

Ali Aslan Gümüşay

Die Rolle von Religionen in der Wirtschaft

Einleitung

Die Thematik von Religionen in der Wirtschaft ist heute weitestgehend ein Tabu. Über Religion redet man nicht. Man schweigt sich aus. Gleichzeitig werden Spiritualität, Meditation und Yoga salonfähig. Sie versuchen sich als mögliche Alternativen für Sinnstiftung und Orientierung in einer chaotischen und komplexen Welt. Doch das Thema Religion scheint nicht ausgedanden zu sein. Im Gegenteil: Es beherrscht den politischen Diskurs, spaltet Gesellschaften und Gemeinschaften, ist fast omnipräsent in den Medien.

In diesem Spannungsfeld bewegt sich die Thematik von Religionen in der Wirtschaft. Einerseits soll man nicht darüber reden. So gab es vor einigen Jahren eine sogenannte atheistische Buskampagne in London, die Busse mit dem Slogan: „There’s probably no God. Now stop worrying and enjoy your life.“, plakatieren ließ. Finanziell unterstützt wurde sie unter anderem von meinem Oxforder Kollegen Professor Richard Dawkins. Später hieß es auch in einer Werbekampagne in Berlin: „Es gibt (mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit) keinen Gott. Ein erfülltes Leben braucht keinen Glauben.“

Andererseits spielt Religion weiterhin eine bedeutsame Rolle in der Wirtschaft. Für einige ist sie ein „ultimate concern“ (Tillich, 1957) und damit zentraler Dreh- und Angelpunkt für wirtschaftliches Handeln. Für andere ist sie weniger relevant aber durchaus noch präsent. Laut dem Pew Research Center (2015) waren 2010 84% der Weltbevölkerung religiös affiliiert. Das entspricht fast 6 Milliarden Menschen. Bis 2050 wird geschätzt, dass dieses in relativen und absoluten Zahlen auf 87% beziehungsweise 8 Milliarden Menschen angewachsen wird. Habermas (2001) hat Recht, wenn er von einer post-säkularen Gesell-

schaft spricht, in der wir leben. Religionen sind weiterhin eine Quelle von Glauben, Werten, Praktiken – durchaus auch in der Wirtschaft. Es ist also richtig und wichtig, die Frage nach der Rolle von Religionen in der Wirtschaft zu stellen.

Dieser Artikel ist hierfür wie folgt gegliedert. Zunächst mache ich einen Schwenker in die Wirtschaftswissenschaft, genauer Betriebswirtschaftslehre, und die annähernde religiöse Abstinenz in ihrer Lehre und Forschung. Im Anschluss befasse ich mich mit der Rolle von Religion in der Wirtschaft und werde hier auf zwei Arbeiten von mir als Beispiele eingehen: eine zum Thema Religion und Führung und eine zum Thema Islam und Unternehmertum. Schließlich werde ich einige Vorschläge zum Umgang mit Religion unterbreiten, die sich auf die Praxis, Lehre und Forschung beziehen.

Religion in der Wirtschaftswissenschaft

In der Wirtschaftswissenschaft wird häufig auf Spiritualität ausgewichen, statt Religion anzusprechen (King Jr., 2008). Zentrales Problem ist hierbei der vermeintliche Versuch wertneutral deskriptiv zu lehren und zu forschen. Dabei verliert die Wirtschaftswissenschaft als Sozialwissenschaft das „Soziale“ – denn Religion ist soziale Realität. Auch bedeutet dieses, dass hierbei nicht deskriptiv eine entzauberte Welt (Weber, 1917–19/1992) beschrieben, sondern sie präskriptiv versucht wird zu kreieren.

Diese Entzauberung ist teilweise oktroiert. Wenn ich mit Studierenden spreche, so glauben sie oftmals, dass sie ihre eigene Identität nicht ins Unternehmen ‚mitnehmen‘ dürfen. Mit dem Eintritt in das Unternehmen wird so das eigene Ich abgelegt und ein (scheinbar) unternehmenskonformes Ich aufgesetzt. Wertequellen wie Fami-

lie, Gemeinschaft und eben auch Religion werden so teilweise ungewollt negiert.

Wenn ich dann Studierende frage, warum sie dieses tun, erhalte ich die Antwort, dass es von ihnen doch erwartet wird. Sie verstehen also den Verzicht auf Religion – wie auch den Verzicht auf andere Wertequellen wie die Familie – als von außen erwünscht und erwartet. Fragt man, was sie eigentlich antreibt bzw. was sie sich selbst wünschen, so schimmert immer wieder durch, dass Wertequellen wie Religion für einige sehr zentral sind. Mit anderen Worten, sie agieren nicht vollständig ihren eigenen Überzeugungen entsprechend, würden dieses aber eigentlich gerne tun.

Religion in der Wirtschaft

Die Empirie zeigt, dass Religion weiterhin eine bedeutsame Rolle in der Wirtschaft einnimmt. So kann sie die unterschiedlichsten Bereiche und Themen wie Strategie, Personalwesen, Marketing und Finanzwesen prägen. Im Folgenden werde ich anhand zweier Studien auf die Schnittstelle von Religionen mit den Themen Führung und Unternehmertum eingehen.

Religion und Führung

Die Studie Religion und Führung (Gümüşay, 2016b) basiert auf einem 18monatigen Forschungsprojekt im Rahmen von LEAD Academy, das auf 32 semistrukturierten Interviews mit religiösen Führungskräften von säkularen Organisationen, sowie einem Halbtages-Workshop mit 15 ausgewählten Persönlichkeiten aus Deutschland zurückgreift. Die Führungskräfte gehörten den abrahamitischen Religionen Judentum, Christentum und Islam an.

In der Studie wird verdeutlicht, wie zentral Religion im Führungskontext sein kann (aber nicht muss). Eine Führungskraft erzählte so, wie sie einen Stein auf dem Bürotisch liegen hat, der sie insbesondere in Mitarbeitergesprächen an den Bibelvers im Johannesevangelium 8:7 erinnert. Jesus sagt dort, dass derjenige, der ohne Sünde

ist, den ersten Stein werfen soll. Sie schließt daraus, dass auch sie Fehler macht – und entsprechend mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nachsichtig sein muss.

Eine andere Führungskraft wendet gezielt das Konzept der Nächstenliebe bei der Arbeit an. Es gilt für ihn: „Im Geschäftsleben ist der Gegenüber in dem Moment ‚mein Nächster‘ und ich habe die Verantwortung, ihn nicht mehr, aber auch nicht weniger, zu lieben als mich.“ Diese zwischenmenschliche Beziehung verdeutlichte auch ein anderer Interviewpartner: „Man ist nie Christ für sich allein, man ist nie Jude oder Moslem für sich allein ...in der gläubigen Gemeinschaft zusammenkommen, mit anderen zu beten... Führung hat immer einen Bezug zu anderen, zu denen es eine wechselseitige Beziehung gibt... und nicht nur ich bin die führende Kraft und du bist Masse, mit der ich dann umgehe... die Wechselseitigkeit der Beziehungen verankert in einer Gemeinschaft.“

Eine muslimische Führungskraft spricht davon, wie sie das Gebet nutzt, um konsequent und kontinuierlich am Tage mehrmals innezuhalten. Ähnlich nutzt eine christliche Führungskraft eine mobile Anwendungssoftware (App), mit der sie an das Gebet erinnert wird und auch täglich Bibelverse liest, die sie im Laufe des Tages versucht, anzuwenden. Auch liturgische Praktiken wie Zeremonien und Riten werden genutzt, um Religion auf sich und die Arbeit einwirken zu lassen – als Kompass und Korrektiv. Dieses sei gerade in Zeiten einer volatilen, unsicheren, komplexen und ambiguen Welt von großer Bedeutung.

Dabei wird auch erwähnt, wie schwierig es oft ist, diesen Transfer zu machen. So sprachen einige Führungskräfte von einer Sonntag-Montag Trennung. Sonntags handeln sie tiefreligiös und montags müssen sie wieder hinein in die Arbeitswelt. Dort kommt es durchaus vor, dass in der Eile und Komplexität Religion wider Willen in Vergessenheit gerät und vernachlässigt wird.

Die Studie zeigt auf, dass Religion auf Führungskräfte gegensätzlich wirken kann. Einerseits kann Religion dazu führen, dass man die Welt vernachlässigt, nicht kritisch-

kontextuell religiöse Hinweise anwendet, sich und den eigenen Handlungen einen Exklusivitätsanspruch gibt und diese als gottgewollt unreflektiert durchzusetzen versucht. Andererseits kann Religion zu ei-

ner persönlichen und sozialen Harmonie, Sinnhaftigkeit und Werte-basiertem Leben beitragen. Insofern ist die Rolle von Religion mit Chancen und Risiken verbunden (siehe Abb. 1).

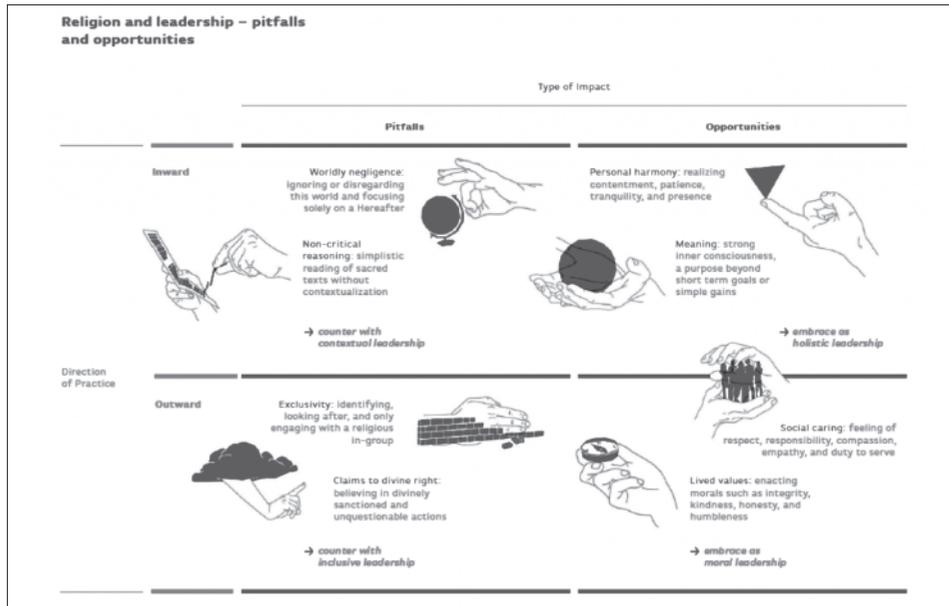


Abb. 1: Religion & Führung: Chancen und Risiken (aus der LEAD Academy Studie „Religion & Leadership“)

Islam und Unternehmertum

In einer Forschungsarbeit zum Thema Islam und Unternehmertum zeige ich auf, dass Religion zentral unternehmerisches Handeln beeinflusst (Gümüsay, 2015, 2016a). Genauer bietet die Studie ein Drei-Säulen-Modell, das eine islamische Perspektive auf Entrepreneurship erklärt und mehr ist als eine einfache Summierung von Islam und Unternehmertum. Vielmehr sind die Säulen miteinander verflochten und werden alle drei durch den Islam geprägt. Die erste Säule basiert darauf, Wert zu erzeugen. Die zweite Säule fokussiert sich auf Werte. Die dritte Säule ist eine transzendente, mit dem Ziel Gott näherzukommen oder wohlzugefallen. Unternehmertum aus der islamischen Perspektive vereint damit Religion und Entrepreneurship, Glaube und Arbeit, zu „wor(k)ship“.

Hierbei zeigt sich auch, dass eine religiöse Perspektive mehr ist als „nur“ Wirtschaftsethik. Vielmehr prägt Religion das zentrale Verständnis von Unternehmertum und was es bedeutet, Wert zu schaffen. Auch werden sehr spezifische Praktiken ver- und geboten. So gilt im Islam das Zinsverbot oder auch das Verbot, bestimmte Produkte wie Alkohol oder Pornographie zu vertreiben (Koran 5:90). Praktiken, wie ein falsches Maß zu nehmen (Koran 55:9; 17:35) oder zu lügen (Koran 6:152; 33:70; 17:36), sind nicht erlaubt. Andere, wie die Erfüllung von vertraglichen Verpflichtungen, geboten (Koran 5:1).

Die Umwelt, Tiere, andere Menschen, insbesondere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, nehmen ebenfalls zentrale Rollen ein. So gibt es Aussprüche und Taten des Propheten, die meist so verstanden werden, dass man die Umwelt schonen und hüten,

und Lebewesen gegenüber herzlich sein soll. Speziell heißt es z.B. in einem Ausspruch über die Arbeitgeber-Arbeitnehmerbeziehung, dass man einem Angestellten das Gehalt zügig auszahlen soll, bevor, bildlich gesprochen, der Schweiß von der Arbeit auf der Stirn getrocknet ist (Tirmidhi; Ibn Majah).

Vorschläge für den Umgang mit Religionen in der Wirtschaft

Religion muss in der Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspraxis (wieder) ernst genommen werden. Sie ist dabei nicht einfach instrumentell zu verstehen, noch als eine einfache Quelle für Wirtschaftsethik. Vielmehr prägt sie umfassend das Wirtschaften für Personen, Organisationen, Industrien und Gesellschaften. Im Nachfolgenden finden sich Vorschläge, unterteilt in die Bereiche Praxis, Lehre und Forschung.

Praxis

Unternehmen sollten das Thema Religion pro-aktiv aufgreifen und sich Gedanken machen, ob sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geborgen fühlen. Religion kann hierfür als Diversitätsthema verstanden werden. Ein Unternehmen sollte ein religiöses und spirituelles Verständnis zulassen und resultierende Praxis ermutigen, solange diese natürlich, nicht missionarisch, wirkt bzw. in die Wertesphären von anderen eindringt. Organisationen können Raum für Religionen bieten, die explizit offen und bewusst inklusiv sind, sodass vermittelt wird, dass man sich und die eigene Religiosität nicht zu verstecken braucht.

Gerade in einer globalisierten Gesellschaft, die durch eine Intensivierung von Vernetzungen bestimmt ist, ist hierbei der Umgang mit Religionen im Plural wichtig. Dabei ist die Herausforderung, die vermeintliche paradoxe „Einheit in Vielfalt“ stets zu erhalten und neu zu schaffen. Insgesamt gilt, dass Organisationen den Umgang mit Religionen lernen, sich vor Risiken schützen und Chancen erfassen und nutzen müssen, ohne dabei Religionen zu instru-

mentalisieren, zu negieren oder mit ihnen zu missionieren. Hierfür kann auch (externe) Beratung hilfreich sein, da häufig intern in Organisationen die Kompetenz nicht vorhanden ist, sich professionell mit diesem insbesondere für Unternehmen sensiblen und gewissermaßen sehr speziellen Thema auseinanderzusetzen.

Wenn man selber religiös ist, gilt es, einen eigenen persönlichen, aber auch sozialen Umgang mit Religion zu erarbeiten. Religion wirkt so auf den Einzelnen, z.B. in Fragen des Arbeitsethos, aber auch im Kollektiv, im Verhalten mit Kollegen, Kunden oder anderen Akteuren. Dieses bedarf einer kontinuierlichen Interpretation und Kontextualisierung davon, wie Religion das Arbeiten prägen soll, sowie der Reflektion, ob man sein eigenes Verständnis auch einhält, oder eben eine Sein-Sollen-Diskrepanz vorherrscht. Letztendlich schließt sich dabei die Frage an, wie der Einzelne diese mögliche Diskrepanz überbrücken kann.

Forschung

In der Forschung müssen wir uns verstärkt der Religion als unabhängige Variable widmen und analysieren, wie z.B. Religion das Führungsverständnis, Führungspraktiken und –prozesse beeinflusst. Kernkonzepte können so auf ihre Resilienz vis-à-vis Religionen geprüft und so geschaut werden, ob eine Betrachtung durch eine religiöse Brille diese verändert.

Hierfür bedarf es der interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen WirtschaftswissenschaftlerInnen auf der einen Seite und ReligionswissenschaftlerInnen sowie TheologInnen auf der anderen Seite. Spannend – und vor allem interdisziplinär zu erarbeiten – ist die Frage, wie religiöse Texte interpretiert, kontextualisiert und angewendet werden (können oder sollen). Auch der Umgang mit mehreren Religionen in unternehmerischen Kontexten muss stärker untersucht werden.

Lehre

Wir brauchen eine Wirtschaftswissenschaft, die in Lehre und Forschung eben die Empirie abbildet und Studierenden hilft, ih-

rer eigenen Identität und Werten entsprechend, wirtschaftlich aktiv werden zu können. Wir benötigen Diskurse darüber, wie Religion auf den Einzelnen wirken kann und bereits wirkt. Hierfür bedarf es zweierlei. Erstens muss die Rolle von Religionen in den Lehrplan der Wirtschaftswissenschaften integriert werden. So kann z.B. ein Strategiekurs fragen, wie religiöse Werte von UnternehmerInnen Unternehmensziele zu beeinflussen vermögen oder wie religiöse Umweltfaktoren in einem neuen Umfeld die Markteintrittsstrategie verändern. Auch sollten speziell konzipierte Kurse an der Schnittstelle zu Religion und Wirtschaft oder auch einzelner spezifischer Religionen und wirtschaftlicher Themenfelder, wie beispielsweise Christentum und Führung, entwickelt und angeboten werden.

Ich unterrichte häufig Studierende aus dem sogenannten islamischen Raum und beobachte hierbei, dass sie zum Teil tiefste Kenntnis über religiöse wie auch wirtschaftliche Themen haben; diese beiden Bereiche aber selten zusammen gedacht werden. Im Anschluss an Kurse wie Islam und Unternehmertum höre ich dabei häufig, dass sie sich nach solchen Kombinationen sehnen, da ihnen ihre Religion sehr wichtig ist, aber der Transfer in die wirtschaftliche Praxis nicht unbedingt gelingt.

Zweitens müssen Lehrende die Religiosität von Studierenden verstehen und in die Lehre einbeziehen. Das ist ein sensibles Thema und bedeutet nicht, dass Studierende ihre religiöse Orientierung oder konfessionelle Identität offenbaren oder sich gar rechtfertigen müssen. Vielmehr sollte Religiosität in der Wirtschaftswelt thematisiert und so ein akkurateres Bild vermittelt werden. Studierende können so, wenn sie möchten, sich auch mit ihrer eigenen Religiosität und der von Kommilitonen auseinandersetzen.

Konklusion

Religion ist und bleibt auch in den nächsten Jahren und Jahrzehnten ein wichtiger Faktor, der die Wirtschaft und das Wirtschaften auf den individuellen, organi-

satorischen und gesellschaftlichen Ebenen prägt. In diesem Artikel habe ich aufgezeigt, dass eine Tabuisierung von Religion falsch und destruktiv ist, da sie als sozialer Fakt in der wirtschaftlichen Praxis eine bedeutsame Rolle einnimmt. In einer nicht entzauberten Welt muss so auch die Wissenschaft wieder „verzaubert“ werden, um so der Realität zu entsprechen. Daher sollten wir uns vielmehr konstruktiv und auch kritisch mit dem Einfluss von Religion – und immer mehr auch Religionen – auseinandersetzen.

Religion zeigt sich als prägende und manchmal auch treibende Kraft für religiöse Menschen. Sie ist nicht nur abhängige sondern eben auch unabhängige Variabel, die Bereiche wie Strategie, Führung, Personal und Management verändert. In diesem Artikel habe ich dieses anhand zweier Studien zu den Themen Religion und Führung sowie Islam und Unternehmertum exemplarisch verdeutlicht. Zuletzt habe ich einige Handlungsempfehlungen für Praxis, Lehre und Forschung geschildert – die aufzeigen, dass noch viel zu tun ist, um mit Religionen in der Wirtschaft besser umgehen zu können und umzugehen.

*Der Autor ist DAAD PRIME Fellow der
Wirtschaftsuniversität Wien und der
Universität Hamburg*

Bibliographie

- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Gümüşay, A. A. (2016a). Entrepreneurship – eine islamische Perspektive. In A. Kozali, I. Salama, & S. Thabti (Eds.), *Das islamische Wirtschaftsrecht* (pp. 45–58). Frankfurt am Main: Peter Lang. Retrieved from <http://d-nb.info/1079929916/04>
- Gümüşay, A. A. (2016b). *Religion & Leadership: Ancient wisdom for a modern world*. Berlin: LEAD Academy.
- Habermas, J. (2001). *Glauben und Wissen*. (7th ed.). Suhrkamp Verlag.
- King Jr., J. E. (2008). (Dis)Missing the Obvious Will Mainstream Management Research Ever Take Religion Seriously? *Journal of Manage-*

ment Inquiry, 17(3), 214–224. <https://doi.org/10.1177/1056492608314205>

Pew Research Center. (2015). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050*. Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewforum.org/>

2015/04/02/religious-projections-2010-2050/
Tillich, P. (1957). *Dynamics of faith*. New York: Harper & Row.

Weber, M. (1917). *Wissenschaft als Beruf, 1917/1919 ; Politik als Beruf, 1919*. Tübingen: JCBMohr Paul Siebeck.

Angelika Günzel

Judentum an der Universität: Eine gute Idee?

Bildung im Sinne einer religiösen Bildung ist ein wesentliches Kernelement des Judentums. Judentum ist ohne Bildung letztlich nicht denkbar. Dementsprechend finden sich einige Beiträge, die das Judentum allgemein zur Bildung geleistet hat und bis heute leistet.

A) Beiträge des Judentums allgemein zur Bildung

I. Konzept des lebenslangen Lernens

Zunächst ist hier das Konzept des lebenslangen Lernens zu nennen.

1. Übertroffene allgemeine Bedeutung des religiösen Lernens¹

Ausgehend von dem Satz des Herrn an Josua „Nicht weiche dieses Buch der Weisung von deinem Mund, du sollst darüber nachsinnen Tag und Nacht.“ (Jos. 1,8) leiteten die Rabbiner ab, dass das wichtigste Gebot im ununterbrochenen Studium der Tora bestehe. In der Mischna wird das Torastudium als unbegrenzte Pflicht („*ejn lahem shiur*“) dargestellt, die alle anderen Pflichten aufwiegt („*we-Talmud Tora ke-negged kulam*“ – „(...) aber das Studium des Gesetzes übertrifft alle.“)².

Die große Bedeutung des Lernens ist zunächst darin begründet, dass dieses die Voraussetzung dafür darstellt, die Gebote, *Mitzwot*, richtig zu vollziehen.³ Darüber hinaus gilt das Studium der Tora als ein Mit-

tel, um eine Beziehung zum Ewigen herzustellen, so dass das Lernen auch Selbstzweck ist. Für die traditionelle jüdische Gemeinschaft hat dies zur Folge, dass der religiöse Bildungsgrad als entscheidender Faktor für die gesellschaftliche Stellung angesehen wird. Das Erziehungsideal für Jungen ist deshalb der *Talmid Chacham*, also der religiöse Gelehrte.⁴ Die allgemeine religiöse Lernpflicht umfasst dabei im Judentum von Anfang an grundsätzlich auch die Frauen.⁵

2. Umfang des ständigen Lernens der Tora

Angesichts des für Männer zeitlich nicht begrenzten Studiums der Tora stellt sich die Frage, ob und gegebenenfalls anhand welcher Kriterien diese Pflicht beschränkt werden kann, so dass u.a. möglicherweise Raum für säkulare Bildung entsteht.

Nach Ansicht von Rabbi *Ami* soll es ausreichen, einen Abschnitt Tora morgens und einen abends zu studieren, um das Gebot „Nicht weiche dieses Buch der Weisung von deinem Munde.“ zu erfüllen. Rabbi *Jochanan* vertritt im Babylonischen Talmud, im Namen *Rabbi bar Jochais*, zusammen mit Rabbi *Rawa* die Ansicht, dass das Lesen des *Schema Jisrael*, also des jüdischen Glaubensbekenntnisses, morgens und abends, als Torastudium genüge.

Für das Studium säkularer, nicht berufsbezogener Themen sieht Rabbi *Jischmael* die Möglichkeit, dass diese in der