

Reinhard Schmidt-Rost

Das fremde Wort

Von der unaufhörlichen Wiederentdeckung des Evangeliums
zur Orientierung der evangelischen Predigtlehre
in der Privatfunk-Zeit

1 Der Markt und die Kommunikation des Evangeliums

„Ach, wenn ihr doch nur ein klein wenig Verrücktheit von mir ertragen könntet! Aber gewiß, ihr wollt mich ja ertragen! Denn ich eifere um euch mit göttlicher Leidenschaft. ... doch ich fürchte, wie die Schlange Eva in ihrer Arglist verführt hat, so könnten jetzt auch eure Gedanken von der Einfalt Christus gegenüber abgebracht und verdorben werden. Denn wenn da jemand kommt und einen anderen Jesus verkündigt, den wir nicht verkündigt haben, und ihr einen anderen Geist empfangt, als ihr ihn empfangen habt, oder eine andere Heilsbotschaft, als ihr sie erhalten habt – so ertragt ihr das alles bestens! Ich denke aber in gar nichts zurückzustehen hinter den „Überaposteln“! Bin ich auch ein Stümper in der Rede, so doch nicht in der Erkenntnis. Vielmehr haben wir die Erkenntnis in jeder Hinsicht euch allen kundgemacht.“ (Aus 2 Kor 11,1-6)

Mit heftigen Worten macht Paulus seinem Ärger über die Christen in Korinth Luft; sie hatten sich beeindruckt lassen von Leuten, die Paulus abschätzig „Überapostel“ nennt. Ein paar mitreißende Worte – und schon waren sie hingerissen und wandten sich von ihm ab: Ganz interessant seine Erkenntnis (gnosis), aber stockend sein Redefluss, zum Einschlafen; ein unsägliches Missverhältnis von gutem Produkt und schlechter Vermarktung.

In unseren Tagen klingt die Kritik an der öffentlichen Kommunikation des Evangeliums ganz ähnlich: Produkt gut – Vermarktung schlecht. So sagten Unternehmensberater auf dem Hamburger Kongress „Unternehmen Kirche“. Stümperei – mit den Worten des Apostels: „Idiotie“ – halten die Experten für Wirkung und Vermarktung den Kirchen vor. Ohne gute Werbung aber sei heute kein Produkt zu platzieren, auch das Evangelium von der Liebe Gottes bedürfe der wirkungsvollen Präsentation auf dem Markt, dem Schauplatz des öffentlichen Lebens.

Wie ging der Apostel mit diesen Vorwürfen um, wie die Prediger und anderen Kommunikatoren des Evangeliums heute?

Paulus zeigt in seinen Briefen durchaus rhetorische Brillanz, er braucht sich vor den Rhetoren seiner Zeit nicht zu verstecken. Voller Ironie jongliert er mit den Begriffen *gnosis* und *logos*, die die Korinther ihm kritisch vorgehalten hatten. Aber seine Erwiderung ist zugleich klar und gezielt:

Auf die richtige Erkenntnis kommt es an; seine Glaubenserkenntnis ist aller angeblich sicheren Erkenntnis des Menschegeistes überlegen. Das Vertrauen auf die „Botschaft vom Kreuz“, wie er seine Einsicht nennt, hat ihm eine Lebensgewissheit vermittelt, die alle Sicherheiten übertrifft, die man durch eigene Erkenntnisse sich selbst meint verschaffen zu können.

Er kann mit den Rhetoren seiner Zeit methodisch mithalten und das Briefschreiben war ihm offenbar nur eine mindere Last; grundlegend wichtig aber ist für ihn die besondere Gewissheit, die aus dem Glauben an das Evangelium von Jesus Christus erwächst. Eine ganz eigenartige, persönliche Freiheit, die ihm manchmal die Sprache verschlägt, die aber sein ganzes Leben durchdrungen hat. Kein Selbstvertrauen, kein Glaube an das Gesetz und den Gott der Väter, sondern Vertrauen auf Gott, den Vater Jesu Christi. Paulus ist sich sicher, dass er den Weg zum Heil gefunden hat. „Die Weisheit dieser Welt aber ist ihm zur Torheit geworden.“ (1 Kor 1,20)

Die Konkurrenzsituation in Korinth zeigt, dass die heilsame Erkenntnis des Evangeliums in einem medienbewussten, weltanschaulich pluralen Umfeld nicht so leicht ankommt. Es war den Korinthern keineswegs in Fleisch und Blut übergegangen, was der Glaube an Christus für sie bedeutete. Und so versucht Paulus schriftlich seine tiefe Erkenntnis in lebendiger Anschaulichkeit auszudrücken, versucht die Empfänger seiner Briefe für seine Botschaft einzunehmen.

Er arbeitet mit dem Medium, das er beherrscht, mit vielfältigen Variationen in Stil und Redefiguren: Mit eindrucksvollen Vergleichen aus der Welt seiner Leser: Für das Evangelium sei er zum Olympiakämpfer geworden, in der Kampfbahn habe er sich behauptet – und die Taufe habe er erlebt wie ein Ertrinkender, der wiederbelebt worden sei; das Evangelium trage er mit sich wie ein kostbares Öl in einem zerbrechlichen Gefäß. Die Poesie seiner Zeit setzt er ein, um die Tiefe der Erkenntnis Gottes ahnen zu lassen; und Schlagworte formuliert er, um die spezifischen Wirkungen des Evangeliums je nach Gemeindesituation angemessen auszusprechen: „Prüfet alles, doch das Beste behaltet.“ „Alles ist erlaubt, aber nicht alles ist zuträglich.“ „Die menschliche Weisheit ist zur Torheit geworden.“ Er ist ein Ergriffener und im Brief vermag er seine Ergriffenheit zu vermitteln, seine Stilmittel orientiert er an seinen Hörern ohne den Inhalt aufzuweichen.

Und die Prediger heute, wie gehen sie mit dem Vorwurf der schlechten Vermarktung der guten Botschaft um?

Sie bemühen sich um Kundennähe, darin Paulus durchaus vergleichbar; sie nähern sich ihren Hörern aber in der Weise, dass sie deren Erwartungen zu erkennen und zu befriedigen versuchen. Dabei werden dann gelegentlich und immer öfter die Nähe der Prediger zum Hörer und die gnädige Nähe des gütigen Gottes miteinander vermischt, Anknüpfungspunkte bei den Hörern und die Grundlagen des Glaubens werden verwechselt. Das „Versprechen von Tradition und Situation“, wie es Ernst Lange forderte, wird zu einem uneingelösten Versprechen, die Situation lässt die Tradition im Stich und umgekehrt.

Beispiele für Anpassung an die Erwartungen der Kirchenmitglieder finden sich mit programmatischem Gewicht in dem Kommunikationsmodell „Brücken bauen“, das vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) vor einiger Zeit entwickelt worden ist, und vor allem im MAGAZIN gleichen Titels, das vor der Publikation auf der EKD-Synode auf Borkum im Herbst 1996 zurückgezogen wurde.

Nicht nur Jürgen Flieges Kirchenschelte, die er inzwischen auch in Buchform niedergelegt hat, auch Aussagen anderer Autoren erwecken den Eindruck, als müsse die christliche Botschaft von jeder Anstößigkeit befreit werden, als lasse sie sich nur noch durch Aktionen, kaum noch durch Worte wirksam vermitteln. An hervorgehobener Stelle schreibt Rüdiger Schloz: „Leider hat die Kirche einen lehrhaften Gestus, erweckt den Eindruck, wir haben’s schon, wir wissen alles, wir haben die Antwort“. Hier wird Sympathiewerbung betrieben, die vom paulinischen Eifer um das *Evangelium* weit entfernt ist und meint, gerade durch solche Kundennähe die christliche Botschaft in ihrer Fremdheit vor dem Abgleiten in Unverständlichkeit zu bewahren.

Kundennähe, als menschliche Nähe gestaltet, galt schon vor Jürgen Flieges Medienstart als eine bevorzugte Marktform des Evangeliums. Die Gnade Gottes, in (bedingungslose) Nähe zum Menschen verpackt, sei den Menschen anzubieten. Das ist die Message! Ob solche „Tyrannei der Intimität“¹ den Segen des Apostels gefunden hätte? Jene Tyrannei der Intimität, die psychologisch unvermeidlich mit harscher Institutionenkritik einhergeht, da liegen Jürgen Fliege und Eugen Drewermann auf einer Linie.

Ob bei einer christlichen Medien-Aktion wie Radio Paradiso, einem seit nunmehr vier Jahren in Berlin tätigen Privatsender, der mit viel sanfter Pop-Musik und einigen wenigen kernigen Worten die Seelen der Hörer zu streicheln versucht, das Evangelium mit seinem spezifischen Profil zur Geltung kommt, ist weiterhin umstritten; das Programm mit seinen stündlichen „Gedanken zum Auftanken“, den „guten Nachrichten“ und einigen wenigen Magazin-Beiträgen zu kirchlichen Themen befindet sich immer noch und auch in Zukunft auf einer Gratwanderung zwischen quotenorientierter Anpassung und evangelischem Anspruch.²

Die Münchner McKinsey-Studie aber hat gerade unter Marktgesichtspunkten eine inhaltliche Profilierung des Produkts eingemahnt. Es mangle am Nachweis der Gegenwartsbedeutung der christlichen Botschaft generell, nicht nur an Tiefe der einzelnen Predigt.

Zu dieser Kritik von engagierten Laien fügt sich die Kritik am Theologiestudium, die trotz vielfältiger Reformbemühungen über nahezu dreißig Jahre gerade in den eigenen Reihen immer heftiger wird. Der Spezialisierungsdruck führe zu einer Vereinzelnung der theologischen Disziplinen, die den Gesamtsinn der theologischen Bildung nur noch schwer erkennen lasse.

Nun ist es in der Tat nicht leicht, das Wort vom Kreuz, die Begrifflichkeit, die Paulus für seine Christuserkenntnis gefunden hat, in Vorstellungen unserer Zeit einprägsam oder gar massenwirksam zu übertragen.

Aber die Vergegenwärtigung des Evangeliums von Jesus Christus, wie es in den Schriften des Neuen Testaments kanonisiert ist, war nie ohne das Risiko einer Entfernung von seinem Bedeutungskern zu tradieren und zu vergegenwärtigen; die christlichen Gemeinden bilden stets eine „Risiko-Gesellschaft“⁴³ in diesem spezifischen Sinn.

Aber an vielen Predigten unserer Zeit ließe sich durchaus zeigen, wie der Sinn des Evangeliums von Christus gerade in seiner Fremdheit auch in der Gegenwart immer neue plausible Gestalt gewinnt; in der Kürze der Zeit müssen einige illustre und überraschende Beispiele für den Nachweis stehen, dass die Auslegung des Evangeliums auch heute als das herausfordernd fremde, aber zugleich plausible Wort zu wirken vermag (2.), dass es allerdings einer steten Übertragung in zeitgemäß formulierte alte und neue Bilder bedarf (3.), um den ursprünglichen Impuls des Evangeliums, der die Apostel und Evangelisten bewegte, die Erfahrung einer eigenartigen persönlichen Freiheit bei gleichzeitiger tiefer Verwurzelung des Lebens im Vertrauen auf Gott wirken zu lassen.

Der Mut zur Entdeckung des Evangeliums in ungewöhnlichen Gestalten muss dabei nicht so weit führen, wie es der junge Schleiermacher in den Reden über die Religion ins Auge fasste: „Nicht der hat Religion, der an eine heilige Schrift glaubt, sondern welcher keiner bedarf und wohl selbst eine machen könnte“⁴⁴ – aber eine Entdeckungsreise wird es gleichwohl und die eigene Produktivität ist nicht ausgeschlossen.

2 Das fremde Wort – zeitgemäße Profilierung des Evangeliums als homiletische Grundaufgabe (Jes 52)

Das Evangelium wirkt nicht als ein besonders attraktives Wort unter vielen anderen öffentlichen Worten, sondern als das ganz fremde Wort; verständlich zwar, aber befremdend, durchkreuzt es alle Gedanken und Pläne der Menschen, prüft, klärt und läutert. Insbesondere Fortschrittsideen, Karrierepläne und Herrschaftsansprüche werden in der Kommunikation des Evangeliums relativiert.

Diese konstruktiv kritische Wirkung entfaltet sich – in homiletischer Perspektive – durch verschiedene Grundzüge des Evangeliums von Jesus Christus, wie es in den Schriften des Neuen Testamentes aufgezeichnet und durch die Bekenntnisschriften überliefert ist, Grundzüge, die sich nicht deduktiv herleiten, sich vielmehr nur von Fall zu Fall, abduktiv d.h. in einigen wenigen Gesichtspunkten zusammengefasst, aufweisen und plausibel machen lassen.

Drei Grundzüge sollen benannt werden:

2.1 Dialog zur Erkundung des Guten

Das Evangelium von Jesus Christus zieht seine Hörer ins Gespräch um mit ihnen zu diskutieren, was das jeweils Gute für die Menschen sein könnte. Eine öffentliche Verlautbarung von Regeln für ein christliches Leben würde dem dialogischen Charakter des Evangeliums genauso zuwiderlaufen wie eine buchstäbliche Rezitation.

Im Unterschied zu den Mythen der Gnosis gestern und der Scientology heute ist das Evangelium keine buchstäblich unveränderliche Lehre, die rituell oder therapeutisch nachvollzogen werden müsste, sondern ein Sinnzusammenhang, der in jede Gegenwart hineinwirkt, in die er hineingesprochen wird, ein Grundgedanke, der je neu Gestalt gewinnen und zur Wirkung kommen kann und der dann Zustimmung oder Widerspruch auslöst. Man muss allerdings ein Gespür für diese dialogische Bewegung im Umgang mit der evangelischen Tradition entwickeln und dies geschieht am besten durch gute Vorbilder:

Vielleicht unnachahmlich, aber doch für eigene homiletische Bemühungen richtungweisend sind die Auslegungen H. D. Hüschs, exemplarisch gesammelt in seinem Buch „das Schwere leicht gesagt“ – schon dieser Titel bezeichnet im Doppelsinn von „leicht gesagt“ – ein homiletisches Programm in evangelischer Wahrnehmung; dem Hintersinn des Titels soll hier nur ein Satz aus dieser Sammlung voll evangelischer Eindringlichkeit hinzugefügt werden:

„Die Frage ist: Solln wir sie lieben, diese Welt, solln wir sie lieben? Ich möchte sagen: Wir wollen es üben.“⁶⁵

Zeitgemäß und zugleich allgemeingültig bringt Hüsch zum Ausdruck, was Zeitgenossen den Umgang mit unserer Welt erschwert: Es gibt gute Gründe die Welt nicht zu lieben. Die Schwäche der Menschen und ihre Grenzen im Umgang mit der Welt werden aufgedeckt und bedacht, ohne die Menschen der Hoffnungslosigkeit preiszugeben.

Und ein ganz anderes Beispiel, auch ein literarisches: „Wer da bedrängt ist, findet Mauern, ein Dach und muß nicht beten“. Rainer Kunzes Gedicht „Pfarrhaus“ bildet die Ambivalenz von Einengung und Freiheit in der humanen geistigen Heimat des Pfarrhauses, das zum Asyl werden kann, wenn es dazu gebraucht wird, verheißungsvoll ab.

2.2 Spurenelemente im Alltagsleben

Das Evangelium braucht nicht neu erfunden zu werden, aber es muss immer neu gefunden werden, denn es ist nie für sich, sondern immer nur in Gestalten menschlichen Lebens wirksam, man hat nie den Kern pur, sondern immer nur den Kern mit der Schale. Die hauptsächliche Praxis des Evangeliums aber ist seine stets neue kräftige Wirksamkeit im Alltäglichen. Es gleicht darin nicht nur einem Gesprächspartner, sondern in einem anderen Bild gesprochen, auch den lebenswichtigen Spurenelementen im Kräftehaushalt des Organismus.

Ein Beispiel für eine solche Wirksamkeit des Evangeliums an ganz unauffälliger Stelle: In der Kieler Tageszeitung, (Kieler Nachrichten), Ausgabe vom 14. November 1996, las man in der Rubrik Kieler Chronik, der Lokalglosse, die von wechselnden Mitarbeitern unter dem Pseudonym Kielius oder Kielia formuliert wird, folgende kurze Geschichte:

Drohung

Es gibt Geschichten, die passen in den November – weil sie, wie er, grau und traurig sind. Und man muß sie auch weitererzählen; warum, sagt Kielius später. Also: Kielius geht die Straße entlang. Es ist Mittagszeit, die Kinder kommen aus der Schule. Plötzlich geht da ein Schuljunge neben Kielius – ein großes, kräftiges Kerlchen. Na, fragt Kielius fröhlich, wie war der Tag in der Schule?

Der Junge erzählt, er sei in der 2. Klasse (hoppla! denkt Kielius – dafür ist er aber schon mächtig lang geraten); er wiederhole sie gerade (aha, denkt Kielius); er sei übrigens schon neun Jahre alt; und in der Schule sei es heute gar nicht schön gewesen! Und dann kommt der Satz, der Kielius durch Mark und Bein geht. Sein Papa habe gedroht, er werde ihn ins Heim stecken, wenn er im Sommer wieder nicht versetzt werde, klagt der große Kleine – und seine Augen werden ganz blank vor lauter Angst. Der Vater habe auch gesagt: Da werde man jeden Tag verhauen.“ An der nächsten Ecke biegt der Junge nach rechts ab. Kielius schaut ihm hinterher: Er hat den Ranzen auf dem Rücken – und dazu ein schweres Gewicht, das man mit den Augen nicht sehen kann.

Darum erzählt Kielius diese Geschichte: Vielleicht liest sie ein ganz bestimmter Vater in Kiel. Und vielleicht nimmt er seinen Jungen dann mal in den Arm und sagt: Das mit dem Heim – das war nicht so gemeint. Dann könnte nämlich im November die Sonne scheinen. Das jedenfalls wünscht sich Kielius.

Ein humaner Impuls, diese Glosse – oder auch eine Gestalt des Evangeliums? Die Sympathie für den unscheinbaren Schüler, das Mitleid, die Sorge um sein seelisches Wohlergehen, die zufällige Anteilnahme aus der Fröhlichkeit eines irgendwie unbeschwerten Alltags geboren, das alles könnten noch Folgen einer allgemeinen Menschenfreundlichkeit sein, die zwar zur Botschaft vom gütigen Gott passen, aber auch aus anderen Quellen fließen könnten als aus der des Evangeliums.

Wirklich evangelisch aber, am Kreuz Christi orientiert ist, wie Kielius mit der Aussicht umgeht, dass er mit seiner Hoffnung auf eine Wendung des Schicksals des Schuljungen im „Vielleicht“ stecken bleiben muss, dass sein Engagement in der Zeitung möglicherweise gar nicht gehört und nicht gelesen wird. Er greift trotzdem zur Feder und lässt sich auch von der zwiespältigen Erwartung nicht einschüchtern, dass der Vater des Jungen vielleicht nun erst recht wütend wird, weil er sich bloßgestellt fühlt. Das Evangelium wird kenntlich an der Bereitschaft, das Zwielicht auszuhalten – das Doppelgesicht der Religion, das R. Otto in die Denkfigur des „Mysterium tremendum et fascinans“ fasste, ist auch der Grundzug des Evangeliums in der Spannung von Gesetz und Evangelium.

Ein dritter homiletisch relevanter Grundzug ist:

2.3 Die Prophetische Kraft des Evangeliums

Das Evangelium wirkt *sine vi, sed verbo*. Es kann allenfalls angepriesen werden, wer es eintrichtern oder gar einhämmern wollte, würde augenblicklich seinen Sinn verderben. Auch Worte können gewaltsam sein, deshalb muss man genauer sagen: Das Evangelium wirkt nur durch Worte, die zu Herzen gehen, für sich einnehmen.

Ob und wie das Evangelium gewirkt hat, kann deshalb nie vorweg bestimmt, sondern erst rückblickend gesagt werden, das Evangelium ist keineswegs sicher in seiner Wirkung. Es ist ein prophetisches Wort – ein Wort, das nicht vorhersagt, sondern hervor-sagt, wie H. W. Wolff zugespitzt formulierte, – ein Wort, das die Welt verändert, in die es ergeht, wie ein Freispruch die Welt eines Angeklagten verändert, wie die dauernde Versicherung der Nähe einen kranken Menschen zu stärken vermag, wie ein Fernruf in ein Gespräch oder in eine Lebenssituation eingreifen kann.

Das Evangelium bleibt mit und in diesen Grundzügen: Dialog zur Erkundung des Guten, Spurenelement des Alltags und prophetisches Wort, stets ein *fremdes Wort*, gleichgültig ob es revolutionär erscheint in Zeiten, in denen die Menschen auf Traditionen schwören (auf Blut und Boden z.B.) oder veraltet wirkt in Zeiten, in denen die Jugend angehimmelt wird.

Fremd ist das Evangelium unter den anderen Botschaften, die das Leben zu verstehen geben wollen, weil es keine endgültigen Sicherheiten verspricht, weil es das menschliche Leben in ein Licht rückt, in dem des Lebens Grenzen erkennbar werden, auch die Schatten, die Menschen werfen können, in dem aber auch die glanzvollen Seiten des Menschen, die Fähigkeit zur Bewahrung der Schöpfung und die Liebe unter den Geschwistern hell aufleuchten.

Die vielfältigen Botschaften des Marktes, die Erlebnis- und Einkaufsmöglichkeiten, die Lifestyle- und Hobby-Kultur mit Sport, Reisen, Essen und Do-it-yourself, sie alle tauchen menschliches Leben in ein faszinierendes, aber auch verwirrendes Licht. Sie halten unbewusst in der Gegenwart fest und belegen den einzelnen in allen Sinnen mit Beschlag, so dass sich der Eindruck einstellen kann, es sei jeder Augenblick ganz neu und ganz individuell wahrzunehmen.

Die Angebote zur Lebensdeutung und zur Gestaltung des „Eigenen Lebens“ erzeugen den Eindruck, als sei jeder seines Glückes eigener Bastler. Diese soziologische Deutung trägt ihre kulturelle Engführung an der Stirn geschrieben. Solche Lebenswahlfreiheit hat es wohl nicht einmal an der Völkerbegegnungsstätte am Isthmus von Korinth gegeben.

Die Lebensdeutungen, die das Evangelium nahe legt und die die Predigt des Evangeliums heute vermitteln will, bleiben mit ihrem Realismus im Blick auf die Möglichkeiten der Menschen unvermeidlich fremd in jeder Gesellschaft, in Zeiten überschäumen-der Zuversicht zum Realismus ratend, in Zeiten der Depression Lebensmöglichkeiten entdeckend, Hoffnung bewahrend und verbreitend. In dieser Fremdheit erweist sich das Evangelium, oft für irrational gehalten, als überraschend rational, die gesellschaftlich

anerkannte Rationalität aber gegen den Augenschein als irrational (man denke etwa an den auf technische Errungenschaften gestützten Fortschrittsglauben).

3 Die homiletische Konsequenz: Unaufhörliche Wiederentdeckung des Evangeliums in Gleichnissen des Alltags oder: Der Reiz des Fremden

Das Evangelium kann und braucht nicht neu erfunden werden, sein befreiender, zur Verantwortung in der Welt ermutigender Grundsinn ergibt sich aus dem Dialog mit der Tradition; seine Ausdrucksform aber kann und muss stets neu in dem Leben gefunden werden, in das es hineinwirkt, Geschichten von Kielius und andere treffende Gleichnisse (z.B. auch chassidische Legenden) bilden keine singulären Kuriositäten, einfühlsam-evangelische Deutungen des Alltags sind auch in vielen Predigten zu hören.

Die Form der Gleichniserzählung hat dabei offenbar damals wie heute eine besondere Kraft, die Bedeutung des Evangeliums zeitlos und doch in die jeweilige Zeit eingebunden wirken zu lassen.

Noch unerwarteter als in der Tageszeitung, gleichwohl unverkennbar zeigen sich Grundzüge des Evangeliums in einer Story von Paul Watzlawick, dem bekannten Linguisten und Psychologen, der sich in dem Kurzgeschichten-Zyklus „Hekates Lösungen“⁷ über „Das Schlechte im Guten“ Gedanken macht und dabei wie zufällig ein evangelisches Gleichnis zutage fördert; in der Geschichte „Eine >Kettenreaktion< des Guten?“ bricht das Gute nachgerade zwangsläufig in die Welt eines Utilitaristen ein.

Signor Cacciavillani aus Finimondo lebt nach dem Grundsatz aller Utilitaristen: Gut ist nur, was mir nützt, er ist zudem Nullsummenspieler: Mein Gewinn geht immer auf Kosten eines anderen. Dies hält er für die Lebensmaxime aller Menschen. Seine Überzeugung wird erschüttert, als er eines Tages sein Auto parkt, um zur Arbeit zu gehen, und ein Mensch ihm nachgelaufen kommt, um ihn darauf hinzuweisen, dass er das Licht habe brennen lassen. Unschlüssig, ob er gefoppt werde, kehrt er doch um und schaltet das Licht, das brannte, aus. Seine utilitaristische Überzeugung bricht – solchermaßen vom Virus der Selbstlosigkeit infiziert – zusammen, als er wenige Tage später eine gut gefüllte Geldbörse findet – und in sich eine bis dahin unbekannte Regung spürt, die ihn zu seiner eigenen Überraschung und gegen seine Maxime zum ehrlichen Finder werden lässt.

Der Sinn des Evangeliums, hier als Bereitschaft zur Verantwortung, ergreift Besitz von einem Menschen, der sich für völlig immun hielt gegen alle Regungen von nutzloser Menschenfreundlichkeit.

Ein Gleichnis für die subversive Wirkung des Guten, das beim Erzählen zugleich selbst untergründig wirkt.

Wie die Gleichnisse Jesu „mit ihrer erzählten Welt“ die „Sache“, zu der sie einladen, überbringen, so breiten sie Geschichten aus und bleiben ganz und gar der Erfahrungs-

welt verpflichtet. Gerade diese Welt wird als die Größe gebraucht, die die Botschaft Jesu vom Gottesreich erschließt, weil in dieser Erfahrungswelt Gott aufleuchten soll. Der Sinn einer Gleichniserzählung zeigt sich daran, ob ein Gleichnis unsere Lebensgeschichte miterzählt, neu deutet und für das andere öffnet, das es enthält⁴⁸, so Jürgen Becker für das NT.

Alte und neue Gleichnisse als Medien der Wirklichkeit Gottes in die Erfahrung der Menschen hinein zu erzählen, ist ein verheißungsvoller homiletischer Weg zur Profilierung der evangelischen Botschaft gerade in der gegenwärtigen „Erlebnisgesellschaft“⁴⁹. Das Lernen an guten Vorbildern ist wirksamer als eine einschneidende Predigtkritik.

Die homiletische Bildung, die zeitgemäße und publikumswirksame Gestaltungen des Grundsinnes des Evangeliums hervorbringen soll, kann von der Gattung der Gleichnisse als einem wichtigen Mittel weitergeführt werden zu einzelnen Merkmalen:

- Veränderter Umgang mit der Realität: Kommunikation des Evangeliums in allen möglichen Medien, ob Gottesdienst, Gespräch oder Rundfunk, kritisiert die übliche begrenzte, ich-bezogene Auffassung der Welt; die homiletische Konsequenz ist eine wesentliche Veränderung der Realitätserfassung: Kommunikation des Evangeliums transzendiert alle Angst in Form schlechter Nachrichten und resignierender Deutungen durch Bewunderung für das Gute, Versöhnliche und Gütige, transzendiert Neid in der Form von Fixierung auf Sieg, Niederlage und andere Konkurrenzen – durch Darstellung von Gemeinsinn und Gemeinschaft – transzendiert schließlich Neugier in ihrer alltäglichen Gestalt als Unglücksvoyeurismus durch realistisches Mitleid.
- Kommunikation des Evangeliums beflügelt die Kreativität im Umgang mit Vergänglichkeit, Krankheit und Leid: Prinzipiell auf Hoffnung gestimmt, klärt Kommunikation des Evangeliums den Blick für Lebensmöglichkeiten, sieht die Grenzen der Menschen und blickt darüberhinaus. So diskutiert das Evangelium neue Formen des Umgangs, beschreibt Ausweglosigkeit so, dass der Vorschein des Heils sich andeutet.
- Kommunikation des Evangeliums nutzt die realen Bilder des Alltags, um die Ambivalenz menschlicher Existenz anzudeuten. Dabei wird die Zukunftsangst des Pessimismus durch realistische Betrachtung menschlicher Möglichkeiten geerdet und die Realitätsflucht des Optimismus in der Realität verantwortlicher Weltgestaltung als Heimatboden verwurzelt.

Als formale Grundregel und Zusammenfassung aller Einzelbeobachtungen zur Kommunikation des Evangeliums kann man sagen, dass homiletischer Unterricht die dialektische Denkweise in die Predigtarbeit wieder neu einführen muss.

Das Gleichnis von den Arbeitern im Weinberg ist unter den Gleichnissen Jesu diejenige Story, die nach Form und Inhalt in der Gegenwart gerade in ihrer Fremdheit am meisten Aufsehen erregt und zur Diskussion anregt, aber auch die Bildrede vom Wein-

stock eröffnet viele Möglichkeiten, das Evangelium im gegenwärtigen Leben zur Geltung zu bringen.

Dass solche Bemühungen um eine Lebensdeutung aus dem Geist des Evangeliums die Realität stärker bestimmen als die angeblich so harten Fakten, mag abschließend mit einem durchaus evangelischen Aphorismus von Umberto Eco unterstrichen werden:

„Mißtrauen wir denen, die sagen, dass *nicht* die Reden und Meinungen zählen, sondern allein die Realität: Sie wollen uns aufs Kreuz legen.“

Anmerkungen

- ¹ R. Sennett, Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, New York 1977 (dt. Frankfurt 1983)
- ² Auch eine bewusst freundliche Moderation gehört zu den Markenzeichen dieses evangelischen Senders.
- ³ vgl. U. Beck, Risiko-Gesellschaft, Frankfurt 1986
- ⁴ D. F. E. Schleiermacher, Reden über die Religion. An die Gebildeten unter ihren Verächtern, 2. Rede, S. 121f.
- ⁵ H. D. Hüsch, Das Schwere leicht gesagt, Freiburg 1994, darin insbes.: Zeitansage – Predigt, S. 83ff.
- ⁶ U. Beck, Das eigene Leben, München 1995
- ⁷ P. Watzlawick, Vom Schlechten des Guten oder Hekates Lösungen, München 1991, darin Eine ‚Kettenreaktion‘ des Guten?, S. 51-56
- ⁸ J. Becker, Jesus von Nazareth, Berlin – New York 1995
- ⁹ G. Schulze, Die Erlebnisgesellschaft, Frankfurt 1992