

Prinzipien der Evangelisation

Referat, gehalten beim 11. Online-Forum von staonline
10. - 12. Februar 2006 im Bergheim Mühlenrahmede

von

Heinz Hopf, Pastor i. R., Tiefenbronn

Vorbemerkungen:

(1) Zum Umfang des Themas wäre zu sagen, dass es sich ohne weiteres für ein mehrbändiges Werk eignet. Erwartet also bitte nicht, dass ich es in den wenigen Minuten auch nur einigermaßen erschöpfend darstellen kann. Ich werde versuchen einzelne Punkte anzureißen, das Bild auszumalen, muss ich euch aber überlassen.

(2) Da es sich dabei um geistliche Einsichten handelt, nicht nur um formale oder professionelle Kenntnisse, brauchen wir dazu den besten Lehrer, der jemals über diese Erde ging. Wir können ihn auch heute noch einladen, gratis und ohne zeitliche Beschränkung:

Gebet

Mat 24,14 und Lk 19,10

„Und es wird gepredigt werden dies Evangelium vom Reich in der ganzen Welt zum Zeugnis für alle Völker.“

„Denn der Menschensohn ist gekommen, zu suchen und selig zu machen, was verloren ist.“

Diese beiden Texte zeigen die zwei Seiten der Evangelisation: Das Hinausposaunen vor den Massen der Menschen, zumindest zum Zeugnis und das Suchen einzelner Heilswilliger. Jesus hat diese zwei Seiten auch durch Gleichnisse deutlich gemacht: Säen (Ausstreuen des Samens, wobei nur wenig aufgeht) und Fischen (Menschenfischer).

Einleitung:

Wer heute über die Verbreitung von Informationen durch elektronische Medien spricht, liegt voll im Trend. Auch die Kirchen sind längst auf diesen Zug aufgesprungen und fahren munter mit. Allein in den letzten Wochen erschienen in ideaSpektrum mehrmals Artikel zu diesem Thema.¹ Auch wir STA sind dabei.²

Warum sollte nicht auch das Evangelium mittels dieses technischen Hilfsmittels ausbreitet werden? Wollen wir die guten Werkzeuge nur der Konkurrenz überlassen? Schon damals in alter Zeit benutzten die Apostel alle für sie zugänglichen Medien und Transportmittel. Wort und Schrift, Papyrus und Pergament, Wagen und Schiff.

I. Definition: Was wollen wir hier und heute unter Evangelisation verstehen?

Evangelisation ist ein vieldeutiger Begriff. Er kommt aus einer griechischen Wurzel: Evangelium = gute, frohe Botschaft. Es ist ein ausschließlich christlicher besetzter Begriff. Er bezeichnet den Vorgang der Ausbreitung, der Verkündigung dieser frohen Botschaft vom Erlösungstod und der Auferstehung des Herrn Jesus Christus, im weitesten Sinne.

Ähnlich wie das Wort „Kirche“, das angefangen von einem Bauwerk, über eine Ortsgemeinde, ein bestimmtes Glaubensbekenntnis, also eine Konfession, bis hin zur Gesamtheit aller Christen bedeuten kann, (wobei der jeweilige genauere Inhalt der Bezeich-

¹ Kommt das Internet-Kirchenmitglied? ideaSpektrum 47/2005

In die Internet.Kirche gehen? ideaSpektrum 2/2006

Massive Mission für den Islam im Internet. ideaSpektrum 4/2206

² ANN Bulletin, Adventist News Network, SDA Church World Headquarters, 29. 12. 2005 "First global Internet Evangelism Forum of SDA Church" (More than a 100 delegates from around the world...)

nung aus dem Zusammenhang hervorgeht, in welchem das Wort gebraucht wird) so wird auch der Begriff „Evangelisation“ sehr unterschiedlich verwendet:

Vortragsreihe über Glaubenslehren vor eingeladenen Zuhörern oder über moderne Medien (Satelliten-Ev.), jegliche Art von Bemühung Menschen für den christlichen Glauben zu interessieren und zu gewinnen durch vielerlei Aktivitäten und Angebote, die Gesamtheit aller dieser Aktionen global.

Die gemeinsame Schnittmenge all dieser Bedeutungen ist jedoch eindeutig: Menschen mit Christus bekannt zu machen und in eine persönliche Beziehung zu ihm zu führen.

Nachbarbegriffe: Mission, Seelengewinnung, Missionierung, Gemeindeaufbau, Lebenshilfe, Sozialdienst, u. a.

Wir wollen das Wort hier im umfassenden Sinn gebrauchen, nämlich jede Art von Haltung, Event, Aktion oder Unternehmung, die auf die Gewinnung von noch unbekehrten Menschen zu Nachfolgern Jesu Christi gerichtet ist.

II. Die Strategie: **Methoden und Wege der Evangelisation.**

1. Menschen suchen. Anekdote von Diogenes, der am hellen Tag mit einer Fackel über den Markt geht. Gefragt, was er denn hier mache, antwortet er: „Ich suche Menschen!“

Wo sind heute die Menschen? Unsere potentiellen Partner, Besucher, Gäste (oder „Kunden“(?), keinesfalls „Fremde“ (Das Wort offenbart ein Ghettondenken.) sind Entkirchlichte, Atheisten, Haltlose (die kreuz und quer surfen), oft auf den Porno-Seiten, aber auch Vorbereitete (die schon bei anderen religiösen oder gar kirchlichen Angeboten angeklickt oder angedockt haben), Neugierige, Problembeladene, in Lebenskrisen Steckende, Gelangweilte, Zufallsbesucher, usw.

Grundsatz: Menschen dort abholen, wo sie sind.

Wo sind sie denn? Es wäre gut möglich, dass wir da fischen, wo es nichts zu fangen gibt und dabei übersehen, wo reiche Beute zu machen ist. Zwei Mal wird uns im Evangelium von vergeblichen Versuchen des professionellen Fischers Petrus berichtet, Fische zu fangen, weil er dort das Netz auswarf, wo im Augenblick nichts zu holen war. Aber an der Stelle, die Jesus ihm anwies, gab es überreichlich Fische. Könnte es uns vielleicht ebenso gehen? Wir zielen oft auf die säkularen Menschen, die Entkirchlichten, die modernen Intellektuellen, die Zyniker und Gleichgültigen und fangen vielleicht fast nichts. Während andere Gemeinden ständig neue Bibelkreisteilnehmer aus enttäuschten Kirchenchristen, religiös Vorbelasteten und echten Suchenden gewinnen.

Welche Typen wir erreichen werden, hängt z. T. auch von uns selbst ab. Nicht jeder Mitarbeiter spricht jeden Menschentyp an. Kennst du deine Zielgruppe? Weißt du, welche Gesellschaftsschicht bei deinem Köder anbeißen wird? Bleib offen und lass dir vom Geist Gottes zeigen, welche Art der Darbietung am geeignetsten ist.

Ist jede *Methode* akzeptabel? Auch wenn sie den Grundsätzen des Reiches Gottes entgegen steht? (z. B. Soll man den Säufer mit Schnaps ködern? Den Sex-Abhängigen mit „flirty fishing“? nach David Moses) Als die Kirche anfang den Zweck die Mittel heiligen zu lassen, degenerierte die Gemeinde Jesu zur abgefallenen Volkskirche. (Wir STA kennen zahlreiche Beispiele aus der Kirchengeschichte, wie man klare Anweisungen Gottes missachtete, nur „...um die Heiden zu gewinnen!“)

Eine gute Absicht ersetzt nicht den Glaubensgehorsam. Wir müssen also prüfen, ob unsere Methode in Aufmachung, Stil und Inhalt den Maßstäben des Wortes Gottes entspricht.

Grundsatz: Verschiedene Wege erproben, solange sie biblisch vertretbar sind.

Suchen heißt leider auch anzuerkennen, dass viele Menschen trotz all unserer ausgeklügelten Strategien für das Evangelium unerreichbar bleiben. Das blieben sie sogar für Jesus! Nicht einmal er konnte alle seine Zeitgenossen gewinnen. (z. B. Ein Goldwä-

Jesus! Nicht einmal er konnte alle seine Zeitgenossen gewinnen. (z. B. Ein Goldwäscher findet nur wenige Nuggets). Menschenfischer – Gleichnis vom Netz.

2. Interesse wecken. In einer pluralistischen Gesellschaft sind die individuellen *Interessen* sehr unterschiedlich. Es gilt bestimmte Gebiete ausfindig zu machen, auf die jemand einsteigt: Politik, soziale Fragen, Musik, Evolution – Kreation, rund um die Gesundheit (Medizin, wellness, Entziehung, Essen, u. s. w.), Zukunft, human interest stories, blanke Neugier (Was kommt 5 Minuten nach dem Tod? Wer regiert morgen die Welt?), u. a. Aber bitte keine Erwartungen wecken, die nicht erfüllt werden können. Wahrhaftig bleiben!

Augenblickliche Trends (Zeitgeist!) erkennen. Es gibt positive Trends (z. B. das Interesse an Gesundheit, an individueller Freiheit), die wir nutzen sollten, aber auch negative (Hedonismus, Geiz ist geil), die wir keinesfalls für unsere Zwecke einspannen können. Mit kultureller und gesellschaftlicher Relevanz lässt sich zwar kurzzeitig Interesse gewinnen, aber keine Herzen bekehren. Wer aktuelle Bedürfnisse erfüllt, kann sogar Begeisterung auslösen (Die Menge wollte Jesus zum König machen, Paulus wurde als Gott verehrt!), aber das Leben der Menschen wird dadurch nicht verändert. Gegen negative Trends oder Werte sollte vielmehr als Heilmittel die biblische Werteskala angeboten werden. Sonst bestärken wir Menschen nur noch in ihren sündigen Gewohnheiten.

Grundsatz: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.

An dieser Stelle muss auch etwas über die *Sprache* gesagt werden: Jede Gesellschaftsschicht, jede Fachdisziplin, jede Generation, ja jede Region (Gegend) hat ihre besondere Sprachfärbung, ihre Spezialausdrücke, einen unikaten Dialekt, zumindest Akzent oder Slang. Das heißt, es ist zu überlegen, wen man ansprechen, erreichen will und sich dann auf diese Sprachebene zu bewegen, vorausgesetzt, man kann es überhaupt. Allerdings darf die Angleichung auch wieder nicht so weit gehen, dass wir die Grundsätze unseres biblischen Menschen- und Weltbildes dafür opfern. (Eph 4,29; Phil 4,8; Kol 4,6) Die Fäkal Sprache, wie sie in unserer Gesellschaft langsam üblich ist, sollte nicht zu unserem Wortschatz gehören. Ebenso wenig blasphemische Redewendungen, die religiöse Werte anderer Konfessionen lächerlich machen. (Beispiel: Auseinandersetzung um die „Volxbibel“.)

3. Bedürfnisse bewusst machen. Viele wissen zwar, was sie wollen, aber nicht, was ihnen wirklich fehlt, *was sie brauchen*.

Das ins Bewusstsein zu heben, gehört mit zum Schwersten. Denn wenn wir ehrlich sind, können wir dem Empfänger der Botschaft nicht schmeicheln. Er ist ein Sünder, ein Verdammter, ein Verlorener. Und wer will das schon sein, wer will es sich sagen lassen?

Noch immer spukt die Idee in vielen Köpfen, dass man die im unbekehrten Menschen schon vorhandenen Bedürfnisse und Wünsche (felt needs) nur zu befriedigen braucht, um die Menschen zu gewinnen. Der Weg der billigen Gnade. Mit bloßer Unterhaltung (celebration churches) kann man zwar ein Publikum gewinnen und vielleicht auch halten, aber kaum einen Sünder zur Bekehrung führen.

Grundsatz: Jeder Mensch braucht Jesus. Mach ihm das bewusst.

Man darf aber zunächst durchaus die erfreuliche Seite des Evangeliums, das Gute an der Nachricht, bekannt machen. (Von der Unterhaltung Jesu mit der Samariterin lernen! „...gib mir solches Wasser...“ Joh 4,15) Christus bietet: Leben im Überfluss, Sicherheit, Sinnerfüllung, Dauer, Gemeinschaft, Gesundheit, tragfähige Beziehungen, Freiheit, Frieden, echte Liebe, u.s.w. Und die Botschaft ansprechend „verpacken“.

4. Angebote vorstellen. Informationen vermitteln. (Ich komme nachher im 4. Teil noch mal auf die Inhalte unserer Mitteilungen zu sprechen) Aber das ist sicherlich der Teil, der den breitesten Raum in unserer Arbeit einnehmen soll. Hier gilt es kreativ, attrak-

tiv, interessant, ideenreich, relevant zu sein. Und den Inhalt – *das ewige Evangelium* – so aufzubereiten, dass er - wo möglich - auch sattten Konsumenten noch Appetit macht.

Grundsatz: Außerdem ist für Gottes Sache das Beste gerade gut genug.

Schlampig gestaltete Infos voll Fehlern, uralte Homepages, die selten bis nie aktualisiert werden, sind eine schlechte Empfehlung für unseren Herrn. Umgekehrt wird eine anziehend gestaltete Seite zum Lesen einladen und (für den Leser auch unbewusst) glaubwürdiger wirken.

Denn das Medium internet hat einige Besonderheiten, die es zu beachten gilt: Zwar kann auch jemand einen Raum verlassen, in dem er sitzt, wenn das, was er hört, ihm nicht mehr passt. Aber eine gewisse Hemmschwelle muss er dabei überwinden. Er wird in der Öffentlichkeit im Allgemeinen länger sitzen bleiben und zuhören, als wenn er zuhause vor dem TV-Bildschirm, am PC oder dem Lautsprecher sitzt. Denn dort genügt ein Knopfdruck zum Weiterzappen oder Ausschalten. Wir sollten uns also bewusst sein, dass wir uns auch keinen einzigen Augenblick der öden Langeweile leisten können. Das ist die negative Seite.

Aber die elektronische Kommunikation hat auch eine positive Seite: In der Privatsphäre relativer Sicherheit seiner eigenen vier Wände wagt sich der Mensch Dinge anzuhören und anzusehen, die er im Beisein anderer wohl nie zugeben würde. (Beispiel Pornoseiten) Einmal, weil die Schamgrenze wegfällt. Niemand sieht mich, ich brauche mich vor niemand zu schämen oder zu verantworten. Zum andern, weil das Medium scheinbar „ungefährlich“ neutral ist. Niemand steht da, der mir etwas einreden oder überstülpen will. Ich könnte ja jederzeit abbrechen. Das macht mich neugierig und gibt mir zugleich die Freiheit alles das zu sehen und zu hören, was ich einem realen Menschen nicht schweigend abnehmen würde. Außerdem kann ich ja auch nicht widersprechen. Der Empfänger der Nachricht ahnt freilich nicht, dass das Wort Gottes eine „Bombe“ ist und dass es seine eigene Dynamik und verwandelnde Macht entfaltet, sobald wir uns ihm aussetzen (Heb 4,12; Mark 4,26.27).

Zu unseren Angeboten kann übrigens auch die Fürbitte gehören. *Gebete* per Telefon oder per E-mail erfordern Einfühlungsvermögen und Aufrichtigkeit. Auch ein gemailtes Gebet darf nie Mittel zum Zweck werden. Es muss echt bleiben.

5. Beziehungen aufbauen. Man kann natürlich die gute Nachricht einfach ins Net stellen, lese sie, wer da wolle. Wir registrieren nur die Zahl der Besucher auf unserer Webseite. Das war's dann auch schon. Aus. Ende. Der Empfänger kann bei unserem Medium ja immer anonym bleiben, wenn er will. Das kommt dem modernen Menschen mit seiner oft berechtigten Scheu vor Verbindlichkeit sehr entgegen. Damit verbreiten wir zwar die gute Nachricht, das Evangelium vom Reich (Mat 24,14) wie die Samenkörner, aber wir machen noch nicht zu Jüngern (Mat 28,19). Evangelisation im engeren Sinne ist das also nicht. Ziel missionarischer Bemühungen im Internet muss grundsätzlich der Kontakt zu einer Gemeinde im realen Leben sein.

Grundsatz: Versuche die Anonymität zu überwinden und eine Beziehung aufzubauen.

Es sollte daher zumindest die Möglichkeit einer *Rückäußerung* eingeräumt werden. Vielerlei Wege bieten sich an: Schon vorhandene Links nützen (z. B. zu IBSI oder anderen adventistischen oder privaten Webseiten) Fragen stellen, Antwort erbitten, in Chatrooms einladen (wie nach der Sat-Ev. 2000), kostenlose Literatur anbieten. Zu irgend etwas auffordern! Denn das fordert auch zu einer Entscheidung heraus. Der Leser muss „etwas“ tun.

Grundsatz: Wer Vertrauen gewinnen will, muss Vertrauen investieren

Evangelisation darf nie anonym bleiben, auch wenn man nicht gleich mit „Adventisten“ ins Haus fallen muss. Denn wer Vertrauen gewinnen will, muss auch Vertrauen investie-

ren. Nur wer Informationen über sich selbst preisgibt, kann erwarten, dass sein Gegenüber ebenfalls die Tür einen Spalt breit öffnet.

Das Vertrauen ist übrigens eine der entscheidenden Voraussetzungen für jede weitere Beziehung. Und zwar nicht nur das Vertrauen zu mir als Person, der hinter der Information steht. Ebenso grundlegend ist das Vertrauen, das wir aufbauen müssen zu Gottes Wort. Nur wenn jemand die Bibel als glaubwürdig und verbindlich akzeptiert, kann man ihm aus der Bibel weitere „Wahrheiten“ nahe bringen.

6. zu Entscheidungen motivieren. Durch kleine und leichte Entscheidungsschritte kann man die wichtigeren vorbereiten. Wie motiviere ich unbekannte Menschen? Allgemein menschliche Bedürfnisse anzusprechen (Anerkennung, Stolz, Sicherheit, Bequemlichkeit, Gewinn, Nutzen, ...) und zu erfüllen, kann gefährlich sein. Vorsicht! Wer nur die sündigen Triebe des Menschen unterstützt, arbeitet dem Teufel in die Hände.

7. Weiterführen und Einbinden. Schon hier stoßen wir an die Grenzen des Mediums. Es fehlt zunächst einfach der Bezug zu einem leibhaftigen, realen Menschen als Gegenüber. Denn laut zahlreicher Statistiken fanden Menschen meist durch andere Menschen zu Christus: 5% durch öffentliche Vorträge (noch am ehesten mit dem E-Medium vergleichbar), 6% durch einen Pastor, 80% durch Freunde und Bekannte³. Weiterführen bedeutet aber auch: Zum regelmäßigen Besuch deiner Web-Seite oder Homepage animieren. Und das bedeutet Arbeit: Immer neue attraktive Informationen!

8. Grenzen des virtuellen Mediums. Ein wichtiges Element christlicher Nachfolge fehlt einfach: Die Geh-Struktur. Das Internet pflegt nur die Komm-Struktur. Und diese personale Spontanbeziehung von Mensch zu Mensch fehlt zunächst. Sie kann aber durch das Medium angestoßen werden, denn sie ist irgendwann auf diesem Wege unumgänglich notwendig.

Grundsatz: Es gibt keine unverbindliche Nachfolge

Es gibt keine virtuelle Gemeinde, (Siehe Idea-Zitat⁴) Es gibt keine virtuelle Taufe, kein virtuelles Abendmahl, keine virtuellen Glaubenswerke, damit auch keine virtuellen Gemeindeglieder. Demut und Selbstbeschränkung des iMissionars sind hier gefragt.

III. Man power:

Erforderliche Qualifikationen des Evangelisten.

1. Die Voraussetzung selbst bekehrt zu sein. Nur wer selbst brennt, kann andere anzünden. Nur wer Christus kennt, kann andere zu ihm führen. Wir können nichts weitergeben, was wir selbst nicht haben. Bei der Evangelisation geht es nicht so sehr um das, was wir tun, sondern um das, was wir sind. Wenn wir keine innige *Gemeinschaft mit Jesus* haben, dann haben wir nichts zum Weitergeben.

2. Meine lebendige Beziehung zu Christus. Die Erfahrung des Petrus: Gearbeitet und nichts gefangen. „Aber auf dein Wort will ich...“ Man muss erst selbst das Wort Jesu gehört haben und kennen, ehe man es ausführen kann. Ein Grundsatz bleibt sicher: Ohne mich – nichts. Joh 15, 5 <----> mit ihm – alles möglich. Phil 4,13.

Wo und wann höre ich auf Jesus? Das *Gebetsleben des Mitarbeiters*, der Evangelium anderen nahe bringen möchte, muss ein lebendiges sein. Je enger deine Verbindung mit dem Herrn der Arbeit, mit Jesus, desto mehr kann er dich beeinflussen, formen, deine Gedanken leiten, dass sie seine Gedanken reflektieren. Und weil er der beste Pädagoge war, den die Welt jemals gesehen hat, kann er genau dort anknüpfen, wo dein Gegenüber am empfänglichsten ist.

³ G. Machel in AdventEcho 1/2006 S. 20

⁴ „Christsein und persönlicher Glaube betreffen immer das ganze Leben. Daher kann eine Internet-Kirche niemals angemessener Ersatz für wirkliches Gemeindeleben sein.“ ideaSpectrum, 2/2006 S. 15

Geistliche und charakterliche *Reife* sind auch nötig, um die Misserfolge und Schwierigkeiten zu verarbeiten, die uns unweigerlich auch in dieser Arbeit begegnen werden. Wir haben zwar die beste „Ware“ der Welt anzubieten, aber wir haben auch einen „Konkurrenten“, der alles dransetzen wird, um uns zu zermürben, zu entmutigen, fertig zu machen. Auch Jesus erlebte nicht nur Tage des Erfolges. Weil er treu die ganze Botschaft des Evangeliums weitergab, wandten sich die Menschen von ihm ab. Meinst du etwa, es wird dir anders gehen? Wer nicht mit Verzicht, Ablehnung, Verachtung rechnet, wird schnell aufgeben. Meinst du, weil du nur virtuell verkündigst, kannst du dem Ärgernis des Evangeliums entgehen? Wer deswegen iMissionar wird, sollte diese charakterliche Schwäche bewusst mit Jesus besprechen und sich die Gnade schenken lassen, sein beleidigtes Ich abzulegen. Erst wenn du voll dahinter stehst, kannst du Jesu Bote sein.

Viele Gefühle unseres unbekehrten Ichs stehen uns im Wege in der Heiligung voranzukommen: Scham, Angst, Ärger, Faulheit, Unordnung, Unbeherrschtheit, Ungehorsam, Kritiksucht, sexuelle Sünden, unklare Prioritäten, Disziplinlosigkeit, Bequemlichkeit, usw. Wenn wir sie im Gebet durch das Wirken des Heiligen Geistes erkannt haben und wachsen wollen, dann wird Jesus daran arbeiten uns immer mehr zu formen. Ich sage damit nicht, dass wir erst warten sollen, bis wir alle sündigen Charakterzüge überwunden haben, ehe wir anfangen für unseren Herrn tätig zu werden. Aber ohne uns damit auseinanderzusetzen und zu wachsen, hören wir auf brauchbar zu sein. Wer nicht immer besser wird, hört auf gut zu sein. Das gilt nicht bloß für unsere Kenntnisse und Fähigkeiten in EDV.

Alle anderen Informationen der Welt kann man weitergeben, ohne selbst dazu Stellung nehmen zu müssen. Aber mit der Erlösungsbotschaft ist das grundsätzlich anders. Wer davon redet, mailt, chattet, ohne es selbst erfahren zu haben, zu glauben und zu leben, hat nicht nur minimalen Einfluss, sondern arbeitet sich selbst zum Gericht, weil er als ein Heuchler entpuppt.

Fazit: Online Christ sein kann sehr bequem sein, aber nur online kann man nicht Christ sein.

3. **Meine brennende Liebe zu Verlorenen.** Die Frage nach *meinen Motiven* ist nicht nur notwendig, sondern auch sehr aufschlussreich: Was bewegt mich meine Zeit zu investieren? Ist es nur die Scheu vor einem persönlichen Zeugnis? Die Angst mich zu outen?

Ist es die Faszination des Mediums (Computer-Freak), oder Pflichtbewusstsein und Werkgerechtigkeit (wenn ich nichts tue, gehe ich verloren. An die Türen will ich nicht gehen, also ist dies der einfachere Weg.), ist es Neugier, oder Angeberei... Was auch immer: Evangelisation ist keine Spielerei (wie manchmal christliche Rockmusik).

Fazit: Evangelisation ist nicht Event, sondern Einstellung, Lebenshaltung.

IV. Inhalte: **Eigenheiten adventistischer Evangelisation.**

Egal, wo wir beginnen, wir sollten von Anfang an das Ziel vor Augen haben. Es ist und bleibt das „ewige Evangelium“ und damit Christus, denn er ist die Mitte aller guten Nachrichten.

1. Christus bleibt Zentrum. 1. Kor 2,1.2: „Auch ich, liebe Brüder, als ich zu euch kam, kam ich nicht mit hohen Worten und hoher Weisheit, euch das Geheimnis Gottes zu verkündigen. Denn ich hielt es für richtig, unter euch nichts zu wissen als allein Jesus Christus, den Gekreuzigten.“

Das Beispiel von Geoff Youldens „Try Jesus“-Karte, die er 1999 in Heilbronn vorstellte, ist ein modernes Gegenstück zu diesem Bekenntnis des Paulus. Von allen Fachleuten abgelehnt wollten wir höchstens einen Versuch wagen mit der „Nimm Jesus“-Karte. Sie

hat aber alle anderen Werbekarten mit Abstand übertroffen, so dass der Bibelfernunterricht sie noch heute einsetzt. (Auch „Experten“ können sich täuschen.)

Adventbotschaft, die nicht in letzter Konsequenz zu Christus hinführt, ist keine Adventbotschaft. Kommentar nach einem Raucherentwöhnungsseminar: „Wir wollen nicht die Hölle mit Nichtraucherern füllen.“

Die „Torheit“ (für Griechen) [1. Kor 1,23] und das „Ärgernis“ (für Juden) ist noch immer die Lösung für alle menschlichen Probleme und die einzige Möglichkeit Erlösung zu finden. „Und in keinem andern ist das Heil, auch ist kein anderer Name unter dem Himmel den Menschen gegeben, durch den wir sollen selig werden.“ Apg 4,12

2. „Sonderlehren“ im christozentrischen Kontext.

Wer nur das verkauft, was andere auch anbieten, besitzt keine Attraktivität, geschweige denn Exklusivität. Ein paar werden vielleicht zufällig auch auf ihn stoßen, aber wirklich anziehend wird eine Sache erst, wenn sie sonst nirgendwo zu haben und zu finden ist. Allgemeine Christlichkeit im humanistischen und sozialen Kontext wird überall gepredigt.

Nun haben wir als STA ja wirklich allerlei anzubieten, was sich im allgemeinchristlichen Rahmen sonst nirgends findet. Ich denke nur an die Wahrheit über den Sabbat, das Verständnis für Erlösung im Zusammenhang mit dem Heiligtum im Himmel, unser Körper als Tempel des Heiligen Geistes, unsere Erkenntnis über den Todesschlaf, unser prophetisches Wissen um die Mächte dieser Zeit aus der Offenbarung und aus Daniel, um nur einiges zu nennen.

Aber alle „Dogmen“ können nur von Christus ausgehend und zu Christus hinführend (Kol 1,16; „...durch ihn...und zu ihm...“ Off 1,8 „...das A und das O.“) dargestellt werden. Sonst bleiben es sektiererische Sonderlehren.

3. Ein besonderer Zeitrahmen: Endzeit.

Die „Stunde des Gerichts“ (Off 14,7). Die Analyse gegenwärtiger Entwicklungen und die Kommentierung aktueller Zeitereignisse auf dem Hintergrund prophetischer Vorherschau kann sehr packend sein und ist typisch „adventistisch“. Sie fördert das Vertrauen zur Bibel, zum Herrn der Prophetie und gibt Sicherheit. „Um so fester haben wir das prophetische Wort, und ihr tut gut daran, dass ihr darauf achtet als auf ein Licht, das da scheint an einem dunklen Ort, bis der Tag anbreche und der Morgenstern aufgehe in euren Herzen. (2.Petr 1,19)

V. Mission accomplished: **Beispiel.**

Dass es möglich ist auch über ein elektronisches Medium Menschen zu finden und zur Gemeinde Jesu zu führen, dafür gibt es zahlreiche Beispiele. Eines, das exemplarisch für alle andern stehen soll, möchte ich zum Abschluss mitteilen:

Dragan S. (Name geändert) lebte in einem Land des damals noch kommunistisch-marxistischen regierten Ostblocks. Als junger Mann mit guter wissenschaftlicher Ausbildung litt er besonders unter der Isolation, dem Mangel an Freiheit. Deshalb begann er dort die Grenzen zu überqueren, wo ihn niemand hindern konnte, im Äther. Er baute ein Radiogerät zu einem leistungsstarken Kurzwellenempfänger um, dazu eine große Antenne, lernte Englisch und Deutsch und fing an auf Kurzwelle weltweit spazieren zu gehen. Er gehörte damit zu der Gruppe von Menschen, die als Kurzwellen-Fans das Monitoren, das DXen zu ihrem Hobby gemacht hatten. So stieß er eines Tages beim Surfen auf eine Sendung der STIMME DER HOFFNUNG. Er notierte gewissenhaft die Daten, Frequenz, Zeit und Empfangsqualität und schickte seinen Bericht an die angegebene Adresse, um eine Empfangsbestätigung zu erhalten. Weil ihm die Antwortkarte so gut gefiel, beschloss er diese Sendung noch öfter abzuhören. So kam es, dass mehrere Empfangsberichte und

DX-Karten hin und her gingen. Und dass er auch vom Inhalt der Sendung Kenntnis nehmen musste, der ihn zunächst gar nicht interessiert hatte. Aber weil die Sendung gut gemacht war, konnte er sich dem Zuhören kaum entziehen und wurde mit Fragen konfrontiert, die er sich bisher noch nie gestellt hatte. Schließlich bat er um das monatliche Mitteilungsblatt, Wochen später auch um den Bibelfernunterricht. Nach drei ausgefüllten Lehrbriefen versuchten wir einen persönlichen Kontakt herzustellen und erkundeten über unsere Dienststelle in diesem Land den nächstgelegenen Prediger. Der kam auch, zunächst als Vertreter der STIMME, und wurde daher mit dem Vertrauensvorschuss aufgenommen, den das bisher anonyme Medium Rundfunk bei ihm bereits aufgebaut hatte. Um es kurz zu machen: Der damals junge Mann wollte mehr wissen, erhielt Bibelunterricht, wurde getauft und lebt mittlerweile als aktives Glied der Adventgemeinde in der Bundesrepublik.

Mitarbeit am Bau des Reiches Gottes auf Erden, Gewinnung von Menschen als Nachfolger Jesu, Verbreitung der besten Nachricht, die es auf dieser Welt noch gibt, das alles verschafft dir eine Freude und Befriedigung, die es nirgendwo sonst gibt. Egal, ob du dich nun mehr unter dem Bild eines Sämanns oder eines Fischers gebrauchen lässt. Oder beides. Lass dir vom Herrn des Werkes deinen für dich vorgesehenen Platz zeigen.

Heinz Hopf
Schönblickstr. 11
75233 Tiefenbronn
T 07234 6660
heinz.hopf@gmx.de