



MÄCHTE



D: 10 EURO EU: 12 EURO



2009 GÖTTER

Göttlicher Sex

Von Christoph Joseph Ahlers.

Was hat Gott mit Sex zu tun? Auf den ersten Blick wenig. Vor allem dann, wenn der Blick durch die Kirche geprägt ist. Die römisch-katholische Amtskirche ist ein international agierender Konzern, der seit Jahrhunderten bestrebt ist, Gott aus dem Thema Sex rauszuhalten und Sex auf einerseits Lust oder andererseits Fortpflanzung zu reduzieren.

Lust als das Negative, das es zu kontrollieren und zu reglementieren gilt und das eigentlich nur auftreten darf, wenn Sex der Fortpflanzung dient. Und Fortpflanzung als das Positive, das aber nur stattfinden darf, wenn die Verbindung von der Amtskirche sakramental sanktioniert ist.

Sex, bei dem keine Fortpflanzung rauskommt, wie z. B. bei gleichgeschlechtlichen Paaren, ist für die Firma Kirche von vornherein daneben. Da könnte es am Ende ja nur um Lust gehen und das geht natürlich nicht. Natürlich geht es auch bei gleichgeschlechtlichen Paaren nicht nur um Lust, aber das ist dem Kirche-Konzern egal.

Mit Gott hat das alles natürlich gar nichts zu tun. Und die göttlichste Dimension der Sexualität kommt in der Corporate Identity der Kirche-Holding auch gar nicht vor:

Nämlich die Beziehungsdimension der Sexualität. Darunter versteht man die Möglichkeit, durch sexuellen Körperkontakt psychosoziale Grundbedürfnisse nach Zugehörigkeit, Angenommenheit, Geborgenheit und Nähe erfüllen zu können. Also ein Gefühl der Erlösung durch körperliche und seelische Überwindung der Vereinzelung.

Als die Firma Kirche merkte, dass so eine Bedürfniserfüllung ein super Produkt ist, weil das jeder haben will, hat sie sofort versucht, ein Patent darauf anzumelden. Das heißt, nur die Kirche-AG sollte befugt sein, diese Erlösung zu verkaufen. So, wie heute Biotechnologie-Konzerne versuchen, den Gencode von Getreide oder Schweinen für sich patentieren zu lassen, damit niemand anders Vermarktungsrechte hat. Obwohl Getreide und Schweine, genau

wie die Liebe, uns von Gott geschenkt wurden. Damals war die Kirche-AG aber nahezu der einzige Provider für Erlösung am Markt, quasi ein Monopolist. So wie seinerzeit die Post das gesamte Telefongeschäft alleine machte, bevor sie Telekom wurde und andere auf den Markt lassen musste. In jedem Dorf gab es eine Filiale der Kirche-Gruppe und jeden Sonntag ertönte vom Turm der Filiale das Soundlogo (Kirche-Glocken). Heute werden immer mehr Niederlassungen geschlossen. Genau wie die Post ihre Filialen in den aussterbenden Dörfern dichtmacht oder im Shop-in-Shop-System in die letzten Supermärkte verlegt.

Als die Kirche-Gruppe noch die Nummer eins auf dem Markt der psychosozialen Grundbedürfniserfüllung war, wurden alle anderen Mitbewerber, wie Natur- oder Andere-Götter-Religionen, Spiritualität oder Okkultismus usw. in einem Heuschreckenprozess der feindlichen Übernahme (sog. „Heilige Mission und Inquisition“) plattgemacht.

Man übernahm, was nützlich erschien und was gut am Markt platziert war, wie beispielsweise den Weihnachtsbaum, klebte das Firmenlogo Kirche drauf und erklärte den Rest als sog. „Heidentum und Ketzerei“ für illegal. Wer was anderes glaubte und machte als die Kirche-AG, der wurde gefoltert und umgebracht, am liebsten bei lebendigem Leibe verbrannt.

Auf jeden Fall musste für die Kirche-Company zum Zweck der Absicherung der eigenen Vormachtstellung auf dem Markt der psychosozialen Bedürfniserfüllung dringend eine rigorose Reglementierung der Sexualität her. Denn sonst hätten sich die potenziellen Kunden ja selbst befriedigen können und vor allem sich auch gegenseitig, all ihre psychosozialen Grundbedürfnisse. Womöglich noch einfach so mit Lust. Und am Ende wären sie gar erlöst von der Vereinzelung in Liebe bei Gott. Ganz ohne die Firma Kirche. Nicht auszudenken.

Dafür erfand man eine perfekte Marketingstrategie: Man verkündete einfach, dass Sex nur noch nach drei Kirche-Regeln stattfinden darf: nur in der Ehe, nur

zur Fortpflanzung, nur in der Missionarsstellung. Alles andere war verboten. Damit stellte man etwas unter Strafe, was alle wollten und taten, nämlich auch andere sexuelle Betätigungen und Kontakte haben, weil sie sich dadurch angenommen fühlen und obendrein auch noch Lust erleben konnten. Und man erklärte, dass jeder, der einfach so Sex hat, eine sog. „Sünde“ begeht und dafür in die sog. „Hölle“ kommt. Weil die meisten Leute nicht lesen und schreiben konnten, brachte man extra Folterbilder in den Filialen auf den Dörfern an, mit einem sog. „Teufel“, der den „armen Sündern“ glühende Eisenstangen in den Po steckt. In der Kirche-AG kannte man sich mit so was gut aus, weil man selber genau so eine Hölle auf Erden in der „Heiligen Inquisition“ mit den sog. „Hexen und Ketzern“ veranstaltete. Die Leute hatten nicht viel Ahnung, glaubten, was man ihnen ausmalte, und hatten deswegen vor dieser Hölle tierisch Angst.



Jeden Sonntag ertönte vom Turm jeder Filiale des Kirche-Konzerns das Soundlogo.

Und nun kam der Clou. Jetzt verkündete die Kirche-Gruppe: Wenn einer trotzdem einfach so Sex macht, ob mit sich selbst oder mit jemand anderem, dann kann er in die nächste Kirche-Filiale gehen und Geld einzahlen und die Sache ist vergeben und vergessen. Dieser Service kam unter dem Produktnamen „Ablass“ auf den Markt. Wer bereit war, so ein Ablass-Zertifikat zu kaufen, der kam dafür nicht mehr in die Hölle. Und wer noch was drauflegte, der konnte sogar in den sog. „Himmel“ und dort VIP-Member werden, dazugehören, nicht alleine sein, erlöst sein, angenommen und aufgehoben, ewig sorglos leben.

Die 48 Jungfrauen zum Durchvögeln waren hier allerdings nicht im Produktpaket enthalten – die gab's nur bei einer anderen Firma im Orient, als Dreingabepremie für sog. „Märtyrer“.

Das Marketingprinzip war also perfekt: Man verbietet einfach die unmittelbarste Quelle für das Gefühl von Zugehörigkeit, Angenommenheit, Geborgenheit und Nähe, nämlich Sex. Und dann verkauft man Persilscheine, für die, die's trotzdem machen, und sagt: Wer bei uns kauft und noch ein bisschen was drauflegt, der wird erlöst, der kriegt Zugehörigkeit, Angenommenheit, Geborgenheit und Nähe für immer! Genial, oder?

So kam es zu der exklusiven Erlösungs- und Heilsversprechung des Kirche-Konzerns und zur Reglementierung der Sexualität mit den Marketing-Tools „Sünde“, „Hölle“ und „Himmel“.

Zugehörigkeit, Angenommenheit, Geborgenheit und Nähe. Merken Sie was? Das ist immer noch das, was wir alle suchen. Das ist der Grund, warum wir uns zusammentun – in Gruppen und vor allem zu Paaren. Und wenn wir Sex haben, können wir uns die Bedürfnisse nach diesen Gefühlen auf intensivste Weise erfüllen. Erlösung durch Überwindung der Vereinzelung. Der Himmel auf Erden. Und wenn wir das erleben, dann empfinden wir das, was wir Liebe nennen. Und die Liebe, das ist Gott.

Wenn wir uns in Liebe annehmen und als leiblicher Ausdruck dessen miteinander schlafen, dann geht das für Gott vollkommen in Ordnung. Wenn wir so Sex haben, können wir das fühlen. Nicht nur geistig verstehen oder mystifiziert glauben, sondern fassbar erleben, bei Leibe begreifen. Das ist das Göttliche der Sexualität. Das ist göttlicher Sex.

Und niemand braucht dafür Kunde irgendeiner Firma zu werden. Ist doch super, oder?

Christoph Joseph Ahlers arbeitet als klinischer Sexualpsychologe in Berlin. sexualpsychologie-berlin.de