

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
A. Diakonie als ökonomisches Unternehmen	21
I. Diakonie als ökonomisches Unternehmen	21
1. Die öffentliche Hand wird leerer	21
2. Diakonie als ökonomisches Unternehmen	22
3. Bodelschwingh und die Gründerzeit – Das patrimoniale Gründermodell	24
4. Theologie und Ökonomie	25
5. Hausverwalter, Funktionär oder Manager	27
Modell 2: Der diakonische Hausverwalter	27
Modell 3: Der diakonische Funktionär	28
Modell 4: Der diakonische Manager	29
6. Diakonisches Management – Schlußfolgerungen	30
II. Management-Theologie – Führungsprobleme diakonischer Unternehmen	34
1. Äußere Herausforderungen der Diakonie	35
2. Führungsprobleme der Diakonie	39
3. Probleme des Funktionär-Modells	41
4. Management-Theologie	45
5. Die Hoffnung der Diakonie	50
III. Maria und Marta – Die diakonische Führungssache	52
1. Führungssache und Grundachse	52
2. Klage Martas und Gegenklage Marias	53
3. Eins aber ist not	55
4. Der diakonische Gründer	57
5. Vom Hausvater zum theologischen Funktionär	61
6. Theologische Probleme des Funktionär-Modells	63
7. Nochmals Maria und Marta: Die theologische Achse	64
8. Der Theologe als diakonischer Manager	71
IV. Wirtschaftsethik im diakonischen Unternehmen – Das Problem diakonischer Führungsmodelle	73
1. Der Ort der Wirtschaftsethik	73
2. Das charismatische Führungsmodell	76

3.	Das patriarchalische Führungsmodell	79
4.	Das partizipative Führungsmodell	80
5.	Veränderte Rahmenbedingungen diakonischer Leitung	82
6.	Das Management-Führungsmodell	85
7.	Die Frage der theologisch-ethischen Legitimität	89
8.	Ein neues Kapitel der Diakonieggeschichte	91
V.	Die Krise als Chance –	
	Leitsätze einer diakonischen Unternehmenspolitik	93
1.	Die Krise als Katastrophe und Chance	93
2.	Diakonie in zehn Jahren	96
3.	Elemente einer diakonischen Management-Theologie	98
B.	Diakonie als christliches Unternehmen	111
I.	Der Ort von Theologie im diakonischen Unternehmen	111
1.	Die theologische Ortsbestimmung von Diakonie	111
2.	Der Ort von Theologie im diakonischen Unternehmen – Der unternehmenspolitische Ansatz diakonischer Theologie	114
3.	Die Ortlosigkeit von Theologie in der Leitungsverantwortung – Krisenbilder diakonischer Theologie	119
4.	Die Aufgabe einer neuen Ortsbestimmung diakonischer Theologie	125
4.1	Theologie als Initiator der Diakonie	127
4.2	Theologie als Geist des diakonischen Hauses	128
4.3	Theologie als Spezialfunktion	129
5.	Diakonische Unternehmenspolitik als Ort diakonischer Theologie	132
6.	Der unternehmenspolitische Ort diakonischer Theologie	139
6.1	Theologische Integration im Sachbezug diakonischer Unternehmenspolitik	139
6.2	Theologische Motivation aus dem Traditionsbezug diakonischer Unternehmenspolitik	142
6.3	Theologische Konzentration der Handlungsdiakonie	145
6.4	Die theologische Identifikation des Unternehmens im Umweltbezug	149
7.	Die Zukunft diakonischer Theologie	150
II.	Diakonie als christliches Unternehmen –	
	Zur Neuorientierung diakonischer Theologie	151
1.	Zur Neuorientierung diakonischer Theologie	151
1.1	„Christliches Unternehmen“ – ein hölzernes Eisen oder ein Problem?	151
1.2	Diakonie in der Vielzahl ihrer Einrichtungen	154

1.3	Diakonie als Unternehmen	159
1.4	Diakonie als christliches Unternehmen	163
1.5	Ein Paradigmenwechsel diakonischer Theologie	168
1.6	Theologie und diakonische Unternehmenspolitik	176
2.	Theologische Grundfragen diakonischer Unternehmenspolitik – 8 Arbeitsschritte	179
	<i>Schritt 1:</i> Arbeit am Leitbild des Unternehmens	179
	<i>Schritt 2:</i> Wer wir sind – Der Sachbezug des diakonischen Unternehmens	183
	1. <i>Situation:</i> Ansatzpunkte der Identifikation	183
	2. <i>Reflexion:</i> Der theologische Brennpunkt des diakonischen Unternehmens	186
	2.1 Das theologisch verantwortete Selbstverständ- nis des diakonischen Unternehmens	187
	2.2 Unternehmensidentität und individuelle Identitäten	190
	3. <i>Definition:</i> Unternehmenspolitische Grundsätze und Leitsätze	198
	<i>Schritt 3:</i> Was wir wollen – Der Sachbezug des diakonischen Unternehmens	
	1. <i>Situation:</i> Der Zweck des diakonischen Unter- nehmens	200
	2. <i>Reflexion:</i> Kann ein Unternehmen Liebe üben?	203
	2.1 Ist Liebe institutionalisierbar?	204
	2.2 Diakonie als Unternehmen der Liebe	210
	3. <i>Definition:</i> Die Zweckbestimmung des diakoni- schen Unternehmens	220
	<i>Schritt 4:</i> Was wir sollen – Der Traditionsbezug des diakoni- schen Unternehmens	222
	1. <i>Situation:</i> Theologische Motivationsprobleme	222
	2. <i>Reflexion:</i> Motivation aus Tradition	225
	2.1 Existenzgrund und Motivation	227
	2.2 Die maß- und normgebende Erinnerung Jesu	227
	3. <i>Definition:</i> Der christliche Existenzgrund der Diakonie	235
	<i>Schritt 5:</i> Wohin es gehen soll – Der Sachbezug als Zukunfts- bezug des diakonischen Unternehmens	236
	1. <i>Situation:</i> Der Zukunftsbezug der diakonischen Motivation	236
	2. <i>Reflexion:</i> Die Zukunft Gottes	237
	2.1 Diakonische Theologie als Theologie des Reiches Gottes	238
	2.2 Von der Heilung zum Heil	243
	3. <i>Definition:</i> Das Ereignis von Liebe als Reich Gottes im Prozeß	252

Schritt 6: Die innere Mitte der Handlungsdiakonie – Der Handlungsbezug des diakonischen Unternehmens . . .	253
1. <i>Situation:</i> Handlungsdiakonie als Konkretion von Liebe?	253
2. <i>Reflexion:</i> Die theologische Transparenz der diakonischen Handlungssituation	258
2.1 Zur humanwissenschaftlichen Entfremdung diakonischer Theologie	260
2.2 Das Profil des diakonischen Mitarbeiters	275
2.3 Der Betreute als Kriterium diakonischen Handelns	285
3. <i>Definition:</i> Ein Modell der diakonischen Handlungssituation	291
Schritt 7: Kirchliche Diakonie im Kontext des Sozialstaates – Der Umweltbezug des diakonischen Unternehmens . . .	304
1. <i>Situation:</i> Die fünf relevanten Umweltbezüge des diakonischen Unternehmens	305
2. <i>Reflexion:</i> Politik der Liebe	308
2.1 Kirchliche Diakonie (Die kirchliche Umwelt)	309
2.2 Im Kontext des Sozialstaates (Die staatliche Umwelt)	315
2.3 Gesellschaftspolitische Diakonie (Die gesellschaftliche Umwelt)	323
2.4 Therapiepolitik (Die wissenschaftlich-therapeutische Umwelt)	330
2.5 Ökopolitik (Die ökologische Umwelt)	331
3. <i>Definition:</i> Verantwortliche Diakonie und Verantwortungsgesellschaft	333
Schritt 8: Konzeption einer diakonischen Unternehmensverfassung als Aufgabe der Leitungsdiakonie	334
1. <i>Situation:</i> Die diakonische Einrichtung als plurales Unternehmen	335
2. <i>Reflexion:</i> Sinn und Grenzen einer diakonischen Unternehmensverfassung	340
2.1 Begriff und Beispiel einer Unternehmensverfassung	341
2.2 Der Ort einer diakonischen Unternehmensverfassung	345
3. <i>Definition:</i> Diakonie als christliches Unternehmen? (Zusammenfassung der Grund- und Leitsätze) . . .	352
Literaturverzeichnis	359
Kurzbiographie des Autors	365