

- WOLF D. ENKELMANN

D E R U N T E R N E H M U N G S G E I S T

- DER UNTERNEHMER
UND SEIN UNTERNEHMEN

- 12 SYSTEMATISCHE
CHARAKTERISIERUNGEN

- UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

- INSTITUT FÜR
WIRTSCHAFTSGESTALTUNG

DER UNTERNEHMUNGSGEIST

I DER UNTERNEHMER UND SEIN UNTERNEHMEN

Der Unternehmungsgeist ist eine der erstaunlichsten Erfindungen Europas. Keine andere Kultur hat dergleichen hervorgebracht. Selbst im Lichte der autochthonen Traditionen Europas bleibt fast unerklärlich, woher der Unternehmungsgeist kam und wie er jene umwerfende Bedeutung hat gewinnen können, die er in der heutigen Welt hat.

Andere Archetypen, aus denen sich Europa zusammengeschiedet hat, wie Theologie und Kunst, Philosophie und Wissen oder Politik und Recht können auf eine Jahrtausende alte Entwicklungsgeschichte zurückblicken. Sie verfügen damit über einen reichen Schatz an ganz verschiedenen Konzepten, aus denen sie zu ihrer Selbstverständigung schöpfen können. Demgegenüber ist das Unternehmertum ein außerordentlich junger Sproß europäischer Selbstentfaltung. Und es gehört auch keiner der archetypischen Traditionen an. So scheint es jedenfalls. Das Unternehmertum ist daher – abgesehen von jenem gewissermaßen unerlernbaren Instinkt, der einen *first mover* auszeichnet – allein auf die Verständigungsangebote, die seine Zeit bereitstellt, verwiesen und zurückgeworfen.

Der Unternehmungsgeist steht als der jüngste der großen europäischen Geister damit in einem gewissen Hintertreffen. Ein Parvenü, unkultiviert, mit einer Neigung zum Affront wider alle guten alten Sitten, ein hemdsärmeliger und rücksichtsloser Macher. Umstritten bis heute. Immer noch für viele der Inbegriff des Verbrechens wider alles, was wahr, gut, gerecht und schön ist.

Dennoch hat der Unternehmungsgeist eine umwerfende Erfolgsgeschichte schreiben können. Nichts bestimmt die moderne Welt nachhaltiger als er.

Unternehmer, das sind die ‚Poeten‘ der Zeit, Poeten im ursprünglichen, im wörtlichen Sinne: die ‚Macher‘ und Gestalter. Am Anfang der europäischen Geschichte kam dieser Titel den Dichtern zu, da sie es waren, die mehr als alle anderen Welt aufgehen ließen. Heute gebührt dieser Lorbeer dem Unternehmungsgeist. Er schafft mehr als alle anderen die Welt, in der die Menschen leben, und gestaltet mit seinen Werken maßgeblich das Menschenbild.

Die gesellschaftliche Emanzipation des Unternehmungsgeistes gegenüber den überkommenen Ordnungen, alten Mächten und erfahrenen Institutionen wurde von Zeitgenossen als Traditionsbruch empfunden. Er hatte die industrielle und die dieser nachfolgenden Revolutionen auf den Weg gebracht, das Wirtschaftssystem komplett umgestürzt und für radikal veränderte Lebensverhältnisse gesorgt. Zweifellos eine Weltmacht.

Der Ort, in dem der Unternehmungsgeist sein vorzügliches Wirkungsfeld fand, war und ist die Ökonomie. Lange waren Kapital und Produktionsmittel in Unternehmerhand gebündelt, sodass die Wirtschaft im Typus des Unternehmers ihren vorherrschenden Protagonisten hatte – mit der *Arbeiterklasse* als Widerpart und Gegenpol oder manchmal auch Gegner. Und die Gesellschaft hatte in ihm den archetypischen Repräsentanten ihrer Wirtschaft. Heute ist das nicht mehr der Fall. Vielfältige Mutationen und Diversifikationen haben stattgefunden.

Eine einheitlich geschlossene Arbeiterklasse gibt es weniger denn je. Arbeit als solche befindet sich in einem radikalen Umbruch, seitdem in allen Bereichen des Produktionsprozesses immer mehr das Wissen zur Primärressource unternehmerischer und wirtschaftlicher Wertschöpfung wird.

In der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts haben sich in der Wirtschaft Veränderungen ereignet, die vom vormaligen klaren Bild des Unternehmers (als Bourgeois, als Kapitalist und Besitzer von Produktionsmitteln) wenig übrig gelassen haben. Identifikationen, die den Unternehmer kenntlich machten, sind in Bewegung geraten. Kapital und Unternehmertum haben sich voneinander geschieden. Sie können einander sogar als Gegner begegnen.

Die Identifikation von Unternehmern und Unternehmen hat sich als äußerst problematisch und konzeptionell unhaltbar erwiesen. Unternehmertum ist, so zeigt sich, nicht an Eigentum gebunden. Die Unternehmen sind nicht mehr, wie es früher einmal war, gleichsam der Körper des Unternehmers. Unternehmen entwickeln eine Eigendynamik, die den Unternehmer zu einem Agenten unter anderen macht, die für die Markt- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens verantwortlich sind. Aus einem Herrscher von fast unvergleichlicher Machtfülle ist ein *primus inter pares* geworden. Die Dienstleistungsgesellschaft macht ihre Führungskräfte sogar zu ersten oder dienlichsten Dienern, die oft genug Herren mit äußerst divergenten Zielvorstellungen – zwischen *shareholder value* und Arbeitsbeschaffung – Genüge zu leisten haben.

Aber das Unternehmen hat sich nicht nur gegenüber der individuellen Personalisierung des Unternehmungsgeistes verselbständigt. Es verliert zusehends an faßbarer Körperhaftigkeit. Informations- und Nanotechnologie, *lean production*, *outsourcing* und anderes mehr deinstitutionalisieren die Unternehmen. Was vormals kompakt war, wird komplex. Zu organisierende Organismen werden zu kybernetischen Veranstaltungen, die ironischerweise fast mehr an Leo Trotzki's Idee einer permanenten Revolution erinnern als an evolutionäre Selbststabilisierungen. Solidität läßt sich nurmehr gewährleisten durch ein fluidales Management von Instabilität, von Veränderungen, Auflösungen und nur momentanen Stabilisierungen, die sogleich in bestandsgefährdende Verkrustungen ausarten, wenn sie nicht erneut wieder liquide gemacht und mobilisiert werden. Das Unternehmen wird (gleich den modernen Produkten), so Dirk Baecker, „zu einer intellektuellen Leistung“. Ein Gedanke, eine komplexe Interaktion von Sagen, Erzählungen, Berechnungen und Wissen, von Gedächtnisleistungen und Kulturschöpfungen, von Informationsflüssen, Codierungen, Kommunikationsimpulsen und Schaltoperationen, in denen Verkörperung zwar nach wie vor für die Wertschöpfung wichtig ist, aber nicht mehr das grundlegend realisierende Moment der Selbstinstitutionalisierung.

Noch immer gibt zwar die Familie unzähligen Unternehmen einen stabilisierenden Rückhalt. Dennoch hat sich das Unternehmertum als solches auch von seinen familiären Ursprüngen und Hintergründen gelöst. Das gilt für die *global players* sowieso, aber auch die regelrechten Familienunternehmen können sich nur retten, indem sie sich weitmöglichst gegenüber ihren Familien verselbständigen. Reinhard Mohn ging zu Zeiten noch weiter: „Das Prinzip des Familienunternehmens ist gescheitert“. Für die Gründerszene der *new economy* spielen familiäre Verbindlichkeiten so gut wie überhaupt keine Rolle mehr. Mit diesen Entwicklungen realisiert sich etwas, was schon im Keim des Unternehmertums angelegt war. – Um es mit Jacques Derrida, philosophisch zu sagen: „An der Schwelle ihrer selbst stehend, kennt die Familie nicht mehr ihre Grenzen. Das ist zugleich ihr ursprünglicher Verfall und die Chance für all die Gastfreundschaften. ... Nichts kann zwar ohne Familie und ohne Ökonomie passieren, aber es kann auch nichts im Familienbereich passieren, ... das heißt: in der abgekapselten und andererseits unvorstellbaren Geschlossenheit der beschränkten Ökonomie, die absolut beschränkt ist, ohne den geringsten chrematistischen Taumel.“ – Die Gründung eines Unternehmens mag aus dem Schoße einer Familie erfolgen, verdankt sich aber stets der Lösung eines Einzelnen aus den Grenzen der Familienökonomie, der dadurch zum Unternehmer wird und eine neue, andersartige Ökonomie begründet. So wie sich die Ökonomie insgesamt ehemaliger staatlicher Einvernahme entbunden hat, so sehr haben sich die Unternehmen von der Institution der Familie gelöst und in diesem Sinne auch weitgehend vom Repräsentanten des Familienwesens im Unternehmen, dem Typ des Patriarchen.

Das alles hat dem Unternehmungsgeist nicht schaden noch die Bedeutung schmälern können, die er für die Lebendigkeit der Wirtschaft hat. Vielleicht hat er seine Zukunft noch sehr viel mehr vor sich, als man meint. Was bleibt aber am Ende vom Typus des Unternehmers und vom Unternehmertum als solchem übrig?

1. Vielleicht das, was in der alten einfachen Antwort ausgedrückt wird: Ein Unternehmer ist, wer etwas unternimmt, von sich aus, auf eigene Rechnung. Aus diesem Unternehmen einen institutionellen Organismus werden zu lassen, in diesem bisher vertrauten Sinne ein Unternehmen zu gründen oder zu verwalten, ist damit nicht der einzige Beweis unternehmerischer Vision und Kompetenz. Das Unternehmertum ist frei. Es ist frei in der Wahl seiner Gestaltung und Verkörperung, von sich aus, auf eigene Rechnung.

2. Damit ist Unternehmertum zweifellos ein Inkarnat der Ökonomie, genauer der Ökonomie des Gewinns. Auch wenn manche, wie etwa P. Drucker, dem Unternehmertum nicht unbedingt ein Gewinnmotiv voraussetzen: In Subsistenzwirtschaften gibt es kein Unternehmertum. Sein Antrieb und Ziel ist und muß Gewinnstreben sein, wobei man, was hier Gewinn heißt, sicher weiter fassen muß, als sich mit finanztechnischer Bilanzierung erfassen läßt, und vielleicht eine regelrecht hyperökonomische Dimension erreichen kann. Unternehmer schaffen nicht nur Mehrwert, sondern Wert, meinte schon J.B. Say, der um die Wende zum 19. Jh. als Erster den Begriff des *entrepreneurs* zu erfassen versuchte. Unternehmerisches Denken und Handeln ist, was auch immer das bewußte Motiv ist, notwendigerweise gewinnorientiert. Denn bereits verfügbares Eigentum gehört nicht zu seinen Existenzvoraussetzungen. Es muß seine Unternehmungen aus diesen selbst erwirtschaften.

3. Handeln auf eigene Rechnung ist eine Spekulation auf die Zukunft. Es ist visionär und vertraut sich seinen Visionen an. Mit Träumereien hat das nichts zu tun und auch nur ganz beschränkt etwas mit Gottvertrauen. Aus den Visionen muß etwas werden. Sie müssen sich verkörpern und materialisieren. Wer dies wagt, setzt auf sein Glück – und sein Glück aufs Spiel – und nur nach dieser Maßgabe auf Gottvertrauen. Diese Risikobereitschaft eröffnet alle Chancen, ist aber auch eine elementare Investition, wie sie nur wenige wagen. Ohne diese Investition nützen alles Können, der ganze Einfallsreichtum und die umfangreichsten Ressourcen nichts. Eröffnet wird damit ein Spiel mit

der Zeit, das ihr energetisches Potential mobilisiert und sie befähigt zu entbergen, wie wertvoll sie ist.

4. Unternehmer mobilisieren eigene und aber auch die Ressourcen anderer für ihre Unternehmungen. Nehmen sie fremdes Kapital oder sonstige Ressourcen anderer in Anspruch, arbeiten sie dennoch nicht auf fremde Rechnung. Sie geben Verantwortung und Haftung nicht an ihre Gläubiger oder Auftraggeber ab, sondern teilen sie nur mit ihnen. Sie handeln auch dann auf eigenes Risiko. Diese Verschuldung läßt sich nur rechtfertigen, begleichen und ermöglichen, wenn das Unternehmen eine *win-win-relation* schafft. Das macht die Wirtschaft der Unternehmer notwendigerweise expansiv.

5. Natürlich versucht der Unternehmer, sich fremde Ressourcen möglichst preisgünstig zu sichern. Sind die Gläubiger – angefangen bei der Natur über das Kapital bis zu den Arbeitskräften und Kompetenzträgern – zu schwach, ihre Ansprüche ihrerseits tatkräftig zu vertreten und entschlossen einzufordern, dann geht der Gewinn des Unternehmers auf deren Kosten. Der Unternehmer betreibt Raubbau und wird zum Ausbeuter. Damit gräbt er sich nach anfänglichem Boom letztlich selbst das Wasser ab. Er beraubt sich seiner Existenzgrundlagen. Von daher ist Unternehmertum von sich aus auf Nachhaltigkeit seines Handelns bedacht. Sein Ziel muß eine Wirtschaft sein, welche die Ressourcen, die sie braucht, nicht nur verbraucht, sondern Verfahren entwickelt, die Ressourcen aus ihrem Gebrauch zugleich zu reproduzieren und zu mehren. Diese Wirtschaft bezieht die äußeren Quellströme („Sources“) ihres Erfolges in die Zirkulationen ihrer Selbsterwirtschaftung mit ein, wodurch sie zu „Ressourcen“ (M. Hutter) ihrer Autonomie werden.

6. Das gilt auch für das Unternehmertum selbst. Es mehrt und vervielfältigt sich. Es gibt nicht *ein* Unternehmen. Unternehmer sind bzw. bleiben keine Einzelkämpfer. Es gibt einen nur unter anderen Unternehmern. Sie arrondieren zum einen Mitstreiter und Helfer. Sie generieren zum anderen Partner und Gegner. Unternehmertum verkörpert sich von daher interaktiv, als Wettbewerber und *networkers*, hochkommunikativ, sozialplastisch, gesellschaftlich. Insofern jedes Unternehmen auf seinen Eigennutz bedacht ist, tritt es in Konkurrenz zu allen anderen. Insofern es sich aber nur in dieser Konkurrenz mit anderen, die gleich ihm ihren Eigennutz im Sinn haben, verwirklichen kann, kooperiert es mit diesen zugleich. Ihre Form findet diese *coopetition* der Konkurrenten durch die Wettbewerbswirtschaft. Als Markt institutionalisiert verkörpert der Wettbewerb damit das Unternehmen der Unternehmen, welches die Händel, den Handel und das Handeln irgendwie zusammenreimt.

7. Die Mobilisierung fremder persönlicher Ressourcen für sein Unternehmen macht den Unternehmer zum ‚Chef‘. Unternehmer sind Menschenführer und Organisatoren des funktionalen Zusammenwirkens der verschiedenen Arbeiten, aus deren Verrichtung sich das Unternehmen zusammensetzt. Etwas zu

unternehmen heißt Führen. Unternehmertum ist Führungskultur. Funktionale Organisation und hierarchische Entscheidungs- und Machtstrukturen können das nicht ersetzen. Führen heißt, Menschen dazu zu bringen, etwas zu tun, was sie von sich aus nicht täten, und etwas wünschenswert erscheinen zu lassen, was ihnen von sich aus zu wünschen nicht einfiel. Eine Führungskultur wird daraus, wenn alle Beteiligten miteinander dabei – philosophisch gesagt: – ‚zu sich‘ geführt werden, also in eine Zirkulation geraten, dank derer sie sich abgewinnen, was nützt, und darüber sich selbst gewinnen.

8. Es geht um Macht. Unternehmerisch interessant ist daran aber kaum, Macht zu haben über andere. Sich anderer zu bemächtigen, bedeutet dem Unternehmer effektiv nur etwas, wenn er sie mobilisieren kann, wenn er also die Macht hat, sie zu entfesseln und zu befreien, statt zu unterdrücken, zu lähmen und zu verohnmächtigen, um sie leicht beherrschen zu können. Das wäre Ressourcenverschwendung und Zweckentfremdung des Unternehmens. Im Wesentlichen bedeutet Macht unternehmerisch, handlungsfähig zu werden und etwas durchsetzen, erwirken und entstehen lassen zu können.

9. Damit sind wir wieder am Anfang. Die Auskunft, dass Macht unternehmerisch gesehen heißt, etwas machen zu können, ist genauso wenig befriedigend wie die Auskunft, ein Unternehmer sei, wer etwas unternimmt. Tautologische Auskünfte wie diese sind allerdings nicht ganz so leer und nichtssagend, wie oft gemeint wird. Denn sie bringen die Zirkularität der Selbstanfänglichkeit – deren Unbedingtheit, Grundlosigkeit und sogar Abgründigkeit – zur Sprache und damit etwas, was für das Unternehmerische besonders charakteristisch ist. Das ist das Anfangen aus dem Nichts und daraus etwas werden zu lassen, was es nicht gibt und auch nur entsteht, wenn und weil es einfach gemacht wird. Das hat etwas mit Macht zu tun, in dem Sinn, wie sich einst Götter ermächtigen, eine Welt entstehen zu lassen. Größere Machtvollkommenheit kann es nicht geben und läßt sich nicht denken, weswegen, wer dies vermochte, früher als übermenschlich begabt galt und den Menschen ein göttlicher Held war. Man räumt heute etwas bescheidener ein, Unternehmer, die Wirtschaft, die sie kreierten, und die technologischen Revolutionen, die sie vorantrieben, hätten die Welt nur verändert, nicht erst geschaffen. So richtig das ist, so sehr ist es doch eine Untertreibung. Denn die unternehmerischen Innovationen haben alte, über Jahrhunderte überkommene Welten in vergleichsweise kürzester Zeit in solchem Ausmaß verändert, dass daraus eine neue Welt entstanden ist, die fortwährend weitere neue Welten generiert. Das Verständnis davon, was ‚Welt‘ überhaupt ist, hat sich in den Köpfen der Menschen radikal verändert. Und es sind zuvor völlig unbekannte Eigenschaften der Natur oder zuvor unvorstellbare Dimensionen, wozu Menschen fähig sind, in Erscheinung getreten, die über ihre funktionalen Bedeutungen hinaus eine Menge Neues davon erzählen, wie die Welt verfaßt ist. So hat etwa ein Werner v. Siemens nicht nur den Grundstein für ein Weltunternehmen gelegt,

sondern mit seinen elektrotechnischen Erfindungen und deren Vermarktung zugleich Voraussetzungen geschaffen, die Formen des modernen Weltverkehrs und des Umganges der Menschen miteinander generierten. Man wird dem Unternehmungsgeist eine welterschöpfende Dimension also schlecht absprechen können, wenn er sie gewiß auch nur in jenem Kontext von politischer und kulturell-künstlerischer Schöpferkraft hat verwirklichen können, in dem er geschichtlich aufgetreten und zum Durchbruch gekommen ist.

10. Was war, wo Götter sich einst ermächtigen, eine Welt entstehen zu lassen, vorher? Genau besehen fast nirgends jenes schlechthinige Nichts, das gerne unterstellt wird. Auch der Unternehmungsgeist betreibt, wenn er zur Tat schreitet, sich zu verwirklichen, eine *creatio ex nihilo* nur, insofern er eben ‚von selbst‘ anfängt, aus eigenem Antrieb, aus – wie Platon vorschlagen würde: – der Selbstbewegung der Seele, aus einem Anfang, der selbst keinen Anfang hat, wie das Wünschen, das viele Gründe haben mag, aber eines notwendigen Grundes und irgendwelcher zwingender Bedingungen nicht bedarf. Das Unternehmertum leistet so mit seinem Eigensinn, mit seinem unwiderstehlichen Drang, jede innere Notwendigkeit des eigenen Unternehmens gegenüber allen bestehenden Regeln und Geboten den Vorzug zu geben, einen entscheidenden Beitrag, Freiheit und Individualität zu emanzipieren, und zwar gegenüber der Notwendigkeit, dem Schicksal, dem Überlebenszwang und allen möglichen Diensten an, man weiß nicht was. So gesehen schöpft der Unternehmungsgeist nicht allein aus dem Nichts. Er muß vielmehr Durchsetzungskraft beweisen gegen Realitäten, die ein enormes Beharrungsvermögen an den Tag legen können.

11. Etwas zu unternehmen und in diesem Sinne zu machen, impliziert Veränderung, Wandel. Vielleicht de facto nicht in dem Ausmaße, wie einst Götter eine Welt aufgehen ließen aus Zuständen, die alles mögliche waren – Chaos, Mord und Totschlag, Verhältnisse, in denen die Vergänglichkeit (der Tod) über alles triumphierte und alles in seine Verlustgeschäfte hineinriß –, nur keine Welt. Programmatisch ist dies für den Unternehmungsgeist dennoch. Er verfolgt seine „Chancen ohne Rücksicht auf die gegenwärtig verfügbaren Ressourcen“ (H. Stevenson). Das heißt: Unternehmer fügen sich nicht den bestehenden Ordnungen. Sie verändern sie, wo es nur geht. Sie beschränken sich nicht darauf, innerhalb der existierenden Rahmenbedingungen zu agieren. Sie sprengen sie, soweit sie es nur vermögen. Sie begnügen sich nicht damit, die vorhandenen Ressourcen auszuschöpfen, allein, um subsistenzuell zu reproduzieren, was ist, sondern wollen es mehr und Mehrwert daraus schlagen. Sie wirtschaften nicht nur innerhalb der Maßgaben der bereits bestehenden und allgemein für richtig gehaltenen Produktionsverfahren und Ökonomie, sondern erweitern sie. Sie heben sie auf, revolutionieren sie notfalls in ihrem Sinne, wenn sie sich durch sie behindert sehen. Unter unternehmerischem Einfluß wandeln sich Schuldökonomien, wie es etwa auch

noch die absolutistische Privilegienwirtschaft (M. Hutter/D. Baecker) war, in Gewinnökonomien, wie es der Kapitalismus wenigstens archetypisch ist. Damit sind Unternehmer unweigerlich Traditionsbrecher, Innovateure, aber nicht nur evolutionär, sondern auch revolutionär. Sie sind, wie Schumpeter fraglos richtig erkannte, „kreative Zerstörer“. Deshalb liebt man sie nicht nur. Deshalb fürchtet man sie. Und in der Tat ist nicht immer je schon vorauszusehen, ob sich die Zerstörung tatsächlich kreativ auswirkt. Der Preis der Vernichtung ist jedoch in jedem Fall zu bezahlen. Denn jede Handlungsfreiheit, wie sie sich etwa auch der Unternehmungsgeist herausnimmt, macht, gemessen an real existierenden Maßstäben, Unmögliches möglich und verwirklicht Niedergewesenes. Alles, was es (bereits) gibt, ist ihr dafür Ressource, Rohstoff, nichts vor ihr sicher. Nichts bleibt, was und wie es war. Die Natur nicht, Menschen nicht und nicht die Kultur.

12. Europas Kampf um Handlungsfreiheit beschränkte sich nie darauf, schicksalsergeben das menschliche Leben innerhalb der bestehenden gottgewollten oder naturgegebenen Ordnung bestmöglich und gerecht zu organisieren. Ziel war immer, dem Schicksal ein Schnippchen zu schlagen, so wie Zeus die bodenständige Natur des Stieres transformierte, als er übers Meer zog, um Europa aus dem Orient in sein Reich zu entführen. Handlungsfreiheit und Einfallsreichtum, Wagemut und Tapferkeit, das Ethos, die Politik, das Wünschen sollten die Welt regieren. Ihnen sollte die Krone gebühren, nicht (allein) Naturnotwendigkeit, Schicksalsmacht, nicht den Ängsten, nicht allein den Bedürfnissen. Bewahrheiten sollte sich, was den Menschen die Götter in deren Weise bereits vorgemacht und vorgegeben hatten. Das Unternehmertum steht damit im Zusammenhang eines gesamtulturellen europäischen Programms der Grenzüberschreitung und der fundamentalen Emanzipation des Denkens und Handelns gegenüber allen Fakten, und seien sie noch so hart und ehern befestigt. Das Anfangen regiert die Welt, nicht die Bestandswahrung aller Folgen. Das ist die Grundüberzeugung, die hinter der europäischen Geschichte steht, und die einzulösen sie unter anderem auch den Unternehmensgeist hervorgebracht hat. Handeln, Machen, etwas Unternehmen ist in diesem Horizont immer Intervention, immer ein Eingriff, nie nur Ergänzung. Seine Grenzüberschreitungen begründen ein völlig neues, ein selbstbestimmtes Naturverhältnis der Menschheit und entsprechend auch eine Naturerkenntnis, die Geheimnisse zugänglich macht, die die Natur von sich aus ohne diese Herausforderung und Unterstützung kaum je preisgeben würde.

III UNTERNEHMENS PHILOSOPHIE

Das ist der kurze Abriß einer idealtypischen, systematischen Rekonstruktion. Sie nimmt die empirische und historische Realität zum Leitfaden, um den Archetypus herauszuarbeiten, keinesfalls aber als bereits allgemeingültigen Maßstab oder absolute Norm.

Als professioneller Inbegriff, Motor und Inspirator des Unternehmertums kristallisiert sich der Unternehmungsgeist heraus. Er ist es, der letztlich übrig bleibt, wenn man das Unternehmertum all jener Identifikationen entkleidet, die es im Laufe der kurzen Geschichte seines Erscheinens angenommen hatte. Offenkundig gibt es Nähe zur Politik, zur Kunst und zur Religion. Worin genau die Unterschiede liegen, wäre herauszuarbeiten. Besonders auffällig mag die Nähe zur Philosophie erscheinen. Kenner der Materie werden sich an Archetypen aus Traditionen der Philosophiegeschichte erinnert sehen und dies darauf zurückführen, dass diese Rekonstruktion des Idealtypus von einem Philosophen gemacht ist, der sein Wissen, seine Tradition und seine Handschrift hineinschreibt in die Analyse der *essentials* des Unternehmertums. Das ist natürlich in der Tat der Fall, legt sich aber auch nahe und kann eine beträchtliche hermeneutische Effektivität entwickeln, Geschichte, Chancen und Schicksal des Unternehmertums zu erkennen oder zumindest Dimensionen desselben zu eruieren, die, ohne diese Ressource zu investieren und in Anspruch zu nehmen, im Verborgenen blieben.

Das große prometheische Abenteuer des europäischen Unternehmungsgeistes hat verschiedene Ursprünge, im Kriegerischen und in der Politik, in der Dichtung und Religion des Mythos, aber eben auch in der Philosophie, in ihrer Logik, ihrer unnachgiebigen Suche nach den Prinzipien und in ihrer Vernunftprogrammatur. Die Philosophie war in ihren Ursprüngen und frühen Hochzeiten im klassischen Zeitalter der griechischen Polis nicht nur Natur- und Politikwissenschaft, nicht nur Ethik und Logik der Vernunft.

1. These: Die Philosophie ist die angesichts der sonstigen bahnbrechenden Erfindungen und der ökonomischen Prosperität jener Zeiten überraschenderweise – anscheinend – nicht vorhandene Wirtschaftswissenschaft. Es ist kein Zufall, dass die Erfindung der Geldwirtschaft und das Aufblühen der Philosophie historisch in eins fallen. Beide bedingen einander. Kopf und Zahl. „Denn allein der Geist des Marktplatzes und der Metropole ist der *genius loci* einer Philosophie, die an der Zeit ist.“ (J. Hörisch)

2. These: Die Philosophie hat mental die politische und hermeneutische Emanzipation Europas um das fehlende Glied des ökonomischen Unternehmungsgeistes ergänzt. Die Philosophie selber ist in vielerlei Hinsicht der Archetypus des Unternehmertums, ein spekulationsfreudiger Glücksritter und das erste Weltunternehmen. Sie hat nur gedacht. Sie ist Vision. Sie hat aber mit dem, was sie denkend hat entstehen lassen, nachweislich, gehandelt. Sie schöpfte dabei aus autonomen Quellen und machte fremde Ressourcen für ihr Unternehmen urbar.

3. These: Das Unternehmertum moderner Prägung hat alte Wurzeln in den Anfängen Europas und eine lange Vorgeschichte. Viele Voraussetzungen mußten sich in einem langwierigen Entwicklungsprozeß und über viele Umwege erfüllen, bis es sich so hat herausbilden können, wie es dann – nachdem es erstmals in der Renaissance frei hervortrat – seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert geschehen ist. Eine reale Chance, Wesen, Zukunft und Ziel des Unternehmertums zu erkennen und zu prognostizieren, gibt es demnach nur dann, wenn dazu seine ganze Geschichte ins Auge gefaßt wird. Nur so wird sich ein volles Bild ergeben, auch wenn es den größten Teil seiner gesamten Geschichte anscheinend *in nuce*, sozusagen verpuppt, in anderem oder gar fremdem Gewande verbracht hat. Ein, wenn auch zweifellos wichtiger Aspekt wird zum Ganzen verallgemeinert, wenn nur der Teil dieser Geschichte zur Analyse herangezogen wird, der auf offener Bühne stattfand. Die Entwicklung, die das Unternehmertum im Laufe des letzten Jahrhunderts nahm und in denen eine Reihe zuvor ganz selbstverständlicher Vorstellungen über Bord geworfen wurden, lassen vermuten, dass der Unternehmungsgeist auch jetzt noch nicht seine endgültige Gestalt gefunden hat.

Wenn denn das moderne Unternehmertum maßgebliche Impulse aus der Philosophie gewonnen hat oder gar – wie etwa auch die Naturwissenschaft – als eine Art Ausgründung aus ihren Gedanken anzusehen ist, dann hat es sich von dieser Tradition gründlich gelöst und jeden Zusammenhang vergessen. Es steht ihr wenig freundlich und mißtrauisch gegenüber – „brotlose Kunst“ – und hat dabei, so möchte es scheinen, den Unternehmungsgeist mit sich genommen, während sich die Philosophie von ihrer Rolle als *ancilla theologiae* noch immer nicht wirklich erholt hat. Alteingesessene Pfründenwirtschaften vereiteln die Chancen, ein unternehmerisches Selbstverständnis wiederzubeleben und zu entdecken, was die Philosophie auf diese Weise für sich selbst gewönne und was sie für die Erkenntnis und Selbsterkenntnis eines der einflußreichsten Phänomene der gesellschaftlichen und politischen Entwicklung bedeuten und leisten könnte, ja müßte.

Eine Wiederversöhnung täte also beiden Brüdern, so verschieden sie sich auch entwickelt haben, gut und könnte, was in vieler Munde ist, nämlich „Unternehmensphilosophie“, mit Sinn erfüllen bzw. den Sinn und die ökonomische Bedeutung erschließen, die darin liegen.

Von der Sache her ist Unternehmensphilosophie von beidseitigem Interesse. Die Philosophie gewönne inhaltlich und für ihre öffentliche Intervention ein Gedankengut zurück, das die bisherige Traditionspflege sosehr vernachlässigt hat, dass es kein Mensch mehr mit seinem Verständnis von Philosophie in Verbindung bringt. Zudem würde sie für ihr zukünftiges Selbstverständnis etwas hinzugewinnen, was sich der Unternehmungsgeist auf seinen autonomen Wegen erschlossen hat, was ihr selbst auf ihre Weise schwerlich eingefallen wäre. Auf der anderen Seite würde das der Weltwirtschaft und dem Unternehmungsgeist eine bislang verschüttete, aber sogar ziemlich authentische Ressource erschließen. Abgesehen davon, dass er die Chance bekäme, sich aus der allenthalben bemerkbaren kulturellen Defensive herauszuarbeiten, die seinen Handlungs- und Selbstverständigungsspielraum bislang beschränkt, spürbare Substanzverluste zur Folge hat und zu hypertrophen Gegenreaktionen führt.

Die moderne Philosophie hat die wirtschaftlichen Entwicklungen ihrer Zeit teils äußerst kritisch und mit unübertroffener Subtilität in der Analyse begleitet. In den Augen vieler hat sie dabei ihre Unschuld verloren. Das hat sie bei den einen nicht beliebter gemacht, während die Ergebnisse für andere sozusagen die letzte Chance eröffneten, sich überhaupt noch mit der gegenwärtigen Welt ins Verhältnis zu setzen. In der Tat birgt insbesondere das Gedankengut, was nach dem 2. Weltkrieg entstanden ist, beträchtliche Schätze an Wirtschaftserkenntnissen, die in die offiziellen Wertschöpfungskreisläufe noch nicht eingeflossen sind und solange nur in vergleichsweise kleinen Zirkeln von Spezialisten Rendite bringen.

Die klassische Philosophie kann mit den Erkenntnissen der Wirtschafts- und Naturwissenschaften sowie den praktischen unternehmerischen Erfahrungen der Moderne in vielerlei Hinsichten nicht mithalten. Da hat die Neuzeit im Verlaufe ihrer Geschichte ihrem Namen alle Ehre gemacht. Dennoch läßt sich im Lichte der heutigen Erfahrungen sagen, dass die klassische Philosophie Entwicklungen vorausgesehen und angestoßen hat, die seinerzeit schwer begreiflich waren, dies auch noch lange später blieben und erst heute erkennbar werden. Bestimmte klassische philosophische Topoi, die – wie z.B. Anaximanders „Ápeiron“, das „Unbegrenzte“, „Unermeßliche“ – der europäischen Geschichte Rätsel aufgegeben haben, sind überhaupt nur ökonomisch begründete, unternehmerische Spekulationen darauf, dass ihre Zeit kommen wird. Nicht nur die Geistesgeschichte, nicht nur die Theologie-, Natur- und Politikgeschichte verwirklichen das Unternehmen philosophischer Spekulationen, sondern auch die Wirtschaftsgeschichte. So machen auch deren Erfindungen und Entwicklungen verständlich, was Philosophen einst entdeckten, wie umgekehrt deren Gedanken die heutigen Erfahrungen besser und vielleicht sogar überhaupt erst verstehen lassen. Darüber hinaus haben die alten

philosophischen Spekulationen kaum an prognostischer Kraft eingebüßt. Sie weisen noch immer über den gegenwärtig erreichten Status hinaus und möglicherweise Wege in die Zukunft.

Bisherige Recherchen lassen bereits erkennen, dass sich im *brainpool* der frühen ökonomischen Philosophie Material findet, das für die Weiterentwicklung der weltökonomischen *corporate community* – früher hätte man gesagt: für den Weltfrieden – erhebliche Bedeutung gewinnen könnte. Das Nämliche gilt für die Beantwortung einer der brennendsten unternehmerischen Fragen: Welches Ziel könnte Weltwirtschaft nach ihrer Entfesselung aus dirigistischen Banden anstreben? Was ist ihre Politik und ihr authentisches Ethos?

Wie bislang abzusehen ist, sind es vor allem drei Komponenten, die den ökonomischen Ansatz der klassischen Philosophie für die Zukunft fruchtbar machen könnten:

1. Zum ersten hatte die Philosophie am Beginn der europäischen Geschichte – schon von der präpolitischen Vorgeschichte her, aber auch systematisch – von vornherein einen weltökonomischen Ansatz. Anders die moderne Ökonomie. Sie kann bis heute ihren nationalökonomischen Ursprung nicht verleugnen. Sie hat unter dieser Voraussetzung zwar – vorangetrieben von den Wirtschaftspraktikern – um die Autonomie des ökonomischen Systems (N. Luhmann) gekämpft und der Ökonomie eine nie gekannte eigene Sprache verschafft. Dies forderte aber, wie es bis jetzt aussieht, seinen Preis. Er besteht in einer eigentümlichen Internität und Verslossenheit der ökonomischen Selbstverständigung. Inzwischen erheben sich innerhalb der Wirtschaftswissenschaften kritische Stimmen, die gelegentlich sogar von einem ökonomischen Autismus sprechen (u.a. H.C. Binswanger). Wenn dies zutrifft, dann wiederholt die autonome Ökonomie in gewisser Weise selbst eben das, wogegen sie sich dadurch schützen wollte. Und dann können auch die weltumfassende Ausdehnung des ökonomischen Systems und die supranationale Organisation dieser Globalisierung die ökonomische Begriffsbildung kaum davor bewahren, sich in einer immanenten Weltlosigkeit latent selbst zu negieren. Das beschwört einerseits Gegenwehr durch Globalisierungsgegner herauf. Und andererseits führt das zu einer untergründigen Wiederverschmelzung mit einer sich global verstehenden Nationalpolitik. – Eine authentische weltökonomische Sprache wäre reine Zukunftsmusik, wenn nicht alles einmal bereits damit seinen Anfang genommen hätte. Schon Heraklit bringt einen Tauschverkehr weltökonomischer Zirkulation zur Sprache: „Wechselweiser Umtausch: von allem gegen das Feuer und des Feuers gegen das All, so wie der Waren gegen Gold und des Goldes gegen Waren.“ Was bei Heraklit noch dunkel und ziemlich unergründlich anmutet, findet sich in Platons Kosmologie erstaunlich systematisch erschlossen – als Handelslogik der Welterwirtschaftung. Und bei Aristoteles gewinnt man eine Idee davon, worauf es in der konkreten Praxis ankommen könnte.

2. Untrennbar mit der Idee von Philosophie verbunden ist der Kampf gegen Korruption aller Art. Dieses Motiv ist fast ein Synonym für Philosophie überhaupt und bestimmt mehr als alles andere die Formierungen ihrer Erkenntnisstrebens und ihre Methodenentwicklung. Nichts hat die Philosophie radikaler verfolgt. Aus der philosophischen Differenz zwischen „Erkenntnis und Interesse“ (J. Habermas), die schon Sokrates umgetrieben hat, abzuleiten, dass nichts der Philosophie ferner liegen könnte als ökonomische Kalküle, heißt im Umkehrschluß, Ökonomie mit Korruption gleichzusetzen. Normalerweise wird übersehen, dass die archetypischen Unterscheidungen zwischen Schein und Wahrheit oder Meinen und Wissen nicht nur wissenschaftliche, ethische und politische Bedeutung haben, sondern mehr als alles andere eine ökonomische. Betrug, Täuschung, Selbsttäuschung, Irrtum und Verblendung sind ein Verlustgeschäft. Sie generieren u. U. unbezahlbare Kosten und kaum wieder gut zu machende Schäden. Und deswegen sind derartige Korruptionen des Begehrens, der Erkenntnis, des Wissens und der Praxis unter allen Umständen aufzuspüren und mit allen Mitteln zu bekämpfen. Ob Anaximander mit seiner Spekulation auf das „Ápeiron“, ob Heraklit – „Möge euch nie der Reichtum ausgehen, Ephesier, damit eure Armseligkeit an den Tag komme“ – oder Parmenides‘ Beschwörung: „Das Ist ist und das Nicht-Ist ist nicht“, ob Aristoteles‘ Methodologie der Effektivitätssicherung und der Kalkulation des Unkalkulierbaren: Es ging in verschiedenen Formen immer um das Gleiche. Es galt zu verhindern, dass womöglich übersehene Kosten die Gewinne aufzehren und schließlich aller Einsatz umsonst war. Es galt, die Ökonomie des Gewinns davor zu bewahren, in die geschlossenen Kreisläufe der Subsistenzwirtschaft zurück- und deren struktureller materieller wie ideeller Verarmungstendenz anheimzufallen. Aristoteles scheint zur Sicherung des Gewinns – auch das wäre näher zu überprüfen – eine nicht nur quantifizierende, sondern qualitative Ökonomie konzipiert zu haben. Das könnte ein Ansatzpunkt sein, die für viele angesichts der invasiven Folgen der ökonomischen Globalisierung immer drängendere Frage nach dem Sinn des entfesselten Gewinnstrebens und Unternehmungsgeistes auch ökonomisch vermittelbar zu machen. Denn der bloße Kampf ums Überleben rechtfertigt, was da geschieht, schon lange nicht mehr und wurde von dem Begründer der modernen Ökonomie, Adam Smith, auch zu Recht von vornherein nicht als ihr maßgeblicher Zweck in Anschlag gebracht.

3. Im Zentrum steht zum Dritten das, was man aus heutiger Sicht den Unternehmungsgeist nennen kann, selbst. Der ökonomische Horizont, in dem sich die Philosophie bewegt, ist maßgeblich gekennzeichnet durch das Ansinnen, den Überlebenskampf und die Grenzen der Reproduktions- und Subsistenzwirtschaft nicht nur dann und wann, sondern prinzipiell zu überwinden. Das philosophische Freiheitsdenken der Anfangszeit hatte immer diese ökonomische Dimension der Grenzüberschreitung. Deshalb mußte für die Philosophie

zum einen die Erschließung gewissermaßen übernatürlicher Ressourcen in den Blickpunkt rücken. Und zum anderen die prinzipiellen Chancen, die Existenz in der Spekulation aufs Glück zu gründen. Thales von Milet, laut Aristoteles der erste Philosoph der Weltgeschichte und unter anderem offenbar ein begnadeter Geschäftsmann, hatte seiner Heimatstadt den Boden unter den Füßen weggezogen, indem er sie aufs Wasser schickte und dem Welthandel aussetzte. Danach war Heraklit der erste, der es wagte, ganz auf die Produktivität des *soft skills* par excellence, nämlich des Denkens, zu setzen. Er empfahl, sich „dem Logos anzuvertrauen“, und damit meinte er nicht nur, dass es von Vorteil wäre, logisch zu denken. Denken, wie er es begründete, verstand sich nicht epimetheisch, als Reflexion über eine vorhandene Realität, sondern spekulativ als Ressource und Produktionskraft von Wirklichkeit, die aus ihm überhaupt erst konstruktiv entsteht. Freies Denken dieser Art kann sich nur durch seinen Erfolg, durch die Gewinne, die es bringt, bewähren. Hier manifestiert sich die Erfindung des Unternehmungsgeistes. An diesem Projekt haben alle Nachfolger weiter gearbeitet, seine Chancen und Gefahren spezifiziert und seine Praxis diversifiziert. Bei Platon etwa findet er sich wieder im Gedanken der Selbstanfänglichkeit. Die Selbstbewegung der Seele, für ihn Inbegriff der menschlichen Potenz, bricht die Macht der Notwendigkeit und der Ohnmacht gegenüber dem Mangel. Aber auch schon Heraklit hatte in der Seele die ursprüngliche Wirtschaftskraft und die unerschöpfliche Ressource unternehmungslustiger Grenzüberschreitung gesehen: „Der Seele ist der Logos eigen, der sich selbst mehrt.“ Auch die Erotologie, für die Platon berühmt – oder auch berüchtigt – ist, hat Dimensionen, die über das private Glück entschieden hinausweisen und einen Welteros insinuieren, dessen vorzügliches Bedürfnis erst in der Verwandlung der Armut in einen geradezu mystischen Reichtum befriedigt wird, dem auch heute noch kaum begrifflich beizukommen ist, der daher hilfswiese vom *mainstream* der Interpretationen systematisch verarmt wird, um ihn faßbar zu machen.

In der augenblicklichen Lage wäre der wichtigste Schritt, diese archetypischen Topoi der Philosophie unternehmerisch zu rekonstruieren. Dieser kurze Überblick will und kann nur einen ersten, vorläufigen Eindruck von den mikro- bis makroökonomischen und kosmopolitischen Horizonten der Fragestellungen vermitteln, nicht aber von den ebenfalls wichtigen methodischen, den taktischen und strategischen Optionen, die man von Philosophen vielleicht besonders erwartet und erwarten kann. Was sich aus den Themen und der Art, in der sie ihre Entdecker gesehen und dargestellt haben, für die Gegenwart und Zukunft herauschlagen läßt, hängt natürlich auch davon ab, wie gut es Philosophie und Unternehmerschaft gelingt, sich auf einen Dialog einzulassen und ohne Tabus auszutragen, was Ökonomie ist und der Unternehmungsgeist im Schilde führt.