

Ludwig Hasler

Des Managers Pubertät



Bild: zvg

Wer wirklich lebt, kommt nie ganz aus der Pubertät heraus: Sagt Martin Walser, der Schriftsteller, 86, er muss es wissen. Sollten auch Manager es wissen? Unbedingt: Wer sich im Markt erfolgreich bewegen will, muss vif (nicht nur fit) bleiben, darf nie restlos erwachsen, nie komplett fertig werden. Jedoch – bitte! – ohne gleich in der Pubertät stecken zu bleiben.

Das fiel mir ein, als ich las, was Ulrich Bremi im «Schweizer Monat» zur Entfremdung von Wirtschaft und Gesellschaft sagt: «Ich glaube, es ist die Teilnahmslosigkeit von Wirtschaftsführern und Kaderleuten. Ich meine das überhaupt nicht wertend. Seit ein paar Jahrzehnten fand in verschiedenen Führungsetagen eine immer stärkere Spezialisierung statt. Auf Kosten von gesellschaftlichen oder sozialen Bindungen aller Art fokussierten Manager immer ausschliesslicher auf ihre persönlichen Zielsetzungen innerhalb ihres jeweiligen Bereichs – und verloren mit der Anbindung an die Zivilgesellschaft zunehmend deren Akzeptanz.»

Was Ulrich Bremi «Teilnahmslosigkeit» nennt, läuft für mich – durchaus wertend – auf «Pubertät» hinaus. Auf jene hormonelle Egozentrik, die sich einzig um sich und die eigene Welt dreht. Bei 14-jährigen Teenies ist das okay, wohl gar notwendig, sie leben in ihrer Welt und für sie; ihr Zimmer, ihre Kleider, ihre Musik, ihre Meinungen bedeuten alles, die Welt draussen zählt nicht, andere Meinungen sind peinlich, Politik dito. Für Pubertierende in Ordnung. Aber was genau machen «teilnahmslose» Manager an-

ders? Sie verlassen kaum ihre Kreise, interessieren sich nicht für den Zustand der Gesellschaft, über Politik reden sie, wenn überhaupt, wie über eine Plage, zu der man auf Maximaldistanz gehen muss. Eine Spätform der Pubertät? Arroganz? Beschränktheit? Narzisstische Störung?

Jedenfalls forciert sie, Ulrich Bremi hat recht, die Entfremdung zwischen Wirtschaftswelt und Gesellschaft. Arrogante Bosse komplizieren das Verhältnis zur Gesellschaft – und sie blockieren die Wirtschaft von innen. Wie wollen «Teilnahmslose» es nur schon schaffen, junge Talente anzuziehen? Dazu muss ein Chef interessant sein. Interessant wird, wer sich interessiert – weit über die pubertäre Bürosicht hinaus.

Wie will der teilnahmslose Manager ein Unternehmen lenken? In einer Welt, wo nichts isoliert und statisch bleibt? Wo jedes in alles hineinspielt: Ökonomie, Politik, Bildung, Medien, Mentalitäten, Technologien? Da muss, wer am Steuer steht, an vielem teilhaben, muss alle Antennen ausfahren, eine feine Witterung aufnehmen für das, was erst in der Luft liegt, gesellschaftlich, technologisch, politisch, kulturell.

Die Überwindung der Teilnahmslosigkeit liegt also durchaus im klugen Eigeninteresse von Wirtschaftsführern. Nicht zufällig hören im angelsächsischen Raum immer mehr Manager auf Julia Middleton, die Gründerin von Common Purpose. Sie rät zu drei Faustregeln: 1. Mach denen, die dir immer zustimmen, das Leben schwer! 2. Vergiss immer mal wieder die Konzentration auf dein Geschäft, wage dich auf unbekannte Gelände oder triff jemanden, der nicht zu deinen Kreisen gehört! 3. Kümmere dich um das, was in deiner Gesellschaft passiert!

Läuft ganz einfach. Erst noch spannender. ■

Dr. Ludwig Hasler, Publizist und Philosoph, lebt in Zollikon. Sein jüngstes Buch: Des Pudels Fell. Neue Verführungen zum Denken. (Huber Verlag 2010)