

Keiner greift nach dem fallenden C

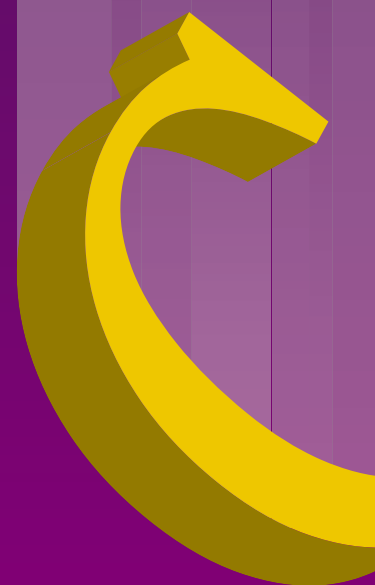
«Christlich» liegt wieder im Trend – was die Vornamen der Kinder angeht. «Christlich» als Namenszusatz einer Organisation erweist sich jedoch zunehmend als Handicap. Das erlebt auch die Vereinigung Christlicher Unternehmer der Schweiz (VCU). **von Anton Ladner**

Das Programm liest sich einfach: «VCU die Vereinigung Christlicher Unternehmer steht zur Herausforderung, christliches Gedankengut in der Unternehmenswelt und im privaten Umfeld umzusetzen.» Das schaffe Mehrwert für das Unternehmen und seine Mitarbeiter, lautet die Begründung. Über 400 Unternehmer sehen sich zurzeit diesem Leitgedanken verpflichtet; organisiert sind sie in sieben Regionalgruppen. Laut KMU-Studie des Bundesamtes für Statistik bestehen in der Schweiz 35 596 Betriebe mit 10 bis 49 Angestellten, 7175 Betriebe mit 50 bis 249 Angestellten und 1273 Grossunternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten. Und wenn man weiter berücksichtigt, dass in der Schweiz 4,3 Millionen Menschen über 15 Jahren Christen sind, erscheinen die 400 Mitglieder der Vereinigung christlicher Führungskräfte nicht als stolze Zahl.

Was zeichnet eine christliche Führungskraft nach der VCU-Lesart aus? «Sie orientiert sich an einer ethisch fundierten Wirtschaftstätigkeit und einer Offenheit für Fragen jenseits des kurzfristigen Erwerbs- und Anlagehorizonts», steht auf der Webseite der Vereinigung. Die Orientierungspunkte sind: Respekt, Fairness, Verantwortung. Genau diese Kriterien beanspruchen aber heute alle Führungskräfte für sich. Auch diejenigen, die meinen, Religionen haben in der Wirtschaft nichts zu suchen. Immer mehr Menschen sehen in christlichen Werten vor allem Errungenschaften der humanistischen Gesellschaft oder einfach eine Tradition. Menschenwürde, Gerechtigkeit, Solidarität, Mit-

menschlichkeit, Freiheit, individuelle Entfaltung und Verantwortung, Offenheit für Andersdenkende – diese christlichen Werte werden nicht mehr mit dem Vermittler Christus in Verbindung gebracht. Deshalb bekunden Organisationen, die den Zusatz christlich in ihrem Namen tragen, zunehmend Mühe, attraktiv zu bleiben. «Christlich» wird tief gehängt und relativiert mit Begriffen wie Respekt, Fairness, Verantwortung – um über die Runden zu kommen. Das macht deutlich: «Christlich» muss heute übersetzt werden. Die Gefahr ist gross, dabei in Belanglosigkeit zu rutschen. Aber was bedeutet im modernen Leben «christlich» konkret? Zuerst jeden als Menschen sehen? Stützen, wo Schwäche herrscht? Eigenverantwortung tragen? Die eigene Freiheit nutzen? Sich entscheiden? Rahmenbedingungen sichern, damit sich der Mensch frei entfalten kann?

Antworten darauf münden schnell in politische Postulate, die sich leicht ins Links-Rechts-Schema einordnen lassen. Das kann zu einem heissen Eisen werden, vor dem sich viele mit dem Zusatz christlich im Namen heute fürchten. Deshalb wird «christlich» nur vage übersetzt und mit allgemeinen Begriffen konkretisiert. Der Preis dafür ist ein Profil mit wenig Anziehungskraft. Der Begriff christlich wird auch gemieden, um nicht als konservativ zu gelten, als Bewahrer oder Wiederhersteller einer früheren Ordnung. Dass es dabei aber um universelle Werte geht, die von Generation zu Generation zu sichern sind, gerät dabei aus dem Fokus.



Rainer Bättschmann, wie erklären Sie als VCU-Zentralpräsident, dass heute viele Organisationen, die in ihrem Namen «christlich» tragen, Mühe haben?

Es ist nicht in Mode, sich in der Öffentlichkeit als Christ oder christlich zu outen. Viele Leute haben grundsätzlich Mühe mit der Institution Kirche. Bei einigen Leuten wird beim Begriff christlich sofort die gedankliche Schublade Freikirche, Sekte oder fanatischer Kirchgänger gezogen. Die Menschen tun sich schwer, sich irgendwo zuordnen zu lassen. Vielmehr ist es angesagt, unverbindlich zu leben, sich nicht zu verpflichten. Man will sich alle Optionen offenlassen und frei sein.

In der Schweiz gibt es immer noch 4,3 Millionen Christen über 15 Jahren, dennoch empfindet die Wirtschaft «christlich» als abschreckend. Warum?

Ob das wirklich so ist, weiss ich nicht. Ich kann mir vorstellen, dass im heutigen wirtschaftlich angespannten Umfeld Kosten- und Gewinnoptimierung im Vordergrund stehen und christliche Werte auf der Strecke bleiben. Die VCU-Mitglieder bekennen sich aber nach wie vor zu den drei Werten «Respekt», «Fairness» und «Verantwortung» – auch wenn die Einhaltung dieser Grundsätze zu höheren Kosten führen kann.

Was ist an Respekt, Fairness, Verantwortung christlich?

Das christliche Liebesgebot «Du sollst Gott und Deinen Mitmenschen lieben wie Dich selbst» ist Grundlage unserer zentralen Werte Respekt, Fairness und Verantwortung. Der Begriff Respekt bezieht sich auf den Umgang mit den Menschen, die wir als christliche Führungskräfte achten und für sie einstehen. Fairness bezieht sich auf unser Wirken im Unternehmen. Der Zweck des Unternehmens ist das Schaffen von Mehrwert und dauerhaftem Kundennutzen auf faire Weise. Mit Verantwortung ist unsere Rolle in der Gesellschaft und im Umgang mit unserer Umwelt gemeint. Als Führungskräfte wollen wir zum Gemeinwohl beitragen, indem wir unsere Verantwortung in der Gesellschaft wahrnehmen. Durch ethisch verantwortbares Handeln stiften wir bei den Menschen Vertrauen in die staatlichen und wirtschaftlichen Institutionen. Wir leisten Hilfe zur Selbsthilfe, damit benachteiligte und ausgegrenzte Menschen ihr Geschick selber in die Hand nehmen und aus eigener Kraft ein Leben in Würde führen können. Deshalb unterstützt unsere Vereinigung mit «Swisshand» eine ei-



Foto: zVg

Rainer Bättschmann, Zentralpräsident der Vereinigung Christlicher Unternehmer.

gene Stiftung, welche vorwiegend in Afrika Frauen mit Mikrokrediten und Beratungen beim Aufbau einer Selbstständigkeit unterstützt.

Wie sehen Sie die Zukunft der VCU?

Die VCU kämpft wie alle Vereinigungen mit dem Überalterungsproblem und dem Umstand, dass viele Leute beruflich stark ausgelastet sind und wenig Lust verspüren, sich in der Freizeit noch zusätzlich zu engagieren. Ich bin aber aufgrund der erfreulichen Mitgliederentwicklung in bestimmten Regionalgruppen sehr zuversichtlich, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Bei der VCU sind die Partner und Partnerinnen der Mitglieder an den Anlässen dabei. Auch dadurch entstand eine besondere VCU-Kultur, die unvergleichbar ist. Mit der Umsetzung eines Jugendkonzeptes werden auch jüngere Führungskräfte angesprochen.

Was unternehmen Sie konkret, um neue Mitglieder zu finden?

Wir sind in der deutschsprachigen Schweiz in sieben Regionalgruppen organisiert. Diese bieten regional unterschiedliche Programme an. Ebenso ist die Mitgliederwerbung unterschiedlich. Meistens werden Interessenten, welche unsere Werte teilen, direkt von Mitgliedern zu Anlässen eingeladen. Es gibt aber auch Führungskräfte, welche über Veranstaltungsberichte oder unsere Homepage auf uns aufmerksam werden und sich direkt bei unserer Geschäftsstelle melden. Für junge Menschen wollen wir beispielsweise mit einem Mentoring-Programm einen konkreten Mehrwert schaffen. ■