

So wurde gestritten, wer denn den größten hat: Weihnachtsbaum natürlich.
DAS Kennzeichen unseres eben darum berühmten Dortmunder Weihnachtsmarktes.
Denn der Dortmunder Weihnachtsmarkt ist eine Marke: Eine Weihnachtsmarktmarke.

Nicht, dass die Menschen aus Holland und Belgien,
plötzlich in Herne von der Autobahn abbiegen.
weil man ab kommendem Jahr,
nicht mehr auf direktem Weg durch Essen fahren kann,
- zumindest nicht mit nem Diesel -
sondern nur noch über die A42.
Wenn da mal nicht die Herner dahinter stecken.

Eigentlich passend, für das Kommen eines Königs:
Glitzer und Glamour, Markttreiben, der größte Weihnachtsbaum der Welt.

Alle Jahre wieder...
Viele können es kaum erwarten, dass es endlich soweit ist
und manche kaum, dass es wieder vorbei ist.

Ist das nicht die anstrengendste weil vollste Zeit für Pfarrer?
Werde ich oft gefragt. Aber warum eigentlich - sind doch alle beschäftigt,
wer braucht da noch Pfarrer...

Darum war ja auch noch Zeit für den Impulstag für Gemeindeleitungen des Landesverbandes
NRW,
mit dem Thema: Sonntag, 10 Uhr Gottesdienst, was sonst...?
Was wir gewohnt sind und was sich bewährt hat,
wohin man gerne und gerne wieder kommt,
vertraute Menschen,
vertraute Texte, Worte und Lieder,
wohltuend,
dazu ein wenig Nachdenkliches über Gott und die Welt.

Andere feiern anders Gottesdienst als wir,
aber die meisten Gottesdienste sind erkennbar.
Es ist nicht schwer, sich zu orientieren,
ob man nun in einem evangelischen, katholischen, freikirchlichen Gottesdienst ist
— oder in einem pfingstlerischen.

Gottesdienst, das ist so etwas wie unsere Marke.
Das jedenfalls war das Thema des Workshops, den Gerlinde Wentzel und ich
auf dem Impulstag gestern angeboten haben.

Allerdings ging es den meisten der Anwesenden gestern
gar nicht unbedingt um die Selbstversicherung des Bewährten,
des nicht nur alle Jahre,
sondern alle Sonntage wieder,
an denen Jesus Einzug hält und wir mit ihm
in die mauerbewehrte heilige Stadt, wo Gott wohnt und schon auf uns wartet,
dass wir ihn ordentlich anbeten, mit Musik umschmeicheln
und uns zum Preis dafür
ein paar Mahnungen mitgeben lassen
— natürlich nicht,
ohne am Ende mit seinem Segen nach Hause zu gehen...

Der Gottesdienst als Marke:

Manche wollten gerne wissen, wie ein cooles neues Produkt aussehen muss, damit die Leute darauf abfahren, statt zunehmend abzufahren, aus den vertrauten Gottesdienstformaten.

Im Prinzip gab es gestern zwei Positionen, die auf diese Erfahrungen reagieren:
die erste lautet:

wie schaffen wir es, dass Leute zu uns kommen,
um sie dann so zu formatieren, dass sie so werden wie wir früher auch waren...

die zweite lautet:

wie schaffen wir es, den Gottesdienst zu einem Erkennungszeichen zu machen,
das sich von anderen unterscheidet, zu einem Gottesdienst der Attraktionen.

Ich weiß nicht genau, ob ich der Richtige für den Workshop war,
denn weder vertrete ich eine Gemeinde, die sich vor Zustrom kaum retten kann
und die darum fragen muss:

Gottesdienst? Welchen von unseren Sonntagsgottesdiensten meinst Du eigentlich?
noch bin ich jemand, der auf Marketingstrategien setzt,
außer ab- .
Also sich abzusetzen davon.

Was also mache ich da, harmloser Kinobesucher zwischen 148 Rockern, oder was?

(Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=Oo4my0e3VaY>)

Aber ist es so falsch, sich als Marke zu verstehen?

Hat unser Frühstücksgottesdienst mit „Heaven&Breakfast“ nicht sogar einen Markennamen,
oder die Haltestelle?

Laut dem Online-Lexikon Wikipedia steht eine Marke

für alle Eigenschaften, mit denen Objekte sich von konkurrierenden Objekten unterscheiden.

(Quelle: [https://de.wikipedia.org/wiki/Marke_\(Marketing\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Marke_(Marketing)))

Darum haben wir in Dortmund den größten Weihnachtsbaum der Welt und finden's doof,
wenn die in Herne auch einen größten Weihnachtsbaum der Welt haben.

Weil, dann ist Ende mit der Unterscheidung.

Schon mal was von Markenschutz gehört? Wir sind hier schließlich nicht in China. Spielverderber.

Aber mit den Marken ist das ja so eine Sache: Da gibt es

Hundemarke - Polizeimarke - Rabattmarke

und

Billigmarke oder Premiummarke,

Dienstleistungs-, Hersteller- oder Warenmarke,

lokal, regional, überregional, global...

coole Marken und bewährte Marken...

welche davon hätten wir denn gern?

Und werden wir nicht längst gemessen, wie andere Produkte auch?

Nach Nutzen, Qualität und Kosten (Zeit und Geld)?

Umgekehrt müssen wir investieren:

Zeit, Kraft, Gebet...

Dennoch tue ich mich schwer damit,

Jesus wie ein Wellness- oder Sinnstiftungsprodukt zu verkaufen,

und dafür auch den Gottesdienst zu einem Produkt zu machen.

Selbst, wenn das für eine Zeit erfolgreich sein könnte - wie ja auch immer schon gewesen ist.

Ich wehre mich gegen die Warenförmigkeit des Angebots der Liebe Gottes,

selbst wenn es auf den Markt und in die Gassen gehört,

und selbst wenn wir im Gottesdienst eine Kollekte einsammeln,
selbst wenn wir um die Freizeit und die Aufmerksamkeit konkurrieren:
Denn die Konkurrenz, die Unterscheidungs- oder Alleinstellungsmerkmale,
haben auch zu schmerzhaften Konflikten geführt.

Daher stehe ich für Ökumene statt Ökonomie,
für Ökologie und für den Neuen Weg,
nicht als Alternative *im* Marktgeschehen,
sondern als grundsätzliche Alternative *zum* Marktgeschehen.

Marke, BRAND, auf Englisch, also Brandzeichen:
Wer drückt oder was drückt uns da den Stempel auf?
Wir dem Markt oder umgekehrt?
Sind wir denn nicht mehr der Brief Christi (2. Kor 3,3),
sondern nur noch die Briefmarke?
Markenzeichen Jesu? Etikett Messias —
Das Jesuskind in der Krippe gibt's mittlerweile auch Made in China.

Ohne Frage:
Wenn wir hier in Eving oder von unseren Nachbarn gefragt werden:
Wann ist denn mal wieder Frühstücksgottesdienst,
habt ihr dieses Jahr gar keinen Winterspielplatz,
solltet ihr nicht mal wieder eine Haltestelle anbieten?

dann ist etwas gelungen.

Darum haben wir im Workshop ja auch gefragt:

Das *Was* ist klar: Gottesdienst.

Das *Wie* ist zu klären:

Welche Formen und Ideen und Merkmale gibt es, die zu uns passen,
die wir umsetzen können.

Aber das *WARUM* bleibt unklar, vielleicht,
weil wir zwischen ewigen Wahrheiten und Werten,
und dem inneren und äußeren Leidens- oder Erfolgsdruck vergessen,
was unser Warum ist und was das Warum unserer Nachbarn sein könnte.
Und wie wir uns, einander und unsere Nachbarn, hier Willkommen heißen:
in der lebendigen Gegenwart der Liebe Gottes,
selbst wenn wir manchen auf den ersten Blick wie eine Bande Rocker vorkommen,
oder wir uns umgekehrt fürchten, als wären wir im falschen Film -
den wir doch gemeinsam sehen wollen.

Wir sind
befähigt, von Gott zu sprechen, Gott zu feiern, Gott zu erkennen,
befähigt Anteil zu geben und zu nehmen, fürsorglich zu sein
befähigt, von Gott zu sprechen, Gott zu feiern, Gott zu glauben,
in Offenheit, in Liebe zu Gerechtigkeit und Freiheit

Im Gottesdienst kommt all das zusammen. In unseren Gottesdiensten,
in der vielfältigen Gestalt unserer Gottesdienste.

Wie sagte die Referentin gestern:

Ohne Kirche fehlt mir was,

In der Kirche fehlt mir erst recht was

und das ist das beste, was über Kirche gesagt werden kann:

So ist es!