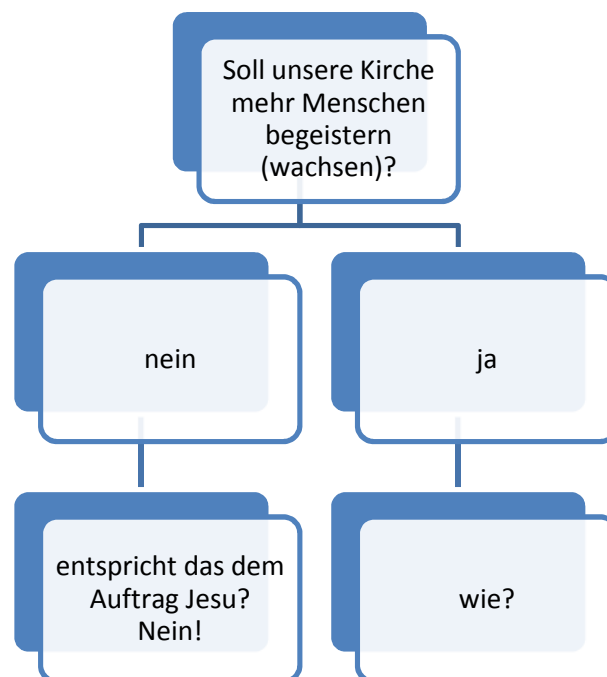


**Prof. Dr. Torsten H. Kirstges**

## **Sollen wir missionarisch tätig sein? Und wie?**

„Darum **geh**et hin und **lehret** alle **Völker** und taufet sie im Namen des Vaters und des Sohnes und des heiligen Geistes, und **lehret** sie halten alles, was ich euch befohlen habe. Und siehe, ich bin bei euch alle Tage bis an der Welt Ende.“ (Matthäus, Kapitel 28)

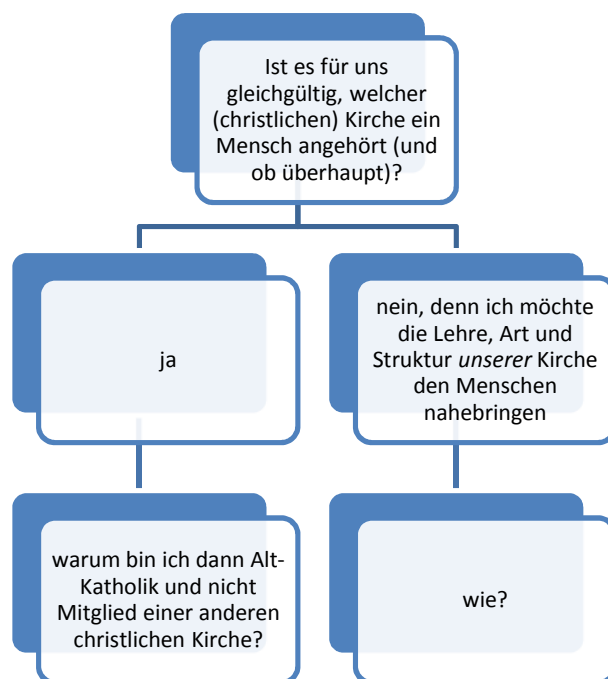
Pfarrer Jens Schmidt hat in seinem Pfarrbrief von September 2013 das Thema – ich formuliere überspitzt - „**Sollen unsere Gemeinden wachsen sollen ...?**“ diskutiert. Pfarrer Jungbauer griff die Frage unserer „Kleinheit“ in seinem Block Mitte August 2014 auf. Dieses Thema beschäftigt mich seit langem immer wieder. Ich zitiere aus Schmidts Pfarrbrief: „Immer wenn das Thema **Gemeindewachstum** angesprochen wird, scheiden sich die Geister ...“. „Eine ... **Gemeinde, die nicht wachsen, also missionarisch sein möchte, verfehlt nicht nur den Auftrag Jesu**, sondern auch ihre Daseinsberechtigung. ...“. Dem kann ich voll und ganz zustimmen (wer hingegen dieses Kirchenwachstumsziel für uns Alt-Katholiken ablehnt, der braucht ab dieser Textstelle nicht mehr weiter zu lesen). Aber *wie* können wir wachsen? Eben **durch Missionierung**, also durch das Bemühen, unsere eigene Überzeugung anderen nahe zu bringen.



Aber **warum** sollen wir überhaupt missionieren? Letztlich, weil wir davon überzeugt sind, dass unser Glaube und unsere Glaubenspraktiken **den Menschen „gut tun“**, dass sie so einem „Heilszustand“ und der göttlichen Gegenwart (wie immer im Detail definiert und erfahrbar) näher kommen. Also weil wir glauben, Menschen eine Hilfe, eine Orientierung in

ihrer menschlichen Daseinsbewältigung bieten zu können. Weil wir dies tun wollen, möchten wir unsere Überzeugung verbreiten. Dies ist also kein Selbstzweck, kein Ego-Streicheln, keine Selbstbefriedigung, sondern diese Missionsarbeit hat ein **auf den Menschen gerichtetes positives Motiv**.

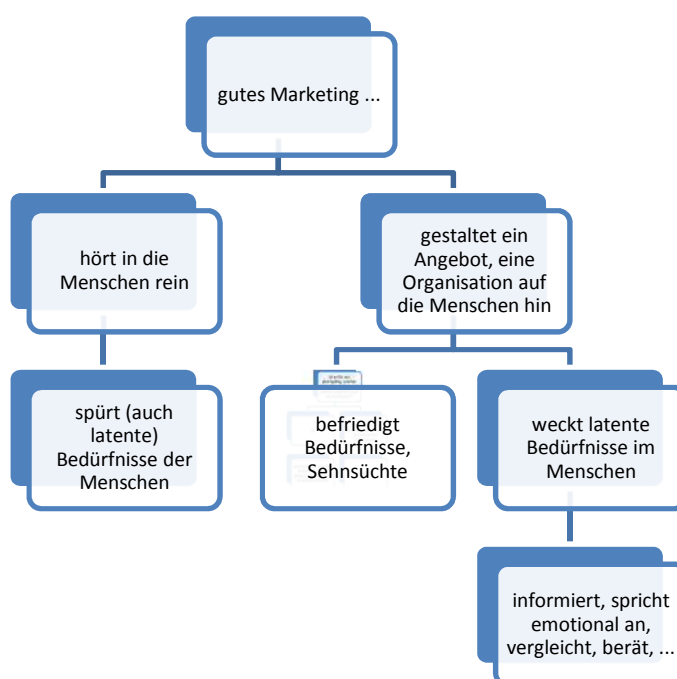
Nur, einen ähnlichen Anspruch haben Coca Cola, der FC Bayern, Greenpeace, die römisch-katholische Kirche, die Kommunisten oder die Salafisten – um nur einige Beispiele zu nennen - ebenfalls. *(Nein, ich setze unseren Glauben nicht mit der braunen Brause, mit Greenpeace oder mit Radikalen gleich, sondern ich will darauf hinaus, die Methoden zu analysieren und zu bewerten, mit denen jemand, der von etwas überzeugt ist, andere Menschen für seine Sache gewinnen will.)* **Worin unterscheidet sich unsere Missionierung also von der in anderen Lebensbereichen?** Zum einen in der Art der Vermittlung, denn wir wollen sicherlich auf Missionierungsformen wie Lüge, Druck oder gar Gewalt verzichten und setzen stattdessen auf **Überzeugungsarbeit** für Seele, Gefühl und Geist. Das unterscheidet uns positiv von radikalen Ideologien oder Sekten. Zum anderen in der Art der Formulierung unserer Aussagen – genau damit beschäftige ich mich im Folgenden. Vorab: Es ist meines Erachtens völlig legitim, dass verschiedene, gleichwohl sehr ähnliche Glaubensrichtungen, Philosophien oder Weltanschauungen um den Menschen buhlen, zum Teil mit durchaus ähnlichen Werten und Aussagen, zum Teil sich gegenseitig ausschließend: Ich kann zwar FC Bayern-Fan sein und gleichzeitig guter Alt-Katholik, aber ich kann weder salafistischer Alt-Katholik noch alt-katholischer Lutheraner sein.



Wenn wir Alt-Katholiken also mit dem „Nichts“, der Gottlosigkeit, oder auch mit anderen Religionen **im Wettbewerb um des Menschen Gunst** (pathetisch gesagt: um des Menschen

Seele) stehen, dann stellt sich die Frage, ob und **wie wir diesen Wettbewerb gestalten können, dürfen, sollen**. Letztlich geht es bei der Missionierung also um **Marketing für uns selbst**, für unsere Sache, für unsere Überzeugung.

Ich kann mir gut denken, dass einige Leser jetzt schon zusammenzucken, verbinden sie doch mit „Marketing“ vor allem nervige Radiospots, Schweinebauchwerbung, Drückerkolonnen, Sonderangebote, Restplatzpreise etc. Doch (gutes) Marketing ist etwas anderes: **Marketing hört in die Menschen rein** und vermittelt dann eine Leistung, ein Angebot, ja eine ganze Organisation auf der Basis dieser Erkenntnis **auf die Menschen hin**. Marketing spürt tiefe Bedürfnisse der Menschen auf, auch latent vorhandene. Marketing **weckt** auch diese **Bedürfnisse** im Menschen – z.B. die Sehnsucht danach, Gottes Wirklichkeit erfahren zu können. Marketing zeigt auf, welchen Nutzen es den Menschen bringen kann, sich für ein bestimmtes Angebot zu öffnen. Und Marketing kanalisiert letztlich daraus einen konkreten **Bedarf**, eine gezielte Nachfrage nach einer Leistung, nach einer Organisation. Also ist es, davon bin ich überzeugt, **völlig legitim, die Menschen dafür zu sensibilisieren, dass ihnen möglicherweise etwas in ihrem Leben fehlt**, wenn sie sich nicht dem (alt-katholisch interpretierten) Christentum zuwenden. Will man missionarisch tätig sein, so genügt es nicht, nur eine „gute Religion“ zu haben und diese selbst – authentisch und überzeugend - zu leben, in der Hoffnung, andere würden das schon irgendwann und irgendwie merken und dann zu uns kommen. Man muss diese auch nach außen aktiv und **offensiv kommunizieren**, wenn man missionarisch sein will. In der Marketingsprache: Wir haben ein sehr gutes „Produkt“ zu einem sehr günstigen „Preis“ (etwas Kirchensteuer, etwas Engagement, etwas Wegegeld und –zeit zum nächsten Gemeindeort), aber wir müssen dieses auch via Kommunikation und Distribution vermarkten.



**Wie aber darf dieses Marketing, darf dieser Hinweis auf uns konkret aussehen?** Auch hier scheiden sich die (alt-katholischen) Geister: Einige meinen, man solle nur sehr bescheiden und **zurückhaltend** auftreten, wenig von seinen eigenen Stärken sprechen und sich keinesfalls mit anderen Religionsgemeinschaften vergleichen. Ich aber bin davon überzeugt, dass es sinnvoll, legitim und sogar zur Verbreitung des christlichen Glaubens geboten ist, die **eigenen Glaubensgrundsätze, Angebote, Stärken deutlich herauszustellen** - dies insbesondere auch in der Abgrenzung zu anderen Religionsgemeinschaften.

Im Marketing nennt man letzteres „**vergleichende Werbung**“. Diese ist in Deutschland (sogar juristisch) explizit zulässig, sofern sich der Vergleich auf objektiv nachvollziehbare Eigenschaften bezieht. **Objektiv nachvollziehbare Eigenschaften unseres Glaubens und unserer Kirchengemeinschaft** sind z.B. der Bezug auf Jesus Christus - in Abgrenzung zu z.B. Coca Cola, Nike, dem FC Bayern oder den Salafisten. Das können und sollten wir deutlich herausstellen, doch unterscheidet es uns noch nicht von anderen christlichen Kirchen. Objektiv nachvollziehbare Unterschiede zu anderen christlichen Glaubensgemeinschaften, insbesondere zur römisch-katholischen Kirche, sind aber – um nur einige Beispiele zu nennen:

- die synodale Struktur, ohne Weisungsgebundenheit an eine einzelne Person oder Instanz,
- die gegenseitige Einladung zu Eucharistie/Abendmahl mit den Lutheranern,
- die Zulassung von Frauen zum Priesteramt oder
- die gleichberechtigte Aufnahme von Wiederverheirateten und Homosexuellen.

Meines Erachtens ist es daher völlig legitim und unter Missionsaspekten sogar **geboten, Menschen auf diese Unterschiede, die ich als große Stärken des Alt-Katholizismus sehe, hinzuweisen**. Wir müssen weg kommen von einem „über Glauben kann man nicht diskutieren“ und einem **dubiosen Glaubensgefühlssammelurium**, ohne dass deutlich das Profil dessen geschärft wird, was man eigentlich glauben will bzw. (vorgegeben durch eine Religionsgemeinschaft) soll oder muss.

Das neue Testament selbst bietet, die **Worte Jesu** bieten übrigens dutzende Beispiele von „vergleichender Werbung“, wenn Jesus die **Unterschiede zwischen seiner Lehre und anderen religiösen Lehren** aufzeigt. Die Bibel lebt in großen Teilen aus diesen Vergleichen. Obwohl Jesus und z.B. die Sadduzäer oder die Pharisäer an ein und denselben Gott glauben, derselben jüdischen Religionsgemeinschaft angehören, macht Jesus an vielen Gleichnissen deutlich, wo die Unterschiede im Detail des Glaubens und des Handelns im Glauben liegen. **Jesus selbst hat also mit „vergleichender Werbung“ missioniert** – warum sollten wir es heute nicht tun?

Wenn wir heute für unsere alt-katholische Kirche werben, dann sehen wir uns mindestens **vier Zielgruppen** gegenüber:

1. Den einen (den **völlig Ungläubigen**, den „Heiden“) wollen wir Gottes Wort überhaupt einmal nahe bringen. Kaum ein Alt-Katholik wird etwas gegen diese Missionierungszielrichtung einwenden.
2. Die anderen, die vielleicht bereits christlich getauft sind, faktisch ihren **Glauben aber nicht (mehr) praktizieren**, vielleicht aus ihrer früheren christlichen **Kirche ausgetreten** sind, wollen wir ermuntern, ihn wieder zu leben – und zwar mit uns. Auch diesem Unterfangen dürften die meisten Alt-Katholiken noch zustimmen, vermute ich.
3. Darunter befinden sich auch solche, die sich – aus welchen Gründen auch immer – **frustriert von ihrer Kirche abwenden**, ihr die Glaubwürdigkeit absprechen, sie kritisieren – aber dort immer **noch (auch zahlendes) Mitglied sind**. Wenn man ihnen aufzeigt, welche Vorteile die alt-katholische Kirche hat, reagieren sie womöglich mit **Reaktanz**, d.h. sie verteidigen „ihre“ Kirche, die sie ansonsten doch selbst immer so kritisieren. Womöglich finden sie dank und in uns aber auch **wieder zum Praktizieren** des Christentums – ich wage sogar die Behauptung, dass die meisten unserer alt-katholischen Gläubigen, inklusive unserer Priester, einen solchen Hintergrund aus einer anderen christlichen Kirche haben. Das heißt sie haben sich bewusst abgewandt von ihrer früheren Konfession und sich dem Alt-Katholizismus zugewandt.
4. Zwangsläufig nehmen aber auch diejenigen unsere Missionsarbeit wahr, die in einer anderen Kirchengemeinschaft fest verhaftet sind – auch wenn wir gar nicht das Ziel haben, sie von dort „abzuwerben“. Dies sind quasi „**Streuverluste**“ **unserer Missionsarbeit**.

Doch vor genau den Reaktionen dieser letzten beiden Gruppen scheinen viele von uns Alt-Katholiken geradezu **Angst** zu haben: Werden sie böse oder verletzt oder abwehrend reagieren, wenn auch sie unsere Botschaft wahrnehmen (wenngleich diese Menschen doch gar nicht in unserem Visier sind)? Praktizieren wir dann nicht **Proselytismus**, also das (böartige) Abwerben von Gläubigen anderer Konfessionen?

Ich will **keinen überzeugt glaubenden** Römer, Lutheraner oder Moslem aus der vierten Gruppe „**abwerben**“ (das gelänge ohnehin nicht), aber ich will dem **Suchenden**, dem Fragenden, dem Orientierungslosen, dem Zweifler, dem der formell oder schon innerlich aus seiner Kirche ausgetreten ist, **zeigen, dass es uns gibt und was uns ausmacht**. Die alt-katholische Kirche meidet mit Blick auf die vierte (und zum Teil auch auf die dritte) o.g.

Gruppe diese öffentlichen (und meines Erachtens sehr öffentlichkeitswirksamen) Vergleiche „wie der Teufel das Weihwasser“. **Sorge um die gute Ökumene** oder um **Reaktanzeffekte** der „Sympathisanten“ (diejenigen, die uns eigentlich mögen, könnten sich durch eine solche Argumentation angegriffen fühlen und reagieren dann mit innerer Verteidigung statt mit Zustimmung) mag da eine Rolle spielen. So will man sich nicht in Abgrenzung zur römisch-katholischen Kirche positionieren; man darf seine Stärken nennen, aber diese dürfen nicht gleichzeitig eine Schwäche anderer Kirchen sein, denn damit könnten sich diese ja angegriffen fühlen. Oder man könnte als „Sektierer“ angesehen werden.

Ich halte diese Sorge bzw. Zurückhaltung jedoch für nicht zielführend und bin davon überzeugt, dass wir **Menschen auch über ihren Intellekt ansprechen** können, indem wir ihnen deutlich unsere Stärken aufzeigen, dies gerade auch im Vergleich zu anderen Religionsgemeinschaften. Pepsi und Coca sind sich sehr ähnlich, und doch gibt es **Unterschiede**, die man – bei dieser braunen Brause – z.B. über den Blindtest herausstellt. Ähnliches gilt für römisch-katholisch und alt-katholisch: Wir sind ähnlich, aber doch unterschiedlich, und diese kleinen, aber feinen Unterschiede darf man durchaus **transparent machen**. Wir sollten keinen „religiösen Blindtest“ anbieten, nicht nur das Glaubensgefühl ansprechen, sondern auch mit einer **Transparenz unseres Glaubens** missionieren. Dazu gehören **öffentliche Aussagen wie „wir lehren dies und wir lehren jenes nicht“**. Nach der Darstellung unserer zentralen Glaubenssätze gehören in unsere öffentliche Kommunikation meines Erachtens daher Aspekte wie:

- offen für Menschen in allen Lebenslagen (auch keine Diskriminierung von z.B. Homosexuellen),
- umfassende Ökumene inkl. Einladung von z.B. evang. Christen zur Eucharistie,
- volle Gleichberechtigung von Mann und Frau auch im Priesteramt,
- synodale (demokratieähnliche) Entscheidungsfindung,
- Genügsamkeit, „Bescheidenheit“ im Auftreten von Priester/inne/n und Bischof/Bischöfin, hinsichtlich der materiellen Ausstattung,
- wir unterstehen nicht der Leitungsgewalt eines Einzelnen wie z.B. des Papstes,
- Priester/innen dürfen heiraten; kein Pflichtzölibat,
- Einladung von Wiederverheirateten zur Eucharistie,
- eine die menschliche Realität respektierende Sexualmoral (z.B. kein grundsätzliches Verbot von Empfängnisverhütung),
- u.a.m.

Diese zentralen Argumente gehören meines Erachtens in jeden Flyer, auf jede Homepage, in jede Pressemeldung, in jedes Glaubensgespräch. **Wir dürfen deutlich sagen, wofür wir stehen** – und wir dürfen auch sagen, wofür wir *nicht* stehen (z.B. nicht unter der Leitungsgewalt des Papstes). Meinen wir etwa, „man könnte diese Erkenntnis den „normalen“

Christinnen und Christen nicht zumuten?“ fragt Bischof Ring in der Broschüre „An Gott glauben“. In vielen alt-katholischen (Werbe-/Informations-) Broschüren und auf den meisten unserer Homepages findet man derartige konkrete Aussagen zu unserem Glauben und seiner Umsetzung nicht bzw. zumindest nicht deutlich herausgestellt. Wir dürfen und sollten aber die Menschen fragen, ob sie diese oder jene Aussage, diesen oder jenen Glaubensgrundsatz tatsächlich glauben bzw. befürworten. Selbstverständlich betonen wir damit Akzente unserer Lehre und Struktur, implizit im Vergleich insbesondere zur römisch-katholischen. Eine solche „vergleichende Werbung“ für uns ist aber nicht verwerflich, ganz im Gegenteil wäre es verwerflich, die Menschen *nicht* auf die Unterschiede hinzuweisen. Wer im kommerziellen Marketing Absprachen dahingehend vornimmt, dass der faire Wettbewerb untereinander ausgeschaltet wird, der verstößt sogar gegen das Gesetz (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen). Dies aus gutem Grund, denn solche **Absprachen schaden den Menschen! Wer den Menschen nicht deutlich die Vorteile seines eigenen (spirituellen, kirchlichen) Angebots darlegt, weil er die faire Auseinandersetzung mit anderen scheut, der schadet dem Christentum!**

Widerspricht eine solche „vergleichende Werbung“, ein solcher Wettbewerb um die Seele des Menschen, nicht dem Geist der **Utrechter Erklärung**, nach der wir die gemeinsamen christlichen Glaubenswahrheiten betonen und „**Verletzungen der Wahrheit und der Liebe**“ vermeiden sollen? Ich denke: Nein. Mit diesem Leitsatz kann keine „Friede-Freude-Eierkuchen-Harmonie-Kultur“ mit allen anderen christlichen Religionen, kann kein „unten-Teppich-Kehren“ von konfliktären Glaubens- und Strukturauffassungen gemeint sein. **Das Aufzeigen objektiver Eigenschaften stellt keine Verletzung dieses Grundsatzes oder der Gefühle Menschen anderer christlicher Gemeinschaften dar!** „Ökumene verdeutlicht die Einheit im Glauben, die aber **nicht Einheitlichkeit** bedeutet, **sondern Vielfalt**, in der – dank wesentlicher Grundübereinstimmungen – verbleibenden Unterschieden keine trennende Kraft zukommt“ („differenzierter Konsens“; IRAD 6.1. (34)). **Verdeutlichen wir diese Vielfalt**, diese Unterschiede, nach außen, bei gleichzeitiger Betonung der Einheit im Glauben! Dabei bewahren wir selbstverständlich unsere **Toleranz**, die **Akzeptanz anderer** und auch unsere Offenheit – sagen aber deutlich, dass wir neben der Wahrnehmung vieler Gemeinsamkeiten mit anderen christlichen Religionen eben auch **einiges ganz bewusst anders sehen, denken und machen**.

„Aber was, wenn die anderen es ähnlich täten und sich mit Werbeflugblättern vor unsere Kirchen stellten?“ lautet eine andere Argumentation gegen zu offensive Eigenwerbung. Warum nicht, ich hätte kein Problem damit! Ich würde deren Argumente hören und, als überzeugter und gefestigter Alt-Katholik, diesen Flugzettel letztlich ohne eigenes Interesse entsorgen, da meine Entscheidung für den Alt-Katholizismus von ganzem Herzen und mit

ganzem Verstand kommt. So würden auch überzeugte Coca Cola-Trinker, eingefleischte Bayern-Fans, treue römische Katholiken oder Salafisten (also die o.g. 4. Zielgruppe) reagieren, wenn sie von ihrer Entscheidung überzeugt sind und treu zu ihrer Gemeinschaft, zu ihrem „Verein“ stehen. Haben sie jedoch **Zweifel** an ihrer Orientierung – und diese zu **schüren ist durchaus eine legitime Marketingmethode** der „Konkurrenten“ (siehe Pepsi-Blindtest) – dann werden sie durch Marketing „wachgerüttelt“ und aufmerksam für Alternativen.

Ist das nun schon ein verwerfliches „unter Druck setzen“, ein schlechtes „hard selling“ statt ein gutes „heart selling“? Ich meine: Nein! Wir drohen den Nicht-Alt-Katholiken nicht mit himmlischen Strafen, wir sagen nicht „Wechsle zu uns!“ oder „Wir sind besser!“ oder „Euer Glaube ist falsch!“ (denn das wären keine objektiven Maßstäbe, auch wenn wir selbst natürlich davon überzeugt sein mögen ...;-). Aber wir dürfen sagen „Dies und das zeichnet uns aus, und in den Fragen/Aussagen ... sind wir anders als ... - **welcher Kirche stehst du nun im Inneren deines Herzens näher? Was glaubst du?**“ oder „Vergleiche uns mit anderen Kirchen und überlege dann, wo du deine religiöse Heimat finden kannst!“ oder „Du kannst zu uns kommen – wir sind offen für dich und deine religiösen, spirituellen Sehnsüchte, gerade auch dann, wenn du in anderen Kirchen keine Heimat mehr findest!“.

Viele werden angesichts dieser Vorschläge ein Störgefühl haben. Es wird sogar den Vorwurf geben, dies widerspräche den alt-katholischen Grundsätzen. Wer dieses Störgefühl bei meiner Forderung nach mehr offensiver (nicht aggressiver!) Ansprache hat, der möge sich selbst aber die Frage beantworten: **Warum bin ich Alt-Katholik** und gehöre nicht einer anderen Konfession an? Der Kern einer überzeugten Antwort wird mit Sicherheit lauten, weil der Alt-Katholizismus das ist, was ich möchte und für richtig, für „gut“ und für „besser“ als bei anderen Konfessionen halte. Wäre dem nicht so, so wäre meine Konfessionszugehörigkeit ja völlig beliebig und nicht bewusst gewählt. Wenn ich überzeugter Alt-Katholik bin, dann darf ich diese meine Überzeugung auch kundtun und argumentativ begründen.

Ich bin der festen Überzeugung, dass unserer alt-katholischen Kirche ein größeres quantitatives Potential innewohnt, als nach 140 Jahren ihres Bestehens **nur ca. 16.000 Gläubige** in Deutschland zu begeistern. Bei uns in Wilhelmshaven gibt es ca. 80.000 Einwohner, aber nur einige Dutzend kommen bestenfalls jeden Sonntag zu uns zum Gottesdienst und vielleicht 300 oder 400 in die römisch-katholische Kirchengemeinde. Da darf man seine **kommunikative Ansprache auf die zehntausenden Wilhelmshavener** der Zielgruppen eins und zwei richten, sich ihnen bekannt machen, sie ansprechen und sie **einladen** („Kommt und seht ...!“), ohne Sorge darum haben zu müssen, dass die wenigen aktiven Brüder und Schwestern anderer christlicher Glaubensgemeinschaften fälschlicherweise sich angesprochen und „verletzt“ oder „bedrängt“ fühlen könnten.



**Wenn es unsere Kirche über viele Jahrzehnte nicht schafft, mehr Menschen zu gewinnen, dann ist entweder ihre Botschaft schlecht oder die Art der Vermittlung derselben.** Die Ursache für unsere im Vergleich zu den großen christlichen Kirchen unbedeutende Quantität sehe ich keinesfalls in der Botschaft, sondern in einer **zu zurückhaltenden Marketingkommunikation** nach außen. Wir haben Glaubensgrundsätze und Kirchenstrukturen, die im Hinblick auf die Vermittlung des Göttlichen sowie auf die Wünsche, das Wohl und die Bedürfnisse der Menschen diese weit besser ansprechen können als die Lehren und Strukturen anderer Kirchen und Glaubensgemeinschaften. **Weil wir das glauben, sind wir alt-katholisch; weil wir das glauben und dem einleitend zitierten Aufruf Jesu folgen wollen, missionieren wir.** Und das sollten wir durchaus mit weniger Bescheidenheit und nach meinem Dafürhalten gerne offensiver, unter Ansprache auch des Intellekts der Menschen, tun.

„Darum **gehet hin und lehret alle Völker** und taufet sie im Namen des Vaters und des Sohnes und des heiligen Geistes, und **lehret sie** halten alles, was ich euch befohlen habe. Und siehe, **ich bin bei euch** alle Tage bis an der Welt Ende.“ (Matthäus, Kapitel 28)

Prof. Dr. Torsten Kirstges  
Wilhelmshaven  
31.5.2015