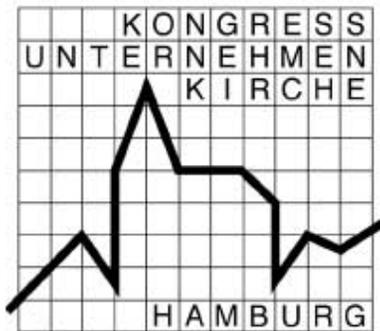


Unternehmen Kirche

Kein gewöhnlicher Kirchenkongreß. Ein Bericht von Erik Senz



Ist die Kirche als Organisation etwa mit einem schnöden Wirtschaftsunternehmen zu vergleichen? Und, dies einmal unterstellt: Kann die Kirche mit dem gleichen Instrumentarium gesteuert und ähnlich wie ein Konzern auf Marktkurs gebracht werden? Neben vielen anderen Aspekten waren dies zwei zentrale und im kirchlichen Kontext vor allem ungewöhnliche Fragen, die im März dieses Jahres auf einem Kongreß in Hamburg mit dem Titel „Unternehmen Kirche“ gestellt wurden.

Veranstaltet von der christlichen Wochenzeitung DAS SONNTAGSBLATT stellte der Kongreß den Versuch dar, an zwei Tagen die Institution Kirche in ihrer Gesamtheit mit den Grundbegriffen eines Wirtschaftsunternehmens zu beschreiben und entsprechende Methoden zur Bewältigung von Strukturkrisen auf die gegenwärtige Situation in der Kirche anzuwenden.

Den rund 400 TeilnehmerInnen aus der gesamten Republik wurde dabei von der hochkarätigen ReferentInnenschar dichtgedrängt teils starker Tobak gereicht: So stellte der Vorstandsvorsitzende der Phillips GmbH,

Manfred Schmidt, das sog. CENTURION-Programm der kompletten Umstrukturierung eines als Dinosaurier einherschreitenden Unternehmens vor. Von gemeinsamen Zielvereinbarungen mit der Belegschaft über weitgehende Delegation von Verantwortung bis zu teilautonomen Fertigungsgruppen war da die Rede.

Ein weiterer Schwerpunkt der Tagung war die Erläuterung der Studie „Das Evangelische München-Programm“ durch den Münchener McKinsey-Direktor Peter Barrenstein und die schon fast charismatische Präsentation der dazugehörigen Umsetzungsversuche durch den Münchner Pfarrer Hans Löhr. Ziel des München-Programms ist die Neuausrichtung der Evangelisch-Lutherischen Kirche München in den Bereichen Strukturen, MitarbeiterInnen und Angebote durch die Stärkung ihrer Kernkompetenz – der Bezeugung des Evangeliums in Wort und Tat.

Doch nicht nur Manager bekannter Firmen, auch Unternehmensberater, Trendforscher, Kommunikationscracks, Sponsoringprofis und Internetspezialisten traten an und brachten Provozierendes und Anregendes unter das christliche Volk, das die teilweise offenen, aber auch versteckten Botschaften, so schien es, insgesamt aufgeschlossen entgegennahm.

Neben Tagungsort (das Radisson Hotel) und der durchaus opulenten, aber der Tagungsgebühr angemessenen Verköstigung, die einigen Puristen unter den Teilnehmern zu schaf-

fen machte, verlangte vor allem die ungewohnte Sprache einiges ab: Wo befindet sich wohl der für die Kirche relevante Markt? Wie lassen sich die Zielgruppen definieren? Wie sieht kundenorientiertes kirchliches Handeln aus? Was ist die kirchliche Unique Selling Proposition (der einzigartige kirchliche Verkaufsvorteil)? Wie lauten die Markenwerte der Kirche von Morgen, und wie läßt sich der Markenkern der christlichen Religion beschreiben? Wohl selten zuvor hatten die Kongreßteilnehmer einen Gedanken an christliches Reengineering und Cash-Flow-Management verwendet.

Auch die Entlassung von Menschen aus ihren Beschäftigungsverhältnissen, ein in Wirtschaftskreisen gegenwärtig quasi als Allheilmittel propagiertes Vorgehen, aber auch ein gesellschaftliches und kirchliches Reizthema erster Ordnung, wurde kritisch diskutiert. Angenehm auffallend dabei: Nahezu alle Vortragenden waren sich einig, daß die MitarbeiterInnen der Kirche deren größtes Potential seien, welches tunlichst nicht aufzugeben ist.

Neben Checklisten für die Sponsorsuche, Tips für die geeigneten Rechtsformen kirchlicher Arbeitsbereiche und Hinweisen auf zweckdienliche Kommunikationsformen wurden anschauliche Berichte über bereits funktionierende kirchliche Projekte wie das Spendenparlament und die Obdachlosenzeitschrift Hinz & Kuntz in Hamburg sowie die Offene Kirche Elisabethen in Basel gereicht.

Auch an Mutmachendem konnten sich etwaig Zerknirschte aufrichten. Der Trendforscher Matthias Horx zitierte Hans Magnus Enzensberger: „Der Luxus der Zukunft verabschiedet sich vom Überflüssigen und strebt nach dem Notwendigen [...] Das, worauf es ankommt, Zeit, Aufmerksamkeit, Raum, Ruhe, Sicherheit, hat kein duty free shop zu bieten...“. Horx gab der versammelten Kongreßgemeinde mit auf den Weg, „Vertrauen, Frieden machen und die Abkehr vom Materiellem - die Markenkernwerte der Kirche - bei jeder Predigt, jedem Gespräch, jeder Interaktion aufscheinen zu las-

sen“. Bei solch konsequenter Markenführung prophezeihte er der Kirche eine glorreiche Zukunft.

Resümierend bleibt festzustellen: Die von den Wirtschaftsfachleuten benutzten Vokabeln haben die Sicht auf die entscheidenden Fragen, denen sich die großen Kirchen stellen müssen, nicht verdeckt. Vielmehr wurden diese Fragen, aus anderem Blickwinkel und in anderer Sprache, punktgenau gestellt: Wer sind wir? Wo wollen wir hin? Was ist das besondere an uns, das nur wir haben? Und wie erreichen wir das?

Der Schluß blieb Jürgen Fliege vorbehalten. Gewandete in feines, einreihiges Zwirn mit Weste, eben wie ein richtiger Manager, erfüllte er die von der Kongreßleitung gestellte Zielvorgabe an das Schlußwort, nämlich, sich um Kopf und Kragen zu reden, hundertprozentig. Nicht schlecht. So wurde auf diesem Kongreß auch deutlich, daß es Unterschiede gibt zwischen einem Unternehmen und der Kirche.



Arbeitslose zahlen keine Kirchensteuer

Eine Klarstellung von Reinhard Stawinski

In verschiedenen Pressemeldungen zu einem kürzlich veröffentlichtem Urteil des Bundessozialgerichts in Kassel zur Berechnung des Arbeitslosengeldes ist der Eindruck erweckt worden, alle Arbeitslosen, auch nicht-konfessionelle, müßten Kirchensteuer zahlen. Das entspricht nicht der Wahrheit. Vielmehr entrichten Kirchensteuer ausschließlich Kirchenmitglieder – und von ihnen nur diejenigen, die ein zu versteuerndes Einkommen erzielen, also Lohn- und Einkommensteuer zahlen.

Das Mißverständnis rührt daher, daß bei der Berechnung des Arbeitslosengeldes durch die Bundesanstalt für Arbeit vom maßgeblichen Brutto-Lohn die „für gewöhnlich anfallenden Abzüge“ pauschal abgezogen werden. Dazu gehören die Lohn- bzw. Einkommensteuer, die Beiträge für Kranken-, Pfl-

ge-, Renten- und Arbeitslosenversicherung sowie der Solidaritätszuschlag. Das Urteil des Bundessozialgerichts bestätigt ebenso wie bereits 1994 das Bundesverfassungsgericht, die bisherige Praxis, daß auch die Kirchensteuer zu diesen „für gewöhnlich anfallenden Abzügen“ zählt und damit rechnerisch zu berücksichtigen ist.

Die Leistungssätze für das Arbeitslosengeld sind somit für alle Versicherten gleich hoch, egal ob es sich bei ihnen um Kirchenmitglieder oder um Konfessionslose handelt. Durch die rechnerische Berücksichtigung der Kirchensteuer kommt also die Bundesanstalt für Arbeit zu Ersparnissen, aber nicht die Kirche zu Einnahmen.

Die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) hat schon früher angeregt, die Kirchensteuer ganz aus

der Berechnung des Arbeitslosengeldes herauszunehmen. Demgegenüber begründet das Bundessozialgericht seine Entscheidung u.a. damit, daß auch im vereinten Deutschland die Mehrheit der Bevölkerung einer Kirche angehört.

Der Autor ist Pressesprecher der Evangelischen Kirche in Berlin-Brandenburg.