

Vorwort

Identität will gelebt sein, und sie wird gelebt. In ihr drückt sich aus, was wesentlich ist. Das gilt von Einzelnen wie von Organisationen. Dass Identität gelebt wird, scheint so selbstverständlich zu sein, dass die gelebte Identität häufig gar nicht beschrieben wird, sondern nur die Postulate und Zuschreibungen von Identität behandelt werden. Dabei erschließt sich der Reichtum gelebter Identität erst, wenn man sie wahrnimmt. Diese Wahrnehmung oder genauer: der eklektische Versuch ihrer Wahrnehmung und Beschreibung prägt dieses Buch. Wir wollten wissen, wie Unternehmen in Caritas und Diakonie ihre Identität verstehen und leben. Es ging uns um Deskription, nicht um normative Bewertung. Was ist, nicht was sein soll, stand für uns im Zentrum des Interesses, und es verband sich zugleich mit der Frage, was wir in Unternehmen von Caritas und Diakonie in diesen Beschreibungen voneinander lernen können.

Das vorliegende Buch lässt sich dabei zugleich als Fortsetzung der Diskussion verstehen, die Anfang 2015 mit unserer Publikation mit dem Titel „Diversität und Identität“ initiiert wurde. Diversität als zentrale Dimension von Identität zu entfalten war unser zentrales Anliegen. Allen initiativ Beteiligten, insbesondere den Unternehmen des Brüsseler Kreises und uns als verantwortlichen Herausgebern, war von vornherein klar, dass wir mit unseren Thesen zu „Diversität und Identität“ einen Anstoß gaben, dessen Wirkung wir nicht übersehen konnten. Auch wenn es viele Positionierungen gibt, die in eine ähnliche Richtung deuteten, war die besondere Aufmerksamkeit dadurch voraussehbar, dass sich erstmals konfessionsübergreifend Praxisvertreter aus Caritas und Diakonie mit einer Problemanzeige und Positionierung einbrachten, die sie zugleich für einen Diskurs eröffneten, der namhafte Fachwissenschaftler und exemplarische Anspruchsgruppenvertreter mit einbezog. Der Impuls wurde durch mehrere Faktoren verstärkt, von denen exemplarisch nur vier genannt werden sollen:

- (1) Wesentlich für die starke Resonanz war, dass mit den Unternehmen des Brüsseler Kreises eine relevante kritische Masse aus Caritas und Diakonie gegeben war, die mit ihrer bundesweiten Streuung und ihrer internationalen Vernetzung eine Eingrenzung der Thematik auf ein nur regionales Problem etwa der Rekrutierung christlich motivierten Personals nicht zuließen. Gerade indem sich Unternehmen diesem Denkanstoß anschlossen, bei denen die Kirchenzugehörigkeitsquote weit oberhalb der 80 % lag, wurde deutlich, dass sich die Dringlichkeit der Anliegen nicht aus einem aktuellen Personalengpass ergab, sondern aus einem inhaltlichen Interesse.
- (2) Intensiviert wurde dieser Impuls dadurch, dass sich in der Entfaltung der Positionen von Diversität und Identität unternehmensstrategische Fragen (Wie sichern und entwickeln wir die christliche Identität unserer Unternehmen in einer sich verändernden Welt?) mit personalstrategischen (Wie

finden wir auch zukünftig Mitarbeitende, die in ihren Überzeugungen und Haltungen in ein christliches Unternehmen passen?) und mit einer theologischen Grundpositionierung verbunden, die mit dem zentralen Stichwort „Inklusion“ zugleich anschlussfähig an ein Fachkonzept und ein Grundanliegen im Rahmen einer gesellschaftsbezogenen Aufnahme von Menschenrechtskonzeptionen war. Indem diese verschränkten Fragestellungen durch die Initiatoren zugleich interdisziplinär traktiert wurden, war damit die Ebene einer multidiskursiven Auseinandersetzung erreicht.

- (3) Beschleunigt wurde diese Diskussion dann noch weiter dadurch, dass sie in einen Kontext anderer drängender Gestaltungsfragen fiel. An erster Stelle ist hier sicher der starke Zustrom von Flüchtlingen zu nennen, der den Fragen nach Religionspluralismus und Kulturoffenheit gerade in sozial tätigen Unternehmen eine hohe Dringlichkeit verlieh. Zugleich fiel der Impuls in eine Zeit, in der die Gestaltung des Arbeitsrechtes in Caritas und Diakonie in der stetigen Frage nach der Sinnhaftigkeit eines eigenen kirchlichen Arbeitsrechtes durch verschiedene Gerichtsentscheidungen und Gesetzesverfahren besonders intensiv traktiert wurde. Die unklaren Auswirkungen einer unternehmerischen Öffnung für nicht christliche Mitarbeitende konnte daher als Aufweichung oder gar Bedrohung der eigenen Rechtsposition empfunden werden, so dass sich ein Spektrum der Reaktionen von harschen Verwerfungen bis zu emphatischer Zustimmung ergab. Diese Breite betraf dabei auch die Einschätzung, ob es sich hier um eine Auseinandersetzung zur Unzeit oder genau zum passenden Zeitpunkt handelte. Mindestens im protestantischen Bereich ist schließlich noch in Anschlag zu bringen, dass sich durch den anhaltenden, teilweise noch verstärkten Kirchenaustritt im Zusammenhang mit der letzten Kirchenmitgliedschaftsbefragung ein größerer Kontext ergab, wie nämlich eine schrumpfende Kirche mit ihrer wachsenden Diakonie umzugehen hat.
- (4) Verstärkend und zum Teil verschärfend wirkte sich aus, dass erste Unternehmen sich zur Umsetzung der in den Thesen des Brüsseler Kreises vorgelegten Positionen entschlossen und, wie kaum zu vermeiden, damit die Ebene eines ruhig geführten Fachdiskurses verlassen wurde. Spätestens damit war deutlich, dass es sich bei Diversität und Identität nicht nur um einen theoretischen Diskurs handelte.

Aus unserer Sicht rechtfertigt sich die in diesem Band vorgelegte Weiterführung der Überlegungen nicht aus der großen Resonanz, die der erste Band gefunden hat. Er ist auch keine Reaktion, erst recht keine Rechtfertigung vorgenommener Positionierungen. Vielmehr geht es in diesem Buch um die Weiterführung des wesentlichen Anliegens des ersten Bandes, nämlich die Gestaltung des christlichen Unternehmens in Caritas und Diakonie. Unsere Überzeugung, dass dieses überzeugungsplural und inklusionsorientiert sein müsse, wollen wir dabei nicht wiederholen. Wichtig ist uns aber darzulegen, wie die Praxis einer Identitätsprägung von Caritas- und Diakonieunternehmen aussehen könnte. Erste Überlegungen dazu haben wir bereits in dem ersten Band

vorgelegt. Dabei haben wir uns aber nur auf der Ebene anfänglicher Anregungen bewegt. Mehr als ein Ordnungsrahmen, in den mögliche Praxisimpulse und -erfahrungen eingetragen werden können, konnte dies nicht sein. Da er sich aber im weiteren Fortgang bewährt hat, haben wir ihn in Teil IV aufgenommen und theoretisch ausführlicher entfaltet.

Damit freilich war ein befriedigendes Niveau noch keineswegs erreicht, sondern allenfalls die Basis dafür gelegt, den weiteren Diskurs um die Gestaltung der Identität des christlichen Unternehmens aufzunehmen. Diesen Prozess nachzuzeichnen, ist im Wesentlichen nur für die Beteiligten interessant. Wichtig aus diesem Prozess ist aus unserer Sicht aber, welche Ergebnisse der Prozess gezeitigt hat und vorbereitend, warum wir uns zu dem skizzierten Weg entschlossen haben. Die Begründung des Vorgehens erfolgt in I.4. Wir haben dies eingebettet in eine Darstellung der wesentlichen Prozessschritte zu dem 1. Band. Damit wird die Basis gelegt, die auch denen einen Einstieg ermöglicht, die „Diversität und Identität“ nicht gelesen haben.

In Teil II haben wir zunächst die Unternehmenspraxis christlicher Identitätsgestaltung anhand einzelner Unternehmen exemplarisch dargestellt. Wesentliche Ergebnisse dieser Untersuchung haben wir dann in Teil III vorgestellt. Dabei wird auch der Versuch unternommen, jenseits des Einzelunternehmens wichtige Einsichten auf der Metaebene festzuhalten und Beispiele und Anregungen für die Praxis daraus abzuleiten. Auf dieser Basis haben wir in Teil IV ein Theoriemodell zur Identitätsgestaltung in Caritas und Diakonie entwickelt und ausgeführt. Dabei beziehen wir uns auf ein Schaubild, das wir bereits am Anfang der Untersuchung über „Diversität und Identität“ kurz eingeführt hatten, dort aber nicht näher entfaltet hatten. Der Band schließt dann mit Thesen, in denen wesentliche Ergebnisse und Anstöße gebündelt werden sollen. Der Titel „Gelebte Identität“ verdeutlicht, dass es uns jetzt um die Identitätsgestaltung geht, nachdem die Diversität begründet ist. Die Thesen zum Schluss verdeutlichen, dass wir den Prozess, der in „Diversität und Identität“ mit Thesen eröffnet wurde, nun in Thesen für den weiteren Prozess geöffnet wissen wollen. Diese Thesen schließen somit den Prozess nicht ab, sondern regen zur weiteren Gestaltung und Forschung an.

Die vorgelegte Arbeit ist aus dem Brüsseler Kreis erwachsen. Ihm verdankt sich das Anliegen, die vorhandenen Ansätze christlicher Unternehmen zu sichten und weiterzuentwickeln. Dennoch handelt es sich nicht um eine Auftragsarbeit des Brüsseler Kreises, durch die die Position der angeschlossenen Unternehmen dargelegt würde und erst recht nicht verbindliche Inhalte vorgegeben würden. Der Freiheit der Unternehmen und gleichermaßen der Autoren ist es geschuldet, dass es sich deshalb nicht um einen Konsentext handelt, der die Breite möglicher Argumentationen berücksichtigt, sondern um pointierte Positionen der Verfasser. Dem Brüsseler Kreis und den Verfassern ist aber gleichermaßen wichtig, eine ihres Erachtens unverzichtbare Diskussion und eine Gestaltungsaufgabe lebendig zu halten.

Entsprechend richtet sich dieses Buch an einen weiten Kreis von Beteiligten, die an der Diskussion um die christliche Identität caritativer und diakoni-

scher Unternehmen beteiligt sind oder sich deren konkreter Umsetzung widmen. Damit sind unterschiedliche Fachlichkeiten angesprochen, mit denen sich Interessensschwerpunkte ergeben. Deshalb haben wir dem eigentlichen Text noch einen Zielgruppen differenzierenden Hinweis zum Gebrauch des Buches vorangestellt.

Wir danken herzlich Tatiana Wagner und Evelin Klemenz für das Führen der Interviews mit den Verantwortlichen aus den von uns untersuchten Organisationen sowie für das kompetente Erstellen der Übersichtstabellen und Zwischenberichte zu den Interviews, die für uns eine wesentliche Basis der Texte in Kapitel II bilden.

Besonders bedanken wir uns bei den Leitungsverantwortlichen, die sich für die Interviews und die Rückmeldungen zu den Ergebnissen zur Verfügung gestellt haben. Sie sind in der Übersichtstabelle in Kapitel II.1 namentlich genannt.

Ein herzlicher Dank gilt auch Klaus Weitkamp für das aufmerksame Korrekturlesen des Textes.

Bei der Bearbeitung des Layouts, aber auch der geduldigen Korrektur mancher formalen und inhaltlichen Ungenauigkeiten hat sich Anke Marholdt außerordentlich verdient gemacht. Bei ihr bedanken wir uns besonders herzlich.

Wir danken Florian Specker vom Verlag Kohlhammer für die zuverlässige und geduldige Zusammenarbeit.

Die Studie wurde durch intensive Gespräche mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Brüsseler Kreis und anderen caritativen und diakonischen Unternehmen begleitet. Ohne dass wir dabei einzelne Personen besonders hervorheben wollen, gilt auch ihnen unser herzlicher Dank.

Hinweise zur Nutzung des Buches

Die vorliegende Untersuchung weist eine stringente Argumentation auf, die im folgenden Eingangskapitel näher erläutert wird. Nachdem wir im Kapitel I. in die Thematik eingeführt haben, stellen wir in Kapitel II. konkrete Beispiele des Umgangs mit Fragen der Gestaltung christlicher Identität von 21 Unternehmen aus Caritas und Diakonie dar. In Kapitel III. werden diese Praxisbeispiele auf einer Metaebene analysiert und ausgewertet. Das führt uns in Kapitel IV. zu einem Theoriemodell, in dem die Erkenntnisse aus den Untersuchungen abstrahiert und theoretisch reflektiert werden. Der gesamte Argumentationsgang hat das Ziel, den Leserinnen und Lesern auf den verschiedenen Darstellungs- und Reflexionsebenen Anregungen für die eigene Gestaltungspraxis zu geben.

Das kann einerseits so geschehen, dass man der gesamten Argumentation als Leser folgt. Man kann andererseits aber auch gezielt einzelne Passagen des Buches ansteuern, um dort eher punktuell Anregungen für die eigene Refle-

xion und Praxis zu finden. Kap. II bietet dafür einen bunten Strauß von 21 Einzelbeispielen, die je für sich gelesen und als Exempel für eine individuelle und zugleich vorbildliche Gestaltung christlicher Identität betrachtet werden können. Hierzu sollte man jedoch die einführenden methodischen Teile des Kapitels mitlesen (vgl. II.1 und 2). Dieser Teil kann besonders von Praktikern aus Caritas, Diakonie und vielleicht auch anderen Sozialunternehmen genutzt werden, die konkrete Anregungen für die eigene Gestaltung christlicher Identität suchen.

In Kapitel III. findet man auf verschiedenen Auswertungsebenen zunächst konkrete Zusammenfassungen von Beobachtungen zu den einzelnen untersuchten Unternehmen (III.1). Daraus werden in III.2 Schwerpunktthemen abgeleitet, die die Summe der in den Einzeluntersuchungen gefundenen Aspekte noch einmal zusammenfasst. Das führt in III.3 zu Ergebnishypothesen, die auf einer wiederum allgemeineren Reflexionsebene wesentliche Ergebnisse der Einzeluntersuchungen vorstellt. Diese Abschnitte könnten gerade für Leitungsverantwortliche interessant sein, die die Identitätsfragen im eigenen Unternehmen in einem größeren Kontext betrachten und reflektieren möchten.

Kapitel IV. bemüht sich auf dieser Basis um die Entwicklung eines Theoriemodells, das wesentliche Aspekte christlicher Identitätsbildung in Unternehmen von Caritas und Diakonie anhand eines Schaubildes aufzeigt und ausführlich erläutert. Dieses Kapitel könnte besonders für theoretisch Interessierte aus dem wissenschaftlichen Kontext, aber auch für Personen aus der obersten Leitungsebene interessant sein.

Die Leserinnen und Leser sind frei, mit dieser Navigationshilfe die einzelnen Teile des Buches anzusteuern. Wir wünschen dabei eine anregende Lektüre und freuen uns umgekehrt über kritische Rückmeldungen.