

Warum *Business as Mission* (BAM)?

Mats Tunehag

Seit ihren Anfängen in den 1990er Jahren ist die *Business as Mission*-Bewegung zu einer globalen Bewegung gewachsen. Viele etablierte Missionsgesellschaften haben *Business as Mission* in ihre Strategie integriert. Aber *Business as Mission* ist mehr als eine Methode – es ist ein Lebensstil. Ausgehend von seiner „persönlichen Reise zu BAM“ stellt der Autor den historischen Kontext und die theologischen Grundlagen der Bewegung sowie ihre Entwicklung zu einem internationalen Netzwerk dar. Den Abschluss bilden Auszüge aus dem *Business As Mission*-Manifest der BAM-Arbeitsgruppe des LCWE von 2004.

Mats Tunehag kommt aus Schweden und beschäftigt sich seit 20 Jahren mit Business as Mission (BAM). 2002 gab er den Anstoß zum ersten globalen Think-Tank zu Business as Mission (BAM), der das Lausanne Paper zu BAM und das BAM Manifest (2004) herausgab. Er engagiert sich in der Lausanner Bewegung und der Weltweiten Evangelischen Allianz und ist weltweit als Redner und Berater tätig, www.MatsTunehag.com.

Dieser Artikel ist die Übersetzung von Tunehags Beitrag auf der CCD-Konferenz 2016 (Übersetzung durch Meiken Buchholz).

Der Zusammenbruch der Sowjetunion

Erinnern Sie sich noch an die Sowjetunion? Das war ein kommunistischer Staat mit einer zentralisierten Planwirtschaft. Die Verletzung von Menschenrechten war Gang und Gäbe und es gab keine freie Marktwirtschaft. Ich lebte damals dort und wurde aus erster Hand Zeuge eines gescheiterten Staates. Er glich einer riesigen Statue mit tönerne Füßen und im Dezember 1991 brach der Staat schließlich zusammen. Aus einem Land wurden fünfzehn Länder, aus einer Währung wurden fünfzehn. Ein riesiges künstliches, funktionsunfähiges Wirtschaftssystem zerbrach, und fünfzehn neue Staaten mussten sich neu sortieren und versuchen, sich in der globalen Marktwirtschaft zurecht zu finden.

Meine persönliche Reise zu BAM

Ich war weiterhin in den Ländern der nun Ex-Sowjetunion unterwegs und arbeitete in Zentralasien, in den „-stans“: Kasachstan, Kirgisistan, Usbekistan, Tadjikistan usw. Es war eine Zeit geopolitischer Umwälzungen, und es ge-

schahen auch andere Veränderungen. Viele christliche Organisationen kamen aus aller Welt in diese Region. Wir sahen auch einen bemerkenswerten Anstieg von Menschen mit muslimischem Hintergrund, die Nachfolger Jesu wurden.

Gleichzeitig stieg die Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigung exponentiell in einem Ausmaß, das für die meisten von uns unvorstellbar ist. Das führte zu vielen verschiedenen sozialen Problemen. Wie sollten wir als Nachfolger Jesu darauf reagieren? Es wurden dringend Arbeitsplätze gebraucht. Aber die Kirchen und Missionsgesellschaften wandten sich nicht an diejenigen, die hier Abhilfe schaffen konnten: Geschäftsleute.

Darum begannen wir Mitte der 90er-Jahre damit, zu untersuchen, wie wir Christen aus der Geschäftswelt für den Bedarf und die Möglichkeiten in Zentralasien engagieren sowie sie unterstützen und vernetzen könnten. Wir gründeten die *Central Asia Business Consultation* und leiteten sie zehn Jahre lang. In dieser Zeit lernte ich viel über Entwicklungsprozesse und Netzwerke, über Zuhören, Lernen, Austausch und Beziehungen, was dann grundlegend für die Entwicklung globaler Think-Tanks für *Business as Mission* wurde.

Der Genozid in Ruanda

Eine zweite Wende brachte der Genozid in Ruanda 1994. Wenn Gemeindegründung und -wachstum unsere einzigen Erfolgskriterien sind, dann wäre Ruanda wahrscheinlich die ultimative Erfolgsgeschichte in der Kirchen- und Missionsgeschichte. In nur hundert Jahren stieg der Anteil der Christen in verschiedenen Kirchen an der Bevölkerung von Null auf ungefähr neunzig Prozent. Aber im Frühjahr 1994 wurden in wenigen Monaten ungefähr eine Million Menschen ermordet. Christen töteten

Christen. In Ruanda waren die Menschen in den Kirchen, aber die Kirche nicht in den Menschen. Das Evangelium hatte weder die ethnischen Beziehungen, noch Politik und Medien verändert.

Was ist unsere Mission?

Diese tragischen Ereignisse zwangen mich, unsere Mission zu überdenken. Was ist der Missionsauftrag der Kirche? Wie können wir, die wir glauben, dass Gott Individuen, Gesellschaften, Kirchen und Nationen verändern kann, Menschen

Wie können wir Gott dienen und dem Allgemeinwohl?

und Ländern bei einer ganzheitlichen Veränderung helfen? Was bedeutet es in der Wirtschaft Christ zu sein? Wie können Unternehmer, Juristen, Pädagogen, Stadtplaner ihre Arbeit als Teil des Missionauftrags tun? Wie können wir Gott dienen und dem Allgemeinwohl? Wie sieht das in der Praxis aus und was lernen wir über den Einsatz für den „Shalom“ und das Wohlergehen von Städten und Ländern (Jer. 29)? Wie ermutigen, schulen und nutzen wir Geschäftsleute, ihre Gaben des Reichtums für die Völker der Erde einzusetzen?

Der Ursprung von BAM in der Schöpfungsgeschichte

BAM ist kein modernes Phänomen oder eine neue Idee. Gott ist der erste Unternehmer. Unternehmen ist zutiefst göttlich und zutiefst menschlich. Die Arbeit in einem Unternehmen spiegelt wider, wer Gott ist und wer wir sind. Gott ist der Schöpfer; er arbeitete und erschuf gute Dinge für sich und andere. Der dreieine Gott schuf in Gemeinschaft und für die Gemeinschaft, einschließlich Adam und Eva.

Wir sind in Gottes Ebenbild geschaffen. Darum sollen wir gute Dinge erschaffen

– Produkte und Dienstleistungen. So wie Gott am Ende jedes Schöpfungs- (bzw. Produktions-) Tages eine Qualitätskontrolle durchführte und seine Produkte für gut befand, so sollen auch wir Exzellenz in unseren Unternehmen anstreben. Gott trug Adam und Eva auf, in dem Garten zu arbeiten. Indem sie ein Saatkorn aussäten, konnten sie zwanzig Körner ernten. So traten sie in einen Wertschöpfungs-Prozess ein. Sie erreichten eine gute Ertragsquote für ihre Investition und machten Profit.

Arbeit, Kreativität, Wertschöpfung, Profit, Ertragsquote, Produktentwicklung, Qualitätskontrolle und Wirken für das Gemeinwohl – Grundbegriffe der Wirtschaft – all das finden wir in den ersten Kapiteln der Bibel. Der Ursprung von BAM liegt in der Schöpfungsgeschichte.

Die Wiederentdeckung biblischer Wurzeln und historischer Verbindungen

Wir müssen auf die Wegkreuzungen schauen, die die Kirche in ihrer Geschichte weltweit schon durchgezogen hat. Wir müssen von denen lernen, die uns vorangegangen sind, und uns heute über den Globus hinweg vernetzen. Wir sind nicht die ersten in der Geschichte, die für Gott und das Allgemeinwohl Geschäfte machen. Ich möchte einige Beispiele nennen: Die kluge Geschäftsfrau in Sprüche 31 machte Marktuntersuchungen und profitable Investitionen und sie spendete für soziale Zwecke. Sie schuf dringend benötigte Arbeitsplätze. Vers 31 zieht das Resümé, dass ihre Arbeit für ihr Geschäft und deren Auswirkungen zu loben und aller Anerkennung wert sind.

Die lebensverändernde Gute Nachricht verbreitete sich entlang der Seidenstraße

Indem Adam und Eva ein Korn säten, konnten sie 20 Körner ernten.

dadurch, dass Nachfolger Jesu Geschäfte machten. Wir können auch von der Herrnhuter Brüdergemeinde und den Quäkern lernen. Die Cadbury Familie (Schokoladenfabrikanten) führten ihr Unternehmen durch viele Generationen mit vielfältigen positiven Resultaten für unterschiedliche Interessengruppen.¹

... für Gott und das Allgemeinwohl Geschäfte machen.

Hans Nielsen Hauge (1771-1824) war die zentrale Person der geistlichen Erweckung in Norwegen und hatte zugleich Einfluss auf die Industrialisierung des Landes.²

BAM ist eine Wieder-Entdeckungs-Reise zurück zu den Quellen – *ad fontes* – ähnlich der Reformation. Wir müssen uns um ein tieferes Verständnis der biblischen Wahrheit bemühen und diese für heute anwenden.

Martin Luthers Feststellung bekräftigt die historischen Wurzeln von BAM:

Ein Schuster, ein Schmied, ein Bauer, ein jeglicher hat seines Handwerks Amt und Werk, und doch sind alle gleich geweihte Priester und Bischöfe, und ein jeglicher soll mit seinem Amt oder Werk den andern nützlich und dienstbar sein, so daß vielerlei Werke alle auf eine Gemeinde gerichtet sind, Leib und Seele zu fördern, gleich wie die Gliedmaßen des Körpers alle eines dem andern dienen.³

Reichtum schaffen, Reichtum teilen, Reichtum horten

Wir sind nicht einfach nur Christen, die soziale Unternehmen betreiben. Wir ha-

¹ Zur Lektüre sei das Buch *Chocolate Wars* von Deborah Cadbury empfohlen.

² <http://matstunehag.com/wp-content/uploads/2011/04/Hauge-.pdf>.

³ Vgl. Martin Luther, An den christlichen Adel deutscher Nation, in: *D. Martin Luthers Werke* (Weimar, 1887ff) [WA], Bd. 6, S. 409.

ben vielmehr den Auftrag, einen positiven Einfluss auf die Resultate in verschiedenen Gebieten für vielfältige Interessengruppen auszuüben. Eine dieser „Interessengruppen“ sollte für uns immer Gott sein. Business as Mission ist keine Methode. Es ist eine Weltanschauung und ein Lebensstil. Es geht darum, Jesus in der Wirtschaft nachzufolgen – bis an das Ende der Erde; es geht darum, durch das Geschäftemachen Gott zu lieben und den Menschen zu dienen.

Wenn wir Geschäfte machen, schaffen wir Reichtum, nicht nur finanziellen Reichtum, sondern auch sozialen, kulturellen, intellektuellen und geistlichen Reichtum. Die Bibel spricht auf drei Weisen über Reichtum: Reichtum schaffen, Reichtum teilen und Reichtum horten. Letzteres wird verurteilt. Zu dem Teilen von Reichtum wird ermutigt und es geschieht oft durch NGOs und Kirchen. Aber Reichtum kann nur geteilt werden, wenn er zuvor geschaffen wurde. Reichtum schaffen zu können, ist eine göttliche Gabe. Gott sagt, dass er die Fähigkeit dazu gibt (Dtn 8,18). Aber er erinnert uns auch daran, dass der Prozess des Reichtum-Schaffens, der durch unternehmerische Tätigkeit geschieht, sowohl Gott als auch den Nächsten im Blick haben soll.

Wir sollten immer dieses doppelte Ziel haben: Geschäfte machen für Gott und für das Allgemeinwohl. Das macht den entscheidenden Unterschied aus. Noah und seine Söhne setzten mit dieser Perspektive ein riesiges Bau-Unternehmen in Gang, und es führte zur Rettung der Menschheit. Ein ebenso imponierendes Bauprojekt war der Turm von Babel. Aber hier wurde Gott außen vor gelassen. Dieses Projekt aus eigennützigen Motiven führte zu dem Zusammenbruch der Gesellschaft.

Sonntag versus Montag?

BAM ist eine Weltanschauung, die von der Bibel geprägt ist und unternehmerische Kreativität als hilfreiches Potential für Menschen und Gesellschaften betrachtet. Dazu gehört, Geschäftsleute dazu zu ermutigen und dabei zu unterstützen, auf diese Weise zu dienen. In unseren Kirchen und dem christlichen Denken ist weltweit jedoch die Trennung von „heilig“ und „weltlich“ tief verwurzelt.

Papst Johannes Paul II sagte:

Es kann keine zwei parallele Lebenswelten geben: Auf der einen Seite das sogenannte „geistliche“ Leben mit seinen Werten und Forderungen; und auf der anderen Seite das sogenannte „weltliche“ Leben, d.h. das Leben in der Familie, auf der Arbeit, in sozialen Beziehungen, in der Verantwortung für das öffentliche Leben und in der Kultur. ... Diese Spaltung zwischen dem Glauben, den viele bekennen, und ihrem täglichen Leben muss als einer der folgenschwersten Irrtümer unserer Zeit betrachtet werden.⁴

Bei BAM geht es nicht nur um eine kleine Justierung in unseren unternehmerischen Methoden. Es geht vielmehr darum, unser Denken von der Sicht der Bibel auf Arbeit und Wirtschaft prägen zu lassen. BAM verbindet den Sonntag mit dem Montag. Das, was wir am Sonntag in der Kirche glauben und bekennen, sollte am Montag in unsere unternehmerischen Ziele und Aktivitäten einfließen. Das ist, was Gott möchte und was die Welt braucht.

4 CHRISTI FIDELES LAICI: THE VOCATION AND MISSION OF THE LAY FAITHFUL IN THE CHURCH AND THE WORLD: Post-Synodal Apostolic Exhortation of Pope John Paul II to bishops, priests, deacons, women and men religious and all the lay faithful (December 30, 1988).

Die Verbindung mit einer globalen Bewegung

Vor zwanzig Jahren wäre es nicht glaubwürdig gewesen, von einer weltweiten BAM-Bewegung zu sprechen. Heute können wir das – dank Gottes Gnade. Seit 2002 haben zwei globale BAM-Think Tanks stattgefunden; 2013 fand der *BAM Global Congress* mit fast 600 Teilnehmern aus über vierzig Ländern statt; neunzehn *Global BAM Think Tank*-Berichte sind veröffentlicht worden (Stand März 2016). All dies hat zu einem zusammenhängenden, globalen Verständnis von BAM beigetragen (siehe das BAM-Manifest am Ende des Artikels).

Bei BAM geht es darum, Menschen zu dienen sowie sich Gottes Zielsetzungen zu eigen zu machen, gute Haushalter auf dem Planeten zu sein und Profit zu machen. BAM erstrebt eine holistische Transformation von Menschen und Gesellschaften. BAM betont, dass unternehmerische Aktivität ein Mittel ist, das wir so formen und justieren sollen, dass es Menschen und Ländern nutzt – zu Gottes Ehre.⁵ BAM ist sich der Wichtigkeit von kleinen und mittelgroßen Unternehmen (SMEs, small and medium-sized enterprises) bewusst, weil sie starke Akteure in transformativen Prozessen sind.⁶

Aus den globalen BAM Think Tanks ging die Vernetzung und der Ideenaustausch auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene sowie in Themen- oder Wirtschaftszweig-basierten Grup-

5 Siehe den kurzen Videoclip „Do business like Bach!“, <https://vimeo.com/152713982>.

6 Vgl. folgende kurze Darstellung der potentiellen Gefahren von Mikro-Business-Projekten und dem Wert von kleinen und mittelgroßen Unternehmen (SMEs): <http://www.matstunehag.com/wp-content/uploads/2011/04/WEA-MC-Paper-on-Why-is-Bangladesh-poor-and-Taiwan-rich-May-091.pdf>

pen hervor.⁷ Heutzutage haben sowohl die Lausanne-Bewegung und die Weltweite Evangelische Allianz die Bedeutung von BAM erkannt und ebenso eine Großzahl wichtiger internationaler Missionsgesellschaften. Es gibt eine wachsende Zahl von Masterarbeiten und Promotionen über BAM sowie BAM-Kurse und MBA-Programme mit dem Schwerpunkt BAM an Universitäten und Hochschulen weltweit.

Und BAM ist eine globale Bewegung, keine amerikanische. Einige der ältesten und größten nationalen BAM-Bewegungen in der Welt gibt es in Asien.⁸

Das BAM-Manifest

Das BAM-Manifest⁹ wurde von dem ersten BAM Think Tank formuliert, der „ein Jahr lang daran arbeitete und sich Themen widmete, die mit Gottes Absichten für Arbeit und Wirtschaft zu tun haben, mit der Rolle von Geschäftsleuten in der Kirche, mit dem Bedarf in der Welt und mit dem Potential von unternehmerischen Aktivitäten, hierauf zu reagieren“.

Hier folgen einige Auszüge:

Wir halten fest:

Wir glauben, dass Gott alle Männer und Frauen in seinem Bild geschaffen hat mit der Fähigkeit, kreativ zu sein, gute Dinge für sich selbst und andere zu schaffen –

7 Siehe www.BAMGlobal.org und das BAM-Manifest am Ende des Artikels.

8 Vgl. das BAM-Material in sechzehn Sprachen unter www.MatsTunehag.com.

9 <http://matstunehag.com/wp-content/uploads/2011/04/BAM-MANIFESTO-2.pdf>.

einschließlich unternehmerischer Aktivität.

Wir glauben, dass wir den Fußspuren von Jesus folgen, der stets und konsequent auf die Nöte der Menschen einging, denen er begegnete und so Gottes Liebe und die Herrschaft seines Reiches manifestierte.

Wir glauben, dass der Heilige Geist alle Glieder des Leibes Christi ermächtigt, zu dienen, den materiellen und geistlichen Nöten anderer abzuwehren und das Reich Gottes zu demonstrieren.

Wir glauben, dass Gott Geschäftsleute berufen und befähigt hat, in und durch ihr Unternehmen einen Unterschied zu machen, der dem Reich Gottes entspricht.

Wir glauben, dass das Evangelium die Macht hat, Individuen, Bevölkerungsgruppen und Gesellschaften zu transformieren. Christen in der Geschäftswelt sollten darum Teil dieser ganzheitlichen Transformation werden.

Wir erkennen die Tatsache an, dass Armut und Arbeitslosigkeit an vielen Orten weit verbreitet sind, an denen Jesus Name kaum gehört und verstanden wird. Wir erkennen den dringenden Bedarf und die Bedeutung von der Entwicklung von Unternehmen. Aber es geht um mehr als nur um unternehmerische Aktivität an sich. *Business als Mission* meint unternehmerische Aktivität aus der Perspektive des Reiches Gottes und mit dem Ziel, dessen Einfluss zu vergrößern.

Wir erkennen, dass es überall in der Welt den Bedarf gibt, neue Arbeitsplätze und mehr Unternehmen zu schaffen, die vierfache Resultate erzielen: geistliche, ökonomische, soziale und ökologische Transformation.

