



Beide wissen, wie wir Menschen ticken und nach was wir uns sehnen

Niemand kennt uns so gut wie die Werbeapostel. Ihre Slogans treffen den Nagel auf den Kopf und sprechen uns im Unterbewusstsein voll an. "Geiz ist geil" für den Mediamarkt getextet, beschrieb das menschliche Herz so wie es ist. "Unterm Strich zähl ich" – eine griffige Formel für die Postbank. Jeder nickte, denn natürlich denken wir zuerst an uns selbst.

In diesem Millionenheer von Individualisten und Egoisten wird es leider kalt um uns. Wir fühlen uns mehr und mehr allein. Und unsere Seele fröstelt. Die Experten von der Werbebranche sind selbstverständlich die allerersten, die wissen, dass dem so ist. Vor zwei Tagen sah ich an einer Kreuzung die Lösung von Dr. Oetker für unser ausgekühltes Ich. Das Produkt in der Tüte wärmt nicht nur meinen Magen, sondern sogar – und das ist bedeutsamer – meine Seele. Mit dieser Erinnerung an unseren inneren Eisschrank will Dr. Oetker den Verkauf steigern. Die Hilfestellung aus der Werbung geschieht nie selbstlos. Im Gegenteil, man möchte am Ende mein Geld, meine Zeit und meine Daten.

Gott ist da völlig anders. Er kennt uns in- und auswendig. Eigentlich nicht erstaunlich, denn er ist ja unser Schöpfer. Und er bietet eine Lösung an, die mir echt verlockend erscheint. Er vergibt unsere Altlasten (Sünde), füllt uns bis zum Rand mit seiner Liebe und Gegenwart. Und jetzt kommt die Krönung. Er bietet uns das ewige Leben an – die ultimative Lösung für unsere Vergänglichkeit. Deshalb ist der Glaube das erfolgreichste Angebot (Produkt) der Weltgeschichte.

Ich frage mich oft, warum so wenige darauf anspringen. /KDJ