

Arbeitsaufträge zu der Wochenzeitung KirchenZeitung Diözese Linz, 17. Juni 2021

1. Ein Wiener Café, das mehr ist als nur eine Gaststätte

Lesen Sie auf den Seite 18 und 19 den Artikel „Wir profitieren unglaublich voneinander“, verfasst von Lisa Maria Langhofer.

Dieser berichtet von einem Café in Wien, welches gleichzeitig ein generationenübergreifendes „Social Business“ darstellt und auch im Lockdown erfinderisch wurde.

Recherchieren und definieren Sie den Begriff „Social Business“.

Besuchen Sie zunächst die Website der „Vollpension“ und setzen Sie sich mit der Entstehungsgeschichte des Betriebes auseinander. Geben Sie diese anhand der wichtigsten Fakten wieder.

Diskutieren Sie anschließend das während der Pandemie entstandene Online-Angebot, die „Vollpension Backademie“. Setzen Sie sich mit der Frage auseinander, welches Zielpublikum diese hat und welche Beweggründe es gibt, dieses Angebot zu nutzen. Bewerten Sie auch, inwiefern dieses Angebot für Menschen Ihrer Altersgruppe attraktiv ist.

Geben Sie abschließend, nachdem Sie sich mit dem Unternehmen auseinandergesetzt haben, ihr persönliches Fazit zu diesem „Social Business“ ab. Schreiben Sie etwa 80 bis 100 Wörter.

Brainstormen Sie nun selbst Ideen für ein „Social Business“, welches gut in Ihre Umgebung passen würde.

2. Trennung von Kirche und Politik in Österreich

Lesen Sie auf Seite 3 den Artikel „Keine politische Partei darf bevorzugt werden“, verfasst von Paul Stütz.

Dieser berichtet von einer Parteiwerbung auf einem Kirchturm in Oberösterreich, welche kritisiert wurde.

Recherchieren Sie das „Mariazeller Manifest“ und halten Sie die wichtigsten Punkte in Stichworten fest.

Recherchieren Sie ebenfalls, wie sich der politische Katholizismus in der Ersten Republik Österreich unter dem Dollfuß-Schuschnigg-Regime gestaltet hat und geben Sie Ihre Ergebnisse wieder.

Diskutieren Sie in der Gruppe, wie Ihr persönlicher Standpunkt bezüglich der Trennung von Religion und Politik ist.

Diskutieren Sie auch die Frage, ob parteipolitische Werbung im kirchlichen Umfeld auszuschließen ist, selbst wenn Parteien mehr für die Werbung bezahlen als andere Werbekunden.