
Alois Halbmayer

Zwischen Menschwerdung und Geldwertung

Weihnachten im Spannungsfeld von religiöser Entleerung und ökonomischer Überformung

♦ Kein kirchliches Fest unterliegt dem Druck der Kommerzialisierung so stark wie das Weihnachtsfest. Gottes Menschwerdung ist in unserer Marktgesellschaft zum Fest der „Geld-Wertung“ geworden – beliebtestes Weihnachtsgeschenk ist der Geldgutschein. Ist der Sinn des Weihnachtsfestes in unserer Kultur damit am Ende? Gegen diese resignative Sicht setzt der Salzburger Dogmatiker Alois Halbmayer sein Plädoyer, Weihnachten als Unterbrechung der Tauschlogik von Geben und Nehmen zu verstehen. Der Autor spielt damit den Ball an die Kirchen zurück. Es liegt an ihnen, den Tiefensinn des Weihnachtsfestes in einer kommerzialisierten Kultur neu zu entdecken und zu feiern. (Redaktion)

Wer sich heute aus theologischer Perspektive mit der Bedeutung von Weihnachten in den Gegenwartsgesellschaften auseinandersetzt, läuft schnell Gefahr, ins breite Fahrwasser einer pessimistischen Kulturkritik und eines stillen Ressentiments zu geraten. Weihnachten, so lautet ein gängiger Befund, sei zu einem Fest des Konsumrauschs verkommen. Gefeiert werde nur mehr eine kuschelige Familien-Idylle, nicht mehr die revolutionäre Botschaft der Menschwerdung Gottes. Jährlich zeige sich aufs Neue, wie sehr dieses Fest seiner ursprünglichen Semantik beraubt und in welch großem Ausmaß die pragmatische Dimension des Glaubens als Ermutigung zur Neubewertung aller Lebensverhältnisse bereits verloren gegangen sei. Tatsächlich sprechen viele empirische Daten für diese Diagnose. Laut einer OGM-Umfrage aus dem Jahre 2006 rückt der Aspekt des Kaufens und Schenkens kontinuierlich in den Vordergrund, während die Bedeutung der

religiösen Dimension in gleicher Weise abnimmt.¹ 56 % der befragten ÖsterreicherInnen gaben an, dass sie Weihnachten vor allem mit Konsum in Verbindung bringen. Nur mehr 6 % sind von der „vordergründigen besinnlich-religiösen Bedeutung“ überzeugt, während noch vor sechs Jahren 11 % diese Einschätzung teilten. Damit scheint sich jenes Muster zu bestätigen, das auch in vielen kirchlichen Weihnachtsansprachen dominiert, aber nur einen Teil der Wirklichkeit widerspiegelt: Die semantische Entleerung des Weihnachtsfestes resultiert weniger aus einem Plausibilitätsverlust des Christlichen als vielmehr aus den Zugriffen einer Konsumkultur, die sich des religiösen Gehalts bemächtigt, um ihn für die eigenen Interessen zu funktionalisieren.

Der Beitrag möchte zeigen, dass diese Sichtweise zu kurz greift, weil sie die ökonomische Überformung des christlichen Bekenntnisses nur in ihren oberflächlichen Erscheinungen beschreiben kann. Auf der

¹ <http://oesterreich.orf.at/stories/159566/> (Zugriff 1.7.2008).

Tiefenebene zeigt sich ein differenzierteres, weitaus vielschichtigeres Bild. Der genauere Blick in die Mechanismen der ökonomischen Überformungen macht deutlich, dass sich die christliche Botschaft von der Menschwerdung Gottes auch auf der Ebene seiner vielfältigen Funktionalisierungen zur Sprache bringen lässt. Allerdings sind dafür neue Interpretationsmuster gefordert, die sich gegenwärtig erst in Umrissen abzeichnen.

1 Weihnachten zwischen Inkulturation und politischem Zugriff

In der Kritik an der gegenwärtigen Funktionalisierung des Weihnachtsfestes durch den Konsumismus wird zumeist übersehen, dass dieses Fest wie kaum ein anderes von Anfang an einer Instrumentalisierung ausgesetzt war. Das beginnt bereits mit seiner Einführung in der Westkirche.² Die Christen feierten in den ersten Jahrhunderten zunächst nur Tod und Auferstehung Jesu, nicht aber seine Geburt. Der eigentliche *dies natalis*, der entscheidende Geburtstag Christi – und letztlich aller Gläubigen – war der Todestag als der Beginn des neuen, ewigen Lebens. Erst im Zuge einer vertieften theologischen Reflexion auf die Erlösergestalt Christi wurden notwendige Korrekturen in die „Christologie von oben“ eingetragen. In der Betonung des Menschseins Jesu, der von allem Anfang an wahrer Gott und wahrer Mensch war, rückte die Geburt als anschauliches Symbol in den Vordergrund. Das Wort wurde *Fleisch* (Joh 1,14), und um alle gnostischen Missverständnisse abzuwehren, fügte das Bekenntnis von Nicäa

präzisierend hinzu: es wurde *Mensch* (DH 125). Die Inkarnation des ewigen Logos in die Zeitlichkeit eines konkreten Menschen galt es besonders zu feiern, weil durch diesen und mit diesem wunderbaren Tausch erst die Erlösung der Menschheit in ihrer unüberbietbaren Form möglich wurde. Als Zeitpunkt boten sich, bedingt durch die religionsgeschichtlichen Verschiebungen im 4. Jahrhundert, der 25. Dezember bzw. der 6. Jänner an. Während Origenes († um 254) noch die Geburtsfeste der Götter und Kaiser verspottet hatte, erfolgte nun eine Überschreibung und Neuverknüpfung der heidnischen Symbolik von christlicher Seite her. Der Gott des Lichtes, der Sonnengott *sol invictus*, der unter Kaiser Aurelian (270–275) zum einzigen und universalen Reichsgott aufgestiegen war, wird unter Kaiser Konstantin (306–337) vom „wahren Licht, das jeden Menschen erleuchtet“ (Joh 1,9) überstrahlt und abgelöst. Ähnlich wie Aurelian verfolgte auch Konstantin mit dieser Ersetzung primär politische Interessen. Das Fest der Geburt des neuen Lichts, des Erlösers aller, sollte das einigende Band bilden und die Zusammengehörigkeit des Reiches unter einem Kaiser symbolisieren, der sich selbst als Diener bzw. Knecht Gottes verstand. Die Geburtsgeschichte des Weihnachtsfestes, seine Datierung auf die Wintersonnenwende und seine Aufführung mit der ursprünglich heidnischen Lichtmetaphorik zeigen, dass dieses Fest seinen Platz im Spannungsfeld von ursprünglich religiöser Bedeutung und politischer Interessen erst finden musste. Das christliche Weihnachtsfest in seiner konkreten Ausprägung ist selbst ein Resultat von Aneignungen und Überschreibungen.

² Vgl. Hermann Usener, Das Weihnachtsfest, Bonn 1969; Hans Förster, Die Feier der Geburt Christi in der alten Kirche. Beiträge zur Erforschung der Anfänge des Epiphanie- und Weihnachtsfestes, Tübingen 2000; Oscar Cullmann, Die Entstehung des Weihnachtsfestes und die Herkunft des Weihnachtsbaumes, Stuttgart 1991.

Es war und blieb bis in die Gegenwart eine Geschichte des Zugriffs und des Kalküls.³ Einen Höhepunkt erreichte die Funktionalisierung im Nationalsozialismus, wo das Weihnachtsfest angesichts des ungünstigen Kriegsverlaufs immer stärker die Funktion eines Propagandainstruments für die Opferbereitschaft der Soldaten und den Durchhaltewillen der Bevölkerung erfüllte.⁴ Diese kompromisslose Ideologisierung konnte relativ problemlos an Vorläuferformen anknüpfen, die Mitte des 19. Jahrhunderts eingesetzt und zu einer weitgehenden Entleerung der religiösen Symbolik geführt hatten: an die Nationalisierung und Militarisierung des Weihnachtstisches im Umfeld der deutschen Reichsgründung.⁵

Mit den politischen und ideologischen Funktionalisierungen des Weihnachtstisches hat sich natürlich auch dessen religiöse Bedeutung kontinuierlich verschoben. Es gibt keine Säkularisierung einer religiösen Idee, die deren Verständnis im Ursprungskontext unberührt ließe. Der semantische und pragmatische Kern einer Glaubensüberzeugung ist nicht unabhängig von den jeweiligen Sprachwelten, Verstehenshorizonten, Zugriffsweisen und erkenntnistheoretischen Voraussetzungen zu erhalten. Im Gegenteil, er wird erst in der offenen Auseinandersetzung mit ihnen lebendig. Die Erzählung der

Geburt Jesu im Lukasevangelium ist selbst ein klassisches Beispiel von Inkulturation und Differenz. Die politische, kulturelle und soziale Situation der Zeit bildet die verborgene Matrix, auf der die Botschaft des Evangeliums ins Wort kommt. Das klassische Adoptionsmodell, wonach ein reiner, in sich plausibler religiöser Kern zu bewahren und lediglich in die jeweilige Schale der konkreten Umwelt einzupflanzen sei, unterschätzt die enge Verwobenheit mit der konkreten Kultur.⁶ Inkulturation ist und bleibt ein vielschichtiges, wechselseitiges Geschehen zwischen Religion und Umwelt, in dem sich die konkrete religiöse Signifikanz erst in der offenen Auseinandersetzung herauschält. Bedeutungen verschieben sich mit ihrem Gebrauch, neue Kontexte führen zu veränderten Lektüren, Verstehen bildet sich stets in lebendiger Auseinandersetzung mit den Plausibilitäten und Überzeugungen der jeweiligen Welt neu aus.

2 Markt und Konsum als Interpretamente von Weihnachten

Der gegenwärtige Zugriff des Marktes auf das Weihnachtstisch ist der Struktur nach prinzipiell nichts Neues. Neu ist hingegen die Form. Denn der ökonomische Zugriff

³ Vgl. Ingeborg Weber-Kellermann, *Das Weihnachtstisch. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit*, Luzern 1978.

⁴ Vgl. dazu: Esther Gajek, *Nationalsozialistische Weihnacht. Die Ideologisierung eines Familienfestes durch Volkskundler*, in: Richard Faber / Esther Gajek (Hg.), *Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste*, Würzburg 1997, 183–215.

⁵ Weihnachten wurde auch von linker Seite häufig attackiert, weil man in ihm eine Stütze des kapitalistischen Systems erkannte, das nur den Reichen ein angenehmes und würdiges Leben ermöglichte (vgl. Doris Foitzik, *Kriegsgeschrei und Hungermärsche. Weihnachten zwischen 1870 und 1933*; sowie: Christa Lorenz, *Frieden, Freude, Völkerfreundschaft. Weihnachten in der DDR*, in: Richard Faber / Esther Gajek (Hg.), *Politische Weihnacht* (s. Anm. 4), 217–251 und 253–276; Dieter Düding / Peter Friedemann / Paul Münch (Hg.), *Politische Feste in Deutschland von der Aufklärung bis zum Ersten Weltkrieg*, Reinbeck 1988).

⁶ Vgl. dazu: Robert Schreiter, *Abschied vom Gott der Europäer. Zur Entwicklung regionaler Theologien*, Salzburg 1992; Fritz Frei (Hg.), *Inkulturation zwischen Tradition und Modernität. Kontexte – Begriffe – Modelle*, Freiburg (Schweiz) 2000.

kennt keine konkreten Akteure oder Subjekte mehr, sondern hat sich in die Anonymität einer subversiven Grammatik aufgelöst. Während die politische Instrumentalisierung in der Regel klar erkennbare Ziele verfolgt, ist die ökonomische Instrumentalisierung weitgehend von Entmaterialisierung und wachsender Selbstaufhebung geprägt. Diese eigentümliche Paradoxie, dass der Erfolg der marktwirtschaftlichen Überformung gerade in seiner Auslöschung besteht, wird erst im Blick auf die asymmetrischen Beziehungsformen zwischen Ökonomie und Religion sichtbar. Denn anders als in der politischen Funktionalisierung von Weihnachten wird im ökonomischen Zugriff die religiöse Semantik nicht negiert oder offensiv bekämpft. Vielmehr greift der Markt die religiöse Symbolik produktiv auf und scheint damit zunächst ihre Bedeutung zu festigen. Doch nimmt er entscheidende Veränderungen vor. Indem die religiöse Symbolik mit der Symbolwelt der Ökonomie verknüpft wird, entstehen gänzlich neue Arrangements der Zeichen und Bedeutungen. Die religiösen Motive und Sprachformen, die in den Kontext des wirtschaftlichen Funktionssystems einziehen, bleiben zwar als ikonografische Zeichen erhalten, aber ihre Semantik, ihre ursprünglich religiöse Bedeutung hat sich grundlegend transformiert. Die liebliche Krippe im Schaufenster, der gütige Weihnachtsmann im Werbespot, das „Stille Nacht“ aus den Lautsprecherboxen in den Einkaufcenters etc., die klassischen religiösen Sujets markieren im neuen Kontext spezifische Bedeutungswelten, die nur mehr in ihrer bloßen Zitation an die Herkunft aus dem christlichen Bekenntnis der Menschwerdung Gottes erinnern.⁷

Doch warum bedient sich die Ökonomie überhaupt der religiösen Symbolwelt?

Weshalb erscheint gerade das Weihnachtsfest so attraktiv? Vor allem aber: Warum lässt sich die christliche Symbolik offensichtlich relativ problemlos in das ökonomische Funktionssystem integrieren und mit gänzlich neuen Bedeutungen aufladen?

Es ist nicht allein die Ökonomie, die sich religiöser Bilder und Überzeugungen bedient, auch der Leistungssport und die Freizeitkultur nehmen gerne Anleihen bei religiösen Sujets. Einer der Hauptgründe liegt wohl in der schillernden Ambivalenz, am offenen Bedeutungsraum, der die christliche Ikonografie gegenwärtig kennzeichnet. Dem modernen Menschen ist die Symbolwelt des Religiösen, wie sie im Christentum entwickelt wurde, *vertraut und fremd zugleich*. Wir wissen noch rudimentär um die grundlegenden Inhalte und ihre Symbolisierungen, aber lebensweltlich sind sie an unsere existenzielle Praxis nur noch schwach angebunden, markieren sie einen weiten Horizont neuer semantischer Zuschreibungen. Dieser eigentümliche Schwebezustand zwischen noch bekannter, ursprünglicher Bedeutung und offener Interpretation erzeugt eine Leerstelle, die für Zugriffe prädestiniert. Es gibt keine Instanz, die über deren Rechtmäßigkeit und Legitimität entscheiden könnte. Die Kirchen besitzen kein Copyright und keine Patentrechte auf die religiösen Embleme und Symbole (und haben sie in Wirklichkeit auch nie besessen). Krippe und Kreuz zählen mittlerweile zum allgemeinen, öffentlichen Kulturgut. Daher kann auch prinzipiell jeder auf diesen Symbolhaushalt zugreifen. Damit verändert sich die Rolle und Aufgabe der Kirchen. Diese sind Teilnehmerinnen unter vielen anderen im freien Spiel der Kräfte und vor die Aufgabe gestellt, überzeugende und plausible

⁷ Vgl. Matthias Morgenroth, Heiligabend-Religion. Von unserer Sehnsucht nach Weihnachten, München 2003.

Deutungen aus ihren eigenen Traditionen heraus zu bieten. Mehr denn je entscheidet sich die Überzeugungskraft der Symbole nicht nur an der kognitiven Kohärenz und an der praktischen Orientierungsleistung, sondern in gleicher Weise auch an der existenziellen Aneignung. Die entscheidende Differenz der Bedeutungen zeigt sich nirgendwo anders als an den konkreten Vollzügen, an den gelebten Wahrheiten, die darin zum Ausdruck kommen, und an den Praktiken, die sie auslösen.

3 Neuverknüpfung der religiösen Semantik

Die marktorientierte Zitation einer religiösen Semantik zielt nicht auf eine Vertiefung des Gottesverhältnisses oder auf Umkehr, sondern auf eine Erfüllung, die sich durch die Aneignung eines Produkts gewinnen lässt. Verkauft wird weniger ein Konsumgut als vielmehr ein Lebensgefühl, eine Identität, die gerade nicht von ihren materiellen Voraussetzungen gelöst ist, sondern sich in ihnen erfüllt.

Weihnachten als das Fest der Geburt Christi korrespondiert im Bewusstsein der meisten Menschen nicht mit Ostern, sondern mit dem eigenen Geburtstag. Frühkindliche Erinnerungen und der tiefe Wunsch nach einer heilen, ungebrochenen Welt werden wachgerufen; das Weihnachtsfest wird als idealtypische, temporäre Simulation der familiären Idylle, als Vollgestalt eines gelungenen Weihnachtsfestes präsentiert.⁸ Die existenziellen Fragen, die mit der eigenen „Menschwerdung“ ver-

bunden sind, werden in einem religiösen Vollzug mit der Botschaft von der Kenosis Gottes konfrontiert: Gott tritt aus sich heraus, er teilt sich in einem konkreten Menschen voll und ganz selbst mit. Damit wird uns ein Leben im restlosen Vertrauen auf die Zusage Gottes möglich, verwandelt sich die Sorge um sich in die bedingungslose Anerkennung seiner selbst und der anderen. Gott schenkt sich ganz und gar, ohne Vorbedingung und ohne Gegenleistung. Für diese Selbstgabe Gottes, die in der Heiligen Nacht gefeiert wird, hat die christliche Ikonografie ursprünglich nur wenige, dafür aber umso präzisere Symbole entwickelt: die Lichtmetapher, die auch die Osternacht dominiert, die Anklänge an die Zeitenwende („Die Mitte der Nacht als der Anfang des neuen Tages“), vor allem aber die Betonung der Gottesgeburt in jedem Menschen, die insbesondere für die Mystik ein zentrales Motiv darstellte.⁹ Erst das bürgerliche Zeitalter schmückte den bescheidenen Rahmen mit allerlei Brauchtum aus. Das Bild der heilen, friedlichen Familie rückte in den Vordergrund und damit verlor das Sperrige des Weihnachtsevangeliums seinen Platz im Zentrum des Geschehens. Über die Jahrhunderte hat sich neben der Familienzentriertheit insbesondere die Grammatik des Schenkens als zentrales Element der Feiertagsgestaltung herauskristallisiert. Beide sind aber den Zugriffen des Marktes in unterschiedlicher Weise ausgeliefert. Während sich die modernen familiären Systeme aufgrund ihrer disparaten Erscheinungsformen ökonomisch schwieriger funktionalisieren lassen, erscheint die Kultur des Schenkens

⁸ Für den Soziologen Karl Otto Hondrich ist Weihnachten „nicht nur, wie es theatralisch heißt, der Sieg des Lichts über die Finsternis. Es ist auch der immer sich wiederholende Sieg der Familie über die Religion.“ (Karl Otto Hondrich, Stille Nacht, in: FAZ 24.12.2004, Nr. 301, 6).

⁹ Berühmt ist in diesem Zusammenhang auch der Vers von *Angelus Silesius* aus dem »Cherubinischen Wandersmann« (1674): „Und wäre Christus tausendmal zu Bethlehem geboren, doch nicht in dir, du wärest dennoch ewiglich verloren.“

geradezu prädestiniert für eine marktgemäße Zurichtung. Denn anders als die oft komplizierten familiären Strukturen ist die Grammatik des Geschenks vergleichsweise einfach codiert; sie besteht nur aus drei Elementen: dem Geber, der Gabe und dem Empfänger. Auf jeder Ebene sind Verknüpfungen und Überschreibungen möglich, am effektivsten auf der Ebene der Gabe selbst. Denn Gaben stiften Beziehung, sie symbolisieren Zugehörigkeit und eröffnen neue soziale Verhältnisse.¹⁰ Sie sind daher auch ganz bestimmten Regeln unterworfen und spiegeln in ihrer konkreten Gestalt aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen.

Die gegenwärtige Dominanz des ökonomischen Funktionssystems, das immer tiefer in die private Lebenswelt eingreift, hat in diesem Dreieck von Geber, Gabe und Empfänger insbesondere den Stellenwert der Gabe verändert. Ihre primäre Funktion verschiebt sich. Nicht mehr die Stiftung von Beziehung steht im Vordergrund, sondern das Messen von Werten. Die Intensität eines Verhältnisses und dessen persönliche Bedeutung werden nicht mehr symbolisch über die Tatsache des Geschenks selbst, sondern über ihre konkreten, materiellen Werte vermittelt. Nicht das *Dass* ist entscheidend, sondern das

Wieviel. Diese Verschiebung vom symbolischen zum materiellen Pol führt unter der Hand eine neue Logik ein: Je wertvoller das Präsent, desto größer die Liebe bzw. Zuneigung. Die Werbung streicht besonders in der Vorweihnachtszeit diese Neuverknüpfung heraus, indem sie unterschwellig an das Bedürfnis nach bedingungsloser Liebe und Anerkennung appelliert, seine vermeintliche Erfüllung nicht an eine Option oder eine Hoffnung, sondern an ein konkretes Produkt bindet. Sie bedient sich geschickt der tendenziell unbeschränkten Bedürfnisstruktur des Menschen, insofern nach oben hin keine Grenze des Genusses und des Habens existiert. Weil bestimmte Bedürfnisse sich nicht ins Unendliche hinein vermehren lassen und der Besitz an materiellen Dingen sich nicht unbegrenzt ausdehnen lässt, ist *Geld* in den letzten Jahren zu einem der beliebtesten Geschenke geworden.¹¹ Zum einen ist es offensichtlich das Einzige, von dem man nie genug besitzen kann. Zum anderen eröffnet es dem Beschenkten ein potenziell unendliches Reservoir von Umsetzungsmöglichkeiten. Was lässt sich denn mit einer Summe Geldes nicht alles machen! Schließlich umweht Geld auch eine Aura von Respekt vor der Individualität des Anderen: Jeder

¹⁰ Vgl. dazu die grundlegende Studie von *Marcel Mauss*, *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften* (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 743), Frankfurt a. M. 1990. Aus der Fülle an kritischer Literatur seien exemplarisch genannt: *Maurice Godelier*, *Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte*, München 1999; *Michael Gabel / Hans Joas* (Hg.), *Von der Ursprünglichkeit der Gabe. Jean-Luc Marions Phänomenologie in der Diskussion* (*Scientia & Religio* 4), Freiburg i. Br. 2007.

¹¹ Unter der Überschrift „Schüler wünschen sich zu Weihnachten Geld“ berichtete die *Austria Presse Agentur* vom 7.12.2007: „Die österreichischen Schüler machen es ihren Familien zu Weihnachten leicht: An erster Stelle auf der Weihnachtswunschliste steht bei den Zehn- bis 19-Jährigen Geld. Besonders viel Freude macht man damit laut einer Online-Umfrage des Gfk-Fessel-Instituts der Altersgruppe von 15 bis 19 Jahren. Prinzipiell ist noch jeder Fünfte unentschlossen, was er sich zu Weihnachten eigentlich wünscht. (...) Handys stehen auf der Wunschliste eher weit unten – nur jeder Achte möchte ein Mobiltelefon. Das liege laut Fessel-Gfk in erster Linie an der ‚hohen Handysättigung‘ von 93 Prozent bei den Zehn- bis 19-Jährigen. Weiters abgeschlagen sind Reisen, Zimmerausstattung sowie Haustiere.“ Allerdings erhalten zu Weihnachten deutlich weniger Kinder und Jugendliche einen Geldbetrag (62 %) als zum Geburtstag.

hat seinen eigenen Geschmack und ist frei, darüber zu verfügen. Obwohl Geld ein „fürchterlicher Formzerstörer“¹² ist, indem es als reine Quantität völlig indifferent ist, lässt es sich in seiner Abstraktheit erfolgreich zur Symbolisierung und Pflege individueller Beziehungen einsetzen.

Der Markt braucht Weihnachten nicht als religiöses Fest. Aber Weihnachten eignet sich als Legitimationsform und als Katalysator einer Wachstumsdynamik, die zu den Konstruktionsprinzipien der kapitalistischen Ökonomie gehören. Diese Dynamik, die sich in der fortschreitenden Ökonomisierung privater Lebensverhältnisse niederschlägt, hinterlässt bei vielen

Zeitgenossen ein tiefes Unbehagen, das natürlich auch das Ursprungseignis – Weihnachten selbst – erfasst. Die vielfältigen Erwartungen und Ansprüche an ein stimmungsvolles und gabenreiches Fest im Kreise der Familie, die vor allem den Frauen große Arbeitsbelastungen aufbürden, treiben nicht wenige auf eine ferne Karibikinsel (um vielleicht erst recht wieder an der obligaten Weihnachtstafel unter dem Lichterbaum zu landen). Diese Erwartungen können aber andererseits auch Neugierde auf die ursprünglichen Interpretationen wecken, auf jene möglicherweise noch unverstellte christliche Perspektive, die sich hinter den diversen Übermalungen und Funktionalisierungen verbirgt.

Weiterführende Literatur:

John D. Caputo / Michael J. Scanlon (Ed.), God, The Gift and Postmodernism, Bloomington 1999. Der Band enthält ein vieldiskutiertes Gespräch zwischen Jacques Derrida und Jean-Luc Marion über die Gabe.

Jacques Derrida, Falschgeld. Zeit geben 1, München 1993 – ein Grundlagentext für eine noch zu entwickelnde Theologie der Gabe.

Michael Rosenberger / Ferdinand Reisinger / Ansgar Kreutzer (Hg.), Geschenkt – umsonst gegeben? Gabe und Tausch in Ethik, Gesellschaft und Religion (Linzer Philosophisch-Theologische Beiträge 14), Frankfurt a. M. 2006. Ein informativer Sammelband, der die Vorträge und auch Diskussionen eines interdisziplinären Symposiums an der KTU Linz beinhaltet.

Jürgen Ebach u.a. (Hg.), „Leget Anmut in das Geben.“ Zum Verhältnis von Ökonomie und Theologie, Gütersloh 2001.

4 Die Weihnachtsbotschaft als Kritik ihrer Ökonomisierung

Angesichts der wachsenden Zugriffe auf die religiöse Symbol- und Bilderwelt stellt sich für Kirche und Theologie die Frage, wie sie sich zu diesen Aneignungen in den neuen, fremden Kontexten verhalten soll. Der Blick auf die historische Entwicklung lehrt ein Zweifaches:

1) Die Prozesse der Aneignungen, Verfremdungen, Überformungen und Umbeschreibungen sind unumkehrbar. Sie stehen in einer langen Tradition, die das Evangelium selbst zu jeder Zeit erfasst haben.

2) Die ideengeschichtlich relativ neue Funktionalisierung der Weihnachtsbotschaft durch die Imperative der kapitalistischen Marktkökonomie könnte auch Anlass sein für Versuche, gerade in den und mittels dieser Arrangements das Evangelium neu zur Sprache zu bringen. Denn die konsumgesteuerte Verfremdung lässt

¹² Georg Simmel, Philosophie des Geldes, Frankfurt a. M. 1989, 360.

sich selbst wieder verfremden, auch von theologischer Seite. Dann wird die ökonomistische Überformung ihrerseits zum unerschöpflichen Reservoir der Bilder und Symbole, zu einer schillernden Folie, auf der eine religiöse Interpretation die Zeichen wiederum neu arrangiert.

Beide Elemente zwingen die Theologie zu einer ständigen Reflexion auf die gegenwartsrelevante, konkrete Signifikanz der Frohbotschaft von der Menschwerdung Gottes. Denn ihr primärer Ort ist die Jetztzeit, das Hier und Heute. Dementsprechend differenzieren sich die Bedeutungen kontextuell aus. Weihnachten „lebt aus der Überzeugung von der fortwährenden Inkarnation Gottes: Was in Jesus Christus endgültig ‚geglückt‘ ist, das soll und will in jedem und jeder, in allem ‚zur Welt kommen‘“¹³ Historisch-kritische Analysen und ritualisierte Wiederholungen der Erzähltexte reichen nicht mehr aus, um zum vermeintlichen Ursprungsbild hinter den dekorativen Übermalungen zu gelangen. Eine Wiedergewinnung der religiösen Signifikanz des Weihnachtsevangeliums wird nur gelingen, wenn der Binnenraum der Kirche nicht ausgespart bleibt von den Versuchen, die Botschaft von der Menschwerdung Gottes von ihren Funktionalisierungen und Übermalungen zu befreien. Es gibt auch eine semantische Entleerung nach innen, im kirchlichen Handeln selbst, wenn etwa die Weihnachtsbotschaft auf eine erhabene Stimmung reduziert oder das Modell der heilen Familie von Vater-Mutter-Kind als Paradigma eines christlichen Lebens ideologisiert wird. Welche weihnachtlichen Interpretationsangebote gibt es für Menschen, die sich diesen Normativen verweigern oder deren Biografien andere Geschichten erzählen? Nicht zu-

letzt erfolgt eine semantische Entleerung des Weihnachtsevangeliums durch seine Entkontextualisierung selbst. Die Erzählungen von der Geburt Jesu, die sich nur bei Lukas und Matthäus in ausführlicher Form finden, sind von der Praxis und der Lehre Jesu her zu verstehen, nicht umgekehrt. Die bedingungslose Zuwendung Gottes zu den Menschen korrespondiert mit der bedingungslosen Annahme des Menschen seiner selbst und der anderen, sie trägt darin aber auch ein unbändiges Moment von Exodus und Aufbruch ein. Das hilflose Kind in der Krippe ist gewiss eine Metapher für die Ohnmacht und Ausgesetztheit des Menschen, auch für den kleinen unscheinbaren Beginn dessen, was mit einem großen Wort ‚Reich Gottes‘ genannt wird. Aber zugleich ist die Geburt Jesu ein starkes Symbol für die Umkehrung und die Neubewertung der Verhältnisse, für das neue Leben, das die Botschaft von der Menschwerdung Gottes ermöglicht. Weil es einen untrennbareren Zusammenhang von sakramentlichem Selbstvollzug der Kirche und gesellschaftlicher Aufmerksamkeit gibt, wächst die Plausibilität der religiösen Semantik nach außen mit der Überzeugungskraft nach innen. Eine religiöse Semantik, die über den Raum der Sakristei hinaus eine verändernde Kraft beansprucht, ist nicht unabhängig von den säkularen Überformungen zu gewinnen, sie ist aber auch nicht von ihnen abhängig, sondern besitzt gleichzeitig einen autonomen Interpretationsraum, den es selbstbewusst zu gestalten gilt. So sind Diskussionen, wann die Weihnachtsmärkte ihre Tore öffnen oder ab welchem Zeitpunkt religiöse Lieder in den Einkaufszentren gespielt werden dürfen, vielleicht interessant, aber zugleich keiner größeren Aufregungen wert. Die entscheidende adventliche Frage ist

¹³ Gotthard Fuchs, Die neue Welt schon mitten in der alten. Die weihnachtliche Einladung, in: Meditation 33 (2007), 33–42, hier 37.

die nach dem Stellenwert des Evangeliums im Leben und Handeln der Kirche und der Gläubigen, nicht nach den Sekundärformen ihrer Inszenierungen. Ein Lichterbaum im Shoppingcenter mag als Weihnachtsbaum erscheinen, aber er ist es bloß der Form nach. Eine Krippe im Schaufenster mag Maria und Josef mit dem Jesuskind zeigen, doch zu einer Krippe im religiösen Sinne fehlt der Kontext. Zu einem starken christlichen Symbol wird die Krippe erst durch die Performanz, die aus dem Glauben an die Menschwerdung Gottes erwächst, nicht bereits durch das Zitat selbst.

Daher verläuft aus einer christlichen Perspektive die Grenze zwischen dem Möglichen und dem Unmöglichen, dem Bedeutungsvollen und dem Leeren nicht entlang der Eröffnungszeiten, medialen Inszenierungen oder ökonomischen Funktionalisierungen. In einer liberalen Gesellschaft bewegt sie sich entlang der konkreten Signifikanz, für die es einen nahezu unermesslich großen, vielfach noch ungenützten Spielraum gibt. Die aus Motiven einer bestimmten *political correctness* gespeisten Versuche, mit Rücksicht auf die Pluralität der religiösen Bekenntnisse die weihnachtlichen Symbole aus der öffentlichen Sphäre zurückzudrängen, mag man als einen Verlust bedauern, weil damit wichtige Anknüpfungspunkte für eine profilierte christliche Verkündigung verloren gehen. Doch ist die Plausibilität der Menschwerdung Gottes keineswegs an ihre zeichenhafte Präsenz im säkularen Kontext gebunden. Im Gegenteil, diese Präsenz ver-

hindert oft einen unvoreingenommenen, frischen Zugang zum Evangelium. In weit stärkerem Maß hängt die Plausibilität an ihrer Vermittlung hin zu den lebensweltlichen Erfahrungen.¹⁴

Die Frage, wie wir kirchlich wieder zu den Ursprungsbedeutungen vorstoßen können, lässt sich nur auf mehreren Ebenen beantworten. Es bedarf sowohl neuer Ideen und Experimente als auch einer vertiefenden theologischen Reflexion.¹⁵ Die zunehmende Geldwertung von Weihnachten bietet die Chance, die Spitzenaussagen der Inkarnation Gottes dem postreligiösen Zeitalter neu verständlich zu machen.¹⁶ Dazu braucht es keinen blinden Kampf gegen die Funktionalisierungen durch die Konsumgesellschaft. Weitaus wichtiger ist die Pflege der eigenen Symbolik, die im Sinne des Inkarnationsgeschehens stärker von den sozialen und kulturellen Realitäten her interpretiert werden. Die theologische Reflexion müsste deutlicher zeigen, dass die Menschwerdung Gottes eine andere Ökonomie in Gang setzt. Sie hebt die funktionale Reziprozität auf. Denn Gott gibt sich selbst, ohne dass wieder zurückgegeben werden muss. Gott als die Gabe ohne Gegengabe verpflichtet nicht, sie setzt frei und sie macht frei. Gabe im eigentlichen Sinne des Wortes, wie Jacques Derrida in Bezug auf die Ursprünge unserer Tauschökonomie formuliert, gibt es nur, „wenn es keine Reziprozität gibt, keine Rückkehr, keinen Tausch, weder Gegengabe noch Schuld.“¹⁷ Auf religiöser Ebene ist die Menschwerdung Gottes die fundamen-

¹⁴ Vgl. dazu: Friedo Ricken, Religion als Kulturkritik, in: Thomas M. Schmidt / Matthias Lutz-Bachmann (Hg.), Religion und Kulturkritik, Darmstadt 2006, 63–72.

¹⁵ Vgl. dazu: Maria Widl, Das Christentum im säkularen Kontext zur Sprache bringen. „Folge dem Stern!“ – ein Projektseminar am Erfurter Weihnachtsmarkt, in: ThG 51 (2008), 27–34.

¹⁶ Vgl. dazu die Überlegungen von: Jean-Luc Nancy, Entzug der Göttlichkeit. Zur Dekonstruktion und Selbstüberschreitung des Christentums, in: Lettre International Nr. 59 (2002), 76–80.

¹⁷ Jacques Derrida, Falschgeld. Zeit geben 1, München 1993, 22f.

tale Aufhebung und Durchbrechung dieses ewigen Kreislaufes der Verpflichtung, des Gebens, Nehmens und erneuten Gebens. Sie ermöglicht ein Verhältnis zur Welt, das nicht auf Reziprozität und Ausgleich angelegt ist, sondern auf den Mehrwert der Liebe und den Überschuss an Solidarität. Entscheidend ist freilich, ob und wie es gelingt, diese fundamentale Nicht-Reziprozität immer wieder zeichenhaft zum Ausdruck zu bringen. Damit ist nicht allein die existentielle, individuelle Ebene herausgefordert, sondern mit gleicher Verve auch die ethisch-politische. Im persönlichen Verhältnis könnte diese Neuorientierung das Unverrechenbare betonen, das mit jedem Geschenk im Modus seiner Entzogenheit mitgegeben wird. Welches Präsent taugt denn als Maßstab für die Zuneigung und die Qualität der Beziehung? Wie sehr es sich auch ökonomisch bestimmen lässt, in einer Grammatik der Nicht-Reziprozität verweigert es sich als funktionalisierbarer Wert. Dort ist es ein schlichtes Zeichen für das, was sich nicht messen und vielleicht auch nicht besser ausdrücken lässt: für das Präsens, das Dasein des beschenkten Menschen um seiner selbst willen.

Auf einer ethisch-politischen Ebene könnte diese Nicht-Reziprozität beispielsweise Kleinformen des Widerstandes und der alternativen Praxis forcieren. Denn ein Ausstieg aus den kulturellen und gesellschaftlichen Normativitäten, so sehr man damit auch liebäugeln möchte, ist letztlich nicht möglich. In welche Orte der Eigentlichkeit und des Wahren wollte man überhaupt ausweichen? Wohl aber lassen sich die Normativitäten subversiv verändern. Je mehr Menschen sich der konsumistischen Funktionalisierung von Weihnachten in

Theorie und Praxis widersetzen, desto begrenzter werden ihre Macht und ihr Einfluss. Auch hier existieren viele Möglichkeiten der Umsetzung. Sie reichen von der bewussten Entscheidung für „kleine“, symbolische Geschenke bis zum praktischen, sozialen Engagement. Diese Vielfalt der Stimmen findet in der Überzeugung vom Geschenkcharakter und der Nicht-Reziprozität des Lebens den gemeinsamen Grundton.

Was wären unsere Gesellschaften, wenn es nicht Momente und Zeiten gäbe, in denen wir uns dieser fundamentalen Grundstruktur erinnern, die in der Inkarnation Gottes ihren unüberbietbaren Ausdruck gefunden hat. Die Gabe ohne Gegengabe fordert kein ethisches Projekt, keine neu auferlegte Verpflichtung, sondern setzt die grundlegende Struktur unseres Lebens frei. Weihnachten ist einer der Orte, der an diese fundamentale Grammatik erinnert und an dem sie immer wieder neu eingeübt werden kann.

Der Autor: Geb. 1961; Studium der Katholischen Theologie in Salzburg und Tübingen (1979 – 1988), Studienleiter im Bildungshaus St. Virgil (1989 – 1994); A.o. Univ.-Prof. für Dogmatik an der Universität Salzburg. Die wichtigsten Publikationen: *Lob der Vielheit. Zur Kritik Odo Marquards am Monotheismus* (STS 13), Innsbruck 2000; *Negative Theologie heute? Zum aktuellen Stellenwert einer umstrittenen Tradition* (QD 226), Freiburg i. Br. 2008 (hg. gem. mit Gregor Maria Hoff); *Die Wechselwirkung von Gott und Geld. Georg Simmels »Philosophie des Geldes« als Beitrag zur Relativität der Got tesrede* (erscheint im Frühjahr 2009).