

Kirche konvertiert zum Markt und zum Geld

Jürgen Moltmann zum 75. Geburtstag

1 Religion als Ware

Das Geheimnis, das die Welt zusammenhält, ist das Geld. Alle Güter des Lebens, ja den Menschen und das Leben selbst, verwandelt das Geld in Waren, die gekauft und verkauft werden können. Dadurch werden Güter vergleichbar, die eigentlich nicht vergleichbar sind. Güter und Waren werden durch Geld äquivalent, das heißt gleich-gültig. Das Geld schafft selbst nichts Neues, sondern wandelt Menschen, Güter und Werte nur um in Waren, mit dem Ziel sich selbst zu vermehren. Dabei wird der Gebrauchswert der Waren durch ihren Tauschwert ersetzt. Auch Religionen, die von ihrem Selbstverständnis her ihre Vermarktung als Ware ausschließen, geraten in diesen Sog schleichender Ökonomisierung.

Systematisch-theologisch, biblisch und kirchengeschichtlich wird das Verhältnis zwischen Theologie und Ökonomie, Gott und Geld seit einigen Jahren aufgearbeitet.¹ Der alltägliche Umgang der Kirche mit Geld, die Transformation der Religion in eine Ware aber gehören nicht zu den erforschten und analysierten Gegenständen der Theologie, wenn man von den »Finanzen der Kirche« absieht.²

1 Vgl. dazu *Falk Wagner*, Geld oder Gott. Zur Geldbestimmtheit der kulturellen und religiösen Lebenswelt, Stuttgart 1984; *Rolf Heinrich*, Gott in Geld – Geld in Gott, in: *Eckart Gottwald* (Hg.), Kontrapunkte. Motive zur religionspädagogischen Improvisation, Duisburg 1998, 3–17; *Aurel von Jüchen*, Jesus zwischen arm und reich. Mammonworte und Mammongeschichten im Neuen Testament, Stuttgart 1985; *Walter Haller*, Die heilsame Alternative. Jesuanische Ethik in Wirtschaft und Politik, Wuppertal 1989; *Frank Crüsemann* und *Willy Schottroff* (Hg.), Schuld und Schulden. Biblische Traditionen in gegenwärtigen Konflikten, München 1992; *Reinhard M. Hübner*, Die alte Kirche und das Geld. Kirchlicher Auftrag und materielle Basis, in: *Friedrich Fahr* (Hg.), Kirchensteuer. Notwendigkeit und Problematik, Regensburg 1966, 9–35; *Reinhart Staats*, Deposita pietatis. Die alte Kirche und ihr Geld, ZThK 76 (1979) 1–29; *Friedrich-Wilhelm Marquardt*, Gott oder Mammon. Theologie und Ökonomie bei Luther, in: *Einwürfe 1*, München 1983, 176–216; *Hartmut Zinser*, Der Markt der Religionen, München, 1997; *Manfred Josuttis*, Der Weg in das Leben. Eine Einführung in den Gottesdienst, München 1991, 315–319; »Geld und Gabe«.

2 Vgl. *Wolfgang Lienemann* (Hg.), Die Finanzen der Kirche. Studien zu Struktur, Geschichte und Legitimation kirchlicher Ökonomie, München 1989; *Horst Knickel* (Hg.), Die Kirche und das liebe Geld, Nidderau 1997.

1.1 Kirche als Supermarkt: Von Tango bis Rechtfertigung

»Tango tanzen – Schwimmen für Senioren – Körperpflege im Alter – Gregorianisch Singen – Rund um die Kartoffel – Von Mozart bis zu den Flippers – Sinnvoll fasten und entschlacken – Farben – ihre Bedeutung und Einfluß auf unser Lebensgefühl – Juden und Christen im Dialog – Die Rechtfertigungslehre – Betrüger an der Haustür – wie kann ich mich schützen? – Mandala – der Weg zur Mitte – Die Transsibirische Eisenbahn – Können Bienenprodukte unsere Gesundheit stabilisieren? – Das liebe Geld. Vom Sparbuch zur Aktie – Alphabetisierungskurs für türkische Frauen – Töpfern – Breakdance für Jugendliche – Kirchenasyl – Gentechnologie – Stirbt die Demokratie durch Globalisierung und multinationale Konzerne? – Ehrenamt – Amt und Ehre? – Mobbing – eine Zeiterscheinung ...«

Unübersichtlich, bunt und vielfältig stellt sich das Programmangebot der evangelischen Gemeinden eines Kirchenkreises dar (Gelsenkirchen, 2. Halbjahr 2000). Alles ist möglich, alles ist austauschbar und kombinierbar, fast alles wird angeboten: »Mein Leben ruht auf nichts mehr, gestern Gläserücken und heute gregorianische Musik«, sagt ein junger Mann aus der Gemeinde.

Es ist ein Phänomen des Marktes, das grundsätzlich alles angeboten werden kann, ohne nach dem Verbindenden in der unübersichtlichen Vielfalt, nach einem christlichen Profil und Kriterium, nach einer geheimen oder erlebbaren Mitte zu fragen. *Der Markt reduziert Inhalte auf Formen.* Die unterschiedlichsten Inhalte werden gleich-gültig, beliebig und austauschbar. Jede verbindliche und zu eindeutige Festlegung muss vermieden werden. Kirchen befinden sich in einem harten Konkurrenzkampf um das Interesse der Menschen, deren Erwartungen sich immer mehr angleichen. Der Einzelne muss aussuchen und sich entscheiden, welches Angebot er wahrnehmen will. Sein Selbstbewusstsein als Kunde und seine Wahlmöglichkeiten sind gestiegen. Zur Formalisierung der Inhalte durch den Markt und das Geld tritt die *Privatisierung der Religion als Ware*. Der Einzelne kauft Angebote und Dienstleistungen durch Kirchensteuern oder besondere Teilnehmergebühren. Er selbst will entscheiden, wann und wie das Angebot gestaltet wird, sodass es seinen Erwartungen und Bedürfnissen entspricht, denn »schließlich zahle ich dafür mit meiner Kirchensteuer«. So gibt es katholische Christen und Konfessionslose, die ihre Angehörigen lieber evangelisch beerdigen lassen, weil eine evangelische Trauerfeier ihnen besser gefällt. Dafür sind sie bereit, auch extra zu bezahlen. So lassen evangelische Christen sich von ihrem Pfarrer / ihrer Pfarrerin lieber in einer romantischen Schlosskapelle trauen, weil ihre Heimatkirche ihren Bedürfnissen nach einem feierlichem Ambiente nicht entspricht. Ein möglicher Endpunkt dieser Entwicklung ist in Japan zu beobachten, wo man im Shinto geboren wird, christlich heiratet und buddhistisch begraben wird.³

Religion gehört für viele Menschen zu den konsumierbaren Gegenständen und Ereignissen, deren Angebote je nach wechselnder Lebenslage,

3 Vgl. Ian Reader, *Religion in contemporary Japan*, London 1991, 51.

Interesse, Bedürfnis und Kaufkraft in Anspruch genommen werden. Die Kirchensteuer, die nicht so unverhüllt und direkt den Verkauf und Erwerb von Dienstleistungen durch Geld offenbar werden lässt wie Gebühren, kann nicht mehr darüber hinwegtäuschen, dass Religion sich durch Markt und Tauschgeschäfte vermittelt. Das aber wird in der Regel in der Kirche nicht wahrgenommen und offen oder gar kritisch reflektiert, sondern verhüllt, verschleiert, und es wird darüber hinweggetäuscht: Denn die Vermarktung von Religion widerspricht dem eigenen Anspruch, weil Liebe, Befreiung und Erlösung nicht durch Kauf und Tausch zu erwerben sind, sondern »umsonst« durch Gnade und dementsprechendes Leben.

In der Marktgesellschaft muss Religion als »Produkt« das Beste auf dem Markt sein, es muss besser funktionieren als jedes vergleichbare Angebot. Ein zweifelhaftes Produkt, das mit Selbstzweifeln angeboten wird, kann kein Produkt sein, das auf dem Markt Bestand hat. Wie würde da ein Glaube, der es wagt zu zweifeln, ratlos und fragwürdig zu sein, wie würde er in einer Marktgesellschaft wirken, in der auf den ersten Blick alles gewiss zu sein scheint?

Zum Marktgeschehen und der Marktwirtschaft gehört fundamental das Phänomen der *Täuschung*. Waren täuschen über ihren wirklichen Wert, sie verbreiten einen schönen Schein. Die in der Marktwirtschaft angegebenen Werte wie »Freiheit, Gerechtigkeit, Wettbewerb, Wohlstand für alle, Arbeitsplatzsicherung« verschleiern die eigentlichen Werte und Konflikte: Konkurrenzkämpfe um Märkte und Absätze, um Konzentration von Macht und Gewinn, Hierarchien in Unternehmen, Befehlsstrukturen und Verdrängungskämpfe.

1.2 Kirche als Geschäft: Gutes tun durch Konsum

In vielen Gemeinden werden Produkte des »Eine-Welt-Ladens« zum Kauf angeboten. Der Kauf dieser Produkte vermittelt dem Käufer das Gefühl, dass er mit seinem Geld etwas dazu beigetragen hat, dass die Arbeiter/innen einen gerechteren Lohn erhalten. Leisten können sich diese Produkte allerdings nur Menschen, die über genügend Geld verfügen.

»Brot für die Welt« hat gemeinsam mit Bäckereien in Deutschland eine Aktion gestartet. »Jedes Brot zeigt Ihr Interesse an den Menschen dieser Welt«. Das Brot, gebacken aus ausgewählten Rohstoffen aus Asien, Australien, Afrika und Lateinamerika, wird Familienbetrieben in den extrem armen Gegenden dieser Welt eine Chance auf ein besseres Leben geben. Das Brot wird gekauft, der zum Brot angebotene Informationszettel wird dankend abgelehnt oder eingesteckt und selten gelesen, den Kunden reicht das diffuse, nicht weiter kritisch vertiefte Gefühl, etwas Gutes getan zu haben (Ergebnis einer Kundenbefragung durch Konfirmanden).

Die Firma Benneton signalisiert durch ihre Werbung: Wir übernehmen soziale Verantwortung, wir sagen und zeigen: In dieser Welt gibt es Fremdenfeindlichkeit, Krankheit, Krieg und Tod. Durch den Kauf wird dem Verbraucher signalisiert, er werde entlastet von eigener politischer Verantwortung und eigenem Handeln. Das eigene Denken, Sich-Verantworten und Handeln wird durch das Kaufen ersetzt. So können Menschen an Ideen festhalten, ohne zu denken und zu handeln – durch Kau-

fen.⁴ Jüngst hat Benetton per Internet Jugendliche aus aller Welt gebeten, ihnen ihre Gebete zu schicken. Diese Gebete wurden in einem Buch in CD-Format weltweit veröffentlicht.

Natürlich lassen sich »Eine-Welt-Läden« und Benetton nicht einfach miteinander vergleichen: Der Erlös der Eine-Welt-Produkte wird für gerechtere Verhältnisse verwandt, die Firma Benetton hat die Steigerung ihres privaten Gewinns im Auge. Allerdings prägt sich bei den Käufern von Benetton und Eine-Welt-Produkten etwas Vergleichbares ein: Das Gefühl, etwas Gutes getan zu haben, kann sich auf den Akt des Kaufens beschränken und muss nicht weitere Handlungs- und Lebenskonsequenzen einschließen. Menschen können an Ideen und Werten festhalten, ohne zu denken – sie müssen nur kaufen. Im Kaufen wird – allerdings nur für kurze Zeit, nur für den Akt des Kaufens – ein Begehren nach Waren und Sinn gestillt, die im Besitz schal werden und durch neues Begehren und neuen Kauf ersetzt werden. *Das Begehren und die Begierde* ist immer auch ein Anknüpfungspunkt für Theologie und die Thematisierung menschlicher Religiosität gewesen (»profundior et universalior appetit«).

Die Frage ist, welches Begehren befreiend an den Grundbedürfnissen der Menschen orientiert ist und wahre Erfüllung zeigt und welches Begehren künstlich und geldorientiert ein unstillbares Verlangen entfacht, das nur durch permanenten Konsum (Erlebnis-, Bedürfnis-, Begehrenskonsum) kurzfristig gestillt werden kann.

Die Informationszettel, die mit dem Kauf von »Eine-Welt-Produkten« verteilt wurden und den Käufer über Absicht, Hintergründe und Ziele des »Eine-Welt-Handels« informieren sollten, wurden selten gelesen, heute werden sie oft gar nicht mehr verteilt. Nicht die Aktionen von »Brot für die Welt« und die Existenz von »Eine-Welt-Läden« sollen hier kritisiert werden, sie werden daraufhin hinterfragt, ob sie nicht in den Gemeinden vor Ort mit konkreten Handlungs- und Lebenskonsequenzen gefüllt werden müssten, damit die »gute Tat« nicht auf den Akt des Konsums reduziert wird (vgl. 1Tim, 6,6ff).

1.3 Diakonie als Unternehmen: Pflege gegen Geld

Vor zwanzig Jahren begleitete und pflegte die persönlich im Stadtteil vor Ort bekannte Gemeindegemeinschaft oder Diakonisse kranke Menschen – unentgeltlich! Als die Pflege kranker Menschen zu einer durch die Krankenkassen und Pflegeversicherungen finanzierten Ware wurde, entstand ein Sozial- und Gesundheitsmarkt, auf dem sich auch private Anbieter betätigten.

Um auf diesem Markt kirchliche Pflege in der Konkurrenz zu privaten Anbietern flächendeckend anbieten zu können, schlossen sich Gemeinden zu Zentralen Diako-

4 Vgl. Norbert Bolz und David Bossart, Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes, Düsseldorf²1995; dazu als kritische Werkmappe für den RU: Hartmut Futerlieb, Die Götzen des Verwirrers. Religion im Kapitalismus (Werkmappe Religionsunterricht 3), Münster (Institut für Theologie und Politik) 1998.

niestationen zusammen und musste für jede pflegerische Dienstleistung bezahlt werden. Für pflegerische Tätigkeiten gibt es genau vorgeschriebene Zeitmodule und Geldwerte, sogar Haare kämmen, Betten machen und Kaffee einschenken müssen berechnet und bezahlt werden. Weil Gemeinden in der Pflege fusionieren, die Diakonie der Gemeinden zentralisiert wird, Schwestern in einem flexiblen Pool von Mitarbeiter/innen zusammengefasst werden, sind die Schwestern in der Gemeinde vor Ort nicht mehr persönlich bekannt. Kranke und pflegebedürftige Gemeindemitglieder nehmen daher selbstverständlich die Dienste privater Anbieter in Anspruch, weil sie sich nicht von denen kirchlicher Anbieter unterscheiden. Weil pflegerische Hilfe als Ware angeboten wird und jede Tätigkeit in Geld-Wert erfasst wird, verlieren die Diakoniestationen ihr besonderes Profil. Sie werden zu einer Art Holding kleiner und großer Unternehmen des Sozial- und Gesundheitsmarktes. Der Konkurrenz-, Arbeits- und Zeitdruck, die Ökonomisierung der Pflege kranker Menschen prägt die Pflege und das Arbeitsklima in Diakoniestationen.

In den Auseinandersetzungen um die Entstehung von Diakoniestationen haben inhaltliche Fragen nach dem christlichen Profil keine besondere Rolle gespielt. Die *Monetarisierung* in der Non-Profit-Arbeit der Diakonie, die nicht kommerziell ausgerichtet ist, aber finanziell von Refinanzierung, Zuschüssen und Spenden abhängig ist, führt dazu, dass Inhalte gleichgültig werden. Die erste Frage in der Begegnung zwischen Schwester und Patient, nachdem das Krankheitsbild und die Pflegebedürftigkeit besprochen wurden, ist die Frage nach der Finanzierung. Besonders Arme und Unterversicherte spüren und erleben die Diktatur der Ökonomie auch in der Diakonie. Die persönliche Begegnung zwischen Schwester und Patient vor Ort ohne Zeitdruck und Hektik fiel dem Markt-konformen Zwang zur *Zentralisation* zum Opfer, die Begegnungen zu *anonymen Waren-Beziehungen* werden lässt. Zeitdruck, Hektik, Geschwindigkeit und Beschleunigung sind Feinde der Beziehungen, der Begegnung und persönlichen Zuwendung. Tempo lässt keine Nähe zu. Nur Langsamkeit, sich Zeit nehmen, zuhören können ermöglichen Gemeinschaft und Vertrauen, die Grundlagen sind für diakonische Pflege. Langsamkeit aber ist ein Wert, der in der vom Markt diktierten Bewertungstabelle der Pflege nicht vorkommt. So werden hilfebedürftige Menschen auf ihr Leiden reduziert und zu passiven Opfern degradiert, denen ein *Hilfeshandeln durch Professionelle* zuteil wird. Da wird nicht auf einen Hilfescrei geantwortet, sondern eine Palette von Sozialwaren auf den Markt geworfen, da werden Klienten gemacht und Abhängigkeiten geschaffen. Da zählt der Absatz und nicht die Not. Eine Diakonie der Gegenseitigkeit aber nimmt wahr, dass Helfen immer wechselseitiges Helfen ist und in Begegnungen auch die Schwächsten den Helfern helfen können (Ansatz der *Entprofessionalisierung*). Hilfebedürftige sind kein Produkt und Objekt, sondern Menschen, die eben nicht marktkonform sind.

1.4 Werbung und Sponsoring: »Einfach himmlisch«

»Lassen Sie sich den Sonntag versüßen!« Kleine Zuckertütchen werden in Gemeindeguppen verteilt, mit denen zum sonntäglichen Gottesdienstbesuch eingeladen wird. »Einfach himmlisch! Der neue Rahmenvertrag der Ev. Kirche von Westfalen (LKA) mit der T-Mobil.« Die Ev. Kirche von Westfalen wirbt für die Deutsche Telekom und kirchliche Mitarbeiter/innen erhalten im Gegenzug TD 1 Sondertarife.

Am Baugerüst der Stuttgarter Stiftskirche hängt Werbung des US-Nachrichtensenders CNN.

Gemeindebusse fahren als wandelnde Litfasssäulen – zugepflastert mit Werbung des örtlichen Getränkeshops, der Brauerei und des Beerdigungsunternehmers – durch den Stadtteil.

Sponsoring und Werbung sind in der Kirche selbstverständlich geworden, weil sie eine zusätzliche Einnahmequelle sind und für die Ware »Religion« natürlich auch geworben werden muss. Grundsätzlich hinterfragt und diskutiert wird dieses Thema aber selten. Gibt es eine Evangeliums-gemäße Werbung? Wie sähe kirchliche Werbung aus, die der Gerechtigkeit des Reiches Gottes (Mt 25, 35–46) entspricht? Sind Werbung und Religion inkommensurabel oder konvertierbar, sodass Religion zur Werbung und Werbung zur Religion konvertiert? Nicht die inhaltliche Auseinandersetzung über das, was Menschen brauchen und sie menschlich macht, ist entscheidend, sondern Werbekampagnen vermitteln die Bedeutung von Inhalten. Werbung präformiert die Wahrnehmung der Menschen. »Unsere alltägliche Wahrnehmung ist Ableitung von Werbewahrnehmung.«⁵ Ist Werbung grundsätzlich auf Verführung und Täuschung aus? Wenn die Kirche mit ähnlichen Mitteln und Strategien für sich wirbt wie alle anderen Waren auf dem Markt, dann erweckt und verstärkt sie beim Kunden den Eindruck, dass in der Gesellschaft keine Lebensbereiche mehr existieren, die nicht vom Geld und vom Markt transformiert worden sind.

Eine Gemeinde, die sich von Unternehmen sponsorn lässt, begibt sich in eine Abhängigkeit, die unter Umständen verhindert, das Unternehmen öffentlich zu kritisieren, weil man Gefahr läuft, dann keine Spendengelder mehr zu erhalten. Gleichzeitig gerät die Gemeinde in die Gefahr, mit dem Geld aus der Wirtschaft soziale Missstände zu lindern, die durch eben diese Form des Wirtschaftens in der Gesellschaft überhaupt erst entstanden ist. Muss über die Herkunft und den Ursprung des Geldes nachgedacht werden, oder gilt, dass man sich Freunde macht mit dem ungerechten Mammon? Ist also nicht die Herkunft des Geldes, sondern nur seine Verwendung entscheidend?

1.5 Unternehmensberatung: Vom Klingelbeutel zum Non-Profit-Center?

Das Bremer Theater, der Fussballverein Bayern München, der Deutschlandfunk, Universitäten und Gewerkschaften, Kirchen und Gemeinden, Profit- und Non-Profit-Unternehmen aus den Bereichen Kultur, Religion, Wissenschaft, Kunst und Sport, sie alle suchen in finanziellen und strukturellen Krisen Hilfe und Rat bei Unternehmensberatungen wie McKinsey. McKinsey wird nicht nur gefragt, wie Arbeitsabläufe effektiver werden, kostengünstig rationalisiert und Produkte effizient angeboten und verkauft werden können, sondern auch, wie Kranke gepflegt und behandelt und das »Eigentliche« der Kirchen verkündigt werden kann. McKinsey untersuchte fast ein Jahr kostenlos das Angebot der evangelischen Kirche in München und Umgebung. Nach diesem Pilot-Projekt haben viele Kirchenleitungen der einzelnen Landeskirchen und Diakonische Werke gegen Bezahlung Unternehmensberatungen in Anspruch genommen.

Seitdem haben Philosophie und Methode der Unternehmensberatung Eingang in kirchliche Überlegungen gefunden. Aus Gläubigen wurden Kunden auf dem kirchlichen Markt, aus Pfarrer/innen Manager/innen, aus dem Evangelium ein Produkt, aus der Verkündigung Dienstleistungsangebote, aus Gemeindekonzeptionen Corporate Identity und Design.

Es kann und soll nicht bestritten werden, dass Beratung aus der Distanz, von außen, für Kirche und Gemeinden hilfreich sein kann, um ein Korrektiv gegen mangelnde ökonomische Kompetenz der Mitarbeiter/innen zu bilden, gegen ungenügenden Informationsfluss und fehlende Transparenz, gegen ein diffuses Nebeneinander der Einrichtungen und Mitarbeiter/innen und gegen fehlende vorausschauende Personalplanung. Bevor allerdings eine Unternehmensberatung von der Kirche beauftragt wurde, wurde in der Regel nicht inhaltlich diskutiert, nach welchen Werten, Kriterien und Konzeptionen die Unternehmensberatung arbeitet und ob sie zu den Werten und Kriterien der Kirche passt.⁶ Denn Unternehmensberatung ist nicht gleich Unternehmensberatung. Lässt sich die Unternehmensberatung von den Werten und Zielvorstellungen, der Kirche leiten und initiiert sie in einem Selbstfindungsprozess und einer Ideewerkstatt eine Verständigung über inhaltliche Zielvorstellungen oder ist die Beratung relativ unabhängig vom Inhalt? Es gibt Unternehmensberatungen wie McKinsey, die jeden Inhalt – ob Hamburger oder Auto, ob Evangelium oder Kunst – mit demselben Muster und derselben Struktur behandeln. Jede Form aber beinhaltet einen bestimmten Inhalt, so wie jeder Inhalt eine bestimmte Form bedingt. Orientiert sich die Unternehmensberatung an den Vorstellungen und Kriterien des leitenden Managements (der Kirchenleitungen), oder hat sie einen beteiligungsorientierten Ansatz, nach dem haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter/innen, Kirchenferne und -nahe in den Beratungsprozess eingebunden werden? Es ist ein gravierender Unterschied, ob Kirchen in einer ganz bestimmten gesell-

6 Vgl. dazu: *Hans-Ulrich Perels*, *Wie führe ich eine Kirchengemeinde?*, Bd. 1: Möglichkeiten des Managements, Gütersloh 1990; *ders.*, *Wie führe ich eine Kirchengemeinde?*, Bd. 2: Modelle des Marketing, Gütersloh 1991.

schaftlichen Situation den befreienden Einspruch Jesu gegen des Menschen Selbst- und Weltzerstörung verwirklichen wollen oder ob sie nur den Mitgliederbestand halten, sichern und vergrößern und einen Sparkurs durchsetzen wollen. Es gibt Unternehmen, die Beratungsfirmen mit dem konkreten Interesse engagieren, den Personalabbau begründen und die Unruhe über Kürzungen auf die Beratungsfirma abwälzen zu können. Den Wertvorstellungen einer christlichen Gemeinde entspricht aber nur ein inhaltlicher und beteiligungsorientierter Ansatz der Beratung.

Werden Werte und Philosophie der Unternehmensberatungen diskutiert, dann zeigen sich gravierende Unterschiede zwischen christlicher Gemeinde und Unternehmensberatungen. Für Unternehmensberatungen hat *Effizienz* in unserer schnelllebigen Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Mit ihrer Hilfe werden optimale Methoden entwickelt, um von Punkt A nach Punkt B zu kommen. Diese Methoden sind dann optimal, wenn sie Zeit sparen, denn Zeit kostet Geld, wenn sie kostengünstig sind und die Leistungsfähigkeit und Arbeitskraft eines Menschen bis an dessen Grenzen ausnutzen. Effizienz erfordert, dass ein Produkt (»Religion« oder »Nächstenliebe«) vorhersagbar und berechenbar ist. Berechenbare Vereinheitlichung, Zentralisation, nicht phantasievolle und kreative Vielfalt ist Ziel eines effizienten Marketings. Es soll für den Kunden auf bestimmten Erfahrungsebenen tröstlich sein, dass es keine Überraschungen gibt (der Hamburger überall gleich schmeckt, ob in Moskau oder New York und das christliche Glaubensbekenntnis überall dasselbe ist). Gleichwohl gerät die Zeit selbst dabei unter das Diktat der Beschleunigung, was zu einer ständigen Überforderung und Anstrengung führt: Was gestern noch aktuell und modern war, das ist heute schon veraltet. Beschleunigung aber ist der Feind der Begegnungen zwischen Menschen, der Feind der Liebe und des Sozialen. Nur Langsamkeit, behutsames Mitgehen mit Menschen (Mi 6,8) ermöglicht Gemeinschaft, Liebe und Vertrauen.⁷

Unternehmensberatungen fordern den professionellen Mitarbeiter, der selbstständig und hoch motiviert ist, der sein Schicksal in seine eigene Hand nimmt. Er ist mobil, flexibel, wissbegierig; er versucht seine Ziele mit einem minimalen Aufwand zu erreichen, er sieht ständig auf die Kosten; denn jede Mark, die unter das Stichwort »Kosten« fällt, unterliegt dem Zwang zur Rechtfertigung. Weil man ihm nicht vertrauen kann, muss er kontrolliert, beurteilt, gelobt und kritisiert werden. Unternehmensberatungen versuchen, den Menschen zu ändern, ihn marktförmig zumachen, sie wollen nicht nur Unternehmen und Institutionen ändern. Nur Machen, Tun, Leistung und Haben stellen Werte dar, leiden, ohnmächtig sein, sich ausgebrannt und überfordert fühlen, ängstlich sein, Selbstzweifel haben keine Bedeutung, sie müssen verdrängt, überspielt und verschwiegen werden. *Niederlagen und Ohnmachtserfahrungen* sind kein Thema. Das aber führt zu einer permanenten Überforderung, zu seelischen Erkrankungen und einem gnadenlosen Konkurrenzkampf. Die Menschlichkeit eines Menschen besteht nach christlicher Überzeugung aber gerade darin,

7 Vgl. dazu: Fritz Reheis, *Die Kreativität der Langsamkeit. Neuer Wohlstand durch Entschleunigung*, Darmstadt 1996.

dass ich den anderen für mich dasein lassen kann und meine Ängste und Schattenseiten auch als Mitarbeiter/in nicht verschweigen muss.

Warum suchen Kirchenleitungen, Kirchenkreise und Gemeinden Hilfe und Rat bei Unternehmensberatungen, warum lassen sie sich nicht beraten durch Selbsthilfegruppen, Konsum- und Wohngenossenschaften, alternativ-ökonomische Netzwerke, Arbeitslosen-Initiativen, Schuldner-Gruppen, Gemeinden vor Ort? Wären sie nicht vom Auftrag der christlichen Gemeinde her die wirklichen Berater, ja Subjekte des Glaubens? Könnten die Kirchen nicht dann entdecken, dass sie der zur Weltreligion gewordenen Ökonomie noch etwas entgegenzusetzen hätten?

2 Religion als Geld

Geld ist die verbindlichste aller Codierungen. »Geld und der darin ausgedrückte Reichtum haben anscheinend im Gegensatz zu menschlichen Ressourcen keine Grenzen. Im Drang nach Geld verwirklicht der Mensch sein Streben nach Unendlichkeit und Unsterblichkeit. Er wird zum Gott, weil er aus dem Nichts zu schaffen scheint. Wirtschaft gewinnt damit den transzendenten, d.h. grenzüberschreitenden Charakter, den die Menschen früher in der Religion gesucht haben.«⁸ Geld ist das wichtigste Medium unserer Gesellschaft – die Geldmünze war nach der Hostie das zweite Massenmedium vor dem Buchdruck. Sämtliche historisch dokumentierbaren Versuche, einmal erfundenes Geld wieder abzuschaffen und am Medium Geld vorbei gerechter zu leben und zu handeln, sind gescheitert. Die Abschaffung des Geldes wird an keiner Stelle der Bibel empfohlen, allerdings eine andere Einstellung und ein alternativer Umgang mit Geld. Alle Gesellschaften versuchten und versuchen, bestimmte Güter und Dienstleistungen vom Geld und vom Warenmarkt freizuhalten: Liebe, Recht, Wissenschaft, Kunst und Religion; dagegen aber steht die Erfahrung, dass auch Recht, Liebe, Wissenschaft und Religion teuer und also für monetäre Formen anfällig sind.

Der gesamtgesellschaftlich herrschende Umgang mit Geld prägt und bestimmt auch die Kirche, ohne dass dies analysiert, kritisch reflektiert und öffentlich diskutiert würde.

8 Vgl. *Bernhard Laum*, Heiliges Geld, Tübingen 1924; *Hans Chr. Binswanger*, Geld und Magie, Stuttgart 1985; *Jochen Hörisch*, Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes, Frankfurt a.M. 1996; *ders.*, Brot und Wein. Die Poesie des Abendmahls, Frankfurt a.M. 1992; *ders.*, Geld als Medium, Die Neue Gesellschaft / Frankfurter Hefte 44 (1997) 310–317; *Wilhelm F. Kasch*, Geld und Glaube, Paderborn 1979; *Helmut Kaiser*, Geld: Seine »ethische« Rationalität, ZEE 38 (1994) 115–133; *Peter Krieg*, Die Seele des Geldes. Mythen der Moderne II., Frankfurt a.M. 1990, Video-Film mit Begleittext.

In der Kirche existiert überwiegend ein theologiefreier Umgang mit Geld und Vermögen, und das theologische Reden von der Kirche und ihrem Geld ist empirieblind. Seit der Reformation hatte die kirchliche Geldverwaltung im Rahmen einer evangelischen Lehre von der Kirche keinen zentralen Platz. Luther entkirchlichte und entsakralisierte das Thema und setzte es frei für Privatisierung und freien Handel. Die Verantwortung für das Geld liegt für ihn beim einzelnen Christen. Er betonte zwar die dogmatische Bedeutung der Frage nach Gott oder Mammon, aber die konkrete Frage nach dem rechten Umgang mit Geld wurde nicht als ekklesiologisches und sozialetisches Thema erkannt.⁹ Bis heute bleibt die ökonomische Seite des Kirchenseins weitgehend ausgeblendet. Es wird in der Regel nicht theologisch reflektiert, dass die Kirche Großorganisation und Arbeitgeberin Tausender Menschen und Eigentümerin von Vermögenswerten ist, es sei denn als Negativfolie einer davon freien und relativ unabhängigen Kirchlichkeit.

2.1 Reichtum und Knappheit des Geldes: Wenn der Kirche das Geld fehlt

Seit 1990 wird in den Kirchen über Geld gesprochen, ausgelöst durch die Behauptung, es sei knapp geworden. Der Solidaritätszuschlag zur Einkommensteuer, die finanzielle Hilfe für die Kirchen in den neuen Bundesländern, die Reform der Steuergesetzgebung, die steigende Arbeitslosigkeit, all das habe dazu geführt, dass das Geld knapp geworden sei und gespart werden müsse: Hausmeister- und Küsterstellen werden nicht mehr besetzt, sondern von Ehrenamtlichen übernommen. Betriebsbedingte Kündigungen werden ausgesprochen. Ehemalige Sozialarbeiterstellen werden mit Pfarrer/innen zur Anstellung besetzt. Soziale und diakonische Arbeitsbereiche werden aufgegeben bzw. nur dann weitergeführt, wenn sie refinanzierbar sind, d.h. sich überwiegend durch staatliche Zuschüsse oder Spenden tragen. Kirchliche und diakonische Einrichtungen, werden in GmbHs verwandelt, um das finanzielle Risiko zu minimieren.

Gleichzeitig investiert die Kirche Geld in Unternehmensberatungen, in Werbung und Imagepflege: 2 Millionen Mark gab die EKD für die Kampagne gegen die ausgeweiteten Ladenöffnungszeiten »Sonntags nie« aus. Mit dem Geld, das für die Selbstdarstellung der EKD auf der Expo 2000 in Hannover ausgegeben wurde, hätte die aus »Spargründen« zunächst geschlossene Evangelische Journalistenschule 30 Jahre lang weitergeführt werden können. Die katholische Kirche hat aus Werbe- und Imagegründen Gelder in Millionenhöhe in die Sat 1-Produktion des Großstadtpfarrers Schwarz investiert.¹⁰

Zur *Hermeneutik des Geldes* gehört einerseits die Behauptung, dass es knapp sei, und andererseits der Versuch, den Reichtum und die Fülle des Geldes zu verbergen. Die geldorientierte Welt sorgt dafür, dass es nichts umsonst, aus Gnade, gibt. Alles ist als knapp anzusehen und hat seinen Preis. Sollte es in der Gesellschaft Produkte und Güter in Hülle und Fülle geben und dadurch ihr Geldwert fallen, so werden sie vernichtet, und es wird eine künstliche Knappheit erzeugt. Wirkliche oder künstliche Knappheiten können überwunden werden durch Schenken und Teilen

9 Vgl. dazu: *Richart Staats*, *Deposita pietatis*. Die alte Kirche und ihr Geld, 1979.

10 Vgl. dazu die Debatte zur SAT 1-Serie »Schwarz greift ein«, *Communicatio Socialis* 28/1995, 130–165; *Otto Fuchs*, *Kirche – Kabel – Kapital*. Standpunkte einer christlichen Medienpolitik, München 1989, 76–91.

oder – was häufiger geschieht – durch Diebstahl, Raub, Betrug oder Krieg. Eine *Hermeneutik der Gabe*, der Fülle, des Geschenkes, der Gelassenheit und der Daseinsfreude hat angesichts des Geld-Codes nur wenig Aussicht auf Erfolg.

Über die Fülle des Reichtums wird weder in der Gesellschaft noch in der Kirche offen gesprochen, obwohl der Reichtum lebensbedrohend ist (Ps 10, 8ff; Mk 4,17–19; 1Tim 6,6ff). Reichtum hat die Möglichkeit, Kommunikation endgültig zu zerstören (Lk 16,8). Hinter dem Reichtum verborgen ist das endlose Begehren, die Habgier, die das Geld zu etwas Göttlichem macht (Mk 4,19; Lk 8,14; 2Kor 9,8). Die Lebenssituation der Armen in Deutschland ist statistisch erfasst und wissenschaftlich gründlich analysiert. Über Reiche und Reichtum gibt es – vermutlich wegen einer Mischung aus schlechtem Gewissen und Angst vor »emotionalen Vorurteilen« und einer »Neid-Diskussion« – eine nur fragwürdige Datenbasis, keine aussagekräftigen Definitionen und nur wenige wissenschaftliche Analysen.¹¹

In der EKD, in den Landeskirchen, in den Kirchenkreisen und in vielen Gemeinden gibt es bis heute keine umfassende *Bestandsaufnahme und Analyse des Reichtums*. Kirchliches Kapital und Vermögen, ihre Bedeutung und Verwendung stehen in keiner inhaltlichen Beziehung zu theologischen und sozialetischen Überlegungen des »Evangeliums der Armen«. Die Ökonomie schafft in sich geschlossene Eigenwelten (vgl. Mt 22,1–10), die ausschließlich der Bestandssicherung und Vermehrung dienen. So heißt es dann auch in § 16 der Verwaltungsordnung der Ev. Kirche von Westfalen: »Das kirchliche Vermögen darf nicht ohne Not vermindert oder mit Verpflichtungen belastet werden. Es ist vielmehr sicherzustellen, dauernd zu erhalten und nach Möglichkeit zu verbessern.« Will die Kirche Rendite aus ihrem Geld und Vermögen erzielen, dann muss sie sich auf die Regeln der Marktwirtschaft unter den gegenwärtigen Bedingungen einlassen. Das in der Kirche zurückgelegte und angelegte Geld soll der *Sicherheit* (der Gehälter und Renten, der Arbeit) dienen. Ob allerdings durch derartige Absicherungen auf dem Kapital-

11 Vgl. Ernst-Ulrich Huster (Hg.), *Reichtum in Deutschland. Der diskrete Charme der sozialen Distanz*, Frankfurt a.M. / New York 1993; ders., *Neuer Reichtum und alte Armut*, Düsseldorf 1993; ders., *Reich, schön, gut. Wieviel soziale Distanz trägt die Gesellschaft?*, *Blätter für deutsche und internationale Politik* 41 (1996) 92ff; ders., *Reichtum in Deutschland. Die Gewinner in der sozialen Polarisierung*, Frankfurt a.M. / New York 1997; Hartmut Schui und Eckart Spoo (Hg.), »Geld ist genug da«. *Reichtum in Deutschland*, Heilbronn 1996; *Evangelische Sozialseminare von Westfalen* (Hg.), *Anstossen, Schwerte* [August] 1996: »Reichtum – Tabuthema Nr. 1« (mit vielen Anregungen für Bildungsveranstaltungen in Gemeinde und Schule; vgl. dazu: *Südwind* (Hg.), »Arme Reiche Christen«. Didaktisches Material in vier Einheiten für eine kontextuelle Arbeit mit der Bibel in Gruppen, Siegburg ³1996; *Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung in Württemberg* (Hg.), *Markt – Macht – Magie. Lernfeld Ökonomie*, Stuttgart o. J.; *Evangelisches Bildungswerk Berlin* (Hg.), *Ökonomie lernen – in der Gemeinde*, Berlin Dokumentation 61 und 62/1988; das baugerüst 3/1992.

markt die Zukunft der kirchlichen Rentner wirklich sicher ist, muss bezweifelt werden. Mehrere Wirtschaftskrisen und zwei Inflationen im 20. Jahrhundert begründen diese Zweifel (vgl. Mt 6,19). Theologisch wäre zu fragen, was es für den Glauben bedeutet, wenn Christen nicht mehr ihrer Solidar-Gemeinschaft vertrauen, sondern Gläubiger von weltlichen Schuldnern sind, die das Geld der Christen in Form von Immobilien gemietet haben oder als Darlehen nehmen mussten und Zins-Schuldzahlungen zu leisten haben. Das Geld war und ist nie wirklich gedeckt und kann keine Sicherheiten bieten (vgl. Jak 5,1–6).

Obwohl die Kirche im Unterschied zur öffentlichen Hand und zum Staat (mit seiner Defizitfinanzierung und Riesenverschuldung) über immense Reichtümer verfügt, verhält sie sich deckungsgleich mit den *Sparmaßnahmen* der öffentlichen Hand: Abbau von Arbeitsbereichen, Wegfall von Arbeitsstellen bei Pensionierung, kw (kann wegfallen)-Vermerke hinter Stellen, Streichung des Weihnachtsgeldes, Kürzung der Gehälter für Berufsanfänger. Wie in der Gesellschaft und Wirtschaft fängt das Sparen auch in der Kirche unten an: Gespart wird – wegen des geringsten Widerstandes – bei Zivildienstleistenden, Putzkräften, Hausmeistern und Küstern, Krankenschwestern, Erzieherinnen und Sozialpädagogen, gespart wird bei den Gehältern der Eingangsstufe und nicht bei Spitzenverdiensten. Wertmaßstab für die Arbeit und für die hierarchische Position in der Kirche ist – nicht hinterfragt – das Geld, die Höhe des Gehaltes. Der für den Bereich gewerkschaftlicher Betätigung ihrer Mitarbeiter/innen von der Kirche in Anspruch genommene »Dritte Weg« wird im Bereich der Ökonomie überhaupt nicht in Erwägung gezogen.

Warum man für Bestimmtes Geld oder kein Geld hat, wohin das verfügbare Geld fließt, ob und wie diese Vorgänge theologisch zu bewerten sind, darüber wird in der Kirche nicht gesprochen. Hinter dem Sparzwang und dem Reichtum in der Kirche aber stehen Furcht und Lebensangst (Lk 12, 13–21; Mt 6, 19–24). Die behaupteten finanziellen Engpässe und die ausgegebene Leitlinie »Sparzwang« führen zu einem negativen Regelkreis, der sich verstärkt als Abbruch kirchlicher Arbeit und nicht als konstruktive Veränderung und Besinnung auf die »essentials« darstellt. Der »Sparzwang« blockiert innovatives Denken und führt zu Verteilungs- und Konkurrenzkämpfen zwischen theologischen und nicht-theologischen Mitarbeiter/innen, zwischen kirchlichen Arbeitern, Angestellten und Beamten, zwischen Berufseinsteigern und abgesicherten Kirchenbeamten, zwischen Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten. »Damit ist der grundlegende Auftrag der Kirche, der auf dem Missionsbefehl beruht, in den Horizont der Sparmaßnahmen gerückt.«¹² Er ist unter den Horizont der Sparmaßnahmen gerückt! Eine Kirche, die öffentlich gegen den Abbau von Arbeitsplätzen protestiert und sie im eigenen Bereich praktiziert, ist unglaublich. Glaubwürdigkeit und Akzeptanz kirchlichen Handelns könnten zurückgewonnen werden, wenn das vorhandene Vermögen und der Reichtum dazu genutzt würde, Mitarbeiterstellen ge-

12 Wofram Rohde-Liebenau, Kein Tanz ums Goldene Kalb, JK 60 (1999) 378; vgl. Detlev Haupt, Unternehmen Kirche, JK 60 (1999) 374–376.

gen den Trend zu erhalten oder gar auszubauen und sozial-diakonische Arbeitsfelder ebenfalls gegen den Trend zu stabilisieren oder sogar auszuweiten.

2.2 Kirchensteuer und Steuergerechtigkeit: Wer reich ist, zahlt kaum Steuern

Wer ein Eigenheim baut, bekommt acht Jahre lang 450 DM Kirchensteuer geschenkt. Die Kirche finanziert mit ihrer fraglosen Koppelung der Kirchensteuer an Lohn- und Einkommensteuer den Bau von Eigenheimen mit. Die, die sich nie im Leben ein eigenes Wohneigentum leisten können, finanzieren mit ihrer Kirchensteuer den Eigenheimbau mit. Da Wohnungseigentümer seit 1989 die Nutzung ihres Hauses nicht mehr versteuern müssen, ein Mieter jedoch seine Miete nicht steuermindernd geltend machen kann, potenziert die Kirche die Steuergerechtigkeiten. Ein reicher Unternehmer erhält von der Kirche Sonderkonditionen bei der Berechnung seiner Kirchensteuer.

»Die Kirchen erbringen in erheblichem Umfang Leistungen auch über ihre Mitglieder hinaus für die Allgemeinheit. Daher ist die Sicherung der kirchlichen Finanzen auch von allgemeinem Interesse.« Der Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz, Kurt Beck, hat zur Sicherung der finanziellen Basis der Kirche vorgeschlagen, das Einkommen als Bemessungsgrundlage der Kirchensteuer zu nehmen. Dann könnte die Kirchensteuer, um das gleiche Aufkommen wie heute zu erzielen, um mehr als die Hälfte sinken, und die Senkungen des Einkommensteuertarifes und weitere Änderungen des staatlichen Einkommensteuerrechtes blieben zukünftig ohne negative Auswirkungen auf das Kirchensteueraufkommen; die Kirchen könnten dann selbst entscheiden, welche Tatbestände sich mindernd auf die Kirchensteuer auswirken (Anzahl der Kinder, besondere soziale Härten ...) Der Rat der EKD hat diesen Vorschlag zunächst abgelehnt – mit der Begründung: Der Kirche in Deutschland ginge es finanziell noch nicht so schlecht, dass sie das System der Kirchensteuer grundsätzlich ändern müsste.¹³

Die Einnahmen der Kirchensteuer, das gesamte Finanzwesen der Kirche ist direkt und indirekt abhängig von der staatlichen Wirtschafts- und Steuerpolitik und von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung. Die Werte und Ungerechtigkeiten, die in Staat und Wirtschaft herrschen, sie spiegeln sich auch in der Kirche wider. Das kirchliche Anstellungs- und Entlohnungssystem ist an die entsprechenden Regelungen im staatlichen Bereich gekoppelt. Der Kreislauf zwischen Arbeitslosigkeit, Steuergerechtigkeit, Kirchensteuereinnahmen und Beteiligung der Kirche am Abbau von Arbeitsplätzen wird weder kirchenintern noch öffentlich diskutiert. Die Verknüpfung der Kirche mit der Gemeinwesenarbeit, die aus öffentlichen Mitteln unterstützt wird, wird in dem Moment zur finanziellen Belastung der Gemeinde, wo die öffentliche Hand im Sozialbereich

13 Vgl. dazu: Kurt Beck, Die finanzielle Basis der Kirchen sichern – vom »Netto« zum »Brutto«, AMOS 3/1999, 19; Otto Meyer, Kein Grund zur Panik-Mache: Geht der Kirche das Geld aus?, in: AMOS 1/1996, 5–7; Heinrich Vokkert, Die Kirchensteuern steigen – Land in Sicht?, AMOS 3/1999, 20; ders., Die Kirche und ihre Finanzen, AMOS 3/2000, 1–12; Ingo Horstmann (Hg.), Wo Visionen fehlen, verkommen Menschen, TRANSPARENT 40/1995, 7–9.

zu sparen beginnt. Die wechselseitigen Verflechtungen zwischen Wirtschaft, Staat und Kirche führen dazu, dass es nur einen halbherzigen und nicht entschiedenen, öffentlichen kirchlichen Protest und Widerstand gegen eine ungerechte Wirtschafts- und Steuerstruktur und gegen Kürzungen im sozialen Bereich gibt. Selbstständige und Unternehmen tragen nur 5,7% der gesamten Steuerlast, während ihre Gewinne 1998 um 30,5% gestiegen sind.

2.3 Liegenschaften, Grund und Boden: Investieren in Menschen oder in Gebäude?

Der Erhalt von Kirchen, Gemeindehäusern und sonstigen Liegenschaften ist eine teure Angelegenheit, für die in der Regel immer Geld da ist. Die Kirche hat Mitglieder verloren, aber nur wenige Liegenschaften aufgegeben. Neben den Personalkosten sind dominante Kostenfaktoren in den Gemeinden die Bewirtschaftungskosten und die Instandhaltungskosten für die Gebäude. Dass für Gebäude und Investitionen in Steine Geld da ist und für Menschen nicht, wird damit begründet, dass Investitionen in Gebäude einmalige Ausgaben seien, die in Arbeitsplätze und Menschen aber längerfristige Verpflichtungen darstellten. Für den Neubau, für die Renovierung und den Erhalt der Gebäude können Gemeinden Darlehen aufnehmen. Will eine Gemeinde – mit Hilfe von Darlehen oder durch Kreditaufnahme – aber Arbeitsbereiche und Arbeitsplätze sichern, so wird das von der Verwaltungsordnung untersagt: »Der Haushalt ist in Einnahme und Ausgabe auszugleichen. Der Ausgleich darf nicht über Darlehn erfolgen« (§ 64 der Verwaltungsordnung der Ev. Kirche von Westfalen).

Zentraler Aspekt einer gerechten und sozialen Ökonomie war in biblischen Traditionen der Umgang mit Grund und Boden, mit Gebäuden und Liegenschaften. »Mein ist das Land« (3Mose 25,23; Micha 2,1f). Wer über Grund und Boden, über Liegenschaften und Häuser verfügt, der bestimmt auch über die Grundelemente des Lebens, über Nahrung und Rohstoffe, über Arbeit und Wohnen und verfügt über die wirtschaftliche und soziale Situation der Bevölkerung. Die Entstehung der Ökonomie der Geldwirtschaft hängt mit Veränderungen bei dem Eigentum an Grund und Boden zusammen, indem Privilegierte und Reiche über die Grundelemente des Lebens verfügen.

Nicht transparent ist in der Kirche, über welchen Grundbesitz, über welche Liegenschaften und Gebäude die Kirche verfügt. Es wird nicht diskutiert und ist nicht geklärt, wie der Besitz an Grund und Boden, die Gebäude und ihr Wert in Beziehung zu setzen sind zu Arbeitsplätzen und zu dem kirchlichen Engagement im sozial-diakonischen Bereich. Unglaubwürdig ist eine Kirche, die öffentlich die Arbeitslosigkeit kritisiert, aber gleichzeitig in Gebäude investiert und nicht in Menschen.

3 »Macht euch Freunde mit dem ungerechten Mammon«

Ob die Religion zur Ware, ob Gott zum Geld gemacht wird und Geld zum Gott, das hängt nicht allein von der individuellen Einstellung und vom Verhalten der Einzelnen ab. Die Tatsache, dass das Geld alles seinem Verwertungsinteresse unterwirft, das kann bei der nur personal bestimmten Sicht der Konkurrenz von Gott und Geld nicht gesehen werden. Der »Verfall im sozialen, politischen und menschenrechtlichen Bereich macht es dringend erforderlich, dass wir uns mit der *Sündhaftigkeit ungerechter Systeme und Strukturen* befassen« – in der Gesellschaft und in der Kirche!¹⁴

Moralische Appelle bleiben in der Regel wirkungslos, es müsste eher ein institutionell entsprechend ausgestalteter anderer Umgang mit Geld zur Geltung gebracht werden. Dazu gehören: die Transparenz der Haushalte, die Erfassung und Analyse des kirchlichen Reichtums, des Kapitals und Vermögens. Die Dezentralisierung der Verantwortung für die Finanzen und der Finanzhoheit. Finanzierungsformen für relativ kleine, überschaubare und beteiligungsaktive Gemeinschaften gegen den Trend großräumiger und anonymer Marktbeziehungen und zentraler Finanzbehörden. Eine gerechtere Verteilung und Anlage des Geldes in der Gemeinde vor Ort. All das wird die weltweite Machtkonzentration in den Agenturen der wirtschaftlichen Steuerung (in internationalen Handelsorganisationen, Großbanken, Internationalem Währungsfond), ihr irreversibles Eingreifen in Natur, Gesellschaft und menschliches Leben nicht rückgängig machen oder kontrollieren können.

Was bleibt? Schadensbegrenzung; Zerstörungsprozesse verlangsamen; die Opfer versorgen und begleiten; Menschen ermutigen gegen Resignation und Vereinzelung; schreien, wenn Menschen gequält werden; in

14 *Ökumenischer Rat der Kirchen* (Hg.), Ein Moment der Entscheidung. Solidarität mit den Entwurzelten, Genf 1996, 2. – Die neueren *religionspädagogischen Veröffentlichungen* zum Geld beziehen sich in der Regel individualethisch auf den persönlichen Umgang mit Geld oder sozialetisch auf Geld und »Eine-Welt-Problematik«, »Erlassjahr 2000«. – Die Macht des Geldes als Strukturproblem in Kirche und Gesellschaft kommt als Thema – außer bei John M. Hull – nicht vor: *Gebhard Böhm*, Die ökumenische Entwicklungsgenossenschaft (EDCS) und der Religionsunterricht, entwurf 1/1991, 24–28; *Ezzelino von Wedel*, Ich war einfach noch nicht reich genug, um freiwillig arm zu werden, Religion heute 6 (1991) H. 1, 14–15; *John M. Hull*, Geld, Moderne und Moral – einige Überlegungen zur christlichen Erziehung von Erwachsenen, EvErz 48 (1996) 277–291; *ders.*, Geschäfte mit Gott machen. Religiöse Entwicklung und wirtschaftliche Sozialisation, in: *Wolfgang Althof* (Hg.), Autonomie und Entwicklung, Freiburg/Schweiz 1999, 213–237; *Gertrud Schmidt*, Geld oder Liebe? Hans im Glück und der barmherzige Vater im Rollenspiel von Grundschulkindern, ru 39 (1999) 65–68; *Peter Cleiß*, »Mehr als Geld hasse ich nur, keins zu haben!«. Religionspädagogische Reflexionen zum Thema Marktwirtschaft am Beispiel »Geld und Geldwirtschaft« im Religionsunterricht an beruflichen Schulen, Glaube und Lernen 14 (1999) 158–180; *Michael Freitag*, Vor allem Knete? Was Jugendliche nötig haben, aej-Studien 2/1998, 27–38 ; *Karl-Theo Siebel* (Hg.), Thema: Geld. Illusion und Wirklichkeit, BRU 30/1999; *Günter Törne* (Hg.), Geld und Leben, Konfer normal. Die Arbeitshilfe für den KU, Gütersloh 4/2000.

symbolischen Aktionen die Verursacher und ihren schönen Schein, den sie verbreiten, entlarven; selbst anders leben in Selbsthilfegruppen, Bürgerinitiativen, Konsum- und Produktionsgenossenschaften; Erinnerungen an befreiende Traditionen christlichen Glaubens wach halten; hoffen, wo nichts zu hoffen ist; in Verzweiflung am Leben bleiben; am ersten nach dem Reich Gottes und seiner Gerechtigkeit trachten.

Dr. Rolf Heinrich ist Pfarrer in Gelsenkirchen und Lehrbeauftragter für Religionspädagogik an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg.

Abstract

A wallet left behind somewhere easily causes panic – but what about a forgotten morning prayer? Nothing has more influence on daily life and the living together of people than money and material goods. Economy and consume world wide dictate the life and the survival of the human kind. Obviously church and religion are not unaffected by this fact although these encounter the problem in quite a reserved manner. The way society generally deals with money dictates the church but that fact is neither analysed nor criticised or publicly discussed.

In this essay the way money is handled and the way religion is transformed into a good, will be dealt with. In a practical theological attempt of track tracing an are will be spanned from the church as a supermarket, non-profit centre and business, from social welfare work as an enterprise to religion as money, the wealth of the church to church taxes and the real estates owned by the church. It will be demonstrated how much impact advertising, sponsoring and management consultancy has the profile of the church, and not Christian values or the demand for justness. The essay will end asking for possible alternatives: »Acquire friends by this unjust mammon.«