

Heimkommen. Essen mit EDEKA

Materialien zum Beitrag im Pelikan 1/2016

Von Kirsten Rabe

M 1: Das Gleichnis vom großen Festmahl (Lk 14, 15-24)

¹⁵ Als einer der Gäste das hörte,
sagte er zu Jesus:
„Glücklich ist,
wer im Reich Gottes sein Brot essen wird!“

¹⁶ Jesus antwortete ihm:
„Ein Mann veranstaltete ein großes Festessen
und lud viele Gäste ein.

¹⁷ Als das Fest beginnen sollte,
schickte er seinen Diener los
und ließ den Gästen sagen:
„Kommt, jetzt ist alles bereit!“

¹⁸ Aber einer nach dem anderen
entschuldigte sich.
Der erste sagte zu ihm:
„Ich habe einen Acker gekauft.
Und jetzt muss ich unbedingt gehen
und ihn begutachten.
Bitte, entschuldige mich!“

¹⁹ Ein anderer sagte:
„Ich habe fünf Ochsengespanne gekauft
und bin gerade unterwegs,
um sie genauer zu prüfen.
Bitte, entschuldige mich!“

²⁰ Und wieder ein anderer sagte:
„Ich habe gerade erst geheiratet
und kann deshalb nicht kommen.“

²¹ Der Diener kam zurück
und berichtete alles seinem Herrn.
Da wurde der Hausherr zornig
und sagte zu seinem Diener:
„Lauf schnell hinaus
auf die Straßen und Gassen der Stadt.
Bring die Armen, Verkrüppelten, Blinden
und Gelähmten hierher.“

²² Bald darauf meldete der Diener:
„Herr, dein Befehl ist ausgeführt –
aber es ist immer noch Platz.“

²³ Und der Herr sagte zu ihm:
„Geh hinaus aus der Stadt
auf die Landstraßen und an die Zäune.
Dränge die Leute dort herzukommen,
damit mein Haus voll wird!“

²⁴ Denn das sage ich euch:
Keiner der Gäste,
die zuerst eingeladen waren,
wird an meinem Festmahl teilnehmen!“

Aufgaben:

1. Vergleichen Sie die Begebenheit, von der Jesus im Gleichnis erzählt, mit der Situation im Werbespot „Heimkommen“ (<https://www.youtube.com/watch?v=nQ1v2NDOiNk>).
2. Bewerten Sie das Verhalten der jeweiligen Gastgeber in den beiden Erzählungen.
3. Erläutern Sie, welche Aussagen das Gleichnis vom großen Festmahl über das Reich Gottes trifft.

M 2: Neele Ternes: „Dad“

I never told you how
how much you mean to me.
What in the world I would do
I just never made it through to you
Oh, to you.

There goes a day, there goes a week
so many goals I had to reach
the more I did, the less I cared
the more I missed the love you shared
If life is a song, somehow it's sad
I don't know the words without you, Dad.
You've been on my mind all the time.
And I'm missing you.
Home used to be just some walls
that I knew.
But the truth is that home means nothing without you.
So I gotta say:
Won't you grow old.
Cause it's you
that I want to list.
As long as I need you here.
And I'm begging you:
Daddy please don't leave.
You once told your little girl
you're unbreakable.
There goes a month
there goes a year
so many things out there I fear.

You help me up when I was down.
So many things out there I fear.
You help me up when I was down.
You taught me how to stand my ground.
This life is a song, happy and sad.
And I don't want to sing without you, Dad.
Maybe it's selfish when I say these words.
But I'm missing you.

Home used to be just some walls
that I knew.
But the truth is that home means nothing without you.
So I gotta say:
Won't you grow old.
Cause it's you
that I want to list.
As long as I need you here.
And Im begging you:
Daddy please don't leave.
You once told your little girl
you're unbreakable.

Oh, oh, oh.
Oh, oh, ohoh.
The truth is my home means nothing
without you.

Quelle: www.songtexte.com

Aufgaben:

1. Schaut euch das Video auf www.youtube.com/watch?v=nQ1v2NDOiNk gemeinsam an. Tauscht eure ersten Eindrücke aus.
2. Übersetzt den Songtext arbeitsteilig in Gruppen.
3. Beschreibt das Verhältnis zwischen Tochter und Vater, das sich im Song spiegelt.
4. Neele Ternes hat den Song „Dad“ für den Edeka-Werbespot entwickelt. Erörtert, ob ihr ihn für passend haltet.

M 3: Der alte Großvater und der Enkel (Gebrüder Grimm)

Es war einmal ein steinalter Mann, dem waren die Augen trüb geworden, die Ohren taub, und die Knie zitterten ihm. Wenn er nun bei Tische saß und den Löffel kaum halten konnte, schüttete er Suppe auf das Tischtuch, und es floss ihm auch wieder etwas aus dem Mund. Sein Sohn und dessen Frau ekelten sich davor, und deswegen musste sich der alte Großvater endlich hinter den Ofen in die Ecke setzen, und sie gaben ihm sein Essen in ein irdenes Schüsselchen und noch dazu nicht einmal satt; da sah er betrübt nach dem Tisch und die Augen wurden ihm nass.

Einmal auch konnten seine zittrigen Hände das Schüsselchen nicht festhalten, es fiel zur Erde und zerbrach. Die junge Frau schalt, er sagte nichts und seufzte

nur. Da kaufte sie ihm ein hölzernes Schüsselchen für ein paar Heller, daraus musste er nun essen. Wie sie da so sitzen, so trägt der kleine Enkel von vier Jahren auf der Erde kleine Brettlein zusammen. „Was machst du da?“, fragte der Vater. „Ich mache ein Tröglein“, antwortete das Kind, „daraus sollen Vater und Mutter essen, wenn ich groß bin.“ Da sahen sich Mann und Frau eine Weile an, fingen endlich an zu weinen, holten alsofort den alten Großvater an den Tisch und ließen ihn von nun an immer mitessen, sagten auch nichts, wenn er ein wenig verschüttete.

Quelle: www.grimmstories.com

Aufgaben:

1. Erklärt, wie es zum Wendepunkt in der Geschichte kommt.
2. Bildet vier Gruppen. Erzählt die Geschichte noch einmal neu - aus der Perspektive des Vaters (Gruppe 1), der Mutter (Gruppe 2), des Enkels (Gruppe 3) und des Großvaters (Gruppe 4). Verwendet die Ich-Form.
3. Vergleicht im Anschluss, wie die einzelnen Personen das Geschehene empfunden haben.

M 4: Luthers Erklärung zum vierten Gebot

Du sollst deinen Vater und deine Mutter ehren, auf dass dir's wohlgehe und du lange lebest auf Erden.

Was ist das? Wir sollen Gott fürchten und lieben, dass wir unsere Eltern und Herren nicht verachten noch erzürnen, sondern sie in Ehren halten, ihnen dienen, gehorchen, sie lieb und wert haben.

Aufgaben:

1. Befrage deine Großeltern und Eltern, wie sie über das vierte Gebot denken.
2. Vergleiche die Antworten anschließend im Unterricht. Überprüfe, ob sich die Antworten der Großeltern von denen der Eltern unterscheiden.
3. Ein Selbstversuch: Lebt einen Tag lang bewusst nach diesem Gebot. Notiere eure Erfahrungen.

Deutsche brauchen für Gefühle den Vorschlaghammer

EDEKA präsentiert einen Werbespot, und den Menschen kommen die Tränen. Offenbar finden die deutschen Seelen nur durch schlechtes Gewissen und Tod aus ihrer Unterkühlung.

Von Peter Praschl

Da sitzt er nun an seinem angestammten Patriarchenplatz. Hat sie alle ausgetrickst. Den Sohn, der Arzt geworden ist und für jedes Gebrechen Zeit hat, nur für seine nicht. Den anderen Sohn, der für seine Deals um die ganze Welt jettet und nie nach Hause kommt. Und den Rest der Familie auch. Doch jetzt sind sie alle da. Weihnachten kann losgehen, Opi lacht wie seit Jahren nicht mehr.

Die Deutschen heulen. Nicht, weil sie, ohne sich etwas zuschulden kommen gelassen zu haben, in die Lage geraten sind, dass ihnen von einer Supermarktkette und einer Werbeagentur die korrekte Familienaufstellung durchgegeben wird. Sondern, weil sie es tatsächlich für rührend halten, wenn ein alter Mann sich seine Tischgesellschaft erpresst, indem er ihnen seinen Tod vorgaukelt.

Sobald Deutsche ergriffen sind, interessieren sie sich nicht mehr für die logischen Löcher in den Geschichten, die ihren emotionalen Panzer durchlöchern. Sie fragen nicht, welcher Bestatter sich darauf einließe, ein Begräbnis während der Weihnachtsfeiertage abzuwickeln. Nicht, ob ein Global Player sich tatsächlich ohne Rückversicherung ins nächste Flugzeug nach Hause setzen würde. Und schon gar nicht, warum ein Mann, der immerhin die Unverfahrenheit besitzt, auch seinem süßen Enkelchen den Schreck des Lebens einzujagen, damit die Familie mit ihm Gans isst, zu feige ist, zum Hörer zu greifen und seinen Liebsten zu erzählen, wie elend einsam er sich zu Weihnachten fühlt. [...] Wahrscheinlich ist es das, was die Werbeagentur Jung von Matt erkannt hat: Dass man auf die Menschen mit dem Vorschlaghammer einschlagen muss, damit sie ihre Gefühle endlich mal rauslassen können. Wenn es gelingt, gibt es kein Halten mehr. Über 30 Millionen Mal innerhalb einer Woche wurde der Edeka-Spot auf YouTube angesehen.

Der Spot nimmt eigentlich allen die Würde

Selbst eine evangelische Theologin findet nichts daran auszusetzen, wie er den Menschen die Leviten liest: „Es ist eine Predigt im Kleinen, denn es ruft zu Menschlichkeit und Warmherzigkeit an Weihnachte auf. Es ist gut, dass Edeka das thematisiert“, sagte Susanne Breit-Keßler,

Regionalbischöfin des Kirchenkreises München und Oberbayern, dem Evangelischen Pressedienst.

Doch das ist eine sehr generöse Auslegung eines Werbespots, der allen die Würde nimmt. Dem alten Mann, weil er sich erniedrigen muss, um ein bisschen Zuwendung zu bekommen [...]. Seinen Kindern, weil sie dem alten Herrn nachsehen müssen, dass er ihnen einen fürchterlichen Schrecken eingejagt hat. Den Zuschauern, denen ein schlechtes Gewissen gemacht wird, indem ihnen wieder einmal vorgekitscht wird, wie wunderbar das Leben würde, falls sie sich einen emotionalen Ruck gäben. [...]

Rührung löst am Ende kein einziges Problem

Ist es nicht zum Heulen, dass deutsche Seelen nur durch schlechtes Gewissen und durch die Erinnerung an den Tod ein wenig aus ihrer Unterkühlung kommen? Es brauchte das Foto eines toten Jungen am Strand von Bodrum, damit Flüchtlinge nicht bloß als Problem, sondern als Menschen wahrgenommen wurden. Und einen kitschigen Werbespot mit einem Opa, der seinen Tod vorgaukelt, damit über Altersarmut debattiert wird.

Doch Rührung löst keine Probleme. In den paar Sekunden, in denen die Tränen fließen, kann man ja nichts anderes machen, als sich der Empfindung hinzugeben, dass das alles ganz schön traurig ist mit dem Alten und all den anderen Menschen, die niemanden haben, der mit ihnen das Fest der Liebe begeht. Das beweist einem zwar, dass man noch ein Herz hat, auch wenn man es nicht immer zeigen kann.

Aber ein gutes Herz macht die Welt nicht heil, in der anders als in der Werbung die Tischgespräche nicht fließen und Familie sich oft wie eine Fessel anfühlt, auch wenn wir uns noch so sehr anstrengen. Es ist zum Heulen, dass das Weihnachten, das sich Edeka zusammenfantasiert, zu den wenigsten von uns nach Hause kommt.

Quelle: www.welt.de/149660703, 06.12.2015 (zuletzt abgerufen am 22.04.2016)

Aufgaben:

1. Benennen Sie die Kritikpunkte, die Praschl in seinem Kommentar zum Werbespot „Heimkommen“ äußert.
2. Nehmen Sie Stellung zu Praschls These, der Spot nehme „eigentlich allen die Würde“.
3. Entwickeln Sie Perspektiven für eine „Ethik der Werbung“.