



ARBEITSSTELLE AKTIVE BÜRGERCHAFT
INSTITUT FÜR POLITIKWISSENSCHAFT
WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT MÜNSTER

Annette Zimmer

Service Clubs heute -
Tradition und
Perspektiven

Münsteraner Diskussionspapiere zum Nonprofit-Sektor – Nr. 18
Januar 2002

Vortrag anlässlich des Neujahrsempfang 2002 des Zonta Club Lippstadt Area im Schloss Erwitte

„Service Clubs heute – Tradition und Perspektiven“

Service-Clubs kommen in der aktuellen Diskussion zu Bürgerengagement und ehrenamtlicher Tätigkeit kaum vor, obgleich die Clubs sich gerade in Deutschland nach wie vor auf Wachstumskurs befinden und ihre Mitgliedschaft in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen ist. Im folgenden möchte ich dazu beitragen, die Service-Clubs aus ihrem „Schattendasein“ im Kontext der Ehrenamtsdebatte herauszuführen und eine Verbindung zwischen der aktuellen Diskussion in den Sozialwissenschaften zum Konzept des Sozialen Kapitals und dem Ideenhorizont der Service-Clubs herzustellen.

Meine Ausführungen stelle ich unter drei Leitmotive, und zwar:

1. Jede Menge Kohle: Vom Nutzen des sozialen Kapitals!
2. Kurz nach der Wende zum 20. Jahrhundert: Wie alles begann!
3. Problemlösung im Netzwerk: Die Aufgabe der Service Clubs heute

1 Jede Menge Kohle: Vom Nutzen des sozialen Kapitals!

Wenn ich so in die Runde blicke, sehe ich in der Tat eine kapitalstarke Versammlung. Vermutlich denken sie jetzt an die letzten Börsennotierungen, an Immobilienfonds und Rentenanleihen. Weit gefehlt – das Kapital, das ich ansprechen möchte, ist ein ganz anderes: Es ist das soziale Kapital, das hier und heute in diesem Raum versammelt ist und das nicht nur diese wunderbare Feier, sondern auch in der Folge, im Laufe des neuen Jahres viele Events und gemeinsame Veranstaltungen möglich machen wird. Der Erfinder der Begriffsschöpfung „Soziales Kapital“ ist der amerikanische Verwaltungswissen-

schaftler Robert Putnam. Putnam lehrt an der Harvard University im wunderschönen Neuengland. Mit Sozialkapital hat er einen Sachverhalt auf den Begriff gebracht, der für das Funktionieren von Wirtschaft, Gesellschaft und Demokratie von zentraler Bedeutung ist. Wie ist Putnam darauf gekommen, das Soziale mit dem Wirtschaftlichen zu verbinden? In den 70er und 80er Jahren ging er der Frage nach, wieso brummt in Norditalien die Wirtschaft, die Züge fahren einigermaßen pünktlich und der Behördenapparat hält sich in Grenzen, während in Süditalien das Chaos tobt, sämtliche Subventionen im Dickicht des Behörden versickern, die Wirtschaft nicht in Schwung und der Einzelne nicht voran kommt? Wie ist das zu erklären? Warum floriert ein großer Teil des Landes nachhaltig, während ein anderer trotz Unterstützungsleistungen und vieler Anstrengungen vor sich hindümpelt. Die Lösung des Rätsels fand Putnam in der Existenz bzw. in dem Nichtvorhandensein von „Sozialem Kapital“. Während im Norden Italiens, so Putnam, Soziales Kapital in hohem Maße vorhanden ist, zeichnet sich der Süden durch einen Mangel an Sozialkapital aus.

Was ist das nun für eine wundervolle Ressource, die die Wirtschaft in Schwung bringt und das Leben jedes Einzelnen vergnüglich und ertragreich gestaltet? Putnam definiert Soziales Kapital als „Kapital des Vertrauens“. Die Grundidee des Sozialkapitals besteht darin, „dass Familie, Freunde und Bekannte einer Person einen wichtigen Wert darstellen“, (Putnam 2001: 19), der sich insgesamt positiv auswirkt, und zwar sowohl für den Einzelnen als auch für die Gemeinschaft. Die florierende Wirtschaft und die einigermaßen funktionierende Verwaltung im Norden Italiens ist nach Putnam das Ergebnis der sozialen Netzwerke dieser Region, der Vielzahl von freiwilligen Vereinigungen, Vereinen und Clubs – also solcher Initiativen und Gruppen, denen wir als Mitglieder von Zonta, den Rotarierinnen oder auch anderen Clubs angehören.

In diesen Vereinigungen, so Putnam, bildet man Vertrauen aus. Man entwickelt sich zu einem guten Nachbarn und Bürger, aber auch zu einem vertrauenswürdigen und verlässlichen Wirtschaftspartner. Die Vertrauensbildung ist eben nicht auf den privaten Bereich beschränkt, sondern es handelt es um ein generalisiertes Vertrauen, das sich auf alle Bereiche des Lebens – auf Beruf, Familie, Ehe, Partnerschaft, Wirtschaft – erstreckt. Da man sich auf sein Gegenüber verlassen kann, da man ihm oder ihr vertrauen kann, kann man auf Kontrolle verzichten und spart insofern in hohem Maße Kosten. Alles was man anpackt und gemeinsam unternimmt, sei es der Start eines neuen Unternehmens oder der Beginn einer Lebensgemeinschaft oder auch nur die Ausrichtung einer Veranstaltung, wie eben dieser Neujahrsempfang, wird zügig angepackt und mit hoher Effizienz gemeistert.

Unter dem Leitmotiv „Gemeinsam ins Neue Jahr 2002“ hat der Zonta Club Lippstadt zu diesem Empfang eingeladen. Es sind Mitglieder ganz unterschiedlicher Service-Clubs heute in diesem Raum zusammen. Ohne jede Zweifel der Kollege Putnam aus Harvard, hätte an unserer heutigen Zusammenkunft seine helle Freude. Was wir hier gemeinsam akkumulieren ist in der Tat Sozialkapital pur. Dass Sozialkapital eben nicht nur für die Gemeinschaft von Nutzen ist, sondern sich gerade für jeden Einzelnen von uns in hohem Maße auszahlt, dieser Idee sind die Service-Clubs im besonderem Maße verpflichtet. Ja, man kann durchaus behaupten, dass dieser Kombi-Pack von individuellem wirtschaftlichen Nutzen und positiven Effekten für das gesamte Gemeinwesen der Gründung der Service-Clubs zugrunde liegt. Service-Clubs unterscheiden sich nämlich von klassischen gemeinnützigen Vereinigungen dadurch, dass Gründung und Mitgliedschaft egoistischen Überlegungen zugrunde liegen. Bevor ich jedoch auf diese Kombination von Eigennutz und Gemeinnutzen, wie sie für Service-Clubs typisch ist, näher eingehe, möchte ich Sie wenigstens mit einigen der wunderbaren Eigenschaften des Sozialkapitals als besondere Form des Kapitals vertraut machen. Die Überlegungen zum Sozialkapital als spezifische Kapitalart stammen von meinem Kollegen Claus Offe, der an Humboldt-Universität in Berlin lehrt. Er hat als erster darauf hingewiesen, dass sich der Einsatz von Sozialkapital im Unterschied zu allen anderen Kapitalarten direkt, d.h. ohne zeitliche Verzögerung, auszahlt. Ich glaube, dies können wir heute nachhaltig bestätigen. Auch ist die Investition in Sozialkapital ohne jedes Risiko. Man gewinnt immer, und zwar als Einzelperson wie als Gruppe. Denn Sozialkapital wird im Gegensatz zu allen anderen Kapitalarten bei Gebrauch nicht weniger, sondern vermehrt sich kontinuierlich und sofort, und zwar da Vertrauen und verlässliches Verhalten im Netzwerk sozialer Kontakte direkt zu Kapitalwachstum führt. Schließlich ist Sozialkapital auch noch umsonst zu haben. Anders als „normales Kapital“ muss man Sozialkapital nicht am Markt aufnehmen und dafür Zinsen zahlen, sondern es steht als Ressource zinslos und damit praktisch umsonst zur Verfügung. Und man kann schließlich auch per Definition keine Fehlinvestitionen tätigen, da Vertrauen, Verlässlichkeit und Gegenseitigkeit im sozialen Netzwerk immer einen Gewinn darstellen.

Diese besonderen Eigenschaften des Sozialkapitals hat zu Beginn des letzten Jahrhunderts, genau im Jahr 1905, der Rechtsanwalt Paul Harris für sich entdeckt. In dem betreffenden Jahr hat er nämlich den Rotary Service-Club in Chicago gegründet. Womit ich bei meinem zweiten Punkt wäre, nämlich wie alles begann:

2 Kurz nach der Wende zum 20. Jahrhundert: Zu den Anfängen der Service-Clubs und ihres Ideenhorizontes

Im Jahr 1899 eröffnete der junge Rechtsanwalt Paul Harris in Chicago, der absoluten Boomtown des damaligen Amerika seine Anwaltskanzlei. An sich hatte er geglaubt, dass er mit einem guten Examen in der Tasche und respektablen Reiseerfahrungen relativ leicht Kontakt zur Geschäftselite Chicagos finden und sein Business zügig vorankommen würde. Leider war dem nicht so. Wie viele junge Kollegen kam Harris in der Metropole Chicago zunächst nicht besonders gut zurecht. Vor allem tat er sich schwer, die richtigen Kontakte zu knüpfen und ertragreiche Geschäftsverbindungen zu etablieren. Bereits ziemlich frustriert und entnervt hatte Harris schließlich doch noch eine zündende Idee: 1905 lud er ihm bekannte Anwaltskollegen sowie kleinere Geschäftsleute, meist Zugezogene aus small Communities, in seine Kanzlei zu einem Geschäftsessen ein. Der Gedanke, der hinter diesem Meeting steckte, war simpel: Wenn man als Newcomer keinen Draht zum Big Business bekommt, so macht man seine Geschäfte eben unter sich. Die Zusammenkunft und das Geschäftsessen dienten der Etablierung einer überschaubaren Business-Community in dem unübersichtlichen und anonymen Chicago. Befriedigt wurde sowohl das Bedürfnis nach sozialem Austausch als auch die Notwendigkeit, Geschäftskontakte zu etablieren. Paul Harris versuchte, mit seiner Initiative etwas von dem traditionellen Amerika in die Großstadt Chicago hinüberzuretten, gleichzeitig war er aber auch in hohem Maße zeitgemäß und akzeptierte voll das Effizienzdenken der Moderne. Harris Idee traf auf eine erstaunliche Resonanz. Bereits nach wenigen Jahren umfasste der von ihm gegründete Club über 100 Mitglieder, die miteinander sowohl in sozialen Bezügen wie auch in Geschäftsbeziehungen standen. Der heute so bekannte Namen „Rotary Club“ wurde abgeleitet von der Tatsache, dass die Treffen bzw. die Geschäftsessen rotierten und in einer jeweils anderen Kanzlei bzw. in einem anderen Büro stattfanden. Allerdings kam auch schon frühzeitig Kritik an der allzu einseitigen Orientierung des Clubs an den Geschäftsinteressen der Mitglieder auf. Nur zusammenzukommen, um dem schnöden Mammon zu frönen, dies lag nicht in der protestantischen Tradition und war nicht zu vereinbaren mit dem Ethos und dem beruflich/professionellen Image der neuen Mittelklasse Amerikas. Die Betonung der Geschäftsbeziehung wurde daher alsbald fallengelassen und durch eine explizite, am Gemeinwohl ausgerichtete Service-Orientierung ersetzt. Mit dieser Veränderung der Charta von 1911 begann die Erfolgsstory der amerikanischen Service-Clubs, die vor allem in den 20er Jahren zu einer wichtigen Größe im gesellschaftlichen Lebens der USA wurden. Wie wir alle wissen, diente der „Rotary Club“ als Modell einer ganzen Reihe von Service-Club-

Gründungen. Die 1915 gegründeten „Kiwanis“ sind hier ebenso zu nennen, wie die 1917 entstandenen „Lions“, natürlich der Zonta-Club, oder auch die Soroptimist. Allein in den frühen 20er Jahren entstanden in den USA mehr als zwanzig überregional und zum Teil auch international tätige Service-Clubs. Die Service-Clubs entstanden nicht „out of the blue“, vielmehr gab es eine ganze Reihe von Vorläufer-Organisationen, die einen gemeinnützigen Charakter hatten und der Vertiefung und Verstetigung sozialer Kontakte innerhalb einer Community dienten. An erster Stelle sind hier die sog. Bruderschaften, wie etwa die „Loyal Order of Moose“, die „Knights of Phytias“ oder die „Noble Woodmen“ zu nennen. Es handelte sich hierbei zum Teil um „Kulturimporte“ aus Europa. Die amerikanischen Logen und Bruderschaften agierten ganz ähnlich wie ihre europäischen Counterparts mit viel Pomp, Brimborium und Geheimnistuerei. Ein ganz wichtiger Schritt in Richtung der modernen Service-Clubs wurde durch die Frauenorganisationen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in den USA geleistet. Im Unterschied zu Europa waren die amerikanischen Frauenvereinigungen damals sehr stark dem Gedanken der Selbstorganisation und auch Selbsthilfe verpflichtet. Mit Hilfe von Frauenclubs versuchten Amerikanerinnen sehr frühzeitig, die enge häusliche Sphäre zu verlassen und eine öffentliche Rolle bzw. eine Rolle in ihrer Community zu spielen. Da es den Frauen damals nicht möglich war, im puren Eigeninteresse öffentlich aktiv zu werden, diente die gemeinnützige Orientierung, der Dienst an der Community - also Service - als Legitimation des öffentlichen Engagements. Es waren auch die Frauenorganisationen, die die Vereinstümelei, die Rituale und das hinterwäldlerische Brimborium der Bruderschaften strikt ablehnten und eine vorrangig an Effizienzkriterien und am demokratisch-parlamentarischen Verfahren orientierte, also eine moderne Club-Kultur, einführten. Schließlich möchte ich nicht versäumen, darauf hinzuweisen, dass diese frühen Frauenorganisationen in einem hohem Maße politisch engagiert und darüber hinaus äußerst erfolgreich in der Erreichung ihrer politischen Zielsetzung waren. Es waren die Frauenorganisationen, die in Form moderner Interessengruppenpolitik einen maßgeblichen Einfluss auf die frühe Sozialgesetzgebung in den USA nahmen und beispielsweise das Verbot bzw. die Einschränkung von Kinderarbeit in verschiedenen Staaten erreichten.

Einen politischen Aktivismus dieser Art haben die Männer-Clubs nie an den Tag gelegt. Auch haben sie sich in der Folge, zunehmend an konservativen Werten orientiert und dabei ihre ursprüngliche Zielsetzung, nämlich sozialen Zusammenhalt gerade durch die Integration und Akzeptanz neuer Gruppen und auch verschiedener Ethnien zu fördern, häufig, wenn nicht gänzlich aus den Augen verloren. Trotz dieser Kritik ist den „women exklusive“ Service-Clubs, insbesondere den Rotariern und Lions zu Gute zu halten, dass sie die Service-Orientierung, und zwar als spezifische Verbindung von wirtschaftlichem

Erfolg, sozialem Zusammenhalt und Gemeinwohlorientierung, als Leitmotiv entwickelt haben.

Die Service-Clubs sind eine sehr amerikanische Erfindung. Wir in Europa haben zu jener Zeit Wohltätigkeitsvereine gegründet, die auch heute noch bestehen und sich zu den national wie international tätigen Wohlfahrtsverbänden, angefangen bei der Caritas bis hin zum Paritätischen Wohlfahrtsverband, weiterentwickelt haben. Von der Zielsetzung, das lokale Wirtschaftsgeschehen zu unterstützen, sind vielleicht noch die Handelskammern und Innungen mit dem amerikanischen Modell der Service-Clubs vergleichbar. Doch der große Unterschied besteht in der Staatsferne der amerikanischen Organisationen. Es ist die Gesellschaft und allen voran die lokale Business-Community, die sich zu Service-Clubs zusammenschließt. Und sie tut dies gerade in Abgrenzung zum Big Gouvernement, also als lokale Gegenbewegung gegenüber einem Zuviel an Staatlichkeit.

Die Idee der Service-Clubs wurde in den 20er Jahren in den USA in hohem Maße von der politisch-gesellschaftlichen Richtung des Progressivismus geprägt. Einer der berühmtesten Vertreter dieser Richtung war Herbert Hoover, der als Leitlinien seiner Politik Chancengleichheit, kooperative Wirtschaftsbeziehungen und soziale Verantwortung nannte. Dem Gedanken der Service-Clubs lag damals eine spezifische Wirtschaftsauffassung zugrunde, die ein absolutes Plädoyer für die Marktwirtschaft und damit für „free enterprise“ mit sozialer Verantwortung verband und insofern für „civic responsibility“ eintrat. Wichtig ist hierbei, dass die soziale Verantwortung nicht an den Staat delegiert und damit in den Bereich der Sozialpolitik überführt wurde, sondern in das Wirtschaftsgeschehen mithineingenommen wurde. Auch ging man nicht davon aus, dass der Staat die Marktwirtschaft sozial abfedern und ordnungspolitisch aktiv werden sollte, sondern dies war nach Auffassung der Progressivisten im gesellschaftlichen Bereich, also über Assoziationen und damit über Clubs zu leisten.

Das Credo der Rotarier in den zwanziger Jahre, nämlich ihr Motto „He profits most who serves best“ (Charles 1993: 37) (Derjenige holt am meisten raus, der sich am stärksten für die Gemeinschaft einsetzt), ist genau in diesem Sinne zu verstehen.

Die Service-Clubs basierten ursprünglich auf der Idee einer sozial verantworteten sowie einer in hohem Maße verhandelten Marktwirtschaft. Die Ideengeber propagierten in gewisser Weise einen auf Individualismus gestützten sozial verantworteten Kurs, wonach „industry is not primarily for profit but for service“. In der aktiven Umsetzung bedeutete dies, dass sich die Service Clubs in Kooperation mit den Chamber of Commerce vor Ort für die Förderung des lokalen Wirtschaftslebens, für die Verbesserung der Infrastruktur

sowie für eine Vielzahl von Programmen im sozialen Bereich einsetzen. Gleichzeitig versuchten die Service Clubs, diese Ideen auch nach innen zu stabilisieren und eine spezifische Wirtschaftsgesinnung zu festigen, die Gemeinschaftssinn und Wirtschaftsethik verbindet. Es ist nachgewiesen, dass die Service-Clubs an der Ausarbeitung und Festlegung der Terms of Conduct – der wirtschaftlichen Verhaltensregeln bei einer ganzen Reihe von Branchen aktiv mitgewirkt haben. Kurzum: Den Service-Clubs liegt die Idee einer sozial-engagierten, ja einer sozial verantworteten Marktwirtschaft zugrunde. Die Funktionsweise der Service-Clubs basiert auf Kooperation, auf geteilten Werten und insbesondere auf Vertrauen. Gerade ihre Entstehungsgeschichte, die Initiative des jungen Anwalts Paul Harris in Chicago, sich mit anderen zusammenzutun, um zunächst Kontakte zu etablieren aber in der Folge auch um das soziale Klima in der Community zu verbessern, zeigen deutlich die Nähe zu den Überlegungen bzw. zur Theorie des „Sozialen Kapitals“ von Robert Putnam.

Nicht von ungefähr, wird die Sozialkapitaltheorie aktuell in den Sozialwissenschaften, in den Medien und in der Politik stark diskutiert. Ähnlich wie im Übergang vom 19. zum 20. Jahrhundert befinden wir uns derzeit in einer Übergangszeit, die durch einen massiven Wandel von Staat, Gesellschaft und insbesondere Wirtschaft geprägt ist. Als die Service-Clubs in den USA entstanden, vollzog sich dort ein massiver Wandel des Wirtschaftsgeschehens. Die Bedeutung der lokalen Business Communities in den kleinen Orten Amerikas ging massiv zurück und wurde zunehmend verdrängt durch Big Business, das für Massenmärkte produzierte. Es war jene Zeit in der die Supervermögen der Rockefellers und Carnegies entstanden. Vor diesem Hintergrund boten die Service-Clubs mit ihrer Idee einer sozial-verpflichteten Marktwirtschaft eine echte Alternative zum damaligen Turbo-Kapitalismus. Attraktiv waren sie insbesondere für den Mittelstand: die American Middle Class. Ihr wurde ein Weg offeriert, traditionelle Werte bzw. eine gemeinschaftliche Orientierung mit ökonomischen Effizienzdenken und wirtschaftlichem Erfolgsstreben zu verbinden.

Und jeder von uns, der für längere Zeit in den USA war und dort gelebt und gearbeitet hat, weiß, dass die Mentalität des Big Business in der Tat nur eine Seite Amerikas darstellt. Nach wie vor spielen die „local communities“ eine große Rolle. Geprägt wird das Leben dort durch eine Vielfalt von freiwilligen Vereinigungen, Vereinen und Clubs, die alle einer spezifischen Service-Orientierung, die Individualismus und Effizienzdenken mit sozialen Engagement verbindet, verpflichtet sind. Allerdings gibt es seit längerer Zeit auch mahnende Stimmen, die sich Sorgen machen, um die Stabilität einer Ordnung,

die auf Community aufbaut und durch eine Verbindung von Individualismus und sozialer Orientierung geprägt ist.

Der gleiche Robert Putnam, der die Bedeutung des Sozialkapitals für wirtschaftliches Vorankommen am Beispiels Italiens aufgezeigt hat, wies für die USA nach, dass seine Landsleute für diese wertvolle Ressource Sozialkapital immer weniger tun. Die Mitgliederzahlen der Service-Clubs in den USA stagnieren oder sind an einigen Stellen sogar rückläufig. Generell ist die Mitgliedschaft der Service-Clubs in den USA stark überaltert. An vielen Orten ist man nicht mehr bereit, sich neuen Themen zu stellen. Auch weigert man sich, anzuerkennen, dass die Zusammensetzung der lokalen Business Community sich stark verändert hat, und die lokale Geschäftswelt durch einen Mix der Kulturen, angefangen bei den Hispanics bis hin zu den Asiaten, geprägt wird. Erstarrt in Ritualen und einem Bürokratismus, den man einst heftig kritisiert hat, gleichen die Service-Clubs in manchen Gegenden der Vereinigten Staaten inzwischen Fossilien aus einer vergangenen Zeit.

Meine Damen und Herren, liebe Zontians,

mit diesen kritischen Bemerkungen, mit denen ich auf keinen Fall schließen möchte, komme ich zu meinem letzten Punkt:

3 Problemlösung im Netzwerk: Die Aufgabe der Service Clubs heute

Die negative, stark rückwärtsgewandte Orientierung, wie man sie in manchen amerikanischen Service-Club antrifft, findet zum Glück keine Entsprechung in Deutschland. Im Gegenteil, die Service-Clubs sind hier nach wie vor noch auf dem Vormarsch. Im letzten Jahr wurde mit starker Medienresonanz den Zonta-Club Münster gegründet und eine tolle Charterfeier organisiert. Auch der heutige Empfang im Schloss Erwitte gibt ein beredetes Zeugnis davon, wie aktiv die Service-Clubs in diesem Land sind.

Gleichwohl könnten Service-Clubs eine wesentlich aktivere Rolle in unserem gesellschaftlichen Leben spielen. Welches sind die Herausforderungen, mit denen Service-Clubs heute konfrontiert sind? Und welches gesellschaftliche Leitbild sollte von ihnen vertreten werden? Wir sind inzwischen Bürger und Bürgerinnen des 21. Jahrhunderts. Ähnlich wie zu Zeiten von Paul Harris durchleben wir eine turbulente Phase der gesell-

schaftlichen, politischen und gerade auch ökonomischen Entwicklung. Das klassische politische Gemeinwesen – der Nationalstaat – verliert zunehmend an Bedeutung. Auch im individuellen Bereich unserer Lebenswelt sind wir mit massiven Veränderungen konfrontiert. Die Soziologen sprechen in diesem Zusammenhang von diversen Mobilitäten, darunter nicht nur der Berufs-, sondern auch die Ehemobilität. Wir leben in Zeiten, in denen sich unsere Lebensbedingungen rasant verändern. Im Besonderen gilt dies für die Wirtschaft. Kein Phänomen der letzten Jahre wurde in Wissenschaft, Politik und allgemeiner Öffentlichkeit so heftig und kontrovers diskutiert wie die Globalisierung der Wirtschaft. Vor diesem Hintergrund der Globalisierung und Internationalisierung könnte der Service-Idee eine zentralere Bedeutung zukommen. Ähnlich wie vor gut 100 Jahren bieten die Service-Clubs mit ihrer lokalen Verankerung, ihrer Gemeinschaftsbindung und insbesondere ihrer Kompetenz in wirtschaftlichen Belangen vor Ort eine wichtige Ressource für ein sozial abgefedertes Management des gesellschaftlichen Wandels. Es stimmt nämlich nicht, dass in Folge von Globalisierung und Internationalisierung alle nationalen und insbesondere regionalen Unterschiede nivelliert werden, dass traditionsgebundene Werte gänzlich verloren gehen, und dass eine konsumorientierte Massenkultur einfach alles platt macht und zu einer generellen Vereinheitlichung führt. Das Gegenteil ist zum Glück der Fall: Regionale Unterschiede werden wiederentdeckt. Lokale Mundarten und Dialekte gewinnen wieder an Bedeutung und auch Akzeptanz. Lokalkolorit dient zunehmend der individuellen Identifikation. An vorderster Front von Innovation und Modernisierung steht längst nicht mehr die Massenproduktion, sondern vielmehr kleinere und mittlere Betriebe, die sich durch Kompetenz und insbesondere individuelles Unternehmertum auszeichnen. Vor allem in der Kombination von lokaler Bindung, wirtschaftlicher Kompetenz und Innovationsbereitschaft im Netzwerk liegt die große Chance der Service-Clubs heute. Diese Chance sollten die Clubs nutzen und die hier gebündelte Expertise von wirtschaftlichem, wissenschaftlichem und sozialem Know-How im Dienst ihrer Kommunen und Gemeinden einsetzen.

Denn das größte Reformhindernis in unserem Land besteht in einem kleinteiligen Ressortdenken. Problemlösungen, wie sie unsere modernen vernetzten Strukturen, die Wirtschaft und Gesellschaft eng miteinander verbinden, erfordern, scheitern in der Regel daran, dass man nicht miteinander spricht, die Denkweise des Gegenüber nicht akzeptiert und noch schlimmer von einer gemeinsamen Lösung eine Gefährdung der eigenen Position, z.B. als Interessenvertreter oder Politiker, befürchtet.

Die Service-Clubs bieten hier eine einmalige Chance des bereichsübergreifenden Diskurses im Dienst der praktischen Konsensfindung, die punktgenau auf die Bedarfe der

betreffenden Region, der Gemeinde, der Stadt oder des Kreises bezogen ist. Insofern möchte ich schließen mit dem Leitmotiv der Service-Idee und der Sozialkapital-Theorie:

He or she profits most who serves best!

Man holt das Meiste raus, wenn man sich gemeinschaftlich engagiert.

4 Literatur:

Charles, Jeffrey A., 1993: Service Clubs in American Society, Chicago/Urbana: University of Illinois Press

Offe, Claus, 1999: „Sozialkapital“. Begriffliche Probleme und Wirkungsweise, in: Kistler, Ernst et al. (Hrsg.): Perspektiven gesellschaftlichen Zusammenhalts, Berlin: sigma, S. 113-120

Putnam, Robert D. (Hrsg.), 2001: Gesellschaft und Gemeinschaft, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung

Putnam, Robert D., 1993: Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy, Princeton: Princeton University Press

Putnam, Robert D., 2000: Bowling alone. The Collapse and Revival of American Community, New York: Touchstone

Skocpol, Theda, 2001: Das bürgerschaftliche Amerika – gestern und heute, in: Putnam, Robert D. (Hrsg.): Gesellschaft und Gemeinschaft, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, S. 593-654

Zimmer, Annette, 2002: Dritter Sektor und Soziales Kapital, in: Münsteraner Diskussionspapiere zum Nonprofit-Sektor (www.Dritte-Sektor-Forschung.de)

Arbeitsstelle Aktive Bürgerschaft
Institut für Politikwissenschaft
Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Scharnhorststraße 100, 48151 Münster
Tel. (0251) 8329443, Fax (0251) 8329356
email: aktivebs@uni-muenster.de
www.dritte-sektor-forschung.de