



Dieter Becker

## Der Mann für Gott und die Welt

In welche Schublade will man diesen Menschen stecken? Probieren wir's mal so: Dieter Becker, 37 Jahre alt, ist evangelischer Pfarrer und verantwortet eine halbe Pfarrstelle in der hessischen Gemeinde Neuenhain bei Bad Soden. Es geht aber auch anders: Dieter Becker ist seit 8 Jahren Geschäftsführer der Unternehmensberatung mit dem sinnreichen Namen „Aim“ (Agentur für Innovatives Management) in Frankfurt, ganz in der Nähe der Messehallen. Und wem dies noch nicht reicht, dem könnte man schließlich noch so kommen: Dieter Becker war im Januar für einen Tag Chefredakteur des „Playboy“ in München und durfte an der Februar-Ausgabe des offenerzigen Magazins mitwirken. Motto: „Ein Pfarrer im Häschen-Himmel.“

Das ist, zugegeben, viel auf einmal, und noch längst nicht alles. Hatte sich dieser rührige Gottesmann, der mit beiden Füßen in der Welt steht, doch vorgenommen, jedes Jahr etwas Neues zu machen, beispielsweise Fallschirmspringen, Tauchen, Lastwagenfahren, Bootfahren – als wolle er tatsächlich beweisen, daß die Grenzen zwischen Gott und Welt fließend verlaufen.

Wer ihn in seinem „Aim“-Büro besucht, ist nicht überrascht. An der Wand hängt ein großflächiges Plakat des Automobilherstellers Opel, der Beckers Dienste als Unternehmensberater seit Jahren in Anspruch nimmt. Auf dem Tisch liegt eine Bibel, daneben die Unterlagen für eine Beerdigung am Nachmittag, auf einem Ständer an der Tür auf weißen, lan-

gen Papierbögen Notizen über strategische Planungen, wie sie Becker mit seinen Kunden anbietet.

Der Gottesmann als Seelenverkäufer? Da freilich würde Becker einschreiten. Er möchte in seine Kirche mehr den Gedanken von „Kunden-, Leistungs- und Markt-orientierung“ hineinbringen. Deswegen plädiert er seit Jahren schriftlich und mündlich für „ein innovatives Management für kirchliches und pfarramtliches Handeln“, für Personalbewertung und Personaleinsatz in Kirchengemeinden, für alle erdenkliche Kreativität, mit der sich die Kirche in einer säkularen Gesellschaft behaupten muß.

Er wirkt selbstsicher in seiner Art zu reden. Konzentriert, ohne große Pausen formuliert er seine Ansichten – man spürt, daß er die Kunst der Rhetorik, die Fähigkeit zum Formulieren in seiner theologischen Ausbildung gelernt hat. Er stammt aus einem hessischen Dorf bei Marburg. Die protestantischen Eltern gaben ihm die Erfahrung mit auf den Weg, daß das Leben kein Pappentier ist und man seine Hände schon arbeitend einsetzen muß, um leben zu können. Trotzdem zog es ihn zur Theologie, zum Studium nach Marburg und Heidelberg – das Geld fürs Studium verdiente er sich nebenher unter anderem als Schweißer in der Automobilindustrie.

„Mit meiner Agentur finanziere ich mein Hobby: die Kirche“ lautet Beckers Selbstbeschreibung. Mit dem Gehalt für eine halbe Pfarrstelle könne er nicht recht leben und schon gar nicht die Miete für sein Büro, ein ehemaliges Pfarrhaus in der Frankfurter Kuhwaldsiedlung, bezahlen. Seit 1992 führt er seine Agentur mit vier Angestellten und zehn freien Mitarbeitern. Es geht ihm um die Vernetzung. Dieses Wort benutzt er oft, als Kennzeichnung des eigenen Lebens, das die unterschiedlichsten Dinge miteinander in Verbindung setzt. Genauso aber erklärt er die Vernetzung beispielsweise unterschiedlicher Ideen als Ziel eines jeden Unternehmens.

Auch die Vernetzung von Unternehmenskulturen? Natürlich hat auch da der Pfarr-Manager seine eigene Vorstellung. Schon 1994 setzte er sich intensiv mit der Frage auseinander, ob das japanische Wirtschaftsmodell auf deutsche Verhältnisse übertragbar sei. John Krafcsiks „lean production“, die schlanke Produktion als neue Heilmethode zum Erreichen höherer Effizienz, Produktivität und Effizienz – er lehnte es damals deutlich ab. Der Schluß seines Beitrags in „Gabler's Wirtschaftsmagazin“ lautete: „Eine Kopie der japanischen Methoden wird sehr bald ihre

wahre Dimension zeigen: Unternehmen werden sich aufgrund der Mißerfolge durch die schlanke Produktion wieder den altbewährten Organisationsmustern zuwenden.“ Aufgabe sei es deswegen, die westliche Mentalität in ein Modell zu integrieren, das über die schlanke Produktion hinausgehe.

Man möchte, gerade in diesem Fall, sagen: eine prophetische Aussage. Doch mit Prophetie und Mystik hat Becker wenig zu tun. „Ich betrachte mich nicht als ‚weisen‘ Unternehmensberater, sondern als einen, der die Themen klar anspricht. Das irritiert den einen oder anderen, aber nur so lassen sich Dinge ändern.“ Darin sieht er sich in einer Linie mit Jesus und dem Neuen Testament. Dessen Botschaft laute doch auch: Hinterfrage die Strukturen und werde dir bewußt, mit welcher eigener Struktur du an die Probleme herangehest.

Becker ist, bei aller Kenntnis von Ethik (er war einige Jahre Ethik-Dozent an der Fachhochschule Heilbronn), die von Kant bis zum amerikanischen „Pursuit of happiness“ reicht, ein Pragmatiker. Der, wie er es nennt, Illusion des Machbaren, wie er es in manchen Managerköpfen vorfindet (aber auch in der eigenen Kirche), will er entgegentreten. Besonders im eigenen „Unternehmen“, der Kirche. „Betriebswirtschaftlich ist die Kirche zum Beispiel in Hessen eine Wirtschaftsmacht, mit 800 Millionen DM Umsatz und 12 000 Mitarbeitern. Ein solches Unternehmen darf nicht mit Methoden geführt werden, die nicht wirtschaftlich sind“, sagt er.

Schon hat Becker einen Pfarrertest entwickelt, einen Fragebogen, der die Effizienz eines Pfarrers ermitteln soll. Auch wenn mancher darüber den Kopf schüttelt: Becker bleibt bei seiner Überzeugung, daß die Kirche, ein Tendenzbetrieb, nur dann hierzulande eine Zukunftschance hat, wenn sie ihre Effizienz steigert, angesichts zurückgehender Zahlen von Gemeindemitgliedern und sinkender Akzeptanz. Es gelte eben, die Kriterien festzulegen für Effizienzmessungen, „denn messen kann man alles“.

Immer schwingt bei Dieter Becker ein Schuß Abenteuerlust mit, bei allem, was er treibt. Freilich, räumt er ein, er wolle gewiß auch seine eigenen Fähigkeiten testen. Von denen hat er, der als Hobbys „Kirche, Fallschirmspringen und Oldtimer“ angibt, offenbar solche, die aus der Sicht des Normalbürgers nur schwer zusammenpassen. Wer kann sich schon vorstellen, am frühen Mittag einen Verstorbenen zu beerdigen, und am Abend Gespräche mit dem Vorstand eines Großkonzerns zu führen? HERIBERT KLEIN

Foto Archiv