

1 PROBLEM UND ANSATZ DER ARBEIT: PASTORALE UNGEWISSHEIT ALS KAIRÓS UND ZEICHEN DER ZEIT – ENTREPRENEURSHIP ALS ABDUKTIVER ORT KIRCHLICHER UNGEWISSHEITSBEWÄLTIGUNG 1

1.1 Kirche in der Krise – Unsicherheit als zeitdiagnostische Chiffre für eine Kirchenorganisation im Umbau	3
1.1.1 Kirche als Großbaustelle – eine Metapher mit zwei Zaunseiten	5
1.1.1.1 <i>Die Großbaustelle als ExpertInnenmetapher</i>	6
1.1.1.2 <i>Die Großbaustelle als Unübersichtlichkeitsmetapher</i>	7
1.1.1.3 <i>Die Großbaustelle als Überforderungsmetapher</i>	7
1.1.1.4 <i>Die Großbaustelle als Metapher für Planungsdilemmata</i>	8
1.1.1.5 <i>Die Großbaustelle als Fluchtwegmetapher</i>	9
1.1.1.6 <i>Die Großbaustelle: Innovationsbedarfe zwischen Kompliziertheit und Komplexität</i>	9
1.1.2 Vielfalt der Diagnosen, Konvergenz der Prognosen	10
1.1.3 Vertrauen als mehrfache Dimension erfolgreicher oder scheiternder Innovationsprozesse: Die Krise in theologisch-religionssoziologischem Reflex	12
1.1.3.1 <i>Vertrauenskrise und kirchliches Selbstverständnis: Organisation oder Institution</i>	13
1.1.3.2 <i>Vertrauenskrise und Marktlichkeit: Kirche als Dienstleistungserbringerin</i>	14
1.1.3.3 <i>Die Vertrauenskrise als Dreh- und Angelpunkt des Krisengefüges</i>	14
1.1.3.4 <i>Kirchliche Gründerkompetenzen als Ausweg: Vorhandenes begründen oder Neues gründen?</i>	18
1.1.3.5 <i>Innovationsprozesse sind Vertrauensprozesse</i>	19
1.1.3.6 <i>Kirchenentwicklungsprozesse als dienstleistungsförmige Vertrauensentwicklungsprozesse</i>	19
1.1.4 Zwischenfazit: die Handlungsunsicherheit selbst als Kairós und Zeichen der Zeit?	22
1.2 Was ist Unsicherheit? Interdisziplinäre Seitenblicke auf Risiko- und Komplexitätsforschung	24
1.2.1 Risiko – Unsicherheit – Ungewissheit	24
1.2.2 Schwarze Schwäne	25
1.2.3 Unknown Unknowns	25
1.2.4 Erstes Zwischenfazit Risikoforschung	27
1.2.5 Kompliziertheit, Komplexität, Emergenz – Unsicherheit im Prozess	28
1.2.6 Emergenz: wirklich komplex oder nur hochkompliziert?	30
1.2.7 Technische Komplexitätsreduktion durch „Big Data“ – Ungewissheitsbewältigung durch Mustererkennung	32
1.2.8 Zwischenfazit: Auch Unsicherheitsbegriffe sind unsicher	34

1.3	Der kairologische Diskurs rund um die Zeichen der Zeit	36
1.3.1	Einführung in den Diskurs zum Thema Zeichen der Zeit	37
1.3.1.1	<i>Ein erster Schlüssel zum Zeichen der Zeit-Diskurs: Die Loci Theologici Lehre von Caspar Melchior Cano</i>	39
1.3.1.2	<i>Ein zweiter Schlüssel: Die Relationierung des kirchlichen Innen und Außen in den Ekklesiologien von Lumen gentium und Gaudium et spes</i>	41
1.3.1.3	<i>Entwicklungsstadien des Diskurses um die Zeichen der Zeit</i>	43
1.3.1.3.1	Erstes Stadium: Die pastoraltheologische Adaption des Zeichen-der-Zeit-Diskurses	43
1.3.1.3.2	Zweites Stadium: Die Konzilsjubiläen als Bestandsaufnahme einer andauernden Kontroverse über die Deutungshoheit.	45
1.3.1.3.3	Drittes Stadium: Erkenntnistheoretische Neuansätze in der Zeitzeichenhermeneutik	47
1.3.1.3.4	Viertes Stadium: Offenbarungstheologische Überschreitung und pastoraltheologischer Aufbruch	48
1.3.2	Kairós und Zeichen der Zeit: Semantische Annäherung	50
1.3.3	Die historisch-semantische Perspektive: Zur Etymologie von Kairós und Zeichen der Zeit	52
1.3.4	Die biblische Perspektive: Kairós und Metanoia zum anbrechenden Gottesreich	56
1.3.5	Die historisch-urkirchliche Perspektive: Kairós und Apostelgeschichte	60
1.3.6	Kairós und Zeichen der Zeit im biblischen Kontext	61
1.3.7	Die Perspektive der jüngeren Zeit- und Philosophiegeschichte: Wirkungsgeschichte des Kairós-Denkens im frühen 20. Jahrhundert	64
1.3.8	Die konzilstheologische Perspektive: Theologie der Zeichen der Zeit	67
1.3.8.1	<i>Entwicklungslinien in Protestantismus und Katholizismus</i>	68
1.3.8.2	<i>Der Textbefund in den Dokumenten des Vaticanum II und seine Analyse</i>	72
1.3.8.3	<i>Zentrale Aspekte der Zeichen der Zeit als Phänomene</i>	78
1.3.8.4	<i>Sehen–Urteilen–Handeln als pastoraltheologische Hermeneutik der Zeichen der Zeit</i>	80
1.3.9	Zwischenfazit: Die Praxeologie als Leerstelle der Theologie von den Zeichen der Zeit	81
1.4	Ansatz und Theologieverständnis dieser Arbeit: „Angewandte Pastoralforschung“ als junge Entwicklung innerhalb der Pastoraltheologie	85
1.4.1	Schlüssel 1: Amerikanischer Pragmatismus und abduktives Schlussverfahren	88
1.4.1.1	<i>Der Pragmatismus als Philosophie des Handelns unter Ungewissheit</i>	88
1.4.1.2	<i>Die Schlussform der Abduktion</i>	91
1.4.1.3	<i>Die Erklärung des Neuen mit der Abduktion</i>	93
1.4.1.4	<i>Die Abduktion in der Theologie</i>	95
1.4.1.5	<i>Die Abduktion in der Pastoraltheologie</i>	98
1.4.2	Schlüssel 2: Kreativität des Handelns und Innovation in Gleichgewichtskonzepten	100

1.4.3	Schlüssel 3: Angewandte Pastoralforschung und angewandte Politikforschung	104
1.4.3.1	<i>Wissenschaftliche Politikberatung und angewandte Politikforschung</i>	107
1.4.3.2	<i>Technokratisches Modell</i>	107
1.4.3.3	<i>Dezisionistisches Modell</i>	108
1.4.3.4	<i>Pragmatisches Modell</i>	108
1.4.3.5	<i>Zum Selbstverständnis der angewandten Politikforschung</i>	109
1.4.4	Zwischenfazit zum theologischen Selbstverständnis nach dreifacher Entschlüsselung	113
1.5	Die zentrale Hypothese: Unsicherheit als Kairós und Opportunity	117
1.5.1	Die Opportunity – Entrepreneurship als abduktiver Ort angewandter Pastoralforschung	118
1.5.2	Was bedeutet Entrepreneurship, was ist ein Entrepreneur?	120
1.5.3	Was ist eine Opportunity?	121
1.5.4	Woher kommen Gelegenheiten?	122
1.5.4.1	<i>Three Views – Typologie der Opportunity nach Sarasvathy et al</i>	123
1.5.4.2	<i>Opportunity Recognition – Erkennen von Gelegenheiten</i>	124
1.5.4.3	<i>Opportunity Discovery – Entdeckung von Gelegenheiten</i>	124
1.5.4.4	<i>Opportunity Creation – Schöpfung von Gelegenheiten</i>	125
1.5.5	Drei Sichtweisen der Opportunity – drei Sichtweisen des Kairós?	126
1.5.5.1	<i>Deduktiv-allokative Sichtweise: Opportunity recognition – Kairós erkennen</i>	127
1.5.5.2	<i>Induktiv-entdeckende Sichtweise: Opportunity Discovery – Kairós entdecken</i>	130
1.5.5.3	<i>Abduktiv-schöpferische Sichtweise: Opportunity Creation – Kairós erschaffen?</i>	132
1.5.5.3.1	Opportunity creation durch Effectuation	133
1.5.5.3.2	Kairós erschaffen durch Effectuation?	134
1.5.5.4	<i>Rückbindung des Konzepts an den Diskurs von den Zeichen der Zeit</i>	135
1.5.5.5	<i>Denkbare Hypothesenbildungen</i>	135
1.5.6	Pastoralforschung und Entrepreneurshipdiskurs: Vom Dreischritt zur Opportunity – und wieder zurück	136
1.5.6.1	<i>Handeln – Sehen – Urteilen</i>	139
1.5.6.2	<i>Der Entrepreneurshipdiskurs als wichtig werdender Leitdiskurs</i>	140
1.5.6.3	<i>Zur weiteren Vorgehensweise dieser Arbeit</i>	141
2	WAS IST ENTREPRENEURSHIP? EINFÜHRUNG IN DAS FORSCHUNGSFELD	142
2.1	Diskurs, Forschungslandschaften und Forschungsstände in der Entrepreneurshipliteratur	142
2.1.1	Entwicklungsphasen des Entrepreneurshipdiskurses	144

2.1.2	Der Entrepreneurshipdiskurs in der Gegenwart – eine vielgestaltige Forschungslandschaft	152
2.1.2.1	<i>Heterogenität und Diskurskomplexität vs. Systematisierung</i>	153
2.1.2.2	<i>Erkenntnistheoretische Aporien des Opportunitykonzeptes</i>	154
2.1.2.3	<i>Spurensuche nach Strohfeuern</i>	154
2.1.2.4	<i>Allheilmittelzuschreibungen</i>	154
2.1.2.5	<i>Blinde Flecken</i>	155
2.1.2.6	<i>Theorie vs. Praxis</i>	155
2.1.2.7	<i>Drittmittelwirkungen</i>	156
2.1.3	Wichtige Themen und ProtagonistInnen des Entrepreneurshipdiskurses	157
2.1.3.1	<i>Thematische Nachbarschaften</i>	157
2.1.3.2	<i>Wichtige Journals des Entrepreneurship Diskurses</i>	158
2.1.3.3	<i>Besonders diskursrelevante AutorInnen</i>	159
2.1.3.4	<i>Zentrale Bezugspublikationen des ökonomischen Diskurses und bibliographische Reproduktionslogiken</i>	160
2.1.4	Interpretation und Fazit	164
2.2	Entrepreneure, Gründermythen und Unternehmertum – Erscheinungsformen unternehmerischen Handelns	168
2.3	Entrepreneurship – Begriff, Geschichte und Relevanz	172
2.3.1	Semantische Vorklärungen	172
2.3.2	Wortfeld Entrepreneur und Entrepreneurship	172
2.3.3	Herkunft und Grammatik, Genus des Kompositums	172
2.3.4	Verwendung	173
2.3.5	Begriffsgeschichte	173
2.3.6	Arbeitsdefinition von Entrepreneurship	179
2.3.7	Innovationsbegriff	180
2.3.8	Wirtschaftliche Bedeutung von Entrepreneurship	183
2.3.9	Grundform Gründung?	186
2.4	Andere Formen unternehmerischen Handelns	190
2.4.1	Corporate Entrepreneurship	190
2.4.2	Intrapreneurship	191
2.4.3	Academic Entrepreneurship	192
2.4.4	Social Entrepreneurship bzw. Sozialunternehmertum	193
2.4.4.1	<i>Begriff und Bedeutung</i>	193
2.4.4.2	<i>Der Social Entrepreneur im Mittelpunkt der Betrachtung</i>	194
2.4.4.3	<i>Typen von Social Ventures - nach Finanzierungsarten</i>	196
2.4.4.4	<i>Typen von Unternehmen nach Renditezielen</i>	197
2.4.4.5	<i>Social Entrepreneurship als pastoraltheologischer Gesprächsanlass zum Thema Wirksamkeit</i>	198
2.4.4.6	<i>Triple Bottom Line</i>	198

2.4.4.7	<i>Fragestellungen und Kriterien der Messung von Social Impact</i>	199
2.4.4.8	<i>Finanzierungsformen von Social Entrepreneurship</i>	201
2.4.5	<i>Eco-Entrepreneurship oder Ecopreneurship bzw. Ökounternehmertum</i>	203
2.4.5.1	<i>Graduelle Begriffsbestimmung analog Social Entrepreneurship</i>	203
2.4.5.2	<i>Eco-Entrepreneurship als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	204
2.4.6	<i>Public Entrepreneurship</i>	205
2.4.6.1	<i>Innovationsprozesse in öffentlichen Institutionen</i>	205
2.4.6.2	<i>Unternehmerische Geschäftsmodelle an Schnittstellen von Institution und Öffentlichkeit</i>	205
2.4.6.3	<i>Public Entrepreneurship als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	206
2.4.7	<i>Cultural Entrepreneurship</i>	206
2.4.7.1	<i>Kultur und Kommerz – ein ambivalentes Praxis- und Forschungsfeld</i>	206
2.4.7.2	<i>Begriff und Handlungsfelder von Cultural Entrepreneurship</i>	208
2.4.7.3	<i>Cultural Entrepreneurship als Unternehmung</i>	209
2.4.7.4	<i>Motivation und Selbstverständnis kultureller GründerInnen</i>	211
2.4.7.5	<i>Cultural Entrepreneurship als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	212
2.4.8	<i>Ich-AG – Entrepreneurship für Arbeitslose?</i>	214
2.4.8.1	<i>Ein kontroverses Konzept</i>	214
2.4.8.2	<i>Die Ich-AG als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	215
2.5	Entrepreneurshipforschung als akademische Disziplin	216
2.5.1	<i>Entrepreneurship in historischer Perspektive</i>	217
2.5.2	<i>Cantillon: Entrepreneurship als Mut zur Unsicherheit</i>	219
2.5.2.1	<i>Der Bauer als Urtyp unternehmerischen Handelns</i>	219
2.5.2.2	<i>Cantillon als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	220
2.5.3	<i>Jean Baptiste Say: Der Entrepreneur als Experte für Brauchbarkeit</i>	221
2.5.3.1	<i>Ohne Anreiz kein Unternehmertum</i>	221
2.5.3.2	<i>Managerqualitäten: Urteilskraft, Ausdauer, Weltwissen, Geschäftswissen, Genauigkeit, Weitsicht</i>	222
2.5.3.3	<i>Say als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	223
2.5.4	<i>John Stuart Mill: Entrepreneur ≠ Manager?</i>	223
2.5.4.1	<i>Wohlstandsverteilung als Aufgabe des Staates</i>	224
2.5.4.2	<i>Pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	224
2.5.5	<i>Walras: Der Entrepreneur als Preisgestalter an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage</i>	224
2.5.5.1	<i>Grenznutzentheorie und Produktionsfaktoren</i>	225
2.5.5.2	<i>Walras' Beitrag als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	225
2.5.6	<i>Frederick Winslow Taylor: Der Unternehmer als Experte für effiziente Wertschöpfungsprozesse</i>	226
2.5.6.1	<i>Arbeitszerlegung und Massenproduktion</i>	226
2.5.6.2	<i>Der Taylorismus: Eine Prozessinnovation</i>	228
2.5.6.3	<i>Taylorismus und Evolution der Wertschöpfung als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	228
2.5.7	<i>Knight: Entrepreneurship als Handeln in „vollkommener Unsicherheit“</i>	229
2.5.7.1	<i>Versicherungsmathematische Unterscheidung von Risikoarten</i>	229
2.5.7.2	<i>Die Arbeit von Knight als pastoraler Gesprächsanlass</i>	230

2.5.8	Joseph Schumpeter: der Entrepreneur als kreativer Zerstörer	231
2.5.8.1	<i>Schumpeter und der Weber'sche Unternehmer</i>	231
2.5.8.2	<i>Störung der Behaglichkeit – Zerstörung des Gleichgewichts</i>	232
2.5.8.3	<i>Unterscheidung von Innovationsarten bei Schumpeter</i>	233
2.5.8.4	<i>Unterscheidung von Unternehmer und Kapitaleigner</i>	234
2.5.8.5	<i>Schumpeters Beitrag zum Entrepreneurshipdiskurs</i>	236
2.5.8.6	<i>Schumpeter als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	237
2.5.9	Kirzner: Entrepreneurship als Herstellung eines Gleichgewichts	239
2.5.9.1	<i>Die (scheinbare) Entgegengesetztheit des Kirzner'schen Unternehmers zum Schumpeter'schen</i>	240
2.5.9.2	<i>Kirzner: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	241
2.5.10	Ronald Harry Coase: Warum existieren Unternehmen?	242
2.5.10.1	<i>Unternehmen als Instrumente zur Reduktion von Transaktionskosten</i>	242
2.5.10.2	<i>Coase' Beitrag zum Entrepreneurshipdiskurs</i>	243
2.5.10.3	<i>Coase: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	245
2.5.11	Harry Igor Ansoff: Das Zweimalzwei des Marketings	247
2.5.11.1	<i>Diversifikation als Wachstumsstrategie</i>	248
2.5.11.2	<i>Ansoff als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	251
2.5.12	Friedrich August von Hayek: der Unternehmer als Besserwisser	253
2.5.12.1	<i>Marktoptimistische Position vs. Ergebnisungerechtigkeit</i>	254
2.5.12.2	<i>Opportunity durch ungleich verteiltes Wissen</i>	254
2.5.12.3	<i>Hayek: Ein pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	255
2.5.13	Kenneth Arrow: Versicherungsmathematische Zukunftsforschung und moralisches Fehlverhalten	255
2.5.13.1	<i>Arrow und das Unmöglichkeitstheorem</i>	256
2.5.13.2	<i>Ein wichtiger Schlüssel: Marktverhalten von Gruppen statt von Individuen</i>	257
2.5.13.3	<i>Schutzbedürftigkeit geistigen Eigentums</i>	258
2.5.13.4	<i>Arrow als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	258
2.5.14	William Baumol: Auch organisiertes Verbrechen kann unternehmerisch sein	260
2.5.14.1	<i>Kostenkrankheit</i>	260
2.5.14.2	<i>Die Kostenkrankheit: Ein pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	260
2.5.14.3	<i>Gute oder schlechte Entrepreneurship</i>	261
2.5.14.4	<i>Gute oder schlechte Voraussetzungen für Entrepreneurship</i>	262
2.5.15	Drucker: Entrepreneurship als Innovationsmanagement	264
2.5.15.1	<i>Sieben Quellen unternehmerischer Gelegenheiten</i>	264
2.5.15.2	<i>Erste Quelle: Unerwarteter Erfolg bzw. unerwarteter Misserfolg</i>	264
2.5.15.3	<i>Zweite Quelle: Inkongruenzen bzw. Asymmetrien</i>	265
2.5.15.4	<i>Dritte Quelle: Prozessbedarf</i>	265
2.5.15.5	<i>Vierte Quelle: Industrie- und Marktstrukturen</i>	266
2.5.15.6	<i>Fünfte Quelle: Demographie</i>	266
2.5.15.7	<i>Sechste Quelle: Wahrnehmungsänderungen</i>	267
2.5.15.8	<i>Siebte Quelle: Neues Wissen</i>	268
2.5.15.9	<i>Reichweite</i>	268
2.5.15.10	<i>Drucker als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	269
2.5.16	William B. Gartner: „Wer ist ein Entrepreneur?“ ist die falsche Frage	269
2.5.17	Eric von Hippel: der Kunde als Quelle der Innovation	271

2.5.17.1	<i>Lead User als Innovationselite</i>	272
2.5.17.2	<i>Free Revealing: Lust an der Problemlösung vs. Gewinnabsicht</i>	275
2.5.17.3	<i>Der Fokus auf externes Lösungswissen</i>	276
2.5.17.4	<i>Lead User Innovation: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	277
2.5.18	Stanley M. Davis / B. Joseph Pine: Mass Customization	278
2.5.18.1	<i>Vom Standardprodukt zur Individuallösung</i>	278
2.5.18.2	<i>Produktionswissenschaftliche Dimension</i>	279
2.5.18.3	<i>Der Kunde: Problematischer externer Faktor oder externer Designpartner bei der Problemlösung?</i>	280
2.5.18.4	<i>Mass Customization als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	281
2.5.19	Clayton M. Christensen – disruptive Innovationen	281
2.5.19.1	<i>Innovation als Regeländerung</i>	282
2.5.19.2	<i>Disruptive Innovation vs. Radikale Innovation</i>	283
2.5.19.3	<i>Disruption: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	283
2.5.20	Sarasvathy: Effectuation, oder: das Entscheidungsverhalten am offenen Kühlschrank	284
2.5.20.1	<i>Fünf Prinzipien von Effectuation</i>	285
2.5.20.2	<i>Effectuation und Causation als komplementäre Konzepte</i>	286
2.5.20.3	<i>Effectuation: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	287
2.5.21	Chesbrough: Innovation jenseits der eigenen Fabrikmauer	288
2.5.21.1	<i>Broadcast Search: Ausschreibung von Problemen zur Lösung</i>	289
2.5.21.2	<i>Unterscheidung von Open Innovation und User Innovation</i>	290
2.5.21.3	<i>Closed Innovation und Open Innovation im Vergleich</i>	290
2.5.21.4	<i>Open Innovation: Pastoraltheologische Gesprächsanlässe</i>	291
2.5.22	Raphael Amit und Christoph Zott: Das Geschäftsmodell	292
2.5.22.1	<i>Begriff und Relevanz des Geschäftsmodells</i>	293
2.5.22.2	<i>Praxisrelevanz des Geschäftsmodell-Konzeptes</i>	295
2.5.22.3	<i>Das Geschäftsmodell als pastoraltheologischer Gesprächsanlass</i>	296
2.5.23	Forschungsfeld im Wandel: Opportunity School	296
2.5.23.1	<i>Die Opportunity School: Entstehung, Konflikt- und Entwicklungslinien</i>	298
2.5.23.2	<i>Der Disput Opportunity Discovery vs. Opportunity Creation</i>	299
2.5.23.3	<i>Kreation von Gelegenheiten oder Kreation von Geschäftsideen?</i>	301
2.5.23.4	<i>Die nicht-verwirklichte Opportunity</i>	303
2.5.23.5	<i>Sarasvathy et al 2003: Three Views of Entrepreneurial Opportunity</i>	305
2.5.23.6	<i>Der Markt als allokativer Prozess – Opportunity Recognition</i>	306
2.5.23.7	<i>Der Markt als Entdeckungsprozess – Opportunity Discovery</i>	307
2.5.23.8	<i>Der Markt als kreativer Prozess – Opportunity Creation</i>	307
2.5.23.9	<i>Hermeneutische Relevanz des Vorschlags</i>	309
2.5.24	Stand der Dinge: gibt es überhaupt Gelegenheiten?	310
2.5.25	Gliederung des Forschungsfeldes mithilfe der Opportunity Map	312

2.6 Vermittlungsformen des Unternehmerischen:

	Entrepreneurship Education als Praxis und als Wissenschaft	315
2.6.1	Gründerförderung, Entrepreneurship Education, Gründerlehre	315
2.6.2	Begriff	315

2.6.3	Bedeutung innerhalb des Entrepreneurshipdiskurses	317
2.6.4	Kapitelprogramm Entrepreneurship Education	318
2.6.5	Entrepreneurship Education als Vollzugsgestalt von Gründerförderung	319
2.6.6	Begriff	320
2.6.7	Finanzierungsförderprogramme für Gründer	321
2.6.8	Entrepreneurship Education im Bildungssystem	322
2.6.8.1	<i>Entrepreneurship Education in der Schule (Primar- und Sekundarstufe)</i>	323
2.6.8.1.1	Pastoraltheologischer Seitenblick	325
2.6.8.2	<i>Nicht-schulische Entrepreneurship Education für SchülerInnen</i>	326
2.6.8.3	<i>Entrepreneurship Education an berufsbildenden Schulen</i>	327
2.6.8.4	<i>Exemplarisch: Wirtschafts- und Betriebslehre an Berufskollegs in NRW</i>	328
2.6.9	Entrepreneurship Education an Hochschulen und Universitäten	329
2.6.9.1	<i>Inkubation</i>	330
2.6.9.2	<i>EXIST</i>	331
2.6.10	Entrepreneurship Education in der Weiterbildung	334
2.6.11	Rahmenbedingungen, Formate von Entrepreneurship Education und Gründerförderung im Überblick	335
2.6.12	Gründerdienstleistungen: Sensibilisierung, Beratung, Qualifikation	336
2.6.13	Orientierungsleistungen	336
2.6.14	Vermittlungs- und Matchingangebote	337
2.6.15	Beratungsangebote	337
2.6.16	Räumliche Angebote: Gründer- und Technologiezentren	338
2.6.17	Gründertrainings und ähnliche Veranstaltungen in Seminarform	339
2.6.18	Gründerwettbewerbe und Businessplanwettbewerbe	341
2.6.19	Der Businessplan im Mittelpunkt klassischer Entrepreneurship Education	343
2.6.19.1	<i>Begriff</i>	343
2.6.19.2	<i>Historische Einordnung</i>	344
2.6.19.3	<i>Konzept</i>	345
2.6.19.4	<i>Grenzen und Potenzial</i>	347
2.6.20	Jüngere Entwicklungen und Trends der Entrepreneurship Education	348
2.6.21	Geschäftsmodellentwicklung	348
2.6.22	Business Model Canvas	350
2.6.22.1	<i>Pastoraltheologischer Exkurs: Die Ecclesiopreneurship Canvas</i>	354
2.6.23	Effectuation	354
2.6.24	Blue Ocean Strategy	357
2.6.25	Entrepreneurial Bricolage	360
2.6.26	Design Thinking	362
2.6.26.1	<i>Design Thinking als Prozess</i>	364
2.6.26.2	<i>Design Thinking Kompetenzen und Kultur</i>	366
2.6.26.3	<i>Die Relevanz von Design Thinking für Entrepreneurship Education Diskurs und Praxis</i>	367
2.6.27	Customer Development: Innovation und Gründung mit Dummies und Prototypen	368
2.6.28	Kurzexkurs: Lean Production	370
2.6.29	Lean Startup	371
2.6.29.1	<i>Ein Containerbegriff aus der Praxis</i>	372
2.6.29.2	<i>Kurkorrekturarten in der Startupphase</i>	373

2.6.29.3	<i>Fehlende Empirie vs. Markterfolg der Ratgeberliteratur</i>	374
2.6.29.4	<i>Anfragen und Relevanz</i>	375
2.7	Entrepreneurship Education als pastoraltheologischer Gesprächsanlass	375
3	ECCLESIOPRENEURSHIP: THEOLOGISCHE PRAXEOLOGIE	378
3.1	Kirche als Unternehmen? Ein Seitenblick vorweg	380
3.2	Zur Genese und Begründung des Begriffspaares Ecclesiopreneur/Ecclesiopreneurship – Möglichkeiten und Grenzen	382
3.2.1	Vorläufige Arbeitsdefinition von Ecclesiopreneurship	386
3.2.2	Strukturierte Darstellung	386
3.2.3	Schreibweisen	388
3.3	Pastoraltheologische Andockstellen im Entrepreneurshipdiskurs	388
3.3.1	Umwelt: Ungewissheit in Markt und Wettbewerb	389
3.3.2	Individuum und Team: Identität und Kompetenz, Selbstverständnis, Rolle, Funktion	395
3.3.3	Organisation: Strategie- und Kulturfragen veränderter Geschäftsmodelle	398
3.3.4	Messbarer Kairós? Grenzen und Chancen des Opportunity-Ansatzes	401
3.4	Kirchliche Personalarbeit mit dem Strategieziel Ecclesiopreneurship	404
3.5	Personalentwicklung: Begriff und Diskurs	408
3.6	Der wissenschaftliche Personalentwicklungsdisurs	410
3.6.1	Betriebswirtschaftslehre: Gestalt und Genese im deutschsprachigen Raum	411
3.6.2	Personalwissenschaft: Gestalt und Genese im deutschsprachigen Raum	415
3.6.2.1	<i>Ideengeschichte des Personalwesens</i>	416
3.6.2.2	<i>Etablierung unternehmerischen Personalwesens und akademischer Personalwissenschaft ab Mitte des 20. Jahrhunderts</i>	417
3.6.2.3	<i>Auf der Suche nach einem Grundbegriff</i>	423
3.6.3	Der Diskurs um die Personalentwicklung	425
3.6.3.1	<i>Zu Begriff und Inhalt von Personalentwicklung</i>	426
3.6.3.2	<i>Personalentwicklung vs. Personenentwicklung</i>	429
3.7	Der theologische Diskurs über Personalentwicklung	432
3.7.1	Der theologische Personalentwicklungsdiskurs - Auffälligkeiten	436
3.7.2	Praxeologische Folgerungen	441

3.8	Innovations- und Gründungskompetenz: eine personalentwicklerische Querschnittsaufgabe	445
3.8.1	Kirche neu gründen – zwischen euphorischer Innovationsmetaphorik und systematischem Management des Neuen	445
3.8.2	Ecclesiopreneurship in der Personalwertschöpfungskette	446
3.8.2.1	<i>Zur weiteren Vorgehensweise</i>	450
3.8.2.2	<i>Personalstrategie und Politik</i>	450
3.8.2.3	<i>Personaleinsatz- und Strukturplanung</i>	453
3.8.2.4	<i>Personalcontrolling</i>	455
3.8.2.4.1	Zum Begriff Controlling	457
3.8.2.4.2	Messung pastoralen Erfolgs	458
3.8.2.4.3	Pastoralinnovatives Personalcontrolling	460
3.8.2.5	<i>Personalverwaltung, Infrastruktur und Ausstattung</i>	464
3.8.3	Die Einzelschritte der Wertschöpfungskette	466
3.8.3.1	<i>Personalgewinnung und Berufungspastoral</i>	466
3.8.3.2	<i>Personalauswahl und Rekrutierung</i>	471
3.8.3.3	<i>Personalformierung</i>	474
3.8.3.4	<i>Personaleinsatz</i>	477
3.8.3.5	<i>Personalentwicklung</i>	480
3.8.3.6	<i>Personalführung</i>	485
3.8.3.7	<i>Personalgesundheit</i>	489
3.8.3.8	<i>Personalfreisetzung und Ruhestand</i>	493
4	FAZIT	497
4.1	Zoff auf der Baustelle	497
4.2	Erträge dieser Studie	498
4.3	Drei Sichtweisen von Kirche	499
5	ANHANG	501
5.1	Abbildungsverzeichnis	501
5.2	Tabellenverzeichnis	501
5.3	Literaturverzeichnis	502