

Warum so furchtsam?

„Experten: Kirchen müssen mehr mit ihren Leistungen werben“, so titelt eine Pressemeldung des Evangelischen Pressedienstes. Sie zitiert damit Reaktionen auf die Prognosen der sinkenden Kirchenmitgliedschaft bis 2060. Mal davon abgesehen, dass ich der Typ bin, der lieber auf das halb volle als das halb leere Glas schaut, wundere ich mich auch. Mit meinen Leistungen werben? Mir scheint, da geraten Kategorien wesentlich durcheinander – und das ist ein Problem.

Natürlich trage auch ich in mir den tiefen Herzenswunsch, dass die Botschaft von der Auferstehung Christi, von der göttlichen Leidenschaft für den Menschen und von einem Leben auf Erden, das das Gebot der Nächstenliebe als göttlich und in seiner Wirksamkeit für das Leben anerkennt, sich als gute Nachricht weitersagt. Ich glaube auch fest daran, dass wir Menschen durch unseren Glauben wieder und wieder über uns selbst hinauswachsen können, weil sowohl die Erzählungen des Glaubens als auch das Gebet uns existentiell treffen und so neue Perspektiven eröffnen. Aber die Kategorie der Werbung ist doch nicht die Kategorie der Mission, also des fröhlichen Weitersagens dessen, was uns selbst fröhlich unserer Wege ziehen lässt.

Als Beispiel einer möglichen Werbung werden die Taufen benannt: so sollen wir z.B. mehr Tauffeste anbieten. Und ich merke, wie es in mir aufbegehrt: Die Taufe ist doch nun wirklich kein Produkt, das zu verkaufen wäre.... Die Taufe ist mein antwortendes „Ja“ auf das „Ja“ Gottes zu mir. Und nichts, was ich jemandem aus guten oder schlechten Gründen unterjubeln will. Ansonsten finde ich Tauffeste ganz wunderbar, weil ich als ehemals Alleinerziehende weiß, dass es manchmal auch die äußeren Umstände eines schwierig zu organisierenden Familienfestes sind, die von der Feier der Taufe abhalten. In meiner Vikariatsgemeinde waren die Tauffeste in der Kirche die reine Freude; außerdem bieten Tauffeste die Möglichkeit, auch einmal in die Natur zu gehen und z.B. an einer Quelle zu taufen oder an einem Fluss. Unter dem himmlischen Zelt Gottes zu feiern, kann etwas ganz besonders Schönes sein! Aber gerade solch besondere Momente im Sinne einer Werbung zu verzwecken, halte ich für den Tod im Topf. Wollen wir wirklich, dass unsere Sakramente anderes sein sollten als selbstzwecklicher Ausdruck des Glaubens?

Werbung will verkaufen. Kirche sollte nicht verkaufen. Weder Ablässe noch Events noch ihre frohe Botschaft. Kirche sollte begeistern. Sie sollte um die Menschen ringen, um jede und jeden einzelnen, mit Herz und Leidenschaft. Sie sollte gesellschaftlich mahnen, wo Unrecht oder Unbarmherzigkeit geschehen. Und sie sollte so selbstbewusst und so mutig in die Zukunft gehen, wie sie selbst von Vertrauen und Hoffnung in die Zukunft predigt. In der Tageslosung heißt es: „David wusste sich stark durch den Herrn, seinen Gott“ (1. Sam. 30,6) – Sollten wir diese Stärke angesichts eines Prognosen-Goliath etwa vergessen?