

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	12
Abkürzungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
1.1 Fragestellung	15
1.2 Zielsetzung	28
1.3 Aufbau und methodisches Vorgehen	31
2. Unternehmenskultur	37
2.1 Unternehmenskulturforschung – ein Überblick	37
2.1.1 Funktionale und interpretative Ansätze	39
2.1.2 Kognitivistische und systemtheoretische Ansätze	56
2.1.3 Kulturparadigmen Kohärenz und Kohäsion	65
2.2 Diakonische Unternehmenskultur – relevante Diskurse	74
2.2.1 Der Diskurs um den Unternehmensbegriff	75
2.2.1.1 Der Unternehmensbegriff in Leitbildern	75
2.2.1.2 Unternehmen für Menschen als hybride Organisationen	83
2.2.1.3 Normative Sinnhorizonte diakonischer Unternehmen	92
Exkurs: Diakonieunternehmen als institutionelle Agenten für soziale Inklusion	94
2.2.1.4 Differenztheoretische Typologisierung diakonischer Unternehmen	98
2.2.2 Die Identitäts- und Profildebatte diakonischer Unternehmen	105
2.2.2.1 Diakonisches Profil?	105
2.2.2.2 Diakonische Identität als Prozess	118
2.2.3 Charakteristika diakonischer Kultur	123
2.2.4 Diakonische Kultur und diakonische Qualität	130
2.2.5 Diakonische Kultur und diakonische Bildung	140

3. Religiöses Wissen	147
3.1 Vorüberlegungen zu Religion und Wissen	147
3.2 Zum Wissensbegriff	152
3.2.1 Diskurse um Wissen und Wissensarten	156
3.2.2 Implizites Wissen in Organisationen	162
3.2.3 Wissen und Handeln	180
3.2.4 Zwischenfazit	184
3.3 Zum Religionsbegriff	186
3.3.1 Was ist Religion?	187
3.3.2 Befunde empirischer Religionssoziologie – ein Überblick	198
3.3.2.1 Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen (KMU)	202
3.3.2.2 Der Religionsmonitor	213
3.3.2.3 Welfare and Religion in a European Perspective (WREP)	220
3.3.3 Zusammenfassende Diskussion	230
3.4 Religion als Wissen	232
3.4.1 Die duale Struktur religiöser Orientierung	233
3.4.2 Religiöses Wissen als Sinndeutung angesichts von Kontingenz	242
3.4.3 Religiöses Wissen, Wahrheit und Werte	250
4. Religiöses Wissen und diakonische Unternehmenskultur	259
4.1 Kategorien diakonischer Organisationsformen	259
4.1.1 Diakonieunternehmen als kollektive Akteure	260
4.1.2 Religious Based Organizations	265
4.1.2.1 Religiöses Wissen in Entscheidungsprozessen	272
4.1.2.2 Religiöses Wissen und der Umgang mit organisationaler Macht	277
4.2 Spannungsfelder	285
4.2.1 Handlungslogiken und multiple Rationalitäten	286
4.2.2 Handlungsdimensionen	304
4.2.3 Organisationsidentität vs. Organisationskultur?	309
4.2.4 Wissen und Nichtwissen in Organisationen	325
4.3 Professionen und das Organisieren religiösen Wissens	329
4.3.1 Professionen als <i>institutional agents</i>	332
4.3.2 Berufsrollen und Kulturträger in diakonischen Unternehmen	339
4.3.3 Religiöses Wissen im Rahmen einer Wissensmorphologie	342

4.3.4	Berufsrollen und religiöses Wissen in diakonischen Unternehmen	357
5.	Religiöses Wissen - wirksam in diakonischen Unternehmen	363
5.1	Religiöses Wissen im Management diakonischer Unternehmen	363
5.1.1	Management als reflexive diakonische Gestaltungspraxis	363
5.1.2	Management und <i>Workplace Spirituality</i>	371
5.1.3	Management und religiöses Wissen	381
5.1.4	Transformationale Führung, Leadership und religiöses Wissen	387
5.2	Wie wird religiöses Wissen in Diakonieunternehmen wirksam?	398
5.2.1	Presencing – von der Zukunft her führen	398
5.2.2	Presencing, Innovation und organisationale Vorausschau	413
6.	Resümee und Ausblick: Orte höchster Zukunftsmöglichkeit	421
6.1	Zukunft als zugespielter Möglichkeitsraum	422
6.2	Konkrete Utopien – unmögliche Möglichkeiten	431
6.3	Die Entdeckung ‚schlafender‘ religiöser Pfade	439
6.4	Religiöse Wissenskulturen als dichte Beschreibungen des Möglichen	448
	Literatur	455