

# Atheistischer Pfarrer oder kirchliches Marketing?

Autor(en): **Lindenmeyer, Hannes**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus**

Band (Jahr): **107 (2013)**

Heft 5

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-390433>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

---

Über die Jahrtausende nehmen Glaubensvorstellungen immer wieder andere Formen an; nach 1989 erlebten wir eine geradezu sektiererische Marktgläubigkeit, deren Glaubensgebäude gerade dabei sind, in sich zusammenzukrachen.

Nun scheint diese jüngste «Glaubensrichtung» aber offensichtlich auch einen Teil der Kirchen erreicht zu haben. Pfarrer Klaas Hendrikse träumt in seinem Buch «Glauben an einen Gott, den es nicht gibt» von einer Kirche der Zukunft, die bereit ist, «einen breiten religiösen Markt zu bedienen, wo die religiösen Shopper ihre Einkäufe machen können, wo alle ihre eigenen Fragen auf der Me-

Hannes Lindenmeyer

## Atheistischer Pfarrer oder kirchliches Marketing?

Klaas Hendrikse im Offenen St. Jakob



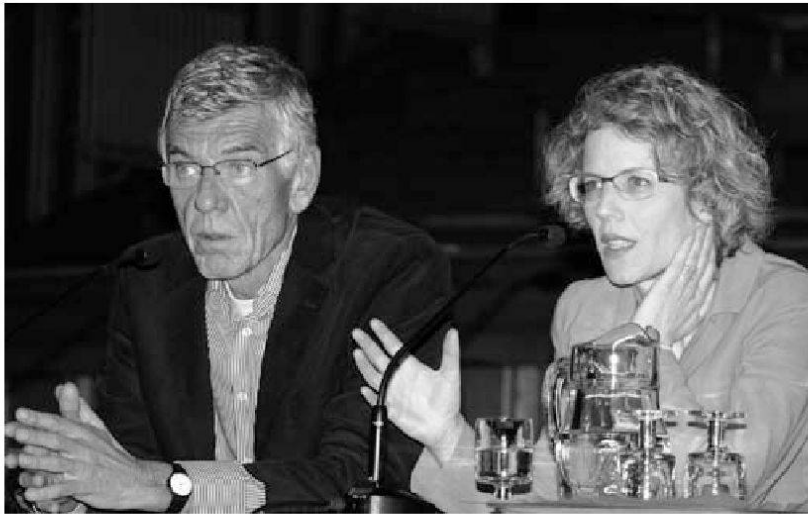
*Eine Woche nach Karfreitag stellte sich der holländische Pfarrer Klaas Hendrikse mit dem für seinen Berufsstand aufsehenerregenden Label «Atheist» dem Gespräch mit TheologInnen, KirchgängerInnen und anderen Gläubigen. Gläubig sind wir ja alle, wir können nicht anders, wie uns die Hirnforschung nachweist. Glaubensfragen beschäftigen die Menschheit seit je. So füllte sich denn auch der Offene St. Jakob beim Besuch des «Pfarrers, der nicht an Gott glaubt», wie kaum je bei einer Sonntagspredigt.*

nukarte finden.» Dieses neue frohe Kirchenleben sieht Hendrikse kommen, wenn es die Kirchen wagen, mit den in den letzten Jahrhunderten angewachsenen Gottesbildern aufzuräumen. In erster Linie denkt er dabei an die mit der heute erfahrenen Wirklichkeit nicht mehr in Übereinstimmung zu bringenden Allmacht Gottes. «Gott gibt es nicht wie irgend eine Person oder Ware, Gott ereignet sich in Beziehungen zwischen Menschen, in Erfahrungen und im Leben.» Auch mit der Vorstellung eines Lebens nach dem Tode räumt Hendrikse auf; Gott kann sich seiner Meinung nach nur ereignen, «wo sich Menschen auf den Weg machen». Darum geht Hendrikse in seinen Predigten nie von Gott aus, sondern immer vom Leben; in der Seelsorge geht es ihm darum, «Leiden zu sehen und ernst zu nehmen».



## Das eigene Glaubenspaket

Dem Fraumünsterpfarrer Niklaus Peter gefällt an Hendrikses Provokation, dass sie dazu beiträgt, «Glaubensschutt» abzutragen, wie er in der Zeitschrift «reformiert» darlegt: Schutt aus kindlichen, den Kirchen oft nachgesagten und in fundamentalistischen Kreisen nach wie vor gepflegten Gottesbildern. Sich von Gott kein Bild zu machen, ist eine jü-



*Klaas Hendrikse mit Pfarrerin Verena Mühlethaler als Gastgeberin im Offenen St. Jakob.*

*Hannes Lindenmayer ist Organisationsberater im Bildungs- und Sozialbereich und wirkt als Präsident beim interkulturellen Theater Maxim mit. Er ist 30 Jahre nach seinem Kirchenaustritt anlässlich der Solidaritätsaktion des Offenen St. Jakob für die Sans-Papiers wieder in die Kirche eingetreten. Er setzt sich nun als Kirchenpfleger in Ausser-sicht dafür ein, dass die Kirchgemeinde ihr «prophetisches Wächteramt» ernst nimmt. lindenmeyer@kek.ch*

disch-christliche Kernbotschaft. Auch die Idee des allmächtigen Gottes ist nicht biblisch; und die Vorstellung eines ewigen Lebens nach dem Tode ist in der Bibel zumindest umstritten und erst im Laufe der Jahrhunderte durch Theologie und Kirchenpraxis zu einer «Gewissheit» erhoben worden.

Hendrikse will mit dem Aufräumen unglaubwürdiger Gottesvorstellungen den Weg in die Kirchen für die modernen Menschen neu möglich und anregend machen. Tatsächlich können Liturgie und langatmige theologische Erläuterungen unverständlicher Bibeltexte den seltenen Gottesdienstbesucher endgültig vertreiben, wenn er nicht gerade auf der Suche nach Kontemplation oder spiritueller Erbauung ist.

Neue Wege in die Kirchen sind gut – aber um welchen Preis? Hendrikses Traumkirche ist – wie er in seinem Buch schreibt – ein «Cafe Restaurant», in dem es anders als in heutigen Kirchen zugeht: «Die Akzente sind verschoben vom

christlichen Glauben auf Religion und Spiritualität, von der Gemeinschaft auf das Individuum, von Verkündigung auf Besinnung, von Wahrheit auf Sinnfragen. Gott-à-la-carte wird hier nicht im pejorativen Sinn gebraucht: Man wird ermutigt, sich ein eigenes Glaubenspaket zusammenzustellen. Jesus erhält den Platz, der ihm gebührt zwischen seinesgleichen wie Buddha, Sokrates, Konfuzius, Ghandi, Albert Schweizer: Ein vorbildlicher Mensch, Superhumanist, Weisheitslehrer oder Inspirator im Kampf gegen Unterdrückung – oder was immer man will.» – Hauptsache, man will irgend etwas von dieser Kirche.

## Kundenorientierung oder Gerechtigkeit?

Wie die meisten Marketing-Manager (der er vor seiner theologischen Karriere war) denkt Hendrikse werbetech-nisch und macht sich die Sache inhaltlich zu leicht. Er fragt sich – ganz kundenorientiert: Was lässt sich gut verkaufen? Für seine Hoffnung auf volle Kirchen zahlt er einen hohen Preis: Beliebbarkeit. Er wirft – in Marketingsprache gesprochen – das wichtigste «Produkt» der Kirche über Bord: ihre Botschaft. Hendrikse ist nicht der erste, der mit «Glaubensschutt» aufräumen will, vor ihm haben das schon viele fundiert und engagiert gemacht. Zum Beispiel die Reformatoren: Luthers Kritik an den «guten Werken» im Sinne des Abverdienen fürs ewige Leben lehnt die Vorstellung ab, Christ sein bedeute die blinde Annahme gewisser Meinungen über Gott, die Autorität der Bibel oder das ewige Leben. «Allein aus Glauben» ist eine Formulierung progressiver Praxis, wie Dorothee Sölle schon 1983 den lutherschen Grundsatz interpretierte.

Die reformierte Kirche hat eine Botschaft – und deren Akzente liegen genau umgekehrt zu Hendrikses Marketing: nicht im spirituellen Individualismus, abgepackt in «Glaubenspaketen». Wenn der «Gott», der in der jüdisch-christ-

lichen Tradition der Botschaft der Kirchen zugrunde liegt, sich zwischen und mit den Menschen ereignet, wie das Hendrikse als Basis seines «gläubigen Atheismus» sieht, so bedeutet dies eben gerade nicht Beliebbarkeit, sondern die «dringlichste Aufforderung, Wirklichkeit wahrzunehmen» (Dorothee Sölle) und entsprechend dieser Wahrnehmung zu handeln. «Gott ist da, wo seine Gerechtigkeit ist, wo seine Sache vertreten wird, nicht da, wo man ihm Tempel baut und Gottesdienste feiert. Gott kann sehr wohl bei den Sozialisten sein, die ihn leugnen, und bei den Christen, die ihn bekennen, nicht sein», positioniert auch schon Leonhard Ragaz 1919 die christliche Botschaft und befreit sie so vom damals gängigen Schutt eines antibolschewistischen Gottesbildes. Und der junge Karl Barth erklärt im gleichen Jahr den Arbeitern in Safenwil: «Gott bezeichnet doch einfach die selbstverständlichen Tatsachen in jeder Gesellschaft wie Gerechtigkeit, Friede ohne Krieg, Liebe ohne Hass. Sein Reich ist kein fernes Jenseits, sondern die Wiederherstellung des ursprünglichen unmittelbaren Lebens.» Und: Der so verstandene Wille Gottes bringt die «ärgsten Sünden von Kapitalismus, Nationalismus, Militarismus und Christentum an den Tag» – und drängt deshalb «aus der Innerlichkeit auf gesellschaftliche Gestaltung» (Barth).

### **Keine Menükarte an Karfreitag**

Pfarrer Hendrikse kokettiert mit seinem «gläubigen Atheismus» auf einem theologischen und politischen Gedankengut, dessen AutorInnen und VordenkerInnen er nicht erwähnt. Man könnte dahinter persönlichen Geltungstrieb vermuten; näherliegender scheint mir, dass Hendrikse sein verblüffendes Marketing nicht mit den Konsequenzen belasten will, wenn sich «Gott zwischen und mit den Menschen ereignet». Auf seiner kirchlicher Menükarte kommt «der Kampf gegen Unterdrückung» als Wahl-

menu neben Weisheit, Humanismus und Kontemplation vor: Hier werden die Progressiven angelockt, ohne dass dort die Kontemplativen, die Esoteriker, die Wohlfühl- und Sinnsuchenden vor den Kopf gestossen werden. Hauptsache: Die Kirche ist wieder voll.

Gott als der, der sich zwischen und mit den Menschen ereignet, bedeutet für Dorothee Sölle, dass «eine Karfreitagsliturgie (im Jahre 1967) ohne das Wort Vietnam unchristlich ist». Im Offenen St. Jakob erklärte Verena Mühlethaler eine Woche vor dem Besuch Hendrikses den Karfreitag als den Tag, «der uns schonungslos zeigt, was Menschen Menschen antun können – und dass Menschen fähig sind, trotz schwerem Unrecht sich für Versöhnung und Frieden einzusetzen». Beide Erkenntnisse verpflichten – nichts da von Menükarte. ●



**Klaas Hendrikse, *Glauben an einen Gott, den es nicht gibt. Manifest eines atheistischen Pfarrers.* TVZ Zürich 2013.**