

Management und Religion

Management und Religion

Abstract

Der Aufsatz stellt verschiedene Formen des Verhältnisses von Management und Religion auf individueller, organisatorischer und gesellschaftlicher Ebene dar. Hervorgehoben wird dabei, dass gerade eine ethische Perspektive einen Zusammenhang zwischen Management und Religion herstellen kann. Dies wird am Beispiel des Themas Verantwortung umgesetzt.

1) Einleitung

Die Themenbereiche Management und Religion stehen auf vielfältige Weise miteinander in Beziehung, auch wenn dies auf einen ersten Blick eher erstaunlich erscheinen mag, weil es unter anderem um verschiedene Handlungsrationaltäten geht. Das Verhältnis von Management und Religion lässt sich jedoch in einem dreifachen Sinne entfalten: Erstens kann Religion als religiöse Motivation oder spirituelle Ausrichtung für Manager:innen bzw. beim unternehmerischen Handeln verstanden werden, d.h. die wissenschaftlichen Analysen beziehen sich auf die individuelle Ebene und beispielsweise auf Fragen nach einem religiös-wertegebundenen „Leadership“ oder Verhalten. Zweitens können bei den beiden Themenbereichen die institutionellen Akteure in den Blick treten, seien es die Kirchen bzw. Religionsgemeinschaften oder auch christlich geprägte Unternehmen wie Einrichtungen der Caritas oder Diakonie, in denen theologisch-religiöse Grundsätze die Strukturen prägen bei gleichzeitigem Bewusstsein, dass diese Einrichtungen auch mit ihren eigenen Managementfragen entsprechend umgehen müssen. Hier ergeben sich auf einer institutionellen Ebene Fragestellungen, beispielsweise nach der christlichen Identität der diakonischen Einrichtung wie kirchlicher Krankenhäuser oder Altenheime bzw. der theologischen Begründung der unternehmerischen Entscheidungen dieser Einrichtungen bzw. der Kirche. Andererseits lässt sich bei Unternehmen fragen, wie sich die Dimensionen des Religiösen in deren unternehmerische Tätigkeiten aufnehmen und managen lassen. Drittens stellt sich

* Evangelische Hochschule Darmstadt / Universität Tübingen

hinsichtlich einer gesellschaftspolitischen Ebene die Fragen, ob und wie sich das Verhältnis von Religion und Management gesamtgesellschaftlich auswirkt, sei es, indem sich Kirchen bzw. Diakonie / Caritas auch als Akteure von Corporate Social Responsibility verstehen oder indem Religion und ihr wirtschaftliches Handeln als „Gegenmodell“ zur gegenwärtigen Gesellschaft verstanden wird.

Untersuchungen zu Management und Religion sollten also weit über die „Anwendung“ religiös-konnotierter Werte im Business-Kontext hinausgehen. Im Folgenden werde ich jedoch vor allen Dingen ethische Dimensionen in den Blick nehmen, die so zur „Brücke“ bzw. zum verbindendem Element zwischen Religion und Management werden können, insbesondere, wenn sich beide auf einen „moral background“ (Abend 2014) beziehen, der im Rahmen der jeweiligen Handlungsräume eine Rolle spielt (Ulshöfer 2015).

Ethik als Theorie der Moral und Moral als gelebte Werte und Normen in einem Gemeinwesen, können beide für das Handeln sowohl im Management als auch in der Religion wichtig sein, wobei zu klären ist, wie genau die Zusammenhänge zu verstehen sind. Der hier verfolgte Ansatz stellt Verantwortung ins Zentrum zwischen Religion und Management und damit auch als „moral background“ (siehe Kapitel 6), durch den Religion und Management verbunden sind. Bei dem vorliegenden Artikel wird vor allen Dingen auf christliche, insbesondere protestantische Theologie und damit auf die christliche Religion Bezug genommen. Dies geschieht nicht in einem ausschließenden Sinne, sondern ist der beschränkten Seitenzahl geschuldet, denn in jedem Fall ist sowohl Management und als auch Religion im Plural zu verstehen. Gerade im Bereich der Spiritualität und Management-Forschung sowie der Frage nach der religiös begründeten Verhaltensorientierung im Management finden sich in Religionen wie, z.B., dem Buddhismus, Hinduismus, Judentum und Islam sowohl praxisorientierte als auch theoretische Ansätze und Untersuchungen (vgl. ausführlich Brügger 2021, 134ff.). Eine dezidiert interreligiös ausgerichtete Forschung im Bereich „Religion und Management“, die über Themen der Spiritualität hinausgeht, steht noch aus.

2) Forschungsgeschichte

Das Thema „Management und Religion“ ist in den vergangenen Jahrzehnten ein wachsendes Forschungsfeld geworden, das zwischen Wirtschaftswissenschaften, Psychologie, Soziologie und Philosophie bzw. Theologie

zu verankern ist. Wie beispielsweise Katherine Gundolf und Matthias Filser in ihrem Überblick über Veröffentlichungen zu Religion und Management der vergangenen Jahrzehnte festgestellt haben, hat sich die Zahl der Veröffentlichungen seit Mitte der achtziger Jahre des 20. Jahrhunderts gesteigert (Gundolf und Filser 2013; ausführlich und Studien vergleichend, siehe Brügger 2021, 48). Dabei stellen sie vor allen Dingen drei inhaltliche Schwerpunkte bei den Veröffentlichungen zu „Religion und Management“ fest: erstens gehe es bei den wissenschaftlichen Untersuchungen um die Frage, wie und ob sich die ökonomische Performance und damit der ökonomische Erfolg, durch religiöse Haltungen bzw. Spiritualität verbessern kann, wie sich „ein spiritual leadership auszahlt“. Zweitens gehe es um die Frage, wie sich das Management durch religiösen Einfluss verändert, d.h. wie verändert sich die Steuerung eines Unternehmens, auch angesichts eines religiös pluralen Umfelds, und drittens stehen Fragen nach der persönlichen Ethik, also der Individualethik und ethischen Werten im Zentrum der Untersuchungen (Gundolf und Filser 2013). Dieser Literaturüberblick bezieht sich auf wissenschaftliche Analysen im Bereich der Management- und der Betriebswirtschaftslehre und zeigt, dass dort das Thema „Religion und Management“ selten in Relation zu seinem gesellschaftlichen Umfeld diskutiert wird.

Aus theologischer Perspektive ist es bezüglich Wirtschaftsfragen und dem Verhältnis von Religion und Wirtschaft/ Management jedoch genau umgekehrt: Hier stehen Untersuchungen zur wirtschaftspolitisch-gesellschaftlichen Ebene im Zentrum. Gleichzeitig zeigt sich in der protestantischen deutschsprachigen Theologie ein gewisses Defizit hinsichtlich der dezidierten Frage nach dem Verhältnis von Management und Religion (Grotefeld 2015; Brügger / Kretzschmar 2015, 2). Blickt man in die Geschichte, so spielt zwar eine religiöse Perspektive bei der Beschreibung von ökonomischen Handlungen, wie bei den Handbüchern zur guten Haushalts- und Buchführung eine Rolle – wie z.B. schon die Abhandlung „Über die Buchhaltung“ des Mönchs Luca Pacioli von 1588 zeigt, in der er zu deren Beginn deutlich macht, dass auch dieses Werk zum Lobe Gottes geschrieben sei (Pacioli 1588, 6), aber eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Management bzw. Unternehmensführung und Religion findet nur selten statt. Stattdessen greift die wissenschaftliche Theologie des 19. und 20. Jahrhunderts bei wirtschaftlichen bzw. wirtschaftsethischen Fragen vor allen Dingen wirtschaftspolitische Zusammenhänge auf. Das Thema „Unternehmen“ oder „Management“ bleibt eher randständig. Dies lässt sich exemplarisch an Georg Wünschs „Evangelische Wirtschaftsethik“ aufzeigen, die eine der ersten deutschsprachigen theolo-

gisch-protestantischen Wirtschaftsethiken des 20. Jahrhunderts ist. In ihr wird nicht nur eine theologische Grundlegung vorangestellt, sondern intensiv über wirtschaftspolitische und sozialpolitische Herausforderungen und Theorien diskutiert. Zentral ist bei Georg Wünsch (1887–1964) auch die Frage nach dem Beruf und den Arbeitsverhältnissen, so dass hier gesagt werden kann, dass das Unternehmen und damit auch Managementfragen nur sehr indirekt behandelt werden (Wünsch 1927). Ähnlich ist es auch bei Arthur Richs (1910–1992) zweibändigem Werk zur Wirtschaftsethik (Rich 1984/ 1990) aus, das sowohl ethische Grundlagen als auch vor allen Dingen wirtschaftspolitische Perspektiven in den Vordergrund stellt. Anders sieht es jedoch im Blick auf „alltagstheologische“ Äußerungen zum Management bzw. Business aus, wenn man beispielsweise Schriften und Predigten untersucht, die sich mit „business-Themen“ beschäftigen, wie dies der Soziologe Gabriel Abend aufzeigt (Abend 2014). Hier wird dezidiert von der Bedeutung der religiösen Ausrichtung für das Verhalten im Management bzw. im wirtschaftlichen Handeln ausgegangen.

3) Zentrale Begriffe: Was heißt Religion, was heißt Management?

„Worauf du nun ... dein Herz hängst und dich verlässt, das ist eigentlich dein Gott.“ (Luther 1580: Das erste Gebot). Der Reformator Martin Luther (1483–1546) schreibt diesen Satz in seinem Großen Katechismus, d.h. in seinem Lehrbuch, in welchem er zentrale Lehrstücke protestantischen Glaubens in konzentrierter Form vorstellt. Anhand dieses Satzes lässt sich aufzeigen, wie im Folgenden Religion verstanden werden soll: erstens zeigt sich darin ein funktionales Verständnis von Religion: Religion bietet Orientierungswissen und eröffnet eine Sinndimension, d.h., sie zeigt, was Wertigkeiten im Leben sind und wonach gewichtet werden kann und soll (Hermes 1991: 231f.). Zweitens drückt der Satz in einem impliziten Sinne aus, dass aus einer theologischen Perspektive dieses Orientierungswissen inhaltlich zu füllen ist, denn Gott ist für Luther und damit aus protestantischer Perspektive nicht irgendetwas Innerweltliches wie Geld oder Erfolg etc., sondern es geht um den in der Bibel beschriebenen, sich in Jesus Christus offenbarenden Schöpfergott, der als ein Gott der Liebe charakterisiert wird und der auch zur Nächstenliebe und zur Verantwortung motiviert.

Neben der Verwendung des Begriffs der Religion kann auch von „faith“, d.h. Glauben, im Sinne von einer persönlichen Überzeugung, die „basic beliefs and assumptions“ (Brügger/Kretzschmar 2015, 2) beinhalten oder von Spiritualität gesprochen werden, wobei in der Forschung keine Einigkeit

über die Terminologien herrscht (vgl. Brügger 2021, 21) und sich gerade beim Thema „spirituality at work“ zeigt, dass Spiritualität auch jenseits religiöser Konnotationen gedacht werden kann (Brügger 2021, 66). Im Folgenden wird jedoch der Fokus weiter auf „Religion“ liegen.

Der Begriff des Managements soll hier als die Lehre von der Steuerung eines Unternehmens, die Planung, Leitung, Organisation und Überwachung umfasst (Haric 2018; siehe in diesem Band der Beitrag von Alewell 2024) und gleichzeitig immer wieder auch als „pars pro toto“ für wirtschaftliches Handeln verstanden werden. Daher geht es in diesem Aufsatz neben dem Verhältnis von Management und Religion auch immer wieder um die Verhältnisbestimmung von Wirtschaft und Religion. Bevor es um die Darstellung des Ansatzes der Verbindung von Religion und Management mit Hilfe ethischer Überlegungen geht, soll hier zunächst ein Überblick über die Breite der Perspektiven auf das Feld von Religion und Management gegeben werden.

4) Ein kurzer Überblick über die Breite der Perspektiven auf „Management und Religion“

Im folgenden Abschnitt werden Theorien und Praktiken zur Verhältnisbestimmung von Management und Religion aufgezeigt. Dabei finden sich diese Relationen auf individueller, unternehmerischer bzw. organisatorischer und gesellschaftspolitischer Ebene und umfassen Fokussierungen auf Erfolg, Reichtum, ganzheitliche Spiritualität, theologische Topoi und Visionen für eine gerechtere Welt. Hier soll auch davon ausgegangen werden, dass sich die getrennt dargestellten Themen überschneiden, so dass gesagt werden kann, dass wahrscheinlich alle Zuordnungen von einer Verbesserung der Welt und der wirtschaftlichen Verhältnisse ausgehen, dabei stellt sich jedoch die Frage, was die Verbesserung umfasst.

4.1) Aufs Individuum bezogene Zuordnungen von Religion und Management

4.1.1) Glaube als ökonomisches Erfolgsversprechen – Die Vorstellungen der Prosperity-Gospel

Religion als Orientierungswissen, das dem Leben Sinn und Inhalt gibt, zeigt sich beispielsweise in einer Strömung des christlichen Lebens, die sich „prosperity gospel“, d.h. Wohlstands-Evangelium, nennt. Im Zentrum

steht hierbei der persönliche Glaube an Jesus Christus und die Erweckung zu diesem Glauben. Diese vor allen Dingen in den USA und Lateinamerika und in Asien (Bowler 2013, 223) verbreitete Interpretation des Christentums stellt eine enge Verknüpfung zwischen den Aspekten des Auserwähltseins und Gesegnet-seins her und sieht dafür Zeichen in Form von Reichtum und Gesundheit sowie Erfolg, die dies belegen (Bowler 2013, 7). In dieser religiösen Richtung ist es wichtig, den Erfolg des Glaubens und die damit verbundene Selbstoptimierung darzustellen und zu feiern. Exemplarisch soll hier das Werk von John R. Schneider für die theologische Fundierung dieses Ansatzes stehen. Dieser geht davon aus, dass sich in biblischen Texten eine positive Bewertung auch des materiellen Überflusses finden lässt und es daher um einen freudigen Umgang mit Wohlstand bzw. Reichtum gehen sollte (Schneider 2002, 10f.).

Für die Anhänger:innen der Prosperity-Gospel verbinden sich Religion und Management in einer pneumatologisch, d.h. geistgewirkten, orientierten Form, denn sie gehen davon aus, dass die geistige bzw. geistliche Kraft Haltungen und Verhalten ändert, so dass sie zum Segen werden können – und dieser Segen manifestiere sich dann in Reichtum und Gesundheit. Zentral ist also die Vorstellung – wie sich schon in den Anfängen der Bewegung in den 1950er Jahren zeigte –, dass es sich bei den dieser Glaubensbewegung angehörigen „business men“ um vom Heiligen Geist inspirierte Männer handelt, die ihren ökonomischen Gewinn auf ihren Glauben zurückführen und ihn als Zeichen und Wunder interpretieren (Bowler 2013, 52). Das Managementziel schränkt sich dadurch auf reines Gewinnstreben ein. Mit Hilfe einer dualistischen Weltsicht wird dann Armut als vom Teufel bezeichnet und Reichtum als etwas, was mit der Hinwendung zu Jesus als dem Erlöser einhergehe. (Bowler 2013, 95).

4.1.2) Spirituelle Ganzheitlichkeit – Spiritualität als VUCA-Management

Obwohl bei dem Ansatz von Spiritueller Ganzheitlichkeit auch das Individuum im Zentrum steht, ist diese Richtung der Verbindung von Religion und Management inhaltlich anders gefüllt. Zwar rücken hierbei auch pneumatologische Aspekte in den Mittelpunkt, weil davon ausgegangen wird, dass Religion mit spirituellen Komponenten zu tun hat und damit Menschen durch Religion inspiriert werden, in einer bestimmten Weise zu sein oder zu handeln. Aber das Verständnis von Spiritualität ist sowohl auf praktischer als auch auf theoretischer Ebene offener.

Die Dimension der Spiritualität, die Gefühle und eine Orientierung auf Transzendentes umfassen kann (Nandram 2019, 14), wird zur Zeit

im Bereich der Management- und Leadership-Forschung als ein wichtiges Element entdeckt. Im Management-Bereich wird die Umbruchssituation, in der wir gerade leben, gerne auch mit VUCA bezeichnet, also einer Zeit, die als volatile, uncertain, complex and ambiguous (Saane 2019, 50) beschrieben wird. Gleichzeitig ergibt sich für das Management die Frage, welche Form von Leadership, d.h. von Führung, in diesen Zeiten angemessen ist. Dabei kann aus zwei Gründen religiöse Spiritualität eine Rolle spielen: Erstens ergibt sich durch eine Verankerung im Religiösen und damit auch im Wahrnehmen einer spirituellen Dimension des Lebens eine gewisse Resilienz, d.h. eine Widerstandskraft wie mit dem Unbill des Lebens umgegangen werden kann. Zweitens zeigt sich in den Forschungen zum Thema Leadership, dass auch im Blick auf einen diskursiven Führungsstil die spirituelle Dimension von Führung und damit das Thema Spiritualität – das dann auch religiös gefüllt werden kann, aber nicht muss – wichtig ist. Mit Hilfe der spirituellen Ausrichtung kann sich dann ein neuer Interpretationsrahmen ergeben, wie das Management ein Problem angeht. Von religiösem Leadership kann gelernt werden, welche Bedeutung dabei Narrative, also Geschichten haben, die die Situation interpretieren und so in einer instabilen Welt Orientierung geben.

Eine religiös orientierte Spiritualität kann dann – so eine der führenden Wissenschaftlerinnen auf dem Gebiet von buddhistischer Spiritualität und Business, Shakra Nandram – besonders eine Perspektive der Ganzheitlichkeit und der Verwobenheit von allem einbringen. Dies kann sich dann auch auf unternehmerische Entscheidungsfindung auswirken, weil Entscheidungen nicht nur unter rational-ökonomischen Gesichtspunkten, sondern auch unter moralisch-religiösen und gefühls-orientierten Aspekten getroffen werden können (Nandram 2019, 22).

4.2) Unternehmen und die Frage nach dem Verhältnis von Religion und Management

4.2.1) Kirche und Unternehmen: Die Denkschrift «Unternehmerisches Handeln in evangelischer Perspektive» der Evangelischen Kirche in Deutschland

Für eine kirchlich-theologische Perspektive soll hier exemplarisch eine Denkschrift der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) vorgestellt werden. Die EKD versteht sich im Sinne einer „öffentlichen Theologie“ als Institution, die nicht nur Christ:innen in ihren spirituellen und got-

tesdienstlichen Bedürfnissen dient, sondern die auch aus einer religiösen Perspektive zu gesellschaftlichen Fragen Stellung nimmt. Im Sinne einer Kirche, die auch gesellschaftlich relevant sein will, entstehen seit der Gründung der EKD, in unregelmäßiger Reihenfolge, aber kontinuierlich, sogenannte Denkschriften, die aus kirchlich-theologisch-religiöser Perspektive Stellung zu Fragen der Zeit nehmen.

Im Jahr 2008 wurde zum ersten Mal eine Denkschrift dem Thema Management und Unternehmen gewidmet (Rat der EKD 2008). Hierin wird nicht nur die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ange-mahnt, sondern sie nennt gleich zu Beginn der Schrift die Tugenden, die aus protestantischer Perspektive für unternehmerisches Handeln relevant sind: „Verantwortungsbereitschaft, Weltgestaltung, Unternehmergeist und das Engagement für das Gemeinwohl“ (Rat der EKD 2008, 7). Sie bindet dann im weiteren Verlauf des Textes eine protestantisch-religiöse Orientierung für unternehmerisches Handeln eng an ein Verantwortungsverständnis, das über individuelle Verantwortung hin zu sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung der Unternehmen reicht und so das Thema Verantwortung mit Freiheit und Gerechtigkeit verbindet. Interessanterweise beschreibt die Denkschrift nicht genau, wie sich eine religiöse Verankerung in Managementprozessen auswirken kann, sondern verweist hinsichtlich einer christlich orientierten Unternehmensführung auf die Bedeutung von Arbeitnehmerrechten wie zu Mitbestimmung und Beteiligung. Das heißt: Religion und Management treffen sich hierbei in der Einbeziehung und Teilhabe der Arbeitnehmer:innen im Unternehmen und seiner Leitung.

4.2.2) Diakonische Unternehmen als Exempel für ein enges Verhältnis zwischen Religion und Management

Die soziale Frage des 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts führte insbesondere durch engagierte Einzelne, d.h., christlich orientierte Männer und Frauen wie Johann Hinrich Wichern (1808–1881), Adolph Kolping (1813–1865) oder Amalie Sieveking (1794–1859) zur Einrichtung von diakonischen Einrichtungen, die Hilfe für Jugendliche, Menschen mit Einschränkungen, Alte, Obdachlose etc. boten. Motiviert durch ihren christlichen Glauben und im Sinne einer „Inneren Mission“ wollten diese Gründergestalten der Diakonie und Caritas Dienst im Sinne christlicher Liebe verstehen. Inzwischen sind viele dieser Einrichtungen zu großen sozialunternehmerischen Konzernen gewachsen, in denen sich vermehrt Managementfragen stellen, wobei insbesondere das Verhältnis von Religion und Management thematisiert wird, denn die Herausforderung besteht darin, sich einerseits

als Unternehmensdiakonie auf dem Sozialmarkt zu behaupten und gleichzeitig das diakonisch-christliche Profil nicht zu verlieren. Der Ansatz des Diakonienmanagements, den beispielsweise das „Institut für Diakoniewissenschaft und Diakonie-Management“ in Bielefeld betreibt, greift das St. Gallener Management Modell auf, in dem deutlich wird, dass Unternehmen als komplexe Systeme und Praxis-Gemeinschaften in einem kulturellen und auch religiösen Kontext stehen, der wiederum Management beeinflusst (Rüegg-Stürm 2003). Dabei wird „Diakonienmanagement ... einerseits verstanden als das auch von Nicht-Theolog(innen) zu vollziehende, theologisch reflektierte Lenken, Gestalten und Organisieren personennaher Dienstleistungen in der Sozialwirtschaft. Andererseits ist damit auch die von Nicht-Ökonomen zu vollziehende betriebswirtschaftlich fundierte Reflexion desselben Leitungshandelns gemeint.“ (Benand/Büscher/Krolzik 2015, 21). Wie dabei Religion und Management sowohl auf individueller Ebene als auch auf unternehmerischer Ebene zusammengebracht werden können, wird in diesem Ansatz auf verschiedene Art und Weise beantwortet, sei es über Fragen nach der Unternehmenskultur (Hofmann 2015) oder über ein dezidiert sinnstiftendes und wertegeleitetes Unternehmensmanagement (Lee 2023).

4.3) Gesellschaftspolitische Dimensionen des Verhältnisses von Religion und Management bzw. Wirtschaft

4.3.1) Max Webers These vom Geist des Kapitalismus und die religiösen Wurzeln der Sozialen Marktwirtschaft

Es war der Soziologe Max Weber (1864–1920), der mit seinen Thesen zur protestantischen Ethik und dem Kapitalismus zu Beginn des 20. Jahrhunderts darauf aufmerksam machte, wie eine bestimmte religiöse Haltung, die er dem Calvinismus zuschreibt, zum Erfolg für ein bestimmtes Wirtschaftssystem, nämlich des Kapitalismus, führte (Weber 2013). Weber fragte sich, wie der Kapitalismus gerade in Westeuropa entstehen konnte. Er stellt einen Zusammenhang zwischen der „protestantischen Ethik und dem Geist des Kapitalismus“ – wie auch der Titel seiner Untersuchung lautete – her. Dem protestantisch-religiösen Denken des Calvinismus schreibt er folgende Merkmale zu: Aus der Vorstellung der Prädestination, d.h., dass es von Gott vor aller Zeit erwählte Menschen gibt, die das Heil erlangen, und solche die verloren sind, ergibt sich für die Gläubigen eine massive Verunsicherung wegen der fehlenden Sicherheit über das Wissen, ob man

ausgewählt ist oder nicht. Weber sieht die protestantische Ethik darauf fokussiert, dass zwar die guten Werke nichts zum Heil beitragen, aber dass die Bewährung im täglichen Leben, mit Sparsamkeit und Enthaltbarkeit und damit zusammenhängend auch wirtschaftlichem Erfolg durchaus Ausdruck der Erwählung sein können. Die Verantwortung liege also beim Einzelnen und seinem wirtschaftlichen Erfolg, verknüpft mit Sekundärtugenden wie Bescheidenheit, Ordnung etc. Der „Geist des Kapitalismus“, wie Weber ihn versteht, sieht er in dem Gewinnstreben und der Rentabilität sowie einer rationalen Ausrichtung der Wirtschaft – und dem Gelderwerb, der dann aber nicht zum hedonistischen, genussvollen Leben führen sollte, sondern nur zu weiterem Gelderwerb bzw. Reinvestitionen. Diese asketische Haltung schreibt er dem Calvinismus zu. So sieht Weber das religiöse Ethos des Calvinismus als grundlegend und kompatibel mit dem Ethos des frühen Kapitalismus an.

Max Webers These und sein Ansatz prägten für lange Zeit das Verständnis und die Forschung im Blick auf Fragen nach religiös begründeter Motivation für ein bestimmtes Verhalten und bestimmter Wirtschaftsweisen (Hanke 2014) – wobei Webers Ansatz theologisch und soziologisch umstritten ist (Ulshöfer 2022). Trotzdem war und ist er sehr grundlegend für die Verhältnisbestimmung von Religion und Wirtschaft und findet weitere Entwicklungen, wenn beispielsweise nach den religiösen Wurzeln der Sozialen Marktwirtschaft gefragt wird, die dann jedoch über Weber hinausgehend auf protestantisches und katholisches religiöses Denken zurückgeführt werden (z.B. Jähnichen 2008).

4.3.2) Visionen einer gerechteren Welt – religiös motivierte Alternativen zum kapitalistischen Management

Die Tradition, Alternativen zum vorherrschenden Lebensstil bzw. zur vorherrschenden Weltanschauung zu entwickeln und zwar aus religiösen Gründen, zeigt sich schon in biblischen Texten und dann im Laufe der Kirchengeschichte. In den siebziger, achtziger und neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts sowie inzwischen auch zu Beginn des 21. Jahrhunderts gab und gibt es immer wieder ganz unterschiedliche Versuche, Wirtschaften und damit auch Management neu zu denken und zu entwickeln. Im Zentrum stehen bei alternativen Entwürfen vor allen Dingen die Einsicht, dass sich mit der vorherrschenden kapitalistischen bzw. neoliberalen Wirtschaftsweise zunehmend die Umweltverschmutzung erhöht, die Lebensgrundlagen der Menschen und der Natur zerstört wird und insbesondere global betrachtet, Armut nicht in dem Sinne bekämpft wird,

dass es zu einer gerechteren Verteilung von Ressourcen kommt bzw. sich mit anderen Worten kein nachhaltiger Lebensstil entwickeln lässt. Als ein Ansatz, der für dieses Denken steht, lässt sich auf Sally McFagues (2002) (1933–2019) „ecological economic model“ verweisen, das ganz auf Nachhaltigkeit und globaler Integrität ausgerichtet ist.

Interessanterweise entwickeln viele der religiös-motivierten Alternativ-Entwürfe vor allem Dingen Ideen für ein neues Wirtschaftssystem, aber reflektieren selten über damit veränderte Unternehmensstrukturen und verändertes Management. Wobei es gerade auch auf praktischer Ebene und theoretisch verankert in religiösen Traditionen Vorstellungen von geschwisterlichen Führungsmodellen bzw. genossenschaftlichen Strukturen von Unternehmen gibt, wie sich z.B. bei den genossenschaftlichen Gründungen von Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818–1888) zeigt (Klein 2018). Hierbei gibt es auch Anknüpfungspunkte, das Verhältnis von Religion und Management noch stärker ganzheitlich zu denken (Klein 2016).

5) Verantwortung als zentrales Thema für das Verhältnis von Management und Religion

Im Folgenden soll nun dezidiert das Thema der Verantwortung im Mittelpunkt stehen, um daran deutlich zu machen, wie es mit Hilfe dieses ethischen Themas zu einer Verhältnisbestimmung von Management und Religion kommen kann. Das Thema Verantwortung stellt einen wichtigen moralischen Bezugspunkt sowohl aus religiöser Perspektive als auch für das Management und wirtschaftliches Handeln dar.

5.1) Theoretische Verankerungen des Verantwortungsbegriffs: ein protestantisches Verständnis

Verantwortung kann als „moral background“ verstanden werden, der sowohl moralische Orientierung bietet als auch Teil eines gesellschaftlich-moralischen „common sense“ genannt werden kann. Es lohnt sich jedoch zunächst genauer darauf zu blicken, erstens was Verantwortung eigentlich bedeutet, und zweitens ob es wirklich so selbstverständlich ist, dass dem Management auch moralische Verantwortung zugeschrieben wird und nicht nur ökonomische Verantwortung – und inwiefern diese moralische Verantwortung religiöse konnotiert ist.

Zum ersten Punkt zur Bedeutung von Verantwortung: Verantwortung als zentraler Begriff für ethische Zusammenhänge ist ein relativ neues

Phänomen. Zwar wird schon lange, d.h. schon seit der Antike bei z.B. Aristoteles, darüber nachgedacht, wie und wann eine Handlung einem Verursacher, einer Verursacherin zugeschrieben werden kann, aber erst im Laufe des 20. Jahrhunderts, angesichts gesellschaftlicher Ausdifferenzierungen, ist die Frage nach der Verantwortung auch gesellschaftlich immer zentraler geworden. Betrachtet man Verantwortung aus einer theologischen Perspektive, so ergibt sich, dass diese nicht nur als ein Beziehungsgeschehen zwischen Verantwortungssubjekt und -objekt charakterisiert werden kann, sondern, wie der evangelische Theologe Dietrich Bonhoeffer (1906–1945) aufzeigt (Bonhoeffer 1992, 256ff.), theologisch weiter inhaltlich qualifiziert werden muss: Theologisch gesprochen entsteht Verantwortung auch, weil der Mensch als Geschöpf Gottes in jedem seiner Handlungen diese vor Gott und vor den Nächsten vollzieht. Als Christ, als Christin geschieht dies dazuhin in Nachfolge Jesu und damit auch in Stellvertretung Jesu. Dies impliziert, dass es nicht nur um eine Verantwortung geht, die dem eigenen Vorteil dient, sondern die in Relation zum Nächsten steht und das Gesamtwohl im Blick hat. Ein weiterer Aspekt für Bonhoeffer ist die Freiheit, die zum Handeln gegeben sein muss, damit Verantwortung übernommen werden kann. Dies beinhaltet für ihn auch, dass Verantwortung mit dem Wagnis der Verantwortungsübernahme verbunden ist und durchaus auch zur Schuldübernahme führen kann. Hierbei zeigt sich einerseits die Stärke eines theologisch bestimmten Verantwortungsbegriffs: mit ihm lässt sich die Frage stellen, warum wir etwas so und so machen, wer Verursacher:in ist bzw. in wessen Willen dies geschieht und wem es dient. Andererseits zeigt sich auch eine Problematik: wie lässt sich in einem komplexen System Verantwortung zuordnen? Und ist die Rede von moralischer Verantwortung nicht nur „Augenwischerei“, gerade wenn es sich um Managementprozesse handelt?

5.2) Verantwortung des Unternehmens und im Managementprozess

Jenseits einer theoretisch-theologischen Verankerung des Verantwortungsbegriffs wird im Folgenden aus Perspektive von zwei unterschiedlichen Wirtschaftstheorien gefragt: Was heißt eigentlich Verantwortung der Manager oder der Managerin – gibt es tatsächlich eine moralische Verantwortung? Hier stehen sich unterschiedliche Auffassungen gegenüber: Milton Friedman (1912–2006) (Friedman 2007), beispielsweise, einer der führenden Ökonomen der liberalistischen, stark marktorientierten Chicago School, war schon in den 1970er Jahren klar in seiner Antwort, was

Verantwortung im Business Bereich heißt: Für ihn waren ökonomische und moralische Verantwortung dasselbe, denn er ging davon aus, dass im wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens auch dessen moralische Verantwortung liege (Friedman 2007, 178). Eine andere Perspektive, die in die hier vorgenommenen Überlegungen einfließt, ist diejenige, dass Management und wirtschaftliches Handeln immer auch weitere Aspekte umfasst, die über die rein ökonomisch-rechtliche Verantwortung hinausgehen. Unternehmerisches Handeln ist also auch moralisch zu verantworten – des Handeln, weil sich die Handlungen sowohl auf die Stakeholder, wie Mitarbeitende, Zulieferer etc. auswirken, als auch auf das gesellschaftliche Umfeld. Diese Perspektive kann der Stakeholder-Theorie von R. Edward Freeman zugeordnet werden, der in seinem Ansatz darauf aufmerksam macht, dass die Anspruchsgruppen eines Unternehmens auch für dessen Erfolg wesentlich sind und so das Unternehmen für seine „Stakeholder“-Verantwortung hat (Freeman 1984).

5.3) Vorstellungen und Theorien des Responsible Leadership

Um die Frage nach der Verantwortung nicht nur theoretisch zu verankern und als Phänomen des Unternehmens und im Managementprozess zu verstehen, soll im Folgenden nach der Bedeutung des „responsible leadership“ des/ der Einzelnen gefragt werden.

Wenn wir auf die Finanzkrise der Jahre 2008 und 2009 blicken, so war ein wichtiges Thema bei der Erklärung dieser Krise die Verantwortungslosigkeit der Bankmanager:innen und ihre Gier nach immer mehr Gewinn. Ging es also bei der Finanzkrise wirklich nur um die mangelnde „responsible leadership“? Die Soziolog:innen Claudia Honegger und Sighart Neckel und deren Kolleg:innen zeigten in Interviews, die sie mit Bankern kurz nach der genannten Finanzkrise führten, ein differenziertes Verständnis auf: Denn zum einen fanden sie bei den Bankangestellten durchaus ein Ethos vor, das sich auf die eigene Arbeit und die Umsetzung in Modellrechnungen bezog. Was aber die Verantwortung jenseits der eigenen Finanzmodelle anbelangt, so wurden die entsprechenden Tugenden nicht berücksichtigt (Honegger/Neckel/Magnin 2010), sondern Gier wurde als etwas Menschliches gerechtfertigt und das kapitalistische System als etwas angesehen, das diese Verhaltensweisen ermögliche (Honegger/Neckel/Magnin 2010, 309). Nach Religion hatten Honegger und Neckel zwar nicht gefragt, aber hier zeigt sich trotzdem, dass ein tugendethischer Ansatz, also ein Ansatz, bei dem die individuelle Verantwortung verknüpft wird mit

bestimmten Haltungen wie Respekt, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit etc. nicht auszureichen scheint, weil – fokussiert auf die eigene Haltung – das Ganze aus dem Blick geraten kann.

Wie lässt aber trotzdem von einem „responsible leadership“ im Bereich des Managements bzw. des wirtschaftlichen Handelns ausgehen? Theoretisch verankert der US-amerikanische Wirtschaftsethiker Robert C. Salomon (1942–2007) (1999) ein „responsible leadership“ in der Integrität der Menschen im Management – und hier lässt sich auch moralisch-religiöse Integrität einfügen – und verweist auf die Bedeutung, die persönlichen Tugenden und die eigene Rolle im Unternehmen als Angestellte miteinander in Einklang zu bringen. Er weist darauf hin, dass immer auch im Blick zu behalten ist, dass „Märkte und Unternehmen keine isolierten Funktionssysteme mit völlig unabhängigen Zwecken (wie z.B. Gewinnmaximierung) <sind, GU>, sondern Teile übergeordneter politischer, sozialer und kultureller Gemeinschaften ... und an deren Normen und Werten partizipieren.“ (Huppenbauer 2017, 217).

5.4) Verantwortung angesichts der verschiedenen Ebenen wirtschaftlichen Handelns

Bezieht man diese Überlegungen auf das genannte theologische Verständnis von Verantwortung, dann entfaltet sich der Doppelcharakter von Verantwortung bei dem Thema „Religion und Management“, der Verantwortung sowohl auf betriebswirtschaftlicher Ebene verankert als auch den gesamtwirtschaftlich-gesellschaftlichen Rahmen in den Blick nimmt. „Responsible Leadership“ ist hierbei auch religiös konnotierbar. Dies kann, wie hier aufgezeigt, über einen theologisch verorteten Verantwortungsbegriff geschehen oder durch religiöse Interpretation von „leadership“. Dabei können auch aus christlicher Perspektive biblische und theologische Gestalten in den Mittelpunkt gerückt (ausführlich Brügger 2021, 136ff.) werden. Dies geschieht, um diese als passende Vorbilder aufzuzeigen wie „leadership“ und Verantwortungsträger:in im Manager-sein aus christlicher bzw. religiöser Perspektive gelebt werden kann (z.B. Padelford 2011). Damit diese Vorstellungen jedoch nicht nur auf individueller Ebene als Forderung verankert werden, geht es auch darum, „responsible leadership“ als Teil von Unternehmenskultur oder Unternehmenssteuerung zu verstehen. Aus einer dezidiert christlichen Perspektive finden sich in den Überlegungen von Jörg Knoblauch und Jürg Opprecht in ihrem Buch „Jesus auf der Chefetage“ (Knoblauch/Opprecht 2003) die Vorstellung, dass ein Unternehmen als

Ganzes „christlich“ genannt werden. Ziel sei, das Unternehmen zu einer „Kingdom Company“ zu machen, d.h., „Die Kingdom Company geht noch einen Schritt weiter: Sie ist ein Spitzenunternehmen, in dem Reich Gottes manifestiert wird und Eternal Values geschaffen werden.“ (Knoblauch/Opprecht 2003, 262). Hierbei stellt sich jedoch die Frage, inwiefern diese religiöse Überhöhung des Unternehmens theologisch gerechtfertigt ist.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ein qualifiziertes religiöses Verständnis moralischer Verantwortung nicht nur Selbstverantwortung umfasst, sondern auch im Blick auf „die Nächsten“ Gerechtigkeitsfragen und Freiheitsermöglichung im Blick behält – und so auch in einem „treuhänderischen“ Sinne, im Sinne eines „stewardship“ Handeln ermöglicht (Ulshöfer 2015). Dabei muss angesichts der komplexen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verhältnisse von einem Netz an Verantwortlichkeiten gesprochen werden, mit ganz unterschiedlichen individuellen, korporativen und kollektiven Verantwortungsakteuren – und in diesem Sinne kann durchaus auch moralische Verantwortung im Management zugeschrieben werden. Dabei sind verschiedene Ebenen der Verantwortung zu beachten: die individualetische, die institutionenethische und die gesellschaftlich-systemische Ebene.

6) Methodologische Überlegungen und Herausforderungen

Wie oben ausgeführt, kann eine ethische Perspektive dabei helfen, Management und Religion zu verbinden, wenn beispielsweise nach den in beiden Bereichen zugrunde liegenden Werten und Normen gefragt wird und wenn sich zeigt, dass diese für das Handeln sowohl im Management als auch in der Religion wichtig sind. Dabei kann Verantwortung ein wichtiger Aspekt sein, aber natürlich können auch weitere Werte und Normen relevant sein. Der oft beschworene unüberwindliche „Graben“ zwischen Religion und Management und damit auch zwischen Ethik und Wirtschaft ist also nicht so weit auseinander – oder, wie Markus Huppenbauer (1958–2020) schreibt: „Ich vertrete ... die Auffassung, dass es nur begrenzt richtig ist, von einem grundsätzlichen Konflikt zwischen Wirtschaft und Moral zu reden. Viele Unternehmer und viele Führungsverantwortliche von Unternehmen wollen mehr als nur Gewinn maximieren.“ (Huppenbauer 2017, 121). Aber wie genau lässt sich dann hinsichtlich ethischer Fragen eine Beziehung zwischen religiöser Motivation und unternehmerischem Handeln herstellen?

6.1) *Methodologische Überlegungen: Die Vorstellung von «moral background»*

Im Folgenden soll diesbezüglich die Idee des „moral background“ (Abend 2014) aufgegriffen werden, die der Soziologe Gabriel Abend entwickelt hat. Der „Moral Background“ kann als „moralisches Bezugssystem“ verstanden werden, an dem Menschen ihre Handlungen orientieren und gibt so eine Idee davon, wie „Religion und Management“ sich gegenseitig beeinflussen können. Abend hat in seinem gleichnamigen Buch untersucht, welche Werte und Normen sich Unternehmer und Manager jenseits ihres rechtlichen und ökonomischen Wissens angeeignet haben und woher dieses ethische Wissen und die moralisch-religiösen Orientierungen kommen. Er entwickelt diese Ideen mit Hilfe der Geschichte der Business Ethics, in dem er sowohl Predigten und theologische Literatur als auch Veröffentlichungen von Verbänden und Service Clubs aus den Jahren 1850er bis 1930er in den USA untersucht. Unternehmensethische Werte und Normen, die in diesen Reden und Veröffentlichungen zu finden sind, fokussieren auf folgende Vorstellung: Business ist mehr als reine Gewinnorientierung, sondern soll auch zum Gemeinwohl beitragen. Methodologisch spricht Abend vom „Moral Background“, der sich aus einer religiösen Orientierung ergeben kann.

Für unsere Frage, wie Religion und Management zusammenhängen können, ist dieser Ansatz insofern interessant, weil er spezifiziert, dass die individuelle religiös-moralische Haltung auch mit gesellschaftlichen Moralvorstellungen vermittelt ist. Also: eine religiös-moralische Haltung auf individueller Ebene wirkt sich einerseits im Sinne eines moralischen Selbstverständnisses auf das Verhalten aus und diese religiös-moralische Haltung steht in einem engen Kontext mit gesellschaftlichen und sozialen Phänomenen und deren Moralvorstellungen.

6.2) *Herausforderungen für die Forschung angesichts der Veränderungen im kirchlich-religiösen Bereich*

Die Kirchenmitgliedschaftsstudie der Evangelischen Kirche in Deutschland aus dem Jahr 2023 (Evangelische Kirche in Deutschland 2023) zeigt auf, dass sich der Trend zu weiteren Kirchengaustritten verfestigt hat. Beispielsweise sank die Zahl der Mitglieder der evangelischen Kirche in Deutschland zwischen 2011 und 2021 um 16,5 % (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1229/umfrage/anzahl-der-mitglieder-der-evangelischen-kirche>

-seit-2003/). Gleichzeitig weist die Studie darauf hin, dass Religiosität nicht selbstverständlich ist, da sich bei deren Befragungen beispielsweise 32 % als klar nicht religiös eingestuft haben. Was bedeuten diese Werte für das Thema „Religion und Management“? Zunächst sollte über das am Beginn des Artikels genannte Verständnis von Religion hinausgehend deutlich gemacht werden, dass bei entsprechenden Untersuchungen der Religionsbegriff und das Religionsverständnis von zentraler Bedeutung ist: Geht es um eine kirchlich orientierte Religiosität oder doch um eine Spiritualität, und was bedeutet diese? Tritt die Selbstverständlichkeit mit der gerade kirchliche Religiosität gelebt wird zurück, bleibt die Frage nach dem Verhältnis von Religion und Management trotzdem relevant, denn erstens ist nicht nur von kirchlich gebundener Religiosität auszugehen, sondern von der Vielfalt von Religiositäten und zweitens verschwinden religiöse Prägungen auch gesamtgesellschaftlich nicht spurlos. Angesichts der Ausdifferenzierung und des Diffundierens von Religion sind weitere Forschungsfragen zu entwickeln, wie sich das Verhältnis Religion und Management zeigt (Alewell 2022) angesichts einer zunehmenden Entkirchlichung und welche Effekte die Veränderungen auf den verschiedenen Ebenen, d.h. der individuellen, unternehmerisch-organisatorischen und der gesellschaftlichen, mit sich bringen. Das heißt auch, dass es weiterhin Forschung braucht, ob und wie sich tatsächlich eine christlich-religiöse oder anderweitig religiöse Motivation in Form einer bestimmten moralischen Ausrichtung dann auf das Handeln im Unternehmen auswirkt.

7) Fazit und Ausblick

Das Verhältnis von Religion und Management kann unterschiedliche Akzentsetzungen umfassen, je nachdem, welches Management- und welches Religionsverständnis zugrunde gelegt wird und mit welcher Intention die Verhältnisbestimmung betrieben wird.

Erstens: Die Beziehung von „Management und Religion“ kann auf unterschiedliche Weise in Relation zum jeweiligen vorherrschenden Wirtschaftssystem gesetzt werden. Der Einfluss von Religion auf Management kann einerseits in einem „systemerhaltenden“ Sinne geschehen, im Blick auf die Intensivierung von ökonomischem Erfolg wie beim Prosperity Gospel und andererseits auch in einem kritischen Sinne, wie sich bei der Suche nach Alternativen zum gegenwärtigen Wirtschaftssystem zeigte. Dabei hängt die jeweilige Perspektive auch davon ab, welches Religions- und welches Wirtschaftsverständnis dem Verhältnis zugrunde gelegt wird.

Zweitens: Auch aus einer dediziert theologischen Perspektive ergibt sich, dass sich Religion und Management nicht nur auf eine individuelle Ebene bezieht – z.B. im Sinne eines tugendethischen Ansatzes, der allein den Manager bzw. die Managerin betrifft –, sondern dass Religion und Management institutionelle und gesellschaftliche Dimensionen umfasst

Drittens: Ein inhaltlich qualifiziertes Verständnis von Religion im Sinne von Verantwortung oder ganzheitlicher Spiritualität kann als „moral background“ dabei helfen, die grundsätzlichen Orientierungsfragen im Management in einem ganzheitlichen Sinne zu thematisieren und so Ideen zur Verbesserung der Welt fruchtbar werden zu lassen.

Da hier vor allen Dingen christlich-protestantische Ansätze, insbesondere aus dem deutschsprachigen Raum im Blick waren, gilt es für weitere Forschungen verstärkt verschiedene Religionen und ihr Verhältnis zum Management in den Blick zu nehmen und durchaus in einem komparativen Sinne interreligiöse Ansätze zu entwickeln. Außerdem bedarf es gerade für die protestantische Theologie jenseits der Untersuchungen zu Wirtschaftssystemfragen einer „Theologie des Unternehmens“, die gleichzeitig empirisch ausgerichtet ist und das Verhältnis von Glauben, Spiritualität und Religion und Management thematisiert. Weitergehend gilt es noch genauer zu fragen, welches Verständnis von Management verschiedene Religionen implizieren, um so zu einer lebensbejahenden Veränderung von Wirtschaften kommen zu können. Dabei sind auf einer theoretisch-theologischen Ebene auch die negativen Seiten, lebensverneinenden und repressiven Seiten von Religion im Management zu untersuchen und aufzudecken. Insgesamt wäre es auch von Nöten, die Fragen des Verhältnisses von Religion und Management noch stärker in die Ausbildungen und Studiengänge sowohl im betriebs- und volkswirtschaftlichen Bereich als auch im theologisch-diakonischen Bereich aufzunehmen.

8) Auswahlbibliographie

Brügger, Tobias (2021). *The Christian Body at Work. Spirituality, Embodiment, and Christian Living*. Baden-Baden, Nomos.

In der Doktorarbeit unternimmt der Verfasser anhand empirischer Untersuchungen und textlicher Analysen eine Bestimmung, wie Religion und Management im Unternehmen bzw. Christsein am Arbeitsplatz bzw. in Arbeits- und Unternehmensumgebungen zusammengedacht und gelebt werden kann. Dabei wehrt er sich gegen die Vorstellung, dass es nur um eine Anwendung von christlichen Werten geht, sondern macht deutlich, dass

eine christliche Lebenshaltung in einem ganzheitlichen Sinne, d.h. auch in Form des „embodiment“ das Leben auf allen Ebenen bestimmen sollte.

Drumm, Joachim/ Oeben, Stefanie (Hg.) (2022). CSR und Kirche. Die unternehmerische Verantwortung der Kirchen für die ökologisch-soziale Zukunftsverantwortung. Berlin/ Springer Gabler.

In dem Sammelband werden sowohl Kirchen als religiöse Akteure in ihren unternehmerischen Dimensionen dargestellt als auch die theologischen Ausrichtungen dieses kirchlichen Managements, die Nachhaltigkeit und Soziale Verantwortung umfassen, bearbeitet.

Meireis, Torsten (2008). Tätigkeit und Erfüllung. Protestantische Ethik im Umbruch der Arbeitsgesellschaft. Tübingen, Mohr Siebeck.

Im Zentrum von Torsten Meireis' Analyse steht die Frage, wie aus theologisch-protestantischer Sicht Arbeit und Beruf in der Tradition verstanden werden, und wie es zu einem zeitgenössischen Verständnis von „Tätigkeit“ kommen kann, das gerechtigkeits-sensibel ist und in eine pluralistische Gesellschaft passt.

Pio, Edwina/Kilpatrick, Robert/ Pratt, Timothy (Hg.) (2021). Reimagining Faith and Management. The Impact of Faith in the Workplace. London/New York, Routledge.

Der Sammelband beschäftigt sich mit dem Einfluß von Glauben und Religion auf das Management, nicht nur hinsichtlich Leadership, sondern auch im Blick auf Governance, Finanzen, Beschaffung etc. Dabei stellen die Autor:innen sowohl individuelle Akteure als auch Unternehmen als Ganzes und die Auswirkungen und den Einfluss von unternehmerisch religiös bestimmten Verhalten auf Gesellschaft in ihrer Wechselwirkung dar mit dem Ziel, zu einer Religionssensibilität von Unternehmen und Management zu gelangen und zu verantwortlicherem wirtschaftlichen Handeln.

9) Weitere Informationen zum Forschungsfeld: Hinweis auf Institutionen, Forschungszentren, Projekte und Links zum Feld

Sozialwissenschaftliches Institut der EKD

Johannes Kepler Universität Linz, Institut für Controlling – Management und Religion <https://www.jku.at/institut-fuer-controlling-und-consul>

ting/forschung/schwerpunkte/management-und-religion/. Journal of Management, Spirituality and Religion

Literaturverzeichnis

- Abend, Gabriel (2014). *The Moral Background. An Inquiry into the History of Business Ethics*. Princeton, Princeton University Press.
- Alewell, Dorothea (2022). Spirituality at Work and Human Resource Management. In: Altmann, Y./Neal, J./Mayrhofer, W. (Hg.). *Workplace Spirituality*. DeGruyter Verlag, 125–139. Online verfügbar unter <https://DOI: 10.1515/9783110711349-008>.
- Alewell, Dorothea (2024): Management und Religion. Überlegungen aus der Perspektive der Betriebs- und Personalwirtschaftslehre. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): *Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung*. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24), 309–332.
- Benad, Matthias/Büscher, Martin/Krolzik, Udo (2015). Grundaussagen des Instituts zum Diakoniewissenschaftlichen Programm. In: Dies. (Hg.). *Diakoniewissenschaft und Diakonienmanagement an der Kirchlichen Hochschule Wuppertal/ Bethel. Interdisziplinarität, Normativität, Theorie-Praxis-Verbindung*. Baden-Baden, Nomos, 19–26.
- Bonhoeffer, Dietrich (1992). *Ethik*. München, Kaiser.
- Bowler, Kate (2013). *Blessed. A History of the American Prosperity Gospel*, Oxford, New York, Oxford University Press.
- Brügger, Tobias/Kretzschmar, Luise (2015). Integrating Christian Living And International Management, in: KOERS – Bulletin for Christian Scholarship 80 (1), Art. #2206. <http://dx.doi.org/10.19108/koers.80.1.2206>.
- Brügger, Tobias (2021). *The Christian Body at Work. Spirituality, Embodiment, and Christian Living*. Baden-Baden, Nomos.
- Evangelische Kirche in Deutschland (2023). *Wie hältst du's mit der Kirche? Zur Bedeutung der Kirche in der Gesellschaft. Erste Ergebnisse der 6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung*, Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt.
- Freeman, R. Edward (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman.
- Friedman, Milton (2007). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. In: Walther Ch. Zimmerli/ Klaus Richter/ Markus Holzinger (Hg.). *Corporate Ethics and Corporate Governance*, Berlin et al.: Springer, 173–179.
- Grotefeld, Stefan (2015). *Verantwortung von Unternehmen. Überlegungen in theologisch-ethischer Absicht*. Zürich, Theologischer Verlag Zürich.
- Gundolf, Katherine/ Filser, Matthias (2013). Management Research and Religion: A Citation Analysis, in: *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1240-7>.

- Hanke, Edith (2014). Max Weber weltweit. Zur Bedeutung eines Klassikers in Zeiten des Umbruchs. In: Gangolf Hübinger (Hg.). Europäische Wissenskulturen und politische Ordnungen in der Moderne (1890–1970), München, De Gruyter, 285–305.
- Haric, Peter (2018). Art. Management, in: Gabler Wirtschaftslexikon. Online verfügbar unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/management-37609/version-261043> Revision von *Management* vom 14.02.2018 – 17:31.
- Hermes, Eilert (1991). Der religiöse Sinn der Moral. Unzeitgemäße Betrachtungen zu den Grundlagen einer Ethik der Unternehmensführung. In: Eilert Hermes (Hg.). *Gestellschaft gestalten. Beiträge zur evangelischen Sozialethik*. Tübingen, Mohr Siebeck, 216–251.
- Hofmann, Beate (2015). Diakonische Identität in Diversität?! Aktuelle Herausforderungen an kultursensibles Diakonienmanagement – Antrittsvorlesung. In: Matthias Benad/ Martin Büscher/ Udo Krolzik, Udo (Hg.). *Diakoniewissenschaft und Diakonienmanagement an der Kirchlichen Hochschule Wuppertal/ Bethel. Interdisziplinarität, Normativität, Theorie-Praxis-Verbindung*. Baden-Baden, Nomos, 207–226.
- Honegger, Claudia/ Neckel, Sighard/ Magnin, Chantal (2010). *Strukturierte Verantwortungslosigkeit. Berichte aus der Bankenwelt*. Berlin, Suhrkamp.
- Huppenbauer, Markus (2017). *Leadership und Verantwortung. Grundlagen ethischer Unternehmensführung*. Zürich, Versus Verlag.
- Jähnichen, Traugott (2008). *Wirtschaftsethik. Konstellationen – Verantwortungsebenen – Handlungsfelder*. Stuttgart, Kohlhammer.
- Klein, Michael (2016). *Genossenschaften. Reformation heute* (hg. Sozialwissenschaftliches Institut der EKD). Hannover, creo-media GmbH, online verfügbar unter <https://www.siekd.de/wp-content/uploads/2018/07/Genossenschaft.pdf>. (abgerufen 2.1.2024)
- Klein, Michael (2018). *Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Christ, Reformator, Visionär*. Stuttgart: Calwer Verlag.
- Knoblauch, Jörg/ Opprecht, Jürg (2003). *Jesus auf der Chefetage. Von Unternehmen weltweit lernen*. Holzgerlingen: Hänssler.
- Lee, Corinna (2023). *Sinnstiftendes Management und wertegeleitete Kommunikation. Interdisziplinäre Grundlagen, Strukturen und Prozesse für ein theologiegeleitetes Management in diakonischen Unternehmen*. Baden-Baden, Nomos.
- Luther, Martin (1580). *Großer Katechismus*. Nach der Fassung des Deutschen Konkordienbuchs, Dresden. Online verfügbar unter https://www.ekd.de/Grosser_Katechismus-Erste-Gebot-13480.htm (abgerufen am 12.2.2020).
- McFague, Sally (2002). God's Household: Christianity, Economics and Planetary Living. In: Paul F. Knitter / Chandra Muzaffar (Hg.). *Subverting Greed. Religious Perspectives on the Global Economy*. New York, Maryknoll, 119–136.
- Nandram, Sharda S. (2019). *Integrative Spirituality in the Fourth Industrial Revolution. From How We Do Things to Why We Exist*. Vrije Universiteit Amsterdam, online verfügbar unter https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/90217728/Oratie_Sharda_Nandram.pdf
- Pacioli, Luca (1588). *A Brief Instruction and Manner How to Keep Books of Accompts After The Order of Creditor and Debitor*. London: John Windet.

- Padelford, Walton (2011). Dietrich Bonhoeffer and Business Ethics. Mountain Home et al., Borderstone Press.
- Rat der EKD (Hg.). Unternehmerisches Handeln in evangelischer Perspektive. Eine Denkschrift. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus 2008.
- Rich, Arthur (1984). Wirtschaftsethik. Grundlagen in theologischer Perspektive. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Rich, Arthur (1990). Wirtschaftsethik, Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozialem ethischer Sicht. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Rüegg-Stürm, Johannes (2003). Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehre. Der HSG-Ansatz, 2. Aufl., Bern et al.: Haupt.
- Saane, Joke van (2019). Personal Leadership as Form of Spirituality. In: Jakobus Kok/Steven C. van den Heuvel (Hg.). Leading in a VUCA-World. Integrating Leadership, Discernment and Spirituality, Springer. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.1007/978-3-319-98884-943-56>.
- Schneider, John R. (2002). The Good of Affluence. Seeking God in a Culture of Wealth. Grand Rapids, Cambridge.
- Solomon, Robert C. (1999). Corporate Roles, Personal Virtues. An Aristotelian Approach to Business Ethics. In: Thomas Donaldson / Patricia Werhane (Hg.). Ethical Issues in Business, A Philosophical Approach, Upper Saddle River: Pearson College Div, 43–62.
- Ulshöfer, Gotlind (2015). Soziale Verantwortung aus protestantischer Perspektive. Kriterien für eine Ethik der Handlungsräume angesichts des Corporate-Social-Responsibility-Diskurses, Stuttgart, Kohlhammer.
- Ulshöfer, Gotlind (2022). Verantwortung – Macht – Politik. Max Webers Verantwortungsverständnis im Kontext seiner und unserer Zeit. In: Reinhard Kahle/Niels Weidtmann (Hg.). Verantwortung. Ein Begriff in seiner Aktualität, Paderborn, Brill/Mentis, 73–93.
- Weber, Max (2013): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, 4. Aufl., München, C.H.Beck.
- Wünsch, Georg (1927). Evangelische Wirtschaftsethik. Tübingen: Mohr.