

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	9
Hinweise zur Nutzung des Buches .....	12
I. Ausgangspunkt: Aufnahme des inhaltlichen Fadens aus „Diversität und Identität“ .....	14
1. Anlass und Kontext der Thesen aus „Diversität und Identität“ .....	14
2. Der demographische Hintergrund der Fragestellung.....	14
3. Die Fähigkeit des Christentums zur Selbstüberschreitung in Richtung Inklusion .....	15
4. Inklusion als ethisches Ziel .....	18
5. Konfessioneller Überzeugungspluralismus der Mitarbeitenden als Konsequenz.....	19
6. Identität des Unternehmens und persönliche Überzeugung der Mitarbeitenden .....	20
7. Identitätsprägung als systemische Aufgabe: Querschnittdimension oder Gestaltungsportfolio? .....	21
8. Inszenierung als Authentizitätsersatz .....	23
9. Ideologisierung.....	24
II. Gelebte Praxis .....	26
1. Merkmale christlicher Prägung im Unternehmen – Bestandsaufnahme und Perspektiven .....	26
2. Verdichtung der Daten Christlicher Profilierung caritativer und christlicher Unternehmen .....	33
3. Fallbeispiele aus ausgewählten Unternehmen .....	35
3.1 Agaplesion in Frankfurt am Main.....	36
3.1.1 Zahlen und Fakten .....	36
3.1.2 Diakonische Identitätsbildung als Institutsauftrag in einem Krankenhauskonzern .....	38
3.2 Barmherzige Brüder Trier in Koblenz .....	42
3.2.1 Zahlen und Fakten.....	42
3.2.2 Orientierung am Gedanken der Barmherzigkeit .....	45
3.3 Bischöfliche Stiftung Haus Hall in Gescher .....	48
3.3.1 Zahlen und Fakten.....	48
3.3.2 Gepflegte Rituale .....	52
3.4 Christophorus-Werk Lingen .....	56
3.4.1 Zahlen und Fakten.....	56
3.4.2 Christliche Profilierung als parochiale und konfessionsübergreifende Vernetzungsaufgabe.....	59

3.5	Diakonie Stetten in Kernen .....	62
3.5.1	Zahlen und Fakten.....	62
3.5.2	Christliche Profilierung als Durchdringung.....	64
3.6	Diakonische Stiftung Wittekindshof in Bad Oeynhausen.....	69
3.6.1	Zahlen und Fakten.....	69
3.6.2	Vorsichtige Diversifizierung einer Traditionseinrichtung .....	71
3.7	Diako Thüringen in Eisenach .....	75
3.7.1	Zahlen und Fakten.....	75
3.7.2	Entwicklung von „Schlüsselpersonen“ .....	78
3.8	Evangelische Gesellschaft Stuttgart.....	81
3.8.1	Zahlen und Fakten.....	81
3.8.2	Ehrenamtliche als Träger christlicher Profilierung .....	84
3.9	Evangelische Perthes-Stiftung in Münster.....	86
3.9.1	Zahlen und Fakten.....	86
3.9.2	Kirchengemeindliche Anbindung in dezentralen Strukturen.....	89
3.10	Evangelisches Johannesstift in Berlin-Spandau.....	93
3.10.1	Zahlen und Fakten.....	93
3.10.2	Identitätsentwicklung in Organisationsumbrüchen.....	95
3.11	Evangelische Stiftung Alsterdorf in Hamburg .....	99
3.11.1	Zahlen und Fakten.....	99
3.11.2	Gedenk- und Erinnerungskultur als Treiber christlicher Profilierung .....	103
3.12	Evangelische Stiftung Hephata in Mönchengladbach .....	107
3.12.1	Zahlen und Fakten.....	107
3.12.2	Identität in der Diversität lokaler Unternehmenskulturen.....	109
3.13	Josefs-Gesellschaft Köln .....	114
3.13.1	Zahlen und Fakten.....	114
3.13.2	Das Kölner Brückenmodell (Qualifizierung für seelsorgerliche Aufgaben) .....	117
3.14	Katholische Jugendfürsorge der Diözese Augsburg .....	118
3.14.1	Zahlen und Fakten.....	118
3.14.2	Kirchlichkeit als Selbstanspruch und Angebot .....	121
3.15	Katholische Jugendfürsorge der Diözese Regensburg.....	124
3.15.1	Zahlen und Fakten.....	124
3.15.2	Das Konzept der Lebensbegleitung von Mitarbeitenden .....	127
3.16	Norddeutsche Gesellschaft für Diakonie in Rendsburg.....	130
3.16.1	Zahlen und Fakten.....	130
3.16.2	Christliches Profil im Netz und im Bereich Social Media .....	132

3.17 Pommerscher Diakonieverein in Greifswald .....	135
3.17.1 Zahlen und Fakten.....	135
3.17.2 Authentizität in einem säkularen Kontext.....	137
3.18 Rummelsberger Diakonie in Schwarzenbruck.....	140
3.18.1 Zahlen und Fakten.....	140
3.18.2 Von diakonischen Gemeinschaften getragen .....	143
3.19 Sießener Schulen in Bad Saulgau .....	146
3.19.1 Zahlen und Fakten.....	146
3.19.2 Der Spiritualität einen Dialograum geben.....	150
3.20 Sozialwerk St. Georg in Gelsenkirchen .....	154
3.20.1 Zahlen und Fakten.....	154
3.20.2 Implementierung einer Konzeption Ethik und Prävention .....	156
3.21 Stiftung Liebenau in Meckenbeuren.....	160
3.21.1 Zahlen und Fakten.....	160
III. Beobachtungen zur gelebten Praxis .....	164
1. Betrachtung der Zahlen und Fakten .....	164
1.1 Grunddaten der untersuchten Organisationen.....	164
1.2 Personelle Ausstattung.....	165
1.3 Finanzen.....	166
1.4 Ebenen/Dimensionen Christlicher Profilentwicklung .....	172
1.5 Organisationale Verankerung der Christlichen Profilentwicklung .....	173
2. Schwerpunktthemen und -trends .....	173
2.1 Ethik.....	174
2.2 Leitbild.....	175
2.3 Gemeinschaft – alte und neue Gestalten .....	175
2.4 Spiritualität .....	176
2.5 Akademie/Fortbildungsinstitut .....	176
2.6 Schwellen der Berufsbiographie .....	177
2.7 Führung.....	178
2.8 Neue Sozialisationsagenten .....	178
2.9 Besondere Themen .....	179
3. Ergebnishypothesen.....	180
IV. Entwicklung eines Modells zur Identitätsgestaltung .....	188
1. Identitätskern.....	190
1.1 Zur Gefährdung und Stärkung christlicher Identität in konfessionellen Unternehmen .....	190
1.2 Die eigene Praxis christlich verstehen und deuten: Externalität des Wirkens Gottes .....	194

2. Dimensionen und Gestaltungsebenen diakonischer und caritativer Praxis.....	202
2.1 Dimension: Biblische Grundlagen.....	202
2.2 Gestaltungsebene Personal .....	209
2.3 Dimension: Überzeugungen und Werthaltungen.....	218
2.4 Dimension: Formale Bindungen und Loyalitäten.....	221
2.5 Gestaltungsebene Strategie.....	224
2.5.1 Grundsätzliches zum Strategieverständnis.....	224
2.5.2 Management als reflexive Gestaltungspraxis.....	226
2.6 Dimension: Vision, Unternehmensphilosophie, Profilentwicklung .....	229
2.7 Dimension: Corporate Design, Marke, Claim .....	231
2.8 Gestaltungsebene Praxis .....	232
2.9 Dimension: Basis- und Leistungsprozesse.....	233
2.10 Dimension: Konventionen und Abläufe .....	235
2.11 Gestaltungsebene Kultur.....	236
2.11.1 Zum Begriff der Kultur .....	236
2.11.2 Dimension: Gebäude und Räume .....	237
2.11.3 Wandel der Unternehmenskultur in Caritas und Diakonie .....	239
2.11.4 Kulturelle Öffnung und das EuGH-Urteil vom 17.04.2018 .....	243
3. Die Verortung der Unternehmensbeispiele im Modell zur Identitätsgestaltung.....	245
V. Fazit: Thesen zur Identität und Diversität caritativer und diakonischer Unternehmen .....	248
Anhang: Praxisideen und ihre Anwendung in der Organisation .....	250
Abkürzungen.....	254
Quellen- und Literaturverzeichnis .....	256
1. Allgemeine Quellen und Literatur .....	256
2. Quellen und Literatur der Unternehmen .....	259