

Rechnende Philosophen

In einer globalisierten Welt ist nicht mehr nur BWL-Wissen gefragt. Ein Plädoyer für mehr Geisteswissenschaftler in Unternehmen **VON BURKHARD SCHWENKER**

Globalisierung, sich rasant entwickelnde neue Technologien sowie die sich verschiebenden Gewichte in der Weltwirtschaft – diese Entwicklungen bieten Unternehmen fast unbegrenzte neue Möglichkeiten. Mit zunehmender Komplexität und Dynamik des Umfelds steigen gleichzeitig aber auch die Anforderungen an das Management der Firmen. Nie zuvor war der Druck, sich flexibel ständig neuen Marktbedingungen anzupassen, höher als heute. Daher brauchen Unternehmen eine neue Generation von Managern. Doch woher sollen sie kommen?

Das Jahr der Geisteswissenschaften 2007 hat Disziplinen ins Rampenlicht gerückt, die bisher nicht gerade als karriererelevant galten. Geisteswissenschaftler, so lautete in diesem Jahr der allgemeine Tenor, bringen spezielle Fähigkeiten mit, die unabhängig von den Produkten und dem Markt jede Firma bereichern.

Gerade die vermeintliche Praxisferne der Geisteswissenschaftler ist von Vorteil in einer Welt, in der Fachwissen oft schon nach wenigen Jahren veraltet. Bei der Orientierung in fremden und komplexen Themengebieten helfen analytisches Denken und die Fähigkeit zu Reflexion und Kommunikation oft mehr als Spezialwissen. Wer könnte sich etwa rationaler als ein Philosoph in Bereichen orientieren, in denen Natur- und Wirtschaftswissenschaften an ihre Grenzen stoßen, da dort empirisch fundierte Regeln fehlen?

Besonders in einem internationalen Arbeitsumfeld werden zudem Soft Skills wie Menschenkenntnis und interkulturelle Kommunikationsfähigkeit zu Schlüsselqualifikationen: Immer häufiger besetzen daher Geisteswissenschaftler Schnittstellen zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Auch das Bewusstsein für Werte ist in Firmen heute selbstverständlich: Und häufig sind es Geisteswissenschaftler, die hier über Verantwortungsbewusstsein und nach-

haltiges unternehmerisches Handeln nachdenken. Denn mit der Globalisierung sind die Handlungsketten fast unübersehbar geworden. Unternehmerische Entscheidungen wirken sich oft weit entfernt von ihren Verursachern aus – auch in Ländern mit niedrigeren Standards bei Arbeitssicherheit oder Umweltschutz.

Es scheint fast, als seien Geisteswissenschaftler die besseren Manager. Und einige prominente Beispiele belegen das. Allianz-Chef Michael Diekmann, der Vorstandschef der Axel Springer AG, Mathias Döpfner, oder der Verleger Hubert Burda. Dennoch liegt der Anteil von Geisteswissenschaftlern unter den akademischen Mit-

Sie bringen spezielle Fähigkeiten mit, die jede Firma bereichern

arbeitern eines Unternehmens im Schnitt bei nur etwa 20 Prozent, rar sind sie im Management. Haben also die Unternehmen die Realität nicht erkannt, oder muss sich bei den Geisteswissenschaften etwas ändern?

An beidem ist etwas dran: Zunächst einmal interessieren sich von vornherein nur wenige Geisteswissenschaftler überhaupt für eine Laufbahn in der Wirtschaft. Die große Mehrheit der Studenten strebt eine selbstständige oder freiberufliche Tätigkeit an, oder sie wollen für staatliche Forschungseinrichtungen oder Behörden arbeiten. Entsprechend selten bieten geisteswissenschaftliche Fakultäten ihren Studenten einen konkreten Wirtschaftsbezug an, etwa in Form eines „Studium fundamentale“ in Volks- und Betriebswirtschaftslehre.

Da ein geisteswissenschaftliches Studium in der Regel interdisziplinär angelegt ist, können sich Geisteswissenschaftler aber im Nebenfach wirtschaftliche Grundkenntnisse aneignen. So studierte Evo-

nik-Chef Werner Müller neben Philosophie und Linguistik noch Wirtschaftswissenschaften. Auch MBA-Programme bieten Vertiefungsmöglichkeiten.

Übrigens sollten vice versa Studenten der Betriebswirtschaft versuchen, ihren Horizont durch Veranstaltungen anderer Fakultäten zu erweitern. Viele neue Studiengänge bieten interessante Kombinationen an. Der Schlüsselbegriff lautet stets: Multidisziplinarität. Die Zeiten der Management-Monokultur, in denen der Weg in die Führungsetagen fast ausschließlich über das Studium der Betriebswirtschaft führte, sind passé.

Last but not least stehen die Unternehmen selbst in der Pflicht, den Spitzennachwuchs aus verschiedenen Fachrichtungen nicht nur anzuwerben, sondern auch dauernd im Job weiterzubilden. Roland Berger zum Beispiel erhöht den Anteil von Geisteswissenschaftlern schrittweise und bietet ihnen BWL-Seminare nach individuellem Bedarf.

Denn der Mix macht's: Teams, die Beraterinnen und Berater verschiedener Altersstufen, Nationalität und Qualifikation vereinen, zählen erfahrungsgemäß zu den erfolgreichsten. Mein persönlicher Rat an junge Menschen lautet daher, zu studieren, was ihnen Spaß macht. Wer Spaß an seinem Studium hat, bringt beste Chancen auf einen exzellenten Abschluss mit. Und exzellente Leute finden später immer ihre Aufgabe.

Sind Geisteswissenschaftler aber nun die besseren Manager? Professor Hartmut Kliemt, Philosoph und Wirtschaftswissenschaftler an der Frankfurt School of Finance & Management, sagte dazu: „Philosophen sind gewiss nicht die besseren Manager, aber eine angemessene Dosis des richtigen philosophischen Trainings macht Manager wahrscheinlich zu besseren Managern.“

BURKHARD SCHWENKER ist Vorstandsvorsitzender der Unternehmensberatung Roland Berger.