

Hans-Jürgen Feulner, Wien

„Eventkultur“ und Liturgie

Zur „Eventisierung“ des christlichen Gottesdienstes – Eine vorläufige Skizze

„Gottvoll und erlebnisstark!“ So lautet ein – keineswegs unwidersprochenes – Postulat der Pastoraltheologie zu einer neuen liturgischen Feierkultur und -qualität. Offenbar mangelt es dem Gottesdienst der Kirche durchaus an subjektiver Erlebnisqualität; aber auch gefühlsbetonte kirchliche Events hinterlassen bisweilen einen schalen Nachgeschmack. Liturgie und Event: Ist das ein Widerspruch in sich? Zustimmung und Ablehnung sind rasch (und scharf) formuliert. Doch gibt es belastbare Kriterien zur Klärung dieser vielschichtigen Phänomene und für den angemessenen Umgang mit längst fließenden Grenzen? (Redaktion)

„Trend zum Event“ oder „Trend zum Erlebnis“ – Anfang der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts identifizierte der bekannte Kultursoziologe Gerhard Schulze die kulturelle Situation der damaligen (und durchaus auch heutigen) Zeit als „Erlebnisgesellschaft“¹ und stieß mit diesem Begriff eine jahrelange Debatte an. Bei aller Kritik, unbestritten bleibt, dass sich seit etwa 25 Jahren erlebnisorientierte Angebote und Orte aller Art geradezu sprunghaft vermehrt haben (Erlebnispfade, Erlebniskino, erlebnisorientierte Umgestaltung von Einkaufspassagen, Erlebniskneipen, Erlebnisparks [Erlebniswelten] aller Art, Science-Center, Weltausstellungen bzw. EXPOs², Tourismus mit „Event-Touren“ als Erlebnisindustrie, Erlebniskirche, Erlebniggottesdienste u.v.m.).³ Seit dem 11. September 2001 und spätestens seit dem zunehmenden IS-Terror in der westlichen Welt hat sich die „Eventkultur“ jedoch zunehmend etwas eingetrübt, vor allem aus nicht unberechtigter Angst vor terroristischen Anschlägen bei Großveranstaltungen, aber nicht nur dort (wie ein Blick in die jüngere Vergangenheit leidvoll zeigt).

Auch die Kirchen haben sich dem grundlegenden „Trend zum Event“, der erlebnisorientierten „Eventisierung“, nicht verschließen können und wollen. Einerseits scheinen die kirchlichen Feste und ihre Gottesdienste im Wettlauf um immer mehr Kreativität und „Mystik“ oder „Spiritualität“⁴ gegenüber der Eventkultur auf der Strecke zu bleiben. Andererseits steigt aber die Erwartung, dass die Kirchen mit ihren überlieferten Riten die Lebenswenden der Menschen feierlich gestalten und vertiefen. Die sich daran anschließende Anfrage ist, ob die

UNIV.-PROF. DR. HANS-JÜRGEN FEULNER
ist Ordinarius für Liturgiewissenschaft und
Sakramententheologie an der Katholisch-
Theologischen Fakultät der Universität Wien.

¹ SCHULZE: Die Erlebnisgesellschaft. – Daneben wird auch oft von der „Freizeitgesellschaft“ (bes. an „kirchenfreien“ Wochenenden) gesprochen (vgl. GUGGENBERGER: Die Welt der Wochenenden).

² Kirchen und Religionen waren auf Weltausstellungen immer dabei. Sie nutzten diese „Marktplätze der Welt“, um viele Menschen zu erreichen und neue Formen der Verkündigung auszuprobieren (vgl. OPASCHOWSKI: Kathedralen des 21. Jahrhunderts, 73–91; WEGNER: Christlicher Glaube).

³ Die Ausgangsthese von Gerhard Schulze lautet: Erlebnisorientierung ist ein Phänomen der Überflussgesellschaft (DERS.: Die Erlebnisgesellschaft, 22. 55. 86 f.).

⁴ Vgl. dazu z. B. ZULEHNER: Spiritualität – mehr als ein Megatrend.

Kirchen nicht Gefahr laufen, durch die Beschäftigung mit der „Konkurrenzfähigkeit“ ihre innerste Botschaft zu verraten oder zu verlieren.

1 „Event“ (und „Eventkultur“) – „Erlebnisgesellschaft“

„Event“ und „Erlebnisgesellschaft“⁵ sind regelrecht zu Zauberworten geworden. Sobald man sich mit den Begriffen beschäftigt, stößt man täglich darauf, nicht nur in den Zeitungen und im Fernsehen. Unter dem Begriff „Event“ finden sich alle möglichen und unmöglichen Formen von „Ereignissen“. Dies ist auch die eigentliche lateinische Bedeutung des Wortes („eventus“), das dann über englische Vermittlung in die deutsche Sprache Eingang fand. Gebraucht wird das Lehnwort „Event“, um auf *einzigartige, unterhaltsame* Veranstaltungen hinzuweisen bzw. diese zu bewerben.⁶ Hier hat man bereits zwei wichtige Attribute für ein „Event“: nämlich „einzigartig“ und „unterhaltsam“.⁷

Was ist ein Event?

Wie könnte man „Event“ definieren oder näher erläutern?⁸ „Unter Events werden inszenierte Ereignisse verstanden, die durch erlebnisorientierte Veranstaltungen emotionale und physische Reize darbieten und einen starken Aktivierungsprozeß auslösen“⁹.

Zunächst als zentraler Marketingbegriff suggeriert „Event“ besonders *Einmaligkeit*¹⁰ und *Besonderheit*. Events wollen immer *multisensual* sein, also möglichst alle Sinne ansprechen, und dadurch gleichzeitig Information, Kommunikation, Motivation, Weiterbildung, Unterhaltung und Imageförderung vermitteln – natürlich in unterschiedlicher Gewichtung. Events wurden einmal sehr schön umschrieben als verlockende „Leuchttürme im Warenmeer der *Unverbindlichkeiten*“¹¹. Wir finden diese Formen deshalb nicht nur im Verkauf und in der Präsentation, sondern auch in der Politik, im Sport, in der Wissenschaft,¹² und sogar mittlerweile in der Kirche (Weltjugendtage, Kirchentage, Eucharistische Kongresse, Ministrantenwallfahrten nach Rom; Event-Gottesdienste [z. B. WhatsApp-Gottesdienste¹³]; Prayer-Events; nächtliches Weihnachtslob im Erfurter Dom; Gottesdienste für Fernstehende [an Lebenswenden¹⁴]; Gottesdienst-Shows in Mega-Kirchen der USA; Halloween-Messen etc.).

⁵ Vgl. dazu kritisch CORNEHL: Erlebnis- und Eventorientierung; DERS.: Erlebnisgesellschaft und Liturgie.

⁶ Vgl. PÜHL / SCHMIDBAUER: Eventkultur, 7; KRÖNIGER: Der Feierraum als Bühne, 16 f.

⁷ Die neue Eventkultur trägt wesentlich zur Entmythologisierung des traditionellen Kulturverständnisses bei, sie kommt ohne Unterhaltungswert nicht mehr aus (vgl. OPASCHOWSKI: Das gekaufte Paradies, 97 f.; DERS.: Kathedralen des 21. Jahrhunderts, 68).

⁸ Vgl. auch SCHMIDBAUER: Annäherung an den Event.

⁹ Definition des dt. Kommunikationsverbandes (BDW), zit. nach KEMPER: Nur Kult läßt keinen kalt, 188.

¹⁰ „Events sind einmalig, auch wenn sie wiederholt werden können“ (KAGELMANN: Thrill und Event, 9). Das subjektive Gefühl der Besucher ist entscheidend. Der Besuch wird subjektiv als *einzigartiges* und *ungewöhnliches Erlebnis* erfahren, muß ein „Stück vom Glück“ erfahrbar machen (vgl. OPASCHOWSKI: Kathedralen des 21. Jahrhunderts, 56).

¹¹ KEMPER: Nur Kult läßt keinen kalt, 188 [eigene Hervorhebung].

¹² Vgl. PÜHL / SCHMIDBAUER: Eventkultur, 7.

¹³ Vgl. z. B. https://www.rnz.de/nachrichten/sinsheim_artikel,-Sinsheim-Mit-dem-Smartphone-in-die-Kirche-WhatsApp-Gottesdienst-in-Eppingen-_arid,129218.html [Abruf: 28.6.2017].

¹⁴ Vgl. z. B. KRANEMANN: Christliche Feiern des Glaubens, 194 f.

Bei genauerer Betrachtung wird sich leicht feststellen lassen, dass es historisch schon immer Versuche gab, Menschen in *erlebnisaktivierender* Weise anzusprechen. Die Geistlichkeit im Mittelalter konnte nicht verhindern, dass der Sonntag sich zu einem Tag der Feste, Gelage, Turniere und Wettkämpfe entwickelte. Im 12. und 13. Jahrhundert erlebten die Reiterspiele eine Ära der Blüte (inzwischen feiern diese Reiter- oder Ritterspiele als sogenannte „Mittelalterfeste“ eine Renaissance als „Events“).¹⁵ Sicherlich zielten einige dieser Veranstaltungen auch auf die vorhin zitierten *emotionalen* und *physischen Reize* der Menschen, wenn auch damals nicht so punktgenau geplant wie durch professionelle Marketing- oder Event-Manager. Unterschieden haben sie sich vermutlich dennoch hinsichtlich ihres *rituellen* Charakters. Nicht *Einmaligkeit*, sondern *Stärkung der Gemeinschaft* bestimmte damals die emotionale Qualität. Gerhard Schulze schreibt 1999, dass in früheren Zeiten die Ereignisse (Events) in einen festen „überpersönlichen Bezugsrahmen“ eingebunden waren. Sie definierten Gut und Böse, Recht und Unrecht und waren vor allem „die Kulisse für die Inszenierung objektiver sozialer Verhältnisse“¹⁶.

Die Events der Gegenwart wirken dagegen *beliebig*, ein sozialer Bezugsrahmen lässt sich nicht mehr herstellen.¹⁷ Events sind auch zur Alltagskultur der Jugend geworden. Die neuen Medien haben ihnen zum Durchbruch verholfen. *Atmosphärisches* und *Illusionäres* gehören immer mehr dazu. Mit ihrer medialen Breitenwirkung haben diese Events die sogenannte „gehobene Kultur“ des Theaters, der Oper, des Konzerts und der Kunstaussstellung entthront. Events sind leicht, sie beschwingen und sie verheißen ein diffuses Gefühl der *Zugehörigkeit*, der *Gemeinschaft*; manchmal auch nur *virtuell* im Internetchat oder bei Internet-Events. Städte und Regionen werben heute nicht mehr mit ihren Leistungen um Zuwanderung, sondern mit ihrem Freizeitwert. Im Klartext heißt das: mit ihren *Erlebnismöglichkeiten*.¹⁸

3 Gottesdienst als „Event“?

Gottesdienst oder Liturgie wird in der Regel *gefeiert* (außer z. B. bei der Nottaufe). Feiern ist charakteristisch für den Menschen (*Feiertag*, *Feierabend*, *Geburtstagsfeier* etc.). Der Mensch braucht als Sinnenwesen Feiern und Feste, die alle seine Sinne ansprechen. Er ist „homo festivus“¹⁹. Der Mensch möchte Glück, Freude, Leid, Betroffenheit ausdrücken, um dadurch neue Lebenskraft zu schöpfen und sein wahres Menschsein zu verwirklichen. In der gottesdienstlichen Feier, besonders der Sakramente, geht es – im Gegensatz zum Event – um das Heilsangebot Gottes durch Christus im Heiligen Geist. Ein ansprechender, aber auch würdiger Gottesdienst, der die heilbringende Begegnung mit dem dreifaltigen Gott erfahrbar machen kann, damit auch die katabatische und anabatische Dimensionen zum Tragen kommen, muss schlicht und einfach *gefeiert* werden, mit allem was dazu gehört (intensive Vorbereitung, angemessener Raum und Dekoration, feierliche Kleidung und Rahmen, passende Gesänge etc.).

Romano Guardini hat in seinem Büchlein „Vom Geist der Liturgie“ über den Gottesdienst sehr treffend geschrieben:

¹⁵ Vgl. KÖHLER: Von der Muße zum Marketing.

¹⁶ SCHULZE: Kulissen des Glücks, 90. – Vgl. auch PÜHL / SCHMIDBAUER: Eventkultur, 8.

¹⁷ Der Zukunftswissenschaftler Horst W. OPASCHOWSKI wirft den Kritikern der Event-Orientierung eine elitäre Sichtweise vor. Die Eventkultur befriedige seiner Meinung nach durchaus auch Komponenten wie „soziale Geborgenheit“ und „gemeinsame Freude“ (DERS.: Kathedralen des 21. Jahrhunderts, 54 f.). Das darf jedoch angezweifelt werden.

¹⁸ Vgl. OPASCHOWSKI: Das gekaufte Paradies, *passim*.

¹⁹ Vgl. dazu auch SCHILSON: Medienreligion, 174–222.

„Die Liturgie hat keinen ‚Zweck‘, kann wenigstens vom Gesichtspunkt des Zweckes allein aus nicht begriffen werden. Sie ist kein Mittel, das angewandt wird, um eine bestimmte Wirkung zu erreichen, sondern ist – bis zu einem gewissen Grade mindestens – Selbstzweck. [...] Übersieht man das, dann müht man sich ab, in der Liturgie allerlei erzieherische Absichten zu finden, die wohl irgendwie hineingelegt werden mögen, aber nicht wesentlich sind. [...] In der Liturgie sieht der Mensch nicht auf sich selbst, sondern auf Gott; auf Gott ist der Blick gerichtet.“²⁰

Guardini sieht die Liturgie als „heiliges Spiel“, das zweckfrei ist, aber „voll tiefsten Sinnes“ und hält es für wesentlich, „in Freiheit und Schönheit und heiliger Heiterkeit vor Gott das gottgeordnete Spiel der Liturgie zu treiben.“²¹ Wir können also kurz und passend sagen: Gottesdienst ist im Grunde zweckfreies, absichtsloses Lob Gottes. Gottesdienst ist Feier des Glaubens, eine Feier der lebendigen und heilbringenden Beziehung des sich liebevoll dem Menschen zuwendenden Gottes, und zwar als zweckfreies „heiliges Spiel“ – und nicht die zweckgebundene und pädagogisierende Feier von Menschen (denn das wäre „Event“). Auch über 50 Jahre nach dem Konzil stehen wir immer noch – bzw. durch soziale Veränderungen immer wieder – in der Aufgabe, zu einer adäquaten Ausdrucksgestalt unserer Gottesbeziehung zu finden.²²

Traditionierte Festkultur als „Events“²³

Wir feiern heute selbst die großen christlichen Feste, ohne ihre Ideengeschichte angemessen herleiten zu können. Unübersehbar sind die Tendenzen, dass sich neben der herkömmlichen Fest- und Brauchkultur eine Festkultur mit Event-Charakter entwickelt hat, teils diese überlagert, oder sogar geradezu überdeckt hat (z. B. St. Patrick's Day als „irischer Karneval“ in der Fastenzeit, Vatertag an Christi Himmelfahrt, Halloween mit Event-Tourismus, Event-Magnet „Weihnachtsmann“, Xmas statt Weihnachten etc.).²⁴

Gottesdienste in Giga-Kirchen als „Mega-Events“²⁵

In Texas, im mittleren Süden der USA, sind nicht nur Autos, Straßen und Mahlzeiten größer – auch die Gotteshäuser. Im *Bible Belt*, dem sogenannten „Bibelgürtel“, sind die größten Kirchen der Welt zu Hause. Solche Gotteshäuser wie auch die darin stattfindenden Gottesdienste selbst erinnern aber eher an Unterhaltungsshow. Werbespots für die eigene Gemeinschaft auf riesigen Bildschirmen leiten dazu passend die Versammlung am Sonntagvormittag ein. Chor und Orchester – unterstützt durch eindrucksvolle Licht- und Toneffekte – eröffnen die

²⁰ GUARDINI: Vom Geist der Liturgie, 96 f.

²¹ Ebd., 102, 104.

²² Diese Frage drängt umso mehr in der Sorge um eine jugendgemäße Liturgie innerhalb der Jugendpastoral.

²³ Vgl. dazu DEWALD: Trend zum Event. – Vgl. auch KRANEMANN: „Feiertags kommt das Vergessene ...“.

²⁴ Im Februar 2005 hat auch die Österreichische Bischofskonferenz versucht, z.B. den Valentinstag sinnvoll in die Pastoral zu integrieren. Sie hat deshalb Leitlinien für Segensfeiern am Valentinstag herausgegeben und Ehepaare eingeladen, ihr Eheversprechen zu erneuern (http://www.bischofskonferenz.at/dl/KkpMJJKKoNlNjQx4KJK/Orientierungen_f_r_Segensfeiern_Valentinstag.pdf [Abruf: 1.8.2017]).

²⁵ Vgl. PODERTSCHNIG: Der Geist weht, wo er will.

eigentliche Feier. Bis die Scheinwerfer schließlich die Blicke aller Gläubigen zumeist auf einen Mann auf der Bühne lenken. In einer Mischung aus Prediger, Animateur, Moderator und Dirigent zieht dieser dann normalerweise die gesamte Aufmerksamkeit auf sich und führt durch die folgende „Sonntag-Vormittag-Show“²⁶.

Die Weltjugendtage [oder auch Kirchentage] als kirchliche „Mega-Events“²⁷

Der Weltjugendtag als kirchliches „Großereignis“, als „Mega-Event“, ist sicherlich ein kirchlicher „Sonderfall“ (Verkündigung als Event, Kirche als „Event-Manager“²⁸): Da steht eine Persönlichkeit, Johannes Paul II. oder Benedikt XVI. oder Franziskus, und bietet ein sperriges Profil, aber eine klare Richtung – und hat damit überwältigenden Erfolg, sogar obwohl die Mehrheit der Jugendlichen bei Weitem nicht alle seine Wegweisungen mitträgt. Gleichwohl ist die verbreitete These, die Jugend bejubelt den Papst, weil dieser in einer orientierungslosen Zeit überhaupt klare Positionen vertritt, mittlerweile in ihrer Einseitigkeit und Pauschalität überholt. Frenetischer Applaus für Benedikt XVI. war nicht automatisch eine Zustimmung zu seinem Katechismus, tosender Applaus für Papst Franziskus ist nicht gleichzusetzen mit seinem wie auch immer gearteten Ideal von „Bescheidenheit“. Dennoch gilt: Der Papst eindeutig als „Pop(e)-Ikone“, als Höhepunkt eines Mega-Events, ein alter Mann, der bejubelt wird, obwohl oder gerade weil er sich gegen Dinge sperrt, die die heutigen Gesellschaften mehrheitlich prägen.²⁹

Die Weltjugendtage, aber auch Kirchentage, begeistern die Jugend, wenigstens für einen Augenblick, der so intensiv sein kann, dass dies als Wirken des Heiligen Geistes interpretiert werden kann – wie natürlich auch professionelle Event-Manager beteiligt waren. Es sind „Mega-Events“ (im Sinne von „Marketing-Events“³⁰) und Spektakel mit ausgefeilter Choreographie, bis ins Detail inszeniert und gestaltet. Eine Woche Gänsehaut pur – oder theologisch formuliert: „eine ästhetisch gewendete Glaubenskommunikation“³¹. Aber: Eine gelungene Inszenierung oder ausgefeilte Choreographie oder hochwertige musikalische Darbietung ersetzen nicht die Auseinandersetzung mit dem *Inhalt*, der verkündigt werden soll. Mit der Option für den Eventcharakter besteht die nicht zu unterschätzende Gefahr, dass die vergleichsweise lästige Frage nach dem *Inhalt* der Verkündigung (= Glaube) mehr und mehr ausgeblendet wird. Inhaltslose Events, nur um junge Menschen zu ködern, das wäre das Todesurteil jeder ernst zu nehmenden Jugendpastoral.³²

Kirchliche Großevents stehen außerdem latent in der Gefahr, eine gewisse Konsumentenmentalität zu fördern und so die Weiterentwicklung von lebensfähigen Gemeinden nur wenig zu unterstützen. Gemeinde vor Ort lebt von Eigenverantwortung, Initiative und Engagement aller Getauften. Kirchliche Events können daher nur *gelegentliche, wohl reflektierte* Highlights sein, nicht aber Ersatz für das Leben der Gemeinde vor Ort.

²⁶ Die *Lakewood Church* in Houston ist eine der größten Mega-Kirchen überhaupt: In einer umfunktionierten Sportarena sollen sich allwöchentlich bis zu 40 000 Menschen zu den verschiedenen Gottesdiensten versammeln.

²⁷ Vgl. dazu SCHUBERT: Kirche vor Ort?; EBERTZ: Transzendenz im Augenblick; HENNES: Auf dem Weg zum Weltjugendtag; PFADENHAUER: Das Marketing-Event im Dienst der Kirche.

²⁸ Klaus Gerhards bezeichnet die Katholische Kirche sogar als „Mutter aller Event-Agenturen“ (DERS.: „God is a DJ“, 86).

²⁹ Vgl. zum Vorhergehenden SCHUBERT: Kirche vor Ort?, 230 f.

³⁰ Vgl. PFADENHAUER: Das Marketing-Event im Dienst der Kirche, 1093–1095.

³¹ SELLMANN: „Schön war's“, 233.

³² Vgl. SCHUBERT: Kirche vor Ort?, 233 f.

4 Herausforderungen an den Gottesdienst der Kirche

Die Sicht auf den überlieferten Gottesdienst der Kirche, wie wir ihn sonntäglich, jährlich oder an Lebenswenden vollziehen, benötigt wesentlich eine Abgrenzung vom „Alltäglichen“, vom „Profanen“. Die von Kulturwissenschaftlern wahrgenommene zunehmende Auflösung der Unterscheidung von Alltag und Fest ist Ausdruck der „Ästhetisierung des Alltags“ – der Alltag wird zum Fest. Und auch anders herum: Das Fest wird zum Alltag. Und eng verwoben mit der Ästhetisierung des Alltags ist das Phänomen der *Eventisierung* aller Lebensbereiche in einer Erlebnisgesellschaft.³³ Eine ganze Industrie kümmert sich um die rechte Vermarktung von Produkten durch Events („Event-Marketing“).³⁴ Alles kann zum „Event“ (Super-, Mega-, Giga-, Hyper- u. a.) werden: die Sportveranstaltung, ebenso auch das klassische Konzert. Es ist nicht nur gesellschaftlich, sondern auch im christlich-religiösen Kontext beinahe inflationär von „Event“ die Rede. Besonders die Gottesdienste von kirchlichen Großgruppenveranstaltungen (etwa von Weltjugendtagen, Katholikentagen, Ministrantenwallfahrten, Fronleichnamsprozessionen in Hüfingen [D] oder in Orvieto [I]³⁵ ...) werden gern zum „Event“ stilisiert.³⁶

*Was sind nun die (teilweise grundlegenden) Unterschiede zwischen „Event“ und „Gottesdienst“?*³⁷

◇ Event ist ein *massenkulturelles* Phänomen, das der Konsumkultur und Erlebnisgesellschaft entstammt. Sein Ziel ist *hedonistisch* motiviert: es soll in erster Linie Spaß machen und unterhalten.

◇ Ein Event ist im Gegensatz zur Liturgie in der Regel nur *einmalig*, kehrt also möglichst nicht wieder: Nicht die Wiederholung, sondern die *Selbstüberbietung* ist wichtiges Kennzeichen des Events. Der nächste Event soll möglichst noch größer, noch spektakulärer sein.³⁸

◇ Der Gottesdienst als geordnetes „heilige Spiel“ vor Gott ist grundsätzlich *zweckfrei*. Events hingegen sind zumeist nicht zweckfrei und verfolgen im außerkirchlichen Bereich natürlich auch kommerzielle Zwecke („Marketing“³⁹).

◇ Der Event lebt also wesentlich und essentiell von der *Inszenierung*, von der Choreographie, der Darbietung. Natürlich sind Inszenierung und Choreographie auch schon immer unverzichtbare Elemente christlich-kirchlicher Liturgie. Osterfeier und Vigilfeier, Gregorianik und Rorate-Messen wären undenkbar ohne entsprechende, sorgfältige Ausgestaltung. Im Sinne einer bewussten *participatio actiosa* soll die Gottesdienstgemeinde in und an der Feier teilnehmen, aber eben „bewusst“, d. h. innerlich. Es geht nicht um einen Aktionismus oder eine Beschäftigungstherapie, als ob jeder ständig etwas zu tun haben müsste, wie es leider oft bei eventmäßigen Jugendgottesdiensten der Fall zu sein scheint („Mitmach-Gottesdienste“). Die „Inszenierung“ im christlichen Gottesdienst sollte verantwortungsbeusst angewandt werden und nicht im Vordergrund stehen, obwohl sie durchaus helfen kann, den zu feiernden Inhalt verständlicher darzubieten.

³³ Vgl. SCHILSON: Die Inszenierung des Alltäglichen, 42–45.

³⁴ Vgl. BOLZ / BOSSHART: Kult-Marketing; BIERITZ: Kult-Marketing.

³⁵ Die großen (Fronleichnams-)Prozessionen und Wallfahrten, die seit Jahrhunderten einen festen Bestandteil der kath. Tradition bilden, weisen durchaus auch Elemente der Eventkultur auf.

³⁶ Vgl. zum Vorhergehenden FUHRMANN: Jugendliche und der Geist der Liturgie, 5.

³⁷ Vgl. dazu bes. auch FUHRMANN: Jugendliche und der Geist der Liturgie, 5–7.

³⁸ Vgl. GERHARDS: Alles über Event.

³⁹ Marketing als „Gottesdienst“ am Kunden ist die über Rituale gesteuerte und damit den Regeln des „Emotional Design“ folgende Kundenbeeinflussung (vgl. BOLZ / BOSSHART: Kult-Marketing, 260).

- ◇ Im Event werden die „rituellen“ Abläufe sehr genau immer wieder neu entworfen, oft sich selbst überbietend, und durch ein Heer von Event-Managern und Beratern gestaltet. In der Liturgie der Kirche haben wir dagegen überlieferte Gebete und Rituale sowie Zeichen und Symbole, die der gottesdienstfeiernden Gemeinde zumeist vorgegeben sind und dadurch einer sich selbst überbieten-müssenden Willkür enthoben sind,⁴⁰ wie auch der Priester die eigene Privatperson zurücknimmt, wenn er „in persona Christi“ spricht und handelt. Bei eventmäßigen Gottesdiensten gibt es hierbei jedoch einige problematische Entwicklungen, die nicht dem eigentlichen Wesen der Liturgie entsprechen.
- ◇ Der Event will *multisensual* sein, d. h. möglichst viele Sinne ansprechen. Hier gibt es tatsächlich Übereinstimmungen mit der römisch-katholischen (und ostkirchlichen) Liturgie, die ja wesentlich sinnenfällig ist und mit akustischen (hörbaren), visuellen (sichtbaren), olfaktorischen (riechbaren) und gustatorischen (schmeckbaren) Elementen operiert. Aber der wichtige Unterschied hierbei ist, dass es im Gegensatz zum Event nicht darum geht, die Teilnehmer dadurch rein emotional zu beglücken, sondern diese Zeichen und Symbole sollen auf das transzendente Gnadengeschehen im Gottesdienst hinweisen und es realisieren sowie den Menschen helfen, sich in das gottesdienstliche Geschehen hineinnehmen zu lassen.
- ◇ Die Eventkultur ist Teil des *Alltags*: Damit stellt sie ein Grundmerkmal der Liturgie als Fest in Frage, nämlich ihren *Ausnahmecharakter*. Es geht im Gottesdienst auch nicht um bloßen Konsum, wie beim Event, sondern um eine aktive und bewusste (auch innere) Teilnahme am gottesdienstlichen Geschehen (*participatio actuosa*).
- ◇ Im Mittelpunkt des Events steht das *subjektive Erlebnis* und damit etwas Vergängliches, Kurzzeitiges⁴¹; das Erlebnis braucht keine Folgen zu haben (keine *Nachhaltigkeit* wie bei der Liturgie), um „wirksam“ zu sein. Liturgie soll auch auf das alltägliche Leben Einfluss nehmen (*lex orandi – lex vivendi*).
- ◇ Die Eventkultur degradiert die „Hauptsache“ zum Beiwerk. Der Konsument steht mit seinem *Erleben* im Mittelpunkt. Das Produkt, um das es eigentlich geht, wird geradezu vernachlässigt. Bei gottesdienstlichen Events besteht auch die große Gefahr, dass der eigentliche Bezugspunkt, nämlich der Glaube, zum Beiwerk, ja nicht einmal mehr vorausgesetzt und zur diffusen Größe wird.
- ◇ Während ein Gottesdienst sowohl subjektive als auch objektive Aspekte anzusprechen vermag, bewegt sich ein Event lediglich auf der Ebene *subjektiver Gefühlsbewegungen*. Daraus wird ersichtlich, dass sich Liturgie also in gewisser Weise einer grundlegenden „Eventisierung“ verschließt.
- ◇ Die Eventkultur betont auch die *Unverbindlichkeit*, die mit einer *Niederschwelligkeit* und „Verszenung“ einhergeht. Wir haben hier offenere Zugehörigkeitsbedingungen und diffuse Wahrheitsansprüche; die Szenen- oder Zielgruppenmitgliedschaft ist jederzeit aufkündbar. Eine kontinuierliche Gottesdienstteilnahme kollidiert mit einer solchen Unverbindlichkeit. Das Ideal eines den Alltag durchdringenden Glaubens, der sich in der gemeinschaftlichen Feier der Liturgie allsonntäglich Ausdruck verschafft, wird fundamental in Frage gestellt. Ein „eventisierter“ oder „verszenter“ Glaube kann kaum im Alltag seine prägende Kraft entfalten.⁴²

⁴⁰ Die Verbindlichkeit liturgischer Bücher spielt hier eine wichtige Rolle.

⁴¹ Die Events als Massenkultur sind meist „ephemer“ – „Eintagsfliegen“ – punktuelle Ereignisse ohne nachhaltige Wirkung (vgl. OPASCHOWSKI: Das gekaufte Paradies, 97).

⁴² Das zeigt beispielsweise die Erstkommunion- und Firmvorbereitung: Für eine kurze projekthafte Phase bindet man sich stärker an das liturgische Gemeindeleben, die dann mit dem Empfang des Sakraments bereits oft zum jähen Ende kommt.

◇Die Eventkultur ist auch kein guter Ersatz für *christliche Feiertage*. Dramatische Ereignisse oder spektakuläre Mega-Events werden von den Medien in unserer schnelllebigen Gesellschaft rasch und unmittelbar weiterverbreitet (TV, Internet, Smartphone) und sind quasi „Highlights“ in unserem Alltag geworden. Neue Schlagzeilen und Skandale drängen die vorherigen in den Hintergrund und lassen sie vergessen. Dabei wird oft außer acht gelassen, dass es einen kirchlichen Kalender gibt, der letztlich Grundlage unseres westlichen Kalenders geblieben ist. Dieser Kalender teilt nicht nur die Zeit ein, sondern er teilt auch das Jahr auf – in den normalen Alltag, in besondere Zeitabschnitte („geprägte Zeiten“) und in Festtage des Jahres. Er bringt uns regelmäßig wiederkehrende Feste, die unsere Alltäglichkeit aufbrechen sollen. Vor allem die Heiligenfeste im Kirchenjahr sind Feste von christlichen „Siegertypen“. Es sind Menschen, die uns Hoffnung machen, dass das Leben weitergeht trotz aller Sorgen. Diese Hoffnung geben sie durch ihren gelebten Glauben an einen Gott, der unser menschliches Leben kennt und es in Jesus von Nazareth über drei Jahrzehnte unmittelbar geteilt hat. Eine Eventkultur kann weder einen Heiligenkalender noch christliche Feste ersetzen.⁴³

5 Zusammenfassung und Ausblick

Es ist sicherlich wichtig, den überlieferten sogenannten „amtlichen“ Gottesdienst der Kirche mit seinen universalkirchlich zwar eher festgelegten, aber doch auch (bedingt) anpassbaren Ritualen zu unterscheiden von den anderen gottesdienstlichen Feierformen („*sacra/pia exercitia*“), die teilkirchlich oder ortskirchlich geordnet werden können und daher auch viel mehr gestalterischen Spielraum zulassen (Morgen- und Abendlob, Wort-Gottes-Feiern, verschiedene Andachtsformen, Jugendwallfahrten, musikalisch eingerahmte Bibelabende u.v.m.). Mit Blick auf die durchschnittliche mitteleuropäische katholische Sonntagsmesse und die zumeist nur äußerst spärlich anzutreffenden jugendlichen Teilnehmer erweist sich die Suche nach sogenannten „lebensnäheren“ liturgischen Formen und einer verständlicheren liturgischen Sprache auf den ersten Blick als durchaus notwendig. Ein Experimentieren mit Elementen der Eventkultur ist dabei jedoch nur mit allergrößter Vorsicht und Zurückhaltung erstrebenswert,⁴⁴ wie wir in der vorläufigen Gegenüberstellung von „Event“ und „Gottesdienst“ gesehen haben, damit vor allem auch die reine Konsumhaltung oder aber auch ein hektischer und unreflektierter Aktionismus vermieden werden.

Wohingegen der *reflektierte* und *sparsame* Einsatz von Elementen der Eventkultur besonders in den außersakramentalen liturgischen Feiern (Andachten, Wort-Gottes-Feiern, Morgen- und Abendlob) gelegentlich durchaus sinnvoll und angemessen sein kann – je nach Teilnehmer- oder Zielgruppe. Sinnvoll und mit Zurückhaltung eingesetzte Elemente der Eventkultur können

⁴³ Vgl. zu den Gegenstrategien der Kirchen gegen die Entchristlichung der christlichen Feste und Bräuche DEWALD, Markus: Trend zum Event, 135–155.

⁴⁴ Das gilt ganz besonders für die sonntägliche Eucharistiefeier einer Pfarrgemeinde und mehr noch für die jährliche Osternachtsfeier, um die Gottesdienstteilnehmer/innen nicht zu überfordern. Gerade die Feier der Osternacht als Hauptgottesdienst der Gemeinde schöpft ja aus einem (überlieferten) vielfältigen liturgischen Symbolreichtum, der nicht durch zu viele zusätzliche eventmäßige Elemente – vor allem bei der Lichtfeier oder im Vigilteil (z. B. durch Diashows per Beamer, Lichteffekte etc.) – verstellt oder an den Rand gedrängt werden darf. Ein zu viel an solchen zusätzlichen Elementen aus der Eventkultur, wenn auch gut gemeint (weil jede pfarrliche Gruppe sich irgendwie „einbringen“ möchte), kann unter Umständen den nachhaltig bleibenden Gesamteindruck der gottesdienstlichen Feier in seiner spirituellen Dimension stark trüben. Weniger ist daher meist mehr!

den (jungen) Menschen in einer besonderen Weise wahr- und ernstnehmen, und verdeutlichen oder unterstreichen, dass Begeisterung und Emotion, Ästhetik und Phantasie den Menschen als Abbild Gottes genauso ausmachen wie Wort, Verstand und Rationalität.

Gefährlich wird es aber dann, wenn diese Elemente als Allheilmittel missverstanden und gar missbraucht werden: Die Frage nach einer angemessenen Form der Verkündigung⁴⁵ kann und darf niemals die weitaus grundlegenden nach dem zu verkündigenden Inhalt, den Verkündern sowie nach dem angemessenen Ort der Verkündigung ersetzen. Ein kirchlicher Event ist auch nicht schon dann gelungen, wenn die Teilnehmer/innen emotional berührt oder begeistert sind. Und ein bloßes, folgenloses Event-Hopping der Jugendlichen, weil die Musik immer so cool und die anschließenden Getränke so billig sind, dürfte kaum im Sinne einer verantwortlichen Jugendpastoral sein. Jungen Menschen ist, wenigstens aus christlicher Sicht, langfristig kaum damit gedient, wenn ihnen immer großartigere „Spiele“ geboten werden, weil es einfach nicht gelingen will, ihnen das christliche, respektive das katholische „Brot des Glaubens“ schmackhaft zu machen. Ohne Brot helfen auch keine Spiele mehr – schon die alten Römer haben dies treffsicher erkannt. Und ganz nebenbei könnte man sich bei allzu „brotlosen“ (also glaubenslosen) „Spielen“ fragen, ob hier nicht gerade diejenigen zur fröhlichen (Selbst-)Instrumentalisierung der Kirche geladen würden, die sich eben tatsächlich auf die Suche nach austauschbaren Events begeben haben. Und das gilt auch für bestimmte andere Kirchen-Events, nämlich manchen gottesdienstlichen Feiern für Kirchenfernstehende oder für Nichtglaubende.⁴⁶

Die Kultur der Erlebnisgesellschaft ist im hohen Maße eine Kultur der Sinnlichkeit und ihrer Inszenierung. Daraus können die Kirchen durchaus positiv lernen und die „Erlebnisqualität“ ihrer eigenen Gottesdienste neu entdecken. Denn diese gottesdienstliche Kultur hat reiche multi-sinnliche Schätze – geschichtlich, gegenwärtig und ökumenisch. Die Aufgabe der Liturgieverantwortlichen ist es, sie zu pflegen und zusammen mit den Menschen weiterzuentwickeln, mit dem richtigen Gespür für das, was angemessen ist. Der Gottesdienst hat seinen Eigensinn, ist Begegnung mit dem dreieinigen Gott und Dienst vor Gott, aber auch ein Dienst am Menschen (ohne dazu funktionalisiert zu werden).⁴⁷

Der vorliegende Beitrag will und kann zunächst nur die „vorläufige Skizze“ eines sehr umfangreichen und komplexen Themenbereiches sein, da auch noch weitere Aspekte der „post-modernen“ und „post-christlichen“ Erlebnisgesellschaft, der Neuevangelisierung sowie der Jugendpastoral/-liturgie u. a. angemessen berücksichtigt werden müssten. Der Versuch einer Kriteriologie zur Gegenüberstellung von „Eventkultur“ und Liturgie macht natürlich auch gewisse Unschärfen deutlich und soll in der dargebotenen Vorläufigkeit zur kritischen Diskussion und weiteren Suchbewegung anregen.⁴⁸

P. Winfried Bachler OSB zum 70. Geburtstag gewidmet.

⁴⁵ Eine digitalisierte Form des für die liturgischen Feiern bestimmten „Wortes Gottes“ (in Form der Lektionare oder dem Evangeliar) ist abzulehnen, da dadurch der wichtige Symbolcharakter nicht mehr gewahrt wird.

⁴⁶ Vgl. auch SCHUBERT: Kirche vor Ort?, 235–237.

⁴⁷ Vgl. auch CORNEHL: Erlebnis- und Eventorientierung, 277.

⁴⁸ Die Thematik ließe sich am besten im Rahmen einer oder sogar mehrerer Dissertation(en) behandeln, die auch empirisches Datenmaterial beinhalten.

Literatur

- BIERITZ, Karl-Heinrich: Kult-Marketing. Eine neue Religion und ihre Götter, in: STOLT, Peter [u. a.] (Hg.): Kulte, Kulturen, Gottesdienste. Öffentliche Inszenierung des Lebens. Göttingen 1996, 115–129.
- DERS.: Erlebnis Gottesdienst. Erlebniskultur und gottesdienstliche „Kultur des Lebens“, in: KRANEMANN, Benedikt [u. a.] (Hg.): Die missionarische Dimension der Liturgie. Gott feiern in nachchristlicher Gesellschaft, Bd. 1. Stuttgart 1998, 32–44.
- BOLZ, Norbert/BOSSHART, David: Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf 1995.
- CORNEHL, Peter: Erlebnis- und Eventorientierung, der 11. September und der Eigensinn des Gottesdienstes. Gerhard Schulze – ein wenig anders gelesen, in: Pastoraltheologie 91. 2002, 272–278.
- DERS.: Erlebnisgesellschaft und Liturgie. Überlegungen (auch) aus ostdeutscher Perspektive – nach dem 11. September, in: Jahrbuch für Liturgik und Hymnologie 41. 2002, 31–45.
- DEWALD, Markus: Trend zum Event. Die neue Festkultur einer atemlos gelangweilten Gesellschaft. Ostfildern 2008.
- EBERTZ, Michael. N.: Transzendenz im Augenblick. Über die „Eventisierung“ des Religiösen – dargestellt am Beispiel des Katholischen Weltjugendtages, in: GEBHARDT, Winfried [u. a.] (Hg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen 2000, 354–362.
- FUHRMANN, Siri: Jugendliche und der Geist der Liturgie. URL: <https://www.jupa-paderborn.de/789154-jupa-de-wGlobal/wGlobal/scripts/accessDocument.php?wAuthIdHtaccess=197820217&document=/789154-jupa-de-wAssets/img/wp-content/uploads/2012/12/Dr.-Siri-Fuhrmann-Vortrag-Jugendliche-und-der-Geist-der-Liturgie.pdf&display=1&forceDownload=0> [Abruf: 20.5.2017].
- GERHARDS, Klaus: Alles über Event?! – Phänomenologie und Bedeutung von Event in der Erlebnis-Kultur, in: HOBELSBERGER/HÜSTER (Hg.): Event im Trend, 57–74.
- DERS.: „God is a DJ“. Zur pop- und jugendkulturellen Religionsproduktivität von Events, in: HOBELSBERGER/HÜSTER (Hg.): Event im Trend, 75–90.
- GUARDINI, Romano: Vom Geist der Liturgie. Freiburg 1957 (Herder-Bücherei 2).
- GUGGENBERGER, Bernd: Die Welt der Wochenenden. Auf dem Weg in die Freizeitgesellschaft, in: KEMPER (Hg.): Der Trend zum Event, 27–43.
- HENNES, Ulrich (Hg.): Auf dem Weg zum Weltjugendtag ... – Freiwilliges Engagement und religiöse Entwicklungsprozesse. Evaluation des Kernteamprozesses im Erzbistum Köln. Köln 2005.
- HOBELSBERGER, Hans/HÜSTER, Paul (Hg.): Event im Trend. Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral. Düsseldorf 2002.
- KAGELMANN, H. Jürgen: Thrill und Event – eine Bestandsaufnahme, in: Integra 4. 1999, 8–15.
- KEMPER, Peter (Hg.): Der Trend zum Event. Frankfurt a.M. 2001 (Suhrkamp Taschenbuch 3096).
- DERS.: Nur Kult läßt keinen kalt – Veranstaltungsrituale im Medienzeitalter, in: DERS. (Hg.): Der Trend zum Event, 184–200.
- KÖHLER, Jochen: Von der Muße zum Marketing. Die Perfektionierung der Feiertage, in: KEMPER (Hg.): Der Trend zum Event, 11–26.
- KRANEMANN, Benedikt: „Feiertags kommt das Vergessene ...“. Zu Deutung und Bedeutung des christlichen Festes in moderner Gesellschaft, in: Liturgisches Jahrbuch 46. 1996, 3–22.

- DERS.: Christliche Feiern des Glaubens und religiöser Pluralismus in der modernen Gesellschaft, in: Liturgisches Jahrbuch 56. 2006, 181–201.
- KRÖNIGER, Birgit: Der Freiraum als Bühne. Zur Transformation von Orten durch Events und Inszenierungen. München 2007.
- OPASCHOWSKI, Horst W.: Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Hamburg 2000.
- DERS.: Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert. Hamburg 2001.
- PFADENHAUER, Michaela: Das Marketing-Event im Dienst der Kirche. Der XX. Weltjugendtag 2005 in Köln, in: BUBER, Renate / HOLZMÜLLER, Hartmut H. (Hg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen. Wiesbaden 2009, 1081–1100.
- PODERTSCHNIG, Daniel: Der Geist weht, wo er will, in: miteinander. bewegt-berufen-engagiert 85/5–6. 2013, 8 f.
- PÜHL, Harald / SCHMIDBAUER, Wolfgang (Hg.): Eventkultur. Berlin 2007.
- SCHILSON, Arno: Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart. Tübingen / Basel 1997 (Kontakte 5).
- DERS.: Die Inszenierung des Alltäglichen und ein neues Gespür für den (christlichen) Kult?, in: DERS. / HAKE, Joachim (Hg.): Drama „Gottesdienst“. Zwischen Inszenierung und Kult. Stuttgart 1998, 13–67.
- SCHMIDBAUER, Wolfgang: Annäherung an den Event, in: PÜHL / SCHMIDBAUER (Hg.): Eventkultur, 13–39.
- SCHUBERT, Gunnar: Kirche vor Ort? Der Verkündigungsauftrag und die Eventkultur, in: ORTH, Stefan / ROHNER, Martin (Hg.): Die neue Lust für Gott zu streiten. Freiburg 2006, 224–238.
- SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a.M. / New York 1992 (Studienausgabe 82000).
- DERS.: Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt a.M. / New York 1999.
- SELLMANN, Matthias: „Schön war’s“. Plädoyer für eine ästhetisch gewendete Glaubenskommunikation mit Jugendlichen, in: Lebendige Seelsorge 55. 2004, 229–234.
- WEGNER, Gerhard: Christlicher Glaube und Religion in erlebnisorientierten Ausstellungen. Einige Skizzen, in: Pastoraltheologie 91. 2002, 190–207.
- ZULEHNER, Paul M. (Hg.): Spiritualität – mehr als ein Megatrend. Gedenkschrift für Kardinal DDr. Franz König. Ostfildern 2004.