Statement Prof. Dr. Thomas Sternberg, Präsident des 3. Ökumenischen Kirchentages anlässlich der Kampagnen-Vorstellung am 15. April 2020

„schaut hin", das ist gerade auch in den letzten Tagen und Wochen wichtig geworden – die Seuche schärft der Blick auf viel bislang Selbstverständliches. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie werden sich sicherlich auch in unserem Programm niederschlagen. Das Virus schärft in besonderer Weise unseren Blick auf den Einzelnen und die Gesellschaft. Da ergeben sich neue grundsätzliche Fragen. Beispielsweise:

- Wie weit lassen sich Menschen in ihren individuellen Freiheiten einschränken, um das Leben Einzelner oder von Risikogruppen zu schützen? Wieviel christliche Solidarität trägt unsere Gesellschaft? Welche Rolle spielt der Glaube in gesellschaftlichen Extremsituationen. Was bedeutet unser christlicher Glaube überhaupt in einer zunehmend „gottvergessenen" Gesellschaft? Welche Erwartungen werden an uns als Kirchen von Einzelnen, Gruppen und der Gesellschaft gestellt. Wie können wir in der Krise von Gottvertrauen sprechen?
- Wie sind unsere Demokratien auf solche Katastrophen vorbereitet und wie bleiben sie handlungs- und entscheidungsfähig ohne sich und ihre Grundwerte zu verraten? Die Zurückhaltung der Hilfe für die Flüchtlingslager und der Rückfall in nationale Kategorien sind keine guten Zeichen. Wie sieht ein angemessener Umgang mit grundgesetzlichen Rechten wie der Versammlungsfreiheit und dem Recht auf freie Religionsausübung aus?
- Wie wirken sich die Mechanismen unserer Wirtschafts- und Finanzordnung nach der globalen Pandemie aus? Welche Rolle können Klimaschutz, nachhaltiger Umgang mit Ressourcen und internationale Solidarität bei der Bekämpfung von Folgen einer möglichen weltweiten Rezession überhaupt spielen?

Der 3. ÖKT bietet für solche und weitere Fragen eine wichtige Plattform und ich freue mich schon auf angeregte Diskussionen im Mai 2021.

Unsere Kampagne will neugierig machen auf diese Großveranstaltung. Sie will motivieren und einladen. Allein durch die Farbwahl wird sie auffallen. Für mich besticht die Kampagne dabei in erster Linie durch ihre Schlichtheit und die Fokussierung auf das Wesentliche. Der bestechend einfache Grundgedanke ist uns durch die künstlerischen Verfahren von Gerhard Richter vertraut. Durch Reduktion schärft sie den Blick – was in einer Zeit optischer Ablenkungen und Sensationen sinnvoll ist. Besonders positiv finde ich die Anregung der Kampagne zur eigenen Kreativität in den sozialen Netzwerken.