

## Unsichtbares Kloster – sichtbare Werkstatt

Ein schönes Bild für die Ökumene hat der scheidende Präsident des Rates für die Einheit der Christen, Kardinal Walter Kasper, dem (nicht nur) die Katholiken in Deutschland und weltweit zu großem Dank verpflichtet sind, in diesen Tagen in Erinnerung gerufen. Man könne die Ökumene als "unsichtbares Kloster" bezeichnen. "In einem sichtbaren Kloster lebt und betet man gemeinsam; im unsichtbaren Kloster lebt und betet man über alle Welt verstreut – aber vereint im Glauben." Und Kasper fragt: "Ist das nicht schon eine intensive und tiefe kirchliche Einheit?"

Nach dem großen Erfolg des 2. Ökumenischen Kirchentags im Mai in München möchte man das Bild des Kardinals ergänzen. So sehr die Ökumene einem "unsichtbaren Kloster" gleichen mag, so sehr wird sie immer stärker zu einer "sichtbaren Werkstatt" der Gemeinschaft im Glauben, aus der ein entschiedenes Christsein in der Gesellschaft und Christsein für die Gesellschaft folgt. München hat das überzeugend gezeigt: Die Christen engagieren sich aus ihrem gemeinsamen Glauben heraus für unser Land, für mehr Gerechtigkeit in der Einen Welt, für die Bewahrung der Schöpfung, für Gerechtigkeit und Frieden.

Mit 130.000 Dauer- und weiteren 40.000 Tagesteilnehmenden war der 2. ÖKT noch größer als alle Katholikentage und Kirchentage der letzten 20 Jahre. Diese Ausgabe der Salzkörner enthält einen ersten zusammenfassenden Bericht, der freilich ausschnittshaft bleibt: Von jedem unserer Großereignisse gibt es so viele "Auswertungen", wie es Menschen gibt, die an ihnen teilnehmen. Sie alle werden geprägt und angespornt in ihrem Christsein – und auch das gehört zur "sichtbaren Werkstatt".

Tief bewegt haben viele von uns die Worte des damaligen Bundespräsidenten Horst Köhler, die er in seinem Grußwort nach dem Eröffnungsgottesdienst sagte: "Wir dürfen heute uns selbst und alle, die uns zuhören, daran erinnern, wie viel an gelebter Barmherzigkeit, an tatkräftiger Solidarität, an Dienst am anderen durch gläubige Menschen in dieser Gesellschaft lebendig ist. Das braucht unsere Gesellschaft. Das hat Dank und Anerkennung verdient." Gut, dass Unsichtbares von Zeit zu Zeit sichtbar wird.

Stefan Vesper

16. Jg. Nr. 3

3. Juli 2010

## Inhalt

### Spirituell und politisch

Rückblick auf den 2. Ökumenischen Kirchentag  
Stefan Vesper 2

### Gute Chancen bei verstärkter Vernetzung

Neuer Trendmonitor misst Nutzungsveränderungen  
kirchlicher Medien  
Rolf Pitsch 5

### Social Business

Eine Perspektive für Familienunternehmen  
Jutta Hinrichs 8

### Schöpfungsverantwortung wahrnehmen

Anmerkungen zum Sparpaket der Bundesregierung  
aus Sicht der Umwelt- und Energiepolitik  
Michael Lentze 10

### Ordo socialis

Wissenschaftliche Vereinigung zur Förderung der  
Christlichen Gesellschaftslehre e.V.  
Cornelius G. Fetsch 12

## Spirituell und politisch

### Rückblick auf den 2. Ökumenischen Kirchentag

*Der 2. Ökumenische Kirchentag (2. ÖKT), der vom 12. bis 16. Mai 2010 stattfand, war ein großes und bedeutendes Ereignis. Er war ohne Zweifel in diesem Jahr die wichtigste kirchliche Großveranstaltung europaweit.*

Dies gilt gleichermaßen für die Veranstaltungsgröße und die Vielzahl und Vielgestaltigkeit der einzelnen Programmangebote wie auch für die Zahl der Menschen, die zum 2. ÖKT nach München gekommen waren. Mit 130.000 Dauer- und weiteren 40.000 Tagesteilnehmenden war der 2.ÖKT deutlich größer als alle Katholikentage und Kirchentage der letzten 20 Jahre.

### Prominenz

Auch die große Zahl namhafter Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, die der Einladung zur aktiven Teilnahme und Mitwirkung gefolgt sind, war höchst bemerkenswert und ein wichtiger Beleg, als wie bedeutsam diese Veranstaltung auch in allen Bereichen der Gesellschaft eingeschätzt wurde. Stellvertretend seien hier Bundespräsident Dr. Horst Köhler und Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel genannt. Das Wort des Bundespräsidenten zur Eröffnung war ein bemerkenswertes und ermutigendes Bekenntnis zu den Kirchen und ihrer wichtigen Bedeutung in der Gesellschaft. Viele fühlten sich ermutigt und bestärkt, als er sagte: "Wir dürfen heute uns selbst und alle, die uns zuhören, daran erinnern, wie viel an gelebter Barmherzigkeit, an tatkräftiger Solidarität, an Dienst am anderen durch gläubige Menschen in dieser Gesellschaft lebendig ist. Das braucht unsere Gesellschaft. Das hat Dank und Anerkennung verdient." Ähnliches sagte die Bundeskanzlerin in einer der größten Diskussionsveranstaltungen.

Aber auch nahezu alle Minister des Bundeskabinetts und viele Mitglieder von Länderregierungen waren der Einladung nach München gefolgt, und nicht wenige haben an mehr als einer Veranstaltung teilgenommen.

Wer die Terminkalender von Spitzenpolitikern kennt, weiß, dass solches Engagement Rückschlüsse zulässt auf den politischen Stellenwert, den man dem 2. ÖKT beigemessen hat. Daraus ist auch zu schließen, dass es für viele Politikerinnen und Politiker heute durchaus auch persönlich (wieder) wichtig ist, das Gespräch mit engagierten Christinnen und Christen zu suchen, und nicht wenige haben sich hier selbst öffentlich und klar zu ihrem Christsein bekannt. So wurde das Thema des 2. ÖKT "Christsein in der Gesellschaft – Christsein für die Gesellschaft" auch auf diese Weise konkret und präsent.

### Ein Ort des politischen und gesellschaftlichen Diskurses

Durch die Mitwirkung einer großen Zahl von Politikerinnen und Politikern, aber ebenso von führenden Männern und Frauen aus Wirtschaft und Wissenschaft, aus Journalismus, Kunst und Sport, die in den Veranstaltungen mitdiskutiert oder auf der "Agora" Rede und Antwort gestanden haben, hat sich in München etwas ereignet, was wir in unserem Land sonst nur von Katholiken- und Kirchentagen her kennen und um das uns viele Christen in anderen Ländern ehrlich beneiden: Der ÖKT bot eine einzigartige Gelegenheit, christliche Positionen in die Debatte um die vielen Fragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens qualifiziert und vernehmbar einzubringen. Wo sonst gibt es für Christen die Möglichkeit, in so dichter Folge und in so vielen Veranstaltungen gleichzeitig mit politischen Entscheidungsträgern und Verantwortlichen aus anderen gesellschaftlichen Bereichen ins Gespräch zu kommen und dabei vor aller Öffentlichkeit für die eigenen Standpunkte einzutreten, für sie zu werben oder auch für sie zu streiten? Immer wieder haben wir lesen können oder konnten wir es selbst erleben, wie ernsthaft und respektvoll und auf welchem hohem Niveau diese Diskurse geführt wurden und wie interessiert und konzentriert die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hieran teilgenommen haben.

### Großer Zuspruch zum Programm

Die Veranstaltungen waren, von wenigen Ausnahmen abgesehen, ausgesprochen gut besucht. Die Hallen auf dem Messegelände,

aber auch in den über das Stadtareal verteilten Zentren waren gut gefüllt nicht selten sogar überfüllt wie z. B. das Zentrum Älter werden, das nicht nur die ältere Generation, sondern verschiedene Generationen begeistern konnte. Auch hier herrschte durchweg ein großes Interesse an Sachfragen, an persönlicher Begegnung, an Erfahrungsaustausch, an Gespräch oder Beratung, zum Teil auch in persönlichen Fragen des Lebens und des Glaubens. Das galt zum Beispiel für das Jugendzentrum ebenso wie für das Familienzentrum und für das Zentrum Soziale Arbeit und soziale Netzwerke.

## Unaufgeregt positive Stimmung

Es war bemerkenswert, dass trotz der Kälte und des Regens auch viele Veranstaltungen unter freiem Himmel, etwa die großen Konzerte auf der Theresienwiese, mit bis zu 50.000 Zuhörern bestens besucht waren. Die unfreundliche Witterung tat der guten Stimmung keinen Abbruch. Es mag sein, dass dem 2. ÖKT nicht mehr so sehr der Zauber des Neuen innewohnte, von dem der Berliner ÖKT 2003 erfüllt war. Mit den Worten eines Teilnehmers ausgedrückt: "Der Enthusiasmus von damals ist weitgehend von einem Realitätssinn abgelöst worden, umso mehr brauchen wir das Thema der Hoffnung ...". Dafür hatte man in München vielerorts den wohlthuenden Eindruck, dass für die Teilnehmenden die ökumenische Begegnung inzwischen fast zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist. Es herrschte überall eine positive Unaufgeregtheit. Hierzu trug sicher auch die Tatsache bei, dass die in den Tagen und Wochen zuvor von verschiedenen Seiten angekündigten Störungen und Provokationen schlicht nicht stattgefunden haben oder einfach unterhalb der Wahrnehmungsgrenze blieben.

## Große Themenvielfalt mit Profil

Die Themenauswahl des 2. ÖKT war breit und das umfangreiche Programmheft stellte durchaus gewisse Anforderungen an die Benutzer. Dennoch: Die gelegentlich geäußerte Kritik der Unübersichtlichkeit oder gar Beliebigkeit war aus dem Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht zu hören. Teilnehmende wissen, dass es ein Spezifikum von Kirchen- oder

Katholikentagen und also auch des ÖKT ist, auf die Vielfalt der Fragen und Aufgaben, die uns in Kirche und Gesellschaft aufgegeben sind, einzugehen. Sie erwarten dies sogar ausdrücklich. Ein ÖKT will kein Fachkongress sein. Er will vielmehr die Vielfalt christlichen Engagements zur Sprache bringen und sichtbar machen. Wie sich schon bei vergleichbaren kirchlichen Großveranstaltungen der letzten Jahre andeutete, gab es beim 2. ÖKT auch nicht das eine, herausragende Thema, wie es in den 90er Jahren das Umwelt- oder Friedenthema waren. Politik und Gesellschaft – und übrigens auch Kirche – sind vielgestaltig geworden. Dennoch lassen sich Themenfelder benennen, die sich bereits in der Vorbereitungsphase allmählich zu Schwerpunkten verdichteten und die dann auch während der Tage in München selbst das Gesamt ereignis akzentuierten. Als Beleg hierfür kann die Presseauswertung der Printmedien herangezogen werden. Demnach rangierte hinter der situationsbedingt stark wahrgenommenen Auseinandersetzung mit dem Thema "Sexueller Missbrauch" und dem Stichwort "Ökumene" als solchem an erster Stelle die Befassung mit der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise. Es folgten das Thema "Dialog mit dem Islam" und danach Fragen zur Gerechtigkeit in der Einen Welt, zu Umweltschutz und Klimawandel und zum Thema Krieg und Frieden mit dem besonderen Teilaspekt "Afghanistan". Sehr häufig war aber auch das durch das Leitwort vorgegebene Hoffnungsthema Gegenstand der Betrachtung. Der Hoffnungsbegriff, aus biblisch-christlicher Perspektive interpretiert und als Antrieb zur Weltgestaltung, hat den 2. ÖKT in der öffentlichen Wahrnehmung nachweislich stark geprägt.

Öffentliche Wahrnehmung eignete sich naturgemäß in besonderer Weise auch an jenen Orten, wo die Begegnung niederschwellig möglich war. Dies galt für viele Programmangebote unter freiem Himmel auf den Plätzen und Bühnen der Innenstadt etwa oder auf der Theresienwiese, beim Abend der Begegnung, bei den frei zugänglichen Open-Air-Angeboten des Jugendzentrums oder des Kinderzentrums. Auch das hoch frequentierte Zentrum "Erinnern" in Dachau ist hier zu nennen.

## Ein spirituelles Ereignis

Die täglichen Bibelarbeiten, insgesamt weit über 100, und mehrere hundert Gottesdienste und Gebetsangebote in den Kirchen Münchens, aber auch in Hallen und Sälen – sie füllten mehr als 50 Programmheftseiten – haben den ÖKT auch zu einem ganz außergewöhnlichen geistlichen Ereignis werden lassen. Nicht nur für die Veranstalter, sondern auch für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist das Erlebnis des gemeinsamen Gebetes und der gottesdienstlichen Feier die zweite Seite ein und derselben Medaille. Es ist die geistliche Quelle, die wir brauchen, um unseren Auftrag als Christen in der Welt erfüllen zu können. Mit einiger Sicherheit kann behauptet werden, dass der ÖKT in der medial vermittelten Öffentlichkeit vor allem durch seine großen Gottesdienste wahrgenommen wurde. Mit Ausnahme des Samstags wurde an jedem Tag eine große Liturgie im öffentlich-rechtlichen Fernsehen live übertragen.

Zweifelsohne hat die "Orthodoxe Vesper in ökumenischer Gemeinschaft", die am Freitagnachmittag 20.000 Menschen miterlebt und mitgefeiert haben, unter allen gottesdienstlichen Veranstaltungen die größte Ausstrahlungskraft entfaltet. Dies gilt in mehrfacher Hinsicht: Dieser Vesperegottesdienst ließ die große liturgische Tradition der Orthodoxie hautnah erfahren. Das besondere daran: Die Mitfeiernden blieben nicht unbeteiligte Beobachter, sondern waren durch die anschließende Artoklasie und die Tischgemeinschaften unmittelbar mit einbezogen. Auch für die orthodoxen Schwestern und Brüder war diese Feier von besonderer Bedeutung, denn sie, die sich sonst in Deutschland immer als kleine christliche Minderheit fühlen, waren hier die Einladenden, sie waren "Gastgeber" für ein großes, herausragendes Ereignis im ÖKT-Verlauf. Gemeinsam und gleichberechtigt trugen die verschiedenen orthodoxen "Familien" zur Gestaltung dieser Feier bei. Schließlich wurde in dieser Feier auch deutlich: Es gibt vielfältige Formen – viel mehr, als wir kennen –, in denen wir über Konfessionsgrenzen hinweg gemeinsam Gott loben und danken und darin wirkliche Glaubens-Gemeinschaft erfahren können. In dieser Erkenntnis liegt der Kern für einen tiefen ökumenischen Fortschritt und ein wichtiger "ökumenischer Zugewinn".

## Klärung der ökumenischen Streitfragen

Es konnte zu keinem Zeitpunkt der Eindruck aufkommen, dass diese Feier als gemeinsame Abendmahlsfeier fehlgedeutet werden könnte. Dennoch wird und muss uns die Frage der Klärung der noch ungelösten theologischen Fragen in der Ökumene weiter beschäftigen, und wir tun gewiss gut daran, wenn wir auch als ZdK die wachsende Ungeduld und das zunehmende Unverständnis dafür, dass Lösungen nicht in Sicht kommen, aufmerksam wahrnehmen. Umgekehrt bleibt klar: eine Ökumene des "kleinsten gemeinsamen Nenners" wäre für alle ein Verlust.

## Ökumenische Erweiterung

Zum zweiten Mal haben sich das ZdK und der DEKT zusammengetan und in einem langen Prozess eine ökumenische Großveranstaltung initiiert, vorbereitet und durchgeführt. Das Ergebnis wurde nicht nur von den Teilnehmenden des ÖKT und den Medien sehr positiv beurteilt. Auch wir selbst können dankbar auf diese Zeit intensiver Kooperation zurück blicken. Besonders erfreulich war darüber hinaus die Zusammenarbeit mit den anderen Kirchen der Arbeitsgemeinschaft Christlicher Kirchen in Deutschland (ACK), vor allem mit den Geschwistern aus der Orthodoxie und aus den Freikirchen. Bei diesem 2. ÖKT gab es nicht mehr nur zwei verantwortlich beteiligte Gesprächspartner, und dieser Umstand hat dem Gesamt ereignis sehr gut getan.

Die lange und intensive gemeinsame Arbeit, aus der manche Freundschaft gewachsen ist, hat sich gelohnt. Gleiches lässt sich auch für die Zusammenarbeit mit den gastgebenden Kirchen sagen. Über viele Monate hinweg haben wir in ausgesprochen gutem Einvernehmen mit dem Erzbischof München und Freising und der Ev.-Luth. Kirche in Bayern zusammengearbeitet. Ihr Engagement für unsere gemeinsame Sache hat besonders in Bayern wesentlich zum Erfolg des 2. ÖKT beigetragen. Der Geist der Kooperation war auch in zahlreichen Arbeitsgremien wohlthuend spürbar. Reibungsverluste gab es am ehesten dort, wo aus den unterschiedlichen Veranstaltungskulturen von Kirchentag und Katholikentag gemeinsames Handeln erwachsen musste.

*Dr. Stefan Vesper, Generalsekretär des ZdK*

## Gute Chancen bei verstärkter Vernetzung

### Neuer Trendmonitor misst Nutzungsänderungen kirchlicher Medien

*Natürlich sind Meinungsumfragen nicht die Wirklichkeit, sie bilden diese nur ab. Doch immer wenn neue Daten auf den Tisch kommen, lohnt sich besonders der Blick auf Entwicklungen über mehrere Jahre hinweg. Der neue MDG-Trendmonitor "Religiöse Kommunikation 2010" bietet aufbauend auf den Trendermittlungen 1999 und 2002 Hinweise zur Nutzung kirchlicher und religiöser Medienangebot in der Bevölkerung wie bei den Katholiken.*

Der neue Themenschwerpunkt "Nutzung des Internet für religiöse Informationen" zeigt erstmals vertieft, ob kirchliche Internetangebote bekannt sind, durch wen und wie sie genutzt werden. Zusätzlich konnten Vergleichsdaten auch aus früheren Untersuchungen berücksichtigt werden. Die von der kirchlichen Beratungsgesellschaft MDG (München) in Auftrag gegebene Studie wurden vom Institut für Demoskopie in Allensbach durchgeführt und erstmals durch die Firma Sinus Sociovision milieuverortet. So erfahren die Nutzer der Studie in Medienhäusern und kirchlichen Entscheidungsgremien nicht nur die bekannten Prozentangaben, sondern auch noch die Wohnraummilieus, in denen die Mediennutzer leben. Die Milieuverortung bleibt in der nachfolgenden Auswertung unberücksichtigt, da es keine Vergleichszahlen aus früheren Jahren gibt.

### Kirchenbindung und Mediennutzung

Mediennutzung steht immer in einem Gesamtzusammenhang: Vor dem Hintergrund der zwischen 1999 und 2009 um rund 20 % gesunkenen Zahl der Gottesdienstbesucher verwundert es nicht, dass sich weniger Befragte von der Beschreibung "Ich bin gläubiges Mitglied meiner Kirche" gut getroffen fühlen. Dafür stieg jedoch der Anteil der Menschen, die von sich selbst sagen "Ich fühle mich der Kirche verbunden, auch wenn ich ihr in vielen Dingen kritisch gegenüberstehe." Bei-

de Gruppierungen bilden 2009 wie zuvor 2002 eine gleich große Gruppe (insgesamt 31 % in der Bevölkerung, 54 % der Katholiken). Auch die persönliche Bindung zur Pfarrgemeinde ("eng" 16 % und "mittel" 25 %; im Osten "eng" 35 %, "mittel" 29 %) blieb im genannten Zeitraum konstant. Die persönliche Bindung der Katholiken an das Bistum lässt nach: Eine "enge" sahen 1994 noch 5 %, 2009 sind es 4 %. Eine "mittlere" Bindung sahen 1994 noch 20 % der Katholiken, 2009 sind es 16 %. Aus diesen Daten kann man mit Blick auf den Gottesdienstbesuch den Schluss ziehen, dass der nachlassende Kirchgang keine Rückschlüsse auf die persönliche Bindung zur Gemeinde zulässt. Andere Angebote scheinen eine konstante Bindekraft zu gewährleisten.

### Mediale und personale Kommunikation

Vielleicht kommt die recht stabile Beziehung gerade durch die personale Kommunikation zu Seelsorgern und Aktiven in der Gemeinde, die nach verschiedenen Hinweisen der Studie auch unabhängig davon ist, ob die Befragten in einer eigenständigen Pfarrgemeinde oder in einem Pfarrverband leben. 44 % aller Katholiken sagen, dass sie zu mindestens einem haupt- oder ehrenamtlichen Ansprechpartner "guten Kontakt" haben: Pfarrer 25 %, Mitarbeiter in kirchl. Einrichtung 22 %, Ehrenamtliche 21 %; anderer Priester 19 %, Ordensleute 10 %. Die Kehrseite: 56 % aller Katholiken ab 16 Jahre haben zu keinem dieser Gesprächspartner einen guten Kontakt. Neben dem institutionellen Kontakt wird seit 1999 von Allensbach auch erhoben, in welchem Maße Katholiken einen Gesprächspartner haben, "mit dem sie sich über Glaubensfragen austauschen können": Dies bejahten 1999 insgesamt 58 %, 2009 sogar 60 %. Keine Gesprächspartner hatten in beiden Befragungsjahren 12 % und kein Bedürfnis danach bekundeten 2009 zwei Prozent weniger als 10 Jahre zuvor: 24 %. Deutlich zeigt sich, dass Nutzer kirchlicher oder religiöser Medienangebote je nach starker oder schwacher Ausprägung dieser Nutzung auch mehr oder weniger Gesprächspartner für religiöse Themen haben. Die Gesprächsfähigkeit im persönlichen Bereich ist also bei jenen, die religiöse Medienangebote nutzen, deutlich höher.



## Mediennutzung

Aus welchen Medien beziehen Katholiken ihre Informationen? Unumstrittener Spitzenreiter ist unverändert der Pfarrbrief. 31 % aller Katholiken nutzen ihn nach der aktuellen Befragung häufig (1999: 33 %) und 33 % nutzen ihn "ab und zu" (1999: 30 %). Dieses kostenlose Medium genießt weiterhin ein hohes Maß an Bekanntheitsgrad und Akzeptanz, das sich auch in die Onlinemedien überträgt. Denn die Internetseiten ihrer Kirchengemeinden sind für Katholiken, die sich schon einmal im Internet über religiöse Themen informiert haben (17 % aller Katholiken 2009), das Angebot mit der häufigsten Nennung: 13 % nutzen die lokalen Websites "häufig", 21 "gelegentlich" und 17 "selten". Die Aussage sei gewagt, dass die stark durch ehrenamtliche Arbeit geprägte lokale Öffentlichkeitsarbeit ein wesentliches Standbein kirchlicher Kommunikation bleiben wird. Die diözesanen Beauftragten für dieses Engagementfeld und ihr Zusammenschluss unter [www.pfarrbriefservice.de](http://www.pfarrbriefservice.de), der bald mit Fördermitteln seine kostenlosen Serviceleistungen ausbauen kann, gehören zu den Kommunikationsstabilisatoren zumindest im binnenkirchlichen Raum.

Bei den weiteren Kommunikationsquellen existiert seit Jahren eine klare Zäsur zwischen denen, die kirchliche Informationsquellen häufig nutzen und denen, die dies nur "ab und zu" tun. Bei den häufigen Nutzern stehen 2009 Pfarrerserien auf Platz 2 mit 12 % Nutzern (1999: Platz 6 mit 8 %) und die Bistumspressen auf Platz 3 mit 16 % Nutzern (1999 auf Platz 2). Danach folgen nach den aktuellen Daten: persönliche Gespräche (10 %, 1999: Platz 3 mit 12 %), Radiobeiträge "Wort in den Tag" (9 %, 1999: Platz 5 mit 11 %), Bibel (8 %, 1999: Platz 3 mit 12 %), "Wort zum Sonntag" (8 %, 1999: Platz 3 mit 12 %), Gottesdienstübertragungen (8 %, 1999: Platz 6 mit 8 %), kirchliche Nachrichten und Reportagen im TV (7 %, 1999: Platz 7 mit 7 %), religiöse Bücher (6 %, 1999 Platz 4 mit 10 %). Weiter abgefragt wurden auch Kurzbeiträge, Nachrichten und Reportagen im Radio, religiöse (Wochen-) Zeitschriften, Radiogottesdienste, kirchliche Internetangebote und die Resonanz auf kirchliche Radiosender. All diese Angebote haben bei denen, die häufiger Informationen suchen, 2009

eine geringere Resonanz als 5 % aller Katholiken erzielt. Die Zeitschriften haben in vergangenen 10 Jahren einige Prozentpunkte verloren, die Internetangebote keine häufigen Nutzer hinzugewonnen.

Ein Blick auf die gelegentlichen Nutzer ("ab und zu") kirchlicher Medienangebote zeigt nach den Pfarrbriefen eine andere Hitliste: Die Pfarrerserien stehen auch hier 2009 auf Platz 2, nachdem sie nach ihrer Nutzung in 1999 im Ranking auf Platz 7 und 2002 auf Platz 12 standen. Hier zeigt sich wie auch bei anderen Platzierungen, dass gerade bei den gelegentlichen Nutzern die Wahrnehmung dieser Angebote vom jeweiligen Angebot und aktuellen Themen abhängig ist. Deutlich zeigt sich aber gerade bei dieser Nutzergruppe, dass die kircheneigenen Angebote ohne unmittelbaren "Nutzen" (religiöse Wochenzeitschriften, Radios, Internetangebote) von nachrangiger Bedeutung sind. Denn auch bei den gelegentlichen Nutzern sind die Bibel, das Wort zum Sonntag, die persönlichen Gespräche, kirchliche Nachrichten und Reportagen im TV, religiöse Bücher, Gottesdienstübertragungen und "Wort in den Tag" mit Werten zwischen 22 und 35 % in 2009 von – auch im Vergleich zu 1999 – stabiler Relevanz.

## Regelmäßigkeit und Nutzen

Dieser Überblick macht deutlich: Die Nutzer wollen Regelmäßigkeit und Nutzen. Sie ziehen unter den kircheneigenen Angeboten die gedruckten Medien mit unmittelbarem Nutzen vor, was für bei häufigeren Nutzern besonders ausgeprägt ist. Nicht wegzudenken sind die persönlichen Gespräche mit Hauptamtlichen und Ehrenamtlichen. Dieser Aspekt zeigt sich auch nochmals deutlich in den Ergebnissen zur Nutzung Katholischer öffentlicher Büchereien, die von 1999 bis 2009 um 20 % auf 12 % aller Katholiken (ab 16 Jahren) zugenommen hat. Unter dem Aspekt der persönlichen Kommunikation wird es bei der nächsten Studie interessant sein, wie sich die Zahl derjenigen entwickelt, die Büchereien besonders auch für ausführliche Gespräche (2009: 37 %) nutzen. Von dieser Gruppe nutzen diesen öffentlichen Ort sogar zu 1/3 ausschließlich zum Gespräch ohne Medienausleihe. Wird dies in der Zukunft, in der lokale Gesprächsorte und -partner/-innen ange-

sichts der strukturellen Veränderungen weiter abnehmen werden, an Bedeutung gewinnen?

Wie immer bei einem Bündel von Umfragedaten sind darunter positive und negative Aspekte. Bei den traditionellen Medien Bistumspresse und religiöses Buch wurden nach den Nutzerdaten die aus früheren Befragungen naheliegenden Hausaufgaben ordentlich gemacht. Ein durch Auflagenrückgänge geschrumpfter Leserkreis gibt seiner Kirchenzeitung bessere Zensuren. Das ergibt die Perspektive: Bistumspresseleser sind verstärkt wirkliche Interessenten und weniger Abonnenten aus Tradition. Dies gilt es in Zukunft auszubauen. Ein Weg dazu kann auch das Internetangebot der Kirchenzeitungen sein: Von den an religiösen Fragen interessierten Internetnutzern, die auch Abonnenten sind, nutzen zu 55 % diese Angebote. Sogar 35 % der Exabonnenten schauen hier vorbei.

Positiv reagierten die Befragten auch auf die Entwicklung bei den religiösen Büchern: Nicht nur, dass sich die Lektüre religiöser Bücher bei Katholiken gesteigert hat, sondern das Image dieser Buchgattung hat – unabhängig von ihrer Herkunft aus einem konfessionellen Verlag – deutlich zugelegt: Sagten 1994 nur 34 % der Bevölkerung, dass ihnen religiöse Bücher Mut geben, äußern 2009 schon 46 % die Meinung. Ein Votum, das gestützt wird von entsprechenden Daten zur Zufriedenheit mit der Beratung in Buchhandlungen, dem Stellenwert religiöser Erziehung und dem religiösen Buchgeschenk – gerade auch für Kinder.

### Was muss nachdenklich stimmen?

Die eng und kritisch mit der Kirche Verbundenen kennen die Medienangebote gut und nutzen sie. Um diese Zielgruppen gut zu versorgen, darf das Engagement vor allem da nicht reduziert werden, wo es um lokale Nähe, deutlichen Nutzen und hauptamtliche und ehrenamtliche Personalisierung geht.

Eine wichtige Aufgabe wird sicherlich der Ausbau von Internetangeboten mit religiösen Angeboten sein. Doch: Die Internetnutzung in der katholischen Bevölkerung ist bei denen, die sich als "glaubensunsicher" bezeichnen, mehr als doppelt so groß (76 %) als bei denen, die sich "eng mit

der Kirche verbunden" fühlen (32 %). Haben wir für ein entsprechendes Angebot die Sprach- und Gestaltungskraft? Sind wir bereit, den freien Communities ihre auf Selbstbestimmung drängenden Rechte zuzugestehen, unsere Werte locker einzustreuen und die Aussage zu reflektieren: "Das Netzwerk ist die Frohe Botschaft" (Norbert Bolz)?

Information über Religion und Kirche gelingt am besten in Kooperation: Die Mischung von Zeitschriften, Büchern, Radio, Fernsehen und Internet zeigt im Ergebnis dann Erfolge, wenn die personale Kommunikation vor Ort gewährleistet wird. Dies kann auch die mangelnden Bewerbungsmöglichkeiten von Internetangeboten kompensieren: Hinweise auf kirchliche Internetangebote erfolgen primär natürlich über die bekannten Suchmaschinen. Persönliche Hinweise sowie Tipps in katholischen Zeitschriften und Pfarrbriefen sind die nächstwichtigsten "Werber" für religiöse Internetangebote. Für die Menschen ist also ein verstärktes Miteinander kirchlicher Medienangebote von Diözesen, Orden, kirchlichen Einrichtungen und Privatunternehmen angesagt.

Die Hauptaufgabe aus kirchlichem Selbstverständnis scheint aber weniger bei den Medienangeboten selbst zu liegen. Denn die Resonanz auf kirchliche Medienangebote hat besonders bei jenen gelitten, die sich der Kirche als Sozialgestalt entfernt sehen, sich als Religiöse und Suchende verstehen. Und nicht nur diese müssen im Blick sein. Das Interesse an Themen, die die Kirche und ihre Botschaft betreffen, hat bei allen Katholiken abgenommen. Über diese Tatsache können auch kirchliche Medien, wenn sie ihren eigenen Gesetzmäßigkeiten folgen, eher nur berichten.

*Rolf Pitsch, Direktor des Borromäusvereins, Vorsitzender des Katholischen Medienverbandes, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Lesen*

## Social Business

### Eine Perspektive für Familienunternehmen

*In jeder Krise liegt auch eine Chance – so auch in der Finanz- und Wirtschaftskrise. Das Thema Wirtschafts- und Unternehmensethik rückt zunehmend in den Fokus des allgemeinen gesellschaftspolitischen Interesses. Doch wie lässt sich Wirtschaftlichkeit und Unternehmertum denken, wenn nicht nach Kriterien der Gewinnmaximierung? Professor Muhammad Yunus, der Gründer der Grameen Bank, hat dieses Umdenken gewagt und mit dem Social Business-Konzept eine neue Idee zur Gestaltung des Wirtschaftsystems vorgelegt.*

"Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist." In diesem Zitat von Victor Hugo steckt eine zentrale Erkenntnis: Eine Idee kann nur dann erfolgreich umgesetzt werden, wenn sie einen echten Bedarf anspricht. Die Wirtschaft ist heute an einem Punkt angelangt, an dem die Idee des Social Business – wie sie Yunus formuliert hat – genau in die Werte- und Ethikdiskussion passt und daher einen Bedarf trifft. Damit ist die Zeit reif, das Konzept umzusetzen und unsere Idee von "Unternehmertum" neu zu beleuchten. Dabei stellen wir fest, dass Soziales Unternehmertum – so lässt sich der Begriff des Social Business am ehesten ins Deutsche übersetzen – eigentlich eine Selbstverständlichkeit für eigentümergeführte Familienunternehmen ist und dennoch (oder gerade deshalb) in der Krise ganz neue Beachtung erfährt.

### Was ist ein Social Business?

Yunus Idee lässt sich auf folgende Kurzformel bringen: Ein Social Business ist ein mindestens verlustfreies Unternehmen mit sozialer Zielsetzung, dessen Gewinne in das Unternehmen reinvestiert werden. Sein oberstes Ziel ist die Verknüpfung von ökonomischer Kompetenz und sozialer Verantwortung. Deutlich wird das Anliegen eines Social Business durch einen Vergleich von Unternehmenstypen nach ihrer Ausrichtung auf finanzielle bis hin zu sozialer Rendite:

- Klassisches Wirtschaftsunternehmen  
→ maximiert die finanzielle Rendite
- Sozial verantwortliches Unternehmen
- Social Business
- Social Entrepreneurs
- Klassische gemeinnützige Organisationen  
→ maximieren die soziale Rendite

Ein Social Business ist somit stärker sozial orientiert als ein "Sozial verantwortliches Unternehmen", aber stärker gewinnorientiert als ein "Social Entrepreneur". Natürlich gibt es fließende Übergänge, dennoch sollte Social Business nicht mit dem Ansatz der "Corporate Social Responsibility" gleichgesetzt werden. (Weitere Informationen zum Social Business-Konzept: "Mit unternehmerischer Kreativität und Kompetenz Armut überwinden", SALZkörner vom 30.10.2008)

### Was haben ein Familienunternehmen und ein Social Business gemeinsam?

Ein Unternehmen repräsentiert zunächst eine institutionalisierte Einheit, die es schafft, Bedarf und Angebot in die Balance zu bringen und die Machbarkeit der Bedarfsbefriedigung sicherzustellen. Im Falle eines vom Eigentümer geführten Unternehmens hat diese Einheit ein Gesicht:

- Es ist der Mensch am Kopf des Unternehmens, der den Geist, den Führungsstil und die Organisation seines Unternehmens prägt.
- Es ist das Arbeitsklima und die Auswahl der Mitarbeiter, für die er persönlich verantwortlich ist.
- Es ist seine Produktidee und seine Entscheidung, wofür er seine Talente und Ressourcen verwendet.
- Es ist letztendlich aber auch seine ganz persönliche Haftung, sein ganz persönliches Risiko und seine ganz persönliche Beschränkung, die maßgeblich für die Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens sind.

Die Ähnlichkeit dieser Merkmale eines deutschen Familienunternehmers/einer Familienunterneh-



merin zu den Kriterien von Yunus macht deutlich, dass das Konzept von Yunus ein speziell in Deutschland bekanntes, gelebtes und tief verwurzeltes Modell ist. Eine Reihe von Unternehmerpersönlichkeiten der vergangenen Jahrhunderte zeigt die tiefe historische Verankerung von sozialer Verantwortung im deutschen Unternehmertum. Man könnte hier auch von "real existierenden" Social Businesses sprechen:

- Jakob Fugger der Reiche baute 1521 in Augsburg eine Wohnsiedlung für bedürftige Bürger.
- Friedrich Wilhelm Raiffeisen gründete 1847 einen "Brotverein". Er setzte damit die Idee der genossenschaftlichen Selbsthilfe mit dem Ziel um, Hungersnot und Verarmung der Bauern abzuwenden.
- Ernst Abbe schuf 1889 mit der Satzung der Carl Zeiss Stiftung ein beispielhaftes Regelwerk für eine unternehmerisch tätige Stiftung, mit moderner, arbeitnehmerfreundlicher Unternehmensphilosophie und unternehmerischem Mäzenatentum.
- Robert Bosch produziert seit 1886 technische Güter, die "Leben retten", d. h. die zur Sicherheit im Fahrzeug beitragen. Das soziale Engagement und die formulierten Unternehmenswerte sind beispielhaft für das Konzept eines Sozialen Unternehmers.
- Oskar von Miller gründete 1821 das Bayernwerk und schuf damit ein Unternehmen zur Elektrizitätsversorgung zunächst aus Wasserkraft. Er begründete 1903 das 1925 eröffnete Deutsche Museum in München als Ausdruck seiner kulturellen, sozialen und politischen Verantwortung.

Auch wenn diese Auswahl keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben kann, so lässt sich doch feststellen: Diese Unternehmer haben in unserer Gesellschaft Spuren hinterlassen. Heute kann uns das Social Business-Konzept helfen unsere eigene Tradition neu zu begreifen. "Für mich hat mit der Reise nach Bangladesch und dem Besuch der Grameen Bank eine neue Identifikation mit dem eigenen Unternehmen und mit meiner Rolle in einer Unternehmerfamilie begonnen", sagte Familienunternehmerin Christine Schübel aus Talheim hierzu auf der

Jahrestagung der Diözesanräte im Februar 2010.

### Wie kann eine Neuorientierung in der Krise gelingen?

Das Jahr 2009, die so genannte "Weltwirtschaftskrise" zeigt uns, dass wir auch nach allzu selbstverständlich erscheinenden Zeiten des Wohlstandes und des Friedens den historischen Realitäten nicht entgehen können. Eine Gesellschaft – und hier sind in erster Linie die "reichen Ländern" gemeint – kann nicht auf Dauer gesättigte Märkte künstlich stimulieren, über ihre Verhältnisse leben, Risiken des Scheiterns und der Fehlentscheidung ignorieren.

Zweck eines Unternehmens sollte es sein, die Gesellschaft mit Gütern zu versorgen, die diese wirklich braucht. Es sollte darauf ausgerichtet sein, nachhaltige Bedarfe zu decken – also keine künstlichen Bedarfe (wie z. B. Luxusartikel) – und Wertschöpfung im betriebswirtschaftlichen und gesellschaftlichen (= sozialen) Sinn zu erzeugen.

Eine Chance auf Neuorientierung bietet das beschriebene eigentümergeführte Unternehmen – der "Prototyp" eines Social Business –, in dem Verantwortung für Mensch und Unternehmen kein Gegensatz ist. Der Antrieb des Unternehmers zu Leistung und Erfolg kommen von innen. Die hierfür erforderlichen Unternehmer-Qualitäten bzw. Tugenden sind Verantwortungsbereitschaft, Mut zur Gestaltung, die Fähigkeit, Menschen zu führen, die Bereitschaft, mit dem eigenen Vermögen zu haften, und Engagement für das Gemeinwohl.

Genau diese Unternehmerqualitäten sind auch elementar für das von Yunus propagierte Unternehmertum, welches Armutsbekämpfung betreibt und damit letztendlich ein Gesellschaftsmodell schafft, in dem alle zumindest existentiell abgesichert sind.

Wenn es gelingt, dieses Unternehmensideal auch nach außen zu kommunizieren, wird die Gesellschaft einen neuen Blickwinkel einnehmen können. Eindimensionale Ausrichtung auf Profitmaximierung und die Orientierung am Eigennutzen, gerechtfertigt durch das Denkmodell des "homo oeconomicus", bieten keine Antwort mehr auf die Zeitgeist- und Wertediskussion der industrialisierten Wohlstandsländer. Denn bei heutigem Wohlstandsniveau geht es nicht mehr um Existenzsicherung, sondern um Rechtfertigung und Sinngebung im unternehmerischen Tun.

*Jutta Hinrichs, Referentin für Wirtschaft und Soziales im Generalsekretariat des ZdK*

## Schöpfungsverantwortung wahrnehmen

### Anmerkungen zum Sparpaket der Bundesregierung aus Sicht der Umwelt- und Energiepolitik

**Anfang Juni 2010 stellte die Bundesregierung ein in der Öffentlichkeit viel diskutiertes Sparpaket vor. Neben verschiedenen dort skizzierten Veränderungen im sozialen Bereich werden die geplanten Maßnahmen Auswirkungen auf dem Feld der Umwelt- und Energiepolitik haben.**

Das ZdK hat sich im Herbst 2008 ausführlich mit Handlungsperspektiven einer zukunftsfähigen Klima- und Energiepolitik befasst. Dabei wurden Politik und Wirtschaft aufgefordert, sich für einen wirksamen Klimaschutz einzusetzen. Zentrale Forderungen für die Energiepolitik wurden dabei ausformuliert. Im Zuge des Sparpakets scheinen einige der dort formulierten Ideen endlich umgesetzt zu werden.

### Ökosteuer und Flugverkehr

Auch wenn die geplanten Sparmaßnahmen bislang nur schematisch erkennbar sind, gehen einige hiervon in die richtige Richtung. Insbesondere die geplante konsequentere Umsetzung der Ökosteuer wird deutliche Anreize setzen, den Energieverbrauch in Deutschland zu reduzieren. Aus dem Eckpunktepapier der Bundesregierung ist zu entnehmen: "In erster Linie werden zunächst die Ausnahmeregelungen der sogenannten Ökosteuer, die zu Mitnahmeeffekten geführt haben, reduziert." Bei der anstehenden Konkretisierung ist darauf zu achten, dass auch die Befreiung des Flugverkehrs von der Ökosteuer gestrichen wird. Die steuerpolitische Bevorzugung dieser Reisemöglichkeit sollte dringend beendet werden. Eine vergleichbare Besteuerung des Energieverbrauchs für alle Verkehrsträger wird hoffentlich langfristig zu einem Rückgang des Flugverkehrs und zu einer Verschiebung hin zu energieschonenderem Reisen führen.

Eine Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um 50 % im Flugverkehr wurde 2000 vom Advisory Council

for Aeronautics Research in Europe (ACARE) gefordert. Eine angemessene Besteuerung des Flugbenzins kann die Luftfahrtindustrie zusätzlich motivieren, ressourcenschonendere Techniken zu entwickeln. Sie würde zu einem Innovationsschub insbesondere bei den europäischen Flugzeugherstellern führen und dazu beitragen, dass die ACARE-Ziele auch tatsächlich erreicht werden.

Als Folge einer derartigen Besteuerung ist mit einer Verteuerung von Flugreisen zu rechnen. Die Neuregelung hätte damit konkrete Auswirkungen auf die Lebenswirklichkeit der Menschen. Aus Gründen des Klimaschutzes muss jedoch die abzusehende Steigerung des Luftverkehrs unbedingt verhindert werden. Langfristig sind Verkehrskonzepte notwendig, die auch eine Reduzierung ermöglichen. Zur Einbeziehung des Flugverkehrs in die Haushaltskonsolidierung enthält das Eckpunktepapier der Bundesregierung eine weitere konkrete Ankündigung. Dort heißt es: "Bis zur Einbeziehung des Luftverkehrs in den bereits vereinbarten CO<sub>2</sub>-Emissionshandel wird eine nationale ökologische Luftverkehrsabgabe für alle Passagiere erhoben, die von einem inländischen Flughafen abfliegen."

### Energiesteuern für produzierendes Gewerbe

Ein weiteres Beispiel für eine abzustellende inkonsequente Besteuerung ist das produzierende Gewerbe, das bislang nur rund 60 % der Stromsteuer zahlt und zudem seit 1999 von der Erhöhung der Mineralölsteuer ausgeschlossen ist. In Deutschland stellt der Bereich des Maschinenbaus einen sehr bedeutenden Wirtschaftszweig dar. Durch eine Verteuerung des Energieverbrauchs sind auch in diesem Feld Innovationen zu erwarten. Die Entwicklung einer ressourcenschonenden Produktionstechnik würde hierdurch noch attraktiver gemacht. Langfristig könnte durch das Bereitstellen einer neuen Umwelttechnik ein großer Wettbewerbsvorteil der deutschen Industrie erreicht werden. Die Chance, energiesparende Produktionstechniken zu stärken, sollte daher mutig angegangen werden. Viele Wirtschaftsexperten bemängeln ja gerade aus ökonomischer Sicht den zu hohen Anteil der industriellen Lohnkosten im Vergleich zu Aufwendungen für Energie.

### Brennelementesteuer

Sehr kontrovers zu sehen ist die geplante Abgabe auf Brennelemente für Atomkraftwerke, die zu erheblichen neuen staatlichen Einnahmen führen soll. Aus umweltpolitischer Sicht ist zu begrüßen, dass die Energiekonzerne stärker finanziell an den Folgen des Einsatzes der Atomenergie beteiligt werden. Verknüpft wird die geplante Abgabe mit einer anvisierten Verlängerung der Laufzeit der Kraftwerke. Das Ziel einer solchen Regelung wäre wohl einerseits, den Betreibern der Kraftwerke durch den weiteren Betrieb der bereits abbeschriebenen Kraftwerke erhebliche neue Gewinne zu ermöglichen. Die gesellschaftliche Zustimmung soll vermutlich im Gegenzug durch die Abschöpfung eines Teils dieser Gelder gewonnen werden. Ein derartiges Vorgehen erscheint nicht verantwortbar.

Werden auf diesem Weg zukünftig erhebliche Mittel für den Haushalt zur Verfügung gestellt, macht sich der Staat zunehmend vom Weiterbetrieb der Kraftwerke abhängig. Eine gesellschaftliche Diskussion über die Verantwortbarkeit der damit verbundenen Technologie wird damit fast unmöglich gemacht. So müssten zugunsten des Staatswohls die Risiken der Kernkraft in Kauf genommen werden. Das Ziel, langfristig aus der Nutzung der Kernenergie auszusteigen, ließe sich so kaum verfolgen. Aus Sicht des ZdK darf der Ausstieg aus der Atomkraft jedoch nicht in Frage gestellt werden.

So heißt es im Beschluss von 2008: "Angesichts der Risiken, der ungelösten Problematik der Endlagerung und der Gefahr der Verbreitung von Atomwaffen stellt die Kernenergie jedoch längerfristig keine verantwortungsvolle Möglichkeit dar, die Probleme des Klimawandels zu lösen. Eine Verlängerung der Laufzeiten ist deswegen nicht zu befürworten." Der kürzlich bekannt gewordene, völlig unverantwortbare Umgang mit radioaktiven Abfällen im Endlager Asse durch private Betreiber und Bundeseinrichtungen machen auf drastische Weise deutlich, dass die Folgen aus der Nutzung der Kernenergie im menschlichen Ermessen nicht beherrschbar sind.

Eine längerfristige Nutzung der Kernenergie wirkt sich zudem auch nach Einschätzung des Bundesumweltamtes negativ auf den weiteren Ausbau einer

alternativen Stromerzeugung aus. Dies lässt sich dadurch erklären, dass Kernkraftwerke aufgrund ihrer Trägheit nur für die Grundlast in der Stromerzeugung nutzbar sind. In einem Stromnetz, welches zunehmend regenerative Energiequellen nutzt, werden jedoch deutlich weniger Grundlastkraftwerke und mehr hocheffiziente und flexible Stromkraftwerke notwendig sein. Im Hinblick auf den notwendigen Klimaschutz muss daher am Ausstieg festgehalten werden.

### Pendlerpauschale oder PKW-Maut

Neben den aus umweltpolitischer Sicht positiven Elementen des Sparpaketes vermisste ich einige wegweisende Entscheidungen. Die in Deutschland nach wie vor gewährte Pendlerpauschale setzt steuerliche Anreize, die einer zielführenden Reduzierung im Verkehrsbereich entgegenstehen. Mit der Finanzierung der Pendlerpauschale fördern wir einen Lebensstil, der nicht zukunftsfähig ist. Statt Anreize für kurze Wege zwischen Wohnstätte und Arbeitsort zu schaffen, führt die momentane Regelung zu einer Zunahme des Straßenverkehrs und zu einer Zersiedelung des ländlichen Raumes. Es ist äußerst bedauerlich, dass die Bundesregierung nicht den Mut aufweist, dieses ohne Zweifel unpopuläre Thema anzugehen. Ebenfalls nicht sonderlich beliebt wäre sicher auch die bereits mehrfach vom Bundesumweltamt in die Diskussion gebrachte Einführung einer allgemeinen PKW-Maut. Auch hier böte sich die Möglichkeit, Anreize für ein ökologisches und energieschonendes Verhalten eines jeden einzelnen zu setzen. Um im Sinne des Klimaschutzes zu einer geeigneten Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes in Deutschland zu gelangen, sind solche individuellen Verhaltensänderungen unverzichtbar.

Beide genannten Vorschläge brächten sicher eine höhere finanzielle Belastung eines großen Teils der Bevölkerung mit sich. Durch die zusätzlichen Einnahmen würden jedoch ökologisch sinnvolle Beiträge zur Gesundung der Staatsfinanzen auf viele Schultern verteilt, während durch andere angekündigte Sparmaßnahmen die soziale Spaltung der Gesellschaft vertieft zu werden droht.

*Dr. Michael Lentze, Sprecher des ZdK für Umwelt und Technik, Physiker, Referent bei der Deutschen Forschungsgemeinschaft*

## **Ordo socialis**

**Wissenschaftliche Vereinigung zur Förderung der Christlichen Gesellschaftslehre e.V.**

**Die globale Welt stellt die Menschen vor große Herausforderungen. Die Wirtschaftskrise hat verdeutlicht, dass durch unverantwortliches und ungeordnetes Handeln unübersehbare Probleme entstehen können. Armut und Reichtum sowie das Klima stellen ein immer ernster werdendes Problem dar.**

Ordo socialis hat sich zur Aufgabe gemacht, zur Lösung der Probleme einen bewussten geistigen Beitrag zur Ordnung der gegenwärtigen komplexen und globalen Welt zu leisten. Ohne Freiheit, Demokratie, soziale Marktwirtschaft und soziale Gerechtigkeit können die Konflikte nicht gelöst werden. Deutschland und Europa verfügen über lange und gute Erfahrungen mit gesellschaftlichen Wertvorstellungen und Orientierungsideen, die von der Katholischen Soziallehre entwickelt wurden. Wir bieten Texte zu diesem Thema von verschiedenen Autoren in mehr als 10 Sprachen an. Dabei nutzen wir überwiegend die modernen elektronischen Kommunikationsmittel, um möglichst vielen Interessenten weltweit den kostenfreien Zugang zu diesem Angebot zu ermöglichen.

Der Anstoß zur Gründung des Vereins ging 1985 vom internationalen Kongress in Rom "Kirche und Wirtschaft in der Verantwortung für die Zukunft der Weltwirtschaft" aus, an dem Unternehmer und Repräsentanten der Kirche aus der ganzen Welt teilnahmen. Es waren insbesondere die Ausführungen der Kardinäle Höffner und Ratzinger über den Beitrag der Katholischen Soziallehre zur

Gestaltung der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland, die eine nachhaltige Diskussion in der deutschen Öffentlichkeit über wirtschaftsethische Grundfragen auslösten.

Zunächst waren Entwicklungsländer das Ziel von Ordo socialis mit Publikationen in Englisch, Französisch und Spanisch. Zielgruppen waren und sind Meinungsbildner wie Politiker, Journalisten, Lehrer, Professoren, Priester und Unternehmer. Die Verbreitung erfolgte auch in Zusammenarbeit mit Schwesterverbänden des Bundes Katholischer Unternehmer (BKU) im Rahmen der UNIAPAC (Internationale Vereinigung Christlicher Unternehmerverbände) in Brüssel sowie in Kooperation mit der Konrad-Adenauer-Stiftung. Nach dem Zusammenbruch des Kommunismus werden die Publikationen auch in fast allen Sprachen Mittel- und Osteuropas verbreitet.

Bis Ende 2007 wurden die Veröffentlichungen ausschließlich in Heft-Form bzw. als Taschenbuch veröffentlicht. Inzwischen stellt Ordo socialis diese Texte in seine neue Homepage ein. Um dieses Anliegen konkret und zeitnah zu realisieren, wurde der Wissenschaftliche Beirat von Ordo socialis 2009 durch jüngere und ausländische Mitglieder erweitert. Er soll ein Konzept erarbeiten, Ordo socialis zu einer internationalen Plattform zu entwickeln, um aktuelle Beiträge zur Katholischen Soziallehre aus verschiedenen Ländern zu finden und auszutauschen. Um diese Aktivitäten zu tragen und zu entwickeln, ist Ordo socialis an neuen Mitgliedern interessiert.

*Cornelius G. Fetsch*

*Kontakte: Ordo socialis, Georgstraße 18, 50676 Köln.  
Tel. 0221 / 27 23 70; e-mail: [gf@ordosocialis.de](mailto:gf@ordosocialis.de)*

➔ [www.ordosocialis.de](http://www.ordosocialis.de)

*An dieser Stelle bitten wir Mitglieder des ZdK, über erfolgreiche gesellschaftspolitische Initiativen aus dem eigenen Verband, dem eigenen Diözesanrat oder dem eigenen beruflichen Umfeld zu berichten. Falls Ihnen ein Beitrag vorschwebt, wenden Sie sich an die Redaktion!*