

IV. Die Spendengewinnung der Glaubensmissionen in Deutschland bis 1939

E. Fazit

Wie in Teil II. der Arbeit formuliert, ist es u.a. mein Ziel, jenes Element der Glaubensmissionen zu untersuchen, das ihnen in den Missionswissenschaften auch ihren ursprünglichen Namen vermittelt hat: das sogenannte „Glaubensprinzip.“ Unter diesem Begriff versteht man heute im Kern den Standpunkt, den die Glaubensmissionen gegenüber der Spendengewinnung einnehmen (Franz 1993:13-15): Die strikte Ablehnung jeder Art von Kollekten und Spendenwerbung gegenüber Menschen. Alles Bitten um Gelder wird allein dem Gebet zu Gott vorbehalten. Diese Praxis, die historisch auf Georg Müller und Hudson Taylor zurückzuführen ist, gilt für die Glaubensmissionen in der missionswissenschaftlichen Literatur als *conditio sine qua non* (McKay 1981:182). Die vorangegangene Untersuchung zeigt jedoch unmissverständlich, dass von einem bewussten Verzicht auf Spendenwerbung bei den drei ältesten der deutschen Glaubensmissionen keinesfalls die Rede sein kann.

Die Allianz-Mission übernimmt das Glaubensprinzip in seiner ursprünglichen Form erst gar nicht, da hier mit Fredrik Franson eine von Dwight L. Moody geprägte Spendenmethodik Eingang findet. Offen werden die notwendigen Finanzvolumina zur Ausführung auf den Missionsfeldern genannt. Die Rolle des „Glaubens“ beinhaltet bei der AM weniger den Verzicht auf das Werben von Spendengeldern als vielmehr die Option zur Ausführung des scheinbar unmöglichen Auftrages. Die Kontakte zu den Freien evangelischen Gemeinden in der Schweiz bewirken mittelfristig eine Abnahme des interdenominationellen Charakters der Allianz-Mission. Mehr und mehr wird sie die Auslandsmission dieser Gemeinden und der deutschen Freien evangelischen Gemeinden. Diese Entwicklung verstärkt die Möglichkeit, die benötigten Spenden transparent zu benennen. Das Bitten um Missionsgelder erhält neben der eschatologischen Dimension nun auch eine ekklesiologische Begründung. Die Spendenwerbung geschieht nicht mehr ausschließlich unter dem Horizont der Ewigkeit, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der gegenseitigen Verantwortung.

In der Liebenzeller Mission findet unter Heinrich Coerper eine kreative Umdeutung des Taylorschen Glaubensprinzips statt. Um Gelder darf durchaus geworben werden, das Werben muss aber einen „bettelnden“ Charakter vermeiden. Dieser originale Ansatz ermöglicht Coerper einen flexiblen Umgang in der Spendenpraxis. Im Gegensatz zu Ludwig Doll und Julius Stursberg ist für ihn der Glaube im Zusammenhang mit dem Kollektieren nicht die Mission an sich. Ähnlich wie bei den Barmern und im Gegensatz zu den

Neukirchenern erhält das Glaubensprinzip nicht die Funktion eines Gottesbeweises. Die Spendenwerbung hat keinen Zeugnischarakter an sich, sondern ist dem tätigen Zeugnis auf den Missionsfeldern nachgeordnet. Glaube ist in Liebenzell wie in Barmen der Impuls, ohne menschliche Sicherheiten Mission zu wagen und zu gestalten. Im Vergleich mit Carl Polnick und den folgenden Leitern der Allianz-Mission fällt Coerpers Kommunikationsprofil auf, das aus dem Gedanken der Verpflichtung erwächst. Ist bei Coerper der Grund des Gebens das geheiligte Leben, so ist es bei den Barmern die Verantwortung, die aus dem Wissen um die Gemeinde entspringt. Coerpers Theologie des Gebens ist also stärker soteriologisch, die der Barmer eher ekklesiologisch fundiert, wiewohl hier die Grenzen einen osmotischen Charakter haben.

Allein die Neukirchener Mission ist es, die ernsthaft versucht, das von Georg Müller übernommene Glaubensprinzip zu praktizieren. Der Verzicht auf das Bitten um Gelder ist für sie eine Mission sui generis. Doch die Untersuchung zeigt, dass diese Absage an eine bewusste Finanzgewinnung im Laufe der Jahre immer weniger als „Denkmal eines Gebete erhörenden Gottes“ fungiert und viel öfter zum Anstoß für Konflikte mutiert. Allein für den missionarischen Zweig der Anstalt hält sie für einige Zeit formal bestand, in den diakonischen Bereichen lässt sie sich dagegen nicht aufrecht erhalten. Und auch bei den Missionsaufgaben kann das Glaubensprinzip nicht mehr die alten Erwartungen erfüllen. Nachlassende Spenden und die Einwilligung in die Kaiserspende markieren das Ende des alten Ideals.