

Entwickeln Sie Ihre Strategie

Und wenn ich mit Menschen zu tun hatte, deren Glaube noch schwach war, wurde ich wie sie und machte von meiner Freiheit keinen Gebrauch – nur um sie für Christus zu gewinnen. Ich stellte mich allen gleich, um überall wenigstens einige zu retten. 1 Korinther 9,22

Da sagte er zu ihnen: Kommt her, folgt mir nach! Ich werde euch zu Menschenfischern machen. Matthäus 4,19

Mein Vater ist der beste Angler, den ich je getroffen habe. Wenn es auch nur einen Fisch in einem See oder einem Fluss gibt, dann wird er ihn fangen. Das hat mich in meiner Kindheit immer wieder verblüfft. Wir konnten mit zehn Leuten am gleichen See angeln und mein Vater fing alle Fische. Wie hat er das gemacht? War es Zauberei? Hat Gott ihn einfach lieber gemocht?

Als ich älter wurde, erkannte ich sein Geheimnis: Mein Vater verstand die Fische. Er konnte einen See »lesen« und genau herausbekommen, wo die Fische waren; er wusste, zu welcher Tageszeit sie gerne fraßen; er wusste, welchen Köder oder welches Lockmittel er für welche Fischart benutzen musste; er wusste, wann er den Köder wechseln musste, sobald sich die Temperatur änderte; er schien sogar zu wissen, wie tief er die Schnur ins Wasser lassen musste. Er machte es für die Fische so leicht und attraktiv wie möglich, seinen Haken zu schlucken – und das taten sie auch! Er fing die Fische unter ihren Bedingungen.

Ich hingegen hatte nie eine Strategie, wenn ich angeln ging. Ich warf meine Angel einfach irgendwo in den See aus und hoffte, dass etwas anbeißen würde. Die Fische suchten sich selten meinen Haken aus, weil ich mit der Einstellung »nimm es oder lass es bleiben« angelte. Es war mir wichtiger, das Draußensein zu genießen als wirklich etwas zu fangen. Während mein Vater durch das Unterholz robbte oder bis zum Oberkörper nass wurde, nur um dahin zu gelangen, wo die Fische waren, richteten sich meine Angelplätze meist danach, was für mich das Bequemste war. Ich hatte keine Strategie und meine Ergebnisse zeigten das auch.

Leider haben viele Gemeinden dieselbe lustlose Haltung gegenüber dem Menschenfischen. Sie nehmen sich nicht die Zeit, um die Menschen zu verstehen, die sie erreichen wollen, und sie haben keine Stra-

tegie. Sie wollen Menschen für Christus gewinnen, solange man das auf eine bequeme Art tun kann.

Das Geheimnis einer effektiven Evangelisation liegt nicht nur darin, die Botschaft von Christus weiterzugeben, sondern auch darin, seinen Methoden zu folgen. Ich glaube, dass Jesus uns nicht nur hinterlassen hat, was wir sagen sollen, sondern auch, wie wir es mitteilen sollen. Er hatte eine Strategie. Er lebte zeitlose Prinzipien der Evangelisation vor, die heute immer noch funktionieren, wenn wir sie anwenden.

Matthäus 10 und Lukas 10 sind zwei aufschlussreiche Berichte über Jesu Strategie für zielgerichtete Evangelisation. Bevor Jesus seine Jünger aussandte, um zu evangelisieren, gab er ihnen spezifische Instruktionen, mit wem sie ihre Zeit verbringen sollten, wen sie außer Acht lassen sollten, was sie sagen und wie sie es weitergeben sollten. Es ist in diesem Kapitel leider nicht genug Raum für eine detaillierte Darstellung aller Instruktionen, die Jesus gegeben hat. Stattdessen möchte ich fünf Angelregeln für Evangelisation aufzeigen, die in Jesu Anweisungen für seine Jünger zu finden sind. Wir haben unsere Evangelisationsstrategie um diese fünf Prinzipien herum gebaut.

Wonach angeln Sie?

Die Fischart, die Sie fangen wollen, wird jeden Teil Ihrer Strategie bestimmen. Ob Sie Barsch, Karpfen oder Lachs angeln wollen, erfordert verschiedene Ausrüstung, Köder und Zeiteinteilung. Sie können Fächerfische nicht auf dieselbe Weise fangen wie Forellen. Es gibt keine »einer-passt-für-alles«-Methode beim Angeln. Jeder Fisch verlangt eine einzigartige Strategie. Dasselbe gilt auch beim Menschenfischen – es ist hilfreich zu wissen, wonach Sie angeln!

Als Jesus seine Jünger zu ihrem ersten evangelistischen Einsatz ausgesandt hat, definierte er die Zielgruppe sehr spezifisch. Sie sollten sich auf ihre eigenen Landsleute konzentrieren. »Diese Zwölf sandte Jesus aus und gebot ihnen: Geht nicht zu den Heiden, und betretet keine Stadt der Samariter, sondern geht zu den verlorenen Schafen des Hauses Israel« (Mt 10,5–6).

Es mag viele verschiedene Gründe gegeben haben, aus denen Jesus die Zielgruppe einengte, aber eines ist sicher: Er zielte auf die Gruppe von Menschen, die die Jünger am ehesten erreichen konnten – Menschen wie sie selbst. Jesus hatte keine Vorurteile, sondern er ging strategisch vor. Wie ich bereits im neunten Kapitel erwähnte, Jesus defi-

nierte die Zielgruppe der Jünger so, dass sie effektiv sein konnten, nicht, damit sie exklusiv waren.

Gehen Sie dahin, wo die Fische beißen

Es ist Zeitverschwendung, an einem Platz zu angeln, an dem die Fische nicht beißen. Kluge Angler bewegen sich weiter. Sie verstehen, dass die Fische an verschiedenen Plätzen zu unterschiedlichen Tageszeiten fressen. Und sie sind auch nicht die ganze Zeit hungrig.

Das ist das Prinzip der Aufnahmebereitschaft, das ich im letzten Kapitel erläutert habe. Zu bestimmten Zeiten sind Nichtchristen eher aufnahmebereit für geistliche Wahrheit als zu anderen. Diese Bereitschaft dauert oft nur kurz an, deshalb sagte Jesus, sie sollten dorthin gehen, wo die Menschen zuhören würden. Nutzen Sie den Vorteil der aufnahmebereiten Herzen aus, die der Heilige Geist vorbereitet.

Sehen Sie sich Jesu Anweisung im Matthäusevangelium, in Kapitel 10, Vers 14, an: »Wenn man euch aber in einem Haus oder in einer Stadt nicht aufnimmt und eure Worte nicht hören will, dann *geht weg* und schüttelt den Staub von euren Füßen« (Hervorhebung des Autors). Dies ist eine sehr bedeutungsvolle Aussage, die wir nicht ignorieren sollten. Jesus sagte den Jüngern, dass sie sich nicht mit nichtaufnahmebereiten Menschen abgeben sollten. Wir sollen nicht die grünen Früchte abplücken, sondern die reifen Früchte finden und ernten.

Bevor ich Saddleback gegründet habe, habe ich viele evangelistische Einsätze und Veranstaltungen in vielen Gemeinden geleitet. Häufig verbrachten der Pastor der jeweiligen Gemeinde und ich den Nachmittag damit, evangelistische Hausbesuche zu machen. Viele Male nahm mich der Pastor mit zu einem besonders störrischen Fall, bei dem vorherige Evangelisten keinen Erfolg gehabt hatten. Das war Zeitverschwendung.

Ist es gute Verwalterschaft, wenn wir damit fortfahren, jemandem immer wieder zuzusetzen, der Jesus schon ein Dutzend Mal abgelehnt hat, wo es doch eine ganze Stadt voller aufnahmebereiter Menschen gibt, die darauf warten, das Evangelium zum ersten Mal zu hören? Ich glaube, dass der Heilige Geist uns zu den Menschen führen will, die er bereits vorbereitet hat, angesprochen zu werden. Jesus hat uns gesagt, uns nicht um diejenigen zu sorgen, die ihn nicht aufnehmen wollen. Schütteln Sie den Staub von Ihren Füßen und gehen Sie weiter.

Die Strategie des Apostels Paulus war es, durch offene Türen zu gehen und keine Zeit damit zu verschwenden, gegen verschlossene

Türen zu hämmern. Genauso sollten wir unsere Anstrengungen nicht auf die ausrichten, die nicht bereit sind zu hören. Es gibt weit mehr Menschen in der Welt, die bereit sind, Jesus zu empfangen, als Gläubige, die bereit sind, ihnen vom Glauben zu erzählen.

Lernen Sie, wie ein Fisch zu denken

Um Fische zu fangen, ist es hilfreich, ihre Gewohnheiten zu verstehen, ihre Vorlieben und ihr Fressverhalten. Bestimmte Fische mögen glattes, stilles Wasser und andere schwimmen gerne in reißenden Flüssen. Manche Fische schwimmen direkt über dem Grund und andere verstecken sich unter Felsbrocken. Um erfolgreich zu angeln, ist die Fähigkeit erforderlich, wie ein Fisch zu denken.

Jesus wusste häufig, was die Ungläubigen dachten (vgl. Mt 9,4; 12,25; Mk 2,8; Lk 5,22; 9,47; 11,17). Er war effektiv im Umgang mit Menschen, weil er sie verstand und in der Lage war, die mentalen Hindernisse aufzulösen, die bei ihnen bestanden.

Paulus rät uns: »Seid weise im Umgang mit den Außenstehenden, nutzt die Zeit!« (Kol 4,5). Wir müssen es lernen, wie Nichtchristen zu denken, um sie zu gewinnen.

Das Problem ist, je länger Sie Christ sind, desto weniger denken Sie wie ein Nichtchrist. Ihre Interessen und Werte verändern sich. Weil ich die meiste Zeit in meinem Leben Christ gewesen bin, denke ich wie ein Christ. Ich denke normalerweise nicht wie jemand, der nicht an Gott glaubt. Schlimmer noch, ich neige dazu, wie ein *Pastor* zu denken, und das ist noch weiter entfernt von der Denkweise eines nichtgläubigen Menschen. Ich muss geistlich bewusst einen anderen Gang einlegen, wenn ich mich bemühe, zu einem Nichtchristen eine Beziehung aufzubauen.

*Je länger Sie Christ sind,
desto weniger denken
Sie wie ein Nichtchrist.*

Wenn Sie sich die Werbetexte der meisten Gemeinden ansehen, dann ist es offensichtlich, dass sie vom Standpunkt eines Christen geschrieben sind. Nehmen Sie die Werbung für eine Gemeinde, die lautet: »Hier wird das unfehlbare Wort Gottes gepredigt!« Eine solche Aussage spricht nichtgläubige Menschen sicher nicht an. Ich persönlich betrachte die Unfehlbarkeit der Schrift als einen unabdingbaren Glaubensgrundsatz, aber kirchenferne Menschen verstehen noch nicht einmal dieses Wort. Die geistliche Terminologie, mit der Christen vertraut

sind, ist für Nichtchristen einfach Kauderwelsch. Wenn Sie bei kirchenfernen Menschen für Ihre Gemeinde Werbung machen, müssen Sie es lernen, so wie sie zu denken und zu sprechen.

Ich habe häufig gehört, wie sich Pastoren darüber beklagen, dass Nichtchristen heute resistenter gegen das Evangelium seien als in der Vergangenheit. Ich glaube, dass das in keiner Weise wahr ist. In der Mehrzahl der Fälle ist diese Resistenz einfach mangelhafte Kommunikation. Die Botschaft kommt einfach nicht richtig rüber. Die Gemeinden müssen damit aufhören zu sagen, dass die Menschen verschlossen gegenüber dem Evangelium seien, und damit beginnen herauszufinden, wie sie auf der Wellenlänge der Nichtchristen kommunizieren können. Egal, wie lebensverändernd unsere Botschaft auch ist, sie wird nichts Gutes bewirken können, wenn wir sie auf einem von den Nichtchristen getrennten Kanal aussenden.

Wie lernt man, wie Nichtchristen zu denken? Unterhalten Sie sich mit ihnen! Eines der größten Hindernisse für Evangelisation ist es, dass die meisten Gläubigen ihre ganze Zeit mit anderen Christen verbringen. Sie haben keine nichtgläubigen Freunde. Wenn Sie keine Zeit mit Nichtchristen verbringen, dann werden Sie nicht verstehen, was sie denken.

Wie ich im ersten Kapitel berichtete, habe ich Saddleback begonnen, indem ich zwölf Wochen lang von Tür zu Tür ging und die Nichtchristen in meiner Umgebung befragt habe. Ich hatte Robert Schullers Buch *Your Church Has Real Possibilities* (»Ihre Gemeinde hat echte Möglichkeiten«) gelesen, in dem er darüber berichtet, wie er 1955 von Tür zu Tür ging und Hunderte von Menschen fragte: »Warum gehen Sie in eine Kirche/Gemeinde?« und »Was suchen Sie in einer Kirche/Gemeinde?« Ich dachte, dass das eine großartige Idee sei, aber die Fragen für die skeptischen 80er Jahre neu formuliert werden müssten. Ich schrieb fünf Fragen in mein Notizbuch, die ich benutzt habe, um Saddleback anzufangen:

1. *Was denken Sie, ist das größte Problem in der Gegend?* Diese Frage brachte die Menschen einfach dazu, sich mit mir zu unterhalten.
2. *Besuchen Sie aktiv eine Kirche/Gemeinde?* Wenn sie mit »ja« antworteten, bedankte ich mich und ging weiter zum nächsten Haus. Ich habe mich nicht damit aufgehalten, die drei anderen Fragen zu stellen, weil ich die Umfrage nicht mit den Ansichten von Gläubigen verfärbeln wollte. Beachten Sie, dass ich nicht gefragt habe: »Sind Sie Mitglied?« Viele Menschen, die das letzte Mal vor zwanzig Jahren eine Kirche von innen gesehen haben, nehmen immer noch die Zugehörigkeit zu einer Kirche/Gemeinde für sich in Anspruch.

3. *Was denken Sie, weshalb die meisten Menschen keine Kirche/Gemeinde besuchen?* Das erschien mir eine weniger bedrohliche und offensivere Formulierung als »Warum besuchen Sie keine Gemeinde?« Heute würden viele Leute diese Frage mit »Das geht sie gar nichts an, warum ich nicht hingeh!« beantworten. Aber als ich sie fragte, was sie dächten, warum *andere Leute* nicht hingingen, nannten sie mir in der Regel sowieso ihre persönlichen Gründe.
4. *Wenn Sie eine Gemeinde suchen würden, an der Sie teilnehmen könnten, auf welche Dinge würden Sie achten?* Diese einzelne Frage hat mich mehr über das Denken wie ein Nichtchrist gelehrt als meine ganze Ausbildung am Seminar. Ich entdeckte, dass die meisten Gemeinden Programme anbieten, an denen die kirchendistanzierten Menschen kein Interesse hatten.
5. *Was könnte ich für Sie tun? Welchen Rat können Sie einem Pastor geben, der Menschen wirklich eine Hilfe sein will?* Das ist die allergrundlegendste Frage, die die Gemeinde ihrem Umfeld stellen muss. Studieren Sie die Evangelien und achten Sie darauf, wie viele Male Jesus jemanden gefragt hat: »Was möchtest du, das ich dir tun soll?« Er begann bei den Bedürfnissen der Menschen.

Als ich die Umfrage machte, stellte ich mich so vor: »Hallo, mein Name ist Rick Warren. Ich mache eine Meinungsumfrage über unsere Stadt. Ich bin nicht hier, um Ihnen irgendetwas zu verkaufen oder Sie irgendetwas unterschreiben zu lassen. Ich würde Ihnen einfach gerne fünf Fragen stellen. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten, und es wird nur etwa zwei Minuten dauern.«

Mehrere tausend Gemeinden haben nun diese fünf Fragen in ihren eigenen Städten benutzt. Unsere Denomination, die ich beraten hatte, verwendete diese Fragen zur Vorbereitung auf den Start von 102 neuen Gemeinden an einem einzigen Tag! Wenn Sie die kirchendistanzierten Menschen in Ihrer Umgebung noch nie befragt haben, dann empfehle ich Ihnen sehr stark, dies zu tun.

Vier Hauptkritikpunkte

Wir haben bei unserer Umfrage im Saddleback-Tal vier verbreitete Kritikpunkte an Gemeinden festgestellt.

»Kirche/Gemeinde ist langweilig, besonders die Predigten. Die Botschaften haben keinen Bezug zu meinem Leben.« Das ist die Beschwerde, die ich am häufigsten hörte. Es ist erstaunlich, wie Gemeinden in der Lage sind, das aufregendste Buch der Welt zu nehmen und damit

die Menschen zu Tode zu langweilen. Wundersamerweise gelingt es ihnen, Brot in Steine zu verwandeln!

Das Problem mit langweiligen Predigern ist, dass sie bei den Menschen den Gedanken auslösen, Gott sei langweilig. Aufgrund dieser Kritik habe ich mich entschlossen zu lernen, wie man Gottes Wort auf praktische, interessante Art kommuniziert. Eine Predigt muss nicht langweilig sein, um biblisch zu sein, und muss auch nicht trocken sein, um Lehre zu enthalten. Die kirchendistanzierten Menschen wollen keine verwässerten Botschaften, aber praktische. Sie wollen sonntags etwas hören, was sie montags anwenden können.

»Gemeindemitglieder sind unfreundlich zu Besuchern. Wenn ich in eine Gemeinde gehe, dann möchte ich mich willkommen fühlen, ohne dass mir etwas peinlich sein muss.« Viele kirchendistanzierte Menschen sagten mir, dass sie das Gefühl hätten, die Gemeinde sei wie eine Clique. Wenn sie die Insider-Ausdrücke, die Lieder oder Rituale nicht kannten, dann kamen sie sich nach eigener Aussage dumm vor und hatten das Gefühl, dass die anderen Mitglieder sie abschätzend beobachteten. Das stärkste Gefühl, das kirchendistanzierte Menschen haben, wenn sie einen Gottesdienst besuchen, ist *Angst*. Als ein Ergebnis davon entschieden wir uns in Saddleback, dass wir alles Notwendige tun würden, damit sich die Besucher willkommen und angenommen fühlen, ohne sich beobachtet vorzukommen.

»Die Gemeinde interessiert sich mehr für mein Geld als für mich.« Aufgrund der deutlich sichtbaren Sammelanstrengungen von Fernsehevangelisten und anderen christlichen Organisationen sind kirchendistanzierte Menschen unglaublich empfindlich gegenüber Bitten um Geld. Bill Hybels stellte dies als wichtigsten Beschwerdepunkt in seiner Gegend fest, als er eine ähnliche Umfrage machte. Viele glauben, dass Pastoren »nur des Geldes wegen dabei sind«, und opulente Gemeindegebäude haben nur weiteres Öl ins Feuer gegossen. Wir haben uns entschlossen, dieser Kritik entgegenzuwirken, indem wir eine Gegenerklärung machen, wenn wir die Kollekte einsammeln. Wir erklären, dass die Kollekte nur für diejenigen gedacht ist, die ein Teil unserer Gemeindefamilie sind. Wir erwarten von Besuchern nicht, dass sie etwas geben.

»Wir machen uns ernste Gedanken über die Qualität der Kinderarbeit in den Gemeinden.« Das Saddleback-Tal ist voll mit jungen Elternpaaren, also waren wir nicht überrascht, auf diese Kritik zu stoßen. Die Gemeinde muss sich das Vertrauen der Eltern verdienen. Saddleback hat eine Reihe von strengen Richtlinien für unsere Kinderarbeit ange-

wandt und publiziert, um Sicherheit und Qualität zu sichern. Wenn Sie junge Paare erreichen wollen, dann müssen Sie ein exzellentes Programm für ihre Kinder haben.

Jesus sagte den Jüngern, sie sollten strategisch bei ihrer Evangelisation vorgehen. »Seht, ich sende euch wie Schafe mitten unter die Wölfe; seid daher klug wie die Schlangen und arglos wie die Tauben!« (Mt 10,16). Beim Football wissen erfolgreiche Teams, wie man »die Verteidigung liest«. Wenn sich das angreifende Team für jedes Spiel aufstellt, schaut der Quarterback auf das gegnerische Team, um zu sehen, wie sie sich aufgestellt haben. Er versucht, im Voraus zu berechnen, wie die Verteidigung reagieren wird und welche Hindernisse die Durchführung des Spiels verhindern könnten. Wenn der Quarterback dies nicht tut, wird er in der Regel vernichtend geschlagen!

Bei der Evangelisation heißt »Lesen der Verteidigung«, die Einwände zu verstehen und vorwegzunehmen, die Nichtchristen haben, bevor sie sie aussprechen.

Das Interessanteste an unserer Umfrage schien mir, dass keiner der Kritikpunkte der kirchendistanzierten Menschen in unserer Umgebung theologischer Natur war. Ich bin auf keine einzige Person gestoßen, die gesagt hat: »Ich gehe nicht in die Kirche, weil ich nicht an Gott glaube.« Aber ich *habe* eine ganze Reihe von Menschen getroffen, die sagten: »Ich glaube an Gott, aber ich habe nicht das Gefühl, dass eine Gemeinde mir irgendetwas geben könnte, was ich brauche.« Die meisten kirchendistanzierten Menschen sind keine Atheisten. Sie sind falsch informiert, wurden abgeschreckt oder sind zu beschäftigt.

Wir verwendeten die bei der Umfrage gesammelten Informationen und schickten einen offenen Brief an die Bürger, in dem wir die Hauptbedenken der kirchendistanzierten Menschen ansprachen und einen Gottesdienst ankündigten, der so gestaltet war, den weitverbreiteten Einwänden entgegenzuwirken, die sie anführten.

Ich habe diesen Brief komplett aus dem Glauben heraus geschrieben. Als wir ihn abschickten, hatten wir noch keinen einzigen Gottesdienst abgehalten. Aus dem Glauben heraus kündigten wir im Voraus die Art von Gemeinde an, die wir entschlossen waren zu sein.

Ich definierte unser Ziel im ersten Satz des Briefes, indem ich Saddleback als »Kirche für Kirchendistanzierte« positionierte. Der ganze Grundton des Briefes war darauf ausgerichtet, das zu treffen, wonach die kirchendistanzierten Menschen suchten, und nicht, Christen aus anderen Gemeinden anzuziehen. In der Tat kamen alle kritischen oder wütenden Briefe, die ich als Reaktion auf diesen ersten Brief erhielt,

von Christen, die mich fragten, warum ich Jesus oder die Bibel nicht erwähnt hatte. Manche drückten sogar ihre Zweifel an meiner eigenen Errettung aus! Sie haben einfach nicht verstanden, was wir zu tun versuchten.

Auf diesen Brief hin besuchten 205 Personen den ersten Gottesdienst von Saddleback, und im Laufe der folgenden zehn Wochen entschieden sich 82 von ihnen für ein Leben mit Jesus Christus. Die Ergebnisse waren es wert, dass wir zuvor von einigen Christen missverstanden wurden. Auch Sie müssen sich entscheiden, wen Sie gewinnen wollen.

Fangen Sie Fische unter ihren Bedingungen

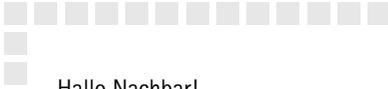
Das ist das Herz der Evangelisationsstrategie von Saddleback: Wir müssen die Fische unter ihren eigenen Bedingungen fangen wollen. Wie ich bereits in der Geschichte über meinen Vater ausgeführt habe, erfordert erfolgreiches Angeln oft unbequeme Dinge, um die Fische zu bekommen. Wussten Sie, dass sich der durchschnittliche Angler nie weiter als eine halbe Meile von einer befestigten Straße entfernt? *Ernsthafte* Angler werden jedenfalls jede Entfernung auf sich nehmen, um Fische zu fangen. Wie ernst ist es Ihnen mit dem Missionsauftrag? Wie ernst nimmt ihn Ihre Gemeinde? Sind Sie bereit, jede Entfernung zurückzulegen und Unbequemlichkeiten auf sich zu nehmen, um Menschen für Christus zu gewinnen?

Ihre Kultur verstehen und sich ihr angleichen

Jesus sagte zu den Jüngern: »Wenn ihr in eine Stadt kommt und man euch aufnimmt, so eßt, was man euch vorsetzt« (Lk 10,8; Hervorhebung durch den Autor). Als Jesus das sagte, gab er mehr als nur einen Ernährungsratschlag; er befahl ihnen, sensibel gegenüber der örtlichen Kultur zu sein. Er wies sie an, sich denen anzugleichen, die sie erreichen wollten. Sie sollten sich den lokalen Gewohnheiten und der Kultur anpassen, wenn es kein biblisches Prinzip verletzte.

Als ich als Studentenmissionar in Japan tätig war, musste ich lernen, das zu essen, was mir vorgesetzt wurde. Ich habe nicht alles gemocht, was ich probiert habe, aber ich liebte die Japaner, die ich für Christus gewinnen wollte, und deshalb habe ich mich ihnen angepasst.

Viel zu häufig lassen wir kulturelle Unterschiede zwischen Christen und Nichtchristen zu Barrieren dagegen werden, die Botschaft zu vermitteln. Für einige Christen klingt jede Erwähnung von »sich ihrer Kul-



Hallo Nachbar!

20. März

Endlich!

Eine neue Gemeinde speziell für alle, die es aufgegeben haben, traditionelle Gottesdienste zu besuchen! Wir müssen der Realität ins Auge sehen. Viele Menschen unserer Zeit sind nicht in einer christlichen Gemeinde aktiv.

Warum nicht?

Viel zu oft . . .

- ▶ sind die Predigten langweilig und haben keinen Bezug zum Leben im Alltag
- ▶ scheinen viele Gemeinden stärker an Ihrer Brieftasche als an Ihnen interessiert zu sein
- ▶ sind die Mitglieder unfreundlich gegenüber den Besuchern
- ▶ machen Sie sich Gedanken über die Qualität der Betreuung für Ihre Kinder.

Denken Sie, dass es Spass machen sollte, eine Gemeinde zu besuchen?

Wir haben eine gute Nachricht für Sie!

Die SADDLEBACK VALLEY COMMUNITY CHURCH ist eine neue Gemeinde, die dafür geschaffen wurde, den Bedürfnissen der 80er Jahre zu begegnen. Wir sind eine Gruppe von freundlichen, glücklichen Menschen, die die Freude eines christlichen Lebensstils entdeckt haben.

In der Saddleback Valley Community Church können Sie

- ▶ neue Freunde treffen und Ihre Nachbarn kennen lernen
- ▶ fröhliche Musik mit einem zeitgenössischen Anstrich genießen
- ▶ positive, praktische Botschaften hören, die Sie jede Woche ermutigen
- ▶ Ihre Kinder der Fürsorge von engagierten Kindermitarbeitern anvertrauen.

Warum nicht diesen Sonntag einmal ausprobieren?

Ich lade Sie ein, mein besonderer Gast zu sein bei unserem ersten öffentlichen Feiertagsdienst am OSTERSONNTAG, am 6. April um 11 Uhr. Wir treffen uns zur Zeit im Theater der *Laguna Hills High School*. Wenn Sie keine Gemeinde haben, in der Sie zu Hause sind, dann versuchen Sie es doch einmal mit uns!

Entdecken Sie den Unterschied!

Mit freundlichen Grüßen,
Rick Warren, Pastor



tur anpassen« nach theologischem Liberalismus. Das ist keine neue Befürchtung. In der Tat war dies der Grund, warum die Apostel die Zusammenkunft in Jerusalem abhielten, die im Kapitel 15 der Apostelgeschichte beschrieben ist. In jenen Tagen war die Frage: »Müssen Gläubige, die aus einem heidnischen Hintergrund kommen, die Gebräuche und die Kultur der Juden befolgen, um als echte Christen betrachtet zu werden?« Die Apostel und die Ältesten antworteten mit einem klaren »Auf keinen Fall!« Von diesem Zeitpunkt an begann das Christentum, sich jeder neuen Kultur bei seiner Verbreitung über die Welt anzupassen.

Das Evangelium wird immer unter den Bedingungen einer Kultur kommuniziert. Die einzige Frage lautet: unter welcher? Keine Gemeinde kann kulturell neutral sein. Sie wird immer eine Kultur ausdrücken, weil sie aus Menschen besteht.

Zweitausend Jahre lang hat sich das Christentum einer Kultur nach der anderen angepasst. Wenn es sich nicht angepasst hätte, wären wir immer noch eine Sekte im Judentum! Wir ignorieren 2.000 Jahre Kirchengeschichte, wenn wir darauf bestehen, dass unser eigener kultureller Ausdruck des Glaubens besser oder biblischer sei als ein anderer.

Ich habe festgestellt, dass die Fische, wenn ich angeln gehe, nicht automatisch in mein Boot springen und sich auch nicht selbst für mich ans Ufer werfen. Ihre Kultur (unter Wasser) unterscheidet sich sehr von meiner (an der Luft). Es erfordert eine bewusste Anstrengung meinerseits, einen Kontakt zu den Fischen herzustellen. Irgendwie muss ich herausbekommen, wie ich den Köder in ihrer Kultur direkt vor ihrer Nase plazieren kann.

Gemeinden, die erwarten, dass Kirchendistanzierte einfach hereinkommen, weil sie ein Gebäude gebaut haben mit einem Schild »Wir haben geöffnet«, täuschen sich selbst. Die Menschen springen nicht einfach freiwillig in Ihr Boot. Sie müssen ihre Kultur durchdringen.

Um eine Kultur zu durchdringen, müssen Sie bereit sein, einige Konzessionen in Fragen des Stils zu machen, um sich Gehör zu verschaffen. Zum Beispiel hat unsere Gemeinde den lockeren und informellen Stil und die Kleidung unseres südkalifornischen Umfelds übernommen, in dem wir unsere Aufgabe erfüllen. Da der Strand nur ein paar Kilometer entfernt ist und das Wetter die meiste Zeit des Jahres sonnig und mild ist, kleiden sich die Menschen nicht so formell wie in anderen Gegenden des Landes. Deshalb haben wir unsere Gottesdienste so gestaltet, dass sie denselben informellen Stil widerspiegeln. Wenn Sie in Saddleback Männer mit Krawatte und Anzug sehen, dann sind das wahrscheinlich auswärtige Besucher.

Lassen Sie Ihren Ansatz durch Ihre Zielgruppe bestimmen

Fische unter ihren eigenen Bedingungen zu fangen bedeutet, dass Sie Ihren Ansatz durch Ihre Zielgruppe bestimmen lassen. Benutzen Sie für alle Fischarten den gleichen Köder, wenn Sie angeln gehen? Natürlich nicht. Verwenden Sie dieselbe Hakengröße für jede Fischart? Nein. Sie müssen den Köder und Haken verwenden, der am besten zu den Fischen passt, die Sie fangen wollen.

Paulus ließ es stets zu, dass seine Zielgruppe den Ansatz bestimmte. Er beschreibt seine Strategie im ersten Brief an die Korinther, Kapitel 9, Verse 19–22:

Da ich also von niemand abhängig war, habe ich mich für alle zum Sklaven gemacht, um möglichst viele zu gewinnen. Den Juden bin ich ein Jude geworden, um Juden zu gewinnen; denen, die unter dem Gesetz stehen, bin ich, obgleich ich nicht unter dem Gesetz stehe, einer unter dem Gesetz geworden, um die zu gewinnen, die unter dem Gesetz stehen. Den Gesetzlosen war ich sozusagen ein Gesetzloser – nicht als ein Gesetzloser vor Gott, sondern gebunden an das Gesetz Christi –, um die Gesetzlosen zu gewinnen. Den Schwachen wurde ich ein Schwacher, um die Schwachen zu gewinnen. Allen bin ich alles geworden, um auf jeden Fall einige zu retten.

Manche Kritiker sagen vielleicht, dass Paulus ein Chamäleon war, ein Heuchler in seinem Dienst, wenn er sich gegenüber verschiedenen Gruppen verschieden benahm. Das ist nicht der Fall. Paulus war strategisch. Seine Motivation war sein Verlangen, alle Menschen gerettet zu sehen. Mir gefallen besonders die Verse 22 und 23: »Wer es auch sei, ich stelle mich ihm gleich, um auf jede erdenkliche Weise wenigstens einige Menschen zu retten. Dies alles tue ich für das Evangelium, damit auch ich Anteil an dem Segen erhalte, den es verspricht« (Hoffnung für alle).

Ich habe einmal die Evangelien durchgelesen, weil ich den Standardansatz entdecken wollte, nach dem Jesus vorging. Dabei habe ich festgestellt, dass er gar keinen hatte! Er hatte keinen Standardansatz dafür, Menschen vom Glauben zu erzählen. Er setzte einfach dort an, wo die Menschen gerade waren. Als er die Frau am Brunnen traf, sprach er über das lebendige Wasser; wenn er mit Fischern zusammen war, sprach er über das Fischefangen; wenn er auf Bauern stieß, sprach er über das Aussäen der Saat.

*Mit den Bedürfnissen der Kirchendistanzierten,
die Sie erspürt haben, beginnen*

Immer, wenn Jesus auf eine Person traf, begann er mit *ihren* Wunden, Bedürfnissen und Interessen. Als er seine Jünger aussandte, wies er sie an, dasselbe zu tun: »Heilt Kranke, weckt Tote auf, macht Aussätzige rein, treibt Dämonen aus! Umsonst habt ihr empfangen, umsonst sollt ihr geben« (Mt 10,8).

Beachten Sie die totale Betonung der Nöte und Leiden, welche die Jünger erspüren sollten. Wenn Sie Schmerzen haben, sei es körperlich oder seelisch, dann haben Sie kein Interesse an der Bedeutung von griechischen oder hebräischen Ausdrücken. Sie wollen sich nur wieder wohl fühlen. Jesus hat immer den Nöten und Wunden der Menschen gedient. Wenn ein Leprakranker kam, hat Jesus ihn nicht in einen langen Vortrag über die Reinheitsgesetze aus dem dritten Buch Mose verwickelt. Er hat den Mann einfach geheilt! Wenn er auf kranke, von Dämonen besessene oder verstörte Menschen traf, dann begegnete er ihnen an dem Punkt, an dem sie durch und durch wund waren. Er hat nicht gesagt: »Es tut mir Leid, aber das passt nicht in meinen Predigtplan. Heute setzen wir unsere Reihe über das fünfte Buch Mose fort.«

Wenn es Ihrer Gemeinde ernst damit ist, die kirchendistanzierten Menschen zu erreichen, dann müssen Sie auch bereit sein, es mit Menschen aufzunehmen, die eine Menge Probleme haben. Angeln ist oft unappetitlich und stinkt. Viele Gemeinden wollen, dass die Fische, die sie fangen, bereits geschuppt, ausgenommen, gereinigt und gekocht sind. Deshalb erreichen sie auch nie jemanden.

*Die Vorurteile der kirchendistanzierten Menschen verstehen
und auf sie reagieren*

In Saddleback nehmen wir die Vorurteile der Kirchendistanzierten sehr ernst, sogar wenn sie auf Ignoranz beruhen. Nichtchristen haben Vorurteile gegenüber Kirchen und Gemeinden, die nur Geld wollen, gegenüber Gemeinden, die Schuld und Furcht zur Motivation benutzen, gegenüber Gemeinden, die von ihnen erwarten, dass sie an jedem Treffen teilnehmen müssen, das die Gemeinde veranstaltet, und gegenüber Gemeinden, die die Besucher aufstehen und sich vorstellen lassen.

Unsere Strategie ist es, diesen Vorurteilen und Befürchtungen so schnell wie möglich entgegenzuwirken. Zum Beispiel haben wir bei unseren Befragungen von Kirchendistanzierten herausgefunden, dass die Zuordnung zu bestimmten Denominationen bei den kirchendistan-

zierten Menschen in Südkalifornien negativ besetzt war. Das bewog uns, den neutralen Namen »Saddleback Church« zu wählen.

Ich schäme mich nicht meines Erbes der *Southern Baptists*, und wir erklären deutlich in unserem Mitgliedschaftskurs, dass Saddleback sowohl in der Lehre als auch finanziell der *Southern Baptist Convention* angegliedert ist. Aber als wir die kirchendistanzierten Südkalifornier fragten: »Was bedeutet der Ausdruck *Southern Baptist* für Sie?«, war ich erstaunt über die weitverbreiteten Fehleinschätzungen. Viele Nichtchristen, besonders diejenigen aus einem katholischen Hintergrund, sagten mir, dass sie es niemals auch nur in Betracht ziehen würden, eine Gemeinde der *Southern Baptists* zu besuchen.

Das stellte mich vor zwei Möglichkeiten: Ich konnte Jahre damit verbringen, die Menschen in unserer Stadt darüber aufzuklären, wofür die *Southern Baptist Convention* wirklich steht, bevor ich sie dazu bringen könnte, unsere Gemeinde zu besuchen, oder ich konnte die falschen Vorstellungen aufklären, *nachdem* sie Christus angenommen hatten. Wir haben uns für die zweite Möglichkeit entschieden.

Bin ich für meine Wahl kritisiert worden? Was denken Sie denn! Manche wohlmeinenden Leute beschuldigten mich aller möglichen Arten von theologischer Ketzerei und mangelnder Integrität, aber sie gehörten sowieso nicht zu meiner Zielgruppe. Ich versuchte nicht, andere Christen anzuziehen, und zielte auch nicht auf andere Baptisten ab. Manche dieser Menschen wurden meine Freunde, nachdem sie verstanden hatten, wen wir zu erreichen versuchten. Einen neutralen Namen zu wählen war eine Evangelisationsstrategie und kein theologischer Kompromiss.

Im Jahr 1988 ergab eine Umfrage, dass 33 % aller Protestanten in ihrem Leben die Denominationszugehörigkeit gewechselt hatten. Ich bin mir sicher, dass diese Zahl heute sogar noch höher ist. Wenn man die steigende Popularität von gleichartigen Produkten betrachtet, ist es offensichtlich, dass die heutige Generation nur sehr wenig »Markentreue« hat. Für die meisten Menschen hat der persönliche Wert die größere Anziehungskraft. Nur wenige Menschen suchen sich eine Gemeinde nach der Zugehörigkeit zu einer bestimmten »Denominationsmarke«. Sie entscheiden sich für die Gemeinde, die am besten ihren Bedürfnissen begegnet.

Verändern Sie die Methoden, wann immer es notwendig ist

Wenn Sie jemals einen ganzen Tag lang geangelt haben, dann wissen Sie, dass Sie manchmal im Laufe des Tages den Köder wechseln müssen. Wonach die Fische am Morgen geschnappt haben, das scheinen sie

am späten Nachmittag zu ignorieren. Das Problem heute bei vielen Gemeinden ist, dass sie kurz vor dem Jahr 2000 immer noch versuchen, Haken und Köder aus den 50er Jahren zu verwenden – und die Fische beißen nicht mehr an. Der größte Feind für unseren Erfolg in der Zukunft ist häufig der Erfolg unserer Vergangenheit.

Verwenden Sie mehr als einen Haken

Wo ich aufgewachsen bin, nannte man es »*trotline-fishing*«, wenn man mehr als einen Haken beim Angeln verwendete. Die Methode bestand darin, mehrere Haken an einer einzigen Angelschnur zu befestigen. Der Gedanke dahinter war, je mehr Haken Sie im Wasser haben, desto mehr Fische werden Sie wahrscheinlich fangen.

Aufgrund des technologischen Fortschritts werden den Menschen in Amerika mehr Möglichkeiten geboten als jemals zuvor. Wo es früher drei Fernsehsender gab, kann ich heute mehr als 50 Sender empfangen, und mit Glasfaserkabeln kann das Dreifache anwachsen. Früher gab es eine Sorte Cola, heute gibt es Cola light, Cherry Cola, normale Cola, Cherry Cola light, Cola light koffeinfrei etc.

Letztes Jahr sah ich einen Fernsehbericht über die Auswahl, die nun für die Konsumenten besteht. In der Dokumentation wurde die Schätzung vorgenommen, dass jede Woche 200 neue Lebensmittelprodukte auf den Markt kommen und dass jedes Jahr fast 300 neue Zeitschriften publiziert werden. Die Firma Levi's hat allein 70.000 Produkte mit verschiedenen Größen, Schnitten, Typen und Materialien. Wir leben in einer Welt mit vielfältiger Auswahl.

Diese Veränderungen haben eine Generation hervorgebracht, die erwartet, in jedem Bereich Wahlmöglichkeiten zu haben. Wenn es aber um Gottesdienstformen geht, dann bieten die meisten Gemeinden leider nur zwei Wahlmöglichkeiten an: entweder man nimmt es so hin oder man lässt es! Wenn Sie um 10 Uhr morgens nicht kommen können, dann haben Sie eben Pech gehabt.

Man ordnet sich dem Konsum nicht unter, wenn man verschiedene Gottesdienste anbietet oder sogar verschiedene Lobpreisstile. Das ist strategisch und selbstlos und es sagt aus, dass Sie alles Notwendige tun, um mehr Menschen für Christus zu erreichen. Das Ziel ist nicht, es den kirchendistanzierten Menschen so schwer wie möglich, sondern so einfach wie möglich zu machen, etwas über Jesus Christus zu hören.

Wachsende Gemeinden bieten vielfältige Programme an, verschiedene Gottesdienste und manchmal auch unterschiedliche Örtlichkeiten. Sie erkennen, dass alle Arten von Ansätzen gebraucht werden, um alle

Arten von Menschen zu erreichen. Jerry Falwell nennt das »Voll-Evangelisation«: jedes verfügbare Mittel anzuwenden, um jede verfügbare Person zu jeder erforderlichen Zeit zu erreichen.

Warum angeln wir normalerweise nur mit einem Haken? Warum haben die meisten Gemeinden nur wenige oder gar keine evangelistischen Programme? Ich glaube, das liegt daran, dass wir uns die falsche Frage stellen. Viel zu häufig lautet die erste Frage: »Wie viel wird das kosten?« Die *richtige* Frage heißt: »Wen wird es erreichen?« Wie viel ist eine Seele wert? Ist es das nicht wert, fünfhundert Dollar für eine Zeitungsanzeige auszugeben, wenn das einen nichtgläubigen Menschen für Christus erreicht?

Es kostet etwas, unsere Umgebung zu erreichen

Wenn es Ihrer Gemeinde damit ernst ist, eine verständliche Evangelisationsstrategie zu entwickeln, dann wird das Geld kosten. Im Hinblick darauf möchte ich dieses Kapitel mit einigen Gedanken darüber abschließen, wie Sie Ihre Strategie finanzieren.

Erstens, Geld, das für Evangelisation verwendet wird, ist nie eine Ausgabe, sondern immer eine Investition. Die Menschen, die Sie erreichen, werden die Kosten, die Sie investiert haben, mehr als zurückzahlen. Bevor wir unseren ersten Gottesdienst in Saddleback feiern konnten, haben die Leute in unserer kleinen Hausbibelgruppe etwa 6.500 Dollar Schulden auf sich genommen, um diesen Gottesdienst vorzubereiten. Wo haben wir das Geld herbekommen? Wir haben unsere eigenen Bankkonten geplündert! Wir glaubten, dass die Spenden der Menschen, die wir für Christus erreichten, es schließlich ermöglichen würden, jedem den Betrag zurückzuzahlen.

Eines der Wunder unseres Generalprobengottesdienstes war es, dass ein Mann, der vorher nicht zu unserer Hausbibelgruppe gehört hatte, diesen Gottesdienst besuchte und einen Scheck über 1.000 Dollar in die Kollekte legte. Nachdem alles vorüber war, kam die Frau, die für das Zählen des eingesammelten Geldes zuständig war, zu mir und zeigte mir den Scheck. Ich rief aus: »Es wird funktionieren!« Tatsächlich konnten wir allen das Geld innerhalb von vier Monaten zurückzahlen. Bitte beachten Sie: Ich mache *nicht* Werbung dafür, dass Ihre Gemeinde Scheck- oder Kreditkarten benutzen sollte, um sich zu finanzieren. Ich versuche nur zu illustrieren, wie entschlossen wir waren, die Kosten dafür zu tragen, Menschen für Christus zu erreichen.

Wenn die Finanzen in einer Gemeinde knapp werden, wird häufig als erstes der Bereich der Evangelisation und das Werbekostenbudget

beschnitten. Das ist das *Letzte*, was Sie kürzen sollten. Es ist die Quelle für frisches Blut und neues Leben für Ihre Gemeinde.

Das Zweite, was Sie beachten sollten, wenn Sie über Gemeindefinanzen nachdenken, ist, dass Menschen für eine *Vision* geben, und nicht für die Notwendigkeit. Wenn die Notwendigkeit Menschen motivieren würde zu geben, dann hätte jede Gemeinde Geld im Überfluss. Es sind nicht die bedürftigsten Institutionen, die Unterstützung anziehen, sondern diejenigen mit der größten Vision. Die Gemeinden, die das Meiste aus dem machen, was sie haben, sind die Gemeinden, die weitere Gaben anziehen. Deshalb sagte Jesus: »Ich sage euch, wer viel hat, soll noch mehr bekommen. Wer aber wenig hat, dem wird auch noch das Letzte weggenommen werden« (Lk 19,26; Gute Nachricht).

Wenn Ihre Gemeinde immer knapp an Geld ist, dann prüfen Sie Ihre Vision. Ist sie klar? Wird sie effektiv kommuniziert? Geld fließt zu gottgegebenen, vom Heiligen Geist inspirierten Ideen. Gemeinden mit Geldproblemen haben häufig eigentlich ein Visionsproblem.

Drittens, wenn Sie Pfennige und Groschen für Evangelisation ausgeben, dann werden Sie auch Ergebnisse im Bereich von Pfennigen und Groschen zurückbekommen. Einmal sagte Jesus zu Petrus, er werde Geld im Maul eines Fisches finden, um damit die Steuern der Römer zu bezahlen: ». . . geh an den See und wirf die Angel aus; den ersten Fisch, den du heraufholst, nimm, öffne ihm das Maul und du wirst ein Vierdrachmenstück finden« (Mt 17,27). Ich glaube, dass wir etwas Wichtiges aus dieser Geschichte lernen können: Die Münzen sind immer in den Mäulern der Fische. Wenn Sie sich auf das Fischen (Evangelisation) ausrichten, wird Gott Ihre Rechnungen bezahlen.

Schließlich sollten Sie sich an das berühmte Motto des großen missionarischen Strategen Hudson Taylor erinnern: »Gottes Werk, das auf Gottes Weise getan wird, wird es nicht an Gottes Unterstützung mangeln.«

Angeln ist ein ernsthaftes Geschäft

Ich habe Jesu Vergleich der Evangelisation mit dem »Fischen« immer besonders gemocht, aber eine Sache hat mich immer zögern lassen: das Fischen ist für die meisten Menschen nur ein Hobby, etwas, das sie in ihrer Freizeit tun. Niemand sieht das Angeln als Verantwortung. Aber das Fischen nach Menschen ist ein ernsthaftes Geschäft. Es ist kein Hobby für Christen, es soll ein Teil unseres Lebensstils sein!