

## Kirche und Management: unternehmerisches Denken in kirchlichen Strukturen?

Die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Verhältnisse werden zusehends individualisierter. Dies wirkt sich auch auf die christlichen Kirchen aus. Die Verantwortlichen in den Kirchen sind herausgefordert:

- Zu einer Neubesinnung auf ihren vom Evangelium her bestimmten Auftrag («Was ist unsere Kunde?»).
- Zu einem mehr bedarfs- und bedürfnisorientierten Handeln («Wer sind unsere Kundinnen und Kunden?»).
- Zur Klärung ihres Selbstverständnisses und zu einer Neupositionierung in dieser Gesellschaft («Wer wollen wir für uns und andere sein?»).

In modernen Gesellschaften können Kirchen ihren Glauben nur durch Zustimmung der Mitglieder von einer Generation an die nächste weitergeben. Kirchenzugehörigkeit ist freiwillig (Art. 15 Abs. 4 BV). Menschen müssen überzeugt werden, dass sie mit ihrem Glauben ein sinnvolles Leben entwerfen können. Als religiöses Wahlrecht hat die Religionsfreiheit entscheidend zur heutigen Situation beigetragen, die von Individualisierung, Pluralisierung und Konkurrenz geprägt wird. Im freiheitlich demokratischen Gesellschaftssystem stellen sich Religionsgemeinschaften Aufgaben, deren Bewältigung den kritischen Rekurs auf ökonomische Theorien als angebracht erscheinen lässt: Z.B. die Festlegung von Zielen unter einer Konkurrenzsituation, die optimale Kommunikation mit selbstbewussten Mitgliedern und einer kritischen Öffentlichkeit, der Umgang mit unterschiedlichen Erwartungen. Dies sind Themen, zu denen in ökonomischen Modellen nicht einfache Antworten, aber durchaus wegweisende Anregungen zu finden sind. Insofern könnten die Kirchen und damit die Theologie vom Gespräch mit den Wirtschaftswissenschaften ‚profitieren‘.

War bisher die Wirtschaft lediglich als Objekt ethischer Analyse im theologischen Blickfeld, so werden heute zunehmend wirtschaftswissenschaftliche Aussagen<sup>1</sup> zur Kenntnis genommen als Anregungen, die eine theologische Auseinandersetzung erfordern. Zu diesem Dialog hat das Zweite Vatikanische Konzil aufgerufen: «In der Seelsorge sollten nicht nur theologische Prinzipien, sondern auch die Ergebnisse der profanen Wissenschaften ... wirklich beachtet und angewendet werden.» (GS 62). Wenn dieser Dialog «ökumenisch-ökonomisch»<sup>2</sup>

gestaltet wird, ergibt sich ein «faszinierendes interdisziplinäres und interkonfessionelles Setting»<sup>3</sup>.

Adrian Loretan, Universität Luzern

PS. Im Workshop «Kirchliches Management» an der Universität Luzern vom 8.-10. März 2006 werden die Bücher eines Ökonomen (Dr. Pius Bischofberger<sup>1</sup>) und eines Theologen (PD Dr. Cla Reto Famos<sup>2</sup>) kritisch besprochen. Dem Kirchenmanagement skeptisch Gegenüberstehende sind ausdrücklich eingeladen. Informationen dazu [www.unilu.ch/tf/kr](http://www.unilu.ch/tf/kr).

<sup>1</sup> Vgl. Pius Bischofberger, Kirchliches Management. Grundlagen und Grenzen, Münster 2005 (ReligionRecht im Dialog Bd. 1, hrsg. von Adrian Loretan). Vgl. auch [www.unilu.ch/tf/kr](http://www.unilu.ch/tf/kr) unter Seminar «Unternehmerisches Denken in kirchlichen Strukturen».

<sup>2</sup> Vgl. die Habilitationsschrift von Cla Reto Famos, Kirche zwischen Auftrag und Bedürfnis. Ein Beitrag zur ökonomischen

Reflexionsperspektive in der Praktischen Theologie, Münster 2005, (ReligionRecht im Dialog Bd.3), V.

<sup>3</sup> A.a.O. VII.