

Unternehmerisch handeln als Kirche Jesu Christi – Möglichkeiten und Grenzen

Von Jochen Teuffel

Begriffe sind keine neutrale Worthülsen. Sie stammen aus bestimmten lebensweltlichen Kontexten, die mitgehört und mitgedacht werden. Wo gegenwärtig in der Diskussion um die auftragsgemäße und zeitgerechte Kirchengestalt ökonomische Begrifflichkeiten wie „Kirchenmarketing“ oder „unternehmerisches Handeln“ benutzt werden, entsteht bei manchen der Verdacht, dass hier einer schleichenden Ökonomisierung der Kirche Vorschub geleistet wird.

Die Sprache ist nie neutral. Also schleunigst zurück von Wirtschafts-Englisch zu Kirchenlatein? Wenn das so einfach wäre, schließlich lässt sich auch in den Evangelien eine Wirtschaftssprache finden: *„Ein wohlgeborener Mensch zog in ein [182] fernes Land, um ein Königtum zu erlangen und dann zurückzukommen. Der ließ zehn seiner Knechte rufen und gab ihnen zehn Pfund und sprach zu ihnen: Handelt damit, bis ich wiederkomme!“* So beginnt das Gleichnis von den anvertrauten Pfunden, wie es Jesus dem Evangelium nach Lukas zufolge (19,11-27) selbst erzählt hat. Nach der Rückkehr des nunmehr gekrönten Königs wird abgerechnet: Wer dem anvertrauten Vermögen etwas hinzugewonnen hat, findet den Segen seines Herrn. Allein der vorzeigbare Geldgewinn zählt. Wer, wie der dritte Knecht, scheinbar gewissenhaft das anvertraute Pfund in seinem Schweißtuch (das er wohl in seiner Passivität nicht benötigte) verwahrt hat, fällt in Ungnade.

In einer Reihe von neutestamentlichen Gleichnissen werden land- bzw. hauswirtschaftliche Situationen vorgeführt, um die Wirklichkeit der Gottesherrschaft zur Sprache zu bringen. Ebenso werden in den Pastoralbriefen für das Bischofsamt in den Gemeinden ökonomische Tugenden vorgegeben (vgl. 1 Tim 3,4; Tit 1,7). Wer sich einer ökonomischen Semantik bedient, kann damit wesentliche Inhalte des Evangeliums ansprechen. Schließlich wird gerade im Neuen Testament das göttliche Heilshandeln als Haushaltung (*oikonomia*) Gottes verstanden (vgl. Kol 1,25; Eph 1,10; 3,2). Entscheidend ist dabei, dass das eigene ökonomische Handeln nicht etwa einem religiösen Markt, sondern der göttlichen Ökonomie unterstellt wird. So sprechen es die erfolgreichen Knechte in dem oben genannten Gleichnis aus: *„Herr, dein Pfund hat zehn (bzw. fünf) Pfund eingebracht.“*

Wenn die „Kinder dieser Welt“ unter ihresgleichen tatsächlich klüger sind als die Kinder des Lichts, wie im Gleichnis vom unehrlichen Verwalter genannt (Lk 16,8), warum sollte man dann nicht für die Mitwirkung an der göttlichen Ökonomie von der Ökonomik dieser Welt lernen dürfen? Unter der Gottesperspektive kann unternehmerisches Handeln der Kirche bzw. ihrer Amtsträger angestrebt werden. Armselig wird Kirche nicht etwa dadurch, dass sie sich ökonomischer Begrifflichkeiten bedient, sondern wenn sie auf die Theologie, das heißt auf das Reden von Gott verzichtet.

Betrachtung - Handeln

Wenn es um die ökonomische Dimension innerhalb der Kirche geht, empfiehlt es sich in meinen Augen zwei Leitunterscheidungen zu beachten, nämlich die Unterscheidung zwischen Betrachtung (*contemplatio*) und Handeln (*actio*) sowie zwischen Verwaltung (*administratio*) und Unternehmung (*enterprise*).

„Maria hat das gute Teil erwählt; das soll nicht von ihr genommen werden.“ (Lk 10,42)

Dieses Herrenwort, das in der kirchlichen Auslegungstradition als Vorrang des betrachtenden Lebens (*vita contemplativa*) vor dem tätigen Leben (*vita activa*) gelesen wird, erinnert daran, dass die Kirche nicht im rastlosen Herstellen verwirklicht werden muss. Es wäre eine unerträgliche Zumutung Gottes, wenn Menschen, insbesondere kirchliche Amtsträger, ununterbrochen Kirche reproduzieren und gestalten müssten. Als Schöpfung des göttlichen Wortes (*creatura verbi*) verwirklicht sich Kirche nicht selbst, sie resultiert vielmehr aus dem geistgewirkten Hören auf das Evangelium. Kirche lässt sich eben nicht machen. Eine selbstverwirklichte Kirche wäre ein gnadenloses Unternehmen.

Die Kontemplation wird durch die Frage geführt: Was haben wir empfangen? Sie sucht im Evangelium das Proprium zu entdecken, nämlich die Verheißung Gottes in Jesus Christus, die Menschen nicht erfinden können. Auch wenn es längst klar zu sein scheint und im Bekenntnis formelhaft wiederholt wird, birgt das Evangelium Christi Gottes Geheimnis, das nicht sinnentleert werden kann. „O welch eine Tiefe des Reichtums, beides, der Weisheit und der Erkenntnis Gottes! Wie unbegreiflich sind seine Gerichte und unerforschlich seine Wege!“ (Röm 11,33) In diesem Sinn hat in der Kirche die Kontemplation Vorrang vor der Aktion. Für Pfarrerinnen und Pfarrer könnte Kontemplation bedeuten, zweckfrei die SCHRIFT zu lesen oder im Gebet zu verweilen. Wo die Aktion aus der Kontemplation erwächst, bestimmen weder Aktionismus noch Passivität das kirchliche Handeln. „Wir können's ja nicht lassen, von dem zu reden, was wir gesehen und gehört haben.“ (Apg 4,20) So verweigert sich Petrus vor dem Hohen Rat dem geforderten Stillhalteabkommen.

Verwaltung - Unternehmung

Wenn Handeln in Sachen Evangelium gefordert ist, lässt sich eine zweite Leitunterscheidung anführen, die Unterscheidung zwischen Verwaltung und Unternehmung. Beide Handlungsformen lassen sich ökonomisch bestimmen. Der Begriff der Verwaltung ist im pastoralen Kontext geläufig, schließlich obliegt dem institutionellen Amt nach CA V bzw. XIV die Wortverkündigung und die Sakramentsverwaltung. Die Institution des Predigamtens bzw. die Verwaltung der Sakramente durch eine Amtsperson haben eine statische Dimension. Nicht umsonst besteht für den Pfarrer bzw. die Pfarrerin innerhalb der jeweiligen Pfarodie eine Residenz- bzw. Präsenzpflcht. Wo etwas verwaltet wird, wird das Augenmerk auf den Bestand gerichtet. So definiert das „Lexikon zur Soziologie“ (2. A., 1978) den Begriff „Verwaltung“ als „allgemeine Bezeichnung für die überwachende, disponierende Tätigkeit im Umgang mit Gütern, Tätigkeiten und Leistungen, die nach vorgefaßten Regeln geplant und stetig abläuft.“ (S. 838)

Das Ethos eines pastoralen Verwalters findet sich im Neuen Testament vor allem in den Pastoralbriefen, wo die Amtstätigkeit auf die Gemeinde als „Haus Gottes“ (1 Tim 3,15) ausgerichtet ist. Dem Ethos des Verwalters entspricht im wesentlichen die Ordinationsverpflichtung, wenn die Ordinandin ihre Bereitschaft erklärt, „das Amt, das mir anvertraut wird, nach Gottes Willen in Treue zu führen, das Evangelium von Jesus [183] Christus, wie es in der Heiligen Schrift gegeben und im Bekenntnis unserer evangelisch-lutherischen Kirche bezeugt ist, zu predigen, die Sakramente ihrer Einsetzung gemäß zu verwalten, das Beichtgeheimnis und die seelsorgerliche Verschwiegenheit zu wahren und mich in allen Dingen so zu verhalten, wie es meinem Auftrag entspricht.“

Eine pastorale Administration versorgt auf geregelte Weise Gemeindeglieder mit den Heilmitteln (*media salutis exhibitiva*) bzw. nichtsakramentalen Amtshandlungen wie Trauung, Bestattung oder Konfirmation. Administratives Handeln in der Kirche ist entweder

örtlich und zeitlich geregelt, vor allem als sonntäglicher Gemeindegottesdienst oder geschieht kasual auf Anforderung. In beiden Fällen besteht eine „Komm-Struktur“. Kirchenglieder müssen auf den Amtsträger zukommen, damit dieser wiederum ihnen etwas administrativ zukommen lassen kann.

Was sich in Analogie zur öffentlichen Verwaltung beschreiben lässt, darf nicht als geistlos abqualifiziert werden. Eine pastorale Verwaltung hat ihre eigene Spiritualität. Wer als GemeindepfarrerIn auf menschenfreundliche Weise und in Treue zu ihrem Ordinationsauftrag die öffentliche Wortverkündigung, Sakramentsverwaltung, Liturgie, Katechese, Seelsorge, Gemeindeleitung und den Kasualdienst gekonnt versieht, kann als untadelige „Haushalterin Gottes“ (Tit 1,7) gelten und ist ihres Lohnes wert.

Wer unternimmt, gewinnt

Eine ordentliche Verwaltung ist die Grundlage des pastoralen Handelns. Aber das Handeln innerhalb der Kirche kann sich nicht in einer Angebotsverwaltung erschöpfen. Die Kirche hat einen Sendungsauftrag des auferstandenen Christus, der sich nicht in administrativem Handeln fassen lässt: *„Mir ist gegeben alle Gewalt im Himmel und auf Erden. Darum gehet hin und machet zu Jüngern alle Völker: Taufet sie auf den 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.“* (Mt 28,18-20) Die Sendung steht einer ökonomischen Logik der Verwaltung entgegen: Nicht etwas Bestehendes verwalten und auf Anforderung zuteilen, sondern etwas unternehmen, um zu gewinnen.

Unternehmerisches Handeln in der Kirche ist wie jedes unternehmerische Handeln gewinnorientiert. Im Unterschied zu einem Wirtschaftsunternehmen kann jedoch die Kirche keinen in Geld zu bewertenden Gütergewinn bilanzieren. An Stelle einer Mehrung irdischer Güter tritt die bestmögliche Kommunikation des Evangeliums. Unternehmerisch Handeln in der Kirche heißt mit Paulus Menschen für das Evangelium von Christus zu gewinnen suchen (vgl. 1 Kor 9,19-23). Dieses unternehmerische Handeln findet unter der göttlichen Ökonomie statt, wie sie im Brief an die Epheser angesagt ist: *„Gott hat uns wissen lassen das Geheimnis seines Willens nach seinem Ratschluss, den er zuvor in Christus gefasst hatte, um ihn auszuführen, wenn die Zeit erfüllt wäre, dass alles zusammengefasst würde in Christus, was im Himmel und auf Erden ist.“* (Eph 1,9f)

Durchsetzung von Neuerungen

Sind die theologischen Prämissen geklärt, kann gefragt werden, worin die Kirche in ihrem unternehmerischen Handeln von der Profanökonomie lernen kann. Dazu ist es hilfreich, Joseph Schumpeters Theorie des Unternehmertums in Betracht zu ziehen, wie sie dieser in seiner „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ (4. A., 1934) beschrieben hat. Nach Schumpeter ist die Durchsetzung von Neuerungen die genuine Funktion von Unternehmern. Neuerungen und Weiterentwicklungen innerhalb einer Volkswirtschaft werden in der Regel nicht durch neue Bedürfnisse seitens der Konsumenten, sondern primär auf der Seite der Produzenten generiert. Entscheidend ist hierfür die neue Kombination der einzelnen Produktionsmittel.

Diese Neukombination kann nach Schumpeter folgende fünf Fälle umfassen: die Erzeugung und Durchsetzung neuer Produkte oder neuer Qualitäten von Produkten, die Einführung neuer Produktionsmethoden, die Durchführung von Neuorganisationen, die Erschließung neuer Absatzmärkte und die Erschließung neuer Bezugsquellen. Schumpeter sieht in den Un-

ternehmern im Unterschied zu den Kapitalgebern die Wirtschaftssubjekte, „deren Funktion die Durchsetzung neuer Kombinationen ist und die dabei das aktive Element sind.“ (S. 111) In dieser Funktion unterscheidet sich ein Unternehmer von Verwaltern, die etwas Vorhandenes in einem Gleichgewichtszustand, also statisch bewirtschaften.

Der Unternehmergewinn als Innovationsprofit resultiert nach Schumpeter aus Unternehmerfunktion. Ist diese erfüllt, wird der Unternehmergewinn hinfällig. „Er haftet an der Neuschaffung, an der Realisation von Entwicklungswerte, des Wertsystems der Zukunft.“ (S. 236) Volkswirtschaft sieht Schumpeter den Unternehmergewinn als die wichtigste Quelle der Vermögensbildung an. Insofern ist der Unternehmer mit der Durchsetzung von Neuerungen maßgeblich an der Prosperität einer Volkswirtschaft beteiligt.

Das Evangelium neu entdecken

Wird unternehmerisches Handeln als innovatorisches Handeln bestimmt, das zu gewinnen sucht, lässt sich fragen, welche Innovationen innerhalb der Kirche angebracht sind. Da das Evangelium kein Produkt der Kirche ist, sondern ihr vielmehr in der Überlieferung vorgegeben ist, kann es keine Produktinnovation im eigentlichen Sinne geben. Dennoch kann die Rezeption innovatorische Züge aufweisen, wenn nämlich innerhalb der Tradition das Evangelium für die Gegenwart neu entdeckt wird. Ein anderes, vermeintlich neues Evangelium würde allerdings die Kirche außerhalb der göttlichen Heilsökonomie stellen und [184] damit bei Gott obsolet machen. Innovatorisches Handeln ist daher vor allem im Hinblick auf die Kommunikation des Evangeliums angebracht.

Gefragt sind also neue Kommunikationsformen, neue Kommunikationsmedien oder Kommunikationsorte: Wie kann das Evangelium von Christus neu kommuniziert werden, so dass es für möglichst viele Menschen gewinnend ist? Wo lassen sich Menschen in ihrer Lebenssituation so treffen, dass ihnen das Evangelium eine neue, heilvolle Zusage Gottes ist, im Anschluss an die Verkündigung Jesu: *„Die Zeit ist erfüllt und das Reich Gottes ist herbeigekommen. Tut Buße und glaubt an das Evangelium!“* (Mk 1,15) Unter kommunikationstheoretischen Gesichtspunkten gilt es die Differenzqualität des Evangeliums zu applizieren, entsprechend dem Diktum Gregory Batesons „Information is a bit of difference, which makes a difference“.

Jenseits eines parochial-administrativen Handelns lassen sich gegenwärtig eine ganze Reihe von Innovationen in der Kirche aufzählen, so z. B. neue Gottesdienstformen wie die Thomasmesse, Krabbelgottesdienste, GoSpecial oder Seelsorge- und Verkündigungsprojekte im Internet. Sie alle lassen sich dem einen Ziel zuordnen, Menschen für das Evangelium Jesu Christi zu gewinnen. Insofern hat unternehmerisches Handeln als „Evangelisation“ einen missionarischen Anspruch, ohne dass es auf einen evangelikalen Ansatz beschränkt werden muss.

Kein Novum für die Kirche

Der Fokus unternehmerischen Handelns liegt nicht auf einer wie auch immer gearteten Kreativität, sondern auf der Umsetzung von Neuerungen. Nicht die *Idee* an sich, sondern deren *Realisation* zählt. Unternehmerisches Handeln stellt für die Kirche kein Novum dar. Vielmehr lassen sich auch in der Vergangenheit zahlreiche kirchliche Unternehmungen benennen, beispielsweise die Bettelorden zu Beginn des 13. Jahrhunderts, die Jesuiten-Mission in China im 16. Jahrhundert, das Aufkommen von Bibel- und Missionsgesellschaften Anfangs des 19.

Jahrhunderts, die Gründung der „Inneren Mission“ in der Mitte des 19. Jahrhunderts oder der Beginn einer kirchlichen Jugendarbeit am Ende des 19. Jahrhunderts.

Es wäre ein Missverständnis, sollte in der Kirche unternehmerisches Handeln an Stelle des administrativen Handelns treten. Das beständige Moment der Administration, das vor allem in den örtlichen Pfarrstellen sichtbar wird, ist und bleibt die Grundlage pastoralen Handelns. Unzulänglich ist das administrative Handeln nur dann, wenn es keinen Raum für Innovationen lässt. Die (pastorale) Administration lässt sich innerhalb der Kirche immer weiter ausdifferenzieren und verfeinern, ohne dass dadurch etwas bzw. jemand gewonnen wird. Wo Kirche auf zuteilende Verwaltung fixiert ist, kann leicht eine resignative Grundhaltung Raum gewinnen. Schließlich nehmen trotz Ausdifferenzierung immer weniger Menschen das kirchliche Angebot in Anspruch. Von daher gilt es, Freiräume für unternehmerisches Handeln schaffen und dazu möglicherweise das administrative Angebot zu verschlanken.

Problem: Keine Ergebnis-Orientierung

In seinem Buch „Innovation and Entrepreneurship“ (1985) widmet sich der austro-amerikanische Management-Lehrer Peter F. Drucker in einem Kapitel explizit dem unternehmerischen Handeln in öffentlichen Einrichtungen und wohltätigen Organisationen (*public-service institutions*). Er nennt dabei drei Gründe, die innovatorisches Handeln in diesen Einrichtungen im Unterschied zu Wirtschaftsunternehmen erschweren: Zum einen liegt bei den öffentlichen Einrichtungen eine Budget-Orientierung und weniger eine Ergebnis-Orientierung vor. Je umfangreicher die eigenen Bemühungen und Aktionen sind, umso größer wird das eigene Budget sein. „Erfolg“ wird in öffentlichen Dienstleistungen über die eigene Budget-Größe und weniger über das Erzielen von Ergebnissen definiert. Dies hat wiederum zur Folge, dass die Rücknahme von (erfolglosen) Aktivitäten und Bemühungen bei diesen Einrichtungen zu Status- bzw. Prestigeverlusten führen würden und daher vermieden werden. Zum zweiten ist eine Dienstleistung in ihren Handlungen abhängig von einer Vielzahl von Interessenskreisen/-gruppen (*constituencies*), während ein Wirtschaftsunternehmen nur auf Kunden (*customers*) hin ausgerichtet ist. Startet eine Dienstleistung mit einer Aktivität, schafft sie sich damit einen Interessenskreis (*constituency*), der dann gegen eine geplante Aufgabe oder Modifikation des betreffenden Programmes in aller Regel erfolgreich sein Veto einlegen wird. Eine Dienstleistung kann daher nicht frei über die eigenen Aktivitäten und Programme disponieren. Sie ist vielmehr bestrebt, es allen Recht zu machen, so dass eine Fokussierung auf Innovationen unterbleibt. Schließlich nennt Drucker als gewichtigsten Hinderungsgrund die ausschließliche moralische Evaluierung von Aktivitäten an Stelle einer ökonomischen. Man begnügt sich mit dem gut Gemeinten und verschließt sich der ökonomischen Rationalität einer Ertragssteigerung.

Um in Dienstleistungen Innovationen zu ermöglichen, nennt Drucker vier unternehmerische Verfahrensweisen (*entrepreneurial policies*). Zum ersten benötigen sie eine klare Definition des eigenen existenzberechtigenden Auftrages, der sich weniger an Programmen und Projekten als vielmehr an einem Zweck(-gegenstand) auszurichten hat. Zum zweiten sollten Handlungsziele realistisch gehalten sein, so dass sie erreichbar bzw. überprüfbar sind. Schließlich sollte eine fehlende Zielerreichung dazu führen, dass eigene Zielsetzungen auf deren Realisierungsfähigkeit hin kritisch überprüft werden. Zuletzt sollten diese Organisationen in ihre Praxis eine andauernde Suche nach innovatorischen Gelegenheiten integrieren. [185]

Ziel: Menschen für das Evangelium gewinnen

Wenn unternehmerisches Handeln in der Kirche darauf ausgerichtet ist, Menschen für das Evangelium Christi zu gewinnen, kann aus heuristischen Gründen profanökonomische Modelle und Begrifflichkeiten auf die Kirche angewandt werden. Wird bewusst eine gesellschaftliche Binnenperspektive eingenommen und damit die göttliche Heilsökonomie außer Acht gelassen, kann beispielsweise von „Kirchenmarketing“ die Rede sein. Warum nicht – vielleicht sogar mit einem listigen Augenzwinkern - unter „weltlicher Sichtweise“ (*sub specie mundi*) Kirche als Unternehmen zu beschreiben, das auf einem gesellschaftlichen Religionsmarkt ein Sinnstiftungsgut namens „Evangelium“ professionell vertreibt und damit neue „Glaubenskunden“ gewinnt. Man fingiert also Kirche als profitorientiertes Religionsunternehmen, um am Modell eines Wirtschaftsunternehmens für das eigene unternehmerische Handeln zu lernen. Diese Sichtweise gilt natürlich bei Gott nicht für die Ewigkeit. Gotterbärmlich wird es nur dann, wenn man an die eigene Fiktion eines religiösen Dienstleistungsunternehmens glaubt und dabei die theologische Semantik zu religiösen Chiffren verkommen lässt. Diese Sichtweise lässt von Gott nichts erwarten, da sie nicht die göttliche Heilsökonomie aufnehmen kann.

Unternehmung als Lernaufgabe

In der Pastoral Ausbildung wird vorwiegend administratives Handeln erlernt: Wie hält man Gottesdienst, Trauungen, Taufen, Beerdigungen oder eine Religionsstunde? Wie führt man pfarramtliche Geschäfte, Kirchenbücher oder Seelsorgegespräche? Für administratives Handeln lassen sich die jeweiligen Regeln anführen und einüben. Was aber mit einem innovatorischen Handeln? Glaubt man Peter F. Drucker, verdankt sich unternehmerisches Handeln nicht der Genialität außergewöhnlicher Menschen, sondern lässt sich wie andere Praktiken regelgeleitet erlernen. Hierbei sind eine Reihe von Managementpraktiken aus der Profanökonomie hilfreich, wie zum Beispiel Dienstleistungsmarketing, Qualitätsmanagement, strategische bzw. operative Planung und Kontrolle, Organisationsgestaltung bzw. Organisationsentwicklung, Personalmanagement bzw. Personalentwicklung oder Projektmanagement. Diese Praktiken müssen in der Praxis erlernt und eingeübt werden. Hierzu wäre ein eigenes Fortbildungskonzept „Unternehmerisch Handeln“ für die Pfarrdienst überlegenswert. In solch einem Konzept ließen sich ein Volontariat in einem Wirtschaftsunternehmen, Unterweisung in Managementpraktiken und ein Praxisprojekt innerhalb der Kirche kombinieren. Vielleicht könnte durch eine unternehmerische Neuausrichtung des Pfarrdienstes die Attraktivität des Pfarrberufes für die nachwachsende Generation gesteigert werden.

Herausforderung für die Zukunft

Ist unternehmerisches Handeln in der Kirche darauf ausgerichtet, Menschen für das Evangelium Christi zu gewinnen, kann sich in der Praxis Mißerfolg einstellen. Eine Erfolgsgarantie nach dem Schema: Halte Dich an die Regeln, und Du wirst Erfolg haben, gibt es nicht. Gerade im Bereich der Profanökonomie suchen eine Vielzahl von Büchern mit einer Story des selbstgemachten Erfolgs (*selfmade success*) zu blenden. Man kann sich durchaus über Erfolgsgeschichten in Sachen Evangelium freuen, mit Paulus gesprochen: „*Darum danken wir auch Gott ohne Unterlass dafür, dass ihr das Wort der göttlichen Predigt, das ihr von uns empfangen habt, nicht als Menschenwort aufgenommen habt, sondern als das, was es in Wahrheit ist, als Gottes Wort, das in euch wirkt, die ihr glaubt.*“ (1 Thess 2,13)

Gott sei gepriesen, wenn Menschen mit unterschiedlichsten Biografien, in unterschiedlichsten Lebenssituationen durch unternehmerisches Handeln, beispielsweise durch eine Evangelisation, für das Evangelium Christi gewonnen werden. Aber die Erfahrung zeigt, dass es neben dem Erfolg auch den Mißerfolg oder gar das Scheitern einer Mission gibt. Auch wenn es uns nicht ansteht, abschließend Bilanz zu ziehen, dürfen wir das eigene Verlustgeschäft beklagen. *„Hilf, HERR! Die Heiligen haben abgenommen, und gläubig sind wenige unter den Menschenkindern.“* (Ps 12,2) Über die Gottlosigkeit der Welt lässt sich trefflich lamentieren.

Die Lamentation mag ihre Berechtigung im Rückblick haben, nach einem erfolglosen Unternehmen, nachdem man sich als Pfarrerin oder Pfarrer in ihrem bzw. seinem unternehmerischen Handeln verausgabt hat. Eine Klage über den gesellschaftlichen Bedeutungsverlust von Kirche bzw. über die abnehmende „Kirchlichkeit“ ist jedoch dann unangebracht, wenn sie die fehlende Eigeninitiative in Sachen Evangelium oder Mission zu entschuldigen sucht. Ich sehe unternehmerisches Handeln in unserer Kirche als die Herausforderung für die Zukunft, ein Handeln wohlgemerkt, das sich in den Dienst der Heilsökonomie Gottes stellt, indem es Menschen für das Evangelium Christi zu gewinnen sucht und dabei auf das Wirken des Heiligen Geistes vertraut. Dem unternehmerischen Handeln als Aktion geht die Kontemplation, die sich auf die Verheißung Gottes in Jesus Christus ausrichtet, voraus. Unternehmerisches Handeln ergänzt das beständige, administrative Handeln um das dynamische Moment, entsprechend der Zusage, die der auferstandene Jesus seinen Aposteln gegeben hat: *„Ihr werdet die Kraft des Heiligen Geistes empfangen, der auf euch kommen wird, und werdet meine Zeugen sein in Jerusalem und in ganz Judäa und Samarien und bis an das Ende der Erde.“* (Apg 1,8)

Quelle: *Nachrichten der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern*, 57. Jahrgang, Nr. 6, Juni 2002, 181-186.