

Philosophie & Wirtschaft

Besuchen Sie unsere Webseite <http://www.philosophieundwirtschaft.de>

Ausgabe 2, Mai 2006

Inhalt

- I.) Sinn und Energie in Organisationen**
von Dr. MANUEL BACHMANN

- II.) Begründete Zweifel**
von UTE SOMMER

- III.) Wozu benötigen Führungskräfte Philosophie?**
von Dr. KLAUS-JÜRGEN GRÜN

Vorwort

„Einsicht und Werte“, war die Antwort, die mir kürzlich ein befreundeter Philosoph auf meine Frage, was Philosophie in die betriebliche Praxis bringen kann, gab. Die kurze Antwort stimmte mich nachdenklich. Was hatte ich erwartet? Eine präzise Auflistung und Beschreibung von philosophischen „Werkzeugen“, maßgeschneidert und lösungsorientiert, geeignet zur Bewältigung aller möglichen Probleme im betrieblichen Alltag?

Bei näherer Hinsicht ergeben sich jedoch aus dieser Antwort eine Fülle von Möglichkeiten wie philosophische Fragestellungen gleichzeitig Hilfestellungen für Manager und für Unternehmen im Allgemeinen sein können.

Beispiele hierfür liefern die drei Artikel der 2. Ausgabe von Philosophie & Wirtschaft. Auf ganz unterschiedliche Weise befassen sie sich mit der Idee „Einsicht und Werte“ im Wirtschaftsleben zu implementieren.

Das „Lebensprinzip“ und die „Sinndimension“ einer Organisation, in keinem Organigramm eines Unternehmens berücksichtigt und doch zum Überleben einer Organisation unbedingt notwendig, werden in dem Artikel „Sinn und Energie in Organisationen“ von Dr. Manuel Bachmann analysiert und in der Praxis reflektiert.

Warum nicht darüber reden? „Begründete Zweifel“ ist eine persönliche Geschichte über meinen Berufsweg und meine stolprige Suche nach Werten in einem beruflichen Umfeld, das mich immer wieder an ein Haifischbecken erinnerte.

Welche Manager können die Frage „Wozu benötigen Führungskräfte Philosophie?“ beantworten? Wahrscheinlich nicht viele. Dass Führungskräfte Philosophie benötigen und wie sie „Gewinn bringend“ bei Entscheidungen eingebracht werden kann, wird dem Leser des gleichnamigen Artikels von Dr. Klaus-Jürgen Grün einleuchtend erklärt.

Viel Spaß bei der Lektüre.

Ute Sommer, Redaktion ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de

I.)

Sinn und Energie in Organisationen **von Dr. MANUEL BACHMANN**

Wie funktionieren Organisationen? Diese Frage interessiert uns nicht im Sinne der herkömmlichen Organisations- und Managementlehre, sondern im philosophischen Sinne: Wir fragen nach einem »Lebensprinzip« der Organisation, das eine **positive Energie freisetzt** und Identifikation mit der Organisation wie auch die Lösung von Zielkonflikten ermöglicht. Auf den nächsten Seiten möchte ich Ihnen hierauf eine erste Antwort geben und Ihnen darlegen, wie entscheidend die *Sinndimension* für Organisationen ist.

Organisationen als Kraftfelder

Wer in einer Organisation arbeitet, erfährt es täglich: Er steht in einem **unsichtbaren Energiefeld**. Aufgebaut wird dieses Feld aus Kräften, die sowohl sehr positiv wie sehr negativ wirken können. Je mehr sich der Einzelne in einer

Organisation einbringen will, desto mehr sollte er sich dieser Kräfte bewußt sein. Das gilt um so mehr für solche, welche die Organisation leiten, das Management.

Dieses Kraftfeld beim Namen zu nennen, geht leider zu oft unter in der müßigen Entgegensetzung von sogenannten »harten« und »weichen« Faktoren, wie sie in der Managementlehre üblich geworden ist. Wir halten ihr dagegen: Die Faktoren, die sich auf die Organisation am stärksten auswirken, sind immer die »weichen« Faktoren. Das Messbare, wie es sich in der Bilanz, Anzahl Mitarbeiter, Innovationsrate oder dergleichen darbietet, ist nur Auswirkung, keinesfalls Ursache. Wir alle kennen Konflikt- und Krisensituationen, in denen die Macht der weichen Faktoren leibhaftig zu Tage tritt.

Was hat man sich unter einem solchen Kraftfeld genauer vorzustellen? Eine Organisation besitzt immer einen Zweck, eine langfristige Zielsetzung, also eine **normative Ausrichtung**, mit der Werte, Verhaltensgrundsätze, Rituale und Symbole verknüpft sind. Gemeinhin wird dieser Komplex als »**Kultur**« der Organisation bezeichnet, ein Ausdruck, der die inliegende Dynamik verschweigt. Der Grad, mit dem die Kultur der Organisation in derselben und gegen außen wirksam ist, bleibt zwar unmessbar; aber hier wirkt eine Energie, welche die Organisation im Inneren zusammenhält. Es ist eine Art *Kraft, die in der ganzen Organisation spürbar ist und nach außen ausstrahlt*. Mit dieser Kraft ist nichts Esoterisches gemeint. Man fühlt sie beispielsweise im eigenen Befinden, wenn man am Montagmorgen ins Büro kommt.

Wie jede Energie ist auch diese niemals neutral, sondern eher negativ oder eher positiv. Darüber entscheidet unsere **innere Verbindung** zur Organisation. Je mehr den Mitarbeitern, dem Management, den Kunden, den Geldgebern eine Identifikation mit Zweck und Kultur möglich ist, desto positiver schlägt die Energie der Organisation aus. Diese innere Verbindung ermöglicht der *Sinn*. Und wie stark der Sinn wirkt, wird gerade am Widerstand deutlich, den er überwinden kann.

Destruktive Mechanismen

Ein mir persönlich bekannter Top-Manager erklärte einmal die italienische Abkürzung für »Aktiengesellschaft«: »SA« mit »senza anima« – zu deutsch: »ohne Seele«. Tiefsinnig wollte er damit sagen, daß unsere wirtschaftlichen Organisationen seelenlose Gebilde seien. Über diese Seelenlosigkeit müße man sich im Klaren sein, bewege man sich insbesondere in den großen, anonymen Organisationen der internationalen Konzerne.

Ein solcher Befund ist so realistisch wie philosophisch, gründet er doch auf Tatsachen, die kaum eingestanden werden. Sie spiegeln sich in drei Tendenzen, welche direkt die innere Energie der Organisation betreffen:

1. Es gibt eine ansteigende **Egoismus-Kurve**: Je größer und anonymere eine Organisation, desto mehr fordert der nackte Eigennutz sein Recht. Jeder arbeitet dann nur noch zu seinem eigenen Vorteil, selbst zum Schaden der Organisation und zum Schaden anderer.

2. Im Zusammenhang mit der Egoismus-Kurve steht **das Angst-Potential**: Je mehr der Egoismus herrscht, desto durchdringender verbreitet sich in der Organisation ein sublimales Angst-Feld: Der Einzelne handelt aus Angst vor Verlusten, Übervorteilung, Intrigen, kurzum vor den eigenen Egoismus-Mechanismen, die er bei den anderen vermutet.

3. Egoismus und das einhergehende Angst-Potential verschmelzen zum **SA-Syndrom** (»*senza-anima*-Syndrom«), wie es hier in Anspielung auf das zitierte Bonmot genannt sein soll: Innerhalb der Organisation besteht das Überlebens- und Erfolgsrezept nur noch im kalten Willen zur Macht, der, je mehr er zur Durchsetzung gelangt, Egoismus-Prinzip und Angst-Potential verstärkt. Tritt diese Rückkoppelung auf, führt sie zur wirklichen Entseelung der Organisation.

Bereits in den genannten drei Punkten wird sichtbar, daß Organisationen zu destruktiven Mechanismen neigen. Leidet eine Organisation am SA-Syndrom, dann sehen wir seine typische Ausprägung in der Bildung eines hintergründigen Machtnetzes, sogenannter **Seilschaften**. Sie dienen dem Zweck, für die Mitglieder des Netzes mit vereinten Kräften einerseits Immunität gegen die destruktiven Mechanismen und andererseits mittels ebendieser Karriere-Synergien zu schaffen.

Wer in einer solchen Welt arbeitet, ist gefährdet: er muß zusehen, im unterschweligen Kampf um Vorteile keine Fehler zu machen. Und dies ist noch wohlwollend ausgedrückt, im Grunde geht es um einen **Überlebenskampf** im reißenden Strom des Egoismus, der Angst und des hintergründigen Willens zur Macht. Um zu überleben, gibt es zwei Strategien:

1. Ich werde zum Gladiator und kämpfe aktiv, um meine eigene Macht zu steigern. In diesem Kampf um Macht sehe ich zwar keinen Sinn, aber hier fließt meine Kraft. In Reinform verkörpert sich diese Einstellung im **Arbeitserotiker**, im **Karrieristen**, im **Machtmenschen**.

2. Ich mache mich von den Gesetzen des SA-Syndroms möglichst unabhängig. Innerhalb der Organisation spezialisiere ich mich auf einen sicheren Bereich und suche meinen Sinn außerhalb meiner Arbeit, in meiner Freizeit, in einer anderen Welt meiner Wahl. Meine eigentliche Kraft fließt in jener anderen Welt, nicht mehr am Ort meiner täglichen Arbeit. In Reinform verkörpert diese Einstellung der **Freizeit-Lebenskünstler**.

Die zwei Strategien bilden die ganze Spannbreite ab, wie ich mich als Einzelner in eine Organisation einbringe, die am SA-Syndrom leidet. Jeder schwankt zwischen diesen beiden Einstellungen und pendelt sich irgendwo auf der Skala zwischen Karrierist und Freizeit-Lebenskünstler ein.

So ernüchternd dieser Befund auch ausfällt, so wichtig ist er. Alle, die in Organisationen in irgendeiner Weise wirken, müssen das SA-Syndrom und die mit ihm verknüpften Überlebensstrategien kennen, sowohl Mitarbeiter wie diejenigen, welche die Organisation gestalten, indem sie führen, entscheiden oder beraten. Wer sich hierüber mit positivem Denken hinwegtäuscht, wird eines Tages schwer enttäuscht werden. Er wird in irgendeiner Weise schmerzvolle Erfahrungen mit dem **Seelenlosen** machen.

Sinn als das stärkste Kraftfeld

Weshalb aber ist Selbstverwirklichung und positives Gestalten selbst in sehr großen und anonymen Organisationen möglich? Der Erfolg einer Organisation, gleichsam ihr Lebensprinzip, muß durch **eine Gegenkraft zum SA-Syndrom** bewirkt werden. Das gesuchte Lebensprinzip muß die allgegenwärtigen Energien des Egoismus, der Angst und des Willens zur Macht kanalisieren, integrieren und ins Konstruktive transformieren. Solches leistet nur ein noch stärkeres Kraftfeld, und das ist der Sinn der Organisation. Er besitzt drei Komponenten:

1. der Zweck der Organisation, ihre Zielsetzung
2. die Ziele der einzelnen Individuen, welche die Organisation tragen
3. das Maß der Übereinstimmung zwischen den individuellen Zielen und den Zielen der Gesamtorganisation.

Die aus diesen drei Komponenten aufgebaute **Sinn-Energie** muß sich sowohl im Kopf der Organisation wie auch in deren Bauch befinden. Das heißt, der Sinn existiert einerseits in ausformulierten Zielen, Werten, Visionen. Andererseits existiert er darin, daß die Ziele angestrebt, die Werte gelebt und in einer zwischenmenschlich reichen Kommunikationskultur, in Ritualen und Symbolen bestätigt werden. Zudem existiert Sinn als Energie nicht statisch, sondern nur in einem Prozeß, der aufrechterhalten werden muß: in **aktiver Sinnstiftung**. Sie umfaßt vier Dimensionen.

1. **Identitätsarbeit**. – An erster Stelle steht der Zweck der Organisation, über dessen Sinn oder Unsinn immer wieder von neuem entschieden werden muß. Wichtig ist, daß die Anspruchsgruppen einen Sinn erkennen. Dies gelingt dann, wenn der Zweck immer wieder **reflektiert** und **vermittelt** wird. Natürlich ist der Zweck der Universität Basel ein anderer als der Zweck der Deutschen Bank. Beide aber müssen ihren Zweck immer wieder neu auf die aktuelle Situation der Zeit ausrichten. Sie müssen jederzeit und für alle Anspruchsgruppen überzeugend erklären können, weshalb es sie als Organisation gibt. Das bedeutet kontinuierliche Arbeit an der Identität der Organisation und bildet die erste Aufgabe der sogenannten *corporate governance* bzw. des *Normativen Managements*.

2. **Meine innere Verbindung zum Ganzen.** – Nie darf man vergessen: auch die größten Organisationen bestehen nur aus Individuen. Getragen werden sie durch die Erwartungen, die Leistungsbereitschaft und das Vertrauen der Einzelnen, seien sie einfache Mitarbeiter, seien sie die entscheidenden Führungskräfte. Zu ungebrochen positiver Energie werden die Energien der Einzelnen, je mehr sie ihre persönlichen Ziele mit der Zielsetzung der Organisation identifizieren können. Jeder, der eine solche innere Verbindung mit dem Ganzen besitzt, wird zum aktiven Sinnstifter in der Organisation. Sein Einsatz spielt sich dann nicht mehr in der Spannbreite zwischen Karrierist und Freizeit-Lebenskünstler ab, sondern zwischen gewissenhaftem **Pflichtmenschen** und überschäumendem **Enthusiasten**.

3. **Zielbegründung.** – Unterscheiden müssen wir zwischen einer sinnlosen und einer sinnvollen Zielsetzung. Mit sinnlosen Zielsetzungen werde ich mehr gelähmt als motiviert. Erst das von mir als sinnvoll akzeptierte Ziel besitzt Kraft. Damit ich ein Ziel als sinnvoll akzeptiere, braucht es einiges mehr als eine bloße Zielvorgabe wie in der Rekrutenschule. Es braucht eine überzeugende Antwort darauf, *weshalb* ich das Ziel anstreben soll. Und überzeugend ist die Antwort nur, wenn sie neben der Zielbegründung aus Sicht der Organisation immer auch mich als Person mit meinen individuellen Lebenszielen, Vorlieben und Stärken miteinbezieht. Eine Umsatzsteigerung um 5 Prozent beispielsweise mag aus Sicht der Organisation sinnvoll sein, nur in seltenen Fällen wird der Mitarbeiter, der hierfür sieben Tage die Woche schuftet, dies ebenso als sinnvoll empfinden.

4. **Jetzt und in Zukunft.** – Sinn wird erst dann zur wirksamen Energie, wenn die Zielsetzungen den Zeithorizont ausfüllen. Es geht darum, der Organisation weder nur auf lange Sicht noch lediglich kurzfristig sinnvolle Ziele zu geben. Niemand arbeitet für eine fernliegende Zukunft, wenn die augenblickliche Aufgabe nicht dorthin führt. Und niemand geht im Augenblick auf ohne einen Sinn auf lange Sicht. Alle in der Organisation sollen genau wissen, weshalb sie das, was sie tun, gerade *jetzt* tun, und was das in der Zukunft bringen wird.

Sind diese vier Sinnfaktoren erfüllt, wird die Egoismus-Kurve und das mit ihr verbundene Angst-Potential sinken. **Kooperation, Einsatzbereitschaft** und **Vertrauen** werden stärker. An die Stelle des reinen Machtwillens tritt das gesunde Ringen um **Anerkennung**.

Allerdings hat die Sinn-Energie als die zentrale Energie der Organisation eine unabdingbare Voraussetzung. Dies alles funktioniert nämlich erst dann, wenn die Organisation einen inneren Mechanismus kennt, wie sie mit *Widersprüchen* fertig wird, namentlich mit den Widersprüchen zwischen den Zielen der verschiedenen Anspruchsgruppen und nicht zuletzt mit den immer gegebenen Widersprüchen zwischen den Zielen der einzelnen Mitarbeiter und den Zielen der Gesamtorganisation. Denn alle diese Ziele stimmen eben oft nicht gänzlich überein. Auf allen Stufen ihres Aufbaus muß die Organisation mit *Zielkonflikten* umgehen und sie positiv lösen können.

© Manuel Bachmann Dr. phil, MBA HSG, 2006

E-Mail: manuel.bachmann@philosophie-praxis.ch

Homepage: Philosophische Praxis Basel www.philosophie-praxis.ch

Der Artikel erschien erstmals in: Visionen 2/2005, dem philosophischen e-Magazin von Manuel Bachmann. Visionen erscheint monatlich und ist kostenlos, bestellbar unter http://www.philosophie-praxis.ch/inhalt/generell/e_magazin.php

- 0 -

II.)

Begründete Zweifel von UTE SOMMER

Artikel bei Interesse bitte anfordern

- 0 -

III.)

Wozu benötigen Führungskräfte Philosophie? von Dr. KLAUS-JÜRGEN GRÜN

Sprechen mit Denken verbinden

„Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt“, schrieb Ludwig Wittgenstein vor knapp einhundert Jahren. Im Zeitalter der Globalisierung gibt es kaum mehr Grenzen in der Welt. Wie aber steht es mit unserer Sprache?

Unsere Sprache bleibt hinter dem Anspruch, Grenzen zu beseitigen, weit zurück. Sie erinnert an urtümliches Verlauten und ist oft gerade noch tauglich, Befehle zu erteilen, Informationen weiter zu geben, Mut oder Unmut zu bekunden. Wer von uns verfügt über eine unverbrauchte Sprache, die präzise ausspricht, was wir denken? Wo sind die Worte, die Gedanken tragen? Welche Worte sind es wert

sind, gedacht werden? Wie oft erleben wir dagegen haltloses Reden, das sich abgelöst hat von allem Denken?

Wir überlassen es zu oft dem Zufall, ob die Verknüpfung zwischen Denken und Sprechen gelingt. Auch wissen wir zu wenig über die Methoden, nach denen wir Gedanken entwickeln. Vielen von uns fehlt die Fähigkeit, sich auf eine längere Abfolge von Gedanken zu konzentrieren. Was bedeutet es, ein starkes Argument von einem schwachen zu unterscheiden? Erkennen Sie leicht, wann ein Gedanke widerlegt ist?

Wenn wir philosophische Bücher lesen, gewinnen wir schnell den Eindruck, als schrieben ihre Autoren über unwirkliche Welten, die mit Lebenswirklichkeit und Praxis nichts zu tun haben. Dieser Eindruck ist falsch. Die vielfach zu beobachtende Abgehobenheit akademischer Sprache ist nicht der Ausdruck einer anderen Welt. Sie ist vielmehr die verzerrte Abbildung derjenigen Wirklichkeit, in der wir leben. Es ist die Wirklichkeit, in der die Sprache allseits abgelöst ist von Leben, Handeln und Denken. Der moderne Mensch, der sein Wesen durch Empfang und Weitergabe von Informationen prägt, spricht in seiner Sprache sich selbst als Bestandteil eines Informationssystems aus. Weil aber der Mensch kein Glied eines reinen Informationsweitergabesystems ist, erlebt er sich selbst oft als Fremder in einer Welt, zu deren Erhalt er beiträgt.

Gleichwohl sind es veraltete Vorstellungen, die zu einer Arbeitsteilung zwischen Denken, Sprechen und Handeln gekommen sind. Dass wir Lehrstühle für reines Denken unterhalten, ist ebenso ein Relikt aus überholten Produktionsweisen wie die Überzeugung, dass präzises Denken und Sprechen dem wirtschaftlichen Erfolg abträglich sein könnten. Wer es versteht, in unverbrauchter Sprache den innovativen Gedanken präzise auszusprechen, wird sich leichter auch Marktvorteile sichern können. Zudem belehrt die Erfahrung, dass es Menschen Freude bereitet, Form und Inhalt ihrer Sprache vom Widerspruch zu ihrem eigenen Menschsein zu befreien.

Viele Menschen werden oft missverstanden, weil zwischen Reden, Denken und Handeln starke Dissonanzen herrschen. Doch unsere Sprache transportiert Handlungsvorstellungen. Wenn Kinder damit beginnen, Bauklötze zu Türmen aufeinander stellen, erwacht ihre ebenso große Freude, mit Hilfe der ersten grammatischen Regeln Sätze zu konstruieren. Die Tätigkeit des Konstruierens im Handeln wird begleitet von der Konstruktion der Sprache. Sprechen, Denken und Handeln bereichern sich wechselseitig.

Das Wahre und das Falsche

Wer weiß es besser als die Entscheidungsträger eines jeden Unternehmens: Die wenigsten Entscheidungen sind das Resultat rationaler Überlegungen. Zumeist

treffen wir Entscheidungen „aus dem Bauch“ heraus. Hirnforscher sagen uns zudem, dass die Entscheidung um so weniger rational ist, je mehr Bedeutung wir ihr beimessen.

Folgt aus diesen Überlegungen, dass wir beim Entscheiden auf das rationale Denken verzichten sollen? Keineswegs. Was uns allein durch praxisnahe Philosophie zuteil wird, ist eine stabile Zusammenarbeit zwischen „Kopf“ und „Bauch“. Schließlich ist auch die so genannte „Bauchentscheidung“ eine Kopfentscheidung. Doch weil wir nicht wissen, wie der Kopf sie zustande bringt, entsteht uns der Eindruck, der Kopf sei unbeteiligt gewesen.

Für einen stressfreien Umgang im Lösen von Problemen und Treffen von Entscheidungen ist es hilfreich, die Mechanismen des Zustandekommens von Erkenntnis zu kennen. Nach welchen Kriterien unterscheiden Sie Richtiges von Falschem? Können Sie im Zweifelsfall auf eine Methode des korrekten Schließens zurückgreifen? Welches Kriterium von Wahrheit entspricht Ihren eigenen Gewohnheiten und zu welchen Kriterien stehen Sie dadurch im Gegensatz?

Kritisches Bewusstsein

Sigmund Freud hat in einer Zeit des Schreckens die Vermutung ausgesprochen, dass jede Schädigung unseres „allmächtigen und selbtherrlichen Ichs“ im Grunde ein Kapitalverbrechen darstelle. Es „morde selbst für Kleinigkeiten“, meinte er. Moderne Hirnforschung bestätigt diese Vermutung. Unser *Ich* ist ein Konstrukt, das sich aus verschiedensten Wahrnehmungen bildet. Sein einziges Ziel ist es, stabile Einheitlichkeit aus der Selektion seiner Wahrnehmungen herzustellen. Dabei konfabuliert es aus Fragmenten der Wirklichkeit ein plausibles Ganzes zusammen. Allein was diesem Konstrukt entspricht, wird als gültig anerkannt, alles andere wird nach Möglichkeit verdrängt.

Nichts ist der Innovation so feindlich wie das ängstliche Festhalten an gewohnten Vorstellungen. Aber jede Abkehr vom stabilen Weltbild bereitet Schmerzen. Wir verstehen die Vorteile der Offenheit gegenüber Neuem nur dann in Erfolg zu verwandeln, wenn wir gelernt haben, die Entstehung des Neuen mit Freude zu begleiten. Die stärkste Kraft des Fortschritts ist schließlich der Widerspruch. Aber genau diesen wehrt unser Selbstbewusstsein allzu leicht als feindlichen Angriff ab. Statt den Widerspruch zu suchen, befördern wir zumeist nur die Bestätigung des Gewohnten und die Anpassung an unsere eigenen Vorurteile. Wie erreichen wir einen furchtlosen Umgang mit Betrachtung der Welt, die sich leicht nicht der gewohnten Wahrnehmung fügt? Wie erreichen wir den Nutzen im Umgang mit dem Widerspruch?

Ethik

Eines der Zauberworte des gegenwärtigen Zeitalters ist das Wort *Ethik*. So lange wir uns nicht fragen, was es bedeutet, glauben wir dies immer schon zu wissen. Doch im Feld der *Ethik* zeigt sich am deutlichsten, ob wir in der Lage sind, bloße Worthülsen von gehaltvoller Sprache zu unterscheiden. Woher kommt die *Ethik* und warum können wir nicht darauf verzichten? Die Antwort auf diese Frage hängt auch davon ab, in welchem kulturellen Umfeld Sie aufgewachsen sind und leben. *Ethik* ruft das Gefühl des Guten bei uns hervor. Das macht es nötig, kritisches Bewusstsein an sie heranzutragen. Wenn etwas gute Gefühle bei uns hervorruft, müssen wir immer damit rechnen, dass uns mit dem guten Gefühl als Träger eine Sache untergeschoben werden kann, die weniger gut für uns ist.

Betrachten wir die unterschiedlichsten Begründungen von Ethik, dann erkennen wir schnell, dass es auch verschiedene Angebote von Vormündern sind, die uns sagen, was gut sein soll. Sind Sie in der Lage, die Ansprüche, die mit der Begründung von Ethik verbunden sind, immer zu erkennen? Kennen Sie die Grundlage Ihrer eigenen Vorstellung von ethisch-moralischem Bewusstsein?

Aufklärung

Eine *Philosophie für Führungskräfte* bleibt dem Anspruch der Aufklärung verbunden. Das gemeinsame Merkmal aufgeklärten Denkens ist es, die Inhalte des Bewusstseins nicht vorschnell für das anzuerkennen, wofür sie sich selbst ausweisen. Wenn wir einen Sonnenuntergang sehen, muss dies nicht bedeuten, dass diese Vorstellung der Wirklichkeit entspricht. Schließlich kann es auch sein, dass es gar keinen Sonnenuntergang gibt und wir uns aus einer bestimmten Wahrnehmung die Bewegung der Sonne um die Erde selbst konstruieren. Dass vor einigen hundert Jahren noch Menschen umgebracht wurden, wenn sie daran zweifelten, dass die Sonne sich bewege und die Erde im Zentrum der Welt ruhe, deutet den Fortschritt aufgeklärten Bewusstseins an.

Aber auch wir Heutigen verfallen dem Anspruch unseres Bewusstseins nach wie vor, seine Inhalte unkritisch so zu verstehen, wie sie sich selbst darstellen. Je elender die Arbeitsbedingungen des Arbeiters, um so herrlicher stellt er sich das Paradies vor, bemerkte Karl Marx vor einhundertundfünfzig Jahren. Aber wir verstehen den Arbeiter nicht wirklich, wenn wir den Auskünften seines Bewusstseins folgen und mit ihm über die Herrlichkeit des Paradieses sprechen. Sehr viel mehr haben wir verstanden, wenn wir danach fragen, wie die Inhalte unseres Bewusstseins zustande gekommen sind. Es ist zumeist das Sein der Menschen, das ihr Bewusstsein bestimmt.

Wenn wir nun eine Antwort auf die Frage, wozu Führungskräfte Philosophie benötigen, geben wollen, so setzt sie sich aus vielen Teilantworten zusammen. Wir benötigen Philosophie, weil sie

- ein kritisches Verständnis der Inhalte unseres eigenen Bewusstseins vermittelt;
- Strategien zur Unterscheidung des Wahren und den Falschen vermittelt und hierbei trotz aller Komplexität verständlich und nutzbringend die Hauptströmungen der Philosophie präsentiert;
- Reflexion über die eigene Methode der Lebensführung - ihre Leistungsfähigkeit und ihre Grenzen befördert;
- die Ausbildung des individuellen Wortschatzes fördert;
- die Verbindung zwischen Denken, Reden und Handeln festigt;
- uns Konzentration auf die Zusammenhänge der Abfolge von Gedanken erleichtert;
- Selbstsicherheit durch methodisch erworbenes Wissen und Verstehen komplexer Zusammenhänge erzeugt;
- in mancher Hinsicht Einblick in das Bildegesetz dessen, was wir überhaupt wissen können gibt;
- schnelleres Verstehen und den Mut Lücken im Wissen zu erkennen und zuzugeben weckt;
- Einblicke verschafft in den Mechanismus unseres religiösen Empfindens, das bei vielen Menschen so leicht verletzt werden kann;
- Verständnis weckt für den gesellschaftlichen, ideologischen und psychologischen Beitrag von Religion;
- behilflich ist bei der Beantwortung der philosophischen Frage: Wer ist der Mensch?

© Klaus-Jürgen Grün 2006

E-Mail: KGruen@t-online.de

Homepage: Philosophisches Kolleg für Führungskräfte www.philkoll.de

- 0 -

Impressum

Redaktion

Das kostenlose E-Journal „Philosophie & Wirtschaft“ wird von der "International Society for Philosophers" und "Pathways to Philosophy" herausgegeben.

Büro: Geoffrey Klempner, 45 Wolseley Road, Sheffield S8 0ZT, United Kingdom

Telefon: +44 (0)114 255 8631 Email: G.Klempner@sheffield.ac.uk

Fax: +44 (0)114 255 8632 Mobil: + 44 (0) 7729 793365

Pathways to Philosophy: <http://www.philosophypathways.com>

International Society for Philosophers: <http://www.isfp.co.uk>

Deutsche Redaktion:

Ute Sommer, Telefon +49 (0) 173 6535309

E-Mail : ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de

Die in den Beiträgen geäußerten Meinungen der Autoren entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung der Redaktion.

Bitte schicken Sie Beiträge, Kommentare und Vorschläge an ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de