

Ausgabe 16
28. Mai 2018

Presse-Mitteilung



Gemeinnützige
Akademie für
Gesundheitskompetenz
und
Bewusstseinsbildung

„Jahr des Vertrauens“:

Die Deutschen wünschen sich mehr Vertrauen in der Gesellschaft



Der zurückliegende erste Abschnitt der bundesweiten Kampagne „Jahr des Vertrauens“ mit insgesamt etwas 1000 Besuchern auf 4 Veranstaltungen in Herrsching, Tübingen, München und Düsseldorf zeigt deutlich, was sich die Deutschen wünschen: Mehr Vertrauensbildung in allen Bereichen der Gesellschaft. Die vom Weltethos-Institut und der St. Leonhards-Akademie initiierte Initiative konnte aufzeigen, dass Menschen unabhängig von Alter, Bildung oder Geschlecht den Wert des Vertrauens als zentral benennen. Das Projekt "Jahr des Vertrauens" erreichte eine umfassende Öffentlichkeit über vier Veranstaltungen, Social Media Kommunikation mit Video-Interviews und die Berichterstattung in den Medien.

Veranstaltungen zu Vertrauen treffen den Nerv der Zeit

Im Zentrum der Kampagne standen impulsgebende Themen-Veranstaltungen rund um das Vertrauen in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft. So z.B. in München am Valentinstag der "Medizinische Aschermittwoch". Die beteiligten Referenten wie Prof. Dr. Dr. Christian Schubert (Universität Innsbruck), Dr. Werner Bartens (Süddeutsche Zeitung) und Schauspielerin Monika Baumgartner aus der Fernsehserie "Der Bergdoktor" regten mit ihren Beiträgen zum „Vertrauen in die Medizin“ eine engagierte Diskussion mit dem Publikum an. Der Tenor zeigte das große, persönliche Interesse jedes Einzelnen an dieser Thematik, egal aus welcher beruflichen Perspektive. Zu spüren war deutlich: Vertrauensbildung trifft den Nerv der Zeit! <https://jahr-des-vertrauens.de/gelungene-auftaktveranstaltung-medizinischer-aschermittwoch-2/>

Vertrauen die Basis sozialen Bindegewebes

Die Wichtigkeit und Wertigkeit des Themas Vertrauens konnte auch in etwa 70 Video-Interviews dokumentiert werden. Über einen Zeitraum von mehreren Monaten wurden in Deutschland lebende Menschen zwischen 17 und 75, aus verschiedenen Bildungsschichten und Herkunftsländern spontan befragt und gefilmt: Was bedeutet für Sie persönlich Vertrauen? Welche gesellschaftliche Bedeutung hat es? Was würden Sie tun, um Vertrauen in der Gesellschaft zu stärken? Die Ergebnisse sind gleichermaßen berührend wie aufrührend: Es ist dringend notwendig, die Vertrauensgrundlage in der Gesellschaft zu stärken! Denn Jeder spürt, ohne Vertrauen funktionieren weder unsere Beziehungen noch unser soziales oder berufliches Zusammenleben.

<https://jahr-des-vertrauens.de/vertrauens-erfahrungen>

Vertrauensbildung als gesellschaftliche Aufgabe

So fokussierte das „Jahr des Vertrauens“ auch die gesellschaftlichen Schwerpunkte „Vertrauen in die Politik“ – „Vertrauen in die Medizin“ und „Vertrauen in die Wirtschaft“. Dazu gab es am 03. Mai im Wirtschaftsclub Düsseldorf eine Impulsveranstaltung mit Dr. Bernd Villhauer, dem Leiter des Weltethos-Instituts. Dieses von der Karl Schlecht Stiftung geförderte Institut engagiert bereits seit über fünf Jahren die Vertrauensbildung im Business. Das Weltethos-Institut gilt damit als wegweisend für den Bereich der Wirtschaftsethik. Dass Vertrauen eine gesamtgesellschaftliche Dimension hat zeigt auch die die Losung „Was für ein Vertrauen“ des 37. Deutschen Evangelischen Kirchentages vom 19. bis 23. Juni 2019 in Dortmund. Es liegt auf der Hand: Die Öffentlichkeit schreit nach einer Zäsur, einem deutlichen Zeichen, einem Gegenpol zum aktuellen Weltgeschehen.

„Jahr des Vertrauens“ wichtiger Impulsgeber

Dafür plädiert auch der Ideengeber des „Jahr des Vertrauens“, Prof. Dr. Jürgen Wertheimer, Literaturwissenschaftler der Universität Tübingen. In seinem Buch und seinem Vortrag zur Eröffnung der Kampagne im November 2017 im Weltethos-Institut in Tübingen brachte er die Ambivalenz und Wichtigkeit des Themas auf den Punkt. Alles in Allem zeigt die Initiative: Vertrauen ist ein Thema mit hoher gesellschaftlicher Relevanz, welches von allen Altersgruppen, Sozialschichten und intellektuellen Schichten als wichtig empfunden und mit vergleichbar ähnlicher Empathie beurteilt bzw. kommentiert wird.

Die Kampagne „Jahr des Vertrauens“ setzt Impulse und gibt konstruktive Antworten für ein essentielles, öffentliches Bedürfnis. Mittels verschiedener Szenarien und Erlebnis-Ebenen trägt es dazu bei, das Bewusstsein für zentrale Werte, wie das Vertrauen, in der Bevölkerung zu stärken.

Weitere Infos unter www.jahr-des-vertrauens.de