

Das „Unternehmen Kirche“ und sein wahres Kapital

Im Grenzgebiet von Sozialethik, Kanonistik
und Ökonomik

Rafael Rieger

Die Kirche sei, so der Autor eines kürzlich erschienenen Buches, „der mächtigste Konzern Deutschlands“¹. Die zur Begründung genannten Zahlen – „Gesamtvermögen von rund 500 Milliarden Euro, ... verteilt auf knapp 50 000 selbstständige Unternehmen“ sowie ein „Gesamtumsatz von mehr als 125 Milliarden Euro jährlich“² – sind beeindruckend, halten allerdings einer näheren Prüfung kaum Stand. Als Quelle wird pauschal auf eine Ausgabe einer Sonntagszeitung verwiesen. Dort findet man tatsächlich einen einschlägigen Artikel³, der zum vermuteten Urheber⁴ und seinem „diabolisch[en]“⁵ Zahlenwerk weist.

¹ F. Schwarz, *Wirtschaftsimperium Kirche. Der mächtigste Konzern Deutschlands*, Frankfurt/New York 2005.

² Schwarz, *Wirtschaftsimperium Kirche*, 13.

³ *Der Mega-Konzern Kirche*, in: *Welt am Sonntag* Nr. 26 vom 29.06.2003, 13. Am Rande sei angemerkt, dass bei Schwarz selbst die in diesem Artikel genannten Phantasiezahlen sehr frei wiedergegeben werden: In der Zeitungsmeldung heißt es, die beiden Wohlfahrtsverbände seien „das Dach über jeweils mehr als 20 000 selbstständige Unternehmen“. Schwarz addiert diese Zahl und rundet großzügig „auf knapp 50 000 selbstständige Unternehmen“.

⁴ Der Artikel in der *Welt am Sonntag* beruft sich auf „Schätzungen des Finanzexperten Carsten Frerk“ (*Der Mega-Konzern Kirche*, 13). Frerk legte 2002 eine einschlägige Publikation vor (*Finanzen und Vermögen der Kirchen in Deutschland*, Aschaffenburg 32004).

⁵ N. Feldhoff, *Aufklärung oder Verwirrung? Zur „Bilanz“ von Carsten Frerk über „Finanzen und Vermögen der Kirche in Deutschland“*, in: *Lebendige Seelsorge* 53 (2002) 190–194, 194. Der ehemalige Kölner Generalvikar weist Frerk nicht nur eine schlechte Recherche, sondern auch „unentschuld bare Denkfehler“ nach, etwa wenn die in der Bilanz ausgewiesenen Aktiva und Passiva der Kirchlichen Zusatzversorgungskasse Köln schlicht addiert werden und die so entstandene Summe pauschal zum kirchlichen Vermögen gezählt wird (Feldhoff, *Aufklärung oder Verwirrung?*, 192).

Vgl. auch die vernichtende Rezension von M. Kapischke in: *Zeitschrift für evangeli-*

Die Kirche ist kein mächtiger und allzu vermögender Mega-Konzern, wie ihre Kritiker immer wieder lautstark kundtun. Zweifellos aber wird auch im kirchlichen Sektor unternehmerisch gehandelt. Diesem Unternehmertum im kirchlichen Raum, wie es sich beispielsweise bei den Wirtschaftsbetrieben der Ordensgemeinschaften, bei bischöflichen Medienunternehmen, den Kirchenbanken oder in der speziellen Form gemeinnütziger Unternehmen bei Einrichtungen des Caritasverbandes findet⁶, sei zunächst die Aufmerksamkeit gewidmet. Es soll nach dem zivil- und kirchenrechtlichen Rahmen dieses Religionsunternehmertums gefragt und nach ethischen Postulaten für das kirchliche Unternehmertum gesucht werden. In einem zweiten Schritt wird dann der Frage nachzugehen sein, ob und in welchem Umfang die wiederholt auch in seriösen, wissenschaftlichen Publikationen anzutreffende Rede vom „Unternehmen Kirche“ sinnvoll ist.

1. Unternehmertum im kirchlichen Raum

1.1. *Der rechtliche Rahmen*

In der Bundesrepublik Deutschland herrscht grundsätzlich Religionsunternehmerfreiheit. Nach Art. 140 GG i. V. m. Art. 137 Abs. 3 S. 1 WRV ordnet und verwaltet jede Religionsgesellschaft ihre Angelegenheiten selbständig innerhalb des für alle geltenden Gesetzes. Diese verfassungsrechtlich garantierte Autonomie umfasst auch wirtschaftliche Betätigungen. Die Kirche kann daher, wie jeder andere auch, ohne staatliche Beschränkungen sich an Unternehmen beteiligen und selbst unternehmerisch tätig werden. Sie unterliegt dabei voll den einschlägigen staatlichen Vorschriften (z. B. Steuerrecht, Gewerberecht), sofern nicht im Einzelfall eine Ausnahme für Religionsgesellschaften statuiert ist.⁷ So muss beispielsweise eine Klosterbrauerei wie jedes Unternehmen Umsatz- und Gewerbesteuer entrichten. Verwaltungs- und Arbeitsgerichte beschäftigten sich wiederholt mit der Frage, ob die den

sches Kirchenrecht 50 (2005) 275/276. Der Rezensent kommt am Ende zu einem Urteil, dem man sich voll und ganz anschließen kann: „Insgesamt ist das Buch eine leichte Lektüre ohne großen praktischen Gebrauchswert“ (275). Er fordert allerdings, wohl zu Recht, eine größere Transparenz bei kirchlichen Finanzen. „Transparenz in finanziellen Dingen würde es ersparen, sich in der aufgeregten Öffentlichkeit mit polarisierenden Büchern wie diesem auseinanderzusetzen zu müssen“ (275).

⁶ Zur Bandbreite kirchlichen Unternehmertums vgl. die Auflistung bei G. Brauser-Jung, Religionsgewerbe und Religionsunternehmerfreiheit. Zum Spannungsverhältnis zwischen Religion und Wirtschaft aus wirtschaftsverwaltungsrechtlicher Perspektive. Zugleich ein Beitrag zur Auslegung des Art. 140 GG/Art. 137 WRV in ökonomischer Hinsicht, Köln u.a. 2001, 188–198.

⁷ Vgl. H. Heimerl/H. Pree, Handbuch des Vermögensrechts der katholischen Kirche unter besonderer Berücksichtigung der Rechtsverhältnisse in Bayern und Österreich, Regensburg 1993, 239, Rdnr. 2/584.

Religionsgemeinschaften gewährten Ausnahmen bei der Mitbestimmung⁸ auch auf gewinnorientierte kirchliche Unternehmen anzuwenden sind.⁹ Dies wurde mehrfach verneint. Auf dem Hintergrund des Aufkommens so genannter „Jugendreligionen“, die oftmals den Status einer Religionsgesellschaft lediglich als Deckmantel für umfangreiche wirtschaftliche Aktivitäten beanspruchen, wurde eine Begrenzung der Religionsunternehmerfreiheit gefordert. Eine Religions- oder Weltanschauungsgemeinschaft dürfe sich nur insoweit wirtschaftlich betätigen, „solange die wirtschaftliche Tätigkeit nicht den Schwerpunkt ihrer Aktivitäten ausmacht (Übermaßthese)“¹⁰. Für die Bewertung unerheblich sei, ob mit unternehmerischem Handeln eine Gewinnerzielungsabsicht verbunden ist oder nicht. Auch ein Übermaß an gemeinnützig kostendeckender Wirtschaftstätigkeit berge das „Risiko der Profanisierung der Religion“¹¹ in sich. Die freiheitlich-demokratische Rechtsordnung billigt den Religionsgesellschaften in ökonomischer Hinsicht eine sehr weit gehende Autonomie zu. Um ihrer eigenen Glaubwürdigkeit willen, ist die Kirche dennoch gut beraten, ihre wirtschaftlichen Tätigkeiten auf das für die Verwirklichung ihres religiösen Grundauftrags notwendige Maß zu begrenzen.¹²

Der kirchenrechtliche Rahmen für eine unternehmerische Betätigung im Raum der katholischen Kirche lässt sich wie folgt skizzieren: Zunächst ist festzuhalten, dass nach kanonischem Recht nicht die Gesamtkirche, sondern jede einzelne juristische Person für sich Träger kirchlichen Vermögens ist (vgl. c. 1256 CIC). Jede Pfarrei, jede Diözese, jede Ordensgemeinschaft, jeder kirchliche Verband, jede kirchliche Stiftung verwaltet innerhalb der vom Gesetz vorgegebenen Grenzen ihr Vermögen autonom. Für die Administration der zeitlichen Güter gilt in der Katholischen Kirche das Subsidiaritätsprinzip.¹³ Von daher verbietet es sich grundsätzlich von einem „Konzern Kirche“ zu sprechen.¹⁴ In vermögensrechtlicher Hinsicht fehlen innerhalb der Kirche die für einen Konzern wesensnotwendige einheitliche Lei-

⁸ Nach § 118, Abs. 2 Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) und § 112 Bundespersonalvertretungsgesetz finden die allgemeinen Normen zur Mitbestimmung bei Religionsgemeinschaften keine Anwendung. Die Kirchen können eigene Mitarbeitervertretungsordnungen (MAVO) erlassen.

⁹ Vgl. J. Czeghun, Personalrat darf ins Kloster, in: Süddeutsche Zeitung Nr. 65 vom 19.03.1998, 56.

¹⁰ Brauser-Jung, Religionsgewerbe und Religionsunternehmerfreiheit, 218.

¹¹ Brauser-Jung, Religionsgewerbe und Religionsunternehmerfreiheit, 219.

¹² Vgl. auch die entsprechende Forderung bei A. Frhr. von Campenhausen, Staatskirchenrecht. Ein Studienbuch, München³1996, 86: „Für wirtschaftliche ... Betätigungen muß im Einzelfall der Nachweis geführt werden, daß sie aus dem religiösen oder weltanschaulichen Grundauftrag der betreffenden Gemeinschaft folgen und für diesen notwendig sind.“

¹³ Vgl. W. Schulz, in: K. Lüdicke (Hrsg.), Münsterischer Kommentar zum Codex Iuris Canonici (Loseblattwerk, Stand 39. Lfg., Juli 2005), Essen seit 1984, Zu c. 1256, Rdnr. 3.

¹⁴ Geradezu abstrus ist es, wenn Schwarz, Wirtschaftsimperium Kirche, 16–20, die katholische und evangelische Kirche in Deutschland mit „Aldi Süd und Aldi Nord“ (16)

tung¹⁵ sowie die über das Gesellschaftskapital eingegangene dauernde Verbindung zwischen den einzelnen Institutionen.¹⁶ Gerät eine Ordensgemeinschaft wie vor einigen Jahren der Deutsche Orden oder eine Diözese wie vor kurzem das Erzbistum Berlin in finanzielle Schwierigkeiten, so sind andere kirchliche Institutionen allenfalls moralisch zur Unterstützung verpflichtet. Eine rechtlich normierte gesamtschuldnerische Durchgriffshaftung besteht innerhalb der Kirche nicht; ebenso wenig die für Konzerne typische interne Gewinn- und Verlustverrechnung zwischen den einzelnen Institutionen. Abgesehen von der Ersitzung handelt der *Codex Iuris Canonici* im Titel über den Vermögenserwerb nicht über privatwirtschaftliche Einkünfte.¹⁷ Dies trägt der Tatsache Rechnung, dass heutzutage bei fast allen kirchlichen Institutionen hoheitliche und widmungswirtschaftliche Einkünfte wie Steuern und Spenden bei weitem überwiegen.¹⁸ Da die Kirche für sich das Recht beansprucht, „auf jede gerechte Weise ..., in der es anderen gestattet ist“¹⁹, Vermögen zu erwerben, ist aber ein kirchliches Unternehmertum nicht ausgeschlossen. Im Rahmen der kodifikarischen Vorgaben kann grundsätzlich jede kirchliche juristische Person auch unternehmerisch tätig werden. Hierbei ist insbesondere die Zweckgebundenheit jedweden ökonomischen Handelns innerhalb der Kirche zu beachten. Nur für die ihr eigenen Zwecke wie „die Durchführung des Gottesdienstes, die Sicherstellung des angemessenen Unterhalts des Klerus und anderer Kirchenbediensteter, die Ausübung der Werke des heiligen Apostolats und der Caritas, vor allem gegenüber den Armen“²⁰ darf die Kirche *bona temporalia* erwerben und veräußern. Diese Selbstbindung sowie die Festlegung in c. 1284 CIC, dass alle Verwalter kirchlichen Vermögens gehalten sind, „ihr Amt mit der Sorgfalt eines

vergleicht und meint quasi den gesamten christlich religiösen Sektor in der Bundesrepublik einschließlich der Freikirchen, der Zeugen Jehovas und der Scientology Church zum „mächtigsten Konzern Deutschlands“ zusammenfassen zu können.

- ¹⁵ Die gesamte Güterherrschaft in der Kirche steht zwar, wie es in c. 1256 CIC heißt, „sub suprema auctoritate Romani Pontificis“. Allerdings ist dies nicht im Sinne eines „Ober Eigentumsrecht“ des Papstes zu verstehen. Aufgrund seines Jurisdiktionsprimates kommt dem Römischen Pontifex das Recht zu, die Normen festzulegen, wie Kirchengüter erworben, besessen, verwaltet und veräußert werden dürfen. Innerhalb dieser Normen steht jeder kirchlichen Institution die volle Verfügungs- und Handlungsfreiheit über ihre jeweiligen zeitlichen Güter zu (vgl. Schulz, Münsterischer Kommentar, Zu. c. 1265, Rdnr. 3). Folglich muss jede Institution auch das volle Risiko für ihr Vermögen tragen.
- ¹⁶ Zum Begriff des Konzerns vgl. R. Goerdeler, Konzern, in: Staatslexikon, Bd. 3, Freiburg u.a. 1995, 663–668.
- ¹⁷ Vgl. Heimerl/Pree, Handbuch Vermögensrecht, 236, Rdnr. 2/567.
- ¹⁸ Zu den verschiedenen Arten kirchlichen Vermögenserwerbs vgl. Heimerl/Pree, Handbuch Vermögensrecht, 133, Rdnr. 2/5.
- ¹⁹ C. 1259 CIC – Übersetzung nach der im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz herausgegebenen lat.-dt. Ausg., Kevelar 2001.
- ²⁰ C. 1254 § 2 CIC – Übersetzung nach Münsterischer Kommentar.

guten Hausvaters zu erfüllen“²¹, schränken den Rahmen für kirchliches Unternehmertum ein. Risikoreiche Spekulationsgeschäfte verbieten sich ebenso wie die Beteiligung an Unternehmungen, deren Zwecke der kirchlichen Sendung widersprechen. Bezüglich der für eine kirchliche Institution handelnden natürlichen Personen ist das Gewerbe- und Handelsverbot für Kleriker und Religiösen zu beachten.²² Nach traditioneller Lehre umfasst dieses Verbot weder den Verkauf eigener Wirtschaftserzeugnisse noch den Aktienerwerb, der lediglich als Kapitalanlage gedacht ist.²³ Auch kann der zuständige Ordinarius einem Untergebenen gegebenenfalls eine Ausnahmegenehmigung erteilen.²⁴ Dennoch wird gerade bei dieser Verbotsnorm die Skepsis und vorsichtige Zurückhaltung deutlich, die die kanonischen Normen zur kirchlichen Ökonomie insgesamt prägen.

1.2. Ethische Postulate

Der durch staatliche und kanonische Normen gegebene Rahmen für ein Unternehmertum im kirchlichen Raum ist relativ groß. Daher bedarf es auch hier einer „kritisch-loyalen Ergänzung des Rechts“²⁵ in Form einer Unternehmensethik. Eine bloße Gehorsamsverantwortung vor den gesetzlichen Normen im Sinne eines lediglich an der Legalität orientierten Handelns reicht nicht aus. Von den einzelnen Akteuren ist eine darüber hinausgehende Gestaltungsverantwortung, also ein ethisch reflektiertes und legitimes Handeln, zu fordern. Eine „kirchliche Unternehmensethik“ muss sich zunächst an den allgemeinen wirtschaftsethischen Maßstäben orientieren, die die Kirche formuliert und öffentlich vertritt. Dies ist auch eine Frage der Glaubwürdigkeit.²⁶ Zusätzlich ist zu fragen, ob es in der Gesellschaft breiter anerkannte wirtschaftsethische Gesichtspunkte gibt, die nicht Gegenstand kirchlicher Verkündigung sind, die aber legitimer Weise an die ökonomische Praxis der Kirche

²¹ Übersetzung nach *lat.-dt. Ausg.* – Zum Rechtsbegriff des *bonus paterfamilias* vgl. R. Althaus, in: Münsterischer Kommentar, Zu c. 1284, Rdnr. 2a–c.

²² C. 286 CIC. Nach c. 672 CIC ist dieses für Kleriker geltende Verbot auch von allen Religiösen zu beachten.

²³ Vgl. K. Mörsdorf, Lehrbuch des Kirchenrechts auf Grund des Codex Iuris Canonici I, München u.a. 11964, 269.

²⁴ Leiter von Klosterbetrieben waren schon seit jeher Ordensangehörige. Bis vor kurzem verantwortete ein Priester als Sprecher des Vorstandes und Bankdirektor das operative Geschäft der größten deutschen katholischen Kirchenbank, der Liga Bank eG mit Sitz in Regensburg. Gegenwärtig besteht der Aufsichtsrat der Bank ausschließlich aus Klerikern und Ordensleuten (vgl. Geschäftsbericht 2004).

²⁵ H. Steinmann/A. Löhr, Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart 1992, 108.

²⁶ Vgl. *Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit*. Wort des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland und der Deutschen Bischofskonferenz zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Deutschland, Bonn 1997, Nr. 244.

anzulegen sind.²⁷ Auch ist zu prüfen, ob aufgrund des Charakters der Kirche als Glaubensgemeinschaft im Einzelfall hier nicht strengere Maßstäbe als bei gewöhnlichen Wirtschaftsunternehmen angesetzt werden müssen.

Im Rahmen dieses Beitrags kann kein umfassender Entwurf einer „kirchlichen Unternehmensethik“ entfaltet werden. Die nachfolgenden knappen Hinweise zu zwei zentralen Fragestellungen sollen genügen.

1.2.1. Armutsforderung versus Gewinnstreben

Armutsforderungen sind ein integraler Bestandteil der christlichen Botschaft.²⁸ Der historische Jesus von Nazareth war skeptisch gegenüber Geld und Reichtum, daran lassen die biblischen Zeugnisse keinen Zweifel.²⁹ Persönlich verzichtete Jesus auf Besitz und lebte von Almosen (vgl. Lk 8,3). Aus der Bibel können nicht einfach Normen und Gesetze, nicht fertige Modelle sittlich verantworteter Lebensgestaltung übernommen werden.³⁰ Das Beispiel und die Lehre Jesu Christi sind jedoch für die christliche Gemeinde als verbindliche Impulse anzusehen. Kirchliche Ökonomie muss diese jesuanischen Impulse aufgreifen und sich von ihnen leiten lassen. Den jeweiligen Umständen und Gegebenheiten entsprechend sind sie immer wieder neu kreativ in einer rational gestalteten und sichtlich verantworteten Praxis zu konkretisieren.

Vor diesen Hintergrund stellt sich die drängende Frage, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang es speziell für kirchliche Institutionen ethisch zu rechtfertigen ist, bei ihrem unternehmerischen Engagement nach Gewinnen zu streben. Mit der Enzyklika *Centesimus annus* von 1991 hat das kirchliche Lehramt die marktwirtschaftliche Ordnung und das mit ihr verbundene Gewinnstreben grundsätzlich anerkannt: „Die Kirche anerkennt die berechtigte *Funktion des Gewinnes* als Indikator für den guten Zustand und Betrieb des Unternehmens. Wenn ein Unternehmen mit Gewinn produziert, bedeutet das, daß die Produktionsfaktoren sachgemäß eingesetzt und die menschlichen Bedürfnisse gebührend erfüllt wurden.“³¹ Diese lehramtliche Anerkennung des Gewinnstrebens darf nicht mit einer „Dogmatisierung“ bestimmter betriebswirtschaftlicher Theorien verwechselt werden, wonach

²⁷ Vgl. J. Wiemeyer, Kirchen und religiöse Gemeinschaften, in: W. Korff u.a. (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 3: Ethik wirtschaftlichen Handelns, Gütersloh 1999, 555–573, 562.

²⁸ Vgl. R. Rieger, Armut – ein Charisma als Lebensform? Eine sozialetische Untersuchung zur Aktualität der Ordensarmut in der Welt von heute, in: Wissenschaft und Weisheit 64 (2001) 3–94, insbesondere 36–52.

²⁹ Vgl. etwa Mt 6,24; Mk 8,36; 10,25; Lk 6,20; 12,13–21.

³⁰ Vgl. Rieger, Armut – ein Charisma als Lebensform?, 52.

³¹ Papst Johannes Paul II., Enzyklika *Centesimus Annus* vom 01.05.1991, Nr. 35, deutsche Übersetzung nach: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus_ge.html (15.10.05). Hervorhebung im Original.

Unternehmen, sei es aus sittlicher Pflicht im Sinne eines kapitalistischen Unternehmerethos oder sei es aufgrund systemischer Funktionsmechanismen, zwangsläufig ihre Gewinne maximieren müssen.³² Deutlich weist der Papst auf moralische Grenzen des Gewinnstrebens hin.³³ Kein Unternehmen ist zur strikten Gewinnmaximierung gezwungen. Vielmehr ist ganz auf der Linie von *Centesimus annus* mit Peter Ulrich festzuhalten: „*Strikte Gewinnmaximierung kann prinzipiell keine legitime unternehmerische Handlungsorientierung sein, denn sie bedeutet ja gerade, dass alle mit dem Gewinnstreben konfligierenden Wertgesichtspunkte bzw. Ansprüche diesem untergeordnet werden. (...) Legitimes Gewinnstreben ist stets moralisch begrenztes Gewinnstreben.*“³⁴ Für kirchliche Unternehmen folgt aus dieser grundsätzlichen Einsicht zunächst, dass auch bei ihnen eine Gewinnorientierung ethisch legitim sein kann, diese aber nicht zur alleinigen Handlungsmaxime werden darf. Nicht nur um ihrer Glaubwürdigkeit willen müssen kirchliche Unternehmen sich mit dem biblischen Armutsimpuls auseinandersetzen, obwohl dieser „Wertgesichtspunkt“ mit dem Gewinnstreben in Konflikt steht. Hier ist, wie immer, wenn widerstreitende Werte und Ansprüche vorliegen, ein sittlich verantworteter Kompromiss zu suchen.³⁵ Aus ethischer Perspektive reicht es nicht aus, unter Verweis auf die vermeintlich zwingende ökonomische Sachlogik, Armutsforderungen von vornherein als für Unternehmen grundsätzlich unerfüllbar zurückzuweisen. Andererseits dürfen wiederum die biblischen Impulse nicht so interpretiert werden, dass jedes unternehmerische Engagement im Raum der Kirche faktisch ausgeschlossen wird.

Die neutestamentlichen Armutsforderungen haben primär eine soziale Dimension. „Nicht die persönliche Bedürfnislosigkeit des Jüngers, seine eigene Armut, bildet das Herzstück der biblischen Botschaft, sondern die fremde Not. Sie ist ein Appell an das Herz des Jüngers, seine Liebesfähigkeit zu bewähren.“³⁶ Auf diesem Hintergrund kann eine Gewinnorientierung für kirchliche Unternehmen (u. a.) dann

³² Zu verschiedenen Deutungsmöglichkeiten der unternehmerischen Gewinnorientierung vgl. P. Ulrich, *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, Bern u.a. 2001, 397–416.

³³ „Zweck des Unternehmens ist nicht bloß die Gewinnerzeugung, sondern auch die Verwirklichung als *Gemeinschaft von Menschen*, die auf verschiedene Weise die Erfüllung ihrer grundlegenden Bedürfnisse anstreben und zugleich eine besondere Gruppe im Dienst der Gesamtgesellschaft bilden. Der Gewinn ist ein Regulator des Unternehmens, aber nicht der einzige. Hinzukommen *andere menschliche und moralische Faktoren*, die auf lange Sicht gesehen zumindest ebenso entscheidend sind für das Leben des Unternehmens“ (CA, Nr. 35. Hervorhebung im Original).

³⁴ Ulrich, *Integrative Wirtschaftsethik*, 415. Hervorhebungen im Original.

³⁵ Zur theologischen Legitimation des ethischen Kompromisses vgl. W. Korff, *Kernenergie und Moraltheologie. Der Beitrag der theologischen Ethik zur Frage allgemeiner Kriterien ethischer Entscheidungsprozesse*, Frankfurt a.M. 1979, 91–97.

³⁶ A. Schulz, *Von den neutestamentlichen Grundlagen der sogenannten „klösterlichen Armut“*, in: *Ordenskorrespondenz* 10 (1969) 1–13, 8.

legitim sein, wenn die Gewinne für karitative Zwecke verwendet werden. Viele Ordensgemeinschaften beispielsweise finanzieren mit den Erträgen ihrer Wirtschaftsbetriebe Suppenküchen und andere Einrichtungen der Obdachlosenhilfe. Auch hier gilt: „Nur wer Überschüsse erzielt hat, kann sie guten Zwecken zuführen.“³⁷ Allerdings ist aus ethischer Perspektive die richtige Gewinnverwendung zwar eine notwendige Legitimationsbedingung unternehmerischen Handelns, aber keine hinreichende. Es reicht nicht aus, die Erträge der Wirtschaftstätigkeit gut zu verwenden („*profit-spending*“). Auch der Prozess der unternehmerischen Erfolgserzielung („*profit-making*“) muss einer ethischen Reflexion unterzogen werden. Er darf sich nicht allein am vermeintlich ökonomisch-sachlogisch notwendigen Gewinnmaximierungsprinzip orientieren. Dies wäre sonst eine „Halbierung der unternehmensethischen Problematik“³⁸. So dürfen in kirchlichen Betrieben die Mitarbeiter nicht unter dem Vorwand, dass ja alle Erträge Bedürftigen zu Gute kommen, um ihren gerechten Lohn gebracht werden. Eine um der Caritas willen erzwungene „Kulikonkurrenz“³⁹ darf es nicht geben, einen freiwilligen Eigentumsverzicht, der dem Evangelischen Rat der Armut entspricht, aber sehr wohl. Den biblischen Armutsforderungen kann zum Beispiel auch dadurch entsprochen werden, dass im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe „Armen“ wie Minderqualifizierten, Behinderten, Langzeitarbeitslosen, Obdachlosen und Strafantlassenen in kirchlichen Betrieben eine Beschäftigung geboten wird. In aller Regel führt dies zu einer Gewinnminderung, so dass für karitative Zwecke außerhalb des Betriebes weniger Mittel zur Verfügung stehen. Daher ist im konkreten Fall auch bei kirchlichen Unternehmen zwischen sozialem Engagement und wirtschaftlicher Effizienz abzuwägen. Gerade angesichts zum Teil dramatisch einbrechender Steuereinnahmen und eines allgemein zu beobachtenden zurückgehenden Spendenaufkommens,⁴⁰ sind viele kirchliche Institutionen⁴¹ auf Erlöse aus unternehmerischer Tätigkeit angewiesen. Selbst bei den im kirchlichen Bereich sehr zahlreichen gemeinwirtschaftlichen Unternehmen wie Krankenhäuser und Altersheime, die in aller Regel vor allem nach dem Kostendeckungsprinzip arbeiten, erscheint es nicht sinnvoll, katego-

³⁷ D. Schneider, Unternehmensethik und Gewinnprinzip in der Betriebswirtschaftslehre, in: Zfbf. Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 42 (1990) 869–891, 870.

³⁸ Ulrich, Integrative Wirtschaftsethik, 422. Im Original kursiv.

³⁹ So der Vorwurf Max Webers an die klösterliche Ökonomie (vgl. M. Weber, Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie, Studienausgabe, Tübingen 5¹⁹⁸⁰, 354).

⁴⁰ Zur aktuellen Finanzsituation der Kirche in Deutschland vgl. zuletzt S. Orth, Kirche muss rechnen, in: Herder Korrespondenz 59 (2005) 487–489.

⁴¹ Hier sind insbesondere die Ordensgemeinschaften zu nennen, die ja keinen direkten Anteil an der Kirchensteuer haben. Vor allem viele weibliche Gemeinschaften leiden unter einer erheblichen Überalterung. Um die große Anzahl alter und pflegebedürftiger Mitglieder versorgen zu können, brauchen diese Institute dringend Einnahmen aus ihren klösterlichen Betrieben.

risch einen Gewinnverzicht zu fordern. Denn zum einen sind auch bei gemeinwirtschaftlichen Unternehmen Gewinne für Nettoinvestitionen notwendig, zum anderen birgt das bloße Streben nach Kostendeckung die Gefahr in sich, dass Formen der Ineffizienz vielfach verdeckt werden.⁴² Nach der hier vertretenen Auffassung heißt dies allerdings nicht, dass gemeinwirtschaftliche kirchliche Unternehmen sich von privatwirtschaftlichen Unternehmen lediglich bezüglich der Gewinnverwendung, nicht aber bezüglich der Gewinnerzielung unterscheiden müssen.⁴³ Die biblischen Armutsimpulse fordern von allen kirchlichen Unternehmen auch auf der Ebene der Leistungserstellung eine überzeugende Antwort.⁴⁴ Eine Antwort, die in aller Regel ihren Preis hat. Daher werden kirchliche Unternehmen sich auch beim *profit making* von ihren privatwirtschaftlichen Konkurrenten abheben müssen.

1.2.2. Menschenrecht auf Arbeit angesichts wirtschaftlicher Turbulenzen

In ihrem Wort zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Deutschland („Sozialwort“) aus dem Jahr 1997 haben die Deutsche Bischofskonferenz und der Rat der EKD das Menschenrecht auf Arbeit betont und ein neues Arbeitsverständnis gefordert.⁴⁵ Als große Arbeitgeber⁴⁶ verpflichteten sich die Kirchen damals selbst, „Arbeitsverhältnisse familiengerecht zu gestalten (z. B. flexible Arbeitszeiten), für einen fairen Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzutreten, den Grundsatz der Gleichstellung von Frauen und Männern zu beachten und für eine konsequente Umsetzung der Ordnungen für die Vertretung und Mitwirkung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren Mitsprache- und Mitbestimmungsmöglichkeiten zu sorgen“⁴⁷.

In jüngster Zeit wurde in vielen kirchlichen Einrichtungen vor allem das Problem eines sozialverträglichen Personalabbaus virulent. Einbrechende Kirchensteuereinnahmen, der zunehmende Kostendruck im Gesundheitswesen, zum Teil auch Managementfehler führten dazu, dass zahlreiche Arbeitsplätze gestrichen

⁴² Vgl. J. Wiemeyer, Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen von gemeinnützigen Einrichtungen, in: W. Korff u.a. (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 3: Ethik wirtschaftlichen Handelns, Gütersloh 1999, 535–555, 548f.

⁴³ So aber Wiemeyer, Ethische Aspekte, 549.

⁴⁴ Nach F. Reisinger, Zwischen ökonomischen Zwang und christlichem Auftrag. Österreichische Stifte und Klöster als Wirtschaftsunternehmen, in: Theologisch-praktische Quartalschrift 147 (1999) 139–143, 142, ist bei der kirchlichen Ökonomie neben den allgemeinen Prüfungskriterien stets die „Reich-Gottes-Verträglichkeit“ auszuloten.

⁴⁵ Vgl. Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Nr. 151–155.

⁴⁶ Wiemeyer, Kirchen und religiöse Gemeinschaften, 567, bezeichnet sowohl die katholische wie die evangelische Kirche in Deutschland, unter Einbeziehung ihrer karitativen Einrichtungen, als „die größten nichtstaatlichen Arbeitgeberinnen in der Europäischen Union“. Schwarz, Wirtschaftsimperium Kirche, 13, nennt eine Zahl von „über 1,3 Millionen Mitarbeitern“, ohne diese jedoch näher zu belegen.

⁴⁷ Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Nr. 245.

wurden bzw. ihre Streichung in nächster Zeit geplant ist.⁴⁸ Bereits im *Sozialwort* wurde dieser Arbeitsplatzabbau im kirchlichen Bereich als unumgänglicher Anpassungsprozess angesehen.⁴⁹ Hierbei sollten eine Belastung der Bessergestellten in Form „maßvolle[r] Einschränkungen im Gehalt ... in den mittleren und oberen Einkommensgruppen“⁵⁰ sowie das Teilen von Arbeit Vorrang haben vor Arbeitsplatzabbau und Entlassungen. Was aber, wenn die zu bevorzugenden Maßnahmen nicht ausreichen? Sind betriebsbedingte Kündigungen aufgrund des propagierten Menschenrechts auf Arbeit im kirchlichen Bereich kategorisch auszuschließen? Nachdem im Bistum Aachen im größeren Umfang Beendigungskündigungen angedroht wurden, gründete sich dort 2004 eine Initiative „Zukunft Arbeitsplatz Kirche“. In einem Positionspapier dieser Gruppe heißt es: „Aus christlicher Sicht kann es niemals eine Lösung sein, Menschen durch Kündigung ihrer wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und sozialen Existenzgrundlage zu berauben.“⁵¹ In die gleiche Richtung weist ein Zeitungsartikel zu den Auswirkungen der Agenda 2010 auf die Kirchen aus dem Jahr 2003, der mit „Jesus würde nicht kündigen“ überschrieben ist.⁵² Dagegen halten beispielsweise die *Arbeitsvertragsrichtlinien für Einrichtungen des Deutschen Caritasverbandes* (AVR) an der Möglichkeit betriebsbedingter Kündigungen grundsätzlich fest.⁵³ Die Legalität dieser Form des Arbeitsplatzabbaus steht auch bei kirchlichen Institutionen außer Frage. Ob eine solche Maßnahme legitim ist, muss im Einzelfall geprüft werden. Aus ethischer Perspektive darf sie stets nur *ultima ratio* sein. Alternativlösungen zu betriebsbedingten Kündigungen, wie die im *Sozialwort* genannten Modelle, partiell auf Lohn zu verzichten oder Arbeit zu teilen, sind dort, wo sie sich verwirklichen lassen,⁵⁴ zu bevorzugen. Allerdings muss man sich wohl auch im kirchlichen Raum der ökonomisch allgemein anerkannten Einsicht beugen, dass eine strukturelle Arbeitslosigkeit aller Regel nach

⁴⁸ Zu Beispielen aus einzelnen Bistümern vgl. J. Kinzler, Ende einer Sozialgestalt. Die Kirche in Deutschland vor finanziellen und strukturellen Umbrüchen, in: Herder Korrespondenz 59 (2005) 244–249.

⁴⁹ Vgl. Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Nr. 245.

⁵⁰ Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Nr. 245.

⁵¹ Initiative „Zukunft Arbeitsplatz Kirche“, Positionspapier *Mit Vernunft, Sachverstand und gutem Gewissen: 7 Bausteine für eine christliche Krisenbewältigung im Bistum Aachen* vom 19. März 2004, in: <http://zak-bistum-aachen.de/download/2004-04-05%20b%207%20Bausteine.rtf> (15.10.05).

⁵² T. Boss/H. Schwilk, Jesus würde nicht kündigen, in: Welt am Sonntag Nr. 26 vom 29. Juni 2003, 13.

⁵³ § 15, Abs. (1) AVR legt fest, dass einem aufgrund seiner langjährigen Betriebszugehörigkeit grundsätzlich unkündbaren Mitarbeiter vom Dienstgeber dann gekündigt werden kann, „wenn der Mitarbeiter nicht weiterbeschäftigt werden kann, weil die Einrichtung, in der er tätig ist, a) wesentlich eingeschränkt oder b) aufgelöst wird“. Die AVR sind im Internet abrufbar unter: <http://www.diag-mav.org/arhilfen/gesetz/avr/avr-at.htm> (15.10.05).

⁵⁴ Nach N. Feldhoff, Wirtschaftsunternehmen Kirche? Chancen und Risiken. Vortrag beim KVV-Ortsverband Raitingen 21. März, in: <http://www.erzbistum-koeln.de/export/sites/>

die betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten übersteigt und daher nach national- und zunehmend sogar nach global-ökonomischen Maßnahmen ruft.⁵⁵ Gemäß dem alten Grundsatz *ultra posse nemo tenetur* wird man von kirchlichen Institutionen gerechter Weise nicht kategorisch den Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen fordern können. Falls derartige Maßnahmen ökonomisch unumgänglich sind, erscheinen sie auch legitim, zumal der Sozialstaat für solche Fälle ein Netz der Grundversicherung bereithält. Generell kann das „ethisch begründete Anrecht auf Erwerbsarbeit nicht zu einem individuell einklagbaren Anspruch werden“⁵⁶. Auch wenn dies konkret Betroffenen nur schwer zu vermitteln sein dürfte, muss hier zwischen individuaethischen Forderungen und soziaethischen Postulaten strikt unterschieden werden.

2. „Unternehmen Kirche“ – Chancen und Grenzen einer Metapher

Bisher wurde das Unternehmertum im kirchlichen Raum in seiner rechtlichen und ethischen Dimension betrachtet. Der Blick war auf einen Teilaspekt gerichtet, dem im Alltag einige Bedeutung zukommt, der aber nicht die gesamte Wirklichkeit der Kirche umfasst. Nun soll der Frage nachgegangen werden, ob nicht die Kirche insgesamt als ein „Unternehmen“ verstanden werden kann.

Die Rede vom „Unternehmen Kirche“ findet auch in der seriösen Fachliteratur zunehmend Verbreitung.⁵⁷ Im Hintergrund steht hier meist eine religionsökonomische Betrachtungsweise. Für den amerikanischen Nobelpreisträger Garry S. Becker unterscheidet sich die Ökonomie als wissenschaftliche Disziplin von anderen Sozialwissenschaften hauptsächlich nicht durch ihren Gegenstand, sondern durch ihren Ansatz.⁵⁸ Der ökonomische Ansatz sei „auf alles menschliche Verhalten anwendbar“⁵⁹. Folglich kann nach Becker auch das Phänomen Religion mit der ökonomischen Brille betrachtet werden.

[erzbistum/erzbistum/erzbischof/dokumente/generalvikar/gvf_010321unternehmen.pdf](#) (15.10.05), 8, helfen die im *Sozialwort* genannten Vorschläge in der Praxis „auch nicht viel weiter“.

⁵⁵ Vgl. F. Furger, *Moral oder Kapital? Grundlagen der Wirtschaftsethik*, Zürich/Mödling 1992, 166f.

⁵⁶ Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Nr. 151. – Zum sozialen Menschenrecht auf Arbeit vgl. auch Furger, *Moral oder Kapital?*, 163–181.

⁵⁷ Vgl. u.a. J. Fetzer/A. Grabenstein/E. Müller (Hrsg.), *Kirche in der Marktgesellschaft*, hrsg. i. Auftr. des Marburger Arbeitskreises Theologische Wirtschafts- und Technikethik e. V., Gütersloh 1999; M. Schramm, *Das Gottesunternehmen. Die katholische Kirche auf dem Religionsmarkt*, Leipzig 2000; R. Brintzer, *Religion – eine institutionenökonomische Analyse*, Würzburg 2003.

⁵⁸ G. S. Becker, *Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens*, Tübingen ²1993, 3.

⁵⁹ Becker, *Der ökonomische Ansatz*, 7.

Eine derartige wissenschaftliche Analyse von Opportunitätskosten und Opportunitätsnutzen im religiösen Bereich ist von einer schlichten Gleichsetzung der Kirche mit einem Wirtschaftsunternehmen, wie sie im eingangs zitierten Buch anzutreffen ist⁶⁰, zu unterscheiden. Die Kirche ist kein Wirtschaftsunternehmen, auch wenn sie vielfach als wirtschaftliche Akteurin in Erscheinung tritt. Allgemein ist unter einem Unternehmen ein „wirtschaftlich-rechtlich organisiertes Gebilde, in dem auf nachhaltig ertragbringende Leistung gezielt wird“⁶¹, zu verstehen. Primäre Zielsetzung der Kirche ist nicht eine Leistung zu erbringen und damit nachhaltig Erfolg zu haben. Zwar ist gerade für kirchliches Handeln Erfolgsorientierung nötig, aber bei der Kirche unterscheidet sich das *Objekt des Erfolges* sowohl von dem bei gewinnorientierten Wirtschaftsunternehmen als auch von dem anderer gemeinnütziger Organisationen.⁶² Weder geht es in der Kirche zunächst darum, Kunden zufrieden zu stellen, noch den Selbsterhalt der Organisation zu sichern. Der Erfolg der Kirche bemisst sich an einer geglückten Entsprechung gegenüber ihrem vorgegebenen göttlichen Auftrag.⁶³ Im Bezug auf die Kirche ist sowohl das Bild vom „Kunden“, als auch das vom „Produkt“ problematisch: „Das Bild vom Kunden legt nämlich nahe, daß es sich beim Glauben, beim Evangelium um ein Produkt handelt. Ein Produkt wird konsumiert. Man läßt sich damit bedienen. Der Glaube ist aber kein Produkt, das man konsumiert, sondern das christliche Leben selbst. Er ist ein Geschehen, das man mitproduziert, kein Ergebnis, sondern ein Prozeß, der ein Erfahrbarmachen der Dimension der Gesamtexistenz begleitet.“⁶⁴ Diese Dimension kann weder im Bild des Kunden noch im Bild des Produktes adäquat erfasst werden. Auch können die Leitungsverantwortlichen in der Kirche nicht einfach als „Produzenten“ oder „Unternehmer“ verstanden werden. Die Kirche verdankt sich göttlichem Ursprung.⁶⁵ Papst, Bischöfe und Priester verkaufen weder eine Ware noch leisten sie primär einen therapeutischen Dienst. „Wer überhaupt etwas anbietet, bietet sich selbst an, gibt sich preis als Zeugen erfahrener, erlebter Wahrheit oder der Hoffnung darauf.“⁶⁶

⁶⁰ Schwarz, *Wirtschaftsimperium Kirche*.

⁶¹ *Unternehmung, Unternehmen*, in: *Gablers Wirtschaftslexikon*, Bd. 4, Wiesbaden 162004, 3052.

⁶² Vgl. E. Gräb-Schmidt, *Die Kirche ist kein Unternehmen! Die Rede vom „Unternehmen Kirche“ in ekklesiologischer Sicht*, in: J. Fetzer/A. Grabenstein/E. Müller (Hrsg.), *Kirche in der Marktgesellschaft*, hrsg. i. Auftr. des Marburger Arbeitskreises Theologische Wirtschafts- und Technikethik e. V., Gütersloh 1999, 65–80, 74.

⁶³ Vgl. Gräb-Schmidt, *Die Kirche ist kein Unternehmen!*, 74.

⁶⁴ Gräb-Schmidt, *Die Kirche ist kein Unternehmen!*, 75f.

⁶⁵ So spricht Michael Schramm konsequenter Weise von der Kirche als einem „Gottesunternehmen“ und definiert „Gottesunternehmen sind ‚Unternehmen‘, die im Auftrag Gottes tätig sind“ (*Das Gottesunternehmen*, 9).

⁶⁶ Gräb-Schmidt, *Die Kirche ist kein Unternehmen!*, 75.

Die Rede vom „Unternehmen Kirche“ ist nur als Metapher verstanden sinnvoll. Dieses Sprachspiel beschreibt nicht die gesamte ekklesiale Wirklichkeit. Wird die Kirche aber mit der nötigen Fachkenntnis, Sorgfalt und Sensibilität aus ökonomischer Perspektive betrachtet, so kann dies gegenüber einer traditionellen Analyse im Rahmen einer theologischen Ekklesiologie zu neuen, erweiterten Deutungsmöglichkeiten führen.⁶⁷ Die Stärke des ökonomischen Ansatzes ist es nicht nur, die leider allzu oft vernachlässigten wirtschaftlich-monetären Implikationen kirchlichen Handelns zu fokussieren, sondern die Analyse von Wahlhandlungen generell, das Denken in Alternativen.⁶⁸ Schon allein aufgrund finanzieller und gesellschaftlicher Veränderungen kann auch in der Kirche nicht alles so bleiben, wie es ist.

Nicht erst in der pervertierten Überzeichnung der Kirche als „Wirtschaftsimperium“ und „Mega-Konzern“, sondern bereits in ihrer nüchternen und durchaus sachgerechten Beschreibung als einem „Non-Profit-Unternehmen besonderer Art“⁶⁹ liegt eine Gefahr, die am Ende dieses Beitrags nicht verschwiegen sei: Die Rede von Unternehmen blendet tendenziell das ehrenamtliche Engagement in der Kirche, dem (nicht nur) das wissenschaftliche Lebenswerk Alois Baumgartners gilt, aus. Die unzähligen ehrenamtlich in Gemeinden und Verbänden tätigen Frauen und Männer stellen aber ein wesentliches, wenn nicht das wesentliche „Kapital der Kirche“ dar.

⁶⁷ Vgl. J. Fetzter/A. Grabenstein/E. Müller, Kirche in der Marktwirtschaft – ein Unternehmen der besonderen Art. Eine Thesenreihe, in: Dies. (Hrsg.), Kirche in der Marktgeseellschaft, hrsg. i. Auftr. des Marburger Arbeitskreises Theologische Wirtschafts- und Technikethik e. V., Gütersloh 1999, 200–219, 202.

⁶⁸ Vgl. Fetzter/Grabenstein/Müller, Kirche in der Marktwirtschaft, 205.

⁶⁹ Feldhoff, Wirtschaftsunternehmen Kirche?, 3.