

Theologische und diakonische Aspekte von Sozialkaufhäusern in der Stadtgesellschaft

Prof.Dr. R. Hoburg, Hannover

(Kurzvortrag anlässlich eines Festaktes in der Neustädter Kirche
zur Eröffnung des *fairKauf*-Kaufhauses Hannover)

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Noch nie lebten Menschen zusammen, ohne dass mitten unter ihnen Alte, Kranke, Schwache, Arme und Angefochtene Hilfe und Beistand brauchten – auch nicht in den Wohlstandsgesellschaften... Niemand kann leben ohne die Hilfe anderer.“ Diese wohlwollende Ermahnung findet sich am Anfang der sog. Denkschrift zur Diakonie der EKD, die vor genau zehn Jahren 1998 aus Anlass des 150jährigen Jubiläums zur Gründung des Centralausschusses der Inneren Mission unter dem bunten schöpferischen Titel: „Herz und Mund und Tat und Leben“ veröffentlicht wurde. Daran bei einem Festakt aus Anlass der Gründung des ersten Sozialkaufhauses in Hannover zu erinnern, heißt sich bewusst zu machen, dass die Sorge für den Anderen und die Bekämpfung sozialer Not ein zentraler Motor einer christlich verstandenen Sozialarbeit sind.

Die Wurzel, aus der heraus sich das christlich soziale Engagement speist, ist zumindest eine doppelte: Zum einen ist es die konkrete Wahrnehmung von sozialer Ausgrenzung und Not, die Menschen bedrücken kann und zum anderen ist es die Verantwortung für eine sozial gestaltete und sozial gerechte Gesellschaft, in der wir leben. Für den Theologen Karl Barth ist das Leben des Christen in der Gesellschaft immer im Horizont des Reiches Gottes Verheißung und Aufgabe zugleich, also ein „neues Element ... in all den groben materiellen Tendenzen“, wie er 1919 in seinem Tambacher Vortrag zum Thema: „Der Christ in der Gesellschaft“ sagte. Dessen eingedenk möchte ich den Anlass unseres Zusammenseins, nämlich der Gründung des ersten Sozialkaufhauses in Hannover als einer Genossenschaft, in Verbindung bringen mit diesen beiden Grundsäulen eines jüdisch-christlich verstandenen sozialen Engagements in ökumenischer Perspektive. Es geht darum einerseits zu bedenken, wie heute die soziale Not in einem städtischen Raum wie Hannover wahrgenommen und ihr mit durchaus schlaun innovativen Ideen begegnet wird und andererseits um die Erinnerung an die Aufgabe einer sozialer Verantwortung in christlicher Perspektive. Beides kann an der Gründung des Sozialkaufhauses, das mit großen Engagement im Januar 2008 an den Start gegangen ist, sichtbar gemacht werden. Herr Fahlbusch hat mich deshalb darum gebeten, in aller Kürze über „theologische und diakonische Aspekte von Sozialkaufhäusern in der Stadtgesellschaft“ zu referieren. Dies möchte nur anhand zweier kurzer Gedanken entfalten.

1)

Dass ein „Sozialkaufhaus“ wie das in Hannover jetzt eröffnet hat und mittlerweile in vielen Orten in Deutschland als ein neuer Typ zu finden ist, sich vor allem in einem städtischen Kontext ansiedelt, hat tiefe Wurzeln. Die Stadt bildet in den antiken Gesellschaften den zentralen Ort des Handels, der sich am Rande antiker Kultheiligtümer ansiedelt. In der Nähe des Tempels wird fremdes Geld in die Tempelwährung getauscht und wird mit allerlei Waren gehandelt. Kein Wunder, dass sich dort dann auch Bettler, Arme und nicht zuletzt Kranke fanden. In der antiken Stadt etwa in Je-

Jerusalem lebt die Bevölkerung mit der Armut. Sie ist ein Teil der städtischen Wirklichkeit. Man kann sagen, dass das Bettlertum eine feste Institution städtischer Kultur bildet. Im Mittelalter findet sich geradezu der Beruf des Bettlers. Gleichzeitig kommt es zu einer im städtischen Kontext immer weiter fortschreitenden Stigmatisierung von Armut und sozialer Not. Bereits im Spätmittelalter wird die soziale Not aus der Stadt getrieben oder an Orte verwiesen, die – wie die Klöster etwa oder Nothäuser – für die Unterbringung und Versorgung der armen und sozial benachteiligten Bevölkerung zuständig sind.

In allen Zeiten war die Armut mit einem ökonomischen Handel verbunden. Die Bettler nutzten den christlichen Straf- und Bußgedanken für eine „milde Gabe“ und der Gebende hoffte durch seine Gabe den Platz an der Sonne oder: dem Reich Gottes „erkauft“ zu haben. Geben und nehmen hatten einen Sinn, weil beide Haltungen – so würde man es heute sagen – eine sog. „win-win“-Situation in der Frage der Erlangung der ewigen Seligkeit schufen.

Wenn also heute „Sozialkaufhäuser“ gegründet werden, setzen diese im städtisch-gesellschaftlichen Kontext von heute auf der Grundlage einer institutionellen Kanalisierung die antike Tradition eines „Armutshandels“ auf dem Tempelvorhof fort. Nur ist ein Zusammenhang zum Tempel bzw. Kult in der säkularen Gesellschaft nicht mehr gegeben. Indem die Wohlfahrtsverbände Caritas und Diakonie in Hannover die innovative Idee eines Sozialkaufhauses fördern, werden sie selbst zu einem aktivierenden ökonomischen Teil der Stadtgesellschaft. Sie übernehmen eine aus dem christlichen Wertehorizont abgeleitete soziale Verantwortung im städtischen Kontext, aber eben nicht als einer „milden barmherzigen Gabe“, sondern eines „fairen Handels“ – wie auch die Tempelwährung sozialverträglich war –, das beiden – den Gebenden und den Nehmenden – ihre Würde lässt. Allerdings ist die religiöse „win-win-Situation“ der Erlangung der Seligkeit wie sie im Mittelalter galt nicht mehr ohne weiteres heute erkennbar, obschon vermutlich implizit in den Motiven des Stiftens und Gebens nach wie vor noch vorhanden.

Im neuzeitlich-modernen Verständnis, in dem wir zu denken gewohnt sind, setzt die bloße Existenz eines „Sozialkaufhaus“ allerdings eher ein Alarmsignal einer aus dem Ruder gelaufenen sozialen Schere von arm und reich. Ganz im Sinne frühneuzeitlicher Stigmatisierung von Armut denken wir zunächst: Ein Sozialkaufhaus ist nur für „Arme“ da. Und sicherlich repräsentiert die Zahl von über 70.000 Menschen, die in Hannover an der Armutsgrenze leben, ein überaus beängstigendes Alarmsignal, das nicht überhört werden darf. Begreift man aber „Sozialkaufhäuser“ nicht als einen „extraterritorialen“ Ort – als Ort der Ausgrenzung oder der Stigmatisierung sozusagen als „Out of Bounds“ oder „Eintritt nur für Arme“, sondern ganz im Sinne des biblischen Stadtgedankens als Ort, der „zusammenführt“, dann könnte ein solches Sozialkaufhaus zu einem sozialintegrativen Faktor in der nach-postmodernen urbanen Kultur einer Stadt werden. In jüdischem Verständnis ist die Stadt der Ort, an dem Arme und Reiche zusammenleben und die einen für die anderen sorgen. Das Sozialkaufhaus als „andere Form“ des Kaufhauses bewegt sich in dieser Tradition und schafft dann unter der Bedingung einer „Teilhabe“ am gesellschaftlichen Leben sozialverträgliche Bedingungen. Das Sozialkaufhaus bietet keinen besonderen Schonraum für sozial Benachteiligte, sondern will als ein Unternehmen angesehen werden, das durch Gewinn Arbeitsplätze schafft und erhält. Während viele Warenhäuser dieses Typs ihre Artikel vor allem an Menschen abgeben, die einen Nachweis über ihre Bedürftigkeit vorlegen müssen, verfolgt „Fairkauf“ in Hannover ein anderes Ziel. Durch die Erschließung und Herstellung eines „Marktes“ sollen Angebot und Nachfrage entstehen und gebrauchsfähige Konsumgüter wieder in einen ökonomischen Kreislauf eingefädelt werden.

So entsteht unter ökonomischen Bedingungen ein „zweiter Markt“, der – vergleichbar dem Gedanken des sog. „zweiten Arbeitsmarktes“ Chancen von Teilhabe und Integration eröffnen soll. Hier haben Menschen die Möglichkeit, Waren zu kaufen, die sie brauchen. Sie erhalten nichts geschenkt und müssen kaufen und also überlegen: „was kann ich mir leisten?“ – „Was ist für mein Leben wichtig?“ und werden damit nicht aus der Pflicht eines verantwortlichen Lebens entlassen. Gleichzeitig vollzieht sich der Kauf nicht nach dem Prinzip kapitalistischer Gewinnmaximierung, sondern die Preise erfassen den Wert und knüpfen an den Kerngedanken der Ökonomie, dem des Tauschgedankens, an. Und dies ist dann auch für die Gebenden wichtig und auch für diejenigen, die im Sozialkaufhaus Waren kaufen ohne selbst bedürftig zu sein. Denn mit ihrem Kauf nehmen sie denen, die wenig haben, nichts weg, sondern lassen sich auf ihre Weise auf eine neue Form der Ökonomie, die der Faszination des Flohmarkt-Tausches ähnlich ist ein. Denn der ideelle Wert der erstandenen Gegenstände ist das Zentrale dieses Kaufereignisses.

Mein Plädoyer aus theologischer und diakonischer Sicht ist es deshalb, in der Erinnerung vor allem an das im Judentum biblischer Zeit anzutreffende Stadtverständnis, „Sozialkaufhäuser“ heutiger Prägung zu Orten in der Stadt zu machen, an denen die Armut nicht stigmatisiert ist. Verstehe ich den Ansatz des Sozialkaufhauses in Hannover richtig, dann geht es – anders als an anderen Orten – im Sozialkaufhaus darum, dass eine Begegnung der sozialen Wirklichkeiten und unterschiedlichen Welten stattfindet. In Gesprächen erzählt Herr Fahlbusch gerne von der Vision, dass im Sozialkaufhaus – etwas klischeehaft formuliert – sich Menschen unterschiedlicher Herkunft begegnen. Ja – vielleicht ist das das Besondere des Sozialkaufhauses – dass hier dann auch die Möglichkeit zu Begegnung und Kommunikation über soziale Grenzen hinweg stattfindet und das Kaufen selbst zu einem echten „Käuferlebnis“ wird. So habe ich das auch bei meinem Besuch im Sozialkaufhaus wahrgenommen: Immer konnte ich beobachten, dass ein „Schwätzchen“ gehalten wurde zwischen den Verkäuferinnen und den Kunden.

2)

Bislang habe ich vor allem die Seite der Zielgruppe betrachtet, nämlich sozial schwache Menschen im Raum Hannover, die in das Sozialkaufhaus kommen. Darüber hinaus kann aber die Stadtöffentlichkeit dieses Sozialkaufhaus auch zu ihrer eigenen Angelegenheit und damit zu einem Ort der Bürgergesellschaft machen. Das Sozialkaufhaus in der Stadt ermöglicht auch insofern ein anderes Modell des „Handels“, denn der Kunde kann auf verschiedene Art das Warenangebot mitbestimmen. „Beteiligung“ ist das Stichwort des Sozialkaufhauses. Somit geben Sozialkaufhäuser unterschiedlichen bürgergesellschaftlichen Beteiligungsformen inmitten der Wohlstandsgesellschaft einen Raum. Ich kann mich an der Idee des Sozialkaufhauses aktiv auf mehrere Weise beteiligen: Ich kann natürlich dort kaufen. Ich kann eigene gebrauchte Möbel oder Gegenstände an das Sozialkaufhaus abgeben oder abholen lassen. Ich kann also mit meiner eigenen „Spende“ das Warenangebot des Sozialkaufhauses vergrößern. Mit dieser Form der Beteiligung übernimmt der Bürger der Stadt persönlich eine soziale Verantwortung für das „Gemeinwohl“. Auch Wirtschaftsunternehmen können in diese Form gemeinwohlorientierten Handelns inmitten einer Stadtöffentlichkeit einbezogen werden. Wie Privatpersonen sind auch Unternehmen als „good Citizens“ anzusehen, die soziale Verantwortung im sozialen Nahraum übernehmen. Nicht nur durch Warenspenden, sondern auch durch Gabe von Zeit und Mitarbeitern sind vielfältige Formen der sozialen Beteiligung denkbar. Die Vielfalt der möglichen Beteiligung macht den Gedanken des Sozialkaufhauses attraktiv. Für viele Menschen ist dies ein faszinierender Gedanke: ich weiß, dass die alten Möbel,

meine alten Platten, meine Gegenstände, an denen eine Zeitlang mein Herz hing, nicht irgendwo landen, sondern bei Menschen, die sie wirklich gebrauchen können und die sie weiter nutzen. Während die Anbieter hochwertiger gebrauchter Produkte, die sich an das Sozialkaufhaus wenden können, das Gefühl erhalten, „Gutes“ zu tun, ermöglicht das Sozialkaufhaus für die Menschen, die in Hannover durch ihr geringes Einkommen als „arm“ gelten, die Teilhabe am Konsum in unserer Gesellschaft. Über all diese Formen hinaus kann ich mich aber an der Idee des Sozialkaufhauses auch durch Zeichnung von „Genossenschaftsanteilen“ beteiligen und – was auch möglich ist: ich kann mich im Sozialkaufhaus auch selber engagieren. Durch mein soziales Mittun, durch eigenes Engagement. So entsteht eine gelebte Kultur des Helfens, die mehr ist als ein bloßes Werk „barmherziger Milde“. Es wahrt die Würde der Menschen, die sozial schwach sind und dennoch etwas kaufen können, was sie sich sonst vielleicht nicht erlauben könnten. In ähnlicher Form wie die Freiwilligenagenturen in Städten bilden die Sozialkaufhäuser eine Form einer sich am sozialen Gemeinwohl ausrichtenden Bürgergesellschaft.

Diese, am konkreten Beispiel deutlich werdende, Umgestaltung des Ökonomischen zugunsten des Sozialen trägt in sich tiefe jüdisch-christliche Wurzeln. Das Sozialkaufhaus erinnert daran, dass in der Stadt immer Armut und Reichtum eng beieinander wohnen. Es erinnert aber auch an die Verantwortung, die Menschen füreinander und für das Wohl der Anderen in einer sozialen Kommunität haben. Für den Theologen Dietrich Bonhoeffer ist das Kern des Christentums: Der Dienst am Anderen.

Kann man einem Sozialkaufhaus wirklich Erfolg und gutes Gelingen wünschen? Ich denke ja, aber die Voraussetzung ist, dass wir nicht wegschauen, sondern die soziale Not in unserer Stadt wahrnehmen und etwas dagegen tun. „Die tätige Liebe gehört mir wie der Glaube“- dieser diakonische Kernsatz aus alter Zeit kann auch für das Engagement von Caritas und Diakonie beim Sozialkaufhaus gelten. Denn: „Niemand kann leben ohne die Hilfe anderer....“ – Die Anderen auch nicht!