

Unsere Kultur wird verscherbelt

Money makes the world go round – das ist wahrlich keine neue Erkenntnis. Wer gutes Geld zahlt, darf dafür eine entsprechende Gegenleistung erwarten. Auch im Sport. Produkte werden umbenannt, Stadien und ganze Mannschaften erhalten neue Namen, die der Sponsor festlegt. Das ist inzwischen Alltag, wir leben im Kapitalismus, und wir leben weitgehend gut damit. Aber ist auch das Verkaufen von Überzeugungen und Traditionen legitim? Der Fußballclub Real Madrid gehört zu den besten der Welt. Sein Club-Symbol zierte seit Gründung ein Kreuz. Ein christliches Kreuz, was im Herzen Spaniens sogar noch mehr Sinn ergibt, als in vielen anderen Ländern unseres Kulturkreises. Dieses Kreuz ist nun weg, verscherbelt, geopfert. Dem neuen Sponsor zuliebe: der National Bank of Abu Dhabi, mit dem die Madrilenen „eine strategische Allianz“ eingegangen sind. Wäre denkbar, dass die arabische Bank für diese Allianz auf Ihren Untertitel verzichtet? Der heißt „Islamic Finance Company“, und angeboten werden den Kunden „Sharia banking products“. Würden die drauf verzichten aus Rücksicht auf den neuen Partner im katholischen Spanien? Natürlich nicht! Wundert sich noch jemand, dass uns viele Muslime wegen unserer Prinzipienlosigkeit verachten? Weil in unseren Ländern Fluggesellschaften wie British Airways und Fußballclubs wie Real Madrid das Kreuz aus ihren Logos verbannen? Weil wir in Deutschland aus vorauseilendem Gehorsam aus der Osterbriefmarke eine Frühlingsbriefmarke, aus dem St. Martins-Umzug ein Lichterfest und aus Weihnachtsmärkten Wintermärkte machen? Wer soll unsere christlich-abendländischen Traditionen und unsere Art zu leben Ernst nehmen, wenn wir es selbst nicht tun? Nicht der Islam ist das Hauptproblem, sondern wir selbst sind es.