Norbert Rath

Von „Anlage“ bis „Unternehmensphilosophie“
Zur Verwendung des Wortes Philosophie in Werbung und Zeitungsprache

„Wissen so nicht, was die Devise ist, heute: Philosoph sein; nur nicht denken; Philosoph sein.“

„Jeder hat hier seine eigene Philosophie“, sagte Klimann(...) 2

Fragstellung und Vorgehen


2 „...und meinte die individuellen Erklärungszüge für die Bamm Kickerl.“ M. Göttig: Der Keks des Monats. Bayerns 1:1 gegen Frankfurt entfacht erneut philosophischen Richtungstreit (FAZ v. 22.4.96, Nr. 4905, S. 18)
4 „Reinhard-Mohn-Philosophie“ (in: FAZ v. 30.3.1995, Nr. 76, S. 41); „Philosophie der Birkenstock-Schule“ (Die Zeit v. 9.2.96, Nr. 7, S. 75); „Wickelkommodenphilosophie“ (Die Zeit v. 23.9.92, Nr. 40, S. 61).
Überlegungen zur Funktion. Wie kommt es dazu, daß es plötzlich eine solche Vielzahl an nichtakademischen 'Philosophien' gibt? Handelt es sich um Selbstzuschreibungen und Identitätsvergewisserungen auf Seiten der Einzelpersonen und Unternehmen, die jeweils ihre „eigene“ Philosophie für sich entdecken oder zumindest eine solche Entdeckung verball beantworten? Oder geht es einfach um Vermarktungstrategien?

Philosophie-Marketing


‘Mit Platon zum Profit’ im Café Philo


9 Süddeutsche Zeitung v. 21. 5. 1967, S. 1 (Deutschiß).


9 Die philosophische Praxis hat in Berlin wie eine Bombe eingeschlagen. Denn nicht genug damit, daß reichlich viele Forderungsverkehrsunternehmen die Hände nach ihnen ausstrecken und philosophische Besuche machen; als die Philosophen-Trio [...] seine zweite Veranstaltungsreihe [...] öffnete, nannte ihm das Publikum regelrecht die Türe ein. […] Jeder sollte im Grundwerk philosophieren, meinen sie und verstecken ihre Veranstaltungen als eine Art Anleitung dazu.“ (FAZ [Berlin]] v. 4. 6. 1995, Nr. 4356, S. 46
12 ALBIS WEBER / Wolfgang WENNER (Hrsg.): Mit Platon zum Profit - Ein Philosophie-Lehrbuch für Manager, Frankfurt/Main: Allgemeine - Verlagsbuch Wirtschaftsbücher, Frankfurt 1996.
13 ALBIS WEBER / Wolfgang WENNER (Hrsg.): Mit Goethe zum Gewinn - Ein Literatur-Lehrbuch für Manager, Frankfurt/Main: Allgemeine - Verlagsbuch Wirtschaftsbücher, Frankfurt 1996.


`Unternehmensphilosophie`


Die `Unternehmensphilosophie` ist hier gedacht als das, was von der Gründerin bleiben wird, ihr Stuck Unsterblichkeit, inkorporiert in die fortexistierende Firma. In ökologischer Ethik versucht sich eine Kosmetikfirma: „Was berechtigt uns heute zu so einem Schritt? Es ist schlicht und einfach die Philosophie unseres Unternehmens. Wir haben uns stets dafür engagiert - und werden es auch in Zukunft tun - die Natur zu verstehen, sie zu respektieren und zu schützen.“ Wer für die Natur ist, kauft also Kosmetika bei Yves Rocher - garantiert mit Naturverständnis. Eine andere Firma formuliert schlicht, aber einprägsam ein nicht weniger hohes Ziel: „Die Ha-Ra Firmenphilosophie: Damit Mensch und Natur eine Chance haben! Welcher Wohlklingende könnte da widersprechen? Sympathien weckt auch die „Dr. Herbts-Philosophie“: „Wir arbeiten für ein menschliches Klima.“ Werbung hat die Aufgabe, zu einem positiven Bild von Firmen und Produkten beizutragen; offenbar eigent sich die Berufung auf eine firmenspezifische Philosophie für die Imagepflege.


Die BHW-Bausparkasse bringt die didaktische eine qua non der „Unternehmensphilosophie“ aller Sparten auf den Punkt: „Gesunde Finanzen als Philosophie.“ 23 Wer dürfte einer sol genauen „Philosophie“ zu widersprechen wagen? Rentabilität als Wahlheitsausweis, ergibt das nicht endlich ein objektives Kriterium für die Qualität einer Philosophie?


27 Katlog der Firma Manufactum, 1990.


Rückblick auf Lichtenberg und Kant: Läßt sich Aufklärung popularisieren?

Hat Lichtenberg Ähnliches nicht auch gesagt? „Ich kann freilich nicht sagen, ob es besser werden wird, wenn es anders wird, aber so viel kann ich sagen, es muß anders werden, wenn es gut werden soll.“ Aber das war im Jahr 1796 nur der Leitsatz einer zur eigenen Selbstverständigung niedergeschriebenen, noch lange ungedruckt bleibenden politischen Philosophie eines Aufklärers und Aufklärungskritikers. Die Popularisierung des Philosophischen als ein Mittel zur Verbesserung der Gesellschaft wird nicht nur in der Literatur, sondern auch in der Praxis bewiesen. 30

29 Anzeige in der FAZ vom 22.6.95, Nr. 142, S. 15.

In Kant's Aufsatz „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?“ von 1784 stehen die berühmten Sätze: „Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbst verschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldete ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursachen derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der Entscheidung und des Mutes liegt, sich seiner Leitung eines anderen zu bedienen. [...] Daß der bei weitem größte Teil der Menschen (darunter das ganze schöne Geschlecht) den Schritt zur Mündigkeit, außer dem daß er beschwerlich ist, aber für sehr günstig halte, da faßt sogar schon jene Vormünder, die die Oberaufsicht über sie gütigen auf sich genommen haben. [...] Es ist also für jeden einzelnen Menschen schwer, sich aus der ihm beinahe zur Natur gewordenen Unmündigkeit herauszuarbeiten. Er hat sie sogar lieb gewonnen [...]. Daher gibt es nur wenige, denen es gelungen ist, durch eigene Bearbeitung ihres Geistes sich aus der Unmündigkeit heraus zu wickeln, und dennoch einen sicheren Gang zu tun. Daß aber ein Publikum sich selbst aufklären, ist eher möglich, ja es ist, wenn man ihm freiheit läßt, beinahe unerläßlich. [...] Zu dieser Aufklärung aber wird nichts erfordert als Freiheit; und zwar die unschätzbarste unter allen, was nur Freiheit heilen mag, nämlich die: von seiner Vernunft in allen Stücken öffentlichen Gebrauch zu machen.“32

Kant stellt hier Aufklärung, Mündigkeit, Selbstdenken und Öffentlichkeit als einander wechselseitig bedingende und ermögliche Faktoren eines freien Verständesgebäudes zusammen. Sein Publikationsort, die „Berlinische Monatsschrift“, war seinerzeit so etwas wie das Zentralorgan der Aufklärung in Deutschland; das Veröfentlichungsjahr ist 1784, fünf Jahre vor dem Beginn der „großen“ Revolution in Frank-


250


Kant lehnt die Popularisierung philosophischen Denkens nicht so schwer ab. Aber auch sein Konzept der Popularisierung von Aufklärung bleibt widerspruchsvoll. Aufklärung muß, um zu siegen, eine Mündigkeit als vorhanden unterstellen, die sich erst nach ihrem Sieg einstellen kann. Der Aufklärer fordert gegen selbstverständlichen Vormünder zum Selbstdenken auf und erneint sich damit zugleich wiederum zum Vormund von Unmündigen. Die Sprache, in der er spricht, wird erst gehört und verstanden werden, wenn sich die Aufklärung durchgesetzt hat; durchgesetzt aber kann sie sich nicht, weil und solange er nicht gehört und verstanden wird. Nachhaltig durchsetzen konnte sich die Aufklärung im Deutschland des 18. Jahrhunderts aus vielerlei Gründen nicht. Die Öffentlichkeit, die der Aufklärer fordert, schreckt er wiederum ab durch die in sich geschlossene Fachsprachlichkeit seiner Rede. Als blo-

Kritische Stimmen zur 'Unternehmensphilosophie'

Die 'Firmenphilosophen' von heute haben mit Aufklärung nicht viel im Sinn. Aber sie wollen immer noch etwas unters Volk bringen. Wenn nach LICHTENBERG 'Jeder, der Deutsch spricht, (...) ein Volkophilosoph' ist, ließe sich heute hinzufügen: Jeder, dem ein Betrieb gehört, kann sich auch eine 'Betriebsphilosophie' leisten. LICHTENBERG hat allerdings auch bereits über die Reichweite von Jedermanns-Philosophien nachgedacht und mahnt zur Vorsicht: 'Die gerne Volkophilosophie erstreckt sich nicht sehr weit.' 148 Sollte das bei den 'Unternehmensphilosophen' so ganz anders sein?

Heutige Spielerverderber wie Roland KABELBRANDT behaupten jedenfalls: 'Wo Philosophie zur Unternehmensphilosophie wird, leidet die Sprache' 149 KABELBRANDT betrachtet das Profitabel-Werden der Philosophie mit bösem Blick. Sie sei einem radikalen Bedeutungswandel ausgesetzt. 'Eigentlich als Grund- und Denkwissenschaft mit non-profit-Charakter im akademischen Fachkanon versackt - nach Aristoteles ('Metaphysik I') trachten die Philosophen nach der Erkenntnis, 'nur um zu wissen, nicht um zu verdienen' -', findet sie heute im schillernden Reigen von Public Relations, Corporate Identity und Marketing-Mix als 'Unternehmensphilosophie' wieder, die, so eine Presseinformation, 'im Grunde nur ein Ziel verfolgt: Das Erringen der Marktführerschaft.' 149 KABELBRANDT präsentiert einige schöne Funde, wie die 'dialogische Unternehmensethik', die unfreiwillig HABERMAS parodiert, oder die 'Dienstleistungs-Philosophie', mit der eine Senioren-Residenz sich für wirbt. Auch die mittelständische Wirtschaft hält wie immer mit der Modernen Schrift: 'am schönsten ist Unternehmensphilosophie, wenn sie im Dienste des Handwerks steht. 'Halte dein Rohr sauber!' lautet ein ethischer Wahlspruch moderner Installationstechnologie.' 149 (ebd.)

Auch Helmut HÖCH wirft einen kritischen Blick auf die Konjunktur von Unternehmensphilosophie: 'Es gibt kaum noch einen Großinvestor, der nicht von einer 'Philosophie', von seiner 'Firmenphilosophie' oder von einem 'philosophischen Mix' redet, wenn er seine 'Projekte' vorstellt.' 148 HÖCH zitiert Günter REXRODT und Birgit BREUEL, die 'dunkel von 'Theuhand-Philosophie' und der 'Philosophie hinter der Privatisierung' faselten'. Er macht darauf aufmerksam, dass in 'unternehmensphilosophischen Kontexten die Begriffe 'Psychologie', 'Philosophie' und 'Strategie' austauschbar werden, und zitiert einen satiristischen Aphorismus von Robert MÜSL: 'Ohne Philosophie wagen sie heute nur noch Verbrecher, anderen Menschen zu schaden!' 148

Manche Firmen sehen allerdings ein, dass auch Philosophie ihre Mängel hat und nicht alles ist, dass sie unverbindlich, in der Regel unpraktisch, mit einem Wort: defizitär ist. So sagt es die Firma Yamaha kurz und bündig: 'Ende gut, alles gut, Yamaha, mehr als eine Philosophie.' 148 Da sind die Werbestrategen von Yamaha denen von Toyota doch noch einen Schritt voraus, die noch im Glutraum an die Philosophie befangen sind: 'Hinter jedem Toyota steht die Erfahrung und Technologie eines der größten Automobilhersteller der Welt, dessen Philosophie - Automobile zu bauen, die den Anforderungen des Alltags gerecht werden - sich als erfolgreich erwiesen hat. [...] Das Service-Netz von derzeit 950 Toyota-Vertragshändlern, ausgestattet mit modernsten technischen Geräten, setzt mit seinem geschulten Personal die Toyota-Philosophie fort.' 148


Soziale Distinktion vermittelt 'eigener Philosophie'

Pierre BOURDIEU hat die Möglichkeiten, sich sozial abzusichern, einer eingehenden Analyse unterzogen. Vom Führen eines Titels über das Vorzeigen von Kunstverständnis bis zur ostentativen Bildungsbeflissigkeit gibt es die verschiedenen Wege, sich im 'Sozialraum' von andern abzuheben und als Träger 'kulturellen Kapitals' zu profilieren. Auch die Lektüre von 'Philosophie' gehört zu diesen Distinktionsmerkmalen; die Sozialgruppe der Hochschul- und Gymnasialleiter verbringt seiner Untersuchung zufolge damit erheblich mehr Zeit als andere soziale Gruppen. Sie hat dies wenigstens an. Ich möchte hier der Vermutung nachgehen, dass die Rede von der 'eigenen Philosophie' einer Selbstinszenierung als Träger 'kulturellen Kapitals' dient. Dazu ein Textbeispiel:

29 Toyota-Prospekt vom März 1980.
Am 28. April starb unser geliebter [Name, Lebensdaten, es folgt eine Art Manifest des Verstorbenen:]

"I do not choose to be a common man. It is my right to be uncommon if I can. I seek opportunity not security. I do not wish to be a kept citizen, humbled and dulled by having the state look after me. I want to take the calculated risk; to dream and to build; to fail and to succeed. I prefer the challenges of life to the guaranteed existence; the thrill of fulfillment to the static calm of apathy. I will not trade my freedom for beneficence, nor my dignity for a handout. It is my heritage to think and to act for myself, enjoy the benefit of my creations and to face the world boldly and say, this I have done."

Dieses Kreide war die Lebensphilosophie, welche sowohl das Geschäfts- wie auch Privatleben von [Name], Unternehmer und Gründer der [Name] Gruppe, prägte.44,46


Fassaden, auch wenn sie die stolze Aufschrift 'Philosophie' tragen, bleiben Fassaden; philosophiert wird erst da, wo Fassaden abgebrochen werden. „Ungewöhnlich gleichwohl, ob Philosophie, als Tätigkeit des begreifenden Geistes, überhaupt noch an der Zeit sei; ob sie nicht zurückbleibe hinter dem, was sie zu begreifen hätte, dem auf die Katastrophe zutreibenden Zustand der Welt. Für Kontemplation scheint es zu spät.47 So ADORNO, ein unverbesserlicher Pessimist mit geringer Neigung zur Teilnahme am Philosophietreiben sowie mit unverlierbarer Resistenz gegen alle Arten von positiver 'Betriebsphilosophie'.48

Die Kluft zwischen 'der' Disziplin Philosophie, ihren Begriffen und ihrer Terminologie, und den Trivialphilosophien wird der Tendenz nach immer größer. 'Die Philosophie', das an Hochschulen institutionalisierte Fach, nimmt die 'Philosophien' der Nichtphilosophen nicht ernst, und diese nehmen 'die' universitäre Philosophie und ihre Ergebnisse nicht zur Kenntnis, Odo MARQUARD hat die Resonanzlosigkeit der meisten fachphilosophischen Veröffentlichungen einmal auf die Formel gebracht, es komme ihm so vor, als produzierten Sockenfabrikanten Socken ausschließlich für Sockenfabrikanten.


Anhang: Kleine Anthologie von Philosophie

„Achilles-equipment-Philosophie“ im Zeit-Magazin v. 22.2.1991, Nr. 9, S. 47f.


„Arbeitsshiftrophie“ nach dem Spruch: „Geht nicht, gibt's nicht.“ (Westfälische Nachrichten (WNN) v. 1.5.98, Nr. 190)

„Aufrüstungsgemeinschaft“ Helmut Schmidt, Bundeskanzler, in: Die Zeit v. 9.2.1975, Nr. 7, S. 2 (Spalte: „Worte der Woche“): „Die Philosophie, erst aufzurütteln, um dann abzurütteln, hat sich nicht sonderlich bewährt.“

„Außenseitephileosophie“: „einer qualitätsvollen Zeitung, die den Bezieher nichts kosten“, in: Die Zeit v. 7.11.97, Nr. 46, S. 71

(Automobilphilosophie) „Neue Unternehmensphilosophie bei Mercedes Benz“: „Mercedes-Benz, weit weiter im Griff für solide deutsche Ingenieurskunst und Qualität, soll nach mehr als hundert Jahren Automobilbau eigene Philosophie. „Das Beste oder gar nichts“ auf den Schrottplätzen werden und künftig genauso wie jetzt alle Konkurrenten arbeiten.“ (Heinz BlüTFANN in: Die Zeit v. 5.2.1993, S. 22)

„Bäckerphilosophie“ „Bäckerphilosophie: Sachzwang schlägt Gelübe“, in: Die Zeit - Magazin v. 31.10.97, Nr. 45, S. 56


„Betreuungsgemeinschaft“ in: FAZ v. 26.2.1996, Nr. 48, S. 8; weiterer Beleg in: Die Zeit v. 5.3.98, Nr. 11, S. 69


„Brai-Philosophie“ in: TV v. 3.8.98, Nr. 4991, S. 7


Joe, [...] ist, wenn man das Beste aus Ost und West zu einer Kultur verbindet."

Clubphilosophie: "Clubphilosophie: Priswerte Qualität" (Katalog des Bertelsmann Lesetreff, Deutscher Bildungskreis 2/1982)


Editionsphilosophie in: FAZ v. 25.7.1995, Nr. 170, S. 29

Feng shui, die chinesische Einrichtungsphilosophie in: FAZ v. 2.5.98, Nr. 101, S. 35.

Entsorgungsphilosophie in: Die Zeit v. 2.10.1992, Nr. 41, S. 37

Entwicklungsphilosophie Anzeige der Fa. Toshiba, in: Die Zeit v. 4.6.1993, Nr. 23


Frilj, Vogel, oder störst die Philosophie im Unterricht? sei nichts für die Sonderschule (FAZ v. 23.9.1996, Nr. 4822, S. 39)


GATT-Philosophie in: Die Zeit v. 22.10.1993, Nr. 43, S. 62


Grenzspace-Philosophie in: TAZ v. 10.7.96, Nr. 4970, S. 6

Greenspan-Philosophie Carola KAPS: Der Motor der Weltwirtschaft. Greenspans Philosophie (Ar-Titel) in: TV v. 23.7.98, Nr. 168, S. 15

Haushalt-Philosophie „Die Partner begründen lange, daß der Übergang zur Gemeinschaftswährung nicht nur ein finanztechnischer Vorgang sei, sondern tief in die politische Dimension der nationalen "Haushalts-Philosophie" einge- griffen. (in: FAZ. 2.10.1995, Nr. 729, S. 1)

Literaturverzeichnis
(Nachweise zu Zeitungsartikeln und -anzeigen siehe in den Fußnoten.)


260