

MATERIALIEN ZUM GEMEINDEBAU

EIN SERVICE DER WERKSTATT FÜR GEMEINDEAUFBAU

Dominic Peschel

**Thesen für die christliche Werte-
vermittlung durch Organisationen im
heutigen deutschen Kontext**

Ergebnisse der Forschungsarbeit

Lizenz dieses Dokuments:

Sie dürfen:

- den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen

Zu den folgenden Bedingungen:



Namensnennung. Sie müssen den Namen des Autors/Rechtsinhabers nennen.



Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.



Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Dies entspricht der Creative Commons Lizenz 2.0 Deutschland. Weitere Informationen zu dieser Lizenz finden Sie unter folgender URL:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/>

Informationen zum Rechtsinhaber dieses Dokuments:

Der Rechtsinhaber dieses Dokuments ist der Verfasser. Dieser trägt die Verantwortung für den Inhalt und stellt Ihnen diesen unter oben genannter Lizenz zur Verfügung.

Sie erreichen den Verfasser unter folgender E-Mail Adresse:

grp_bjlf1shvfkhd<<;C_ip_dbfrrp##

Der Vertrieb dieses Dokuments wird über die Werkstatt für Gemeindeaufbau abgewickelt, die sie unter folgender URL erreichen: <http://leiterschaft.de/spenden/>

Thesen für die christliche Wertevermittlung durch Organisationen im heutigen deutschen Kontext

Ergebnisse zur Forschungsarbeit

**CHRISTLICHE WERTEVERMITTLUNG DURCH ORGANISATIONEN
IM HEUTIGEN DEUTSCHEN KONTEXT**

–

**BIBLISCHE-THEOLOGISCHE UND PRAKTISCH-THEOLOGISCHE PERSPEKTIVEN
FÜR DIE ENTWICKLUNG VON HILFREICHEN MUSTERN
FÜR EINE ERFOLGREICHE VERMITTLUNG VON CHRISTLICHEN WERTEN**

von

Dominic Peschel

Zusammenfassung der Forschungsarbeit & abschließende Thesen

Es wurde zu Beginn die Frage gestellt, wie christliche Organisationen auf effektive und attraktive Weise in die Gesellschaft hineinwirken, wertehaltige Angebote offerieren und damit in Verbindung den zugrundeliegenden christlichen Glauben vermitteln können. In Reflexion und Zusammenführung der biblisch-exegetischen und der organisationsanalytischen Erkenntnisse konnten einige Grundmuster innerhalb des postchristlichen deutschen Kontextes beobachtet werden.¹ Diese werden nun abschließend als Thesen dargelegt.

1) Im AT wie NT gibt es kein hebräisches oder griechisches Äquivalent zum deutschen Wertebegriff. Er entspricht den Geboten, Leitlinien und Weisungen, die in Gott ihren Ursprung finden und eine ganzheitliche Lebensgestaltung gemäß seinem Willen zum Ziel haben. Das AT bietet dabei kaum Werte auf einer prinzipiellen Ebene, sondern vor allem konkrete Handlungsanweisungen.² Aus diesen können jedoch zugrundeliegende Werte deduziert werden.

2) Die Weisungen im AT und NT haben zu großen Teilen einen ethisch-moralischen Charakter, behandeln aber auch das Verhältnis eines Menschen zu Jahwe. Die Beziehung zu Gott geht dabei dessen Weisungen voraus. Aus ihr resultieren das Halten der Gebote und die ihnen zugrundeliegenden Werte.

3) Gott zielt mit seinen Weisungen darauf, dass Menschen in heile Beziehung mit ihrem Schöpfer wie auch ihrer Umwelt kommen. Die Leitlinien gelten als gut und lebensfördernd. Von anderen ethisch-moralischen Denkweisen bzw. Werten, welche Jahwes Willen widersprechen, grenzt sich Gottes Volk ab und begründet durch seinen Lebenswandel eine gemeinschaftliche Identität, während es zugleich auf Gottes Wesen hinweist und andere Menschen zu einer Beziehung mit ihm einlädt.

4) Im biblischen Kontext vermittelte man Werte auf Basis der Beziehung zu Gott im Sinne ganzheitlicher Bildung. AT und NT denken beides in Abhängigkeit voneinander. In ntl. Zeit wurden dabei im Kontakt mit Heiden Elemente ihrer Wertekultur, wenn sie christlichen Werten entsprachen, als Mittel genutzt, um zu Gott als ihren Urheber hinzudeuten. Außerdem werden im NT manche Weisungen im Rahmen des veränderten Kontextes adaptiert (verschärft, refokussiert, ...) ausgelegt, jedoch immer in Übereinstimmung mit Gottes Grundgedanken. Beide Umstände können auch im deutschen Kontext nutzbar gemacht werden.

¹Da sich diese Forschungsarbeit neben ihrem Grundanliegen, universelle Grundmuster herauszufiltern, diesbezüglich besonders mit Charakteristika für den Bildungssektor bzw. für die Prägung der jüngeren Generationen befasst, werden manche Thesen schwerpunktmäßig dementsprechend formuliert.

²Hingegen kommuniziert das NT häufiger universell gültige Werte.

5) Wenn in heutigem Kontext auf institutioneller Ebene Angebote zur Vermittlung von christlichen Werten geschaffen werden sollen, sollte eine Organisation die für ihre Kultur richtungsweisenden, zentralen Werte ausgehend von Gottes Weisungen (re-)definieren. Die Personen, die Angebote in Anspruch nehmen, können über die erfahrene, attraktive Wertekultur mit dem Glauben auf ungezwungene Art in Kontakt kommen.

6) Die Organisation konzipiert in der Startphase eine Umsetzungsstrategie, mit der sie zunächst die Werte und darüber auch den Glauben an die Personen, die die Angebote der Organisation in Anspruch nehmen, herantragen möchte. Die Visualisierung und Publikation der Vision und Werte stellen wichtige erste Schritte dar. Um ihre Vermittlung voranzutreiben, plant die Organisation je nach Ansatz zielgruppenorientierte Programme. Christlich-wertehaltige Impulse sind dafür als Mittel gut geeignet.

7) Das Wertesystem sollte explizit als christlich kommuniziert werden. Gerade in der postchristlichen deutschen Gesellschaft, deren Moralverständnis in den vergangenen Jahrhunderten grundlegend durch die Kirche geprägt wurde. Gerade deshalb sehen es Menschen jedoch oft als selbstverständlich und assoziieren es nicht mehr mit dem christlichen Glauben. Sie identifizieren christliche Werte oft nicht als solche, sondern bspw. als humanistisch, die sich mit ihnen überschneiden können.³ Es kann passieren, dass Personen abweisend, gereizt o. ä. auf christliche Inhalte reagieren. Die christliche Kultur sollte dennoch als solche ausgewiesen werden (sowohl durch den Öffentlichkeitsauftritt, bspw. im Internet, als auch explizit im Gespräch).⁴

8) Im AT galten Feste, Symbolhandlungen und kulturelle Zeichen als bildungsergänzend. Es weist diesen Institutionen mehr bzw. vielfältigere Bedeutungen als das NT zu. Der Gottesdienst und Amtsträger nahmen gesamtbiblisch eine wichtige Rolle für die Wertevermittlung ein.

9) Deren heutiges Pendant stellen die Mitwirkenden der Organisation dar. Sie bestimmen den Erfolg der Wertevermittlung und Vision entscheidend mit. Ihr Einfluss wächst mit ihrer Authentizität und Integrität sowie, wenn Werte, Kultur und Glaube im gesamten Alltag non-verbal kommuniziert werden – spürbar bspw. in Konfliktgesprächen, Gebet und dem allgemeinen Miteinander. Dementsprechend müssen sie einen guten christlichen Charakter aufweisen und, abhängig von Vision und Strategie, eine Gottesbeziehung leben. Sozialisierung ist ein zentraler Bestandteil von Organisationsstrategien, die die Vermittlung von Werten anstreben. Das Vorleben der Mitwirkenden, das neben Authentizität und Integrität auch durch die damit verbundene Identifikation mit der Organisationskultur charakterisiert wird, ist hierfür ein elementarer Faktor.

³Manche Werte der Organisation sind dem gesellschaftlichen Mainstream jedoch entgegengesetzt.

⁴Manchmal ist es strategisch hilfreich, eine Körperschaft nicht unmittelbar als christlich zu bezeichnen, um Vorurteilen vorzubeugen. Im Verlauf kann das Glaubensfundament später kommuniziert werden.

10) Ergänzt werden die Sozialisierung und das Vorleben durch erklärende Tätigkeiten, die die Hintergründe erläutern und Werte mit dem Glauben in Verbindung bringen. Ein hohes Maß an Kommunikations- und Sozialkompetenz der Mitwirkenden ist erfolgsentscheidend, um Werte als biblisch-christliche zu transportieren und zu identifizieren. Ausprägungen von Charakter, Persönlichkeit und Kompetenz müssen deshalb bei der Mitarbeiterfindung beachtet werden.⁵

11) Das Miteinander der Mitwirkenden wird maßgeblich von Vertrauen bestimmt. Es sorgt für ein harmonisches Teamgefüge und erhöht die Qualität und den Erfolg der Organisation erheblich. Zentrale Bestandteile der vorherrschenden Kultur sind außerdem ein christliches Menschenbild (jedem Menschen spricht Gott bedingungslos, festen Wert zu), Freundlichkeit und Wertschätzung, Engagement, eine gesunde Fehlerkultur, Konfliktfähigkeit und Vergebungsbereitschaft sowie eine Atmosphäre der Ermutigung.

12) Die Leitungsperson nimmt eine Schlüsselrolle dabei ein: Von ihr geht – vergleichbar mit biblischen Überzeugungsträgern – die Kultivierung des gelebten Wertesystems aus. Sie trägt die Verantwortung, dass die Vision vorangetrieben und die christliche Kultur etabliert wird. Gottes Weisungen, ein Charakter gemäß seinem Willen (Demut, Liebe, Vergebungsbereitschaft ...) und die Beziehung zu ihm, aus der alles entspringt, müssen für sie elementare Lebensinhalte sein.

13) Neben ihrem Charakter müssen sich die Mitarbeiter durch Fähigkeiten, mit denen sie ihren Tätigkeiten angemessen nachgehen können, auszeichnen. Verantwortungsträger sollten sich zusätzlich Leiterschaftskompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, ressourcenorientiertes Denken und *Coaching*-Fähigkeiten angeeignet haben. Management, *Controlling* und ggf. juristische Fragen stellen weitere zentrale Aufgabenbereiche dar, die von der Gründung an berücksichtigt werden sollten.

14) Diesen Gründungsprozess stößt meist eine Gruppe von Initiatoren, aus denen auch der Leiter, der/die Visionsträger und andere Schlüsselpersonen hervorgehen können, an.

15) Das Anliegen, das eine christliche Organisation verfolgt, geht von den verschiedenen Bedürfnissen des gesellschaftlichen Umfeldes aus. Die Institution versucht dann, eine christlich gefüllte Antwort auf ausgewählte Nachfragen und Notwendigkeiten zu geben. Eine Kontextanalyse im Sinne einer Bedarfserhebung ist hier unerlässlich.

16) Die Organisation entwickelt dann eine Vision, die „elliptisch“ aufgebaut ist⁶: Einerseits reagiert sie bestmöglich auf das Bedürfnis der Gesellschaft (bspw. durch wertehaltige

⁵Mit den Kriterien für Führungskräfte im gemeindlichen Raum, die gemäß den Pastoralbriefen gestellt werden (s. 3.2.3.2), zeigten die Anforderungen für Mitarbeitende in den Organisationen eine große Ähnlichkeiten. Es handelt sich dabei um hohe ethische und spirituelle Qualifikationskriterien.

⁶Beide Brennpunkte dieser Ellipse sind gleichrangig zu betrachten (vgl. 2.2.5.4).

Bildungsangebote, die ethische und soziale Kompetenzen vermitteln, oder wirtschaftliche Angebote auf einer christlich-ethischen Basis). Andererseits kommuniziert sie christliche Werte und Glaubenselemente auf verständliche, ungezwungene und attraktive Weise. Beides wird miteinander verknüpft. Die Organisation möchte dabei ihrem gesellschaftlichen Umfeld dienen, selbst wenn das zweite Ziel der Vision (Vermittlung christlicher Inhalte) nicht immer realisiert wird. Beide Brennpunkte zielen darauf ab, dass Menschen in eine Beziehung mit Gott kommen und ihr Leben an seinen Weisungen ausrichten.

17) Viele Menschen innerhalb des deutschen Kontextes und besonders die jüngeren Generationen sind durch existentielle Fragen herausgefordert. Die einflussreichen Trends von Autonomie, Individualisierung und Pluralisierung münden in letzter Konsequenz nicht selten in ethisch-moralischen und sozialen Herausforderungen, Orientierungs- und Hoffnungslosigkeit, Identitätskrisen, Zukunftsängsten bis hin – im Extremfall – zu damit in Verbindung stehenden psychischen Störungen.

Besonders in Hinblick auf die Bildungs- und Sozialarbeit:

18) Bildung versteht die Bibel ganzheitlich und als lebenslangen Prozess, der jede Altersgruppe und besonders jüngere Generationen betrifft. Die zentrale Verantwortung hierfür lag zu biblischer Zeit innerhalb der Familie.

19) Der Fokus auf die Zielgruppe der jüngeren Generationen (Kinder, Jugendliche und teils junge Erwachsene) ist wertvoll, da diese Altersgruppen sehr aufnahmefähig für Wissens- und Wertevermittlung, Persönlichkeitsentwicklung und sonstige Prägungen sind. Zudem werden sie langfristig gesehen die Zukunft der Gesellschaft hinsichtlich ihrer Ethik, Moral und ihres Weltbildes bestimmen. Die Entwicklung dieser Generationen ist richtungsweisend für den Weg, den die Gesellschaft künftig einschlägt, da sie zu deren Gestaltern werden.⁷

20) Der biblische Bildungsbegriff beschränkt die Förderung von Kindern und Jugendlichen nicht auf deren kognitive, rationale bzw. mentale Fähigkeiten, will also nicht ausschließlich Wissen vermitteln. Eine biblisch orientierte, christliche Bildungseinrichtung strebt „Erziehung“ im ganzheitlichen Sinn an – auf rationaler, emotionaler, sozialer, mentaler, physischer, weltanschaulicher, spiritueller sowie ethischer Ebene. Sie zielt darauf ab, Menschen umfassend zum Leben zu befähigen und Perspektive und Hoffnung zu vermitteln. Bildung umfasst die gesamte Persönlichkeit. Das kann in hohem Maße attraktiv wirken.

⁷Hier zeigt sich eine Äquivalenz zum atl. Zeugnis (vgl. 1.2.1.3 und 1.2.1.4). Der Rest der Bevölkerung darf aber nicht aus dem Blick geraten. Aus christlicher Sicht sollen alle Altersgruppen und gesellschaftlichen Cluster erreicht werden.

21) Um die positive ganzheitliche Entwicklung nachhaltiger und grundlegender zu gestalten, hat sich als sinnvoll herausgestellt, die Zusammenarbeit mit den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten anzustreben. Nach biblischem Vorbild liegt dabei die Hauptverantwortung bei den Eltern, während Bildungseinrichtungen eine erziehungsergänzende Rolle einnehmen.

22) Die Organisation verfolgt einen christlich-inkarnativen Ansatz, will also – analog zum ntl. Missionsauftrag, jedoch auf institutioneller Ebene – zu den Menschen hin- bzw. in die Gesellschaft „hineingehen“. Wie genau die inkarnativen und attraktionalen Elemente im Verhältnis stehen, kann variieren.

23) Die Art der Wertevermittlung muss dem Kontext angepasst werden.⁸ Bereits vorherrschende, christlich-ethischem Denken entsprechende Werte kann die Organisation als Anknüpfungspunkt nutzen (vgl. These 4). Sie kann darauf Bezug nehmen und die einzelnen positiven Werte – auch in Hinblick auf ihr kirchengeschichtliches Erbe – auf die christliche Gottesbeziehung als ihr Fundament zurückführen. Die Mitarbeiter wenden dabei alltagsgebräuchliche, für die Zielgruppe (Nicht-Christen, Kinder, Eltern, Unternehmer...) verständliche Kommunikation (auch non-verbaler Art) an.

24) Der Einfluss, den die Organisation bei der Zielgruppe ausüben will, wird auf keinen Fall erzwungen, sondern basiert auf Freiwilligkeit. Um die (bewusste oder – besonders bei Kindern – unbewusste) Bereitschaft für Prägung zu begünstigen, ist Vertrauen ein entscheidender Faktor. Es bewegt Menschen innerhalb ihrer Freiwilligkeit dazu, sich zu öffnen und verändern zu lassen. Die Mitarbeiter streben eine Vertrauensbeziehung zur Zielgruppe bzw. einzelnen Personen an, um tiefgreifend positiven Einfluss nehmen zu können.

25) Zu biblischer Zeit deuteten Symbole und zeichenhafte Handlungen – im AT besondere Kleidungsmerkmale (bspw. Quasten), Feste, Symbolhandlungen und bestimmte soziale oder prophetische Aktivitäten, im NT u. a. Heilungs- und Wundertaten, Sakramente und soziale Aktivitäten – auf ein bestimmtes Wertesystem bzw. eine Gottesbeziehung hin, teils durch verbale Erläuterungen. Das kann für die Gegenwart nutzbar gemacht werden: Symbole und Zeichen, die einen christlichen Hintergrund besitzen – bspw. im Rahmen der Raumgestaltung (Bibelveise, Kreuze und andere Bilder), der Raumnutzung (als Raum der Stille bzw. Gebetsraum) und als Alleinstellungsmerkmal einer Organisation (bspw. die Grundsteinlegung in der FES) – können die Wertevermittlung vervollständigen und auf deren Grundlage hindeuten.

26) Mit dem Wachstum der Organisation erfahren auch ihre Strukturen in Hinblick auf das Management, die Finanz- und Personalverwaltung, Strukturen zur Befähigung für Werte- und

⁸Dabei darf sie nicht Gottes Weisungen widersprechen.

Glaubensvermittlung, die Ausformulierung und Visualisierung eines Leitbildes, eines Selbstverständnisses und eines Wertesystems, die Professionalität des Außenauftritts sowie ihr Beziehungsnetzwerk zu anderen Körperschaften organisches Wachstum.

27) Abhängig vom strategischen Ansatz bereichert die Organisation ihre Tätigkeiten, indem sie Kooperationen mit ähnlichen Körperschaften, Firmen, Schulen, der Stadt usw. anstrebt. Dadurch erweitert sie ihren Angebotsumfang, ihre Reichweite und ihren Bekanntheitsgrad.

28) Ein Gespür dafür zu bekommen, wie effektiv, einflussreich und erfolgversprechend die verfolgten Methoden⁹ sind, ist hilfreich für die Tätigkeiten der Mitarbeiter – u. a. aus Gründen der Motivation, der Optimierung ihrer Strategien und des Managements, um Ressourcen bestmöglich einsetzen zu können. Je nach Ausgestaltung der Vision kann es sich als schwierig gestalten, Ergebnisse zu messen (s. Organisationsanalysen). Empfehlenswert ist, dass die Organisation sich zu geeignetem Zeitpunkt angemessene Maßstäbe überlegt, um die Erfolge ihres Wirkens überblicken zu können.

29) Ihre Reputation als Organisation fördert das Team der Mitwirkenden maßgeblich durch qualitativ hochwertige Dienstleistungen. Einerseits zeichnet sie sich durch besondere Merkmale – bspw. in Bezug auf ihre Dienstleistung, Sozialfähigkeit im Umgang mit Besuchern und Kunden, das Gebäude, ihre Vision und ethisch-moralischen Leitlinien – aus, die sie von ähnlichen Organisationen abheben. Andererseits strebt sie bewusst an, besser als diese zu sein, um so herauszustechen und durch die Gesellschaft positiv wahrgenommen zu werden. Sie verknüpft ihre hohe Qualität direkt mit dem christlichen Wertesystem und Glauben als deren Fundament und kann so Offenheit für diesen bei den Menschen fördern.

30) Der Organisation ist es ein wichtiges Anliegen, neben ihren Tätigkeiten und anderen Kontakten die Beziehungen zu Kirchen zu pflegen. Die christliche Gemeinde ist Gottes Repräsentantin in dieser Welt. Sie ist zu einem spezifischen Auftrag¹⁰ berufen, den keine andere Institution in dieser Form und Intensität erfüllen kann.¹¹

31) Die Organisation versteht sich als Brücke zwischen Kirche und ihrer nicht-christlichen Umwelt, in die sie hineinwirkt und wodurch sie Menschen einen Kontakt und (ggf. zur

⁹Es geht hierbei sowohl um die Offenheit, das Interesse und die Überzeugung eines Menschen hin zum christlichen Glauben als auch um das zweite Ziel der Vision, bspw. das Kinder und Jugendliche gute und ganzheitliche Bildung erhalten.

¹⁰Dabei handelt es sich neben dem Missionsauftrag und der Nachfolge Jesu (Mt 28,19f) darum, das ganze eigene Leben Gott zur Verfügung zu stellen (Röm 12,1f) sowie um Anbetung Gottes (Joh 4,23). Genauer auf diesen Auftrag einzugehen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

¹¹In welchen Formen Kirche ausgestaltet werden kann, wie sie konstituiert ist und welche Arten des Wirkens möglich sind, wurde in dieser Forschungsarbeit nicht untersucht. Das ist Inhalt der Ekklesiologie und würde hier den Rahmen sprengen.

Korrektur fehlerhafter Vorstellungen) positiven Einblick in christliche Werte und den christlichen Glauben ermöglicht. Für diesen schafft die Organisation einen niedrighschwelligen Zugang, weckt in Menschen die Neugier nach weiteren Erfahrungen und ermutigt sie zum Besuch einer Kirche oder einer anders gestalteten Beschäftigung mit dem christlichen Glauben.

MATERIALIEN FÜR DEN **GEMEINDEBAU**

EIN SERVICE DER **WERKSTATT FÜR GEMEINDEAUFBAU**

WERKSTATT FÜR **GEMEINDEAUFBAU**
SIEMENSSTR. 22
71254 DITZINGEN

FON: 07156-350115
FAX: 07156-350116

[HTTP://LEITERSCHAFT.DE](http://leiterschaft.de)
[INFO@LEITERSCHAFT.DE](mailto:info@leiterschaft.de)