

Segen - Identität

Prof. Günter Esser, 9.7.2008
Predigttext: Num 6, 22-24

1. Vor einigen Jahren wollte die Werbeabteilung des Coca-Cola Konzerns einmal überprüfen, wie bekannt ihre Marke eigentlich ist. Jungen Erwachsenen wurden eine Reihe Filmspots gezeigt, in die für nur Bruchteile von Sekunden das Coca-Cola Logo eingeblendet wurde: Der charakteristische weiße Namenszug auf rotem Grund. Obwohl diese Einblendungen nur wie Blitze waren, erkannten 95 % der Befragten das Logo von Coca Cola wieder. Ein großer Erfolg für die Werbestrategen!

Und fast jeder weiß auch, was sich hinter dem großen gelben "M" verbirgt oder dem "silbernen Sterns" auf den Straßen dieser Welt...

Ein Schriftzug, ein Symbol steht für eine ganze bestimmte Marke. Und es ist die Strategie cleverer Werbeagenturen, einem solchen Symbol den größtmöglichen Bekanntheitsgrad zu geben. Das garantiert Umsätze und Gewinne.

2. Nicht lange ist es her, da bemühte sich die Synodalvertretung ebenfalls sehr, unserer alt-katholischen Kirche nach außen hin ein einheitliches Erscheinungsbild zu geben. Das Dreieck mit dem Kreuz und die Farbe "blau" stehen seither für das Katholische Bistum der Alt-Katholiken in Deutschland. Es gibt dieses Dreieck als Anstecknadel, auf großen Fahnen, als Anhänger für Halskettchen und als Lätzchen für alt-katholische Babys. Corporate Identity nennt man das. Wer dieses blaue Dreieck sieht, soll an Alt-Katholiken denken. Das ist übrigens keine neue Idee pfiffiger Werbemanager, die der Kirche ein neues Image verpassen wollen. Zur Zeit der Christenverfolgungen in der frühen Kirche gab es ebenfalls ein solches Zeichen von Corporate Identity: den Fisch. Wo Christen dieses Symbol sahen, wussten sie: hier haben wir es mit Glaubensgeschwistern zu tun.

Fisch heißt im Griechischen *ichthys*. Und die einzelnen Buchstaben von *ichthys* stehen für die Worte: "Jesus Christus Sohn Gottes Retter". Der Fisch war also für die Eingeweihten ein Erkennungszeichen: Hier ist ein Bruder, eine Schwester. Sie gehören zu Christus " wie ich. Ihnen kann ich vertrauen.

3. Zur Vorbereitung auf diesen Gottesdienst habe ich einmal in einer großen Bibelkonkordanz unseres Seminars die Stellen gezählt, die dort zum Stichwort "Segen" und "segnen" angeführt sind. und dabei eine für mich erstaunliche Entdeckung gemacht: Ich habe 157 Verweisstellen im AT und lediglich 19 im NT gefunden. Das liegt sicher nicht nur daran, dass die hebr. Bibel einen größeren Umfang hat als die Schriften des NT. Was mag der Grund für diesen alttestamentlichen "Segenüberhang" sein?

Ein Grund ist wohl, dass die Gläubigen der frühen Kirche den Segen nicht neu erfinden mussten, sondern sie wussten: Es ist derselbe Gott, der sich damals an Israel wirkmächtig gezeigt hat, den wir jetzt um seinen Segen bitten dürfen; es ist derselbe Gott, auf den die Frommen der hebräischen Bibel hofften, auch in dunklen, bitteren Zeiten. Ihre tiefste Überzeugung war es, dass es, der Gott Abrahams, Isaaks und Jakobs, der Gott des Mose und der Propheten ist, der nun mit ihnen, den Christen, diese Heils- und Segensgeschichte weiter schreiben will, über Israel hinaus, jetzt für die Völker der Welt. Dieser und kein anderer Gott hat Jesus als seinen Christus gesegnet. Und diesen Segen Jesu gilt es weiter zu tragen in die Zeit der Kirche hinein, in unsere Zeit hinein. Wir brauchen das "Segensrad" nicht neu zu erfinden.

Und so dürfen wir auch die uralten Segenstexte als unsere Segenstexte lesen: den Aaronitischen Segen aus dem Buch Numeri zum Beispiel, das Benediktus des Zacharias, das ja ein einziger Lobpreis ist auf Gottes Heilszuwendung, auf Gottes Segen für Israel und durch Israel für uns alle.

4. Vielleicht ist Ihnen beim Aaronitischen Segen etwas aufgefallen. Nach den drei Segensversen schließt dieser Abschnitt mit folgender göttlichen Anweisung: "So sollen sie meinen Namen auf die Israeliten legen, und ich werde sie segnen."

Das klingt, als ob die Menschen, für die Aaron und seine Söhne den Segen erleben, von Gott "in Besitz" genommen, von ihm mit einem besonderen Merkmal, gewissermaßen einem Siegel versehen werden. Weil Gottes Name auf ihnen liegt, weil sie zu Gott gehören, weil er sie herausgehoben hat aus einer namenlosen Masse, können sie Segen empfangen, unter Gottes Schutz stehen.

Die Gesegneten gehören zu Gott. Sie haben eine neue Corporate Identity. Sie tragen ein Siegel, ein unauslöschbares Kennzeichen. Sie tragen das göttliche Logo tief eingebrannt in ihrer Seele und in ihrem Herzen.

Für die Christinnen und Christen in den Verfolgungszeiten war es der Fisch, der ihnen bedeutete: Hier begegnen wir Glaubensgeschwister mit der gleichen Identität, mit dem gleichen Segenssiegel. Wir können darauf vertrauen, dass sie uns in Not und Bedrängnis helfen, weil dieser Gott, der auch unser Gott ist, sie mit seinem Geist gesegnet und beschenkt hat. Der Fisch steht für den gleichen Glauben, für die gleiche Hoffnung, dass Gott treu ist. Denn er hat Jesus von Nazaret, der wie kein anderer gesegnet war, nicht im Tod gelassen, sondern auferweckt, damit Gottes Botschaft weitergesagt werden kann, damit Gottes Leben weitergegeben werden kann. Von denen, die Gesegnete sind.

Aus dem Fisch wurde das Kreuz. Dieses Zeichen der Ohnmacht und der Erniedrigung des Menschensohnes sollte zum Zeichen des Heils werden. Wer unter dem Siegel des Kreuzes steht, ist ein Gesegneter, weil der Gekreuzigte der Gesegnete des Vaters ist und wir als Schwestern und Brüder Jesu hinein genommen sind in seinen Tod und seine Auferstehung.

Aber dieses Logo der Erlösung ist wohl zu sehr verblasst im Laufe von 2000 Jahren Kirchengeschichte. Oder sollte ich sagen: zu stark beschädigt und beschmutzt worden? Aus dem Zeichen des Segens wurde viel zu oft ein Zeichen des Fluches. Aus Kreuzen wurden Hakenkreuze, und das Gebet über Kriegsflugzeuge, die Atombomben als Fracht trugen, machten aus dem Segen eine Perversion.

Und heute ist das Kreuz zum säkularen Schmuckstück geworden, möglichst groß, grell und schillernd muss es sein; es ist fester Bestandteil von Karnevalskostümen und Erkennungszeichen von Metal und Punk Fans. Man mag diese Entwicklung bedauern oder beklagen, aber wir kommen nicht darum herum, sie zur Kenntnis zu nehmen. Durch die Inflation von Kreuzen ist aber der religiöse Sinn dieses Zeichens weitgehend verloren gegangen.

Brauchen wir deshalb ein neues Logo? Jede Konfession oder religiösen Gruppe ein eigenes Erkenntniszeichen? Und damit man die Handvoll Alt-Katholiken auch unterscheiden kann von anderen, das blaue Dreieck mit dem Kreuz? Also so etwas wie Coca Cola auf alt-katholisch? Vielleicht!

Aber noch wichtiger als diese äußere Corporate Identity scheint mir mit Blick auf uns als Kirche die innere Identity zu sein, die damit verbunden sein soll. Dieses alt-katholische Logo soll uns ja nicht nur froh machen, wenn wir auf Gleis 2 des Kölner Hauptbahnhofs jemanden mit "unserem" Erkennungszeichen entdecken und wir ihn ansprechen können.

Heute, denke ich, hat ein solches Zeichen immer auch einen missionarischen Aspekt. Nicht aufdringlich, nicht bedrängend aber selbstverständlich müssen Menschen etwas mit einem solchen Logo verbinden können, etwas, was ihnen in ihrem Alltag, in ihren Sorgen, in ihrem Leid, in ihrer Sinnsuche, in ihren Lebensbrüchen, in ihrer Schuld sagt: Zu Menschen, die ein solches Erkennungszeichen tragen, kann ich gehen. Sie weisen mich nicht ab. Sie haben nicht auf alle Fragen Antworten und nicht für alle Probleme Lösungen, aber bei ihnen spürt man, dass sie irgendwo auf festem Grund stehen und aus einer Kraft schöpfen, die meine eigene kleine Kraft übersteigt. Ein solches kirchliches Logo muss die Botschaft aussenden, dass es denen, die es tragen, um das Leben geht, das Gott für alle Menschen will. So und nicht anders können sie für andere zum Segen werden, weil sie selbst Gesegnete sind und dieser Segen durch sie sichtbar, fühlbar, greifbar wird. Nicht in großen Aktionen muss das geschehen. Der Segen Gottes eignet sich nicht für Showeffekte. Aber er muss "getan" werden. Wie heißt es im Kirchenlied: "Keiner kann allein, Segen sich bewahren. Weil du reichlich gibst, müssen wir nicht sparen. Segen kann gedeihn, wo wir alles teilen, schlimmen Schaden heilen, lieben und verzeihn." Ein kirchliches Logo muss also leben, weil es nur Hinweis ist auf die frohe und die Menschen befreiende Botschaft Gottes. Tut es das nicht, wird es nicht mit Leben, mit Segen gefüllt, dann unterscheidet sich unsere ganze Corporate Identity nicht sonderlich von der eines Kaninchenzüchtersvereins. Gesegnete müssen Segen weitergeben, das ist ihre Berufung, das ist ihr Auftrag, der einzige, der wirklich zählt. Sie haben dem Leben zu dienen, wo immer Gott sie braucht und hinstellt.

Amen.