

# Predigt „Public Relations der Heiligen Nacht!

außer der Reihe; Mitternachtsgottesdienst

gehalten von Frank Sieckmann, Stieghorst am 24.12.2011

Liebe Nachtgemeinde,

wenn man sich die Weihnachtsbegebenheit in der Bibel anschaut, dann drängt sich der Gedanke auf, dass da eine begnadete PR-Kampagne begegnet

Wenn dabei zuerst die Kniffe der Werbefutzi einfallen, uns das Geld für Unsinniges aus der Tasche zu ziehen, ist das nur ein Zerrbild von PR. Auch die Nebelschwaden, mit denen uns Regierungs- und sonstige Sprechergilden das Hirn verräuchern, sind nicht gemeint. PR, Public Relations, das ist die Kunst, eine Beziehung auf zu bauen, eine vertrauensvolle Beziehung. Wahrhaftige PR geht so, wie es Weihnachten vormacht. Es geht es darum, eine tragfähige Beziehung her zu stellen, zwischen Gott und Mensch, und sie dann wahrhaftig zu gestalten. Das ist Kern und Ziel der Heiligen Nacht. Eben Public Relations im Wortsinn, pure und aufrechte Beziehungsarbeit.

Dabei gilt es, mehrere Gesetzmäßigkeiten zu beachten, die als markige Merksprüche auf dem Gottesdienstblatt nach zu lesen sind:

„Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Zusammen mit dem nächsten Satz „Wer alle sagt, meint keinen“ ist das die Frage nach der Zielgruppe. Auf wen zielt Gott mit der Geburt Jesu eigentlich? An wem muss sich die Strategie ausrichten?

Grenzen wir das mal ein: Gemeint sind nicht die Religionsprofis und das Tempelmanagement. Die fanden es eher lästig, dass Jesus Sand ins Getriebe ihrer Ritualmaschine streute. Auch die an oberen Ende der sozialen Nahrungskette fanden es unerträglich, dass Gott nicht von oben herab handelte. Die Fanatiker wiederum misstrauten seiner Weitherzigkeit und seinem Verständnis. Ein Gott müsse eine klare Linie ziehen.

Aber wer bleibt da noch? Es bleiben die, die nichts mehr erwarten, denen die Enttäuschung jede Hoffnung verbrannt hat. Es bleiben, die seelisch eingeknickt sind, die man nicht wieder hochkommen lässt und noch mit Verachtung straft. Das ist die Zielgruppe, die Gott mit der PR-Kampagne Weihnacht im Blick hat. Zu ihnen will er Beziehung knüpfen.

Wer das aber schon mal versucht hat, der weiß, wie schwierig das ist, durch Hoffnungslosigkeit hindurch zu dringen. Da hilft nur Sanftheit, Geduld, erst mal Verstehen, bevor es ans Reden geht. Und genau das tut Gott. „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Die Zielgruppe bestimmt das Vorgehen bei der Kontaktaufnahme. Erst Vertrauensbeweise, bevor man auf Vertrauen bauen kann. Zuerst tief in die Welt der Angesprochenen eintauchen, einer von ihnen werden, bevor ich mit Zutrauen rechnen kann.

Welch begnadete Entscheidung Gottes, nicht ganz einfach zu erscheinen, sondern sich in diese Welt hinein gebären zu lassen. Kein Auftritt mit Donnerhall, keine dröhnende Stimme aus den Wolken. Sanft taucht Gott in die Welt der Ausgegrenzten ein. Und er bewahrheitet damit von vornherein, was Vertrauen schafft: Ihr seid mir wertvoll. Ihr seid mir den Himmel wert, den ich für Euch aufgegeben habe. Ihr seid mir das Leben wert, das ich für Euch aufs Spiel setze. Ihr seid mir Beachtung wert. Denn ich betrachte Euer Schicksal nicht von außen, wie es die anderen tun, die Verständnis nur heucheln. Ich teile Euer Leben so, wie es ist, armselig, durch Unrecht beschnitten, ausgeliefert dem Spiel der Mächte. Die Wahrheit Eures Lebens gilt mir alles.

„Die Wahrheit, die Wahrheit und nichts als die Wahrheit.“ Das ist es ja gerade, was wir so häufig und so schmerzlich vermissen, dass einer das wirklich so meint, wie er es sagt. Dass einer das tut, was er vorgibt, und das sagt, was er tut. Ich erspare uns abschreckende Beispiele aus jüngerer oder älterer Vergangenheit. In der Krippe jedenfalls liegt einer, der durch und durch wahrhaftig ist und dadurch zu wahrhaftiger Beziehung einlädt.

Aber schauen wir uns konkret an, wie die Kampagne läuft. Die erste Hürde ergibt sich durch die Entscheidung, geboren zu werden. Dafür braucht es nämlich eine Familie, Vater und Mutter. Und

die in die Kampagne einzubinden, stellt sich schwieriger dar, als man annehmen konnte. Denn weder Vater und Mutter sind bereit dazu, den Gottessohn auf zu ziehen. Ist auch verständlich: Ein Kind zu erziehen, ist schon schwierig genug. Aber wie erzieht man einen Gott? Maria hält sich für unwürdig. Joseph bekommt es ganz einfach nicht sein Weltbild, dass er Vater des Göttlichen sein soll. Da brauchte es viel Überzeugungskraft. Gabriel, der Botenengel muss beide aufsuchen, sich richtig ins Zeug legen, um sie mühsam in das Geschehen ein zu binden.

Nachdem das geschafft ist, türmt sich die nächste Aufgabe auf. Die Kampagne hat natürlich das Ziel der Verbreitung. Denn auch für Gott gilt die PR-Regel: „Tue Gutes und rede darüber.“ Sonst verpufft es.

Also muss jetzt Weite in die Sache, um die Zielgruppe zu erreichen, bevor man sie überzeugen kann. Einmal gelingt es auf Anhieb, weil es gut gemacht ist. Ein anderes Mal scheitert es fast, weil man Entscheidendes nicht beachtet hat.

Fangen wir mit dem Missgeschick an. Es soll doch etwas Glamour ans Ganze, etwas Weltläufiges. Gebildete sollen ans Geschehen geführt werden. Der Köder ist schnell gefunden: Ein kosmisches Ereignis, ein Stern soll Interesse wecken. Tut er auch. Denn er spricht die Zielgruppe der Strategie an. Aber er weckt falsche Vorstellungen, eine falsche Erwartung. Und prompt verlaufen sich die Weisen in den Königspalast.

Die andere Strategie aber geht voll auf, weil sie schlüssig ist. Die Hirten auf dem Feld sind die angemessenen Adressaten der Gottesgeburt. Denn sie stammen mitten aus der Zielgruppe. Und sie werden genau dort angesprochen, wo sie leben, an Ihrem Arbeitsplatz, ihrem Lebensort fern des städtischen Getümmels. Dort erreicht sie die Botschaft, die Hand und Fuß bekommen hat: Euch ist heute der geboren, der euer Leben weit und leicht macht. Und als Beweis, dass sie gemeint sind, zählen die Engel auf: Es ist ein Kind. Es liegt dort, wo Euer Leben ankert, in einem Stall. Es dröhnt Euch nicht die Ohren voll. Es liegt nur da, in Windeln. Ihr braucht keine Angst zu haben. Denn er will Euch keine Angst machen.

Alles richtig gemacht, alle Grundsätze der PR beachtet. Das ist schlüssig, da sind Botschaft und Wirklichkeit so nah beisammen, dass sich die Truppe gleich auf den Weg macht. Und die Hirten erleben, was Gott im Kern vorhatte. Sie sind so davon beeindruckt, dass diese grobschlächtigen Männer in ihr neues Leben hinein tanzen und singen. Der Himmel schlägt sich auf die Schenkel: Voller Erfolg.

Sie haben es auf Anhieb verstanden: Der Kern des Weihnachtsgeschehens ist Erleichterung. Die, die unter der Last der Wirklichkeit ächzen, die durch Unrecht und Missachtung niedergedrückt sind, die ohnmächtig in menschengemachtem und schicksalhafterm Leid gefangen sind, bekommen das, was es leichter macht: Beachtung, Solidarität des Schöpfers, einen, der sich auf ihre Seite schlägt. Sie bekommen Würdigung, weil ihr Leben Gott das Leben wert ist. Keine Sonntagsreden, keine Vertröstung. Da handelt einer, von dem sie glaubten, er hätte sie längst aufgegeben.

Es wächst Beziehung, die der Wahrheit standhält. Keine Führer, der Unterwerfung fordert, sondern ein Begleiter, von Anfang an bis zum bitteren Ende.

Da ist kein Grund mehr für Zweifel und Misstrauen. Da muss man die Mauer nicht mehr hochhalten, um Enttäuschung zu vermeiden. Kein „selbst schuld“, kein „geschieht dir ganz recht!“ Kein trostloses „Kopf hoch, wird schon wieder“. Kein kaltherziges „besser du als ich“. Sondern: „Ich will so leben, wie du lebst, um jeden Preis.“ Da kann man ganz einfach an die Krippe treten und alles ablegen, was die Seele schwer macht.

Erleichterung halt, dass das hier nicht alles gewesen ist. Erleichterung, dass es da einen guten Willen gibt, der mich in sich einbettet. Erleichterung, dass alles, was dem widerspricht, nur trügerischer Schein ist.

Erleichterung, das ist das Programm der Heiligen Nacht. Und es hält jeder Nachfrage stand. Denn es ist genau das, was es zu sein scheint, nicht mehr, aber auf keinen Fall weniger.

Das kostet Gott zwar die göttliche Distanz, seine Unberührbarkeit. Jeden aber, der sich angespro-

chen fühlt, erhebt es ein Stück in den Himmel. Und das ist dann wirklich ein Grund zum Feiern, ein Grund aus vollem Herzen Multiplikator zu werden und Teil der PR-Kampagne, die damals in Bethlehem begann.

Amen.