

Diakonie – Eine starke Marke! – Zwischen Wertorientierung und Wirtschaftlichkeit

42. Kaiserswerther Generalkonferenz

Heather Roy,
Generalsekretärin
Eurodiaconia

Es gilt das gesprochene Wort

Vielen Dank für Ihre Begrüßung und die Einladung zu dieser wichtigen Konferenz. Es ist immer wichtig, zuzuhören und von unseren Mitgliedern zu erfahren und so freue ich mich, hier zu sein, um zuzuhören und Neues von den Mitgliedern der Kaiserswerther Generalkonferenz zu erfahren.

Denn die Kaiserswerther Generalkonferenz ist eines der 45 Mitglieder aus 32 Ländern, die das Eurodiaconia-Netzwerk ausmachen, in dem diakonische Organisationen aus ganz Europa verbunden sind. Unser Sitz ist in Brüssel, aber unsere Mitglieder erstrecken sich von Island im Norden bis nach Armenien im Südosten. Wir sind eine Organisation der Vielfalt – Kirchen, Direktanbieter und spezialisierte Organisationen, aber wir sind trotzdem eine Gemeinschaft, vereint in unserer Vision, Gespräche und Partnerschaften sowohl unter den Mitgliedern als auch mit der weiteren Gesellschaft zu entwickeln. Gemeinsam setzen wir uns für Inklusion ein, für Pflege und Stärkung der Schwächsten und Ausgegrenzten, damit ihre Würde gewahrt bleibt. Wir sind eine Gemeinschaft von diakonischen Akteuren und das Wort Gemeinschaft definiert uns als mehr als nur ein Netzwerk. Wie auch die Gemeinschaften Ihrer Konferenz wissen, bedeutet Gemeinschaft, dass wir Werte teilen, gemeinsame Ausrichtungen und Auftritte.

Für die Mitglieder von Eurodiaconia liegen unsere Gemeinsamkeiten in unserer gemeinsamen Ausrichtung auf Diakonie, auf den Dienst, die Liebe Gottes zu seiner Schöpfung sowohl in Taten wie auch in Worten weiterzugeben. Überall in Europa zeigen unsere Mitglieder diese Ideale auf unterschiedlichste Weise, nicht zuletzt diejenigen Mitglieder, die zuvorderst mit der Migrations- und Asylkrise in Europa befasst sind.

Migration und Asyl sind zur Zeit nicht die einzigen Krisen in Europa. Generell gibt es mehr Armut und soziale Ausgrenzung in Europa. Fast 124 Millionen Menschen sind von Armut und sozialer Ausgrenzung bedroht. Einige Gruppen sind stärker gefährdet als andere, so Frauen, Kinder, Roma, Menschen mit Behinderung, Migranten usw. Wir brauchen in Europa stärkere und bessere Maßnahmen gegen Armut und Ausgrenzung. Eine weitere Aufgabe, die nicht auf diejenigen begrenzt ist, die von Ausgrenzung bedroht sind, ist die Bereitstellung von Sozialleistungen. Das ist eng mit Ihrem Thema „Diakonie, eine starke Marke zwischen Wertorientierung und Wirtschaftlichkeit“ verbunden. Diakonische Arbeit ist von Werten

getrieben und etliche, wie auch die Mitglieder der Kaiserswerther Generalkonferenz, werden von einer christlichen Berufung geleitet. Darüber hinaus sind unsere Mitglieder in Eurodiaconia davon überzeugt, dass Qualität sowie zugängliche wie wirksame Sozialleistungen wichtig für die menschliche Würde und ein Grundrecht sind. Soziale Angebote der diakonischen Werke ermöglichen es Menschen, sich in die Gesellschaft zu integrieren oder wieder zu integrieren, Arbeit zu erlangen oder zu behalten, sorgen für Junge wie Alte und zeigen einen Weg aus Armut und Ausgrenzung auf und ermöglichen den Klienten, ihre sozioökonomische Unabhängigkeit wieder zu erlangen.

Trotz ihres Einsatzes sehen sich diakonische Anbieter einer Reihe von Herausforderungen ausgesetzt. Immer mehr müssen sie sich in einem Markt behaupten, in dem private, gemeinnützige und staatliche Anbieter miteinander konkurrieren. Wettbewerb ist aus vielen Gründen, wie z.B. Qualität, begrüßenswert, aber er fordert auch diakonische Anbieter heraus, sich wirtschaftlicher zu organisieren, ohne ihre diakonischen Werte, wie Stärkung, Versöhnung und Veränderung zu verlieren. Das ist natürlich nicht unmöglich und nicht immer negativ, aber es ist eine Veränderung und Veränderungen können dauern und Veränderungen können sowohl erfrischend als auch zerstörend sein. Diese Herausforderung hinsichtlich der Identität ist in manchen Ländern Europas an die Finanzierung gekoppelt. Viele Zuschüsse sind heute vertragsgebunden und zeitlich begrenzt und das kollidiert mit den Vorstellungen der Diakonie von langfristiger, verlässlicher Hilfe für Menschen in den verschiedenen Situationen. Wie können wir Dienste und Werte anbieten, wenn wir nicht wissen, wie sie finanziert werden können?

Eine weitere Herausforderung möchte ich ansprechen, nämlich wie es gelingen kann, die diakonische Identität eines Werkes zu erhalten. Wovon hängt diakonische Identität ab? Von Menschen, dem Angebot, der Arbeit? Kann eine Organisation diakonisch sein, oder sind es die Menschen, die sie diakonisch machen? Wenn es die Menschen sind, was passiert, wenn nicht alle Mitarbeitenden und Ehrenamtlichen sich dem christlichen Glauben so verbunden fühlen, wie es vergangene Generationen taten? Wo sind die Trennlinien zwischen Diakoniewerken, NGOs und kommerziellen Anbietern? Woraus bestehen die Trennlinien und wie können wir sie verstärken? Wenn Sie Marke, Werte und Wirtschaftlichkeit diskutieren, sollten Sie diese Fragen mit bedenken.

In Eurodiaconia beschäftigen wir uns ebenfalls mit diesen Fragen und werden sie 2016 auf einigen Treffen an verschiedenen Orten in Europa diskutieren. Wir schätzen hier Ihren Beitrag. Alle guten Wünsche und Segen für Ihre Diskussionen und ihre heutige Tagung.