

It's Showtime!

... auch in deiner Gemeinde?

John Fullerton MacArthur

© CLV, online seit: 26.11.2001, aktualisiert: 22.08.2021

© SoundWords 2000–2021. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Artikel sind lediglich für den privaten Gebrauch gedacht. Sie können auch ohne Nachfrage privat verteilt werden. Kommerzielle Vervielfältigungen jeder Art sind untersagt. Veröffentlichungen auf anderen Internetseiten sind nur nach Rücksprache möglich.

Tatsache ist, dass viele gern Kirche und Theater, Spielkarten und Gebet, Tanz und Sakrament verbinden möchten. Wenn wir zu schwach sind, uns diesem Sturzbach entgegenzustellen, können wir doch wenigstens vor ihm warnen und bitten, sich davor in Acht zu nehmen. Wenn der alte Glaube dahin und die Begeisterung für das Evangelium erloschen ist, so nimmt es nicht wunder, dass die Leute sich etwas anderes suchen, an dem sie Gefallen haben. Es fehlt an Brot, darum essen sie Asche; sie verwerfen die Wege des Herrn, darum rennen sie ungestüm auf den Pfad des Irrtums. (Charles Haddon Spurgeon)

[...] Als Charles Spurgeon vor denen warnte, die „gerne Kirche und Theater, Spielkarten und Gebet, Tanz und Sakrament miteinander vereinen wollten“, wurde er als Schwarzseher belächelt. Aber Spurgeons Prophezeiung hat sich vor unseren Augen erfüllt. Moderne Kirchen werden wie Theater konzipiert („Spielhäuser“ nannte sie Spurgeon). Statt der Kanzel steht die Bühne im Mittelpunkt. Gemeinden heuern hauptberufliche Medienspezialisten, Programmgestalter, Bühnendirektoren, Dramaturgen, Fachleute für Spezialeffekte und Choreographen an.

Dieses alles ist das natürliche Ergebnis einer marktorientierten Gemeindefilosofie. Wenn es in der Kirche nur darauf ankäme, ein Produkt zu erzeugen, dann sollten die kirchlichen Leiter doch lieber gleich die Moden der Madison Avenue studieren. Immerhin stehen sie im Wettstreit mit einer Welt voll von säkularen Vergnügungen und Heerscharen von weltlichen Gütern und Angeboten. Darum sagen die Marketingexperten, wir werden niemals die Leute gewinnen, wenn wir nicht effektive Alternativformen der Unterhaltung entwickeln, um die Aufmerksamkeit der Menschen und deren Bindungen von den weltlichen Angeboten auf uns zu ziehen. Dieses Ziel bestimmt also das Wesen des kirchlichen Handelns.

Was ist nun falsch an der Sache? Zunächst einmal ist es nicht der Auftrag der Kirche, ihren Dienst als Konkurrenzunternehmen zu weltlichen Unterhaltungen anzubieten (1Thes 2,2-6). Dadurch würde die wahre Mission der Kirche nur verdorben und verramscht werden. Wir sind keine Büttenredner, Altwarenhändler und Marktschreier. Wir sind Gesandte Jesu Christi (2Kor 5,20). Wir kennen den Schrecken des Herrn (2Kor 5,11), werden von Seiner Liebe gedrängt (2Kor 5,17); wir bitten die Sünder, sich mit Gott versöhnen zu lassen (2Kor 5,20).

Darüber hinaus: Anstatt die Welt mit der Wahrheit Christi zu konfrontieren, verschreiben sich die Megakirchen begeistert den übelsten Trends der weltlichen Kultur. Die Gier der Menschen nach Unterhaltung zu befriedigen, verschlimmert nur die durch Ichsucht, Gleichgültigkeit und Materialismus heraufbeschworenen Probleme. Schlicht gesagt, lässt sich keine Dienstphilosophie denken, die mit den Vorgaben unseres Herrn noch unvereinbarer wäre.

Die Verkündigung und die Auslegung des Wortes zur Auferbauung und Heiligung der Gläubigen sollte das Herzstück jeglichen kirchlichen Dienstes sein. Wenn die Welt auf die Kirche blickt und dann ein Unterhaltungsunternehmen wahrnimmt, senden wir das falsche Signal. Und wenn Christen die Kirche als Vergnügungspark ansehen, stirbt die Kirche. Neulich klagte eine liebe Frau, die in eine Kirche mit all dem heute modernen Firlefanz geraten

war: „Wann wird die Kirche mit dem Versuch aufhören, die Böcke zu amüsieren und wieder beginnen, die Schafe zu weiden?“

Nichts in der Schrift weist darauf hin, dass die Kirche dadurch Menschen zu Christus führen könnte, dass sie das Christentum als attraktives Auswahlprogramm darstellt. Nichts im Evangelium ist alternativ: „Es ist in keinem anderen Heil ..., kein anderer Name ist unter dem Himmel den Menschen gegeben, in welchem sie errettet werden müssen“ (Apg 4,12).

Auch ist das Evangelium nicht im Sinne modernen Marketings attraktiv. Wie wir schon gesehen haben, ist die Botschaft des Evangeliums oftmals „ein Stein des Anstoßes und ein Fels des Ärgernisses“ (Röm 9,33; 1Pet 2,8). Es erscheint dem menschlichen Stolz als störend, ärgerlich, unangenehm, feindlich, anklagend und anstößig. So etwas lässt sich schlecht „vermarkten“. Wer dieses Ärgernis dadurch beseitigen will, dass er es unterhaltsam machen möchte, verdirbt und verdunkelt die wesentlichen Aspekte seiner Botschaft. Die Kirche muss zur Kenntnis nehmen, dass ihre Mission zu keiner Zeit auf öffentliches Interesse stieß; wir sind berufen, selbst heilig zu leben und Gottes schlichte Wahrheit liebend, aber kompromisslos einer ungläubigen Welt mitzuteilen.

Uns erreichte folgende Lesermeinung:

Meine Gedanken zu diesem Thema ... Da auch in meiner Gemeinde das Theater Einzug hält, fühle ich mich auch hier angesprochen. Ich denke, wenn wir Theater wollen, sollten wir ins Theater gehen. Wollen wir uns versammeln vor Gottes Thron, um auf IHN zu hören und zu lernen, so gehen wir in das Haus des Herrn. Meine Meinung: kein Theater, keine Anspiele im Gottesdienst. Ausnahme: bei Evangelisationen oder evangelistischen Veranstaltungen ein kurzes, prägnantes Anspiel.

Aus dem Buch *Wenn Salz kraftlos wird*, Bielefeld (CLV) 1997, S. 69, 73–74