



### »Sinnfluencing«

Vor einigen Wochen stand beim Frankfurter Zukunftsinstitut das Zukunftswort des Jahres 2020 zur Wahl. Es gab eine Liste mit richtig guten und kreativen Vorschlägen.

Mich beeindruckt so etwas: Neben »Yolds«, was für »young olds«, also die aktiven Älteren im Unterschied zu den älteren Alten steht, und »Numanism«, der neue Humanismus im digitalen Zeitalter, gab es etwa noch den Begriff „Green Pressure“, der den wachsenden »grünen« Druck auf Gesellschaft und Wirtschaft bezeichnet.

Besonders blieb ich jedoch bei einem Wort hängen, das auch ganz gut zu einer zukünftigen Ausrichtung von Caritas passen könnte: »Sinnfluencing«.

Zweifellos sind wir als Caritas-Wirkende neben helfenden Akteur\*innen auch öffentliche Fürstreiter\*innen, Influencer\*innen für ein würdevolles Leben vor allem benachteiligter Mitmenschen.

Zum anderen sind wir Sinngeber\*innen auf Basis einer unfassbar heilsamen Story, einer Erzählung vom guten Leben für alle.

»Sinnfluencing« hieße freilich, zeitgemäßes Storytelling auf allen verfügbaren medialen Kanäle zu betreiben. Dies nicht zuletzt, um den menschenfeindlichen Kräften, die derzeit öffentlich und im Verborgenen aufbegehren, etwas entgegenzusetzen.

Als Sinnfluencer\*innen werden wir vermutlich niemals Social-media-Stars, aber wir werden noch menschendienlicher sein. Mehr Zukunftstauglichkeit geht eigentlich für Caritas nicht.

**Dr. Boris Krause**  
**Diözesancaritasverband**