

Jes 15, 1-6a+10

Periodisch wie das Weihnachtsfest sind die Klagen, dass die Kirche den Anschluss an die moderne Zeit verliert: Sie sei altmodisch, unbeweglich, defensiv und so weiter. Und wenn man das rein soziologisch betrachtet, findet sich da ja auch sehr viel Bestätigendes.

Auch die zwei gängigsten Reaktionen auf diese Situation wurden schon oft kommentiert: Anpassung und Rückzug. Anpassung beinhaltet die Gefahr, dass man beim Zugehen auf den Zeitgeist das eigene Profil verliert. Beim Rückzug wahrt man zwar das eigene Profil, verliert aber den Kontakt zu jenen Menschen, die die Dinge eben anders sehen - und das ist heute die Mehrheit. Sie merken, worauf ich hinauswill: Die Strategie des Mittelwegs.

Dieser Mittelweg folgt zunächst dem Rat des Heiligen Paulus der meinte: Prüft alles und behaltet das Gute. Dies zielt sowohl auf das eigene Glaubens- und Gedankengut, es stellt sich aber auch den Erkenntnissen der säkularen Gesellschaft und schaut, ob dort Dinge existieren, die zu übernehmen der Kirche gut täten. Zwar sind wir eine von Gott gestiftete ewige Institution, wir existieren aber in und unter den Bedingungen der Zeit - und hier kommen und gehen Dinge, die einmal passen, und dann überholt sein mögen. Der Geist Gottes weht schließlich dort, wo er will. Und nicht dort, wo man ihn gepachtet zu haben glaubt.

Der Mittelwegs erfordert aber auch, dass man für das, was man nach so einer Analyse innerhalb und außerhalb der Kirche als richtig und wertvoll erachtet, öffentlich einsteht und kämpft. Und das beinhaltet, dass man und versucht, Andersdenkende innerhalb und außerhalb der Kirche von dieser Sicht zu überzeugen und auf seine Seite zu ziehen.

Machen wirs konkret: Advent und Vorweihnachtszeit - eigentlich eine originäre Angelegenheit des Christentums. Das wird niemand bestreiten, denn ohne Jesus hätte man was anderes erfinden müssen.

Und doch haben Kitsch und Kommerz diese Zeit der Kirche entrissen und den ursprünglichen Charakter so verändert, dass der Kern kaum noch erkennbar ist. Nikoläuse in Coca-Cola-Rot, Liederberieselung und Blinkelichter überall dafür sorgen für eine Atmosphäre, die an sinnliche Körperverletzung grenzt, weil man ihr nicht entkommen kann.

Trotz alledem ist bei den Menschen auch heute noch eine Ahnung vom Kern der Dinge vorhanden. Sie wissen, dass dies weder so sein muss noch so sein soll: Eine Straßenumfrage in Berlin am 30. November durch den rbb brachte zum Vorschein, dass die Menschen im Advent anders sind als sonst: Sie sind netter, hilfsbereiter, ansprechbarer als zu anderen Zeiten des Jahres. Man denke mehr über sich und andere und das Leben nach usw. Und da dies eine Zufallsbefragung war vermute ich, dass sich die Reporter nicht nur bekennende Christen herausgepickt haben.

Hier ist ein Punkt, wo die Kirche ansetzen kann und soll: Diese nicht totzududelnde Ahnung gilt es inhaltlich zu füllen und zu stärken. Und dies müsste die Kirche mit Aggressivität und Überzeugungskraft in die Öffentlichkeit tragen. Gleich jenen, die Dinge promoten, die mit der Ursprungsentention unseres Festes nichts zu tun haben.

Wenn dies aber so ist, reicht es nicht, dass Bischöfe in wohlgesetzten Worte die immer weiter verlängerten Ladenöffnungszeiten kritisieren. Das geht im Trubel unter. Wir müssten uns

selbst in großer Zahl so mit Argumenten und Alternativangeboten profilieren, dass Nichtchristen die Botschaft trotz des Trubels bekommen und kapieren.

Leider sind wir da ziemlich phantasie- und energielos. Andere sind da weiter. Etwa die Aktivistengruppe hinter dem "Buy Nothing-Day". Zu deutsch "Kaufnix-Tag"

Diese Initiative ruft jährlich in der Adventszeit Bewohner der Industriestaaten dazu auf, einen einzigen Tag lang nichts zu konsumieren. Das ist schwerer als man denkt, denn schnell geht man mal um die Ecke zum Zigarettenkaufen oder zum Automaten wegen einer Briefmarke. Die Initiative begründet ihren Aufruf mit einer großen Bandbreite von Argumenten:

- Sie verweisen darauf, dass ein Kind in den reichen Ländern an einem Tag soviel konsumiert, Müll produziert und die Umwelt schädigt wie 50 Kinder in den armen Ländern.
- Sie zitieren die Feststellung des Umweltgipfels von Rio 1992, dass das Konsumverhalten der reichen Länder den Großanteil an Umweltverschmutzung und Klimaveränderung hat.
- Sie erinnern an Erkenntnisse psychologischer Studien, dass Konsum nicht glücklich macht, sondern, im Gegenteil, abhängig.
- Dass Lebensqualität sich nicht nach dem Haben, sondern nach dem Wohl-Sein bemisst, und dazu gehört auch sauberes Wasser, Ruhe oder ein intakter Wald.
- Dass der Wert eines Geschenks sich nicht in Geld bemisst, sondern dem Ausmaß, in dem der Geber sich dem Empfangenden mitteilt.
- Indem Sie alternative Geschenkideen unterbreiten usw.

Diese Botschaft bringen sie mit witzigen Aktionen unter das Volk, indem sie etwa Menschen, die ein Kaufhaus betreten wollen, mit Fragebögen überfallen und festhalten oder indem sie wie Schlafwandler weiß bekleidet extra langsam durch die Fußgängerzonen schlendern und so für die eiligen Adventsshopper zu lebenden Bremsklötzen werden usw.

Ihnen ist vielleicht aufgefallen, dass all die Argumente der "Kaufnix" Gruppe solche sind, die man auch als Christ sofort unterschreiben könnte. Dabei besteht die Gruppe vor allem aus Umweltgruppen, NordSüdgruppen, Menschenrechtsgruppen.

Was spricht dagegen, dass Christen sich am "Kaufnix-Tag" im Advent an solchen Aktionen beteiligen und beispielsweise vor einem Kaufhaus stehen, Liedblätter verteilen und die Passanten zum gemeinsam Adventsliedersingen verführen?

Für mich wäre eine solch thematische Kooperation zwischen Christen und Nichtchristen hochmissionarisch. Es ist nicht nur ein streitbares Bekenntnis zu den eigenen Werten. Es ist auch eine Politik der ausgestreckten Hand an all jene, die Werte vertreten, die uns sehr nahe sind. Und darüber hinaus ist es eine Aktion in Richtung all jener, die diese Werte nicht teilen und ein Versuch, sie wenigstens mal wieder zum Nachdenken zu bringen.

Ich komme zurück zur Anfangsaussage der Ansprache, den Argumenten wie: Die Kirche passe nicht in die Welt, die Welt bewege sich weg von der Kirche usw.

Ja und Nein: Natürlich stehen Zeit und Ewigkeit in konstanter Spannung. Das Veränderliche ist ebenso ein Merkmal der Schöpfung wie die darunter liegende Sehnsucht nach dem Ewigen

und nach Erlösung, d.h. nach Befreiung aus der Zeit hin zu dem Ewigen. Und nirgends sonst wie im Advent knallt das Zeitliche mit solcher Wucht auf das Ewige: Die tiefe, schwer auszuhaltende Sehnsucht der Menschheit nach Erlösung steht hier ganz besonders unter Druck durch die Versprechung schneller Glückserfüllung, wenn man nur diese Stereoanlage oder jenen Staubsauger kauft - gerade weil dieser Sehnsucht in der realen Welt von Krieg, Terror, Hartz IV und Arbeitslosengeld 2 so wenig entspricht, was diese Hoffnung als begründet erscheinen ließe! Aber ich kann es nicht genug betonen:

Alle Werbung, alle Einredungen, alle Schnelllebigkeit der Dinge kann die menschliche Ahnung von und Sehnsucht nach ewigem und unveränderlichem Glück, Frieden und Gerechtigkeit, vielleicht beiseite schieben, aber nie unterdrücken. Sie bricht sich immer wieder Bahn: In der Musik, in der Natur, in der menschlichen Begegnung, in den liturgischen Zeiten von Advent und Ostern und so weiter.

Die Kirche ist seit jeher Hüterin der Botschaft, die der Schlüssel zu dieser vorhandenen, wengleich oft überlagerten Sehnsucht ist. Es ist Aufgabe und Schuldigkeit der Kirche, den Menschen auch unserer Zeit diesen Schatz immer wieder nahe zu bringen. Hier ist Kirche und das, wofür sie steht, so aktuell und chancenreich wie eh und je: Die Menschen sind ansprechbar. Nur muss die Botschaft so kommuniziert werden, dass sie verstanden werden kann. Wege gibt es dazu - wir müssen nur aufmerksam schauen, wo sie sich auftun. Und auch das heißt: Vorbereitung auf das Kommen des Herren.