

Auch das Gute ist ansteckend

Liebe Schwestern und liebe Brüder,
das Gute ist ansteckend. Zugegeben, bei dem Wort Ansteckung denke ich derzeit zuerst an Viren. Diese organischen Strukturen sind übelst ansteckend. Aber: Auch das Gute ist ansteckend. Gutes kann Gutes hervorbringen. Gutes kann Böses kleiner machen. Das Böse verliert dann an Macht. So ist das Gute im guten Sinne ansteckend.

Das Böse durch das Gute kleiner machen – davon lese ich bei Jesus und auch im Römerbrief. Paulus schreibt an die Gemeinde in Rom. Er ermahnt die Christen dort: „Hasst das Böse, hängt dem Guten an.“ Für Paulus ist das ein Wesenskern des Christseins. Christen hängen dem Guten an. Christen sollen Böses nicht mit Bösem beantworten. Christen sollen es genau umgekehrt machen: „Lass dich nicht vom Bösen überwinden, sondern überwinde das Böse mit Gutem.“

Überwinde das Böse mit Gutem, was für eine schwierige Aufforderung.¹ Moralisch integer sollen wir sein. Selbst wenn uns übel mitgespielt wird und uns Böses widerfährt, sollen wir Böses nicht mit Bösem vergelten. Ja, zugegeben, die Aufgabe ist schwierig; sie ist aber auch sehr wichtig, denn auch das Böse ist ansteckend.

Ansteckend ist die Wut, die mir entgegenschreit. Zurückschreien will ich und alles wird lauter. Ansteckend ist die Ablehnung, die mir jemand zeigt. Ich ziehe mich zurück und die Distanz wird größer. Ansteckend ist auch die Gewalt, die mir entgegenschlägt. Zurückschlagen will ich dann. So vermehrt sich das Böse durch Ansteckung.

Ansteckend ist aber auch das Gute. Ja, das Gute kann sehr mächtig wirken. Davon weiß eine Werbeagentur in Kolumbien zu erzählen. Es beginnt im Jahr 2006.² Die Werbeagentur erhält einen außergewöhnlichen Auftrag: Das Verteidigungsministerium bittet die Experten für Werbung, sich am Kampf gegen

¹ Vgl. Prof. Dr. Isolde Karle und Prof. Dr. Christoph Dinkel, Predigt zu Römer 12,9-16 beim Feierabendmahl am 5.6.2015, Christuskirche Stuttgart, veröffentlicht im Internet unter: www.christuskirche-stuttgart.de/fileadmin/mediapool/gemeinden/KG_stuttgart_christuskirche/Predigten/2015/Karle-Dinkel__Predigt_zu_Roem._12_9-16__4.6.15.pdf.

² Für das Folgende vgl. Rudger Bregmann, Im Grunde gut. Eine neue Geschichte der Menschheit, 2019, 404-409.

die Rebellen der FARC zu beteiligen. Die Rebellen verstecken sich tief im Dschungel. Tausende Kämpfer und Kämpferinnen leben im Versteck. Schon mehr als 50 Jahre dauert der Krieg in Kolumbien zu diesem Zeitpunkt. Es ist ein Krieg, in dem, so wird geschätzt, 220.000 Menschen ihr Leben verloren und mittlerweile ist allen klar: Mit noch mehr Gewalt lässt sich dieser Krieg nicht gewinnen. Viele Waffen sind eingesetzt worden. Viel Gegengewalt wurde entzündet. So geht es nicht weiter, dessen sind sich die Menschen in Kolumbien gewiss. Aber wie kann es dann weitergehen? Was, fragen sich die Friedenswilligen, kann die Rebellen und Rebellinnen dazu bewegen, die Waffen endlich niederzulegen?

Die PR-Fachleute machen sich an die Arbeit und tun, was sie immer tun: Sie schauen sich ihre Adressaten und Adressatinnen erst einmal ganz genau an. Dabei finden sie heraus, dass die Rebellen ganz normale Menschen sind. Sie haben die gleichen Bedürfnisse, Träume und Sehnsüchte wie die anderen Menschen auch. Außerdem entdeckt das Team, dass die Zahl der Demobilisierungen, wenn also Kämpfer das Kämpfen aufgeben, jedes Jahr um die gleiche Zeit einen Höchststand erreicht: zur Weihnachtszeit. Offenbar wollen auch Rebellen mit der Familie zusammen Weihnachten feiern.

Aus dieser Beobachtung heraus entsteht die „Operation Weihnachtsfest“. Bei Nacht und Nebel fliegen Special Forces über das feindliche Gebiet und werfen aus Hubschraubern 2000 funkelnde LED-Lampen auf große Bäume ab. An diese Weihnachtsbäume hängen sie zudem ein Werbebanner mit der Aufschrift: „Wenn Weihnachten in den Dschungel kommen kann, kannst du auch nach Hause kommen. Leg die Waffen nieder. An Weihnachten ist alles möglich.“ Die Operation ist sehr erfolgreich. Innerhalb eines Monats legen 331 Rebellen die Waffen nieder und kehren heim. Sie erhalten Amnestie und sie erzählen: „Wir durften gehen. Unser Anführer war nicht böse. Diese Aktion war anders als die Propaganda, die wir vorher gesehen hatten. Er war gerührt.“

Im Dezember 2011 startet die nächste Aktion, „Flüsse aus Licht“. Kolumbianer werden gebeten, ihren Freunden, Familienangehörigen, Brüdern und Schwestern, die sich den Rebellen angeschlossen haben, einen kurzen Brief zu schreiben. Die Botschaft lautet: „Komm nach Hause. Wir halten hier einen Platz für dich frei.“ Die Briefe werden zusammen mit kleinen Geschenken und LED-Lämpchen in durchsichtige Christbaumkugeln gesteckt. Die leuchtenden, funkelnden Kugeln werden dann auf einem Fluss zu Wasser gelassen, der sich tief in den Dschungel

hinein verästelt. So erreichen die schwimmenden Christbaumkugeln auch abgelegene, unzugängliche Gebiete, in denen sich Rebellen versteckt halten könnten. Das Ergebnis dieser Aktion: 180 Kämpfer legen die Waffen nieder, darunter auch ein gefürchteter Bombenbauer der FARC.

Und die Kampagne wird immer noch besser. Die PR-Experten verstehen: Wenn die Rebellen und Rebellinnen im Dschungel eines vermissen, dann sind es ihre Mütter. Sie bekommen daher eine Liste mit Namen von Frauen, die eine Tochter oder einen Sohn bei den Rebellen haben. Und die Werbefachleute bitten diese Frauen um Fotos ihrer Kinder – um Kinderfotos. Das Einsatzteam verbreitet diese Kinderfotos im Dschungel und dazu die Botschaft: „Bevor du zum Rebellen wurdest, warst du mein Kind. Diese Weihnacht werde ich zuhause auf dich warten.“ Auch diese Aktion ist erfolgreich. 218 verlorene Söhne und Töchter verlassen den Dschungel und gehen nach Hause. Ihnen wird Straffreiheit gewährt und sie werden in einem Wiedereingliederungsprogramm gefördert.

Liebe Schwestern und liebe Brüder,
die Werbe-Kampagne war ein wichtiger Wegbereiter für den Friedensprozess in Kolumbien, in dessen Verlauf der Präsident Kolumbiens, der einst als Minister die Werbeagentur beauftragt hatte, den Friedensnobelpreis verliehen bekam. Im Jahr darauf lieferte die FARC tausende Waffen ab und auch die letzten Kämpfer verließen den Dschungel. Nach mehr als einem halben Jahrhundert wurde dieser blutige Konflikt endlich beendet.

Im Grunde steht hinter der ganzen Aktion der Werbefachleute eine Übertreibung, eine hoffnungsgeleitete Liebeslüge. Die Werbefachleute entschieden, einfach so zu tun, als würden alle Menschen in Kolumbien die Rebellinnen und Rebellen mit offenen Armen empfangen. Sie entschieden sich zu dieser Unterstellung in der Hoffnung, dass daraus eine selbsterfüllende Prophezeiung werden würde. Und es funktionierte.

Nicht nur wurden die Rebellen an die Liebe zu ihren Familien erinnert und daran, wer sie noch sind – nicht nur im Dschungel verschanzte Rebellen, sondern auch Freunde, Söhne, Töchter, geliebte, vermisste und gewollte Personen, die wichtig sind für ihre Familien und für die Gesellschaft.

Auch die Menschen in Kolumbien, die unter den Rebellen gelitten hatten, fingen an, die Kämpfer anders wahrzunehmen denn als Angst und Schrecken. Die

Rebellen wurden erkennbar als Männer und Frauen, die in Frieden Weihnachten feiern wollen. Sie wurden erkennbar als Menschenkinder, die einst auf dem Schoß ihrer Mutter, auf dem Schoß des Vaters saßen.

Am Beginn der erfolgreichen „Operation Weihnachtsfest“ steht die Erkenntnis der Werbe-Fachleute, dass es sich bei den Rebellen um normale Menschen handelt. „Normal“ erscheint mir eine seltsame Definition zu sein. Ich verstehe das so: Die PR-Fachleute erkennen in den Rebellen Ihresgleichen, also Unseresgleichen, Meinesgleichen. Sinnenfällig wird dieser Wandel im Menschenbild durch die Überlagerung des Feindbildes mit dem Kinderfoto. Und die Slogans, die ihren Weg in den Dschungel finden, sprechen die Sprache des neuen Bildes; eine Sprache, die frei ist von der üblichen Missachtung. Diese Sprache spricht an: „Du wirst vermisst“, „Du gehörst zu uns.“ Es ist die Sprache der guten Erwartung.

Liebe Schwester und liebe Brüder,

Erwartungen sind mächtig.³ Erwarten wir Gutes, wird sehr wahrscheinlich Gutes dabei herauskommen. Sehen wir eine Person als liebenswert und klug und talentiert an, so formt das unseren Kommunikationsstil. Wir begegnen der Person zugewandt, aufmerksam und erwartungsvoll. Diese positive Zuwendung wiederum setzt in der Person Kräfte frei, die Gutes bewirken. Pygmalion-Effekt⁴ wird dieser Zusammenhang von guter Erwartung und gutem Ergebnis genannt. In diesem Sinne kann das Gute anstecken.

Und während ich so darüber nachdenke, entsteht vor meinem inneren Auge plötzlich ein Maulbeerbaum. Da ist nicht mehr der Dschungel Kolumbiens, sondern eine Stadt im Alten Orient. Und in der Stadt steht ein Maulbeerbaum. In diesem Maulbeerbaum erkenne ich Zachäus. Ich sehe, wie Zachäus in die Krone hinaufklettert. Es sieht so aus, als hielte er Ausschau nach dem Ausweg aus seinem ganz persönlichen Dschungel. Und da höre ich auch schon Worte in der Sprache der guten Erwartung. Ich höre Jesu Worte: „Zachäus, steig eilend herunter; denn ich muss heute in deinem Haus einkehren.“

³ Vgl. Bregman, Im Grunde gut, 287ff.

⁴ Der Pygmalion-Effekt ist benannt nach dem mythologischen Künstler Pygmalion, der sich so sehr in eine von ihm selbst angefertigte Frauenstatue verliebte, dass die Götter entscheiden, diese Figur zum Leben zu erwecken.

Und die Aktion „Zachäus-komm-wir-essen-zusammen“ gelingt: Zachäus steigt eilend vom Baum herunter und empfängt den Neuanfang mit offenen Armen. So ansteckend kann das Gute sein.

Und der Friede Gottes, der höher ist denn all unsere Vernunft, bewahre unsere Herzen und Sinne in Christus Jesus.

Amen.