

SI KOMPAKT

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
INSTITUT

der Evangelischen Kirche in Deutschland 



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

NR.2*2018

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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







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

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

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

Infobox:

SPITZENVERBÄNDE DER FREIEN WOHLFAHRTSPFLEGE*

Verband/ Gründung	Einrichtung- en/Dienste/ Organisatio- nen	Haupt- amtlich Beschäftigte	Freiwillig Engagierte
Arbeiterwohlfahrt 1919 	ca. 13.000	211.727	65.629
Caritas 1897 	24.391	617.391	500.000 (geschätzt)
Deutscher Paritätischer Wohlfahrts- verband 1924 	ca. 10.000	keine Angabe**	ca. 213.000
Deutsches Rotes Kreuz 1863/1921 	20 (nur Mitglieds- verbände)	ca. 165.000	ca. 426.000
Diakonie 1848 	31.547	ca. 525.707	ca. 700.000
Zentralwohlfahrts- stelle der Juden in Deutschland 1917 	16	120	keine Angabe

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

** Bei der Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege sind umgerechnet auf Vollzeitstellen 486.509 Mitarbeiter*innen gemeldet

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

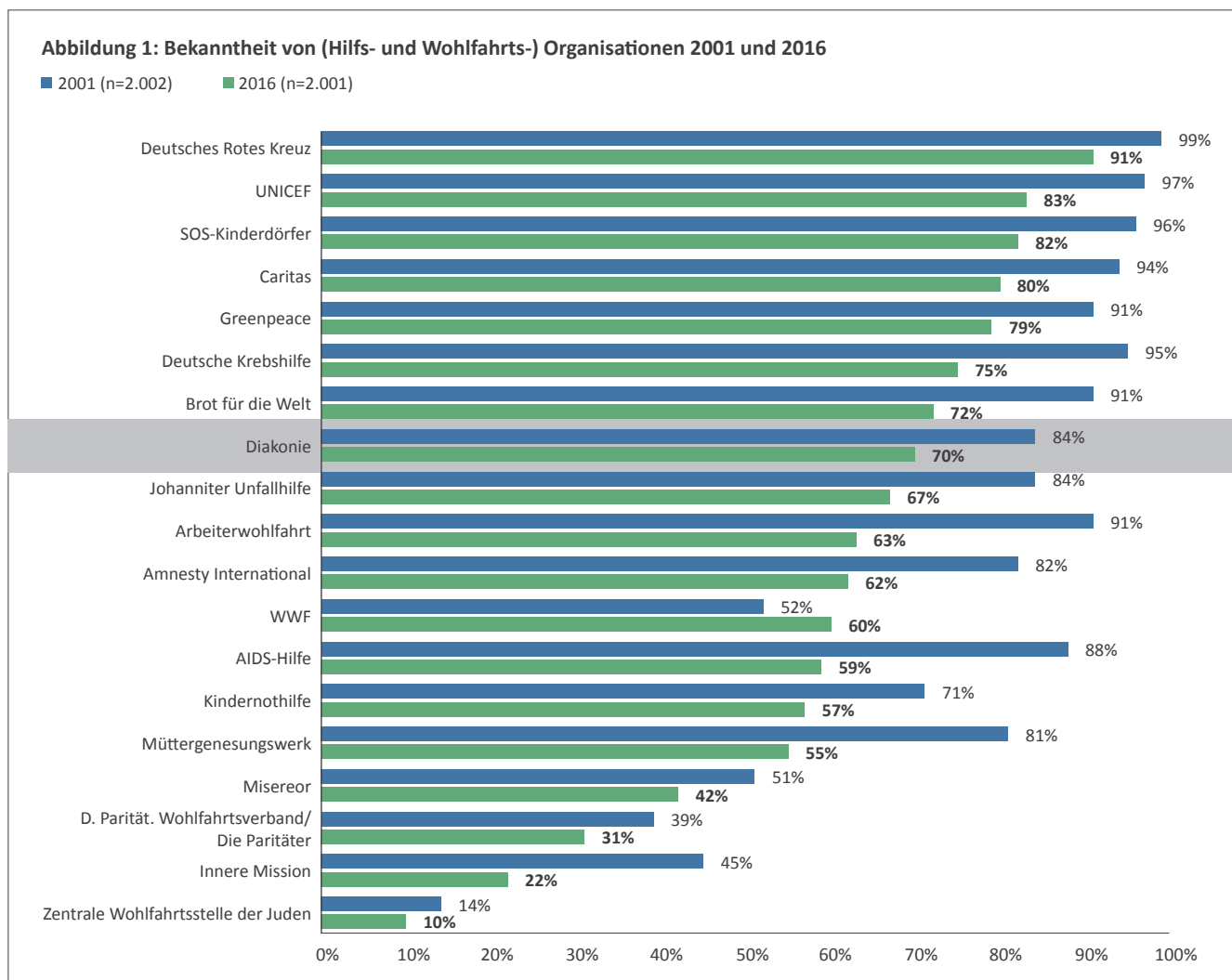
2016 geben 70 Prozent der Befragten an, dass ihnen die Diakonie bekannt ist. Sie bewegt sich damit wie bisher im oberen Mittelfeld unter insgesamt 19 nachgefragten Organisationen. Die Spitzenpositionen belegen nach wie vor Deutsches Rotes Kreuz (DRK), UNICEF und SOS-Kinderdörfer.

In den 15 Jahren, die zwischen der ersten und der jüngsten Befragung liegen, haben allerdings fast alle Organisationen einen erheblichen Verlust an Bekanntheit erlitten.⁴ Einzige Ausnahme ist der World Wide Fund For Nature (WWF; 52%/60%). Die durchschnittliche Anzahl bekannter Organisationen ist von 14,4 auf 11,6 gesunken.

Dieses Ergebnis hat sehr wahrscheinlich auch mit einer Veränderung der Frageformulierung zu tun: In den Vorgängerbefragungen waren „Hilfs- und Wohlfahrtsorganisationen“

genannt, 2016 nur „Organisationen“. Damit sollte der Effekt der sozialen Erwünschtheit – hier: Hilfe und Wohlfahrt sind zu befürworten, weshalb man die dafür stehenden Organisationen kennen sollte – reduziert werden. Zudem trifft diese Zuordnung für Greenpeace und den WWF so nicht zu.

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



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

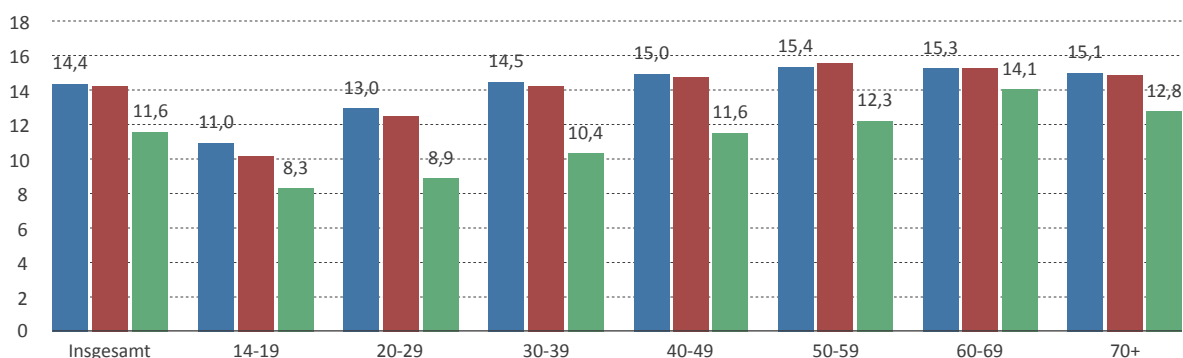
Zudem zeigt sich ein zweiter Effekt, der für das Absinken der Werte zu veranschlagen ist. Es ist nämlich das Alter der Befragten, das hier eine besondere Rolle zu spielen scheint: Die Anzahl der bekannten Organisationen steigt nachweislich in den höheren, beziehungsweise sinkt in den jüngeren Altersgruppen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

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

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

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

■ 2001 (n=2.002) ■ 2005 (n=2.500) ■ 2016 (n=2.001)



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

Konfessionelle Zuordnung

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

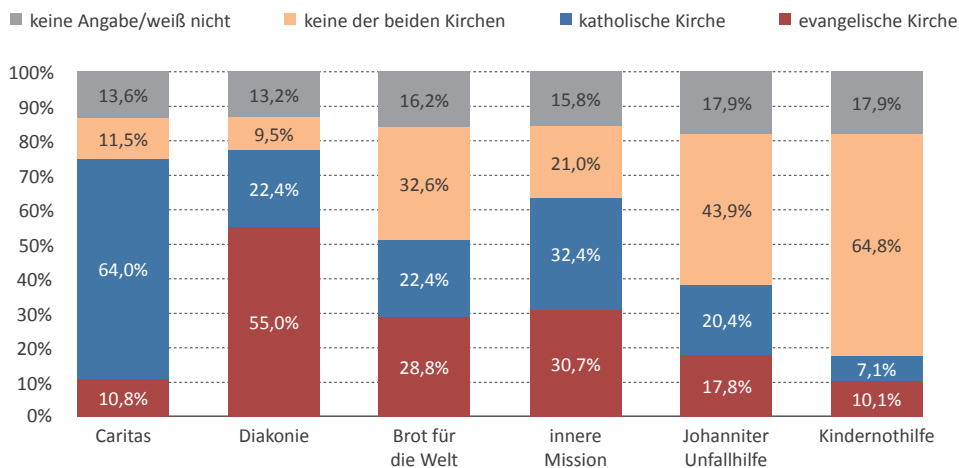
Bei Caritas und Diakonie entscheidet sich jeweils die Mehrheit für die richtige Antwort, wobei jedoch ein deutlicher Abstand von neun Prozentpunkten zu erkennen ist: Zwar erkennen mehr als drei Viertel der Befragten die konfessionelle Gebundenheit beider Verbände. Allerdings vermutet bei der Diakonie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

Gegen den zunächst naheliegenden Schluss auf das im Gegensatz zur Diakonie einheitliche Erscheinungsbild der Caritas spricht, dass die Frage zur konfessionellen Zuordnung nur gestellt wurde, wenn die jeweilige Organisation bekannt war. Möglicherweise spielt hier jedoch der im Vergleich zur Caritas sehr viel präzisere Unterschied zwischen evangelischer Kirche und Diakonie hinein.

Bei den anderen evangelischen Organisationen sinkt der Anteil der richtigen Zuordnungen geradezu dramatisch ab. Bei der Inneren Mission, die inzwischen nur noch einem

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

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



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

Unterstützungswürdigkeit von Organisationen: Diakonie büßt lediglich einen Rangplatz ein

Insgesamt gesehen hat die Unterstützungswürdigkeit der nachgefragten Organisationen zwischen 2001 und 2016⁶ noch stärker nachgelassen als ihre Bekanntheit, woraus sich sozusagen ein zweifacher Negativeffekt für ihre Wahrnehmung in der Bevölkerung ergibt. Am stärksten haben die AWO (39%), UNICEF und AIDS-Hilfe (je 37%), Johanniter Unfallhilfe (36%) und Misereor (35%) an Zuspruch verloren. Bei der Diakonie ist das Ausmaß der Verluste mit 31 Prozent etwas kleiner. In dieser Hinsicht bewegt sie sich im Mittelfeld der Organisationen.

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

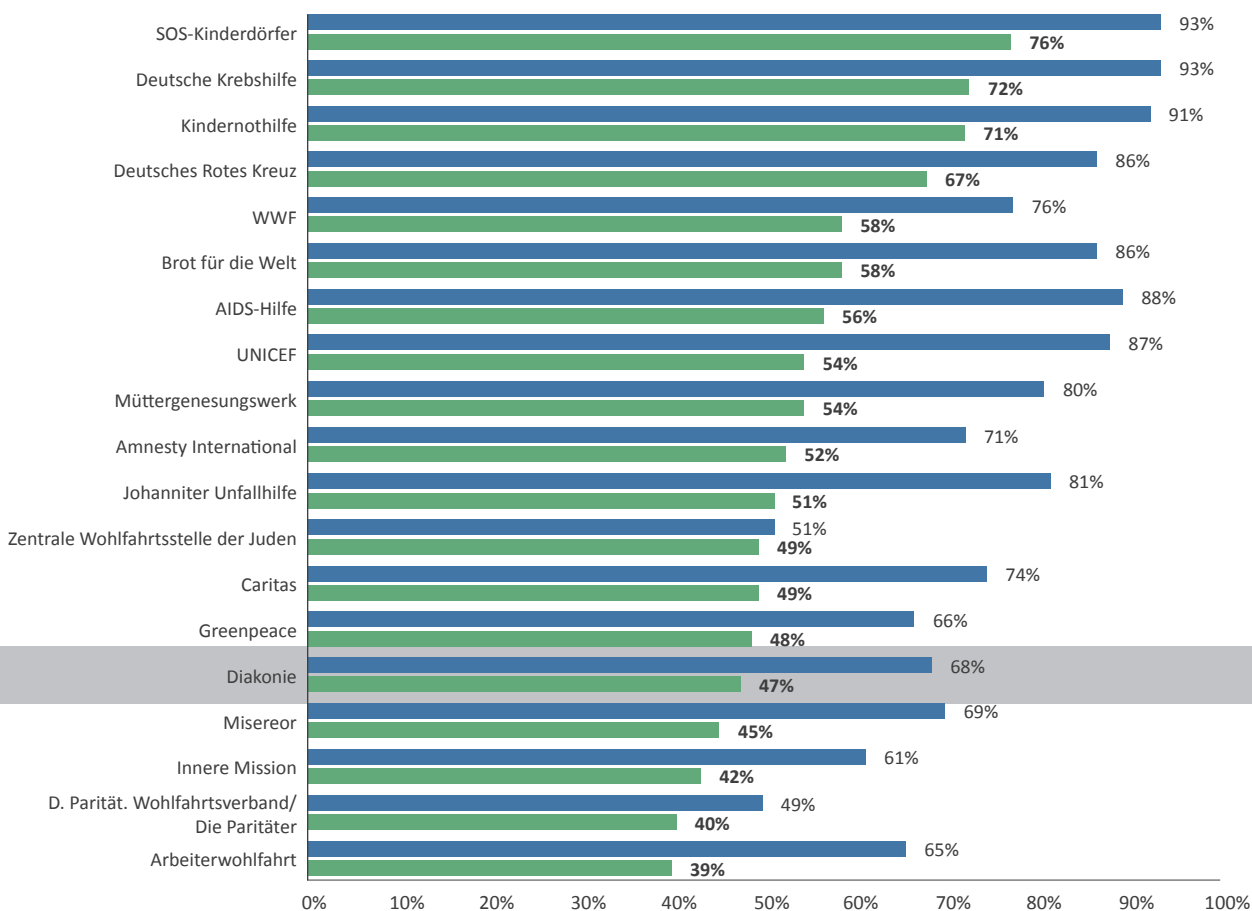
Es gibt überhaupt nur eine Organisation, bei der sich praktisch keine Veränderungen ergeben: die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland. Zwar ist sie nur den wenigsten bekannt (10%). Doch von diesen hält sie nach wie vor rund die Hälfte für unterstützungswürdig. Und dies gilt auch für die Zugehörigen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

Abbildung 4:

Unterstützungswürdigkeit von (Hilfs- u. Wohlfahrts-) Organisationen (wenn jeweils bekannt) 2001 und 2016

■ 2001 (n=278-1.986)

■ 2016 (n=192-1.817)



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

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

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

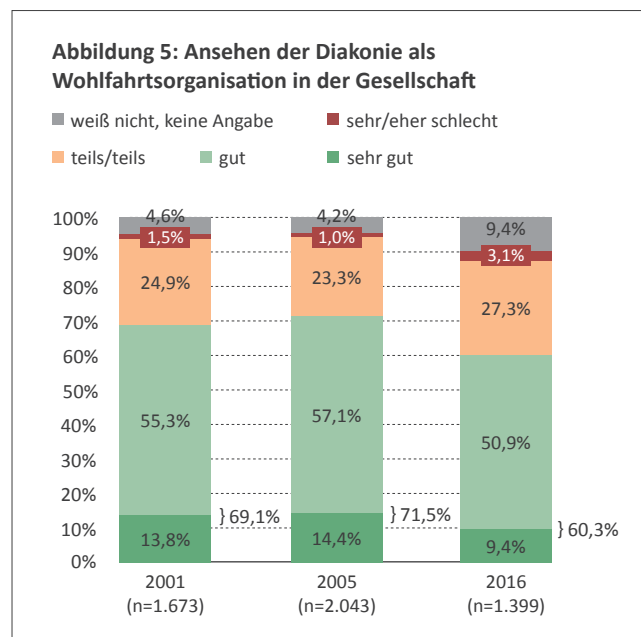
Es ist nicht auszuschließen, dass hier die Ausweitung und die strukturellen Veränderungen in der Landschaft gemeinnütziger Organisationen eine Rolle spielen.⁷ So ist allein zwischen 2001 und 2016 die Zahl der Vereine in Deutschland – das ist die bei weitem häufigste Rechtsform – um fast 20 Prozent auf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

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

Ansehen und Bedeutung der Diakonie in der Gesellschaft

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

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



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

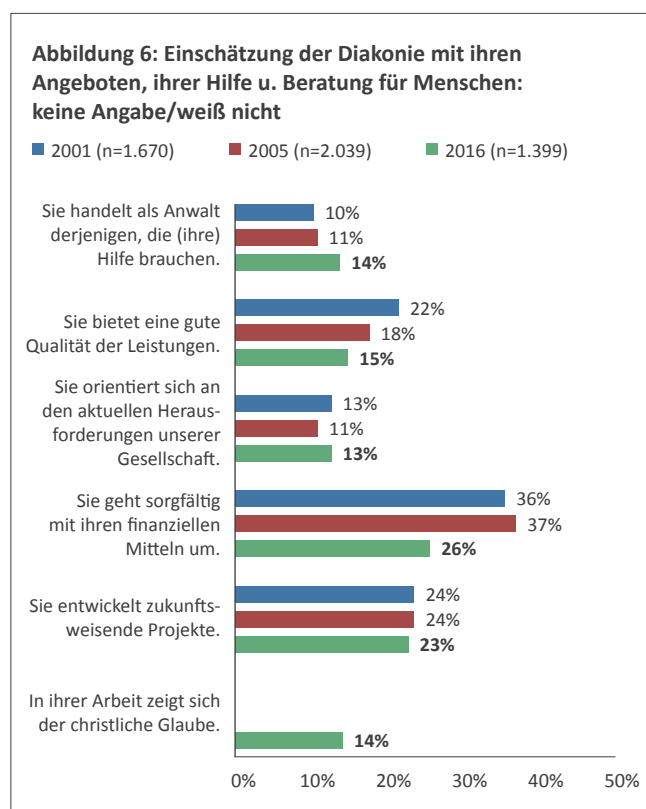
7 Vgl. Priemer/Krimmer/Labigne (Ziviz-Survey 2017).

8 Vgl. Bundesamt für Justiz (2017).

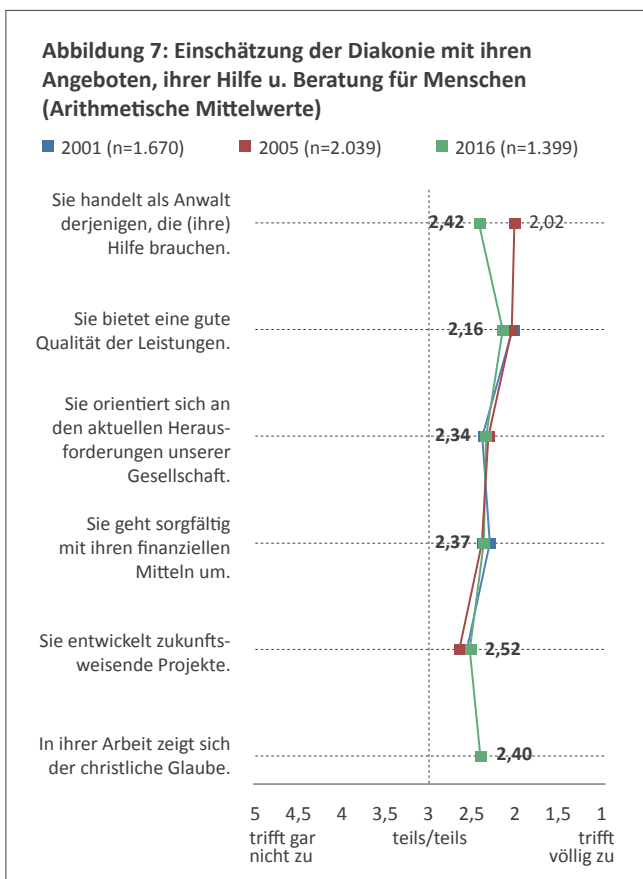
9 Hochsignifikante T-Tests; T-Werte 2016: 9,65 (Ansehen) und 9,02 (Wichtigkeit).

Konkretere Einschätzungen: Auffallende Unsicherheit, ansonsten positiv

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



Bei denen, die zu den jeweiligen Statements Stellung bezogen haben, überwiegen wie schon in den Vorgängerbefragungen durchweg die positiven Bewertungen (Abb.7). Dabei wird der Diakonie an erster Stelle eine hohe Qualität ihrer Leistungen attestiert, gefolgt von der Orientierung an aktuellen Herausforderungen, während insbesondere die Zustimmung zur Entwicklung zukunftsweisender Projekte im Schnitt weniger deutlich ausfällt. Der 2016 neu aufgenommene christliche Bezug ihrer Arbeit findet im Vergleich dazu mehr positive Resonanz. Er wird von denen, die ihn bewertet haben, zu 59 Prozent bestätigt (s. a. nächsten Punkt). Im Zeitvergleich haben sich die einzelnen Bewertungen kaum verändert, bis auf eine Ausnahme: Die sozialanwaltliche Funktion, die zum Kern des Selbstverständnisses der Diakonie zählt, wird in der Bevölkerung inzwischen weniger stark als früher wahrgenommen. In den Vorgängerbefragungen erhielt sie unter denen, die ein Urteil abgegeben hatten, noch den größten Zuspruch (73%). Der ist 2016 auf 59 Prozent gesunken. Hinzu kommt, dass in der jüngsten Befragung hierzu erstmals ein beachtlicher Zusammenhang mit dem Alter zu beobachten ist: Jüngere bestätigen die sozialanwaltliche Funktion seltener als Ältere. Unter den 20- bis 29- und den 30- bis 39-Jährigen liegt der Mittelwert der Einstufungen, die wie Schulnoten (von 1 bis 5) kodiert sind, mit 2,8 schon nah bei „teils/teils“ (2001: 2,1; 2005: 2,0); inzwischen stimmt nur noch weniger als die Hälfte von ihnen (45%) zu.



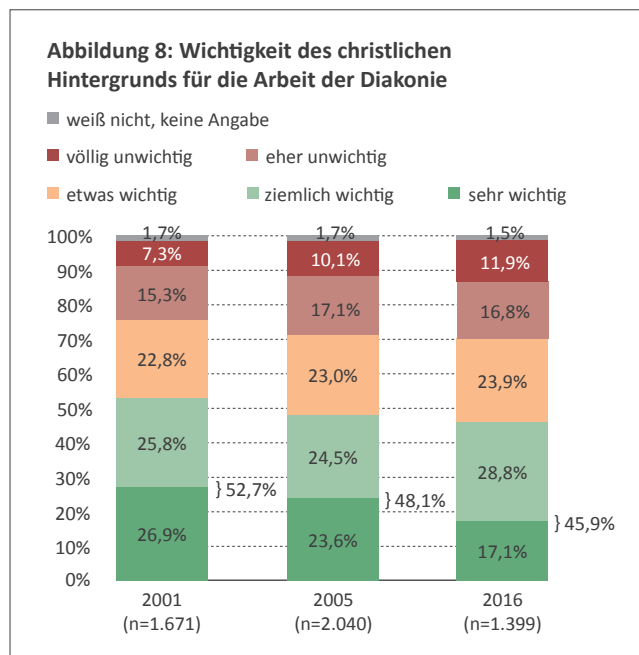
Möglicherweise ist diese – besonders unter den Jüngeren – veränderte Sicht vor dem Hintergrund zu verstehen, dass die Diakonie zur Wettbewerberin auf dem Markt sozialer Dienstleistungen geworden ist. Eine solche Zuordnung lässt sich nicht so leicht mit dem Anspruch des sozialanwaltlichen Handelns in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

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

Christlicher Hintergrund der Diakonie: Grundsätzlich immer noch wichtig

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

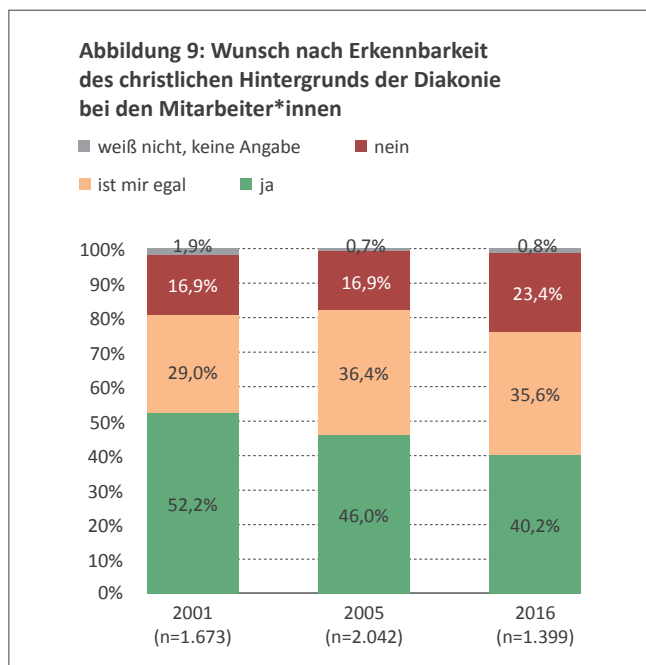
Weitere Analysen zeigen, dass sowohl die zugemessene Bedeutung als auch die wahrgenommene Präsenz des christlichen Hintergrunds aus den konkreteren Einschätzungen eine erhebliche Rolle dafür spielen, wie hoch das Ansehen der Diakonie in der Gesellschaft eingestuft wird, wobei die wahrgenommene Präsenz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



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

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

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



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

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

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

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

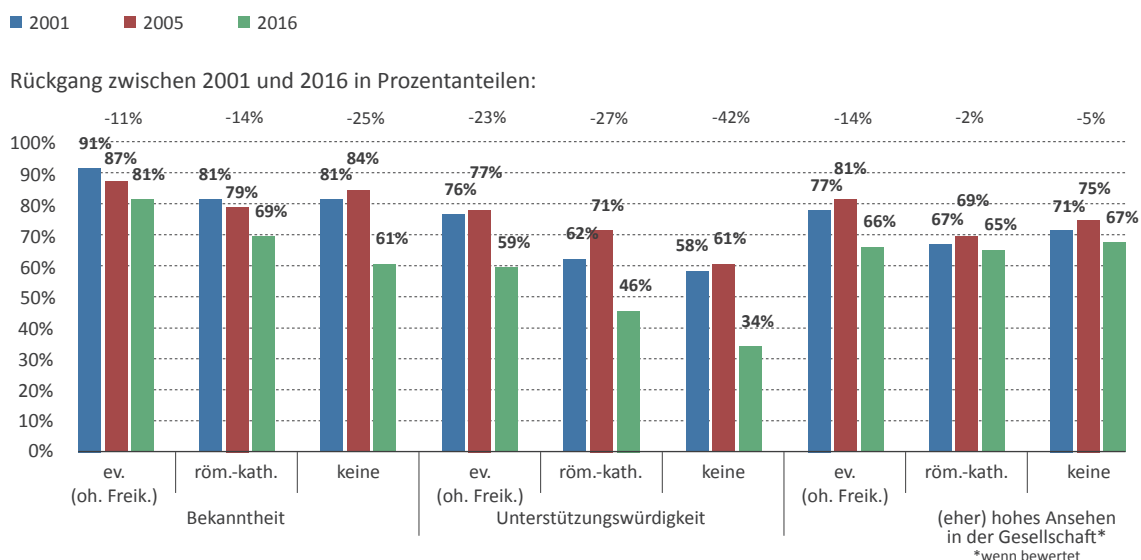
Infobox: RELIGIONSZUGEHÖRIGKEIT DER BEFRAGTEN

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

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

¹² Vgl. auch Wegner (2017).

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



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

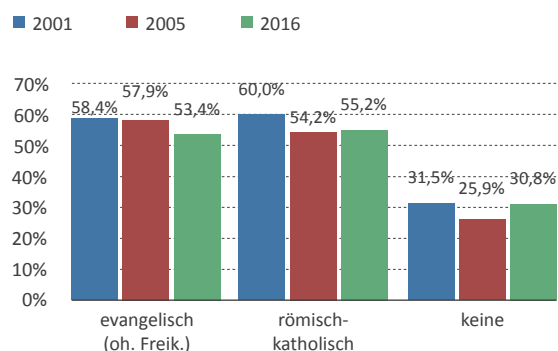
Dies mag seinen Grund darin finden, dass sich gerade die Evangelischen heute viel weniger mit ihrer Kirche identifizieren, als das noch 2001 der Fall war: Gaben damals noch 43 Prozent von ihnen an, sich sehr oder ziemlich mit ihrer Kirche verbunden zu fühlen, so liegt dieser Anteil nun bei 25 Prozent.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

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

In diesem Kontext gewinnt die Frage, inwieweit auch die Beurteilung des christlichen Hintergrunds der diakonischen Arbeit mit der kirchlichen Bindung der Befragten zusam-

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

Abbildung 11: Wichtigkeit des christlichen Hintergrunds für die Arbeit der Diakonie nach Religionszugehörigkeit (Anteile für sehr/ziemlich wichtig)



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

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

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

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

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

Einrichtungen vor Ort: Bekanntheit und Kontakt

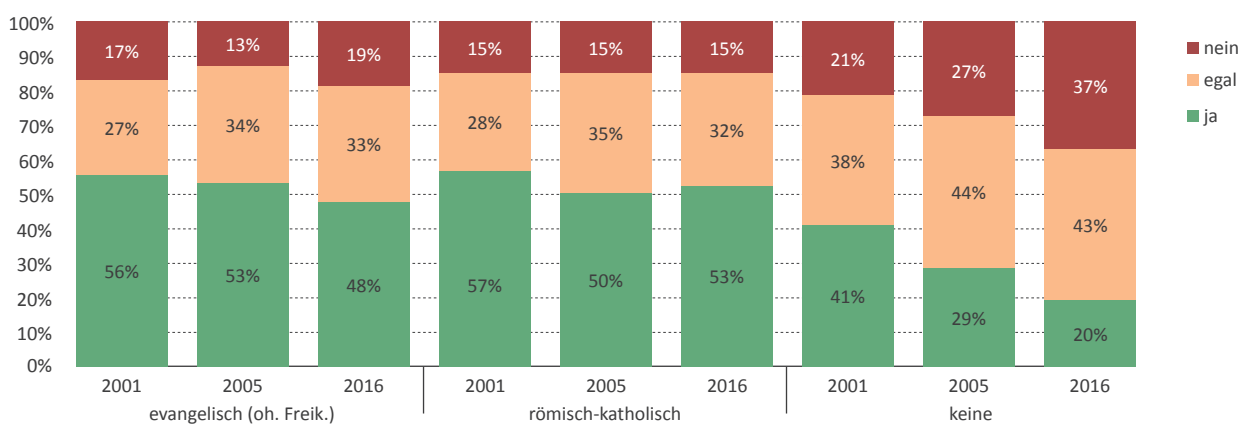
Bevor genauer auf die Bekanntheit diakonischer Einrichtungen im eigenen lokalen Umfeld eingegangen wird, lohnt ein Blick auf die Ergebnisse zur 2016 gestellten Frage: „Gibt es bei Ihnen vor Ort Organisationen oder Initiativen, die sich sozial engagieren?“. Sie mag bei manchen auch den Assoziationsrahmen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

Sozial engagierte Organisationen/Initiativen vor Ort

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

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

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

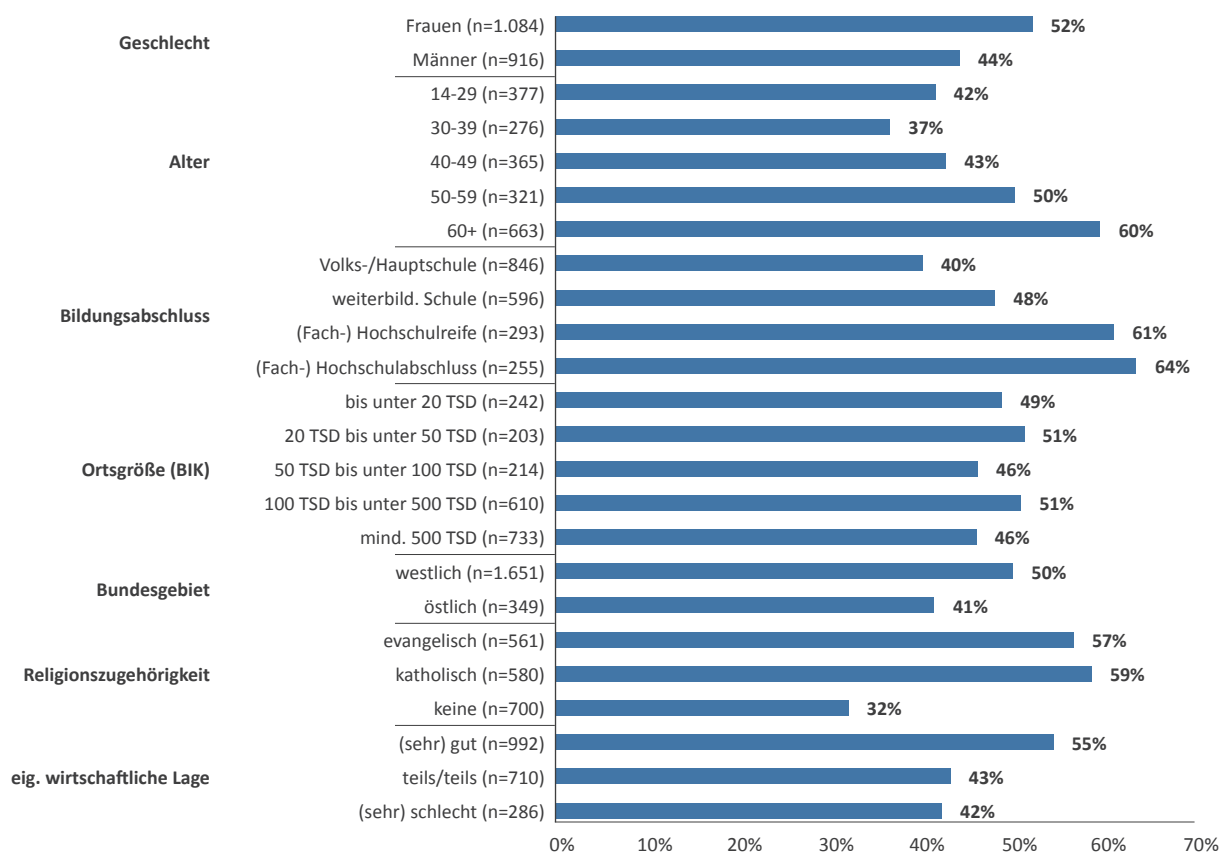


¹⁵ Hier gilt es abzuwarten, inwieweit die neue Loyalitätsrichtlinie von 2017 hilfreich sein wird. Sie erleichtert die Rekrutierung des Fachpersonals, das nun unabhängig von der Kirchengliederung beschäftigt werden kann. Zugleich sollen aber die Anstellungsträger – über entsprechende Schulungen des Personals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

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

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

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



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

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

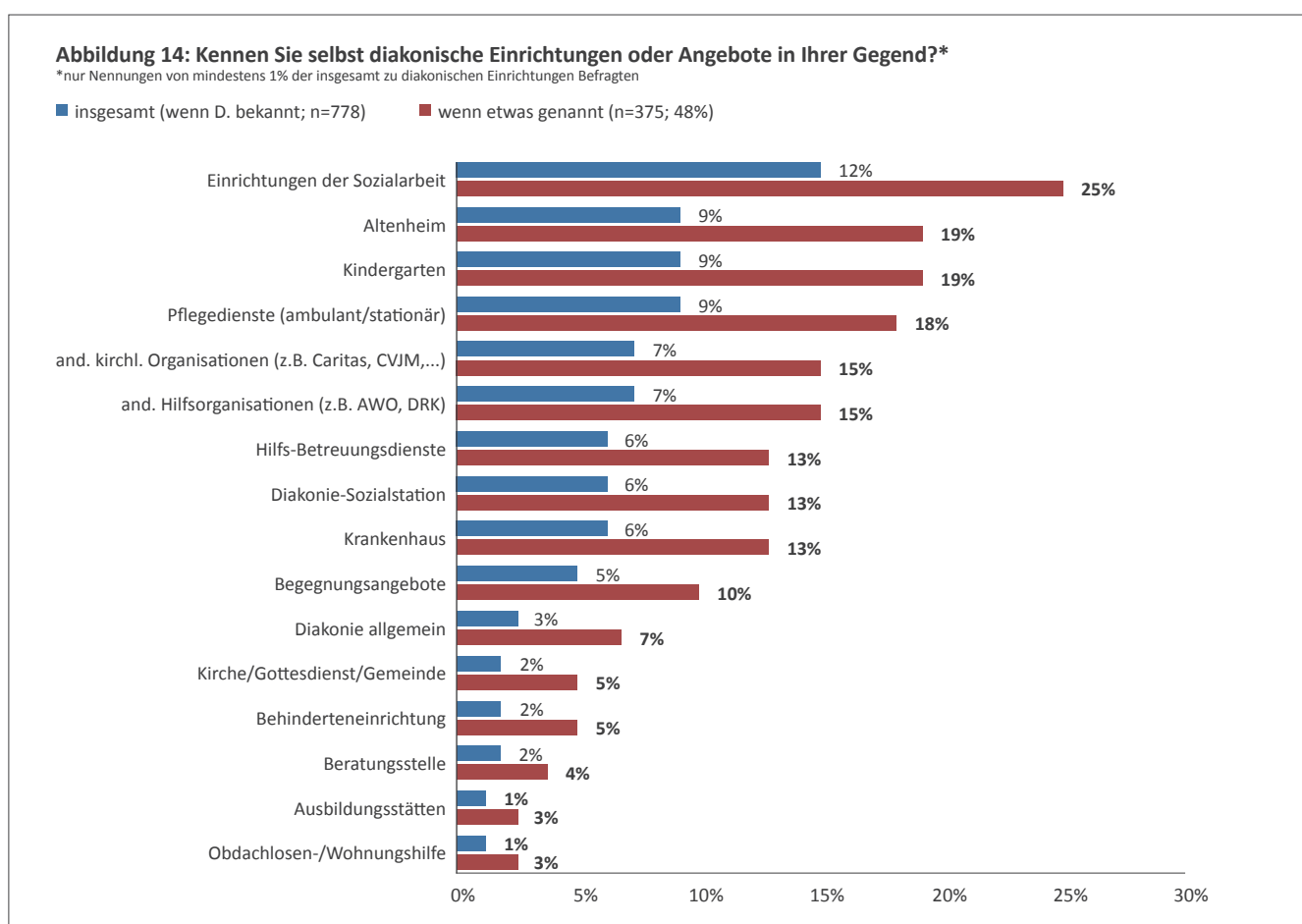
¹⁶ Mehr dazu in der Folgeveröffentlichung (Nah dran? Diakonie aus Sicht der Bevölkerung – Trends und neue Perspektiven aus einer bundesweiten Repräsentativbefragung; Teil III); vgl. auch Sinnemann (2017), 13, 28.

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

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

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

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



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

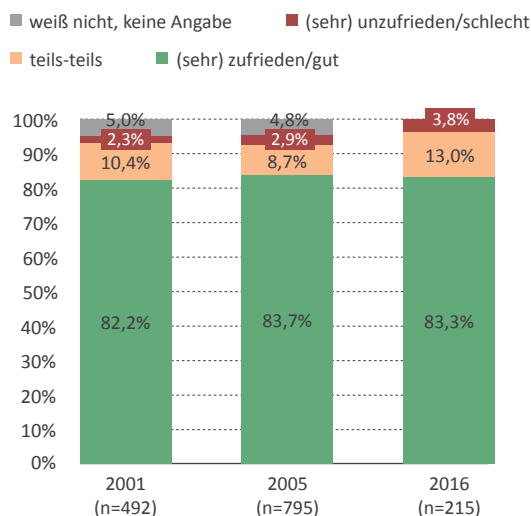
jedoch die Nennungen zu Pflegediensten und der direkten Bezeichnung „Diakonie-Sozialstation“ zusammen, sind sie es, die den vordersten Rang belegen – mit 14 Prozent unter den insgesamt zu diakonischen Einrichtungen Befragten und 30 Prozent unter denen, die konkrete Angaben dazu gemacht haben.

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

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

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

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



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

Resümee

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

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

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

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

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

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

Literatur

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SOZIALWISSENSCHAFTLICHES
INSTITUT
der Evangelischen Kirche in Deutschland 