

Predigt

Eine Frage beschäftigt mich noch. Die ist mir gekommen bei einem unserer Vorgespräche. Und diese Frage hat nicht nur was mit dem Austauschprogramm der Young Ambassadors zu tun. Sondern das ist eher eine allgemeine Frage, die – ausgelöst durch euch – uns alle betrifft und berührt:

Bei aller Unterschiedlichkeit von Menschen, bei allen Differenzen vielleicht auch, bei allem Spannungsvollen – was ist das Gemeinsame? Was ist das Verbindende? Das verbindende Element? Die Brücke, die uns verbunden hält, auch über Grenzen, Gräben, Ozeane, Distanzen und Unterschiede hinweg?

Morgen fliegen die Amerikaner nach Hause. Flo bereitet sich auf Urlaub und Studium vor. Steffi schreibt wieder ihre Seminararbeit weiter. Lenny Matteo wächst weiter und entwickelt sich; jeden Tag ein kleines bisschen – bis er irgendwann groß ist und seine eigenen Wege gehen wird – ohne euch zu fragen, ob ihr damit einverstanden seid. Heute wird er getauft, weil ihr als Eltern das so wollt. Wie kann man das erkennen – später! Trägt er ein Zeichen, ein Mal, das ihn identifiziert?! Das ihm und allen Christen Identität gibt?

Gibt es so etwas Verbindendes überhaupt? Etwas, das allen Christen gemeinsam ist? Etwas, das mein Christsein definiert? Ein Markenzeichen? So was wie ein Logo meines Glaubens?

Die Wirtschaft hat das. Ein passendes Logo ist viel wert. Firmen geben sogar Millionen aus, um ein Symbol zu finden, das auf einprägsame und überzeugende Art und Weise kommuniziert, was sie zu bieten haben.

Das Logo von **Nike** ist ein Häkchen, ein sogenannter **Swoosh**. Eigentlich ist es eine stilisierte Version des Flügels der griechischen Statue „Nike von Samothrake“, und selbst der Name „Nike“ kommt vom griechische Wort für „Sieg“.

Ihr Logo ist ein Swoosh; ihre Marke ist **Erfolg**.

Das Logo von **Apple** ist ein, na ja, eben ein **Apfel**. Im Internet kursiert die Geschichte, dass sich das Logo vom biblischen Baum der Erkenntnis ableitet. Wie auch immer, auf jeden Fall ist das Logo zum Sinnbild für das Zusammentreffen von Technologie und Information geworden.

Ihr Symbol ist ein Apfel; ihre Marke ist **Intelligenz**.

Das Logo von **McDonald's** ist so bekannt, dass andere es wiedererkennen, selbst wenn ich es mit meinem sehr beschränkten künstlerischem Talent zeichne: **die goldenen Bögen**, das goldene M. Auf jedem Kontinent stehen sie für Freude und

Erfüllung – das Happy Meal.

Das Logo sind zwei Bögen; die Marke ist *Vergnügen, fun*.

Das Logo von *Mercedes Benz* ist ein *dreizackiger Stern in einem Kreis*. Wenn ich es zeichne, halten es andere unweigerlich für ein Friedenszeichen, doch niemand verkauft Frieden. Die Firma wählte einen dreizackigen Stern, um ihre Vorherrschaft über Land, Luft und Wasser auszudrücken.

Ihr Logo ist ein Stern in einem Kreis; ihre Marke ist *Macht*.

Wenn ihr ein Logo für euer Leben wählen solltet, was würde es sein? Welches Logo würdet ihr für Lenny Matteo aussuchen?

Alle vier Logos sind weltweit bekannt.

Übrigens noch älter und vielleicht auch noch bekannter ist das Kreuz als Logo des Christentums. Man sieht es auf Grabsteinen, auf T-Shirts, an Kirchen und Halsketten. Das Kreuz – es ist vielleicht das berühmteste Logo.

Aber weil es das Kreuz schon so lange gibt, und alle möglichen Leute es tragen, sich damit eben nicht mehr identifizieren und als Christen zu erkennen geben, sondern sich schmücken und dekorieren, denken Leute oft nicht (mehr) daran, was es bedeutet.

Das Kreuz war ein Tötungsinstrument. Erfunden wurde es von den Persern und bekannt gemacht von Alexander dem Großen, perfektioniert haben dann die Römer. Es sollte als Abschreckung von einer möglichen Rebellion dienen. Es sollte Schmerzen bereiten. Und es sollte auch Schande bringen.

Das englische Wort excruciating (qualvoll, entsetzlich, unerträglich) leitet sich vom lateinischen Wort für „Kreuzigung“ ab.

Jesus selbst sagt: „Wer von euch mir nachfolgen will, muss sich selbst verleugnen und sein Kreuz auf sich nehmen und mir nachfolgen.“ (Matth. 16,24) Das Kreuz wurde zum Symbol der Bewegung, die Jesus in Gang setzte.

Das ist höchst sonderbar. Denkt mal drüber nach! Diese kleine christliche Bewegung hatte von Anfang an unter Verfolgung zu leiden. Und sie war dennoch von Anfang an bemüht, Menschen für ihr Anliegen zu gewinnen, und trotzdem wählte sie als Sinnbild ihrer Botschaft, - als Markenzeichen ihres Ambassadors-Programms

- keine Ikone des Erfolges
- keine Ikone der Intelligenz,

- keine Ikone des Vergnügens,
- keine Ikone der Macht.

Als Markenzeichen ihres Botschafter-Programms wählte die kleine Schaar der ersten Christen nach Ostern ein Symbol, das überall als Bild für Skandal, Niederlage und Tod galt. Ein Hinrichtungsgegenstand als Logo. Ein Folterinstrument als Markenzeichen. Das ist seltsam.

Als Jesus seine Jünger einlud, ihr Kreuz auf sich zu nehmen, war das kein Aufruf zur Selbstvernichtung. Im Gegenteil, es war ein Aufruf zu geistlicher Größe im göttlichen Komplott der aufopferungsvollen Liebe.

Jesus bot den Menschen ein Ziel an, für das es wert ist, zu leben. Und mit einem lebenswerten Ziel lässt sich sogar sinnvoll sterben. Weil dieses Ziel in der Auferstehung vom Tod mündet.

Jesus bot den Menschen ein Ziel, das mehr ist als Erfolg, Intelligenz, Vergnügen und Macht. Der Gott des Kreuzes schafft und erneuert alle Dinge, damit sie durch die Kraft seiner aufopferungsvollen Liebe gedeihen, wachsen, reifen.

Und wir dürfen mitmachen. Wir sind dabei. Wir sind gerufen in seine Nachfolge. Und damit sind wir seine Botschafter. Wir tragen das Kreuz als Markenzeichen in alle Welt. Seine Niederlage ist unser Sieg. Sein Tod ist mein Glaube, der die Welt überwinden kann. Es gibt bei Gott keine ausweglosen Situationen. Es gibt bei Gott keine aussichtslosen Fälle. Es gibt für Gott keine unveränderbaren Menschen.

Gott war mit seinem Plan, die Welt zu erlösen, das Heil zu bringen, erfolgreich.

Wir sollten intelligent genug sein, das zu begreifen.

Gott hat die Macht, neue Anfänge zu schaffen.

Wir sollten uns dieses Vergnügen nicht entgehen lassen.

Wer im Kreuz nur das Ende sieht, ist ein Narr, ein Tor.

Wer im Kreuz für sich selbst einen neuen Anfang erblickt, der begibt sich in ein Kraftfeld der Liebe hinein, die mit menschlichen Maßstäben gar nicht mehr zu erfassen ist.

Unser Logo ist ein Kreuz; unser Markenzeichen ist das Heil.

Auch wenn das Young-Ambassadors-Programm nun morgen für euch vier zu Ende geht – mit vielen guten Erinnerungen und wichtigen Erfahrungen, die

Botschaft, das Wort vom Kreuz, bleibt, steht felsenfest. Diese Kraft wird euch in eurem Leben und in der Nachfolge ermutigen und befähigen, das zu bleiben, wozu ihr berufen seid: Botschaft zu sein. Botschafter an Christi statt.

Die Taufe von Lenny Matteo gründet in diesem Fundament. Das Wort vom Kreuz ist der Wurzelgrund seines Lebens. In diesen Grund soll Lenny Matteo hineinwachsen. In diesen Grund soll er immer mehr Wurzeln treiben. Und vielleicht fliegt er in 20 Jahren auch in die USA – als ein Young Ambassador, weil er ein Botschafter an Christi statt geworden ist. Wie auch immer – in der Taufe spricht Gott diese Einladung noch einmal für alle sichtbar aus: Du bist berufen in meine Nachfolge. Du sollst mein Jünger, mein Schüler sein.

Amen.