

5. Genussgipfel „Der Verbraucher – souverän zwischen Regionalität und Digitalisierung!?“ am 29. November 2017

Genussforum

Projekt Klosterprodukte:

Ora et labora – Wertschöpfung in Klöstern

Ausgangslage

Klösterliche Kultur hat Europa wesentlich geprägt und gestaltet. Ihre eigentliche Form im Abendland erhielt sie, nachdem sich die Benediktusregel (6. Jhd.) auf Betreiben Karls des Großen und seiner Nachfolger als verbindlich durchsetzte. So wurde diese Mönchsregel, die auf glückliche Weise zu einer Synthese des Profanen und Sakralen fand und vor allem keinen sektiererischen Sonderweg vorschlägt, sondern die Mönche auf den Weg des Evangeliums leitet, zu einem der wichtigsten Kulturbücher unserer Sphäre. Nach der Bibel ist kein anderes Buch so oft abgeschrieben worden wie die Benediktusregel. Geradezu sprichwörtlich ist die Sentenz Ora et labora, die man aus ihr abgeleitet hat, freilich später noch um das lege! – lies! ergänzt. Große Verbreitung erfuhr die Benediktusregel durch den Zisterzienserorden, der ein europaweites Netzwerk aufbauen konnte und so auch alltägliche Techniken weitverbreitete. Davon zeugt heute noch Kloster Bronnbach, das die Kulturlandschaft seiner Region maßgeblich prägte.

So ist das Arbeiten im Sinne der oben angedeuteten Konzeption eines christlichen Alltags integraler Bestandteil auch des Klosterlebens. Zunächst dienen alle Arbeiten im Kloster der Selbstversorgung, aber schon Benedikt kann den Fall, dass Produkte des Klosters verkauft werden. In dieser regeltreuen Tradition stehen also auch alle Klöster, die heute die verschiedensten Produkte herstellen und anbieten, sei es im eigenen Klosterladen, sei es über Wiederverkäufer.

Ansatz

Die Firma Manufactum hat sich des Themas „Gutes aus Klöstern“ vor 17 Jahren angenommen, als sie das gleichnamige kleine Unternehmen von dem Münchner Journalisten Peter Seewald übernahm. Durch die Eingliederung in das Gesamtsortiment von Manufactum, aber mit eigenem Katalog, konnte dieses hochinteressante Warensortiment abgesichert und weiterentwickelt werden. Der Katalog erzählt nicht nur von den Produkten, sondern auch über Klosterkultur und

Hintergründe. So wirbt er für eine spezifische Lebensweise, die im Ideal nicht nach wirtschaftlicher Verzweckung schaut, sondern nach ganzheitlichem Leben, das sich aus christlichen Grundsätzen heraus motiviert. Dennoch muss man um das Klostersortiment immer wieder ringen, denn das klösterliche Leben entwickelt sich in Mitteleuropa seit Jahren immer schwächer. Das gilt nicht für alle Klöster, aber doch in Summe. Die meisten Klöster haben mehr Angestellte als Ordensleute, was sich auch wirtschaftlich auswirkt. Von daher ist es für ein Kloster immer wichtiger, sorgfältig auf die Botschaft zu schauen, die mit einem Produkt verbunden ist. Das gilt für die Art des Produktes ebenso wie für seine Qualität und auch seinen Zusammenhang mit dem Kloster als Ganzem. So können Produkte Botschafter sein für die unersetzliche Klosterkultur. Über sie können wir in Kontakt kommen mit Orten und Menschen, die sich einer alternativen Lebensweise verschrieben haben und auch „in die Welt“ hinaus wirken, sei es aktiv, z. B. lehrend, sei es kontemplativ durch ihr Gebet und ihre Achtsamkeit.

Inhalt und Methodik

Im Genussforum wird es zunächst um die Frage gehen: Was macht Klosterprodukte aus und wie sind sie rückgebunden an das Konzept Klosterkultur. Wir werden dazu die Regel des hl. Benedikt befragen und über die Klosterprodukte hinaus auch Anregungen für integrale Produkte überhaupt erhalten. Da es ein Genussforum ist, wird es auch Kostproben geben, so dass Theorie und Praxis Hand in Hand gehen. Das Ziel soll sein, Freude und Begeisterung zu erleben und bewusster mit den Dingen, die wir oftmals einfach nur achtlos kaufen, umzugehen, darüber nachzudenken, woher sie kommen, wer sie hergestellt hat und welcher kulturelle Hintergrund zu ihnen geführt hat.

Referent des Genussforums

Martin Erdmann M. A.
Kreativer Einkauf

Gutes aus Klöstern / Lebensmittel
Linienstr. 147, 10115 Berlin

Moderation

N.N.