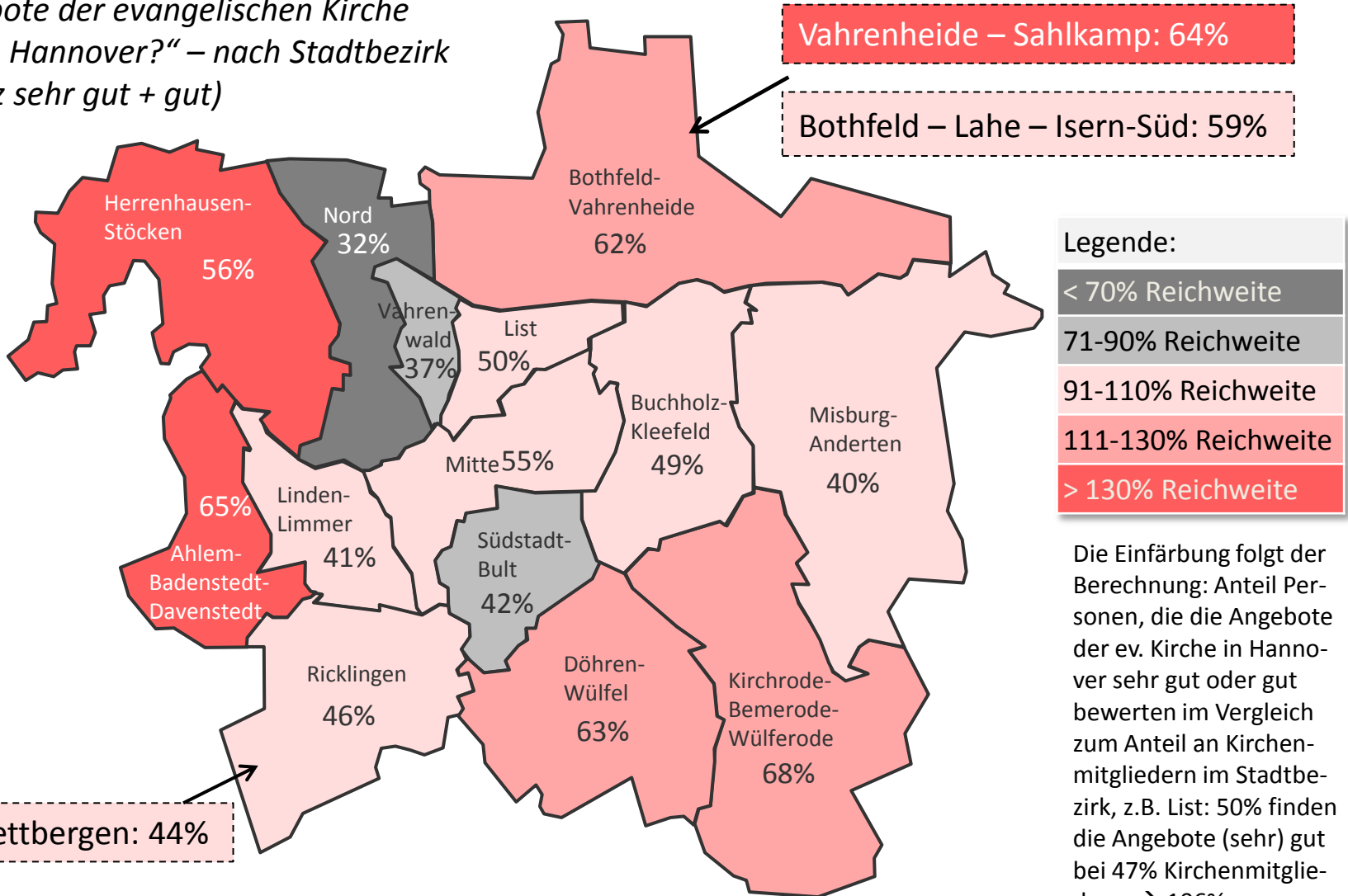
„Wie bewerten Sie insgesamt die Angebote der evangelischen Kirche hier in Hannover?“
Angaben in Prozent



5. Ausgewählte Ergebnisse

5.5 Angebote evangelische Kirche Hannover

„Wie bewerten Sie insgesamt die Angebote der evangelischen Kirche hier in Hannover?“ – nach Stadtbezirk
(%satz sehr gut + gut)



Legende:

< 70% Reichweite

71-90% Reichweite

91-110% Reichweite

111-130% Reichweite

> 130% Reichweite

Die Einfärbung folgt der Berechnung: Anteil Personen, die die Angebote der ev. Kirche in Hannover sehr gut oder gut bewerten im Vergleich zum Anteil an Kirchenmitgliedern im Stadtbezirk, z.B. List: 50% finden die Angebote (sehr) gut bei 47% Kirchenmitgliedern → 106%

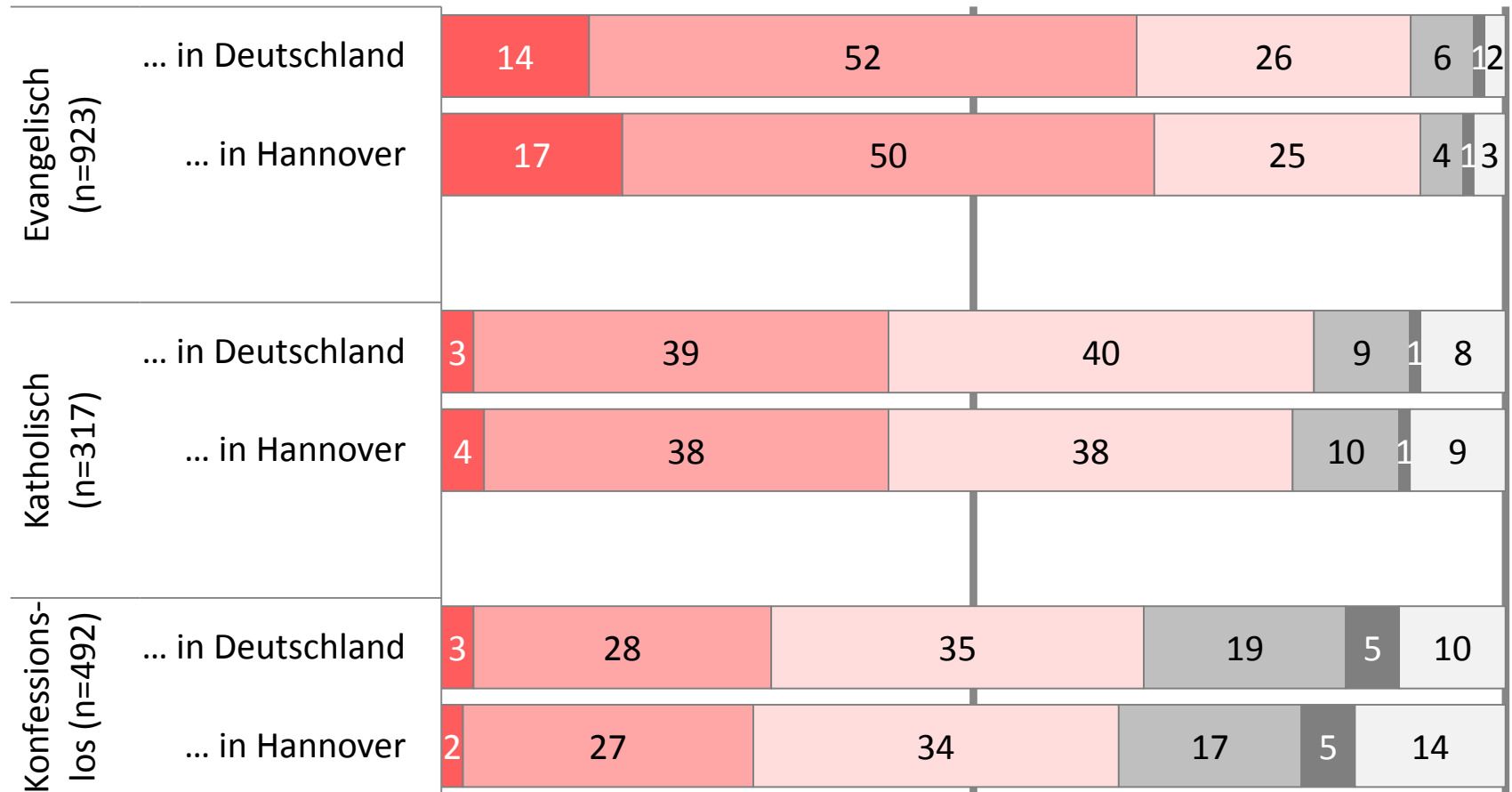
5.4 Angebote evangelische Kirche Hannover – Zusammenfassung und Fragen

- Auffallend ist eine große Zurückhaltung bei Einschätzung und Bewertung von Angeboten der evangelischen Kirche – zumindest unter Nicht-Evangelischen – gepaart mit einem hohen Anteil indifferenter teils-teils-Antworten
 - ➔ Ist dies Zeichen für Indifferenz oder Ignoranz oder etwas Drittes?
- Ebenso auffallend ist die überwiegend positive Einschätzung, die selbst bei Konfessionslosen noch über die Hälfte der Befragten abgibt.
- Die differenzierte Betrachtung der Angebotsbewertung zeigt gute Werte für Kasualien und besondere Gottesdienste, tendenziell schlechte Werte für Sonntagsgottesdienste und Konfirmandenunterricht
- Deutlich sind auch bei dieser Frage wieder Bezirksdifferenzen, die unabhängig vom Anteil Evangelischer scheinen

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.6 Gesamtreputation der evangelischen Kirche

„Alles in Allem: Welches Ansehen genießt die evangelische Kirche in Deutschland / hier in Hannover bei Ihnen persönlich?“ Angaben in %

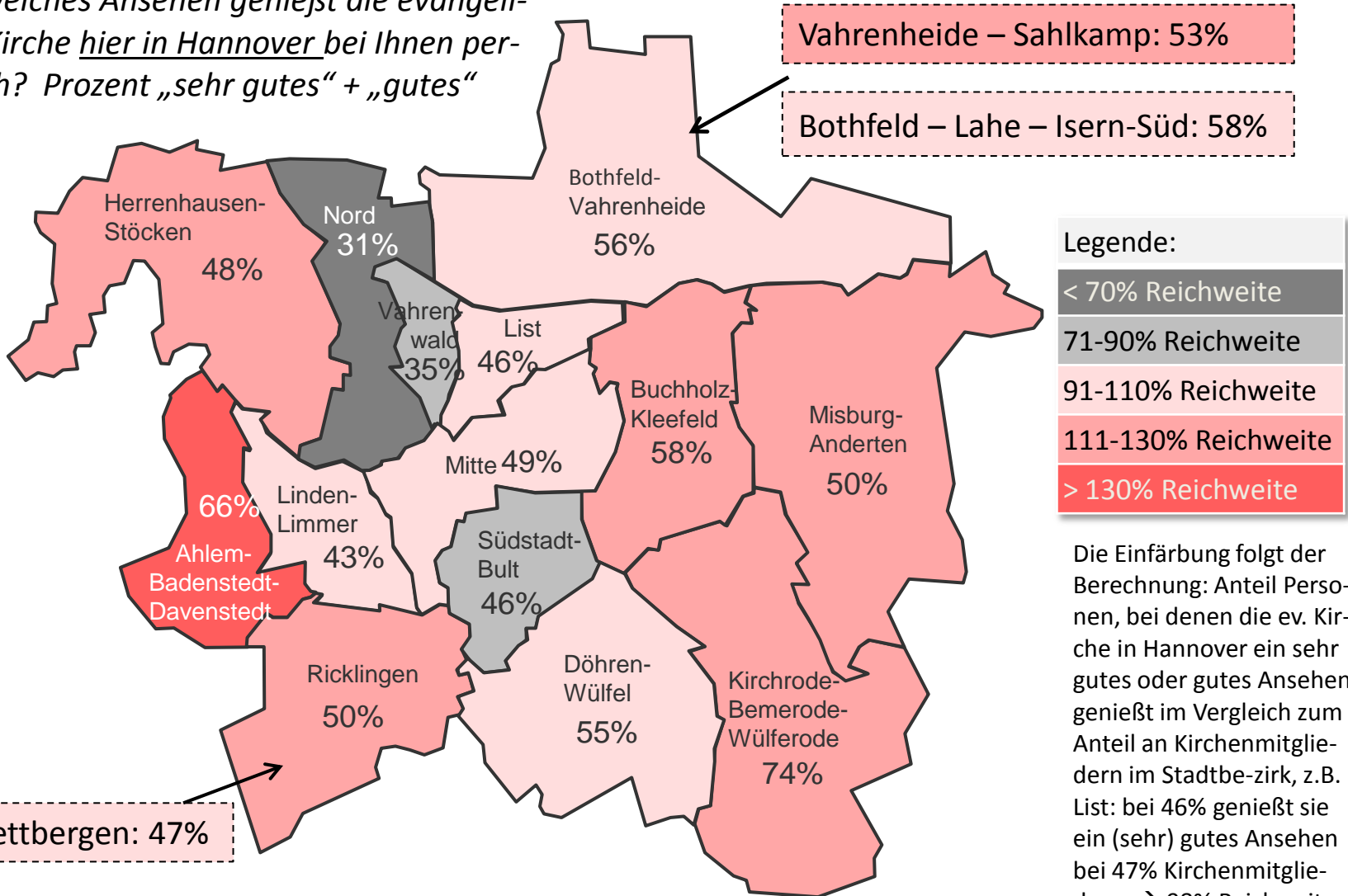


■ sehr gutes
 ■ gutes
 ■ teils-teils
 ■ weniger gutes
 ■ gar nicht gutes
 ■ w.n./k.A.

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.6 Gesamtreputation der evangelischen Kirche

Und welches Ansehen genießt die evangelische Kirche hier in Hannover bei Ihnen persönlich? Prozent „sehr gutes“ + „gutes“



6. Abschließende Bemerkungen

- Die Evangelische Kirche in Hannover kann und sollte noch an ihrer Bekanntheit und an ihrem Image arbeiten.
- Hinter der überwiegend positiv erscheinenden Beurteilung verbergen sich jeweils hohe Anteile an Indifferenz, Ambivalenz und Ignoranz – zumindest unter den Nicht-Evangelischen in der Bevölkerung.
- Auch unter den Evangelischen findet sich offensichtlich in manchen Bezirken eine große Distanz zur evangelischen Kirche – in anderen eine Nähe auch bei Nicht-Mitgliedschaft.
- Das differenzierte Angebot von zentraler Marktkirche, Profilkirchen und Kirche vor Ort scheint eine breite Ansprache verschiedener Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen .