

# Zuhören, Werte, Haltungen, Bedürfnisse

von Harald Hutterer

## Sozialkapital

von Ernst Gehmacher

### 1 Zuhören

In unserer lauten, schnellen, übervollen Welt des Hastens und Strebens nach materiellen Errungenschaften haben wir die Fähigkeit des tiefen Zuhörens weitestgehend verloren. Ereignislosigkeit und Stille machen uns Angst. Innere Stille kennen wir kaum. Innere Stille ist Voraussetzung für echtes Zuhören.

Offenes Zuhören bedeutet, bereit zu sein, sich Neuem von Seiten Anderer auszusetzen, und ist die Basis aller Kreativität. Es ist wichtig, „Freunden“ und „Feinden“ mit der gleichen Offenheit zuzuhören, ohne zu urteilen und mit voller Wertschätzung und Mitgefühl.

Um neue Wirklichkeiten zu schaffen, müssen wir reflektierend zuhören. Es genügt nicht, Beobachter zu sein; wir müssen uns als Akteure erkennen, die das Ergebnis beeinflussen.

Arten des Zuhörens (nach Otto Scharmer<sup>1</sup>):

- Downloading - aus unserer eigenen Geschichte heraus zuhören.
- Debattieren - von außen, objektiv zuhören.
- Reflektierender Dialog - empathisch, von Innen zuhören.
- Generativer Dialog - aus dem Ganzen des Systems zuhören.



Wenn wir zugeben, dass wir die Realität mit erschaffen, dann sind wir auch mitverantwortlich dafür. Die Welt ist zu komplex, zu sehr wechselseitig abhängig und verändert sich zu rasch, um alles verstandesmäßig zu erfassen. Wir können nicht länger ein rein rationales Verstehen entwickeln, wir müssen es auch spüren. Das erfordert Zugang zu einer tieferen, nichtrationalen, älteren Art des Wissens.

Zuhören heißt:  
hin-hören; inne-werden;  
den, dem man zuhört,  
an-nehmen, gelten lassen,  
ernst nehmen.

Ein Mensch, der zuhören kann,  
hat Seltenheitswert.  
Manchmal kann einer,  
der zuhört, wichtiger sein  
als ein Stück Brot.

[www.rhetorik.ch/Hoeren/Hoeren.html](http://www.rhetorik.ch/Hoeren/Hoeren.html)

Um zuzuhören muss man aufhören zu reden. Ein Grund warum wir nicht hören können, was die Anderen sagen, ist, dass ihre Stimmen von unseren inneren Stimmen ertränkt werden. Wir reagieren und projizieren, urteilen und pflegen Vorurteile, wir ahnen voraus und erwarten und treiben davon. Die größte Herausforderung des Zuhörens besteht darin, unser inneres Gequatsche zum Schweigen zu bringen. Wenn wir das schaffen, sehen wir die Welt mit neuen Augen.

Wenn wir komplexe Situationen lösen wollen, müssen wir Situationen den Weg frei machen, die sich von selbst lösen.

Senge, Scharmer, Jaworski, Flowers<sup>2</sup>:

*“Wir kamen zu dem Schluss, dass die wichtigste Fähigkeit, um in das Feld der Zukunft einzutreten, die Präsenz ist. Zuerst dachten wir, Präsenz bestünde darin, voll bewusst*

<sup>1</sup> <http://www.ottoscharmer.com/>

<sup>2</sup> Adam Kahane, Solving Tough Problems: An Open Way of Talking, Listening, and Creating New Realities. (2007) McGraw-Hill Professional, ISBN-10: 1576754642

und achtsam im gegenwärtigen Augenblick zu verweilen. Dann begannen wir, Präsenz als tiefes Zuhören zu würdigen, als ein Offensein über die eigenen Voreingenommenheiten und historischen Wege der Sinnfindung hinaus.“

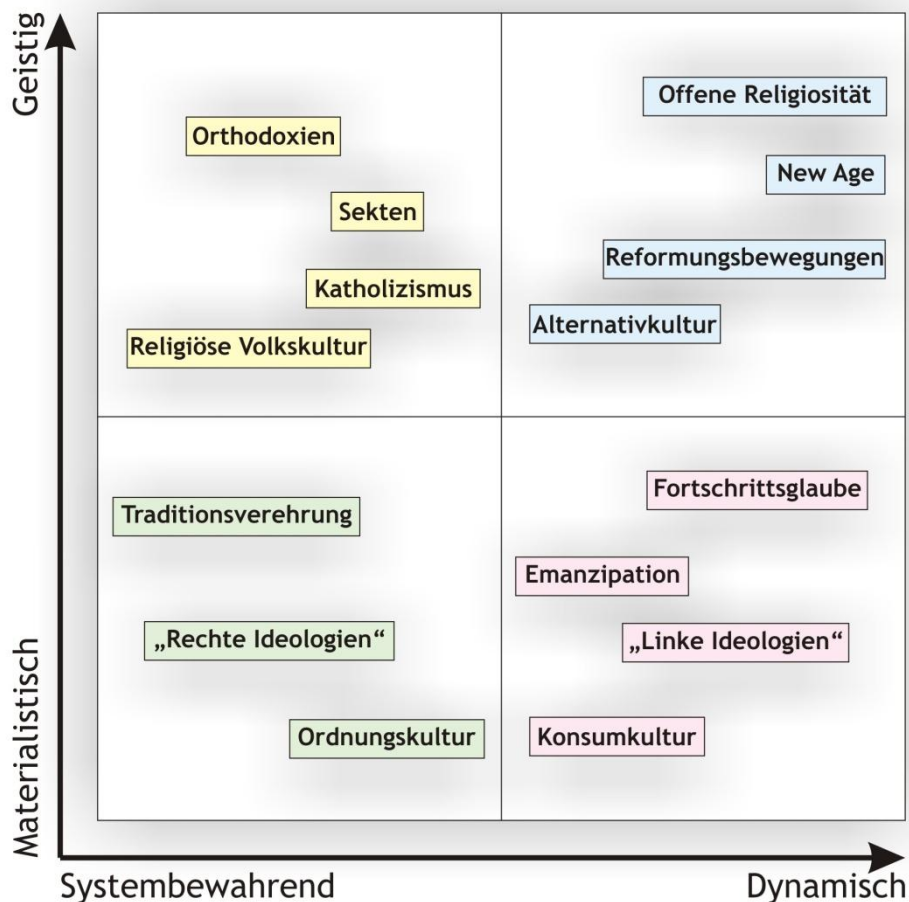
## 2 Werte

Werte weisen die besondere Eigenart auf, dass sie den betroffenen Menschen nahegehen, Emotionen auslösen. Die Beschäftigung mit diesen Werten und deren Umsetzung bewirken für die Menschen eine Veränderung, sie nähren und bestimmen das Handeln. Ganz wichtig ist dabei die Beziehungsfähigkeit. Ohne Beziehung gibt es keine Wertberührung. Beziehungen und die Arbeit an gemeinsamen Werten erzeugen Lebenskraft und Lebensfreude.

Werte werden sozial erlebt. Sie werden immer von Gruppen gebilligt und geteilt. Gleichzeitig individualisieren Werte aber auch, da sie immer vom Einzelnen verinnerlicht werden. Damit erklärt sich auch ihre tiefe Verbindung mit Gefühlen. Werte sind viel mehr als eine Norm; sie geben Sinn und tragen somit zum Glück der Menschen bei. Schließlich steuern sie - zumindest tendenziell - unser Verhalten.

Eine Möglichkeit, die gängigen Wertemuster zu betrachten, besteht darin, sie in die Spannungsfelder materialistisch / „vergeistigt“ bzw. systembewahrend / dynamisch einzuordnen. Abbildung 1 stellt das in grafischer Form dar.

Abbildung 1: Positionierung gängiger ideologischer und kultureller Wertemuster (nach Gehmacher)



Aus Werten lassen sich soziale Normen (konkrete Vorschriften für das soziale Handeln) ableiten. Werte sind ein zentraler Bestandteil vieler Verhaltensvorschriften, jedoch sind sie nicht selber Verhaltensvorschriften.

Zum Thema Konflikte zwischen einzelnen Werten sagt Wikipedia:

*„Das System aller Werte ist nicht widerspruchsfrei: Zum einen stehen einige Werte untereinander in einem Konkurrenzverhältnis. So steht z. B. der Wert des Wohlstands im Konflikt mit dem Wert der Nachhaltigkeit; oder der Wert der individuellen Freiheit steht im Widerspruch zu nahezu allen anderen Werten. Zum anderen können in einer konkreten Situation Werte miteinander in Konflikt treten, die abstrakt gesehen miteinander vereinbar scheinen. Es ist dann nicht möglich, sich so zu verhalten, dass man allen Werten gleichzeitig gerecht wird. Jedoch werden auch nicht alle Werte als gleichrangig angesehen, so dass auch in solchen Fällen meist eine mehr oder wenige klare Orientierung gegeben ist.“*

Die Konflikte zwischen einzelnen Werten, der Wertewandel der letzten Jahrzehnte und der Mangel an öffentlicher Debatte dazu machen es erforderlich, dass Gemeinschaften, die eine wertorientierte Vorgangsweise anstreben, zunächst im gemeinsamen Gespräch versuchen sollten, Klarheit in das gemeinsame Wertegebäude zu bringen.

Abbildung 2 zeigt als Beispiel das Ergebnis eines Prozesses zur Konsensfindung über gemeinsame Werte in der Regionalentwicklung<sup>3</sup>.

Abbildung 2: Werte aus ÖÖ



Die folgende Tabelle zeigt zwei weitere Sets von Werten, die auch in Gruppenprozessen erarbeitet wurden (Quelle: ÖIN - Österreichisches Institut für Nachhaltige Entwicklung).

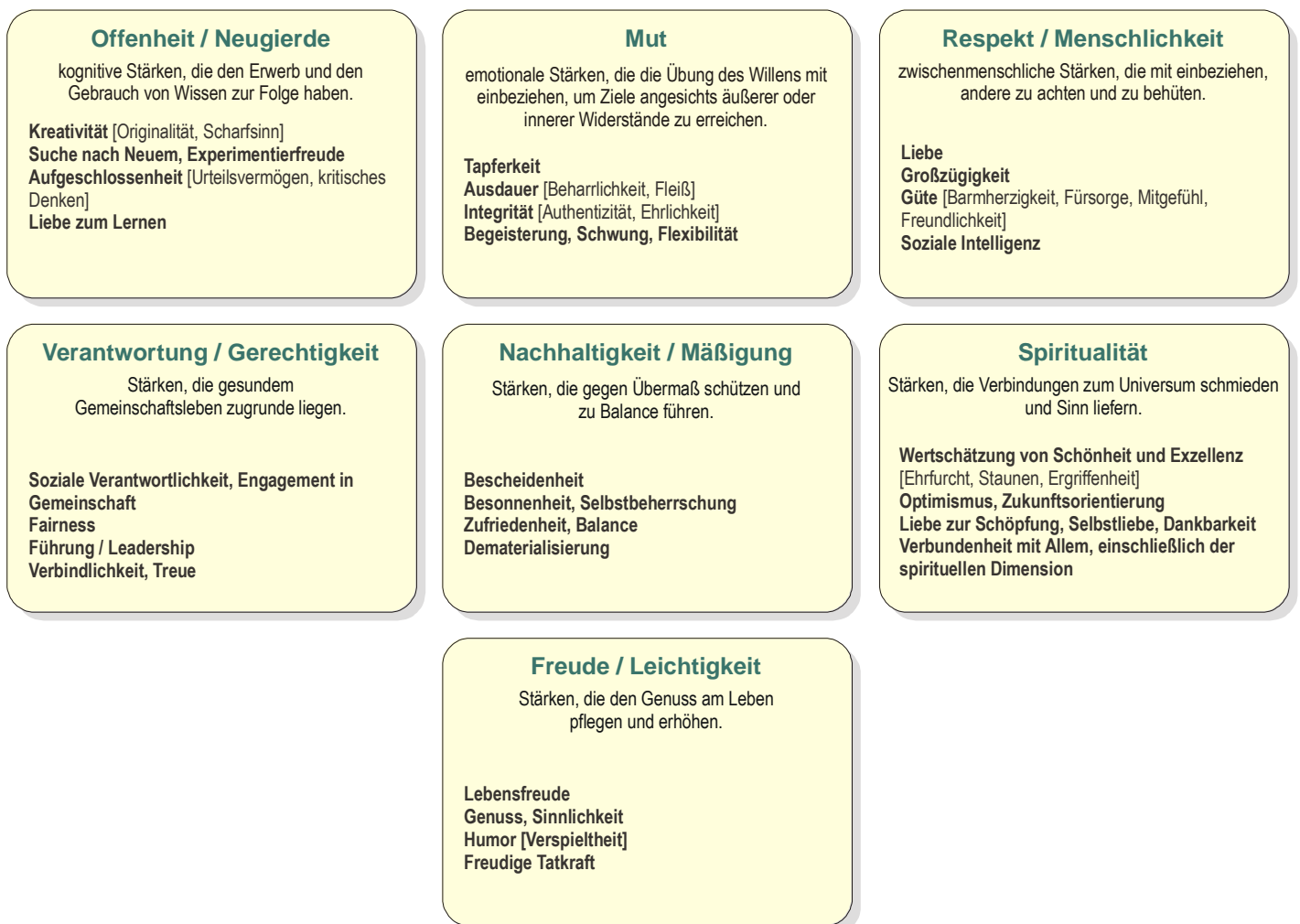
<sup>3</sup> Oberösterreichische Akademie für Umwelt und Natur (Hg.) (2002) Lebensraum mit Zukunft. Leitfaden für eine Nachhaltige Entwicklung in Gemeinden und Regionen. Linz.

Set 1	Set 2
Lebensfreude	Vielfalt
Mut	Einfachheit
Verantwortung	Natürlichkeit
Ganzheitlichkeit	Kreativität
Nachhaltigkeit	Nähe (Berührtheit)

Die beiden amerikanischen Psychologen, Peterson und Seligman, Vertreter der Positive Psychologie, haben in ihrem Werk „Character strengths and virtues“<sup>4</sup> 24 spezifische Stärken unter sechs ausgedehnten Tugenden gruppiert, die durchwegs über Geschichte und Kultur auftauchen: Weisheit, Mut, Menschlichkeit, Gerechtigkeit, Mäßigung und Transzendenz. Man kann diese 24 Stärken als Werte betrachten.

In einer Wiener Arbeitsgruppe wurde dieses Modell überarbeitet und ergänzt. Daraus ergab sich das in Abbildung 3 dargestellte Wertegebäude.

Abbildung 3: Wertegebäude der Gruppe Selbst&Wert



<sup>4</sup> Peterson, C. & Seligman, M.E.P. (2004). Character strengths and virtues: A handbook and classification. Oxford University Press ISBN 0-19-516701-5, [www.viastrengths.org](http://www.viastrengths.org)

Die gegenwärtige konsumorientierte Kultur basiert auf der Aufklärung, die für die Vorstellung eintritt, dass die natürliche Welt über rationale und experimentelle Mittel verstanden werden kann. In unserer modernen Gesellschaft wird dementsprechend das "gute Leben" größtenteils mittels materieller Begriffe definiert. Unsere modernen Lifestyles führen zu einem Konsum, der weit über das hinaus geht, was für Überleben, Gesundheit und Glück gebraucht wird<sup>5</sup>. Das "Bedürfnis" nach ewig währendem wirtschaftlichem Wachstum, nach Wettbewerb in den Märkten und der Wettbewerb der einzelnen Menschen um sozialen Status treiben den Ressourcenverbrauch nach oben. Alle diese Kräfte müssen berücksichtigt werden, wenn eine weniger konsumorientierte Vision des menschlichen Gedeihens entwickelt werden soll.

Die Ethik in unserer modernen Welt muss mit einer großen Bandbreite an Sichtweisen der Beziehung zwischen Menschheit und Natur in Einklang gebracht werden. Die Frage, was menschliche Bedürfnisse so unwiderstehlich macht und wie sie zu rechtfertigen sind, wird kaum gestellt. Das Wort „Bedürfnis“ wird auf vielfältige Weise benutzt: als ein stark empfundener Mangel oder Wunsch, als eine positive Motivation oder ein Verlangen oder ein Begehren und als eine notwendige Bedingung zum Überleben, für soziale Akzeptanz oder für Gesundheit. Es ist notwendig, diese verschiedenen Bedeutungen zu unterscheiden, um eine Übereinstimmung über die moralische Rechtfertigung der Bedürfnisbefriedigung zu erreichen.

Um die moralische Rechtfertigung der Bedürfnisbefriedigung zu vereinfachen ist es vermutlich sinnvoller, ein Konzept von "Verwirklichungschancen"<sup>6</sup> zur Bedürfnisbefriedigung anzuwenden, über die Menschen verfügen müssen, damit sie "erblühen" bzw. ein "gutes Leben" führen können. Einige dieser Fähigkeiten hängen von materiellem Konsum ab, andere bedürfen bestimmter Formen von Freiheit oder sozialer Beziehungen. Individuelle Menschen brauchen, in Abhängigkeit von ihren persönlichen Lebensumständen und von der Gemeinschaft, in der sie leben, verschiedene Verwirklichungschancen und Freiräume um zu "erblühen".

Dabei ergibt sich die Frage, die Befriedigung welcher Bedürfnisse für den Menschen günstig und heilsam ist, welche Bedürfnisse ihm schaden.

### 3 Bedürfnisse und Strategien

In ihrer tiefstgehenden Bedeutung sind Bedürfnisse die grundlegendsten Dimensionen des menschlichen Erblühens. Wenn man das menschliche Erblühen im vollsten Sinne als das endgültige Ziel betrachtet, dann stellen diese Bedürfnisse die endgültigen Voraussetzungen für das Erreichen dieses Ziels dar. Dahinter gibt es nichts mehr. Eine Zunahme der Erfüllung dieser Bedürfnisse wird von positiven Gefühlen begleitet und eine Abnahme durch negative Gefühle.

In der Wissenschaft gibt es eine ganze Reihe von Versuchen, die menschlichen Grundbedürfnisse umfassend aufzulisten. Bei genauerer Betrachtung unterscheiden sich die bekanntesten dieser Listen nur wenig voneinander. Tabelle 1 zeigt die von Manfredo Max-Neef auf Basis von Arbeiten mit einer großen Anzahl von Menschen erarbeitete Liste<sup>7</sup>. Darin finden sich neun menschliche Grundbedürfnisse: Subsistenz (Lebensunterhalt), Schutz, Zuwendung, Verstehen, Teilhabe, Vergnügen, Schöpfung, Identität und Freiheit.

Das Zusammenspiel der Verwirklichung dieser Bedürfnisse ist förderlich für die persönliche und die soziale Entwicklung.

Die in den Spalten der Wertkategorien angeführten Begriffe stellen Befriediger bzw. Strategien dar, die zur Erfüllung des jeweiligen Bedürfnisses beitragen können.

---

<sup>5</sup> Im Kurzbericht zur dritten österreichischen Kaufsuchtstudie 2006 wird festgestellt: „6,1 % der Befragten sind stark kaufsuchtgefährdet und 25,6% gelten als deutlich kaufsuchtgefährdet, insgesamt beträgt die Kaufsuchtgefährdung somit 2006 rund 32 %.“  
[http://www.arbeiterkammer.at/pictures/d48/Studie\\_Kaufsucht\\_2006.pdf](http://www.arbeiterkammer.at/pictures/d48/Studie_Kaufsucht_2006.pdf)

<sup>6</sup> Amartya Sen, Ökonomie für den Menschen, ISBN: 3423362642

<sup>7</sup> Max-Neef, M., 1993. Human scale development: Conception, application, and further reflections. London, Apex Press

Tabelle 1: Matrix von Bedürfnissen und Befriedigern (Strategien) nach Max-Neef (1993)

Wertkategorien	Sein (Qualitäten)	Haben (Dinge)	Tun (Handlungen)	Befinden (Rahmen)
<b>Menschliche Grundbedürfnisse</b>				
<b>Subsistenz (Lebensunterhalt)</b>	Physische und mentale Gesundheit	Nahrung, Obdach, Arbeit	Nähren, kleiden, ruhen, arbeiten	Lebendige Umgebung, sozialer Rahmen
<b>Schutz</b>	Sorge, Anpassungsfähigkeit, Autonomie	Soziale Sicherung, Gesundheitssysteme, Arbeit	Zusammen arbeiten, planen, sorgen, helfen	Soziale Umwelt, Unterkunft
<b>Zuwendung</b>	Respekt, Humor, Großzügigkeit, Sinnlichkeit	Freundschaft, Familie, Beziehung zur Natur	Teilen, sorgen, lieben, Gefühle ausdrücken	Privatsphäre, intime Bereiche des Zusammenseins
<b>Verstehen</b>	Kritikfähigkeit, Neugier, Intuition	Literatur, Lehrer, Politiken, Erziehungssysteme	Analysieren, untersuchen, meditieren, erforschen	Schulen, Familien, Universitäten, Gemeinschaften
<b>Teilhabe</b>	Empfänglichkeit, Hingabe, Humor	Verantwortlichkeiten, Pflichten, Arbeit, Rechte	Zusammen arbeiten, ablehnen, Meinungen ausdrücken	Vereine, Parteien, Kirchen, Nachbarschaften
<b>Vergnügen</b>	Vorstellung, Ruhe, Spontaneität	Spiele, Feiern, Geistesfrieden	Tagträumen, erinnern, entspannen, Spaß haben	Landschaften, intime Bereiche, Orte des Alleinseins
<b>Schöpfung</b>	Vorstellungskraft, Mut, Erfindungskraft, Neugier	Fähigkeiten, Fertigkeiten, Techniken, Arbeit	Erfinden, bauen, arbeiten, entwerfen, übersetzen	Orte des Ausdrucks, Workshops, Zuhörerschaften
<b>Identität</b>	Zusammengehörigkeit, Selbstachtung, Widerspruchsfreiheit	Sprache, Religion, Arbeit, Sitten, Werte,	Sich kennen lernen, wachsen, sich hingeben	Heimat, tägliche Umgebung
<b>Freiheit</b>	Autonomie, Selbstachtung, Aufgeschlossenheit	Gleiche Rechte	Ablehnen, wählen, Risiken eingehen, Bewusstsein entwickeln	Überall

Wenn man Menschen nach ihren Bedürfnissen fragt, werden in der Mehrzahl der Fälle Strategien genannt. Durch immer weitergehendes Fragen danach, was jeweils dahintersteht, kommt man schließlich zu den eigentlichen Bedürfnissen. So kann man dann erkennen, dass zur Befriedigung des jeweiligen Bedürfnisses eine ganze Bandbreite an Strategien zur Verfügung steht. Bei der Auswahl der Strategien sollten dann ethische Maßstäbe angelegt werden, sodass man ökologisch und sozial bestverträgliche auswählt.

Beispiele für Ebenen von Strategien:

- Einkommen ist eine Strategie, um ein Buch zu kaufen;
- ein Buch ist eine Strategie, um Informationen zu erhalten;
- Informationen sind eine Strategie, um das Wissen zu erhalten, das notwendig ist, um an einer Diskussion teilzunehmen;
- Teilnahme ist eine Strategie, um sich das Bedürfnis nach Teilhabe, Zuwendung oder Verstehen zu erfüllen.

Während manche Waren und Dienstleistungen in einigen Situationen klar als Strategien gesehen werden können, um ein spezifisches Bedürfnis zu erfüllen, erfüllen oder hemmen sie sehr häufig gleichzeitig einige andere Bedürfnisse. Ein Auto kann Bedürfnisse nach Zuwendung, Vergnügen, Freiheit erfüllen, kann aber gleichzeitig Freiheit insofern hemmen, als nach dem Autokauf weniger Geld für das Kaufen von Waren und von Dienstleistungen zur Befriedigung anderer Bedürfnisse vorhanden ist.

Es ist wichtig festzuhalten, dass eine klare Verbindung zwischen einer ausgesuchten Strategie und den Bedürfnissen, die durch diese Strategie erfüllt werden, nur durch den Menschen hergestellt werden kann, welcher die Strategie wählt. Beobachter könnten Gründe vermuten und diese Vermutung durch Wissen über die Sozial-, Umwelt- und psychologische Struktur begründen, aber sie können diese Gründe nicht feststellen.

Die Frage, ob Werte den Bedürfnissen zugrundeliegen oder Bedürfnisse die Werte bestimmen, kann nicht beantwortet werden. Es handelt sich dabei offensichtlich um eine Henne-und-Ei-Frage. Am ehesten könnte man sagen, ein Wert ist die Zuweisung einer bestimmten Wichtigkeit zu einem Bedürfnis, einer Strategie, einer Haltung oder einer Menge dieser Elemente.

Seit Aristoteles und Buddha gibt es in der Philosophie die Feststellung, dass hinter allen Bedürfnissen ein zentrales steht: das Bedürfnis glücklich zu sein. Man kann daraus auch ableiten, dass man, wenn alle Grundbedürfnisse befriedigt sind, eben wirklich glücklich ist.

Die laufende Hinterfragung der eigenen Strategien und ihre Rückführung auf die eigentlichen Bedürfnisse werden so zu einer wirkungsvollen Methode, das eigene Glück zu steigern.

## 4 Haltungen

Der Brockhaus definiert Haltung so: „In der Ethik versteht man unter Haltung die durch Einübung in allgemein anerkannte zwischenmenschliche Verhaltensmuster gewonnene und zur Gewohnheit gewordene innere Einstellung, aus der heraus Handlungen moralisch beurteilt und ausgeführt werden.“

Für die grundsätzliche Haltung „der Welt gegenüber“ hat der Kybernetiker und Konstruktivist Heinz von Foerster die beiden Begriffe Guckloch-Haltung und Teil-der-Welt-Haltung geprägt (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Haltungen nach Heinz von Foerster



Um eine konkret bestimmte Haltung umsetzbar zu machen, bedarf es einer auf Werten basierenden Handlungsanleitung, eines Verhaltenskodex, im Englischen Code of Conduct genannt. In einem Code of Conduct werden die gemeinsamen Werte und Verhaltensregeln, die im Alltag gelebt werden sollen, festgelegt.

Der Code of Conduct ist der ethische Orientierungsrahmen, nach dem alle Entscheidungen als Individuen und als Mitglieder der Gesellschaft ausgerichtet werden. Der Code ist in den Werten und Überzeugungen der Beteiligten verankert und die Richtschnur aller ihrer Aktivitäten.

Eine klare Haltung erleichtert die Umsetzung eines Wertegebäudes, da sie sozusagen die Essenz der Liste der Werte zusammenfasst. Ein Slogan, Motto oder Leitsatz kann dabei sehr hilfreich sein.

## 5 Sozialkapital - einfach erklärt

Warum arbeitet jemand? Warum tut jemand etwas für andere? Immer ist es ein innerer Antrieb, ein Gefühl, das einen dazu bewegt - Hunger oder Geldgier, Liebe oder Ehrgeiz, Stolz oder Sorge. Bloßer Lohn und Zwang sind wirkungslos, wo Menschen so reich und so frei sind, dass sie nur das tun, was sie selber wollen. Tätigkeitsfreude, Leistungsehrgeiz und Arbeitsmoral kommen von innen. Auf ihnen beruht aller Erfolg. Und alle Hilfsbereitschaft, Zuwendung und Zusammenarbeit.

Der neue Begriff Sozialkapital bezeichnet nichts anderes als solche Kraft von innen, die Menge der sozialen Gefühle, die für das Tun zur Verfügung steht - bei einem Menschen oder in einer Gemeinschaft - für das Arbeiten und für das Kämpfen, für das Lernen wie für den Spaß. Sozial sind jene Gefühle, die sich aus der Gemeinschaft ergeben, mit Nahestehenden und Bekannten, oder aus der Verbundenheit mit einer Glaubensgemeinschaft, wie eine Nation oder Religion.

Soziale Gefühle sind nicht weniger stark als rein selbstbezogene Gefühle. Begeisterung überwindet Müdigkeit. Liebe teilt auch in der Not. Hass und blinde Wut, Fanatismus und Panik überrennen jede Vorsicht und Rücksicht.

Soziale Gefühle entstehen aus Beziehungen des Menschen zu anderen Menschen, zu Gemeinschaften oder auch zu Heimat und Symbolen. Mütter sterben für ihr Kind, Soldaten für die Fahne - so stark kann Sozialkapital sein. Ohne solche Beziehungen, und sei es nur in Gedanken und Erinnerungen, gibt es keine sozialen Gefühle.

Darum ist Sozialkapital auch das Netz der Bindungen. Die einzelne Person hat viel Sozialkapital, wenn sie ein großes Netz an Nahestehenden und Bekannten hat, mit viel gegenseitiger Gefühlswärme und Unterstützung - und wenig Kränkung, Streit und Feindschaft. Zu dem Netz gehört aber auch die Dazugehörigkeit zu Ideengemeinschaften, in denen jemand Sinn findet, die „großen Gefühle“, eins zu sein, wertvoll und geborgen in etwas „Größerem“, mit einer Orientierung in der Rätselhaftigkeit dieser Welt.

Die Stärke der guten sozialen Gefühle und die Größe des Netzes guter Beziehungen, das ist das Sozialkapital des Menschen. Eigentlich einfach: eine menschenfreundliche gefühlsstarke Person mit vielen guten Freunden und Bekannten und einer gläubigen Geborgenheit in einer friedlichen Gemeinschaft - das heißt man reiches Sozialkapital.

Nennt man solche Leute anderswo nicht einfach fromm, Guru oder Rabbi?

Ja, aber da kommt zu den sozialen Gefühlen und dem sozialen Netz noch etwas dazu, die friedliche Gemeinschaft. Auch eine Räuberbande hat Sozialkapital, aber keine Heiligen: ihre Triebkräfte sind mehr Wut und Gier als Nächstenliebe und Hilfsbereitschaft - und daran scheitern letztlich Räuberbanden und Diktaturen. Positives Sozialkapital braucht auch eine Moral. In weiterem Sinn ist das die Kultur einer Gemeinschaft. Kapital ist nicht alles. Es muss auch gut angelegt sein.

Das sind also die drei Bestandteile des Vehikels Sozialkapital: der Motor der Gefühle, das verbundene Netz der Räder, Steuerrad und Bremse der Kultur.

\* \* \*

Doch ganz so einfach ist es wiederum nicht. Die Netze unterscheiden sich auch nach der Größe.

Es gibt die kleinen Netze der engsten Freunde und Angehörigen, der Nahestehenden, die man an den Fingern abzählen kann - viel mehr an wahrer Liebe und vertrauter Freundschaft fassen wir mit diesen „starken Gefühlen“ nicht. Die Sozialkapital-Theorie nennt das die Mikro-Ebene.

Der Kreis der Bekannten, mit denen man zusammenarbeitet oder sich unterhält, Dienste und Gefälligkeiten austauscht, spielt und Spaß macht, kann viel größer sein; er bildet ein breites Netz, in dem man auch noch weiter empfohlen wird, einander weiter hilft. Das gegenseitige Vertrauen verbindet da, nicht die Liebe. Man geht da aus sich heraus, enthüllt aber nicht das Innerste, nicht die eigenen Schwächen. Ein großes Netz an „guten Beziehungen“ zu haben, mit „wichtigen“ Leuten, hilft viel und ist für eine gute Zusammenarbeit überall wichtig. Die Sozialkapital-Theorie nennt das die Meso-Ebene. Nicht so sehr wegen der mittleren Größe dieses Beziehungsnetzes zwischen Intimkreis und den Super-Gesellschaften, wie Nation oder Religion, die ja auch noch als Netz verstanden werden können. Mittelstark ist vielmehr die Gefühlsenergie solcher kollegialer, geschäftsmäßiger oder nachbarschaftlicher Beziehungen - im Vergleich zu den Leidenschaften der Liebe und der Hingabe und dem Hingerissensein zu einem Ideal oder Idol.

Sozialkapital der Makro-Ebene nennt man die „großen Gefühle“ für eine Idee, für einen Glauben, für eine geistige „Heimat“, für die Ideale und „Symbolfiguren“ einer Gemeinschaft, die weit über das Netz persönlicher Bekanntschaft hinausgeht. Um eine geliebte Person zu retten, haben sich von vielen Müttern oder Freunde geopfert. Für „Gott, Kaiser und Vaterland“ starben - und töteten - aber noch viel mehr.

Wenn man den etwas plumpen Vergleich von Sozialkapital mit einem Vehikel weitertriebt, so ließe sich sagen: Sozialkapital ist U-Boot, Auto und Flieger zugleich - ein Amphibienvogel. Mikro taucht es langsam in die Meerestiefen der Liebe, meso rollt es hurtig auf den Straßen des Alltags dahin, makro steigt es auf in die Sturmhöhen und Sonnengluten der Ideale. Klar, dass man mit einem solchen Vehikel überall hinkommt. Aber nicht ohne Gefahren.

\* \* \*

Wofür ist nun dieser komplizierte Apparat aus vernetzten Gefühlen in gemeinsamen Kulturen, in einem Kasten mit drei Etagen völlig verschiedener Leidenschaften, überhaupt gut? Welche Wirkungen gehen von diesem gigantischen Bündel an Energien aus, das in solchen Netzen sitzt und einzelnen Menschen wie jeder Art von Gemeinschaft zur Verfügung steht - oder fehlt? Einfach erklärt, genügen drei Sätze.

Jeder Mensch braucht Liebe, Gemeinschaft, Lebenssinn - als Kraftquelle zu Glück und Gesundheit.

Jede Gemeinschaft ist umso erfolgreicher, je besser ihre Mitglieder zusammenarbeiten und zusammenhalten - und je glücklicher und gesünder alle zu ihr Gehörigen sind.

Jede Gesellschaft verdankt ihren Aufstieg und ihr Gedeihen der Kultur ihrer Menschen und Gemeinschaften, aller zusammen.

Seit Anbeginn der Zivilisation hat man sich um diese Kräfte der Gemeinschaft bemüht, in Religion und Politik, Kultur und Wirtschaft. Die drei Wirkungen Wohl, Erfolg und Gemeinwohl wurden immer versprochen, angestrebt, beschworen. Mit wechselndem Erfolg und nur zu oft mit katastrophalen Folgen durch Zwist, Krieg, Seuchen, Pleiten und Konkurs.

Zwei Fehlern gibt die Sozialkapital-Theorie Schuld an dem immer wiederkehrenden Versagen: der Feindschaft gegen die „anderen“ und der Selbsttäuschung über die „eigene“ soziale Kraft.

Die Sozialkapital-Theorie besagt: die sozialen Netze sind auch miteinander verknüpft, soweit es Berührung gibt. Jede Gemeinschaft gehört wiederum größeren „Dach-Gemeinschaften“, „Glau-

bensgemeinschaften“ an - und diese Verknüpfung reicht vom Dorf bis zur Nation, vom Sparverein bis zur Partei, vom Familienbetrieb bis zum Weltkonzern. Solche „Verschachtelung“ der Kleinen in den Großen enthält Sprengstoff, wenn es an sozialer Bindungskraft fehlt. Diese notwendige vermittelnde, einigende Verbindung zwischen Unten und Oben heißt in der Politik Demokratie, in der Wirtschaft Sozialpartnerschaft, in der Sozialkapital-Theorie „Linking“.

Jede Gemeinschaft hat Nachbarn, Kunden, Konkurrenten, eben „andere“ neben sich. Und die Berührungen zwischen diesen „anderen“ sind geladen mit Gefühlen, freundlichen und feindlichen. Die Sozialkapital-Theorie macht klar, wie unvermeidlich das Miteinander dieser „anderen“ in der „Ganzheit“ ist, die heute mehr und mehr die ganze Menschheit und ihren Planeten Erde einschließt. Feindschaft und Angst-Wut sind da hoch explosiv. Und Explosionen lassen sich nicht steuern. Die Nutzung von Sozialkapital zum Miteinander-Verbinden von sozialen Netzen, Gemeinschaften und Gesellschaften heißt in der Fachsprache „Bridging“, der Brückenschlag.

Neu ist das nicht. Die Moral aller Gesellschaften predigt Nächstenliebe und Friedlichkeit. Die Kulturen widersprechen dem aber, wenn sie die „eigenen“ zum Wettbewerb und Kampf gegen die „anderen“ sammeln und alles Gemeinschaftsgefühl und den Nutzen von Gemeinschaft egoistisch nur für sich selbst haben wollen. Bei Geld und Macht geht das: was die Stärkeren den Schwächeren abnehmen, macht Sieger reicher und mächtiger, die Verlierer ärmer und ohnmächtig. Doch Gefühlsenergie folgt anderen Gesetzen. Vertrauen und Freundschaft gewinnt man, indem man Vertrauen und Freundschaft bietet - nicht, wenn man sie von anderen nur fordert und ausnützt. Sieger ernten Hass, Machthaber Rebellion. Wer hingegen Sympathie schenkt, erhält Zuneigung.

\* \* \*

Die Sozialkapital-Forschung ist neue Wissenschaft. Sie bietet die unvoreingenommene Messung des Sozialkapitals einzelner Personen und ganzer Gemeinschaften. Zwei Methoden taugen dafür: die Statistik der Begleiterscheinungen von Sozialkapital und das persönliche Bekenntnis des eigenen Sozialkapitals.

Die Statistik kann auf die Buchhaltung der modernen Gesellschaft zurückgreifen: Mitgliederzahlen, Wahlbeteiligung, Ehescheidungen, Kriminalität, Spendenaufkommen, Kirchgang, Krankenzustände, Ehrenämter. Die Zahlen spiegeln Sozialkapital, sind es aber nicht.

Einen direkten Zugang bietet die Umfrageforschung mit ihren sprachlich ausgefeilten und erprobten Tests. Die ureigenen Gefühle kennt man bei ehrlichem Überlegen recht gut, wer persönliche Freunde oder Feinde sind, weiß jeder, was begeistert oder ärgert, ist unschwer zu nennen. Mit wenigen sorgfältig formulierten, allgemein verständlichen Fragen lassen sich die drei Gefühlsebenen von Sozialkapital und die Einbindung in die wichtigsten Netze erfassen, wenigstens in groben Zahlen über den Umfang der Vernetzung und die Stärke und Häufigkeit der damit verbundenen eigenen Gefühle.

Misst man das in einer Gemeinschaft bei allen oder den meisten der Mitglieder, so ergibt sich ein Bild der gegenseitigen Verbundenheit. Aus dem Sozialkapital der Einzelnen lässt sich der gegenseitige Zusammenhalt und Konflikt im ganzen Netz errechnen - also das Sozialkapital der Gemeinschaft.

Bedingung ist, dass die Befragten ihr Intimes auch ehrlich kundtun. Das ist nur durch eine Art von Befragung zu erreichen, bei der die befragte Person für sich allein, ohne Gegenüber, und mit der Sicherheit, dass ihre Antworten anonym und geheim bleiben, interessiert und nachdenklich ihr Inneres erforscht. Am besten gelingt das mit schriftlichen oder computergestützten (On-Line) Befragungen, deren Datenschutz geglaubt wird.

Und wenn man in vielen Netzen einer Gesellschaft das Sozialkapital warm erhält - gleich weit entfernt von Eisigkeit und Siedehitze -, dann wird es auch in der gesamten Gesellschaft gemächlich bleiben. Regelmäßige beobachtende Messungen sind das Instrument dafür. Die Sozialkapital-Theorie nennt das „action research“ oder „biotisches Experiment“, das wissenschaftliche

Sammeln und Beobachten von praktischen Erfahrungen in vielen Gemeinschaften, die sich um Sozialkapital bemühen.

Diese Art von Wissenschaft ist eng verbunden mit dem, was sich in der Politik unter den Namen „Demokratie“ und „Mitbestimmung“ entwickelt und in anderen Bereichen den „mündigen Patienten“, den „nachhaltigen Konsum“ oder die „Corporate Social Responsibility“ zum Ziel hat. Jeder Mensch, nicht nur das Management von Gemeinschaften soll sich um Sozialkapital sorgen und in Aktionen zur Rettung oder zum Gewinn von Sozialkapital engagieren.

\* \* \*

Wie bewahrt und steigert man dieses Gold an Liebe, Freundschaft und Kameradschaft, guten Beziehungen, Begeisterung und Lebens-Sinn? Leicht ist das nicht. Geborgenheit ist die erste Voraussetzung - und diese womöglich schon vor der Geburt. Prägende Erlebnisse von Gemeinschaft stempeln Bindungen fürs Leben ein - und das am stärksten schon in der Kindheit. Dabei sein und mittun baut allmählich Gemeinschaft auf. Soziale Kompetenz und menschliche Reife ermöglichen erst das bewusste Knüpfen von Beziehungsnetzen. Alles hat sein eigenes Tempo. Endlösungen und Blitzsiege gibt es schon gar nicht im Ringen um Sozialkapital.

Doch eine große Regel, die gleichzeitig uralte Weisheit ist, gilt für Sozialkapital. In komplizierten Netzen, wo vieles mit vielem zusammenhängt, gibt es immer die Selbstverstärkung einerseits der positiven, andererseits der negativen Wirkungen, ein Aufschaukeln im Kreislauf, in sogenannten „Feedback-Schleifen“. Den Wettlauf gewinnt schließlich der schneller wachsende Kräfte-Zirkel. Wegen der übermenschlichen Kraft solcher Wirbelstürme, die sich aus kleinen Wirkungen zusammenballen, hat man solche wundersame Konjunkturen auch „Engelskreise“ und „Teufelskreise“ getauft.

Der überirdische Eindruck solcher Glücksserien oder Pechstrahlen entsteht, weil sich eine in ihren einzelnen Wirkungen sehr schwache, aber „rückgekoppelte“ Kettenreaktion von selbst steigert und dann, wenn die Wirkung schon groß geworden ist, kaum mehr aufzuhalten und zu steuern ist. Um Engelskreise zu nutzen und Teufelskreise zu vermeiden, gibt es nur ein gutes Mittel: die Vorgänge rechtzeitig zu erkennen, wenn sie noch zu lenken oder aufzuhalten sind. Und dazu kann die Sozialkapital-Messung helfen.

\* \* \*

Die Sozialkapital-Forschung ist sehr jung, ein Kind unseres Jahrtausends. Es gibt erst ein Dutzend Bücher darüber, einige hundert Publikationen, keine Professuren oder gar einen ganzen Fachbereich. Mit den Tests wird erst experimentiert. Und die Wissenschaftspolitik zögert noch, dafür Mittel flüssig zu machen. Es sind eher clevere Praktiker, die nach der neuen Technik und Theorie greifen. Aber aus allen Gebieten, in der Wirtschaft ebenso wie bei den karitativen Vereinen, in der Verwaltung wie bei Pfarrgemeinden.

Doch wenn die Sozialkapital-Wissenschaft noch ein Zwerg ist, so steht sie schon auf den Schultern von Riesen. Sie baut auf dem Wissensstand hoch entwickelter Fächer auf, bezieht Theorien und Techniken aus Neurologie und Psychologie, aus Soziologie und Ökonomie, aus Geschichte und Politologie, aus Pädagogik und Systemtheorie, aus Umfrageforschung und Gruppendynamik.

Es ist nicht einmal sicher, dass der vielfach missverstandene und umstrittene Name dieses sozialen Kräftefelds in der Spannung zwischen den politischen Kampfworten Sozialismus und Kapitalismus sich durchsetzen wird. Man könnte Sozialkapital auch anders nennen. Doch die Erkenntnis und das Bewusstsein für die Ganzheit der sozialen Kräfte und die Verwendung von einheitlichen Tests und Mess-Latten, um die explosiven sozialen Energien bändigen zu können, wird bleiben - ebenso wie das Bewusstsein für die Bedrohungen und Chancen im ökologischen Kräftefeld der Natur.