

Dr. Benedikt Hüffer

Eröffnungsvortrag der Pädagogischen Woche Köln - Montag, 20.10.2014 - Finale Fassung

## **"Herausforderungen an Medien und Bildung - Anmerkungen eines katholischen Unternehmers"**

*- Der Stil des mündlichen Vortrags wurde beibehalten -*

Eminenz, meine sehr verehrten Damen und Herren,

"Wer das Geld liebt, bleibt nicht ungestraft, wer dem Geld nachdrängt, versündigt sich." So heißt es bei Jesus Sirach (31,5). Oder beim gleichen Autor (Sir, 11,10): "...warum willst du dir so viel Mühe bereiten? Es bleibt doch keiner ungestraft, der zu hastig vorwärtsdrängt...".

Kann man, so werden sich vielleicht viele von Ihnen, verehrte Anwesende, fragen, unter solchen Rahmenbedingungen Unternehmer sein? Verleger? Medienunternehmer? Ist nicht alles unternehmerische Handeln, da es auf Gelderwerb gerichtet ist, zu verurteilen? Gerade in den Medien im Hinblick auf die Vermittlung von Informationen, gar noch versehen mit einem Bildungsauftrag? Und das in der heutigen Zeit, in denen viele einen entfesselten "Turbokapitalismus" am Werk sehen, der den Menschen eher schade als nütze, der viel schlimmer sei als in früherer Zeit?

Auch da allerdings, beim Blick auf die viel beschworene "gute alte Zeit", meine Damen und Herren hilft ein ernüchternder Blick in die Heilige Schrift (Pred 7,10). Da lesen wir: "...frag nicht: wie kommt es, dass die früheren Zeiten besser waren als die unseren? Denn deine Frage zeugt nicht von Wissen ..."

Alles also wie immer? Wie zu allen Zeiten? Und der Unternehmer, zumal der Medienunternehmer, als Urgrund vieler Übel mittendrin im gesellschaftlichen Leben? - Mit einer solchen Quintessenz, da teilen Sie sicher meine Meinung, ließe sich nur schwerlich ein Unternehmerleben führen, sicher aber auch kein katholischer Unternehmerberuf bestreiten.

So nicht. Gerade dann nicht, wenn es um die besonderen Herausforderungen geht, die sich heute einem Verleger, einem Medienunternehmer stellen, der etwas für Menschen und Bildung tun will, der zugleich ein ihm anvertrautes Unternehmen in die nächste Generation führen möchte.

Lassen Sie mich diese spannende Fragestellung "Herausforderungen an Medien und Bildung - Anmerkungen eines katholischen Unternehmers" hier kurz skizzenhaft abhandeln an zwei Themenfeldern.

Themenfeld 1: Das Thema Soziale Marktwirtschaft. Unternehmertum/Familienunternehmen, aber eben auch Aus- und Weiterbildung als ein Teil der gesellschaftlichen Aufgabe einer Unternehmerin / eines Unternehmers.

Meine Damen und Herren,

die soziale Marktwirtschaft ist in Deutschland eine der, wenn nicht DIE Errungenschaft unserer Nachkriegsgeschichte! Und seit der Ratifizierung der Lissaboner Verträge 2007 strebt sogar die gesamte Europäische Union diese Wirtschaftsordnung offiziell als ihre Zielsetzung an.

Die soziale Marktwirtschaft fußt auf klaren Wertvorstellungen. Auf einem Zusammenspiel von Freiheit und Verantwortung, von Profit und auch sozialer Absicherung.

Interessant dabei: Das theoretische Konzept der Sozialen Marktwirtschaft fußt auf Gedanken der katholischen Soziallehre. Diese geht von Folgendem aus: „Auch im Wirtschaftsleben sind die Würde der menschlichen Person [...] wie auch das Wohl der gesamten Gesellschaft zu achten und zu fördern, ist doch der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel aller Wirtschaft.“ (II. Vat., Pastoralkonstitution „Die Kirche in der Welt von heute“, Drittes Kap. "Das Wirtschaftsleben", S. 159).

Der Erfolg unserer heimischen Wirtschaft ist Beweis genug, dass die Durchsetzung dieser Wirtschaftsordnung in der Nachkriegszeit bis heute der richtige Weg war, es nach wie vor ist und hoffentlich auch in Zukunft sein wird, eben dann, wenn es gelingt, ein Zusammenspiel aus Wirtschaft und Sozialem zu finden.

Viele andere Länder stecken in einer tiefen Rezession. Teils gibt es dort unhaltbare Zustände wie zum Beispiel Jugendarbeitslosenquoten von mehr als 50 Prozent. In diesem Zusammenhang spricht man schon von einer verlorenen Generation an jungen Menschen, denen eigentlich – in Europa insgesamt – die Zukunft gehören sollte.

Schaut man dagegen auf unsere niedrigen Arbeitslosenzahlen, auf unsere hohe Exportquote und auf das beständig wachsende Bruttoinlandsprodukt, erkennt man schnell: die Soziale Marktwirtschaft ist nach wie vor, zumindest hier in Deutschland, ein Erfolgsmodell.

Die Soziale Marktwirtschaft ist aber nicht nur eine Wirtschaftsordnung. Sie ist auch ein Spiegel der Grundwerte unserer Gesellschaft. Freiheit, Chancengleichheit und Wettbewerb sind dabei die Grundpfeiler.

Die internationalen Wirtschafts- und Finanzkrisen zeigen uns deutlich die Grenzen eines fachlich verstandenen, falsch praktizierten Kapitalismus auf. Leider hat dadurch auch das Vertrauen in das Erfolgsmodell der Sozialen Marktwirtschaft deutlich gelitten. Und das zu Unrecht. Denn ein christlich, ein katholisch geprägtes Unternehmen wird beide Seiten der sozialen Marktwirtschaft leben: Soziales und Marktwirtschaft. Sie sind zwei Seiten derselben Medaille und sind daher ursächlich für Wohlstand in unserem Land!

Daher ist es wichtig, dass wir die unter dem Label der "Sozialen Marktwirtschaft" propagierten Grundwerte hervorheben und sie mit Leben füllen. Das erfordert aber auch von uns Unternehmerinnen und Unternehmern mehr, als ein Unternehmen zu leiten. Ganz gleich, ob klein, mittel oder groß! Es erfordert auch, sich in die Gesellschaft einzubringen. Klar zu machen, dass gerade diese Art von Unternehmertum das Fundament unseres

Wohlstands bildet. Und damit meine ich Wohlstand nicht allein im Sinne von Geld. Denn wir hier in Deutschland sind reich an Arbeit, reich an Ideen, reich an Lebensqualität. Dafür müssen wir Unternehmer selbstverständlich Engagement zeigen. Denn, wie es im Artikel 14 unseres Grundgesetzes so schön heißt: Eigentum verpflichtet.

Die Industrie- und Handelskammern sind dafür ein gelungenes Beispiel. Allein bei der IHK Nord Westfalen, der ich vorstehen darf, die für den gesamten Regierungsbezirk Münster zuständig ist, engagieren sich, ähnlich wie z.B. bei der IHK Köln, ehrenamtlich rund 4.500 Unternehmerinnen und Unternehmer sowie weitere Führungskräfte. Über 4.500, meine Damen und Herren, in den Regional- und Fachausschüssen, den Prüfungsausschüssen, in Arbeitskreisen und/oder in der Vollversammlung. Deutschlandweit gibt es 80 IHKs. Die Zahl derer, die sich ehrenamtlich einbringen, ist also durchaus beachtlich. Eine IHK lebt somit durch das Ehrenamt. Durch demokratische Strukturen. Durch Beteiligung vieler Unternehmerinnen und Unternehmer..

In der Wirtschaft wie der Gesellschaft insgesamt möchten die Menschen mehr wissen, mitreden, mitentscheiden können. Das Internet und die sozialen Medien fördern Möglichkeiten der Mitgestaltung.

Meine Damen und Herren,

Die Fragen rund um das Gemein- und das Eigenwohl sind nichts Neues. Sie gelten heute wie auch früher schon. Dabei geht es immer wieder um Werte. Wir, meine Damen und Herren, müssen Werte leben und gestalten: für den Erhalt der Freiheit. Für die wirtschaftliche Entwicklung. Für ein Miteinander in dieser Gesellschaft.

Seit dem 16. Jahrhundert ist dafür das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns bereits DAS Leitbild für verantwortungsvolles Unternehmertum. Quasi unsere älteste Compliance Richtlinie. Und noch heute gilt es, dieses Leitbild aktiv mit Leben zu füllen.

Die Grundideen des „ehrbaren Kaufmanns“ sind Freiheit und Eigenverantwortung des Menschen. Fairness, Rechtschaffenheit und Seriosität gehören dazu. Das ist ein klares Bekenntnis zum Unternehmertum. Und zur Übernahme von Verantwortung!

Die Basis des ehrbaren Kaufmanns basiert dabei auf drei Leitlinien:

1. sich als Person zur Einhaltung von Werten zu verpflichten
2. im Unternehmen Bedingungen für ehrbares Handeln zu schaffen
3. Verantwortung in der Gesellschaft zu übernehmen

Meine Damen und Herren,

mein Vortragstitel lautet "Herausforderungen an Medien und Bildung". Denn ein weiteres Thema beschäftigt uns Unternehmerinnen und Unternehmer zurzeit sehr, und wird dies auch in den nächsten Jahren und Jahrzehnten tun, gerade vor dem Hintergrund des durch demografische Veränderungen leider anstehenden Fachkräftemangels.

Laut Fachkräftemonitor fehlen nordrhein-westfalen-weit bis 2030 rund 900.000 Fachkräfte. Davon sind rund 50.000 Akademiker, dagegen 850.000 beruflich Qualifizierte!

Dennoch hat sich in den vergangenen 15 Jahren der Anteil von Studierenden an einem Jahrgang fast verdoppelt. Er liegt jetzt bei 50 Prozent. Sie merken, meine Damen und Herren, worauf ich hinaus möchte. Wir haben zurzeit eine starke Disbalance zwischen Angebot und Nachfrage an Fachkräften.

Wir werden im Jahr 2030 nicht nur zu wenige Fachkräfte haben, sondern zumindest in Teilen auch nicht die richtigen. Die Wirtschaft benötigt in Zukunft noch viel stärker als heute genügend Mitarbeiter, die schon im Betrieb ausgebildet werden, die also eine praxisnahe betriebliche Ausbildung absolviert haben.

Es findet zurzeit - man kann es nicht anders ausdrücken - eine, bei aller Anerkennung jeder individuellen Einzelentscheidung der jungen Menschen, volkswirtschaftliche Fehlsteuerung der Jugendlichen statt. Und diese ist ein hausgemachtes Problem der Bildungsforscher, wie auch der Politik. Jahrelang wurde gefordert, den Anteil der Studierenden zu erhöhen, ohne die tatsächlichen Möglichkeiten der jungen Menschen, wie auch legitime Bedürfnisse von Gesellschaft- und Wirtschaft zu berücksichtigen.

Wir haben uns daher sehr gefreut, als kürzlich sogar der Wissenschaftsrat endlich die Gleichberechtigung von Berufs- und Hochschulbildung gefordert hat. Seine Äußerung kann durchaus als Kritik an der bisher offenkundigen politischen Bevorzugung des Studiums gegenüber der Berufsausbildung verstanden werden.

Wir als Unternehmer fühlen uns dadurch nur noch mehr bestätigt. Wir müssen die Gleichwertigkeit von Berufs- und Hochschulausbildung noch stärker verdeutlichen und das den Jugendlichen sowie deren Eltern klarmachen.

Meine Damen und Herren,

wir haben in Deutschland eine Berufsausbildung, die einen großen Wert hat, und die weltweit anerkannt ist. Das deutsche System der betrieblichen Ausbildung ist der beste Garant für Praxisnähe und mit gut ausgebildeten jungen Menschen. Sie ist einzigartig in der Welt und einer der Gründe dafür, dass Deutschland heute weltweit so gut dasteht. Die betriebliche Ausbildung steht für eine niedrige Jugendarbeitslosigkeit und die breite Integration von jungen Menschen in den Arbeitsmarkt in Deutschland.

Da erstaunt es dann schon, dass Eltern, Mädchen und Jungen, aber auch die Lehrerinnen und Lehrer die klassische, betriebliche Ausbildung manchmal weniger im Blick haben als noch in den Vorjahren. Und es so viele hoch attraktive Ausbildungsplätze gibt, die nicht besetzt werden können.

Und hier, meine Damen und Herren, kommt eben auch Ihnen, den Lehrerinnen und Lehrern, eine gewichtige Rolle zu. In den Schulen muss deutlicher und aktiver auf die Vorteile einer Ausbildung hingewiesen werden. Man muss nicht studieren, um erfolgreich zu sein und gutes Geld zu verdienen. Mittlerweile verdienen viele beruflich qualifizierte Fachkräfte

deutlich mehr als viele akademische. Und sie haben die sichereren Jobs.

Die Industrie- und Handelskammern haben immer eine verbesserte Berufsorientierung gefordert. Dieser Forderung kommt das Land NRW mit seinem neuen Übergangssystem nach. Ziel ist ein strukturierter Berufsorientierungsprozess. Beginnend mit Potenzialanalysen für Schülerinnen und Schüler der achten Klasse, gefolgt von mehreren Berufsfelderkundungen in Betrieben sowie mehrwöchigen Praktika.

Wir Unternehmer freuen uns sehr, dass das Land mit seinem Übergangssystem „kein Abschluss ohne Anschluss“ die Berufsorientierung verbessert und auf breite Füße stellt. Gelingen kann dieses Vorhaben aber nur, wenn es auch in den Köpfen der Jugendlichen ankommt, welche Chancen sich ihnen mit einer Ausbildung ergeben. Und dies ist nicht nur Aufgabe der Schüler selbst, sondern auch der Eltern und Ihnen, der Lehrerinnen und Lehrer.

Wir können im Betrieb nicht das nachholen, was anderenorts nicht ausreichend vermittelt wurde. Wir müssen doch erwarten können, dass Schulabsolventen nach neun oder mehr Jahren in staatlichen Bildungseinrichtungen rechnen, lesen und schreiben können.

Meine Damen und Herren, kurz noch ein weiterer Punkt:

Dass Unternehmerinnen und Unternehmer sich für Bildung, für Aus- und Weiterbildung einsetzen, ist oft viel zu wenig bekannt. Was bedauerlich ist, da es das Ansehen des "Unternehmertums" in unserer Gesellschaft verbessern kann.

Dieses Ansehen, das Bild des Unternehmers, hat durch die Finanz- und Wirtschaftskrise gelitten. Nur noch 31 Prozent der Menschen in Deutschland haben ein positives Bild von Unternehmern. 55 Prozent dagegen ein schlechtes. Vor 20 Jahren war das Verhältnis noch genau umgekehrt.

Aber: ganz so hoffnungslos ist die Situation nicht!

Denn laut einer Emnid-Umfrage bilden inhabergeführte Unternehmen dabei eine Ausnahme. Sie genießen in der Gesellschaft noch immer ein hohes Ansehen. Insbesondere als konstruktive "Problemlöser" in schwierigen wirtschaftlichen Situationen erreichen sie etwa doppelt so gute Werte wie Großunternehmen. Es wird von Familienunternehmern aber auch – vollkommen zu Recht – erwartet, dass sie ihre Unternehmen werteorientiert führen.

Meine Damen und Herren,

das positive Bild des Familienunternehmers hat also zwei Seiten: Kompetenz und Anstand. Es vereint damit eine funktionale und eine moralische Dimension in sich.

Die Bevölkerung hat ein feines Sensorium für den Kitt, der die Zivilgesellschaft zusammenhält. Bedauerlich ist nur, dass viele Menschen eines nicht wissen: Dass der überwältigende Großteil der Unternehmen in Deutschland klein- und mittelständisch strukturiert ist. Familienunternehmen sind bei uns die Regel und eben nicht die Ausnahme. Ich will Ihnen das an dem Beispiel unseres IHK-Bezirks, der 157.000 Mitgliedsbetriebe hat,

davon nur Einhundert mit mehr als fünfhundert Mitarbeitern.

Gerade in Politik und Medien, aber auch in der Bildung müssen wir eine größere gesellschaftliche Anerkennung der Unternehmerfunktion erreichen. Zusätzlich müssen wir werben für Selbstständigkeit und die Übernahme unternehmerischer Verantwortung von der Schule, über die Berufsbildung bis hin zur Ermutigung, ein Unternehmen fortzuführen oder gar zu gründen. So können wir dem demografischen Wandel begegnen und dem Unternehmersmangel entgegenzutreten.

So gelingt es uns schlussendlich, die soziale Marktwirtschaft am Leben zu halten und mit Leben zu füllen, die Form der Wirtschaftsordnung, die Freiheit und Verantwortung verbindet, die Form der Wirtschaftsordnung, die eine Balance zwischen Gewinn und sozialer Absicherung erreicht. Es gilt gemeinsam daran zu arbeiten, dass dies auch in Zukunft so bleibt.

Meine Damen und Herren,

Herausforderungen an Medien und Bildung. Lassen Sie mich im Themenfeld 2 dieses Vortrags konkrete Beispiele aus der eigenen betrieblichen Praxis bilden. Unter der Fragestellung, wie sich die Vermittlung von Wissen und Bildung mit dem Verlags- und Mediengeschäft verbinden lässt.

Allgemeiner Leitbegriff für die, von mir hier vertretene Unternehmensgruppe Aschendorff, die vor knapp 300 Jahren in Münster gegründet wurde, ist das Motto:

"Dem Wort verpflichtet", "Committed to the word", "Verbis obligati sumus". Damit versucht unser Unternehmen seit fast drei Jahrhunderten, verantwortungsvoller "Chronist" von Welt- und lokalen Ereignissen zu sein. Dies sicher auch in einem Verantwortungs-Kodex, wie ihn auch das II. Vatik. Konzil im "Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel" formuliert hat.

Dem "Wort verpflichtet" zu sein, ist ein Alleinstellungsmerkmal. Insoweit ist es Leitbild der Unternehmensgruppe Aschendorff, auch für unseren jetzt bald abgeschlossenen internen Strategieprozess "Aschendorff Content-Haus 2020". Das "Wort" sehen wir dabei in seiner doppelten Bedeutung, nämlich in seiner göttlichen wie seiner kommunikativ-praktischen Funktion. In unserem Leitbild werden dabei sowohl inhaltliche als auch ökonomische Ziele formuliert. Als regionales Medienunternehmen wird dies natürlich auch im Sinne der Verantwortung betont, in der wir uns gegenüber den Menschen in Münster, in Westfalen und darüber hinaus sehen.

Der regionale, der lokale Kontext, in dem sich unser Unternehmen jeden Tag bewegt, ist hier nicht ohne Belang. Er erdet sehr. Er fördert seriöse Berichterstattung, wenn man ein lokales Medienunternehmen ist. Gerade in der digitalen Welt droht der wirtschaftliche und mediale Fortschritt als globales Phänomen der Herrschaft des Menschen zu entgleiten. In einer anderen, großen europäischen Diskussion geht es im Moment darum, auch die Rechtsnormen der analogen Welt ins Internet zu übertragen, um damit Rechtssicherheit zu gewährleisten. Ich sage nur die Stichworte: Schutz der Persönlichkeit, Schutz der Leistungserbringung durch Autoren oder das Thema steuerliche Gleichbehandlung von „Global Playern“ gegenüber dem Mittelstand. Die Regionen, die regionalen und lokalen

Medien, bilden hier sinnvolle Gegenpole zu medialen "Welteroberungsplänen" weniger solcher sogenannten „Global Player“.

Lassen Sie mich Ihnen jetzt anhand verschiedener Sparten unseres Verlagsunternehmens zeigen, wie sich dieser Anspruch "dem Wort verpflichtet" zu sein, im Alltag leben lässt:

- Buchverlag

Aschendorff Themenfelder Katholische Theologie, Geschichte, Politische Bildung, Regionalia für NRW und Niedersachsen. Der Buchverlag repräsentiert am deutlichsten das katholisch-christliche Profil des Hauses. Ein zum heutigen Vortrag passendes Werk ist das bei Aschendorff herausgegebene "Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften", das sich bereits unter Leitung seines unvergessenen Gründungsherausgebers Josef Kardinal Höffner mit Fragen der Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung, im Besonderen dem Konzept der Sozialen Marktwirtschaft, befasste und bis heute befasst.

Aktuell: Das 750jährige Domjubiläum in Münster, Bildband und Domführer gemeinsam mit dem Diözesankonservator, 1000teiliges Dompuzzle, Weihnachtsbücher, christliche Kinderbücher: hier ist vor kurzem erschienen ein bebildertes Kinderbuch über den seligen Berliner Domkapitular Bernhard Lichtenberg. Das sind durchweg Medien, die Bildung vermitteln.

- Tageszeitungen, u. a . "Westfälische Nachrichten"

Die Fähigkeit von Menschen, in digitaler wie auch gedruckter Form eine Zeitung lesen zu können, ist insgesamt für die Gesellschaft wie auch die politische Ordnung sinnstiftend. Ohne Lesefähigkeit, ohne das Aufnehmen von kirchlichen, gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen, kulturellen Themen erscheint keine Teilnahme am Leben als "mündiger Bürger" möglich. Hier ist gute, möglichst exzellente Redaktionsarbeit zugleich Bildungsarbeit und das finanziert durch Lesermarkt- bzw. Werbeerlöse werden muss.

Bildungsarbeit heißt aus publizistischer Sicht unseres Hauses aber auch: in der täglichen Redaktionsarbeit christliche Standpunkte zu Wort kommen lassen, über alle Ressorts der Tageszeitung hinweg. Aber auch z. B. durch eine speziell mit religiös-kirchlichen Themen bestückte Sonderseite "Christentum und Gegenwart".

Aktuelles Beispiel aus der Berichterstattung: Christenverfolgung im Irak, in Syrien durch IS, Berichte über das soziale Engagement kirchlicher Organisationen und Verbände (z. B. Caritas). (Anmerkung dazu: erschreckendes Maß an Uninteressiertheit gegenüber Verfolgung von Christen in aller Welt in deutschen Medien. Erst über das beklagenswerte Schicksal der Jesiden wurde von den meisten Medien auch das Schicksal der Christen im Irak entdeckt, bis heute oft nur als Beiwerk im Nebensatz ...)

- Verbindung von Medienarbeit und Bildung: Seminarreihe "Wissensimpulse"

- Neben der Verbindung von Mediengeschäft und Bildung lässt sich mittels des Mediengeschäfts auch Gutes tun:

- Spendenaktion gemeinsam mit dem Malteserorden für ein Krankenhausprojekt in Haiti (spontane Spendenaktion der WN/ZGM, fast 1 Mio. Euro Spenden durch Leser und Geschäftspartner)
- „WN-Leser helfen mit Herz“, jährliche Spendenaktion zu Weihnachten, Unterstützung von drei aus ehrenamtlichem lokalem Engagement getragenen Hilfsaktionen (ca. 200-300 T € p. a.), Fluthilfeopfer Münster, bis jetzt 400 T€
- das klassische, auch von Lehrerinnen und Lehrern im Verbreitungsgebiet unserer Zeitung für die Förderung von Lesefähigkeit von Kindern sehr geschätzte Projekt ist "Klasse" (Teilnahme in jedem Jahr 300 Klassen, ca. 10.000 Schülerinnen und Schüler von Grund- und weiterführenden Schulen. Einführungskurs für die Lehrer, Ausstattung der Klassen mit „Klasse“-Ordnern voller didaktischer Handreichungen, Betriebsbesichtigung durch die „Klasse-Teilnehmer“ (sehr beliebt), auf Wunsch Lieferung der Zeitung in Nichtlesermarkt - Familien. Das Projekt "Zeitungszeit" wird auch von der Landesregierung NRW mitgefördert. Über dieses Projekt wollen wir jede Schülerin, jeden Schüler im Laufe der Schulzeit für die Zeitung erreichen. Interessen von Bildung und Verlagsgeschäft fügen sich hier gut zusammen.

Meine Damen und Herren, das waren jetzt nur einige Schlaglichter, wie sich in der alltäglichen Praxis Medienarbeit mit Bildung verbinden lässt.

Ich hoffe, dass ich deutlich machen konnte, dass es Möglichkeiten gibt, betriebswirtschaftliche Herausforderungen und Bildungsanspruch vielfach miteinander in Einklang zu bringen. Dies wurde hoffentlich für Sie auch plausibel, als ich eben über den Unternehmer, den ehrbaren Kaufmann sprach. Dies gilt auch in Bezug auf vielfache Anstrengungen von Unternehmerinnen und Unternehmern in Deutschland für Bildung, Aus- und Weiterbildung, und ebenso mit Blick auf die persönliche Herausforderung, die sich einem Verleger, einem Medienkaufmann stellen.

"Dem Wort verpflichtet" zu sein, das macht einfach auch Freude. Eben: sinnvolle, schöne Inhalte verbreiten zu dürfen, ohne damit die eigene Chronistenpflicht zu vernachlässigen, das wichtige "Tagesgeschäft" zu stemmen. Und dabei eben auch auf den verschiedenen Ebenen der Wertschöpfung etwas für die Lesefähigkeit und Bildung der Menschen tun zu können.

Das alles aber bleibt, da können Sie sicher sein, immer eine von Spannung und Herausforderung geprägte Übung, die einem Idealbild nicht entsprechen kann. Insofern ähnelt das Mediengeschäft auch ein wenig den Herausforderungen, die sich Ihnen als Kirche, als katholische Pädagoginnen und Pädagogen tagtäglich stellen.

Die ureigene Aufgabe zu erfüllen, die eigene Kernkompetenz, Kernbotschaften, den einzigartigen Produktbestandteil des christlichen Glaubens "herüberzubringen"; das bleibt eine gemeinsame Aufgabe aller Katholikinnen und Katholiken.

Am Ende des Matthäus-Evangeliums hat Christus diesen Auftrag an alle Christen glasklar formuliert, klarer geht es nicht: "Geht zu allen Menschen und macht sie zu meinen Jüngern. Tauft Sie im Namen des Vaters und des Sohnes und des Heiligen Geistes." Und er hat uns alle ermutigt, sozusagen unsere Kernaufgaben zu erfüllen. Indem er zusagte, "ich bin bei euch alle Tage bis zum Ende der Welt."

Meine Damen und Herren,

zurück zum Ausgangspunkt dieser Ansprache: „Wer das Geld liebt, bleibt nicht ungestraft.“ Meine Quintessenz ist, dass uns gegenüber Gott und auch gegenüber unseren Mitmenschen nichts als Demut ansteht, dass wir nicht zu denen gehören, wie Lukas es im Tagesevangelium sagte, die nur für sich selbst Schätze sammeln, aber vor Gott nicht reich sind. (Lk 12, 21). Denn das, was der Psalmist (Ps. 127) sagt, trifft sicher auf unser aller Taten und Wirken zu:

„Wenn nicht der Herr das Haus baut, müht sich jeder umsonst, der daran baut. Es ist umsonst, dass ihr früh aufsteht und euch spät niedersetzt, um das Brot der Mühsal zu essen. Denn der Herr gibt es den Seinen im Schlaf.“

Speziell uns allen, den im Weltmaßstab Wohlhabenden, wie auch dem Wirtschaftsmenschen, der sich bemühen muss, durch das "enge Tor" zu gelangen, hilft als Trost und Mahnung noch mal der Psalmist (Ps. 62,11): "Vertraut nicht auf Gewalt, verlasst euch nicht auf Raub. Wenn der Reichtum auch wächst, verliert nicht euer Herz an ihn.", um dann hoffentlich immer wieder sagen zu können: "Mein Gott, auf Dich vertraue ich. Lass mich nicht scheitern" (Ps. 25,2).

Eminenz, meine Damen und Herren,

dass wir alle nicht vor Gott scheitern, dass es gelingen möge, den christlichen Bildungsauftrag zu erfüllen, auch als Medienmacher - auch und gerade im Spannungsfeld von Medien und Bildung -, dass es gelingen möge, etwas von der lebendigen und liebevollen Botschaft unseres Herrn Jesus Christus zu vermitteln, das ist am Ende dieser kurzen Einordnung mein Wunsch für die Zukunft.

Für Ihr Bistum in dieser liebens- und lebenswerten Stadt Köln, gegenüber jeder und jedem Nächsten, für diese Welt, die uns Christen, die uns Katholiken gemeinsam anvertraut ist. Danke für Ihre Aufmerksamkeit.