

Spannungsfeld aus Chancen durch Alleinstellung und Risiken durch die Zugehörigkeit.

Die vorgelegte Arbeit soll sich daher mit der Frage beschäftigen, welche Gemeinsamkeiten und Besonderheiten es bei den Katholischen Hochschulen in Deutschland gibt, die im Sinne einer »Unique Selling Proposition« als unterscheidende Größe gegenüber staatlichen und privaten Hochschulen und Universitäten das strategische Management der jeweiligen Einrichtung beeinflussen können.

## 1.2 Vorgehen

Nach einer Klärung des Begriffs »Proprium« wird in den theoretischen Zugängen und Rahmungen zunächst die Geschichte der Katholischen Hochschulen dargestellt, um anschließend unter Berücksichtigung der Systemtheorie nach Luhmann den Blick auf Organisationen zu richten. Als Hinführung zur Beschreibung der Forschungslücke, die diese Arbeit zu einem Teil füllen soll, wird anhand der OrganisationsEthik nach Heller und Krobath<sup>8</sup> der Frage nachgegangen, wie mit Werten und Haltungen in Organisationen umgegangen werden kann. Nach der Darstellung der Forschungslücke wird das empirische Design vorgestellt, gefolgt von der Beschreibung verwendeter Auswertungsfolien. Die Ergebnisdarstellung beginnt mit einem Exkurs an die Kirchlich Pädagogische Hochschule Wien/Krems, bevor die zusammengefassten Ergebnisse der deutschen Katholischen Hochschulen dargestellt werden. Über die Auseinandersetzung mit Möglichkeiten von organisationsethischer Reflexion wird ein Selbstbewertungsinstrument für ethisch reflektierende Organisationen entwickelt. Im abschließenden Kapitel der Arbeit wird die Frage erörtert, ob das Proprium der Katholischen Hochschulen für diese zum Problem werden kann.

## 1.3 Proprium – was ist das eigentlich?

Aristoteles verwendet den Begriff Proprium als eine Eigenschaft, die einem Satzgegenstand exklusiv zukommt. Eine Aussage über das Wesen des Satz-

---

8 Vgl. Heller und Krobath 2003a sowie Krobath und Heller 2010b.

gegenstandes werde aber nicht getroffen.<sup>9</sup> In der Psychologie werden mit *Proprium* die Eigenschaften, die die Identität eines Menschen bzw. dessen Selbstgefühl ausmachen, bezeichnet.<sup>10</sup> Es geht also um die Eigentümlichkeit, Besonderheit oder ein um ein spezifisches Merkmal. Im theologischen Kontext hat der Begriff des *Propriums* nochmals mehrere spezifische Bedeutungen. Neben einer theologisch-ethischen Definition werden das liturgische *Proprium* mit dem *Proprium christianum* und dem *Proprium missae* genannt.<sup>11</sup> Allen Definitionen gemein ist, dass mit *Proprium* jeweils eine Besonderheit in Abgrenzung zu etwas Allgemeinem beschrieben wird. Entscheidend für die Feststellung einer Eigentümlichkeit ist die Unterscheidung. Es geht also um Merkmale, die etwas eigentümlich werden lassen, etwas besonders. Solche Besonderheiten werden dem Christlichen gegenüber anderen Religionen zugesprochen. Damit einher geht der Anspruch eines besonderen Profils, welches das Christentum vor einer Neutralisierung bewahrt, gleichzeitig aber »die Türen für die Begegnung mit anderen Religionen u. Weltdeutungen offenhält.«<sup>12</sup> Geht es an dieser Stelle um eine Abgrenzung nach außen, also Christentum in der Unterscheidung zu anderen Religionen, wird die Unterscheidung beim *Proprium missae* auf die Elemente der Messfeier bezogen. *Proprium* wird hier in der Unterscheidung zum *Ordinarium* definiert. So sind die anlassbezogenen Merkmale einer Messfeier im Unterschied zu den gleichbleibenden Elementen zu sehen.<sup>13</sup> Der Ruf »Lumen Christi« in der Osternacht ist ein solches Beispiel.

Besonders kann etwas immer nur in Abgrenzung zu etwas sein, was als normal angesehen wird, als *Ordinarium*. Das Besondere ist hier nicht besser oder schlechter, es ist eigentümlich, ohne Wertung. Deutlich wird auch, dass die Besonderheit immer von der Perspektive abhängt, aus der sie beurteilt wird. Der *Propriums*begriff ist somit ein vielschichtiger Begriff, der die Besonderheit resultierend aus Unterscheidungen bezeichnet und die Eigentümlichkeit von etwas in Abhängigkeit von der jeweiligen Beobachter\*innenperspektive festhält.

Eine vielschichtige Eigentümlichkeit ist es auch, die im Rahmen dieser Arbeit, bezogen auf die Katholischen Hochschulen in Deutschland, genau-

9 Vgl. Söder et al. 1999.

10 Vgl. Dudenredaktion 2020.

11 Vgl. Söder et al. 1999.

12 Söder et al. 1999, S. 639.

13 Ebd., S. 640f.

er unter die Lupe genommen wird: Fünf Katholische Hochschulen für angewandte Wissenschaften in einer Hochschullandschaft von insgesamt über 420 Hochschulen unterschiedlicher Arten in Deutschland, davon die Hälfte Hochschulen für Angewandte Wissenschaften bzw. Fachhochschulen.<sup>14</sup> Diese fünf Hochschulen haben zunächst vor allem die gemeinsame Eigentümlichkeit, dass sie als kirchliche Hochschulen in katholischer Trägerschaft sind. Sie grenzen sich auf der einen Seite zu den staatlichen Hochschulen ab, auf der anderen Seite aber auch zu den privaten Hochschulen, die sich nicht in kirchlicher Trägerschaft befinden. Gegenüber den kirchlichen Hochschulen anderer Konfessionen besteht die Eigentümlichkeit in der Konfession. Selbstverständlich sind auch diese fünf Hochschulen für angewandte Wissenschaften in katholischer Trägerschaft jede für sich eigentümlich. Sie unterscheiden sich in ihrer jeweiligen Geschichte, dem Studienangebot, der Größe und den Organisationsstrukturen. Selbst bei der Ausgestaltung der Trägerschaft durch die katholische Kirche gibt es bei fünf Hochschulen vier verschiedene Modelle.<sup>15</sup> Auch wenn diese Unterschiedlichkeiten im Folgenden immer wieder zur Sprache kommen werden, so soll es doch vornehmlich darum gehen, die Eigentümlichkeiten, also das Proprium, dieses speziellen Typus deutscher Hochschulen herauszuarbeiten und der Frage nachzugehen, an welchen Stellen seitens der Hochschulleitungen eine solche besondere Position wahrgenommen wird und in welcher Form Managementhandeln gezielt darauf ausgerichtet ist. Unter der Hypothese, dass das Katholische bei diesen Hochschulen nicht ausschließlich im Namen auftaucht, stellt sich die Frage, ob das, was mit dem Katholischen einhergeht, als Proprium wahrgenommen wird und im Sinne einer Unique Selling Proposition genutzt wird.

---

14 Vgl. DESTATIS/Statistisches Bundesamt (Hg. 2021): Hochschulen nach Hochschularten. URL: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Tabellen/hochschulen-hochschularten.html> (abgerufen am 05.04.2021)

15 Im Kapitel 2.1 werden die Hochschulen noch genauer vorgestellt.