

Blattschuss

Von Wirtschaft und Business



Die neue Rubrik unseres Babylon Newsletters heisst „Blattschuss“ und kommt aus der Feder von Dr. Armin H. Kutscher. Sie erscheint jeden zweiten Monat und soll unsere Leser, die mit beiden Füßen in der Businesswelt stehen, auf kluge und humorvolle Weise zum Denken anstossen und zum kritischen Hinterfragen aller Theorien, Philosophien und Statistiken bringen, mit denen so gerne gemogelt wird.



Armin Kutscher ist Theologe. Er leitet das forum für kommunikation & unternehmensethik in Tübingen. Die Themen Corporate Governance und Unternehmensethik lehrt er als Dozent an verschiedenen Hochschulen in Süddeutschland. In seiner Westentasche steckt darüber hinaus das Diplom eines Orchestermusikers (Horn).

Kommentare, Kritik und Lob können Sie direkt an ihn senden:
E-Mail kutscher@kutscher-partner.de.
Im ersten Beitrag geht es um Philosophie.
Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen!
Ihr Adrian Peter (Verwaltungsratspräsident der USG AG)

Business-Philosophie mit Schnupfen

Geben Sie in der Suchmaschine Google „Unternehmensphilosophie“ ein, und Sie bekommen knapp eine Million Treffer. Wenn Sie dann die einzelnen Beiträge anklicken ist das, was Sie zu lesen bekommen, meist eine seichte Ansammlung von Verhaltensrichtlinien für die Mitarbeiter, das Postulat einer so genannten Unternehmenskultur.

Mit dem Wort „Philosophie“ schmücken sich viele: Unternehmen genauso wie PR-Agenturen, Behörden und Vereine. Alle geben an, sie hätten diese „ganz allein“ entwickelt. Das würde diese Philosophie so „authentisch“ machen. Na ja, ein Schnupfen ist authentischer.

Halgebildetes und Nachgegoogeltes

Was auf Websites und in Imagebroschüren als Unternehmensphilosophie herumgereicht wird, ist meist in seiner Banalität und Dummheit kaum zu überbieten: Kundenorientierung, Respekt, Verantwortung, Integrität, Kultur, Innovation und andere platte Selbstverständlichkeiten. Begriffshüllen, auf den ersten Blick lecker zugerichtet und so anregend wie Windbeutel: weil Luft.

So oft Sie aber etwas Halgebildetes oder Nachgeplappertes über Philosophie aus den Unternehmenszentralen, den Werbe- und Textagenturen hören, so wenig hat das mit Philosophie zu tun. Mehr zum Thema Philosophie erfahren Sie, wenn Sie auf diesen Link klicken.

Reputationsgewinn durch Shareholder-Philosophen

PR-Strategen versuchen, mit einer „Unternehmensphilosophie“ intellektuellen Tiefgang zu beweisen. Aus einem ganz banalen Grund: Die Öffentlichkeit erwartet heute, dass Verantwortungsträger in der Wirtschaft mehr als den Shareholder-Value im Auge haben. Dahinter stehen in vielen Fällen handfeste

Unternehmensinteressen: Reputationsgewinn und Imagekorrektur. Kaum ein Wort aber klingt weniger nach Unternehmen und verantwortungslosen Geschäftsinteressen als „Philosophie“.

In die Tonne treten

Ein Wort, bei dem man eher an den bedürfnislosen Diogenes in der Tonne denken sollte. Und der ist in den Kreisen der Wirtschaftsplaudertaschen bekanntermassen wenig vorzeigbar. Nicht nur sein Leben hat er in die Tonne getreten. Er wurde auf eklatante Weise durch einen Fall von Missachtung der Obrigkeit bekannt: Wie Plutarch überliefert, trat Alexander der Grosse an ihn heran und stellte ihm einen Wunsch frei. Darauf antwortete Diogenes: „Geh mir ein wenig aus der Sonne“!

(Wer es gern im Original mag: Textarbeit, sich abarbeiten am Text, ist auch eine oft unterschätzte Tätigkeit der Philosophie. Quelle: Plutarchi vitae parallelae. Teubner, (Stuttgart und) Leipzig. Band 2 Fasc. 2, Abs. 14, hrsg. Konrat Ziegler und Hans Gärtner, 1994. (enthält: Philopoimen, Titus, Pelopidas, Marcellus, Alexander d. Gr., Caesar).)

Sind Philosophen Prostituierte?

Nach dem Wunsch des mittelalterlichen Kirchenlehrers Petrus Damianus sollte die Philosophie Dienerin der Theologie sein, „ancilla theologiae“, und dieser das geistige Rüstzeug für die theologische Auseinandersetzung mit den Fragen der Zeit liefern.

Gegenwärtig gewinnt man den Eindruck, dass zwischen Wirtschaft und Philosophie ähnlich zarte Bande geknüpft werden. Die Philosophie, oder was sich dafür hält, ist zur gut verdienenden „ancilla oeconomiae“ avanciert bzw. verkommen: zur Dienerin der Wirtschaft.

Damit kein falscher Verdacht erweckt wird, muss man natürlich einschränken: Nicht jede Kopfgeburt eines Unternehmensstrategen ist Philosophie, wenn das Kind auch so getauft wird. Oft handelt es sich um ein Sammelsurium interessanter bis abgeschmackter, esoterisch überhöhter bis schlichtweg dummer Einfälle. Diesen Kopfgeburten ist eines gemeinsam: Ihnen fehlt der Gedanke.

Stummel-Philosophie auf dem Markt der Eitelkeiten

Mit Metaphysik, Logik, Erkenntnistheorie oder Ethik, den Disziplinen echter Philosophie, hat das alles wenig zu tun, was da erdacht und gemacht wird. Nicht einmal mit Haltung, dem Streben nach Weisheit und Orientierung kann diese Rumpf-Philosophie in Verbindung gebracht werden. Philosophisch ist die Fähigkeit, alles, was einem begegnet und der Fall ist, zu sinnvoller gedanklicher Einordnung zusammenzubringen.

Darüber hinaus vermag eine philosophische Geisteshaltung alles in Frage zu stellen. Man spricht dann von methodischem Zweifel. Zweifel, der Methode hat. Philosophie stellt sich sogar selbst in Frage: Sie hinterfragt ihre eigenen Voraussetzungen, Einflüsse, Sackgassen. Es gehört zu den Eigenarten der Philosophie, dass sie auch scheinbar grundlegende oder alltägliche Gewissheiten in Frage stellt. Diese Philosophie beginnt mit jedem Philosophierenden wieder bei Null. „Wenn sie aber immer wieder von vorne beginnen muss, wird sie ja niemals fertig“. Stimmt: Philosophieren ist ein Prozess ohne Abschluss. Diese Haltung ist schwer zu vermarkten. Sie hält wenige Antworten parat - dafür viele Fragen offen. Nicht Antworten, zu denen noch niemand eine Frage gestellt hat, sondern Fragen sind der Motor des philosophischen Denkens.

Philosophischer Kopfschmerz

Eine Gefahr zieht am Horizont herauf, die den Weg echten Denkens – darum geht es in der Philosophie immer – ziemlich steinig macht. Die Sache der Philosophie kommt in den Ruf der Geschwätzigkeit oder visionären Phantasterei.

Das wäre nicht weiter schlimm, solange diese Philosophie der Geschwätzigkeit sich selbst entlarvt. Oder zumindest nicht glauben macht, das sei die ganze Philosophie schon gewesen. Wen würde das auch wundern, wenn ein Hohlkopf dem andern enorme Resonanzkapazitäten bescheinigte. Solange sie unter sich bleiben, der sich entzündende Diskurs nicht öffentlich wird und die Sache ihrer eigenen Philosophie ein schönes Geklapper ist: Applaus. Nur bitte: Nennen wir das nicht Philosophie. Nennen wir es doch Business-Talk. Das klingt wichtig, orientiert sich inhaltlich aber dennoch am Windbeutel, so dass niemand wirklich in Verlegenheit gerät, tatsächlich „nach-denken“ zu müssen.

Hättest du doch geschwiegen...

Leider ist es so, dass sich diese Business-Talker in der Pose des Denkers selbst derart gefallen, dass sie es lauthals für sich als einen Mehrwert reklamieren und vehement in die Waagschale auf dem Markt der Eitelkeiten werfen, nicht gedacht zu haben. Für diese gilt aber ein wichtiger philosophischer Grundsatz: „Wenn du geschwiegen hättest, wärest du ein Philosoph geblieben“.



USG ÜBERSETZUNGS-SERVICE AG

Hauptsitz CH: USG Übersetzungs- Service AG, Blumenweg 6, CH-3063 Ittigen
Tel. +41 31 924 24 44, Fax +41 31 922 11 44, info@usg.ch

Filiale DE: USG Übersetzungs-Service AG, Stiftstr. 16, D-71063 Sindelfingen
Tel. +49 7031 49 2 80 80, Fax +49 7031 49 2 80 81, info@usg-stuttgart.de