

## **Inhaltsangabe (Abstract)**

### **Corporate Kitchen**

#### **Sozialethische Kriterien und strategisches Management für ein christliches Tagungshaus**

Masterarbeit im Studiengang DiakonieManagement am Institut für Diakoniewissenschaft und DiakonieManagement (IDM) der Kirchliche Hochschule Wuppertal/ Bethel

Malte Hausmann  
Meraner Weg 39  
33639 Bielefeld  
Masterstudiengang 7  
2010-2012

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile:

Im ersten Teil wird referiert, was eine Corporate Identity ist und was sie umfasst. Daran angeschlossen wird erläutert, wie eine Corporate Kitchen sich dazu verhält und worin ihr Wert liegt. Darin enthalten ist auch eine Definition des Begriffes Corporate Kitchen.

Im zweiten Teil der Arbeit werden Grundzüge einer Corporate Kitchen für christliche Unternehmen beleuchtet. Ausgehend vom Bibeltext werden drei Ebenen betrachtet: Die Beziehung des Menschen zur Schöpfung, die Beziehung des Menschen zum Mitgeschöpf Tier und abschließend die Beziehung des Menschen zu sich selbst. In allen drei Ebenen werden grundlegende Betrachtungen angestellt, die der Frage nachgehen: Gibt es Vorgaben für eine Corporate Kitchen? Daran schließen sich grundsätzliche Betrachtungen an, wie die Umsetzung einer Corporate Kitchen in christlichen Unternehmungen strategisch angegangen werden kann.

Im letzten Teil der Arbeit werden die angestellten Überlegungen anhand eines Tagungs- und Bildungshauses in christlicher Trägerschaft an die Praxis angepasst (konkret dem Zentrum für Mission und Diakonie in Bielefeld). Dabei werden strategische Überlegungen zur Umsetzung einer Corporate Kitchen angestellt. Dazu wird zunächst das Tagungshaus und dessen Trägerverein dargestellt (konkret die Vereinte Evangelische Mission). In den wesentlichen Dokumenten des Trägervereins wird nach Anknüpfungspunkten für eine Corporate Identity gesucht um diese anschließend in strategische Überlegungen münden zu lassen.