

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 Krobath⁸ 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.