

Gesellschaftsrelevante Dialogfähigkeit -



14.06.2021

1

🔑 Entstehung/Quelle



Ein paar tausend
Seiten von Jugend-
und
Gesellschaftsstudien
(u. a. Shell, Sinus)



wurden auf
19 Seiten
(Synthese)
komprimiert,



die wichtigsten
Megatrends für
Mission wurden auf
4 Seiten
(Kontextualisierung)
dargestellt.



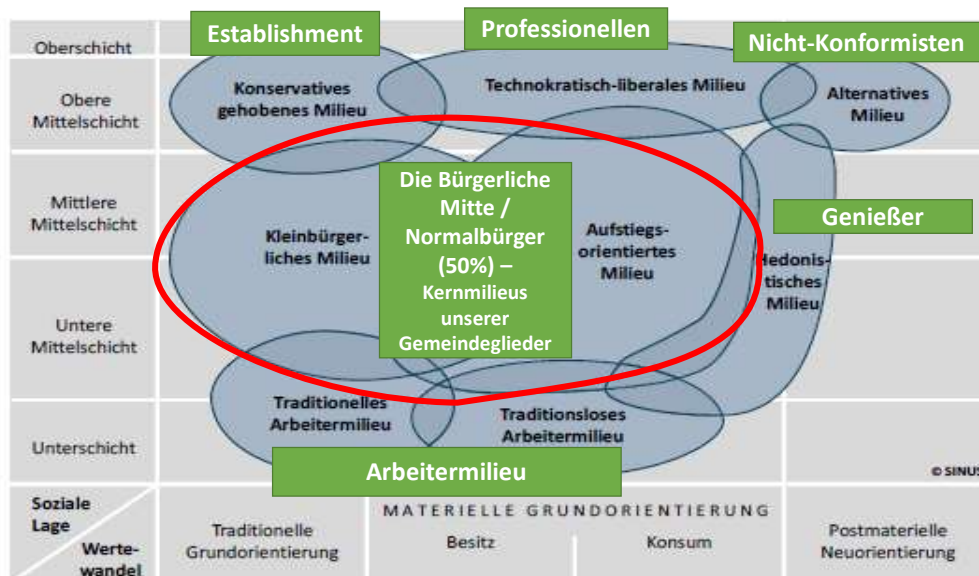
CCD: Ein
paar
relevante
Megatrends
werden hier
heraus-
gehoben.

2

A. Megatrend: Die unaufhörliche Aufspaltung unserer Gesellschaft in neuen Subkulturen

3

Die Milieulandschaft der 80er Jahre



4

netzwerk
mission:mensch
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

⇒ 1980 – 2018 fand eine dramatische (Weiter)Entwicklung der Milieusubkulturen unserer Gesellschaft statt

⇒ u. A. Starkes Erodieren der bürgerliche Mitte.

5

Die Milieulandschaft der 80er Jahre

Obersicht	Establishment	Professionellen	Nicht-Konformisten
Obere Mittelschicht	Konservatives gehobenes Milieu	Technokratisch-liberales Milieu	Alternatives Milieu
Mittlere Mittelschicht	Die Bürgerliche Mitte / Normalbürger (50%) – Kernmilieus unserer Gemeindeglieder		Genießer
Untere Mittelschicht	Kleinbürgerliches Milieu	Aufstiegsorientiertes Milieu	Hedonistisches Milieu
Unterschicht	Traditionelles Arbeitermilieu	Traditionloses Arbeitermilieu	
Soziale Lage	Arbeiter		
Werte-wandel	Traditionelle Grundorientierung	MATERIELLE GRUNDORIENTIERUNG Besitz	Postmaterielle Neuorientierung Konsum

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2018

Soziale Lage und Grundorientierung

Obersicht / Obere Mittelschicht	1	Sinus B1 Liberal-intellektuelles Milieu 7%	Sinus C1 Milieu der Performer 8%	Sinus G12 Expeditives Milieu 9%
Mittlere Mittelschicht	2	Sinus AB12 Konservativ-erfahrenes Milieu 10%	Sinus B12 Sozialökologisches Milieu 7%	Sinus C2 Adaptiv-pragmatisches Milieu 11%
Untere Mittelschicht / 3	Unterschicht	Sinus AB23 Traditionelles Milieu 11%	Sinus Bürgerliche Mitte 13%	Sinus B23 Hedonistisches Milieu 15%
Soziale Lage	A	B	C	
Grund-orientierung	Tradition Tradition Tradition	Modernisierte verwurzelung Tradition "Sewahren"	Lebensstandard, Status, Besitz "haben & genießen"	Selbstverwirklichung, Emanzipation, Authentizität "Sein & Verändern"
		Modernisierung / Individualisierung	Neuroffentierung	Neuroffentierung

- „Normaler-Bürger“ ist nicht mehr maßgebend (13%).
- Hedonisten (Genießer) sind zur Unterschicht gewandelt.
- Nicht-Konformisten / alternativdenkende Milieus von einem zu fünf.

6

B. Aus der subkulturellen Vielfalt resultierenden Megatrends

7

Megatrend: Postsäkularismus

- ➔ Die Grenzen zwischen Religionen, Spiritualität und Weltanschauungen werden diffus, Glaube wird synkretistisch.
- ➔ Glaube <> nur ein Begriff der Spiritualität oder der Religion mehr,
 - ➔ Glaube umfasst alle Weltanschauung – wenn auch lediglich der „Glaube“ an sich selbst (d. h. „ich glaube nur an mich).



8

➤ Megatrend: Mono-missionarische „Glaube“

netzwerk m
mission.mensch
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

- Das Narrativ seines „Glaubens“ erklären zu wollen, nimmt bei der heutigen (säkularen) Jugend zu.
 - Zielt nicht darauf, seinen Gesprächspartner zu gewinnen, sondern sich lediglich zu outen.
 - Daher mono-direktional (mono-missionarisch).



9



- Es herrscht eine Exklusivitätsallergie, denn keiner hat die ganze Wahrheit!



netzwerk m
mission.mensch
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

10

🔑 Megatrend: Dissonanz und Intoleranz

netzwerk 
 netzwerk-m
 netzwerk-m
 netzwerk-m
 netzwerk-m

- ➔ Toleranz wird vermehrt milieubezogen. Außerhalb des eigenen Milieus herrscht mehr denn je Intoleranz.
 - ➔ Man versteht Menschen aus den anderen Milieus zunehmend nicht mehr.
- ➔ Die schnell expandierenden Milieu-Subkulturen -> neue Meinungsfraktionen / Dissonanz zwischen Milieus -> Erhöhtes Potential der Polarisierung.

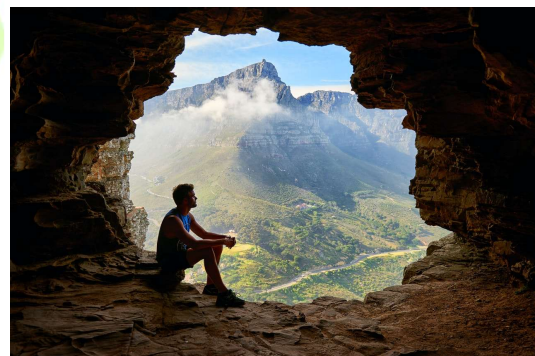


11

🔑 Megatrend: Frieden und Angst von Anfeindungen!

netzwerk 
 netzwerk-m
 netzwerk-m
 netzwerk-m
 netzwerk-m

- ➔ Interessante Dichotomie der Jugend:
 - ➔ Einerseits: Mehr outen auch in Social Media,
 - ➔ Andererseits: Angst vor Anfeindungen bei Meinungsverschiedenheiten. Man äußert sich kritisch nicht.
 - ➔ Dies dämpft der Polarisierung zwischen den gesellschaftlichen Subkulturen bzw. leistet Beitrag zur gesellschaftlichen Kohäsion!



12

🔑 Megatrend: Influencer statt Exoten

➔ Authentizität und Vertrauen (Merkmale eines Influencers) sind auf dem Vormarsch.

- ➔ „In“ sind demnach Christen mit einem inspirierenden authentischen (ganzheitlichen) Glauben.
- ➔ „Out“ sind „Exoten“, die fern der Gesellschaft sind.

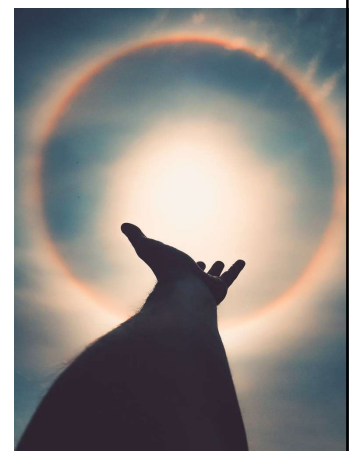


13


🔑 Megatrend: Patch-Work-Spiritualität


➔ Religion und vor allem Spiritualität sind mehr denn je aktuell.

- ➔ Glaube ist nur dann relevant, wenn er hilft, den Alltag zu bewältigen. Wenn er keine Alltagsrelevanz hat, ist er irrelevant.
- ➔ Reflexiv zu verstehen: Man kann erst vom Glauben anderen überzeugt werden, wenn man die positiven Auswirkungen im Alltag aus dem Glauben sieht.
- ➔ Mehrere Quellen der Spiritualität sind normativ (nach eigenem Gutdünken).



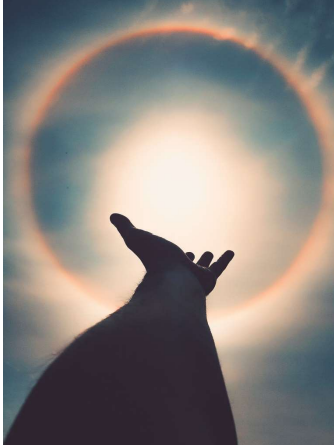
14



netzwerk 
mission:mensch
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

⇒ Soziologe Hubert Knoblauch: „*Entscheidend für die Spiritualität ist nicht das Selbst als Objekt der Transzendenz. Zentral für die Spiritualität ist vielmehr das Selbst als Subjekt der Transzendenz.*“

- ⇒ Anders gesagt: Es geht nicht darum, was ich für den Glauben tue, sondern was der Glaube für mich tut! (Selbstbezogen, Ich-zentrisch)
- ⇒ Der Bezug zur institutionellen Religion - vor allem hinsichtlich der Großkirchen - verschwindet.



15

netzwerk 
mission:mensch
netzwerk-m

C. Ausblick

Die relevante Dialogfähigkeit

16

🔑 Unsere Vermittlungsrelevanz anpassen

- ➔ Wahrheit: Jesus war, ist und wird immer relevant bleiben! Daran ist nichts zu ändern.
- ➔ Wahr ist dennoch: Angesichts der neuen Subkulturen unserer Gesellschaft benötigen wir eine neue gesellschaftlich relevante Sprachfähigkeit.
 - ➔ Viele Christen tun sich damit schwer, biblische Begriffe und Glaubensgrundlagen gesellschaftsrelevant und gewinnbringend zu vermitteln.

17

🔑 Megatrends sich zu Nutze machen, um unsere Sprachrelevanz zu erhöhen

- ➔ Wir können relevanter sein, wenn wir uns hinsichtlich des Evangeliums zu Betroffenen machen:
 - ➔ Der Glaube an Jesus hilft mir, z. B. meine XY (z. B. Ungeduld, Härte, Lieblosigkeit usw.) zu überwinden... (Alltagsrelevanz, Mono-Missionarische)
- ➔ Wir können relevanter sein, wenn wir den Glauben erlebbarer – und nicht erst hörbar - gestalten.
 - ➔ Die Menschen sollten Jesus in uns zuallererst in Taten und in charakterlichen Qualitäten erleben! (Authentisch, Mono-missionarische, Alltagsrelevanz)
- ➔ Wir können relevanter sein, wenn wir den Glauben friedentiftender ausrichten:
 - ➔ Angebot (Jesu) an alle Menschen und keine exklusive Wahrheitsansprüche (Frieden, Angst vor Anfeindungen) in den Vordergrund zunächst stellen.

18

z. B. Erklärung „Mission“ im Bundestag: Relevanz durch Ganzheitlichkeit erreichen



Herausforderung: Politik – wie die Gesellschaft - verbindet respektlose Dauerbekehrungsversuche mit dem Wort „Mission“.

Anfrage eines Mitglieds der Bundesregierung. Urgrundlage von Mission gesellschaftsrelevant erklärt:

- Mission #1: Mission ist die persönliche Lebensführung (Veränderungsbedürftigkeit bzw. Jesus ähnlicher werden), z. B. wenn ich hoffnungsvoll oder dankbar bin.
- Mission #2: Mission ist das Dienen (die Taten), z. B. Seelsorge, praktische Dienste usw.
 - #1 und #2 bilden zeitlich den Schwerpunkt unserer Alltagswirkung.
- Mission #3: Mission ist auch die Erklärung des Glaubens (– oft – nach gestellter Frage).
- Antwort des Mitglied der Bundesregierung: „Du hast mich überzeugt!“

19



Folgende biblische Grundlagen fördern unsere gesellschaftliche Relevanz



➤ Die Relevanz eines Vorbilds:

- Gal. 5,22 „Der Geist Gottes dagegen lässt als Frucht eine Fülle von Gutem wachsen, nämlich: Liebe, Freude und Frieden, Geduld, Freundlichkeit und Güte, Treue, Bescheidenheit und Selbstbeherrschung.“

20






netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

⇒ Die Relevanz des Alltags: Die Taten aus unserem Glauben verleihen ihn „Wirklichkeit“ und offenbaren Jesus in uns:

- ⇒ Eph. 2,10 *„Wir sind ganz und gar Gottes Werk. Durch Jesus Christus hat er uns so geschaffen, dass wir nun Gutes tun können. Er hat sogar unsere guten Taten im Voraus geschaffen, damit sie nun in unserem Leben **Wirklichkeit werden.**“*
- ⇒ Mt. 5,16 *„Genauso muss auch euer Licht vor den Menschen leuchten: Sie sollen eure guten Taten **sehen und euren Vater im Himmel preisen.**“*

21

netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m
netzwerk-m

⇒ Die Relevanz des Interesses bzw. einer gestellten Frage:

- ⇒ 1. Petr 3,15b *„Seid immer bereit, Rede und Antwort zu stehen, wenn jemand **fragt**, warum ihr so von Hoffnung erfüllt seid.“*

22



23

Danke!

- 📄 Synthese:
 - <https://groy.netzwerk-m.de/synthese2021.pdf>
- 📄 Kontextualisierung auf Mission:
 - <https://groy.netzwerk-m.de/kontextualisierung2021.pdf>
- 📄 Diese Präsentation:
 - <https://groy.netzwerk-m.de/ccdimpuls2021.pdf>

netzwerk

mission.mensch

netzwerk-m

netzwerk-m

netzwerk-m

netzwerk-m

The world is changed by your example, not by your opinion

24