

Text: ANSELM BILGRI

**glaube**

wem kann ich vertrauen?

liebe

hoffnung



**Anselm Bilgri**

Geboren 1953 in Unterhaching bei München, trat ANSELM BILGRI 1975 in die Benediktinerabtei Sankt Bonifaz in München und Andechs ein. In München, Rom und Passau studierte er Philosophie und Theologie und wurde 1980 von Kardinal JOSEPH RATZINGER zum Priester geweiht.

Qualität bedeutet ursprünglich Eigenschaft, Verhältnis, Beschaffenheit. Es geht dabei hauptsächlich um Dinge und Beziehungen. Der Begriff des Glaubens hat zwei Dimensionen: an etwas glauben und jemandem glauben. Das eine hat mit sachlichen Inhalten, das andere mit persönlichem Vertrauen zu tun. So glaube ich im Bereich des Religiösen an bestimmte Glaubenssätze, in

den monotheistischen Weltreligionen vertraue ich einem gütigen Gott, im Christentum wird er uns sogar mit dem Bild des barmherzigen Vaters vermittelt. Die Herstellung eines Grundvertrauens in das Leben gehört offensichtlich zum Anwendernutzen jeder Religion. Die verschiedenen Bedeutungsebenen lassen sich auf das Geschehen des Marktes übertragen. Stimmt die Qualität eines Produktes mit dem überein, was ich von der Werbung, den Angaben auf der Verpackung darüber erfahre? Sind die Inhalte dieser Informationen wahr? Kann ich dem Produzenten wirklich vertrauen? Steht er vielleicht sogar mit seinem Namen für die Qualität ein? Meint er es gut und ehrlich mit seinen Kunden? Reine Marketing-Gags, die keine Entsprechung in Wahrheit und Realität haben, wo der Schein schöner ist als das Sein, werden bald aufgedeckt. Getäuschter Glaube, enttäuschtes Vertrauen rächt sich unmittelbar. „Auf Ehr' und Glauben“, das war und bleibt die Maxime des redlichen Kaufmannes und begründet ein partnerschaftliches Verhältnis zwischen Produzenten, Händler und Endverbraucher. Das Marktgeschehen basiert auf einer empfindlichen Balance zwischen Vertrauen und Wahrhaftigkeit. Wehe dem, der dem Verdikt anheim fällt: „Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht, und wenn er auch die Wahrheit spricht.“

Eine gute Unternehmenskultur nach innen und außen basiert wesentlich auf Glaube und Vertrauen. Werfen wir einen Blick in die derzeitige Medienlandschaft: Nach nichts sehnen sich die Menschen mehr als nach Vorbildern, denen sie glauben und vertrauen können. Langfristig wird sich ein ehrbares Handeln auch im ökonomischen Erfolg niederschlagen, der nicht auf flüchtigem Sand gebaut ist.

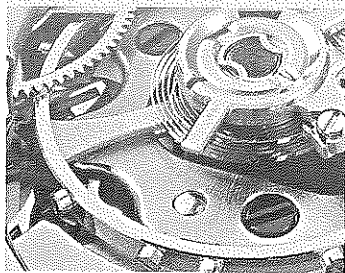
glaube

liebe

wie Vertragstreue, Augenhöhe, Partnerschaft mit all deiner Kraft ... und den

hoffnung

Von 1986 bis 2004 war ANSELM BILGRI Cellerar (Wirtschaftsleiter) der Abtei St. Bonifaz in München und Andechs. Nach seinem Ausscheiden aus dem Kloster und dem Benediktinerorden im Juli 2004 gründete er mit KONRAD STADLER, STEPHAN HEINLE und JÜRGEN SCHOTT das *Anselm Bilgri – Zentrum für Unternehmenskultur*, um Führungskräfte in Wertekompetenz auszubilden. Seit Juli 2008 wird das Beratungsgeschäft im neuen Unternehmen *stadler/heinle/schott/* fortgeführt, während sich ANSELM BILGRI auf seine Tätigkeiten als Redner, Autor und Ratgeber konzentriert.



In meiner Kindheit wurde ich von meinem Großvater, der selber zu Hause geblieben war, nach dem sonntäglichen Gottesdienstbesuch geprüft, ob ich auch die Kirche nicht geschwänzt hatte. Er fragte mich: Welches Gewand hatte der Pfarrer an? Und worüber hat er gepredigt? Für die erste Antwort musste man in der katholischen liturgischen Farbenpraxis fit sein. Auf die zweite Frage gab es immer eine passende Antwort: über die Liebe! Heißt es nicht sogar im Evangelium vom so genannten Hauptgebot der

Liebe (Du sollst Gott lieben mit all deiner Kraft ... und den Nächsten wie dich selbst!), dass

in ihm das ganze Gesetz und die Propheten zusammengefasst seien? Im Grunde also soviel wie: Das ist der Kernsatz der christlichen, abendländischen Ethik, alles andere könnt ihr ruhig vergessen. Diese Charakterisierung als Kernsatz kommt noch einmal vor, und zwar bei der sprichwörtlich gewordenen Goldenen Regel: „Was du nicht willst, dass man dir tu, das füg auch keinem andern zu!“ Oder wie in der Bibel: Alles, was ihr von anderen erwartet, das tut auch ihnen! Dieses banale Sätzchen gilt also gleichwertig mit dem hohen ethischen Anspruch der Gottes-, Nächsten- und Selbstliebe! Im ökonomischen Sinne könnte man die Goldene Regel auch als Grundprinzip der Vertragstreue, der Augenhöhe und der Partnerschaft auffassen. Das große Wort der Liebe ist auf alltägliches Verhalten angewandt tatsächlich nichts anderes als offene, absichtslose Zuwendung; das Risiko des Vertrauensvorschlusses einzugehen. Im Klartext: Ich darf mir eigentlich nichts erwarten.

Wir wissen alle, wie schwierig es ist, diese Haltung im menschlichen Miteinander einzuhalten. Liebe ist nicht nur ein Gefühl, sie hat mit der Bereitschaft zu tun, aufeinander zuzugehen, zu verzeihen und die Hand zur Versöhnung zu reichen – im Konfliktfall oder zumindest danach. Das macht dann die wahre Qualität einer Beziehung zwischen Menschen aus. Beim Apostel PAULUS heißt es: „Für jetzt bleiben Glaube, Hoffnung, Liebe, diese drei; doch am größten unter ihnen ist die Liebe.“

glaube

liebe

hoffnung

Erst mit dem Christentum ist die Hoffnung zu einer Tugend geworden. Die Ethik der antiken Philosophie hat sie als unmännlich abgelehnt. Dort galt vor allem der Mann der Tat, der Tüchtigkeit, des Zugreifens. Wer hoffte, hat sich auf eine ungewisse Zukunft verlassen, statt selbst sein Schicksal in die Hand zu nehmen und dafür zu kämpfen. Die einzige Zeit, die wir wirklich beherrschen, ist die Zukunft. Sie können wir nach unseren Wünschen formen. Vergangenheit ist ehern festgemauert, sie lässt sich nicht mehr verändern. Die Gegenwart ist flüchtig, wenn wir sie ergreifen wollen, gehört sie schon der Vergangenheit an.

Der Apostel PAULUS hat als Erster die Haltungen des Glaubens, der Hoffnung und der Liebe zu einer

Sehnsucht nach einem dauerhaften Bestehen

Trias zusammengefasst, seither gelten sie als die drei göttlichen Tugenden im Vergleich zu den vier so genannten Kardinaltugenden Gerechtigkeit, Klugheit, Starkmut und Maßhalten, die auch den griechischen Philosophen bekannt waren. Die Hoffnung ist das optimistische Erwarten einer qualitätvollen Zukunft. Diese bringt das endgültige Heil, um ein Wort zu benutzen, das im Deutschen im 20. Jahrhundert leider missbraucht wurde. Hoffnung drückt die alte Sehnsucht der Menschen nach einer in diesem Leben nicht zu erreichenden Ganzheit aus, nach ewigem Glück, das uns nicht zwischen den Händen zerbricht, also einem Leben in höchster Qualität.

Werbung, Reklame, Marketing beschäftigen sich mit dieser unserer Sehnsucht nach einer schönen Zukunft, mit den vielen großen und kleinen Hoffnungen der Menschen. Auch hier ist es wichtig, es mit der Wahrheit genau zu nehmen, sollen Hoffnungen nicht zunichte gemacht werden. Auch das merken sich die Menschen. In der Demokratie dauert es bis zur nächsten Wahl, in der Ökonomie bloß bis zum nächsten Einkauf.

Die Geschichte von Unternehmen ist ebenfalls eine Geschichte voller Hoffnung auf ein dauerhaftes Bestehen – wenn möglich über Generationen hinweg. Da wird es sich zeigen, dass Qualität vor Quantität kommt. Aber zum Trost sei gesagt: „Die Hoffnung stirbt zuletzt.“

[www.anselm-bilgri.de](http://www.anselm-bilgri.de)  
[www.stadler-heinle-schott.de](http://www.stadler-heinle-schott.de)

