

VI. Zusammenfassung und Ertrag

Leitendes Thema dieser Arbeit ist es, Theorie und Praxis der Spendengewinnung bei den drei ältesten deutschen Glaubensmissionen zu untersuchen. Die Herangehensweise zu dieser Thematik schließt eine Annäherung an die Genese der Glaubensmissionen (Teil II.) und eine Darstellung zeitgenössischer missiologischer Ansätze zur Spendengewinnung (Teil III.) ein. Im sogenannten „Glaubensprinzip“ verdichtet sich die Theorie der Finanzgewinnung bei den Glaubensmissionen. Die von Georg Müller und Hudson Taylor formulierte Haltung beinhaltet im Kern, dass jedes Bitten und Werben um Finanzen vermieden wird. Alleine Gott wird die Versorgung der Mission und ihrer Missionare vorbehalten. Diese Einstellung steht in Abgrenzung zur Spendengewinnung der älteren protestantischen Missionen (Teil III.) als auch der zeitgenössischen Missionen, wie etwa bei Dwight L. Moody (Teil II. C.)

Die eingehenden Untersuchungen in Teil IV. der Arbeit zeigen jedoch zweifelsfrei, dass von einem Verzicht auf Spendenwerbung bei den drei ältesten der deutschen Glaubensmissionen nicht die Rede sein kann. Entweder kommt es wie bei der Allianz-Mission erst gar nicht zu einer überzeugenden Übernahme des Glaubensprinzips, oder der Ansatz erlebt wie bei der Liebenzeller Mission eine kreative Umgestaltung, oder aber die Spendenmethodik erleidet auf Dauer wie bei der Neukirchener Mission eine schleichende Erosion.

Das erste Ergebnis der Arbeit besitzt also einen kritischen Charakter: Die Neukirchener Mission, die China-Allianz-Mission und die Liebenzeller Mission sind im klassischen Verständnis keine Glaubensmissionen. Vor allem bei den beiden letztgenannten Missionen wird Glaube nicht negativ als Absage an Spendenwerbung, sondern positiv als Wagnis neuer Wege ohne menschliche Sicherheiten aufgefasst.

Das zweite Ergebnis der Arbeit betrifft die bestimmenden Faktoren in der Spendenwerbung der Glaubensmissionen. Teil V. der Arbeit skizziert ein mögliches Interpretationsmodell der Finanzgewinnung. Es zeigt, dass die Spendenzunahmen und Spendenrückgänge nicht theologisch abstrakt zu erklären sind, sondern sehr wohl sachlich nachvollziehbare Gründe haben. Die inspirierende Leitidee von der „Rettung“ bildet quasi das Fundament für die Faktoren der beziehungsorientierten Leiterschaft, der differenzierten Kommunikation und des Aufbaus der Förderkreise, wobei das jeweilige ökonomische Klima der Kontext ist, in der die Spendengewinnung der Glaubensmissionen ihre endgültige Gestalt gewinnt.

Es ist erstaunlich, dass diese Ergebnisse bei den evangelikalen Missiologen in Deutschland nicht angemessen zur Kenntnis genommen werden. Wenn beispielsweise Andreas Franz in seiner Monographie *Mission ohne Grenzen: Hudson Taylor und die deutschsprachigen Glaubensmissionen* (1993) die Allianz-Mission so charakterisiert, dass diese „bis heute“ „am Glaubensprinzip“ festhält, weil diese „vom BFeG keine garantierten finanziellen Zuwendungen“ erhält und auch „die Annahme ihrer Kandidaten nicht von einem festen Spenderkreis abhängig“ macht (Franz 1993:125), dann liegt hier doch ein recht modernes und eben nicht klassisches Verständnis vom Glaubensprinzip vor. Denn im ursprünglichen Sinn ist die Allianz-Mission zu keinem Zeitpunkt eine Glaubensmission. Ähnliches trifft auf Klaus Fiedlers Arbeit *Ganz auf Vertrauen: Geschichte und Kirchenverständnis der Glaubensmissionen* (1992) zu. Zwar räumt er „sehr unterschiedliche Verständnisweisen der wirtschaftlichen Seite des Glaubensprinzips“ (Fiedler 1992:11) ein, doch die berechtigte Infragestellung des traditionell propagierten Prinzips wagt er nicht. Einzig Bernd Brandl ist es, der für den Rahmen der Neukirchener Mission die unzureichende Praktikabilität und die damit einhergehende Aushöhlung des alten Finanzierungsprinzips beschreibt. In der Zusammenfassung seiner Dissertation über die Neukirchener Mission (Brandl 1998:448-455) skizziert er die hemmende Wirkung, die das von Georg Müller übernommene Glaubensprinzip in der Geschichte der NM evoziert.¹

Und so ist es wohl auch sinnvoll, wenn Moira McKay mit Blick auf die China Inland Mission feststellt, dass der Verzicht auf Spendenwerbung sich im Grunde genommen nicht als genuines Merkmal der Glaubensmissionen eignet:

„The difference between faith missions and denominational missions does not lie in the solicitation of money, but rather in the fact that the main focus of faith missions is an appeal for prayer, not money” (McKay 1981:179).

Das Erbe der deutschen Glaubensmissionen in Sachen Spendengewinnung liegt dementsprechend nicht in ihrem angeblichen Werbeverzicht. Dieser existiert vielleicht in hagiographischen Darstellungen, entspricht aber nicht der historischen Bestandsaufnahme. Bei Allianz-Mission und Liebenzeller Mission ist er nicht einmal Bestandteil des eigenen Selbstverständnisses. Bemerkenswert ist vielmehr der Ansatz der Glaubensmissionen, nicht

¹ „Der chronische Geldmangel und das mit der Zeit als starres Gesetz empfundene Verbot, Bedürfnisse offen zu nennen, machte die Missionare vor allem in Indonesien erfinderisch, die eigenen Grundsätze zu umgehen. So züchteten die hohen Ideale, die Ludwig Doll bei der Gründung der NM bestimmten, bei den Missionaren der zweiten und der dritten Generation viel Heuchelei und Unwahrhaftigkeit. Anders ist es nicht zu verstehen, wenn manche Missionare einerseits ganz aus dem Glauben leben wollten und andererseits lukrative Nebeneinnahmen hatten, die allerdings oftmals das nackte Überleben sichern halfen. Diese spezielle Theologie des Geldes innerhalb der NM förderte einen ungenuten Individualismus, der zielgerichtetes und koordiniertes Handeln fast unmöglich machte“ (Brandl 1998:453).

nur isolierte Gelder, sondern auch die Geber der Gelder für die Weltmission zu gewinnen. Nicht nackte Finanzen, sondern Freunde, die sich mit Gebet und Finanzen für die Mission engagieren, liegen im Zentrum ihrer Aktivitäten. Diese Zielrichtung ist sowohl in ihrem historischen Kontext als auch in unserer Gegenwart bemerkenswert integer und ist trotz der geschichtlichen Distanz ausgesprochen modern. Eine ängstliche Fixierung auf die zu gewinnenden Finanzen widerspricht dem Selbstverständnis christlicher Mission, rechnet sie doch damit, dass der Herr der Mission auch die notwendigen Mittel zur Verfügung stellt. „God’s work done in God’s way will never lack God’s supplies“ (Hudson Taylor in Houghton 1965:93).