

**SAKRALE RÄUME**

# SEHNSUCHTSORTE EINER SÄKULAREN GESELLSCHAFT

*Die Kloster- und Wallfahrtskirche Einsiedeln hat jährlich 800 000 Besuchende, das reformierte Zürcher Grossmünster kommt auf 600 000. Religiöse Orte haben offensichtlich heute noch eine starke Anziehungskraft. Wie damit umgehen? Die Internationale Fachtagung der Theologischen Hochschule Chur leuchtete diese Frage aus unterschiedlichen Blickwinkeln während zwei Tagen aus.* **Anton Ladner**

**K**irchen gehören heute zu den meistbesuchten Kulturstätten Europas. Notre-Dame de Paris steht mit gut zwölf Millionen Besuchenden an erster Stelle, gefolgt von Sacré-Cœur in Paris mit neun Millionen und dem Petersdom in Rom mit mindestens acht Millionen. Auch die Schweiz hat mit Einsiedeln (800 000) und in Zürich mit Grossmünster (600 000) und Fraumünster (500 000) sakrale Hotspots. Der Grund liegt in der architektonischen Pracht, in der Wirkung der Innengestaltung, in der Entstehungsgeschichte, aber auch im Glauben. Zum Vergleich: Das Kunsthaus Zürich, das meistbesuchte Kunstmuseum der Schweiz, verzeichnete im vergangenen Jahr 540 000 Eintritte.

An der zweitägigen Konferenz «Sakrale Räume und säkulare Religion – Kulturerbe touristisch erleben», zu der die Theologische Hochschule Chur am 9. Juni in die Paulus Akademie in Zürich eingeladen hatte, zeigte sich schnell, dass es heute viele Gründe gibt, eine Kirche zu betreten. Und wer sie dann verlässt, kann sehr unterschiedliche Lernsituationen mitnehmen. Ob und wie diese emotionalen Erfahrungen der Zukunft der Kirche zuträglich sein können, gleich ob katholisch oder reformiert, war ein zentraler Punkt der Tagung. Sie beinhaltete auch einen Besuch des Klosters Einsiedeln und des Grossmünsters in Zürich, um vor Ort zu erfahren, was touristisches Erleben sakraler Räume konkret bedeutet. Zwei Workshops vertieften danach elementare Kriterien: Marketing für einen sakralen

Ort und Begegnung an einem sakralen Ort. Sakralräume entwickeln sich zu bedeutenden Orten des Kulturtourismus, wenn sie entsprechend beworben werden. Besucher sollen dann im Idealfall nicht nur kulturelle Bildung, sondern auch innere Stärkung und Spiritualität erfahren.

## Marketing für sakrale Räume

Markus Hilpert, Akademischer Direktor der Humangeografie und Transformationsforschung der Universität Augsburg, berät auch Gemeinden und Klöster in der Frage, wie sakrale Gebäude zu ei-

ner regionalen Tourismusmarke werden können. Damit seien aber auch Schattenseiten verbunden, denn die Besucherinnen und Besucher könnten unterschiedlichste Interessen haben und sich dabei gegenseitig stören, so Hilpert. So gehe es den einen um kulturhistorische Informationen zum Bau, während andere die sakrale Atmosphäre für eine Besinnung nutzen möchten. Ein Kloster, das zur regionalen Tourismusmarke werde, stehe auch vor personellen Herausforderungen, die bis zu einer niederschweligen Seelsorge für Touristen reichen würden.

**Prisca Zurrón präsentierte das internationale Projekt «Living Stones» an der Tagung.**



Fotos: DMAG

Hier setzte das Projekt «Living Stones» an, das Prisca Zurrón, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Universität Freiburg, in einem Workshop präsentierte. «Living Stones» ist ein internationales kirchliches Projekt, das Freiwillige dazu ausbildet, Besucher durch bedeutende Kirchen zu begleiten. Ziel ist es, Architektur, Kunst, Geschichte und Spiritualität eines Sakralraums verständlich und kostenlos zu vermitteln. Dabei werden die Informationen den Bedürfnissen der Besuchenden angepasst. Wer nur Kunstgeschichtliches erfahren will, erhält keine Glaubenszusammenhänge. Wer neben dem Kulturhistorischen auch Spiritualität sucht, bekommt entsprechende Hinweise. «Living Stones» lädt dazu ein, die Kathedrale nicht nur als historisches Bauwerk, sondern auch als Ort des Glaubens und der Begegnung zu entdecken», so Prisca Zurrón. Die Freiwilligen sind entsprechend geschult und im Glauben verankert, um Kunstwerke, Glasfenster und architektonische Details in einen spirituellen Zusammenhang zu stellen.

Der Name «Lebendige Steine» geht auf ein biblisches Bild zurück. Nicht nur die Mauern einer Kirche sind wichtig, son-



Noch viel Potenzial: so das Fazit der Tagung in der Paulus Akademie in Zürich.

**Trotz Bauarbeiten ein Magnet:  
Das Grossmünster in Zürich ist ein  
touristischer Hotspot.**

dern auch die Menschen, die ihr Leben und Bedeutung verleihen. Das Projekt versteht sich deshalb als Brücke zwischen Kulturerbe und Glauben. Prisca Zurrón zeigte auf, wie «Living Stones» die Kathedrale von Fribourg zu einem Ort des Dialogs macht, indem die Steine zu den Besucherinnen und Besuchern «sprechen».

Ästhetik und Spiritualität entwickeln sich also zu neuen Formen einer säkularen Religiosität. Denn eine Religion verschwindet nicht einfach, sie verändert ihre Gestalt. Die Tagung vertiefte somit die neuen Sehnsüchte einer Gesellschaft, die sich als säkular versteht und dennoch Orte aufsucht, an denen Sinn und Orientierung erfahrbar werden. ■