

Konsensdokument Santa Maria 89

I. Die Person von Don João Pozzobon und sein Werk während seines Lebens

1. Die Person von João Pozzobon

Gott hat uns in der Person von Don João Pozzobon einen einfachen und treuen Menschen geschenkt, solidarisch mit den Ärmsten, einen heldenhaften Apostel Mariens und ein Modell schönstättischer Heiligkeit. Maria hat ihn in ihrem Heiligtum hineinwachsen lassen in einen hohen Grad des Geistes heroischer Kindlichkeit, die sein ganzes Sein prägte. Er war in außergewöhnlichem Maß ein Mann des Gebetes und tiefer Kontemplation, geprägt von seiner zärtlichen Liebe zu seiner Mutter und Königin und von einer beachtenswerten eucharistischen und trinitarischen Frömmigkeit. Gleichzeitig war er ein beispielhafter Ehemann und Familienvater, ein Mann der Arbeit, gerecht und aufrichtig. Seine Pflichten in der Familie und der Arbeit hat er nicht ein einziges Mal wegen seines intensiven Apostolates vernachlässigt. Sein inniges Liebesbündnis mit Maria hat ihn zu einem Beispiel der Werktagsheiligkeit werden lassen.

Don João Pozzobon war auch ein unermüdlicher Apostel der Dreimal Wunderbaren Mutter und Königin von Schönstatt; er verband in seiner Person ein Leben tiefer innerer Kontemplation mit einer außergewöhnlichen und fruchtbaren äußeren Aktion. Sein Leben ist eine Frucht Schönstatts, gespeist aus den Quellen des Taborheiligtums einerseits und Pater Kentenich andererseits, als dessen 'kleinen Schüler' ("alumninho") er sich verstand und für den er alles schenkte. Sein Leben bestätigt, dass er ein Mensch war, der im Leben aus den Quellen Schönstatts, herangereift ist zu einem hohen Grad der Heiligkeit, die Antwort gibt auf die Welt der Zukunft und besonders auf die geschichtlich gewordenen Herausforderungen, denen sich die Kirche Lateinamerikas gegenüber sieht.

Es ist das Leben eines Schönstattkindes, in dem das Liebesbündnis universell und mit charismatisch eigenen Akzenten gelebt ist. Auch in der Meinung derjenigen, die mit ihm am engsten verbunden waren, der Priester, die ihn bis ins Urpersönliche hinein gekannt haben, und vieler anderer, erscheint es zum Wohl der Kirche angebracht, an seinen Seligsprechungsprozess zu denken.

Puebla hat die Bedeutung von Persönlichkeiten hervorgehoben, die von Gott geprägt sind und ihn daher im Volk gegenwärtig machen (vgl. DP 272).

Auch Pater Kentenich hat die Verkörperung der schönstättischen Ideale als sehr wichtig angesehen. Bei Gelegenheit sprach Herr Herberger mit Pater Kentenich aufgrund einer Frage, die Pater Menningen ihn gebeten hatte, ihm vorzulegen (Pater Menningen weilte zu der Zeit in Brasilien und befragte ihn in Blick auf Mario Hirart und Pater Máximo Trevisan, und wie man deren Beispiel pädagogisch auswerten könne). In einem Brief gibt Herr Herberger wieder, was Pater Kentenich dazu am 18. 4. 1967 antwortete: "Der romanische Typ ist wohl besonders darauf angewiesen, die Ideen symbolträchtig und lebendig veranschaulicht zu bekommen. Es bedeutet gerade für brasilianische Denk- und Lebensart sehr viel, eine Gestalt zu haben, bei der die klassischen Ideen lebendig in Erscheinung treten. Ist das einer aus den eigenen Reihen, dann hat das doppelten Vorteil." Die Person Don João Pozzobons ist ein Beispiel der Verkörperung der Ideale Schönstatts mit ausgesprochen eigengeprägten Zügen und ist insbesondere für die Kampagne ein Modell dessen, was sie erreichen möchte und gleichzeitig Sicherheit und Garantie der Treue zu den Ursprungskräften, aus denen sie entstanden ist.

2. Das Urteil Pater Kentenichs über sein Werk

Die Kampagne, wie Don João Pozzobon sie begonnen und während seines Lebens weitergeführt hat, hat ein außerordentliches Instrument moderner Pastoral geschaffen; sie erhielt die volle Approbation Pater Kentenichs, der sie als echte und vorzügliche Verwirklichung dessen angesehen hat, was Schönstatt seit seiner Gründung Kirche und Gesellschaft anbieten wollte.

In einem Gespräch mit Herrn Arendes über die Kampagne Don João Pozzobons bestätigte Pater Josef Kentenich die Kampagne mit folgenden Worten:

"Merken Sie, wie beim Wirken des Herrn Pozzobon die Worte Vinzenz Pallottis sich erfüllen: 'Sie ist der große Missionar, sie wird Wunder wirken.'?"

"Spüren Sie, wie in der Arbeit Herrn Pozzobons alle Grundkräfte Schönstatts wirksam werden?"

"Unsere Priester, besonders die junge Generation, suchen nach einer neuen und modernen Pastoral – hier ist sie."

"Was tut Herr Pozzobon? Er trägt die Gottesmutter überall hin, wo es ihm möglich ist, uns sie muss wirken... Eigentlich ist es genau das, was wir immer gewollt und betont haben."

(Gespräch mit Herrn Arendes in der Marienau, 11.4.1968)

Wir sind uns bewusst, dass der Einsatz von Don João Pozzobon, sein gelebtes Liebesbündnis und seine Ganzhingabe an die Kampagne – die er selbst seine 'dritte Ehefrau' nannte – das Gnadenkapital bereitet haben für die Fruchtbarkeit der Kampagne. Diese kann nicht nur als Frucht rein menschlichen Müehens begriffen werden; sie ist als solche ein Gnadenaufbruch, dazu bestimmt, den Lebensstrom Schönstatts in weiteste Kreise des Volkes zu tragen.

Während des Lebens von Don João Pozzobon hat sich die Kampagne unter seiner Führung entfaltet. Gefragt, wie sich ihre Fortsetzung nach seinem Tode vorstellte, antwortete er, dass er zwei Dinge erhoffe: "*Dass die Gottesmutter ihm einen Nachfolger schicke und dass die Schönstattbewegung die Kampagne annehme.*"

Gott hat ihm in der Person von Diakon Ubaldo Pimentel den Nachfolger für seine persönliche Arbeit in der Kampagne geschenkt. Er setzt das konkrete von Don João Pozzobon begonnene Apostolat fort und entfaltet es weiter.

Die Sendung der Kampagne ihrerseits wird wachsend von der Bewegung angenommen, die sie in verschiedenen Ländern und durch die jeweiligen Landeszentralen in ihre Pastoral einbezogen hat.

II. Das Werk von Don João Pozzobon nach seinem Tod

1. Vorüberlegungen

Die Fortsetzung des Werks des Diakons João Pozzobon, sei es durch seine Nachfolger oder sei es durch diejenigen, die sich dazu haben anregen lassen, erfordert eine gründlichere Reflexion. Schon während seines Lebens und erst recht nach seinem Tod hat sich die Kampagne ausgeweitet und an verschiedenen Orten mit beachtenswerter Schnelligkeit verbreitet – was das Wirken Geistes erweist –, wobei originelle Modalitäten dazu gekommen und neue Fragen entstanden sind.

1. Das Werk eines Menschen von der geistlichen Größe des Diakons João Pozzobon kann, wegen seiner menschlichen Größe und des Umfangs der Aufgabe nur von mehreren Personen weitergeführt werden. In diesem Sinn kann es nicht das Werk eines Einzelnen sein und braucht daher eine gewisse Einheit der Kriterien und Koordination.
2. Don João Pozzobon selbst verstand seine Kampagne nicht nur als ein aus Schönstatt geborenes Apostolat – Frucht des Wirkens der MTA vom Heiligtum aus –, sondern

auch als ein der Bewegung anvertrautes apostolisches Werk. In verschiedenen Ländern haben bereits die entsprechenden Zentralen ausdrücklich diese Aufgabe übernommen.

3. Der Ort der „Letztes fordernden Kampagne des heiligen Rosenkranzes“ (J. Pozzobon) ist das "nicht-organisierte" Schönstatt in der ganzen Weite der Volks- und Wallfahrtsbewegung und der Mitarbeiter der Liga. Die Kampagne ist *eine* der möglichen Ausprägungen des nicht-organisierten Schönstatt. Insgesamt ist die Kampagne weder Wesens-Bestandteil Schönstatts allgemein noch des nicht-organisierten Schönstatt im Besonderen. Es handelt sich um eine eigene Berufung; man kann vollkommen zu Schönstatt gehören ohne an der Kampagne teilzunehmen.

In Blick auf das Werk Don João Pozzobons und unter Berücksichtigung der obigen Punkte glauben wir sagen zu können: Es handelt sich um eine Verwirklichung und Konkretisierung des Schönstattgeheimnisses: durch die Kampagne des Diakons João Pozzobon möchte die Dreimal Wunderbare Mutter und Königin vom Heiligtum aus als "großer Missionar", der "Wunder wirken wird", aufbrechen, um unzählige Männer und Frauen zum Liebesbündnis und damit zu Christus und der Fülle des Evangeliums zu führen.

In diesem Sinn ist die Kampagne weder ein Partikular-Unternehmen einer Gruppe von Schönstättlern noch ein Teil seiner Organisation, erst recht nicht einfach eine effiziente pastorale Methode. Es handelt sich vielmehr um einen Lebensvorgang, der aus einem Gnadenaufbruch vom Heiligtum aus entstanden ist, verwurzelt in einer konkreten Geschichte und unlöslich verknüpft mit der Person Don João Pozzobons und dem fruchtbaren Samen, den Pater Kentenich in diese Erde und sein Herz gelegt hat. Es handelt sich um einen charismatischen Aufbruch, einen ausgezeichneten Fall und vor allem um ein Geschenk, eine Gabe des Heiligen Geistes, und soll von Schönstatt aus fruchtbar werden im Dienst der ganzen Kirche.

2. Wesentliche Grundzüge der Kampagne

Nach der Einordnung von Entfaltung und Charakter der Kampagne wollen wir nun eine Beschreibung ihrer selbst geben, die ihre wesentlichen Momente enthält.

Die Kampagne besteht darin,

- a. das Bild der Dreimal Wunderbaren Mutter, Königin und Siegerin von Schönstatt zu bringen,
 - b. vom Heiligtum aus und zum Heiligtum hin,
 - c. zu vielen Menschen, besonders Familien
 - d. in Werkzeugshaltung und nach dem Beispiel João Pozzobons,
 - e. damit durch den Rosenkranz als bevorzugtes Mittel, um das Liebesbündnis zu leben
 - f. die MTA als der "Große Missionar" wirken kann
 - g. im Dienst an der Erneuerung der Familien, der Kirche und Gesellschaft.
- a) Der Kern der Kampagne ist Maria zu bringen, das Gnadenbild der MTA. Sie muss im Vordergrund stehen. Es geht darum, *"die Gottesmutter überall hin (zu) bringen, und sie muss wirken..."* (P.K. 11.04.68)

Maria gegenwärtig zu setzen ist unser größtes Apostolat. *"Eine größere apostolische Tat können wir ohne Zweifel nicht vollbringen..."* Wir möchten sie besonders in die Häuser bringen (vgl. Brief von P.K. 15.04.1948), damit Maria dort aufgenommen wird wie vom heiligen Johannes (Joh 19,27). Johannes Paul II. betont die strategische Bedeutung einer marianischen Pastoral, bei der die Gottesmutter von Haus zu Haus geht, aufgrund der Erfahrung einer neuen Heimsuchung in seiner polnischen Heimat:

"Durch die Besuche des pilgernden Gnadenbildes von der Jasna Gora in ihrer getreuen Kopie wurde gleichsam ein neues Kapitel in der Geschichte Unserer Lieben Frau von Jasna Gora auf polnischem Boden aufgeschlagen. In diesen Besuchen hat die Lehre des II. Vatikanischen Konzils ihren greifbaren Ausdruck gefunden... Durch ihren Auszug aus dem Heiligtum hat sich Maria uns allen in besonderer Weise als Mutter gezeigt. Eine Mutter wartet nicht nur auf ihre Kinder in ihrem Haus, folgt ihnen, wo immer sie sich niederlassen. " (4.06.1979 in Tschenstochau)

- b)** Maria möchte vom Heiligtum aus aufbrechen, wo die Bilder gesegnet werden, um es so in die Häuser und alle Orte, die sie besucht, hinein auszuweiten. Sie möchte sich dort niederlassen, Gnaden austeilen und alle Menschen ins Heiligtum einladen, um sie durch das Bündnis zum Vater zu führen. Die Bindung ans Heiligtum ist Voraussetzung für die Fruchtbarkeit der Kampagne. Von dort kommt der Lebenssaft, der die Kampagne nährt und in den Häusern fruchtbar macht. Don João Pozzobon selbst rechnete das Scheitern einer Gruppe von Seminaristen, die die Kampagne in einem Stadtteil nachmachen wollten, zwar mit dem MTA-Bild, jedoch nicht in der Form des Heiligtums und ohne es dort segnen zu lassen, diesem Umstand zu. In seiner einfachen Sprache erklärte Don João Pozzobon die Verbindung zwischen Urheiligtum und Filialheiligtümern mit der Kürbispflanze, deren Triebe sich über den Boden kriechend ausbreiten, neue Wurzeln schlagen und reiche Frucht bringen; werden sie aber von der ursprünglichen Wurzel abgetrennt, bringen sie keine Frucht mehr.
- c)** Die Kampagne möchte alle alle Menschen erreichen, besonders die Familien, um aus ihren Häusern ein Heiligtum zu machen, in dem Maria erziehen und evangelisieren kann. Don João Pozzobon hat sich mit Vorliebe den Kindern und den Ärmsten zugewandt und wollte, dass die Kampagne *"zur Rettung der Familien"* (Testament) diene. Hier liegt ein strategischer Akzent der Kampagne.
- d)** Der Geist, der die Kampagne und besonders ihre Missionare¹ beseelt, muss derselbe sein, der den "armen Pilger und Diakon" João Pozzobon erfüllte; er verstand sich als "Diener", "Werkzeug" und "Eselchen" der Mutter und Königin und strebte danach, dies immer mehr zu werden. Aus seiner heroischen Kindlichkeit, gespeist aus dem Tabor-Heiligtum, kam sein schlichtes Vertrauen, sein Mut, sein Sendungsbewusstsein und seine Treue bis zum Tod. Er ist Modell jedes Apostels Mariens und des Liebesbündnisses.
- e)** In der ursprünglichen Erfahrung von Don João Pozzobon ist die Heimsuchung der Gottesmutter mit dem pilgernden Bild unlöslich verbunden mit der Rosenkranzkampagne. Es war sein Lieblingsgebet, das er mehrmals täglich verrichtete, wobei er darin zum Lehrer für andere wurde. Durch den Rosenkranz vermittelte er in einfacher und volkstümlicher Weise die Welt des Glaubens und das Charisma Schönstatts. Der Rosenkranz, verbunden mit dem Weihegebet, war ein Weg zum Liebesbündnis hin und eine Form, es zu leben. Im Rosenkranz antworten die Menschen mit Liebe auf den Besuch Mariens, den sie mit erwidern mit der Wallfahrt zum Heiligtum.
So ist der Rosenkranz in sich ein wesentlicher und unlöslicher Bestandteil der Kampagne im Sinne von sekundärem Wesenselement, so wie Pater Kentenich die Unterscheidung brauchte in Blick auf Heiligtum und MTA-Bild. Er ist nicht in sich das Wesentliche, aber konstitutiver Bestandteil. Er ist ein bevorzugtes oder ideales

¹ Die Bezeichnung für die Träger der Pilgernden Gottesmutter variiert in den verschiedenen Ländern, siehe II,4,b; hier wurde die gängigste und dem spanischen Original des Dokumentes entsprechende Bezeichnung "Missionare" gewählt, in der dem Moment von Sendung, Werkzeuglichkeit und Verantwortung dieser Personen, wie es dem Geist des Konsensdokumentes entspricht, Rechnung getragen wird, ebenso dem Moment des missionarischen Christen und der missionarischen Kirche, die gerade in den letzten Jahren verstärkt an Bedeutung gewonnen hat

Mittel, aber nicht exklusiv. Don João Pozzobon selbst antwortete denen, die nicht in der Lage oder Verfassung waren, den Rosenkranz zu beten, dass er ihn für sie beten würde, oder er führte pädagogisch in die Dynamik ein, die mit dem Rosenkranz gegeben ist; oft bat er, wenigstens drei 'Gegrüßet seist du Maria' zu beten.

Der Rosenkranz ist ein Kompendium unseres Glaubens, im Betrachten seiner Geheimnisse erschließt sich eine konzentrierte Christologie, Mariologie und Ecclesiology; er wird so zu einem Handbuch des Gebets und der Katechese, das jeder volkstümlichen Evangelisierung ausgesprochen dienlich ist. Im Geist Schönstatts kündigt die Kampagne den Rosenkranz als Konkretisierung der Botschaft Schönstatts, als konkreten Weg, das Liebesbündnis mit Maria und mit Christus zu leben; als eine Lebens- und Werktagsheiligkeitsschule, in der wir Geheimnisse des Lebens von Jesus und Maria zu verkörpern lernen; und eine Liebes- und Hingabeschule im Sinn des Gnadenkapitals in unserem Bündnis. Der gebetete, gelebte und geschenkte Rosenkranz wird so zu einem Medium des Schönstattgeheimnisses und seiner evangelisierenden Kraft.

- f) In diesem Sinn möchte die Kampagne die Mutter und Königin in den Vordergrund bringen und ihr ihre Arme leihen, damit sie ihr Wirken vom Heiligtum aus ausweiten kann als der große Missionar, der Wunder wirkt. So hat Pater Kentenich seine und unsere marianische Sendung definiert. Die Kampagne bringt die Gnaden des Heiligtums in die Häuser und die Herzen der Menschen und führt sie so zu Maria im Heiligtum. Die Kampagne möchte ein Werkzeug in der Hand der Gottesmutter sein für ihre evangelisierende Sendung, damit sie – die große Erzieherin des Glaubens - unsere Völker erzieht und sie durch Christus in der Kraft des Heiligen Geistes zum Vater führt. Durch den historischen Ursprung der Kampagne im Tabor-Heiligtum betont sie die besondere tiefe Einheit von Jesus und Maria und von daher die eucharistische Anbetung und den Rosenkranz im eigenen Leben und im Apostolat. So offenbart Maria ihre Herrlichkeiten als Erzieherin des neuen Menschen und der Völker und bereitet das kommende Jahrtausend für Christus.
- g) Alle Arbeit von Don João Pozzobon und seiner Kampagne haben zum Ziel einen Dienst an der Erneuerung von Kirche und Gesellschaft. Er selbst hatte diesen geschichtlichen Rahmen vor Augen. Er zeigte seinen Dienst an der Kirche in bewährter Treue zu den Bischöfen und einer kindlich-ehrfürchtigen Haltung gegenüber den Pfarrern, deren Autorisation er grundsätzlich einholte und mit denen er hochherzig zusammenarbeitete. In seiner eigenen Pfarrei und in zahlreichen Kapellen erwies er vor und nach seiner Diakonatsweihe diese Dienstbereitschaft. So möchte auch die Kampagne der "verlängerte Arm des Pfarrers" sein. Durch ihre Unkompliziertheit erweist die Kampagne sich besonders geeignet, vielen Priestern Schönstatt näher zu bringen.

Das ganze Leben Don João Pozzobons stand im Dienst des Apostolates in seiner "Letzten fordernden Kampagne". Vom Heiligtum aus wollte er besonders den Familien helfen; bei seinen Besuchen in den Häusern sorgte er sich um die jeweilige Familiensituation und bemühte sich, anschließend für ihre Nöte zu sorgen. Ihn zeichnete eine besondere Zuwendung zu den Armen und Bedürftigsten aus, zu den Kindern, zu den am meisten Vernachlässigten in den ländlichen Gebieten, zu den Kranken. Unzählige Beispiele gibt es dafür. Es genügt, hier hinzuweisen auf "Vila Nobre de Caridade", "die edle Stadt der Nächstenliebe" der Mutter und Königin, die er 1952 gründete und für die er bis zum Schluss sorgte. Hier errichtete er 1980 ein Bildstöckchen mit der Inschrift: "Leben und zu leben helfen. Bildstöckchen von Puebla im Kleinen". Es war sein ausgesprochener Wunsch, wiederholt noch kurz vor seinem Tod, dass der Kreuzweg, den er gestiftet hatte, das Heiligtum mit Vila Nobre verbinde, vom Heiligtum aus zu den Armen. Durch die Kampagne möchte Maria ihre

Heimsuchung als Mutter, die dient, persönlich kennt und versteht, Familie schafft und sich um die Bedürftigsten kümmert, fortsetzen. Dieser sozialen Dimension muss in der Kampagne Rechnung getragen werden um treu zu sein zu Don João Pozzobon und einer Sendung der globalen Evangelisierung, damit sich die Worte des Magnifikat erfüllen.

3. Gewisse Kriterien

Im vorhergehenden Kapitel haben wir einige für die Kampagne Don João Pozzobons und ihre heutige Fortsetzung zentral erscheinende Elemente betrachtet. Ein definitiveres Urteil erfordert gemäß der Praxis der Kirche und Pater Kantenichs einen größeren zeitlichen Abstand. Erst nach einem längeren Zeitraum und eine achtsamen Erhebung bezüglich des Gesetzes der schöpferischen Resultate wird es möglich sein, dass die entsprechenden Instanzen sich ein Urteil bilden und angemessene Entscheidungen treffen können.

Dennoch sind zweifellos gewisse Analyse Kriterien und Handlungspunkte notwendig, die zur größeren Fruchtbarkeit der Kampagne und ihrer notwendigen Einheit beitragen.

- a) Treue zu den Ursprüngen, da jedes Reich aus der Treue zu seinem Urgrund lebt und wächst. Konkret bedeutet das, dass aus Gehorsam gegenüber dem Heiligen Geist und aus Liebe zur Kirche Schönstatt darauf achten muss, dass die Kampagne ihre Verwurzelung in den drei Kontaktstellen des Liebesbündnisses – der Dreimal Wunderbaren Mutter, Königin und Siegerin von Schönstatt, ihrem Heiligtum und Pater Josef Kantenich – bewahrt und entfaltet. In Blick auf den Reichtum und die elementare Kraft der Kampagne wird das nicht mechanisch passieren, sondern als Frucht einer weisen Pädagogik und eine klugen und kreativen Strategie, die das gewachsene Leben achtet und nährt. Treue zu den Ursprüngen der Kampagne bedeutet, den Geist Don João Pozzobons, des heroischen Kindes unserer Mutter, des "kleinen Schülers" Pater Kantenichs und Apostels des Heiligtums im Dienst an den Bedürftigsten, zu hüten. Die Kampagne muss eine nicht nur symbolische, sondern geistige Kontinuität mit Don João Pozzobon aufrechterhalten.
- b) Es ist notwendig, das Leben zu achten und an seine Kraft zu glauben, und die offenen Fragen nicht zu lösen indem die Probleme nur aus einem institutionellen, strukturellen oder reglementarischen Blickwinkel angegangen werden. Auch wäre es schädlich, Lösungen zu erzwingen, die in einem Endstadium der Entwicklung angepasst wären, jetzt aber den Geist einengen und die grundsätzliche Kreativität der Kampagne hindern würden. Hier sind besonders wertvoll die Worte, die Pater Josef Kantenich Herrn Herberger in einem Telefongespräch sagte, als dieser ihm von dem Vorschlag Herrn Altmeiers berichtete, die Kampagne zu übernehmen: "*Sagen Sie ...*" Das bedeutet eine schöpferische Treue, offen für die Verhältnisse und die Stimme Gottes und die Vielfalt achtend. Zum Beispiel muss vermieden werden, dass man alle Missionare dazu anhält oder gar verpflichtet, Mitglieder des organisierten Schönstatt zu werden, ohne die Freiheit, die Vielfalt der Berufungen und die Wachstumsgesetze zu berücksichtigen. Oder auch jede Einengung des weiten Denkens Pater Kantenichs – etwa durch den Gebrauch einer unverständlichen Sprache oder Symbolik -, die vielen die Teilnahme an der Kampagne unmöglich machen würde. Gerade die Einfachheit mit der die Kampagne die Botschaft Schönstats vermittelt vereinfacht die Vereinigung und Mobilisierung vieler Menschen, auch verschiedener Strömungen, Gemeinschaften und Bewegungen der Kirche, in einem gemeinsamen Apostolat, was Vinzenz Pallotti ersehnt und Pater Kantenich in der Sendung des Apostolischen Weltverbandes von ihm übernommen hat.

Diese doppelte Treue zum Ursprungsgeist und zur aktuellen Leben der Kampagne in den verschiedenen Gegenden ist es was uns Pater Kantenich wünscht. Am Ende einer Tagung am Beginn der dreißiger Jahre schloss er: "1. Wir können uns gegenseitig vertrauen. 2. In den meisten Fragen stimmen wir überein. 3. In den Fragen, in denen wir nicht übereinstimmen, lassen wir einander Freiheit..." Es geht darum, in pädagogischer Weise auf die Situation der Entwicklung der Kampagne das Prinzip Pater Kantenichs anzuwenden: Freiheit soweit als möglich, Strukturen und juristische Sicherungen (Bindung) nur soweit als nötig, Geistpflege so viel wie möglich.

4. Praktische Punkte

Entsprechend der vorher genannten Kriterien und aufgrund des Austauschs im Internationalen Treffen glauben wir, genügenden Konsens gefunden zu haben in Blick darauf, was zentrale Elemente sind und wo andere Fragen noch offen bleiben.

a) Zentrale Elemente

- Das Bild der Dreimal Wunderbaren Mutter, Königin und Siegerin von Schönstatt, in der Weise dass es durch seine Form das Heiligtum repräsentiert und spontan daran erinnert.
- Die Bindung ans Heiligtum ist fundamental und muss ausgedrückt werden: dort müssen die Bilder gesegnet werden, von dort werden sie ausgesandt. Wo es möglich ist, ist es ideal, wenn die Missionare sie auch dort empfangen. Diese Bindung kann auch in anderer Weise gepflegt werden: Wallfahrten, Feier des 18., usw.
- Der Besuch der MTA soll zum Heiligtum führen und einen Weg öffnen zur Begegnung mit dem Vater und Gründer als Kontaktstellen des Liebesbündnisses
- Die Anerkennung von João Pozzobon als besonderes Beispiel schönstättischer Heiligkeit, als Sohn des südamerikanischen Kontinents und Frucht des Tabor-Heiligtums und des Charismas Pater Kantenichs.
- Der Rosenkranz, die große bevorzugte und ideale Waffe der Kampagne, wenn auch nicht in exklusiver Weise. Er ist nicht das Wesentliche, aber etwas wesentliches, vgl. 2.2.5

b) Offene Fragen

Noch gibt es viele offene Fragen, wo sich die Kampagne an verschiedenen Orten originell entfaltet hat oder wo manche Themen noch gar nicht aufgetaucht sind. Zum Beispiel: die genaue Form der Pilgerbilder; die Form der Weihe der Missionare (Liebesbündnis, andere Formen, Verpflichtung zum Beten des Rosenkranzes, usw.), Voraussetzungen und Vorbereitung der Missionare; Name der Kampagne (Campaña del Rosario D.J.L. Pozzobon, Apostolado de la Imagen Peregrina, Campaña de la Virgen Peregrina, Schoenstatt Rosary Campaign); Name der Träger (misioneros, zeladores)², Krönung der Bilder mit dem Rosenkranz; Bedeutung der Auxiliares.

Ein weiterer Fragenkomplex ist der organisatorische Charakter, konkret die Einbindung der Kampagne in die Struktur Schönstatts und die Koordination von Aktivitäten. Auf Landesebene ist sie abhängig von der Zentrale des jeweiligen Landes oder der Region, die für die Apostolische Liga und die Volks- und Wallfahrtsbewegung verantwortlich ist. Wo sie mehrere Länder berührt, zeigt sich die Notwendigkeit eines gewissen Austauschs oder einer internationalen Koordination, was von einem Beschluss des Generalpräsidiums abhängt. Santa Maria kommt dabei historisch eine besondere Verantwortung zu für diese Kampagne,

² Begriffe die bis 1989 geprägt waren

die im Schatten des Taborheiligums entstanden ist durch den "armen Pilger" und Diakon João Pozzobon.