

# Christkind vs. Weihnachtsmann

Was Martin Luther und Coca Cola an Weihnachten verbindet

Von Teresa A. Winderl

**K**aum eine Frage spaltet unser Land in diesen Tagen vor Weihnachten stärker – gehört man nun zur Christkind- oder doch zur Weihnachtsmann“fraktion“. Das scheint auf den ersten Blick eine Frage der Konfession zu sein: Denn in den traditionell eher katholisch geprägten Gefilden West- und Süddeutschlands, aber auch im angrenzenden Österreich und der Schweiz bringt das goldblondge-

gentlich alles andere als „katholisch“! Die Bescherung am Geburtstag Jesu war im Mittelalter aber noch nicht üblich: Die Kinder beschenkte man am Nikolaustag, dem 6. Dezember oder am Tag der unschuldigen Kinder (28. Dezember).

Martin Luther jedoch lehnte die Heiligenverehrung ab und somit konnte schlecht ausgerechnet ein Heiliger, der hl. Bischof aus Myra, den Kleinen Ge-



lockte Christkind die Weihnachtsgeschenke. Im restlichen, zumeist evangelischen Teil der Republik ist dieser Dienst dem zipfelmützigen Weihnachtsmann vorbehalten.

Doch ganz so einfach ist es nicht! Denn das Christkind, das heute den Kindern heimlich die Gaben unter den Weihnachtsbaum legt, ist eine Erfindung des Reformators Martin Luther (1483-1546) und somit ei-

schkenke bringen. Verzichten wollte er aber auf den lieb gewonnenen Brauch des Beschenkens auch nicht mehr. Denn wahrscheinlich wusste Luther als sechsfacher Vater nur zu gut, was Kinderaugen zum Glänzen bringt. So sollte fortan (ab etwa 1535) der „heilige Christ“ höchstpersönlich die Kinder beschenken.

Weil die Gläubigen sich aber noch zu Beginn der Neuzeit sehr bildhafte Vorstellungen machten, wur-

de aus dem „heiligen Christ“ allmählich die Kunstfigur des lieben Christkinds. Dieses stellt also nicht das Christuskind in der Krippe dar, wie es der Name vermuten lässt. Vielmehr schufen die Menschen eine neue Figur, die den engelhaft gekleideten Mädchen entsprach, die weihnachtlichen Umzügen mit offenen Haaren vorangingen.

Zur Zeit der Aufklärung im 18. Jahrhundert mischte sich zum Aspekt der evangelischen Kritik an der Heiligenverehrung erstmals die Vorstellung von einem Weihnachtsmann. Ob er nun Père Noël, Sinterklaas oder Santa Claus heißt, auf der ganzen Welt wissen die Kinder wie er aussieht: Pausbackig mit rosigen Wangen und einem langen weißen Bart.

Der rote Mantel darf dabei ebenso wenig fehlen wie die Zipfelmütze, die der Weihnachtsmann im Unterschied zum mitratragenden Bischof aus Kleinasien auf dem Kopf trägt. Warum sein pelzbesetzter Mantel ausgerechnet rot ist? Vielleicht ist das noch ein Anklang an den Bischofsmantel des hl. Nikolaus. Doch im Grunde braucht



man sich nur eine Coca-Cola-Dose anzusehen – denn dem US-Konzern ist es gelungen, das Bild vom Weihnachtsmann entscheidend zu prägen und in ihn Firmenfarben zu kleiden. Ist der Weihnachtsmann, wie wir ihn heute kennen also nichts anderes als ein besonders effektiver Marketinggag? Mit dem mildtätigen Bischof Nikolaus, der ein Heiliger und Schutzpatron der Kinder ist, hat die Märchenfigur auf dem Rentierschlitten jedenfalls nichts gemein!

„Äpfel, Nuss und Mandelkern essen fromme Kinder gern“ und recht viel üppiger darf man sich die Geschenke einst zur Weihnachtszeit auch nicht vor-

stellen. Schenken war damals noch stärker eine Sympathieerklärung und nicht wie in unseren Tagen ein exklusiver Warenaustausch. Erst um 1800 hatte bei den Katholiken Weihnachtsmann bzw. Christkind allmählich den Nikolaus als Gabenbringer abgelöst. Doch schon damals scheint der männliche Geschenkebringer populärer als das Christkind gewesen zu sein. Maßgeblichen Anteil daran hatte der Dichter des Deutschland-Liedes, Hoffmann von Fallersleben, mit seinem Gedicht „Morgen kommt der Weihnachtsmann“, das er um 1835 verfasste.

Ihre „Wirkungsstätten“ haben die beiden Gabenbringer im Laufe der Zeit getauscht – heute bringt der Weihnachtsmann vornehmlich im Norden die Geschenke, während dies im katholischen Süden das ursprünglich „lutherische“ Christkind übernimmt. Dass in unseren Tagen der einst evangelische Brauch hauptsächlich im katholischen Bayern praktiziert wird, verdankt er vielleicht dem traditionsreichen „Christkindlesmarkt“ der Stadt Nürnberg, wohl der evangelischste Flecken Bayerns.

Doch auch in den südlichen Gefilden wird das Christkind immer mehr von seinem männlichen Kollegen verdrängt - ob das nun an dem so oft kritisierten US-amerikanischen Einfluss oder der besseren Vermarktbarkeit des Weihnachtsmannes liegt. Wir wissen es nicht. Aber ist denn die männliche oder weibliche Gestalt des Gabenbringers überhaupt entscheidend? Letzten Endes sind doch beide „nur“ Kunstfiguren, die zwar auf eine bestimmte Tradition zurückblicken können, jedoch nicht den eigentlichen, kommerzfrei-religiösen Sinn der Weihnacht verkörpern! □