



Kapitalismus als Glaubenssache

Wirtschaftsnarrative als theologische Herausforderung

Von: Jürgen Kehnscherper, erschienen im Deutschen Pfarrerblatt, Ausgabe 7/2021

Wirtschaft wird weitgehend durch kollektive Überzeugungen bestimmt, die mit entsprechenden Narrativen korrespondieren. Für diese hoch wirksamen Wirtschaftserzählungen sollte Theologie ein Sensorium entwickeln. Denn wenn Sachfragen zu Glaubensüberzeugungen werden, sind sie rational kaum noch verhandelbar. Eine kritische Theologie muss religiös überhöhte und metaphysisch aufgeblasene Wirtschaftsnarrative identifizieren können und ihnen quasi die Luft ablassen, um den Weg frei zu machen für ebenso sachgemäße wie verantwortbare Entscheidungen. Jürgen Kehnscherper verweist in seiner Analyse auf die „Narrative Wirtschaft“ des Ökonomen Robert Shiller sowie auf Arbeiten des Wirtschaftssoziologen Christoph Deutschmann. Beide überwinden Defizite einer am Vorbild der Naturwissenschaften orientierten Wirtschaftswissenschaft und zeigen, dass der Kapitalismus seine Dynamik durch soziale Resonanz gewinnt.

Vorsicht, ansteckend! Wie Narrative (nicht nur) die Wirtschaft steuern

Wirtschaftliche Entwicklungen werden nicht durch mechanisch ablaufende Gesetze, sondern maßgeblich durch einen allgemein akzeptierten öffentlichen Glauben gesteuert. Dieser Glaube korrespondiert mit Narrativen, die ähnlich wie Virusinfektionen funktionieren – so die bemerkenswerten Thesen des US-amerikanischen Wirtschaftsnobelpreisträgers Robert Shiller.¹ Mit seinem ungewöhnlichen Ansatz hofft er, präzisere Voraussagen über wirtschaftliche Entwicklungen machen zu können. Die Konsequenzen seiner These reichen jedoch weiter. Denn Narrative beeinflussen nicht nur ökonomische Einzelentscheidungen, sondern begründen auch moralische Werte, Zugehörigkeiten und Identitäten. Auch Kirche und Diakonie sind durch viral gegangene ökonomische Narrative beeinflusst – nur ist ihnen dies in der Regel nicht bewusst.

Mit dem Konzept des „Narrativs“ überträgt Shiller einen Begriff aus den Sozialwissenschaften auf die Ökonomie. Er verwendet ihn dabei in seiner bekannten Bedeutung als sinnstiftende Erzählung, die die Art und Weise beeinflusst, wie die Umwelt wahrgenommen und bewertet wird. Narrative erklären und rechtfertigen eine Gesellschaft, sie stiften eine Gemeinschaft Gleichgesinnter, sie bieten Rollen und Drehbücher für erfolversprechendes Verhalten an – auch in der Wirtschaft. Narrative sind menschliche Konstrukte, die im Wesentlichen aus einer Mischung von Fakten, Emotionen und einem Element des Human Interest² bestehen. Alles, was sich in der Kommunikation einfach weitergeben lässt und emotional anspricht, kann zum Narrativ werden. Auch Begriffe, Erklärungen, Lieder, Witze oder wissenschaftliche Theorien, selbst wenn sie längst widerlegt sind, können zu Storys werden, die viral gehen. Auf den Realitätsbezug kommt es dabei nicht an: „Die Wahrheit genügt nicht, um Narrative zu stoppen.“³ Entscheidend ist, dass ein Narrativ die emotionale Ebene erreicht und erfolgreich „eine bestimmte Ansicht oder bestimmte Werte reflektiert oder propagiert.“⁴

Shiller hat das Vorkommen markanter Wirtschaftsnarrative in Zeitschriften und Büchern untersucht und auf einer Zeitachse zusammengestellt. Dabei fiel ihm auf, dass die entstandenen Kurven denen von Epidemien ähneln. Wie Virusepidemien beginnen auch Narrativ-Epidemien unscheinbar, erreichen ihren Höhepunkt und verschwinden irgendwann. Es gibt aber noch mehr Ähnlichkeiten. Narrative werden wie Viren auf natürliche Weise direkt von Mensch zu Mensch übertragen, vorzugsweise durch Mundpropaganda bzw. elektronische Medien. Ob eine Story allerdings tatsächlich viral geht, lässt sich kaum vorhersagen. Ein Narrativ kann sich genau wie ein Virus nur ausbreiten, solange die Ansteckungsrate größer ist als die Erholungsrate. Sobald ein bestimmter Prozentsatz der Bevölkerung von einem Narrativ „geheilt“ ist bzw. das Interesse verloren hat, verliert auch die Epidemie an Kraft. Genau wie Viren entwickeln Narrative auch Mutationen. Sie können nach einer



Latenzzeit in veränderter Form wiederkehren, die Immunabwehr überlisten und zu neuen Epidemien führen.

Narrative brauchen Gelegenheiten zur Wiederholung und gewinnen ihre Macht über sich selbst verstärkende Resonanzschleifen. Wenn während der Corona-Pandemie Menschen beispielsweise das Vertrauen in die wirtschaftliche Zukunft verlieren und das Wort „Wirtschaftskrise“ die Runde macht, dann werden größere Konsumwünsche und Investitionen zurückgestellt und der Abschwung verstärkt sich nach dem Muster einer sich selbst erfüllenden Prophezie.

Narrative legitimieren die wirtschaftliche Praxis

Über ihre Wirkung auf ökonomische Einzelentscheidungen hinaus können Narrative auf sehr wirkungsvolle Weise auch zu umfassenden moralischen und politischen Orientierungen verhelfen. Sie bestimmen die Wahrnehmung der wirtschaftlichen Realität und prägen die Vorstellungen darüber, was sachlich angemessen und moralisch richtig ist. Aber nicht nur die großen, gesellschaftsrelevanten Narrative wie der „American Dream“ oder die „Soziale Marktwirtschaft“ stiften Identität und Gemeinschaft. Auch eine Digitalwährung wie der Bitcoin tut dies auf ihre Weise, so Shiller. Menschen kaufen Bitcoins, weil sie Teil von etwas Aufregendem und Neuem sein wollen. „Das Bitcoin-Narrativ beinhaltet Geschichten von jungen, kosmopolitischen Leuten im Kontrast zu uninspirierten Bürokraten; eine Geschichte von Reichtum, Ungleichheit, fortschrittlicher Informationstechnologie und verbunden mit mysteriösem, unverständlichem Fachjargon.“⁵ Die Wirkung des Bitcoin-Narrativ lässt sich in Zahlen ausdrücken: Es hat Hunderte von Milliarden Dollar quasi „aus dem Nichts“ mobilisiert.

Was für den Bitcoin gilt, gilt für die Digitalisierung insgesamt: Sie gilt als jung, innovativ und als Lokomotive in die Zukunft. Wer aufspringt, wird Teil einer großen Erzählung und darf sich selber ebenfalls jung, innovativ und zukunftsfähig fühlen. In einer evangelischen Kirche in Deutschland, die im Glauben an die eigene Zukunft müde und mutlos geworden ist, zeigen viele sich besonders empfänglich für dieses Narrativ.

Narrative können in mutierten Varianten über Jahrhunderte hinweg immer wieder neu viral gehen

Als Beispiel hierfür nennt Shiller u.a. die Behauptung, dass der technische Fortschritt Menschen letztendlich überflüssig machen wird.⁶ Dieses Narrativ schürte bereits im 19. Jh. die Angst vor dem Arbeitsplatzverlust in der Bevölkerung und provozierte gleichzeitig auch damals schon einen ungebremsten Fortschrittsoptimismus, vorzugsweise in den privilegierten Schichten.

Mit der Technologie entwickelten sich auch die Narrative weiter und erreichten ihren vorläufigen Gipfel 1930 in der Phantasie eines autonom handelnden „Roboters“. Gleichzeitig kam der Glaube auf, dass die Welt und deren Zukunft nun den Technikern gehöre. Dieses Narrativ trug dazu bei, dass die Weltwirtschaftskrise von 1929 sich noch verschlimmert und verlängert hat, so Shiller. Denn es schürte die Angst und Hoffnungslosigkeit bei den Menschen, die sich nicht zur kleinen Kaste der „Technokraten“ rechnen durfte, der angeblich die Zukunft gehörte. Der Konsum und die Investitionen brachen noch stärker und dauerhafter ein, als sie es ohnehin schon getan hatten.

Nach dem Zweiten Weltkrieg mutierte das Narrativ. Es verband sich mit der neu entdeckten Wertschätzung des menschlichen Gehirns. Mindestens vier bedeutsame Infektionswellen erlebte das Narrativ von der „künstlichen Intelligenz“ seitdem. Ihre Höhepunkte lagen in den 1960er, 1980er, 1990er und 2010er-Jahren. „Jedes Mal suggerierte das Narrativ, die Welt habe genau jetzt einen furchteinflößenden Wendepunkt erreicht, an dem die Maschinen alles übernehmen würden.“⁷ Der ursprünglich mit der Relativitätstheorie verbundene Begriff der „Singularität“ wurde in einer neuen



Definition populär: Als der Zeitpunkt, „an dem die Maschinen in jeder Hinsicht intelligenter als Menschen werden.“⁸ Zu dieser Narrativkonstellation gehört regelmäßig wiederkehrend auch die Behauptung, dass die gerade jetzt erreichten technischen Möglichkeiten das soziale Gefüge und den Lebensstil der Menschen grundlegend in nie gekannter Weise verändern werden.

Als nach den Fortschritten der Automatisierung in den 1980er Jahren viele Menschen an die unmittelbar bevorstehende Singularität glaubten, befürchtete man eine riesige Armee von Arbeitslosen. „Dieses virale Narrativ kann durchaus der wahre Grund gewesen sein, wieso die Doppel-Rezession der 1980er Jahre so viel Schaden anrichtete.“⁹ Andererseits führte das gleiche Narrativ, dieses Mal von Internet und Personal-Computern befeuert, in den 1990er Jahren zu einem wirtschaftlichen Boom. „Das dominierende Narrativ in den 1990er-Jahren schien sich auf die wunderbaren Geschäftsmöglichkeiten zu konzentrieren, die das neue Jahrtausend wohl bringen mochte.“¹⁰ Als die Euphorie schließlich zusammen mit den Spekulationsblasen platze und die großen Krisen kamen, wurde das Singularitäts-Narrativ vorübergehend wirkungslos. Erst ab 2016 war seine Zeit wieder gekommen. Auch für Shiller ist derzeit noch nicht zu erkennen, wohin es Wirtschaft und Gesellschaft dieses Mal treiben wird.

Nicht Sachzwänge, sondern kollektive Phantasien steuern die Wirtschaft

Robert Shiller bringt mit seiner „Narrativen Wirtschaft“ ein Phänomen neu zur Sprache, das der Tübinger Wirtschaftssoziologe Christoph Deutschmann¹¹ schon seit mehr als 20 Jahren in vielen Facetten dargestellt hat. Auch Jens Beckert, Direktor am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln, hat bereits 2016 eine umfassende Studie über die Rolle „fiktionaler Erwartungen“ in der Wirtschaft vorgelegt.¹² Die Autoren stimmen bei aller Unterschiedlichkeit darin überein, dass der moderne Kapitalismus seine Dynamik aus der menschlichen Vorstellungskraft bezieht und in diesem Sinne Glaubenssache ist. Um Kapital und Arbeitskraft zu mobilisieren und sich am Markt durchzusetzen, müssen Produkte bei den Menschen Hoffnungen und Phantasien wecken. Es reicht nicht, wenn Erfindungen nützlich sind. Erst wenn sich mit Technologien, mit Organisationsstrategien oder Konsumgütern kollektive Projektionen verbinden, werden sie erfolgreich.

Der Kapitalismus, so Deutschmann, leitet die Menschen nicht durch äußere Zwänge, sondern von innen her. Er gewinnt die Menschen, indem er sie von sich überzeugt. Der Kapitalismus braucht daher als Antrieb ständig neue Narrative. Um sie zu beschreiben hat Christoph Deutschmann die Begrifflichkeit der „Organisations-“, „Technologie-“ und „Konsummythen“ entwickelt. „Mythen“ sind in diesem Zusammenhang Leitbilder von begrenzter Rationalität, die zu Selbstläufern werden und ihre eigene Wirklichkeit schaffen. Darin ähneln sie Shillers „Narrativen“. Ihre charakteristische Eigenschaft ist, dass sie in einer „Mythenspirale“ ständig durch neue Leitbilder ersetzt werden müssen.

Die Bedeutung von Wirtschaftsnarrativen kann kaum überschätzt werden

In einer Welt, die zunehmend von den Prinzipien des Marktes durchdrungen wird, kann die Bedeutung von Wirtschaftsnarrativen kaum überschätzt werden. Der Kapitalismus ist längst über eine national eingehegte und sozial eingebettete „Marktwirtschaft“ hinausgewachsen. Sein Lebenselixier ist die Durchdringung aller Lebensbereiche, die grenzenlose Entwicklung und Ausschöpfung der Potentiale menschlicher Arbeit sowie der natürlichen Ressourcen. „Die Gesellschaft ist den Märkten nicht länger übergeordnet, sondern verwandelt sich in ein ‚Anhängsel‘ des sich selbst regulierenden Marktsystems“, wie Deutschmann in Anschluss an Karl Polanyi formuliert.¹³ Daher ist Kapitalismus mehr als bloße „Ökonomie“, mehr als nur ein Teilbereich der Gesellschaft. Der Kapitalismus, so die provozierende These Christoph Deutschmanns, ist zu einer Macht herangewachsen, die die gesellschaftliche Wirklichkeit in umfassender Weise definiert: „Als solche tritt sie in Konkurrenz mit der



Religion, ja, sie wächst selbst zur eigentlichen Religion heran – nur die Kirchen scheinen es nicht gemerkt zu haben.“¹⁴

Kapitalismus als Religion

Deutschmanns sorgfältig begründete Thesen zum Kapitalismus als Religion sind für die Kirche eine Herausforderung, die sie sich nicht entgehen lassen sollte.¹⁵ Denn wenn der Kapitalismus zu einer Macht herangewachsen ist, die die gesellschaftliche Wirklichkeit in umfassender Weise definiert, dann sind es vor allem seine Narrative, die dies möglich gemacht haben. Es ist gewiss kein Zufall, dass die an der Börse gegenwärtig erfolgreichsten Unternehmen durch charismatische Geschichtenerzähler repräsentiert werden. Der Kapitalismus gewinnt die Menschen durch seine Erzählungen und – unmittelbar damit verbunden – durch seine enorme materielle Leistungsfähigkeit. Er kann die kollektiven Projektionen, aus denen er seine Dynamik bezieht, wenigstens zum Teil auch einlösen. „Das Problem mit dieser Leistungsfähigkeit ist nur: sie führt niemals zu einem Ende und zur Versöhnung. Der Kapitalismus ist ein soziales System, das darauf angelegt ist, nicht nur Wünsche zu erfüllen, sondern sie auch immer wieder neu zu erzeugen.“¹⁶

Wie Scheherazade, die Ehefrau des mörderischen Königs aus der Rahmenerzählung der „Märchen von Tausend und einer Nacht“, muss auch der Kapitalismus ständig neue Geschichten erfinden, um seinen Hals zu retten. Scheherazade allerdings kommt eines Tages ans Ziel, sie gewinnt das Vertrauen des Königs und darf aufhören, Geschichten zu erzählen. Für den Kapitalismus gibt es diese Gnade nicht. Er darf nicht aufhören zu wachsen und muss darum die Menschen immer wieder durch neue Geschichten bezaubern. Stillstand wäre sein Tod. Kapitalismus kann nur „dynamisch stabilisiert“ werden (Hartmut Rosa).

Wenn der gleich in mehrfacher Hinsicht „entgrenzte“ Kapitalismus zu so etwas wie einer universalen, alle Menschen und Nationen verbindenden (Pseudo)Religion aufgestiegen ist, dann sollte er darin auch ernst genommen werden, so die Forderung Deutschmanns: „Ich bin mir nicht sicher, ob die Kirchen sich einen Gefallen tun, wenn sie in die heute so populäre Kapitalismuskritik einfach einstimmen und sich an sie anhängen.“¹⁷ In der Tat, eine rein ökonomische oder ethische Kapitalismuskritik können NGOs, Gewerkschaften oder Umweltverbände ebenso einbringen, möglicherweise sogar authentischer und kompetenter als die Kirche. Aber wenn es um eine theologische Kritik der Wirtschaft geht, um ihre Entmythologisierung, die Entlarvung religiös aufgeladener Wirtschaftsnarrative, dann ist Theologie gefragt.

Nicht alle Wirtschaftsnarrative sind religiös aufgeladen

Gewiss sind nicht alle Wirtschaftsnarrative vordergründig religiös aufgeladen. Jedoch betrifft dies sehr viele und vor allem auch grundlegende Narrative des Kapitalismus, wie z.B. die liberale Erzählung vom „freien Markt“ (s.u.). Der Übergang ist zudem fließend. Denn wer von einem Narrativ „angesteckt“ ist, teilt emotional tief verwurzelte Überzeugungen, die wie religiöse Dogmen rational kaum verhandelbar sind: Die Wahrheit genügt nicht, um Narrative zu stoppen. Was daher von den Kirchen zum Thema gemacht werden sollte, so Deutschmann, ist nicht nur der Kapitalismus als ökonomisches System, sondern vor allem auch als (Pseudo)Religion und säkularisierte Eschatologie. Deutschmann bezieht sich dabei auf Karl Löwith¹⁸, der die These entwickelt hat, dass die Geschichtsphilosophien der Aufklärung von Voltaire bis Comte und Marx im Grunde verschiedene Varianten einer auf das Diesseits gewendeten christlichen Eschatologie sind. „Die Menschen, so ist das zentrale Motiv der Aufklärungstheorien interpretiert worden, wurden des ewigen Wartens auf die Wiederkunft Christi müde. Sie begannen, ihr Schicksal in ihre eigenen Hände zu nehmen.“¹⁹



Auch das zentrale Narrativ des liberalen Kapitalismus gehört zu diesen Aufklärungstheorien: Adam Smiths Idee eines freien Marktes, der effizient ist, den allgemeinen Wohlstand fördert und durch staatliches Handeln nur gestört werden kann. Von den verschiedenen Aufklärungsutopien hat sich der Marktliberalismus bisher in jeder Hinsicht als die erfolgreichste erwiesen. An seiner großen Überzeugungskraft ändert auch die Tatsache nichts, dass Märkte nur in der Theorie und unter sehr restriktiven Bedingungen effizient und selbstregulierend sind. Möglicherweise hängt die Überzeugungskraft des marktliberalen Narrativs damit zusammen, dass es ebenso wie die verschiedenen Varianten des Sozialismus oder Kommunismus als eine auf das Irdische gewendete christliche Eschatologie gedeutet werden kann.

Die seit der Aufklärung vollzogene Diesseitswendung religiöser Erlösungsvorstellungen ist nicht rückgängig zu machen. Aber sie kann aufgedeckt und beim Namen genannt werden. Um ein Bild von Alexander Rüstow²⁰ zu gebrauchen: Die theologischen Voraussetzungen und Implikationen des Kapitalismus werden heute gern so bewertet, wie die Zopfperücke auf den Gemälden von Adam Smith – als belangloses Zeitkostüm. Sie sind jedoch alles andere als belanglos, denn Narrative wirken, auch wenn ihre religiösen Wurzeln längst vergessen sind.

Eine Kirche ohne Mut zur Transzendenz schafft sich selber ab

Im Zuge der Aufklärung wurden nicht nur die gesellschaftlichen Theorien und Utopien, sondern auch die Religion selber „zu einem Vehikel der vernünftigen und humanen Umgestaltung der gesellschaftlichen Wirklichkeit“.²¹ Auch dies wird sich nicht rückgängig machen lassen und es wäre auch nicht wünschenswert. Jedoch muss auch ein aufgeklärtes Christentum, wenn es sich nicht selber abschaffen will, mehr als nur ein Vehikel zur humanen Umgestaltung der gesellschaftlichen Wirklichkeit sein. Denn eine biblisch inspirierte Theologie ist weitaus mehr als Ethik oder Moral. Sie zielt auf Transzendenz, auf Über-Weltliches. Sie erzählt von Gottes unkonventioneller Liebe, von seiner bzw. ihrer Präferenz für die Schutzbedürftigen, vom Heil der Seele, von Ursprung und Ziel und nicht zuletzt von der Unterscheidung von Gott und Götzen. Es gehört Mut dazu, sich zu diesen jederzeit unzeitgemäßen Botschaften zu bekennen.

Aber in dem Maße, wie der Glaube in seinem eigenen Verhältnis zur Transzendenz (wieder) klarer und sicherer wird, kann er „in der Politik wie im Privatleben, der religiösen Aufladung profaner Interessen und ihrer Zuspitzung in zerstörerischen Antagonismen entgegenwirken.“²² Darin könnten Christinnen und Christen ihren einzigartigen Beitrag leisten: indem sie daran mitarbeiten, Narrative zu entlarven und religiöse Überhöhungen aus den Diskursen zu nehmen. Dadurch würde der Weg frei, die drängenden wirtschaftlichen Fragen (inklusive ihrer ökologischen, sozialen und politischen Implikationen) nicht auf der Grundlage von Bekenntnissen, sondern von Erkenntnissen zu verhandeln. „Die metaphysische Aufladung sozialer und politischer Forderungen [...] kann den auf Kompromisse angewiesenen demokratischen Entscheidungsprozess paralysieren.“²³ In der Tat, wenn beispielsweise die Selbstheilungskräfte des freien Marktes oder umgekehrt, die Notwendigkeit staatlicher Regulierungen, wenn die Steuerpolitik, die Frage, ob der Staat sparen oder investieren soll, ob es einen menschengemachten Klimawandel gibt, oder nicht – wenn diese und andere Sachfragen zu Glaubens- und Bekenntnisfragen werden, dann sind sie der nüchternen Erkenntnis bzw. dem offenen Diskurs entzogen. „Ähnliches gilt für die Wünsche nach Lebenszufriedenheit und Glück, die [...] durch den Kapitalismus ebenfalls eine metaphysische Überhöhung erfahren und damit eine Spirale immer neuer Wünsche auslösen.“²⁴

So kann und muss es das Geschäft von Theologie und Kirche sein, metaphysisch aufgeblasenen Wirtschaftsnarrativen die Luft abzulassen und dadurch den Weg frei zu machen für ebenso sachgemäße wie verantwortliche Entscheidungen.



Einem aufgeblasenen Problem die Luft ablassen

Im 1. Kor. gibt Paulus eine Lektion darüber, wie einem dogmatisch aufgeblasenen Problem buchstäblich die Luft abgelassen werden kann: „Die Erkenntnis bläht auf, die Liebe aber baut auf.“ Die „Erkenntnis“ bildet sich in der Korinther-Gemeinde in zwei gegensätzlichen Narrativen ab. Die Anhängerinnen und Anhänger des einen fühlen sich frei im Umgang mit Götzenopferfleisch, die anderen nicht. Überzeugungen prallen aufeinander, die im Diskurs nicht zu lösen sind. Paulus stärkt und entschärft beide Narrative gleichermaßen. Zunächst stärkt er die Position derjenigen, die das Götzenopfer für religiös belanglos halten (1. Kor. 8, 4-6). Dann jedoch argumentiert er vom Abendmahl her, dass es eben nicht gleichgültig ist, an wessen Tisch man Anteil hat (1. Kor. 10,14-22). Was dogmatisch nicht lösbar ist, kommt schließlich in Freiheit und Rücksichtnahme ans Ziel: „Niemand suche das Seine, sondern was dem anderen dient.“ (10,24) – Erkenntnis genügt nicht, um Narrative zu stoppen. Die Liebe vermag es wohl.

In ähnlicher Weise wie Paulus die Kontroverse in Korinth löst Jesus auch die Frage, „Ist's recht, dass man dem Kaiser Steuern zahlt oder nicht?“ (Mt. 22,15-22). Schon durch ihre Vorrede machen die vom Synhedrion beauftragten Provokateure mächtig Druck und blasen ihr Problem gewaltig auf zu einer religiösen Grundsatzentscheidung: „Rabbi, Du fragst nicht nach Menschen, sondern lehrst den Weg Gottes.“ Die knappe Reaktion Jesu ist ungemein vielschichtig und lässt zahlreiche Deutungen zu. Offensichtlich ist aber, dass Jesus der Fangfrage letztlich ihre religiöse Überhöhung nimmt: „Gebt dem Kaiser, was des Kaisers ist und (vor allem) Gott, was Gottes ist!“

Die Laufzeit ökonomischer Narrative und Mythen ist begrenzt

Darum müssen ökonomische Narrative unweigerlich durch neue ersetzt werden oder durch Mutationen neue Kraft gewinnen. Die biblische Tradition hingegen ist eine unerschöpfliche Quelle zeitloser und zudem lebensdienlicher Erzählungen: von der Befreiung aus unwürdiger Arbeit oder aus gottlosen Bindungen zu einem menschengerechten Leben, von der Bewahrung in Wüstenzeiten, von Hochmut und Fall, vom Sieg der Liebe über den Tod. Im Gegensatz zur kapitalgetriebenen Wirtschaft erhält der christliche Glaube seine Dynamik nicht durch ständig neue, sondern durch beständige Geschichten. Eine Kirche der Reformation erfindet sich in ständigen „Aufbrüchen“ nicht laufend neu, sondern findet immer wieder zu ihren Ursprüngen zurück. Nicht ihre bereitwillige Bindung an die ständig wechselnden Leitbilder dieser Welt hat Kirche 2000 Jahre lang zukunftsfähig sein lassen. Zukunft hatte sie, weil und wenn sie einfach nur Kirche war: geduldig in Gemeinschaft, Feier, Verkündigung und Dienst. Nicht zur eigenen Relevanz- und Bestandssicherung, sondern zur Ehre Gottes.

Die gute Nachricht ist: Nicht nur die kirchliche, sondern auch die wirtschaftliche und gesellschaftliche Wirklichkeit ist letztlich Glaubenssache. Sprache, Wünsche und Metaphern sind ungemein wirkmächtig in der Gestaltung von Realitäten. Sie wollen mit besonderer Vorsicht behandelt werden. Die Narrative, Bilder und Phantasien, denen wir Raum geben, bleiben nicht folgenlos.

Literatur

Beckert, Jens (2018): Imaginierte Zukunft. Fiktionale Erwartungen und die Dynamik des Kapitalismus, Berlin; orig. [2016]: Imagined Futures. Fictional Expectations and Capitalist Dynamics, Harvard

Deutschmann, Christoph (2020): Trügerische Verheißungen: Markterzählungen und ihre ungeplanten Folgen, Wiesbaden



Deutschmann, Christoph (2019) [2008]: Kapitalistische Dynamik. Eine gesellschaftstheoretische Perspektive, Wiesbaden

Deutschmann, Christoph (2018): Kapitalismus als Religion?, 4-11, in: Jürgen Kehnscherper/Ralf Ptak (Hrsg.): Kirche im Kapitalismus: Zwischen Anpassen und Gestalten. 70 Jahre Soziale Marktwirtschaft in Westdeutschland, Eine Tagung des Kirchlichen Dienstes in der Arbeitswelt (KDA) in Kooperation mit der Evangelischen Akademie der Nordkirche, Hamburg, 15. Juni 2018, epd-Dokumentation Nr. 44, Frankfurt/M. – Abruf als PDF möglich unter <https://www.kda-nordkirche.de/publikationen/>

Deutschmann, Christoph (2014): Kapitalismus. In: Reformation Heute. Die sozioethische Schriftenreihe zum 500. Jubiläum der Reformation, Hrsg. Sozialwissenschaftliches Institut der EKD, Stiftung Sozialer Protestantismus

Deutschmann, Christoph (2001) [1990]: Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus, Frankfurt/M.

Löwith, Karl (1953): Weltgeschichte und Heilsgeschehen, Stuttgart

Polanyi, Karl (1978) [1944]: The Great Transformation, Frankfurt/M.

Rüstow, Alexander (2001) [1945]: Das Versagen des Wirtschaftsliberalismus, Marburg

Shiller, Robert (2020): Narrative Wirtschaft, Kulmbach; orig. [2019]: Narrative Economics, Princeton

Anmerkungen

1?Shiller (2020).

2?Narrative sind besonders wirksam, wenn sie sich z.B. mit den Namen von Prominenten verbinden.

3?A.a.O., 145

4?A.a.O., 68.

5?A.a.O., 26.

6?S. a.a.O., 159ff und 247ff.

7?A.a.O., 275.

8?A.a.O., 279.

9?A.a.O., 285.

10?A.a.O., 287.

11?S. Literaturverzeichnis.

12?Beckert (2018).

13?Deutschmann (2014), 20; Polanyi (1978), 88.



14?A.a.O., 28.

15?Vgl. hierzu und zum Folgenden Deutschmann (2018)

16?Deutschmann (2018), 8.

17?A.a.O., 9f.

18?Löwith (1953): Weltgeschichte und Heilsgeschehen, Stuttgart.

19?Deutschmann (2018), 9.

20?Rüstow (2001) [1945], 79.

21?Deutschmann, a.a.O., 9.

22?A.a.O., 11f.

23?A.a.O., 10.

24 ?Ebd.

Deutsches Pfarrerblatt, ISSN 0939 - 9771

Herausgeber:

Geschäftsstelle des Verbandes der ev. Pfarrerinnen und Pfarrer in Deutschland e.V

Heinrich-Wimmer-Straße 4

34131 Kassel