Universität St.Gallen

Tagung BUSINESS FIKTIONEN

Literaten und Manager zwischen Bild- und Leibhaftigkeit: Steigern «Authentizität» oder «Transparenz» den Fiktionalitätsgehalt?

31. Oktober 2014

Prof. Yvette Sánchez

Stephan Balkenhol, Hand auf der Hüfte, Hände verschränkt – herunterhängend – in den Hosentaschen, 1992-1993 (UBS Art Collection)

AGENDA

- Manager-Image
- Inszenierung Howard Schultz
- Authentizität und Transparenz
- Die Wahrheit der Illusion: Wer lügt mehr, Manager oder Literaten?
- Aufhebung der Dichotomie Lebenswelt/Fiktion
- Zwei Beispiele aus der hispanischen Literatur – Bezug zu Transparenz und Authentizität
- Narrative Turn im Unternehmen

Ramponiertes Image des Berufsstandes in der Öffentlichkeit und in den Medien I

Manager in der Schweiz mit massivem Reputationsverlust, Anrüchigkeit, Projektionen von Fehlentwicklungen auf CEOs.

Der Realität entkoppelte Elite, die sich unersetzbar glaubt, sich über ethische Ideale hinwegsetzt, verantwortungslos, unfähig, unethisch, gefühllos, abgehoben, masslos, gierig.

Exzessive Löhne – Einkommensschere (Schweizer 1:12 Initiative).

Rekordrendite und Entlassungsprogramme (soziale Kälte).

Konsumforschung 2007 (vor der Krise!): «Vertrauensindex» Skala von 1,0 bis 4,0:

Ärzte (3,2), Lehrer (3,1), Polizei und Militär (jeweils 2,9), Kirchenvertreter (2,7), Rechtsanwälte (2,4) und Journalisten (2,2), **Topmanager 2,1**, Politiker 1,7
(Quelle Marktforschungsinstitut GFK DE)

Ramponiertes Image des Managers in Öffentlichkeit und Medien – kulturelle Unterschiede

Das eben gezeichnete Manager-Bild stimmt mit demjenigen anderer Regionen der Welt nicht überein.

In Kolumbien beispielsweise ist die Machtdistanz (Hofstede) grösser, markante Hierarchien, mehr Vertrauen in und Loyalität zu Leader-Figuren.

Stephan Balkenhol, bei UBS, Wolfsberg

Aktionärsversammlung als Spektakel mit Bühnenbild

Lichtgestaltung, räumliche Anordnung, Rednerpult, Blumen, Requisiten, Kleidung, Stimme, Gestik, alles nährt Illusion und Spektakel (Guy Debord).

Professionelle Theaterleute kümmern sich in der Regel darum, die Plattform für die Führungskräfte zu gestalten. Die Raffinesse der Bühnengestaltung steht dem Theater in nichts nach.

Die Vorbereitung:

Der Auftritt:

Ikonographische Inszenierung: Howard Schultz

Nimbus

Howard Schultz goes mainstream: Überzeugungsrhetorik

trust benevolence

authenticity respect

emotions pride

heart confidence

commitment innovation

truthfulness intuition

values

integrity

transparency

vulnerability humility

“We Had to Own the Mistakes”. An Interview with Howard Schultz by Adi Ignatius. *Harvard Business Review*, July 2010.

Wordcount – Entlarvung von Schultz und seinem Begriffsmainstream

Starbucks-CEO Howard Schulz konstruiert sein idealisiertes Bild auch mit rhetorischen Mitteln (neben dem Vokabular, z.B. die Verwendung der Personalpronomen).

Wie (Vivian) Guo. 2011. «The Power of Plain Language: Executives' Rhetoric in Conference Presentations, Persuasion, and Stock Market Reaction». University of Maryland.

Untersuchung der strategischen Begriffsverwendung von Führungskräften. Transkription von gut 1000 Vorträgen aus 166 Organisationen zwischen 2003 und 2010.

Die am häufigsten verwendeten Begriffe: *transparency, authenticity, competence* (Guo 2011: 4). Von ihrem Publikum als «authentisch» wurden diejenigen Führungskräfte wahrgenommen, die in ihren Reden «inner emotions» und «personal concerns» zeigten (Guo 2011: 16). (Vgl. Reaktionen kolumbianischer und HSG-Studierender auf das Interview)

Der Authentizitätsbegriff

Authentisch (< griechisch ‘echt’, spätlateinisch ‘verbürgt, zuverlässig’) vs. Fälschung, Täuschung. Wichtiger Begriff seit der Romantik (Ende 18. Jh.). Übereinstimmung von Sein vs. Schein.

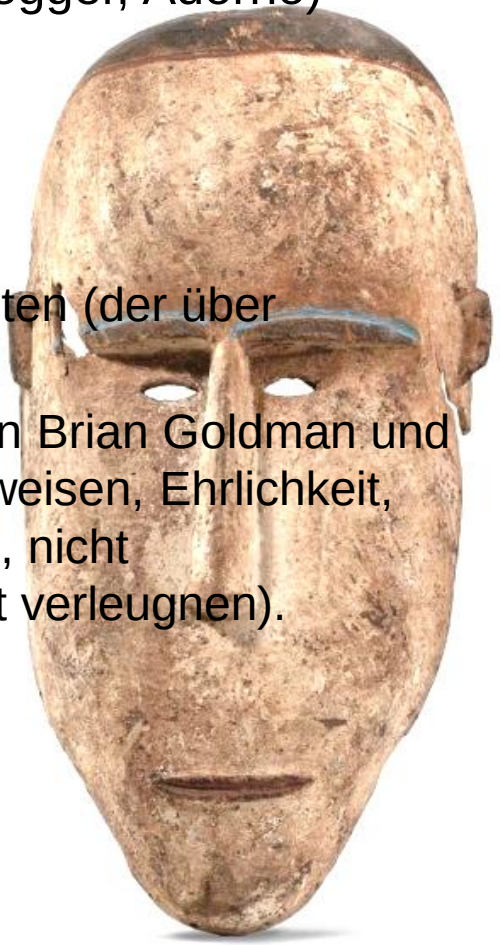
Eigentlichkeit/Uneigentlichkeit als Gegensatzpaar (Heidegger, Adorno)

Inszenierung als Gegensatz.

Fremdbild und Selbstbild:

Authentizitätsignale vs. Unglaubwürdigkeit für den Rezipienten (der über Wahrnehmung und Vertrauen reagiert).

Selbst erlebt wird Authentizität (nach den Sozialpsychologen Brian Goldman und Michael Kernis) über: Bewusstsein über eigene Verhaltensweisen, Ehrlichkeit, Konsequenz (nach eigenen Werten und Prioritäten handeln, nicht opportunistisch), Aufrichtigkeit (seine negativen Seiten nicht verleugnen).



Kritik am Authentizitätsbegriff

Eine reale, urwüchsige, unverbogene, ungekünstelte Wirkung kann auch durch Inszenierung entstehen.

Komplexitätsreduktion: Authentizität vermittelt uns eine Illusion des Verstehens, der Einfachheit, der Antworten. Wir haben alles verstanden. Es gibt nichts mehr zu ergründen. Ich vermittle die Botschaft meiner Authentizität und Demaskierung, als *moment de la verité*.
(Essentialismus: Die Wahrheit kann nicht in Frage gestellt werden).

Nach Paul Watzlawick, ein Prozess der Konstruktion. Der Kern einer Person (nach Jung) existiert nicht. Es gibt keine Authentizität.

Echtheits- und Wirklichkeitseffekte können trotz Inszeniertheit eines Mediums erzeugt werden, z.B. in Film und Fotografie, deren Konstruiertheit nur beschränkt wahrgenommen wird.

Paul Watzlawick (mit Franz Kreuzer): *Die Unsicherheit unserer Wirklichkeit – Ein Gespräch über den Konstruktivismus.* Piper, München 1988.

Kritik am Authentizitätsbegriff

Demaskierung vs. Konstruktivismus

„Aus dem Gedanken, dass uns das Selbst nicht gegeben ist, kann m.E. nur eine praktische Konsequenz gezogen werden: wir müssen uns wie ein Kunstwerk begründen, herstellen und anordnen.“ (Foucault, Le *sexe comme une morale,* 1984).

(Vgl. Hermann Hesse nannte diese Konstruiertheit im *Steppenwolf* „Aufbaukunst“.)

M. Foucault: *Sex als Moral*. Gespräch mit Hubert Dreyfus und Paul Rabinow, in: *Von der Freundschaft als Lebensweise*. Michel Foucault im Gespräch. Deutsch von Marianne Karbe und Walter Seitter, Merve Verlag, Berlin 1984: 69–84, hier 80f.

Transparenz

- Offene Kommunikation zwischen Akteuren (z.B. in der Politik zwischen Entscheidungsträgern und Bürgern), freie Information und Partizipation. Erlaubt Durchlässigkeit, Durchschaubarkeit, Nachvollziehbarkeit. Stärkung des Vertrauens, Verhinderung von Machtmissbrauch. Freie Willensbildung und damit fundierte Entscheidungsfindung. Informationsfreiheit. Aufrichtigkeit, Ehrlichkeit.
- Zu einem Leitthema der Medienöffentlichkeit avanciert.
- Kollektiver Wunsch nach Aufklärung und offenen, nachvollziehbaren Prozesse.
- Grundüberzeugung, dass Transparenz stets Absolutes sei und ihren Gegenstand vollständig durchdringe. Von *Open Data* zu Orwells *Big Brother* – Transparenz ist meist an eine optisch-visuelle Metaphorik der Sichtbarkeit bzw. Durchsichtigkeit geknüpft.

Kritik am Transparenzbegriff

- Skeptiker und Datenschützer befürchten lückenlose Kontrollen und warnen vor dem ‚gläsernen Bürger‘ (vgl. Metapher der ‘gläsernen Grenze’ – Illusion der Grenzüberwindung).
- Vor allem in der Politik- und der Verhandlungstheorie wird Kritik am Prinzip der Transparenz geäussert. Durch zu viel Transparenz können Nebenwirkungen und Probleme auftreten, die die Regierungstätigkeit und schlussendlich die Regierungsform beeinträchtigen können. Aus einem Mangel an Transparenz können auch Vorteile erwachsen: z.B. Auslagern heikler Diskussionen in intransparente Ausschüsse gewährleistet Freiraum zur Diskussion sowie zu komplexen Verhandlungen und ermöglicht ungefilterteren Austausch zu öffentlich prekären Themen.

Fiktionalität/empirisch überprüfbare Lebenswelt: Positionen aus der Literatur

Die Wirklichkeit wird vom Fiktionalen genährt und konfiguriert, ist Abbild des Erfundenen und Vorgefundenen, wodurch die Grenze fliessend wird. Beunruhigende Mischung aus Wahrheit und Lüge. Wir erfinden Dinge nach dem Muster des kombinierenden, selektiven, analysierenden Erinnerns. Fiktion beansprucht Wahrheit. Nach Baudrillard ist die Simulation gar «wahrer als das Wahre».
Schaffen von autonomen möglichen, simulativen Welten zur Wahrheitsfindung (aus dem Fundus der Einbildungskraft, des Traums, der Erinnerungen). Nach Enrique Vila-Matas liegt die Wahrheit irgendwo zwischen der Realität und der Fiktion.

«Enrique Vila-Matas. Bartleby y compañía». Eds. Thomas Bodenmüller/Thomas M. Scheerer/Axel Schönberger, Romane in Spanien 1975-2000. Band 1. Frankfurt am Main: Valentia, 2004: 315-327.

Mario Vargas Llosa

Der Nobelpreisträger 2010 spricht von der «Wahrheit der Lüge» und von den «Phantomen der Imagination» als Rebellion gegen die Lebenswelt. Friedliche Koexistenz von «literarischen und historischen Wahrheiten» (Vargas Llosa 2001: 37).

«Men do not live by truth alone; they also need lies: those that they invent freely, not those that are imposed on them.» (Vargas Llosa 2001: 39)

Mario Vargas Llosa. 2001. «Cervantes and the Craft of Fiction». *Jacob Burckhardt-Gespräche auf Caselen*. Basel: Schwabe & Co.

Lüge, List, Täuschung, Tücke, Hinterlist

Mimikri (Täuschungsstrategien auch in der Natur); Verstellung, Simulation (spiegelt, gibt etwas vor) vs. Dissimulation (verbirgt). Beide korrelieren und gehören zur Verstellung.

«Praktizierte Falschheit», Nachahmen, «die Schöpfung lügt; wohin man blickt, ist Täuschung». (Peter von Matt 2006: 21)

Überleitung: «Kuppeldienste werden nur geleistet im Gefolge einer Verlockung, einer Bestechung, einer Falle, einer List.» (von Matt 2006: 19).

Peter von Matt. 2006. *Die Intrige, Theorie und Praxis der Hinterlist*. München: Carl Hanser Verlag.

Management-Lektüre eines spanischen Klassikers, *La Celestina* (1500)

Bordellbetrieb und Kuppelei bestens organisiert. Freies Unternehmertum. Netzwerk, gute Öffentlichkeitsarbeit, Vermarktung, Charisma, Berühmtheit, Kunst der Beredsamkeit, Rhetorik – verführt mit Worten, Verhandlungsgeschick, Überzeugungstalent, Schlauheit. Geschickter Einsatz ihres Alters. Profitoptimierung. Gewinnmaximierung, Ertragsdenken. Kennt Gesetz Angebot/Nachfrage, scheut hohes Risiko nicht. Geschäftsinstinkt. Führt Kundenregister (Datenbank Jungfrauen). Spitze auf ihrem Gebiet, Engagement, hohes Berufsethos. Dienstleistungsorientierung, Klumpenrisiko Klerus. Moralische Note zum Schluss: Gier, Geiz, Machtkalkül, berechnender Opportunismus führen zum Desaster.

Konstruiertheit dieses Ausgangs wird bis zur Künstlichkeit gesteigert, weil der Autor, der konvertierte Fernando de Rojas, unter Druck steht (Inquisition, Zensur). Gesamtgesellschaftlicher Kontext von grosser Wichtigkeit für die Kernaussagen.

Business *als/in* der Literatur

Darstellung wirtschaftlicher Themen und Zusammenhänge in literarischen Texten (Prosa, Theater) und Film – mit Hochkonjunktur jeweils während und nach Wirtschaftskrisen.

Die deklariert fiktionale Literatur interessiert sich selten für erfolgreiche Macher.

BWL-Soll-Welten mit präskriptiven Modellen. Auch mediale Welten sind meist mächtiger als die Wirklichkeit. Mit literarischen Texten soziale Prozesse umfassender analysieren.

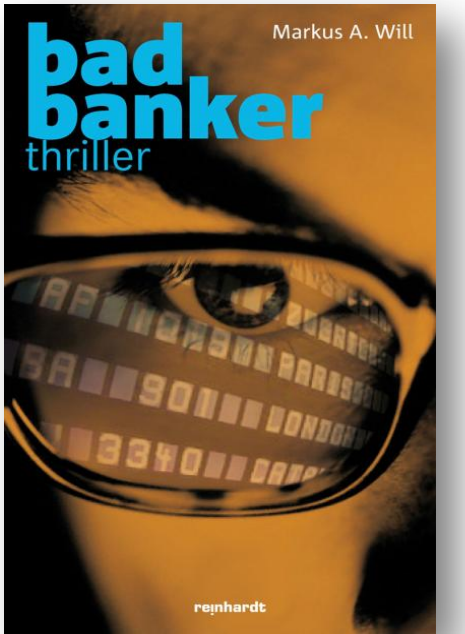
Fiktive, imaginative und virtuelle Aspekte der Business-Welt, der Finanzwirtschaft, des Geldes.

Funktionen literarischer Fiktion I

- Vermittelt Lebensnähe, Lebenswissen, Blick hinter die Kulissen, hinter die Fassade von Managementinszenierungen: demaskiert, entmythisiert
- Bildhafte, subjektive Anschauung, Beeinflussung der öffentlichen Wahrnehmung von Wirklichkeit
- Stetes Pendeln zwischen Abbild und Konstruktion der Wirklichkeit
- Verdichtete, gesteigerte Wirklichkeit, vertiefte, teils zugespitzte Erkenntnis
- Übertreibung, Ironie, Satire, Mehrdeutigkeit, Paradoxien, Groteske, Absurditäten
- Sprachrohr, hypersensibler Seismograph gesellschaftlicher Befindlichkeit (sozialwissenschaftlicher Indikator)
- Verfremdung, um anderes Verständnis zu schaffen

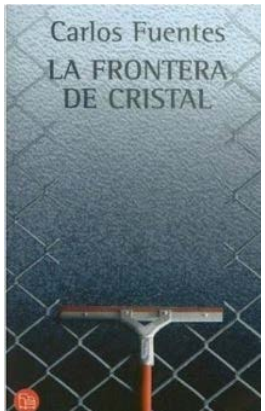
Funktionen literarischer Fiktion II

- Ventilfunktion für Leser
- Der Gesellschaft einen Spiegel vorhalten, kritisch dokumentieren, illustrieren und verdeutlichen
- Aufklären, jedoch keine rein didaktische Lückenbüsserrolle (Vgl. Business-Romane als Gattungshybrid und Storytelling: Management-Fibeln in literarischer Hülle)
- Grenzsituationen, Geheimes, vertiefte Erkenntnis und verkörpert Wahrheit
- Einfluss auf Wirklichkeitsbild
- Erfundene, imaginierte Modelle von möglichen Verhaltensweisen
- Ist Literatur als intimistische Case Study zu lesen?



Carlos Fuentes, *Gläserne Grenze*

Ein Unterfangen, das auf den ersten Blick absurd erscheint, ist wahrscheinlich. Carlos Fuentes bewegt sich immer sehr nah am Dokumentarischen und streut essayistische Passagen in seine Romane und Erzählungen ein. Leibhaftigkeit. Seine Erzählung gewährt Einblicke in das Private. Die Bildhaftigkeit der Titelmetapher hinterlässt bleibenden Eindruck (*picture superiority effect*). Intensive Auseinandersetzung mit Durchsichtigkeit.



Linguistic und *Narrative Turn* in den Sozialwissenschaften – Business *als* Literatur

- *Linguistic turn*: Konstruktivismus (Repräsentation von empirischer Realität als Konstrukt). Es gibt nichts ausserhalb des Texts.

- *Narrative turn*: Ein weniger absolutes Modell des sprachlichen Einflusses auf Wissen und Wirklichkeit. Formale und thematische Inszenierung von komplexen Angelegenheiten, von sozialen Prozessen, Lebensformen; das eine Firma umgebende Storytelling kann ihren Börsengang beeinflussen; ein guter Geschäftsführer beherrscht die Kunst des Erzählens.
- Frage: Trifft ein belesener Manager bessere Entscheidungen?
- (Vgl. Werden Fussballer durch fiktive Videospiele zu besseren Strategen auf dem Feld? Klaus Theweleit)

Narrativ und Storytelling I

Storytelling als Prozess der Reinterpretation von Erfahrungen in einer dialogischen Beziehung zu kulturellen Modellen und narrativer Sinnstiftung. Storytelling impliziert kritische Reflexion, macht Sachverhalte verständlicher, bleibt besser im Gedächtnis haften.

Funktionen im Unternehmen: Lebenserfahrung, Wissen, Sachinformationen, Normen und Werte werden vermittelt, Problemlösungen aufgezeigt, Denkprozesse eingeleitet, Rollenerwartungen definiert, Verhaltensänderung angeregt, Repertoire an Verhaltensweisen erweitert, Anschauungs-vermögen gefördert, zum Handeln motiviert, Hoffnung gestiftet, Unterhaltung. Analyse von Verhaltensmustern in Unternehmen durch Storytelling.

Narrative und Storytelling II

Das Narrative suggeriert eine offene, tentative Diskursform mit einer klaren Autorrolle. Plot, Sprache, Events, Handlungen, Kontext, Setting, Interpretationen und Rechtfertigungen sind von Belang, auch in der empirischen Sozialforschung (vgl. Diskursanalyse).
Hayden Whites These, wonach die Geschichtstschreibung eine narrative Form sei, deren Ansprüche an die innere Kohäsion genauso deutlich seien wie der Anspruch auf einen Bezug zu historischen Fakten, ist (in den 80ern und 90ern) auf andere Disziplinen ausgeweitet worden: Soziologie (Richard Harvey Brown, Laurel Richardson), Politikwissenschaften (Walter R. Fisher), Psychologie (Ronald Polkinghorne) und Ökonomie (Deirdre McCloskey).

Leibhaftigkeit – Bildhaftigkeit

Besitzen eines Körpers, das Sein im Körper (dinglich vorhanden, körperlich gegeben) Bsp. *Sie stand leibhaftig* (nicht nur in der Vorstellung) *vor mir*.

Jaspers (1911, *Zur Analyse der Trugwahrnehmungen, Leibhaftigkeit und Realitätsurteil*) unterscheidet sinnliche Wahrnehmungen (Leibhaftigkeit) von Vorstellungen (Bildhaftigkeit).

Leibhaftiger Lebensvollzug Christi – Inkarnation und Wahrhaftigkeit

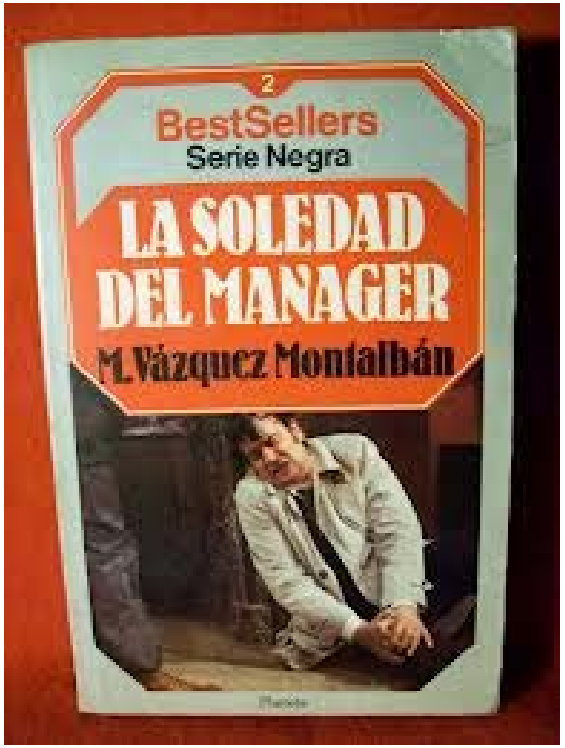
Bildhaftigkeit: Ausdruck und Inhalt ikonischer Zeichen. Ikonizität wird oftmals mit Abbildungsverhältnis sprachlicher Ausdrücke übersetzt. Bsp. *Unter das Messer kommen, grünes Licht geben*. Bildhafte Beschreibung eines Sachverhaltes. Ikonische Idiome, Metaphern. Plastizität, Anschaulichkeit.

Zur Leibhaftigkeit: Merleau Ponty, La chair

In *Das Sichtbare und das Unsichtbare* spricht Maurice Merleau-Ponty nicht vom Leib, sondern vom „Fleisch“, und geht dabei von einem Chiasmus (Verflechtung) von Leib und Welt *im* Fleisch (*chair*) aus:

Dieses ist weder mit dem Leib, noch mit blosser Materialität zu verwechseln. „Es ist vielmehr gelebte, gespürte, phänomenal erfahrene Materialität.“ Leib (als Teil der sichtbaren Welt) und Welt (immer schon durch den Leib erfahren) treffen sich. Vgl. Merleau-Pontys Beispiel der linken Hand, die die rechte berührt. „Im Moment des Berührens ist das Spüren der Hand ein *Innen* und *Aussen* zugleich – sie offenbart sich als gleichzeitig der Welt zugehörig (da von *aussen* berührbar und sichtbar) sowie von *innen* spürbar.“

Le Visible et l’invisible, suivi de notes de travail Claude Lefort (Hrsg.). Paris: Gallimard, 1964.



Herzlichen Dank!

Yvette.Sanchez@unisg.ch

Nach Karl Jaspers gehört das Körperschema zum daseinsphilosophisch interpretierten Leibbewusstsein. Das Körperschema ist mit der Anschauung des Raumbildes, das wir von uns haben, zu beschreiben. Jaspers unterscheidet sinnliche Wahrnehmungen von Vorstellungen
a) durch die Bildhaftigkeit der Vorstellung gegenüber der Leibhaftigkeit der Wahrnehmung
b) durch die Erscheinung der Vorstellung im inneren Vorstellungsraum gegenüber der Wahrnehmung im äußeren objektiven Raum
c) durch die unbestimmte und unvollständige Zeichnung der Vorstellung gegenüber der bestimmten und vollständigen Zeichnung der Wahrnehmung in allen Details
d) durch die manchmal nicht adäquate Repräsentanz von Vorstellungen gegenüber der sinnlichen Frische von Wahrnehmungen
e) durch die Unbeständigkeit zerflatternder und zerfliessender Vorstellungen gegenüber der Konstanz und Reproduzierbarkeit von Wahrnehmungen
f) durch die Aktivität von Vorstellungen gegenüber der teilweisen Passivität von Wahrnehmungen. Spontaneität der Vorstellungen durch aktive Willensentscheidung und Gefühlsregung, vgl. Subjekt-Objekt-Spaltung

Zur Analyse der Trugwahrnehmungen (Leibhaftigkeit und Realitätsurteil).

Von

Karl Jaspers (Heidelberg).

(Eingegangen am 3. Juli 1911.)

Inhaltsübersicht.

Literarische Einleitung: Kandinsky, Störring, Goldstein S. 461.
I. Vorläufige Analyse und Gliederung der Fragestellung.
A. Analyse der Wahrnehmung S. 464.
B. Die im Anschluß an Wahrnehmungen auftretenden Urteilsvorgänge S. 470.
II. Spezielle Untersuchung.
A. Der Objektivitätscharakter (Leibhaftigkeit) S. 473.
a) Dreifacher Sinn des Unterschieds zwischen Wahrnehmung und Vorstellung S. 474.
b) Zwei durch Übergänge verbundene Unterschiede S. 475.
c) Die Frage des übergangslosen Gegensatzes zwischen Leibhaftigkeit und Bildhaftigkeit wird untersucht:
1. an Empfindungselementen S. 476.
2. an der räumlichen Anschauung:
für den Gesichtssinn S. 479.
für den Gehörsinn S. 484.
für den Tastsinn S. 486.
3. an den Akten S. 487.
d) Die Genese der Leibhaftigkeit S. 489.
B. Die Urteilsvorgänge S. 490.
a) Aufstellung der Gesichtspunkte für die Analyse S. 490.
1. Die verschiedene Differenziertheit des Realitätsurteils (Wirklichkeitsbewußtsein, unvermitteltes und vermitteltes Re-

Management & Fiktion: zwei Stränge

Fiktive, imaginative und virtuelle Aspekte der Business-Welt, der Finanzwirtschaft, des Geldes.

Urs Widmer, *Das Ende vom Geld (*2013)
(Schweizer Uraufführung am Theater St.Gallen)

Darstellung wirtschaftlicher Themen und Zusammen-hänge in literarischen Texten (Prosa, Theater) und Film

Mehrwert der Belletristik für die Sozialwissenschaften

Theatermann Joseph Wood Krutch (1893-1970): «What Shakespeare has to say about human nature and human conduct is likely to be as true as, and rather more important than what the summarizer of ten thousand questionnaires can tell us.

Günter Müller-Stewens: In der BWL wird häufig von Soll-Welten/präskriptiven Modellen ausgegangen, auch mediale Welten sind meist mächtiger als die Wirklichkeit. Wir möchten Realitäten und soziale Prozesse umfassender verstehen und interpretieren über den Zugang zur Literatur.

Hochkonjunktur literarischer Texte nach der Krise

Zum Beispiel Theaterstücke auf Schweizer Bühnen:

Theater St.Gallen:

Elfride Jelinek, *Die Kontrakte des Kaufmanns* (2009)

Urs Widmer, *Das Ende vom Geld* (2012)

Inszenierung von Arthur Millers *Tod eines Handlungsreisenden* (April 2013)

Theater Basel:

Gesine Schmidt, *Expats. Eidgenossen in Shanghai* (2013)

Bereits vor der Krise: Martin Suter, *Business Class*; Urs Widmer, *Top Dogs*; Oliver Stone, *Wall Street* usw.

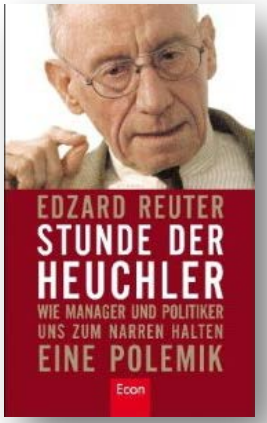
Management: Inszenierung am Rande der Realität? I

Organisation als Theater – The world's a stage: Der Top Manager wirkt als Drehbuchautor seiner Wirklichkeit.

Maske, Distinktionsanspruch (Steven Ballmer, ex CEO Microsoft – Wer kennt ihn nicht, diesen Auftritt?):

http://www.youtube.com/watch?v=wvsboPUjrGc)

Biographien und Fallstudien: semifiktionale Textsorten I



Konstruierte Lebensgeschichte von Managern aus der Erinnerung heraus, meist durch fremde Schreiber (Doppelfilter) verfasst – gleichermassen zusammengesetzt aus Vorgefundenem und Erfundenem. Zweifelhafter Wahrheitsgehalt

Heroisieren und Idealisieren: Blicke auf Erfolgsmuster, auch wenn z.B. beide Daimler-CEOs (Edzard Reuter und Jürgen Schrempp) gestrauchelt sind und Milliardenwerte vernichtet haben.

Die deklariert fiktionale Literatur interessiert sich selten für erfolgreiche Macher.

Metaphern & Pathos

Veranschaulichung, Erklärung, Emotionalisierung

Animalisierung: Der «Steilwand-Schrempp» und brillante, glänzende «Herr der Sterne» wird im afrikanischen Kontext seiner Karriere zum «mächtigen Löwen», «aggressiven Nashorn», «gefährlichen Leoparden», «reizbaren Kaffernbüffel» usw.

Aus dem semantischen Feld des **Krieges/Kampfs**: «Strukturwandel am Rande des Grabes», «Turnierplatz», «Trümmer grosser Reiche», «Schlachten schlagen», «Eroberungsfeldzüge» usw.

Metapherndichte in der Krise

- Intensive sprachliche Verbildlichung der Krise: «platzende Blase», «Flächenbrand», «Kernschmelze», «Flut», «Wasserscheide»
- Je abstrakter und immaterieller die Ursachen und Zusammenhänge des Vorfalls, je virtueller die ökonomischen Prozesse, desto dichter die metaphorische Kodierung
- Sprachbilder als Erklärungsmodelle komplexer Vorgänge konstruieren Realität mit und formen unsere Wahrnehmung: «metaphors do have an effect on people's decision-making processes regarding socioeconomic issues» (Boers 1997)

Metaphern – Zauberlehrling

Warnen vor Kontrollverlust und Selbstüberschätzung

Business als nicht voll beherrschbare Magie:

Zauberlehrling aus Goethes Ballade: «Die ich rief, die Geister, werd' ich nun nicht los.» (der reale Banker Kerviel, Micky Mouse in Walt Disneys *Fantasia,* finale Rettung durch den alten «Zauberer» im Roman von Luis Landero)

Landero: Phlegmatiker Matías unterscheidet nicht immer zw. Fiktion und Wirklichkeit, ein Don Quijote. Endet als Loser ohne Firma und ohne Geliebte. Hexenmeister Castro. Schein statt Sein.

Idealisierung des Managers. Managementlehre wird karikiert. Firmengründung als Zeitvertreib von Bürolisten. Dilettantismus Pachecos:

"Das kann man nachlesen."

Start-up Fehler (z.B. Alter der Entrepreneurs, fehlender Businessplan, etc.)

«In die Ecke, / Besen! Besen! / Seid's gewesen!

Image des Berufsstandes Management in literarischen Texten I

- Menschlich gescheitert
- Egoistisch, geldgierig, skrupellos, zynisch, inkompetent
- Sehen Mitarbeiter als Spielfiguren, instrumentalisieren andere, delegieren schwierige Sachverhalte
- Sind herablassend, machtneurotisch, boshaft
- Statusorientiert
- Stetes Optimieren/Maximieren
- Auftreten als uniformierte Kaste (Symbole, Rituale, Gewohnheiten)
- Sein und Schein: Wirklichkeit wird gar ausgeblendet, Rollenspiel, Manager machen sich und anderen etwas vor

Managementtheorien und – modelle in literarischen und filmischen Texten II

Mehrere Beispiele tauchen in literarischen Werken auf:

Maslow-Pyramide der Bedürfnisse

Systemopfer-Theorie (Finanzkrise, Kerviel)

Hero-Man-Theorie (resp. Loser-Man-Theorie)

Ich-AG

Entrepreneurship-Strategien (Standort, Nachfrage, Alter in Luis Landero)

Netzwerktheorie

Nutzenmaximierung

Ressource-based view

Intrinsische/extrinsische Motivation

Peter-Prinzip (Dilbert) (nach Laurence Peters These «in einer Hierarchie [...] [neigt] jeder Beschäftigte dazu bis zu seiner Stufe der Unfähigkeit aufzusteigen.» (Maximum der Karriereleiter)

Wie machen sich Schriftsteller über Management-Welten kundig? I

Doppelidentitäten:

Michel **Vinaver** (CEO Gilette Italien und Frankreich unter Pseudonym Michel Grinberg, 1953-1979)

Italo **Svevo** (Geschäftsmann, publizierte Artikel über Handel unter Pseudonym Ettore Schmidt)

Hermann **Broch** (zwanzig Jahre Betriebsleiter einer Spinnerei in Österreich)

Henry **Miller** (Manager bei Western Union)

Martin **Suter** (20 Jahre erfolgreicher Schweizer Werber)

Rolf **Dobelli** und Alexander **Schimmelbusch** (Wirtschaftsstudium, Dobelli HSG Alumnus, Schimmelbusch Investmentbanking)

Wie machen sich Schriftsteller über Management-Welten kundig? II

Empirische Befragungen, Interviews, Teilnehmende Beobachtung:

Urs **Widmer** interviewte Managerinnen und Manager in einer Outplacement-Firma (Theaterstück *Top Dogs*)

Kathrin **Röggla** führte Gespräche mit Programmierern, Praktikanten, Consultants und Key Account Managerinnen (Roman *Wir schlafen nicht*)

Luis **Landero Lektüre von Management-Handbüchern**, seine Romanfigur besucht Weiterbildungskurse in Management (Roman *Der Zauberlehrling*)

Management-Sprache in literarischen Fiktionen
(Urs Widmer und Martin Suter)

- Formelhafte Floskeln, BWL-Phrasen, Euphemismen (Verdrängung)
- Verschleiernde Umgangssprache, gespickt mit Anglizismen und Lokalkolorit (Martin Suter): «führungspersönlichkeitsmässig», «orientierungslaufsmässig»; Manager sind «Nieten in Nadelstreifen» Anglizismen (eine «location» hier, eine «challenge» dort); Werbesolgans («dem zukünftigen Rückblick in die Gegenwart», «im Triebesand der Unendlichkeit»); Swissness (wie bei Urs Widmer)
- Widmer übertreibt, spielt mit und formt Sprache, treibt den Jargon in seiner ganzen Absurdität auf die Spitze

Top Dogs, Business Class

Urs Widmer: Pose der demonstrativen Ehrlichkeit der arbeitslosen Kaderleute. Selektive Wahrnehmung. Zynismus. Schönreden, Selbstbetrug, Täuschung, Fremdbestimmung, Lüge, Verdrängung. Schein und Sein. Kontrolle/Selbstschutz. Positive thinking.

"Woody Alan mag einen Psychiater brauchen, aber ich schaff's auch ohne ihn." Beklommenheit. Betroffenheit. Setzt die Figuren einer unfreiwilligen Komik aus. Entlarvung.

Vom grossmäuligen Manager zum geprügelten Hund (Gefühle des Versagens, aber seelisch "anästhesiert). Manager als Marionette (Gangübungen).

Martin Suter: ein Werber verkauft sich nach wie vor gut. Manager, ein "Cocktail von Dummheit und Geldgier." Überheblichkeit, Geltungsbedürfnis, skrupellose Karrieresucht. Überspitzte Darstellung, Lächerlichkeit. Demaskierung. Management-Training Eggmann, wieder Heroe-Man-Theorie. Strategische Planung vs. Szenario-Planung (hypothetische Folgen von künftigen Ereignissen zur Strategieentwicklung)

Citizen Kane

Rückblenden des Lebens von Charles Foster Kane, Medienmogul und Politiker. Kindheitsverlust Schneekugel Schlitten Rosebud.

Dunkle Seite des American Dream. Kein Profitdenken. Hobby und Spiel. Manipulation der Wahrheit. Macht, Wissen zu kontrollieren. Irrationale Entscheidungen. Arbeit am Image (cf. Howard Schultz). Aufstieg und Fall eines Mannes, der Ideale verrät.

Innovative filmische Stilmittel: Arbeit mit Schatten und Licht. Untersicht, Aufsicht, nicht lineare, nicht chronologische Erzählung. Zeitsprünge.

Oliver Stone, *Wall Street*

Gekko prägte eine ganze Generation von Brokern. Hosenträger. Sprache: burschikos, smart und schnell.

Insiderwissen, Buds Interessenkonflikt Kunst der Aktienspekulation. Verkommenheit, Skrupellosigkeit. "Greed is good." Moral, Gesetze, Ethik gelten nicht.

Einblick in diese für uns manchmal ferne Welt.

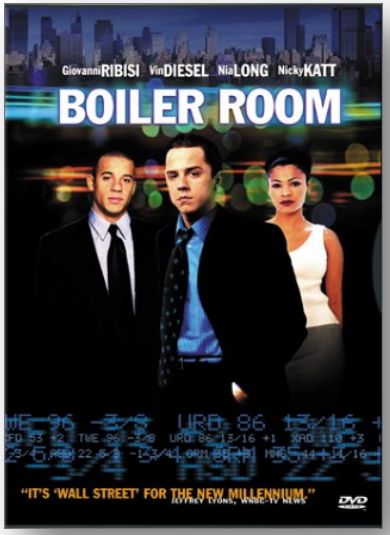
Licht- und Schattenspiel wie in *Citizen Kane*. Nervöse Kamera.

Dilbert

Scott Adams: Zynismus, Ohnmacht, Resignation. Humor, Absurdität, Lächerlichkeit. Inkompetentes Management. Dummheit.

Innensicht des Scott Adams. Wenig Information des Chefs über Kerngeschäfte, Mitarbeiter besser (Peter-Prinzip). Dilbert-Prinzip: Ineffiziente Arbeiter werden umgehend ins Management versetzt. Trittbrettfahren. Überspitzte Darstellung. Worthülsen, Formeln. Simple Pointen.

Boiler Room, *Arbitrage, Margin Call*

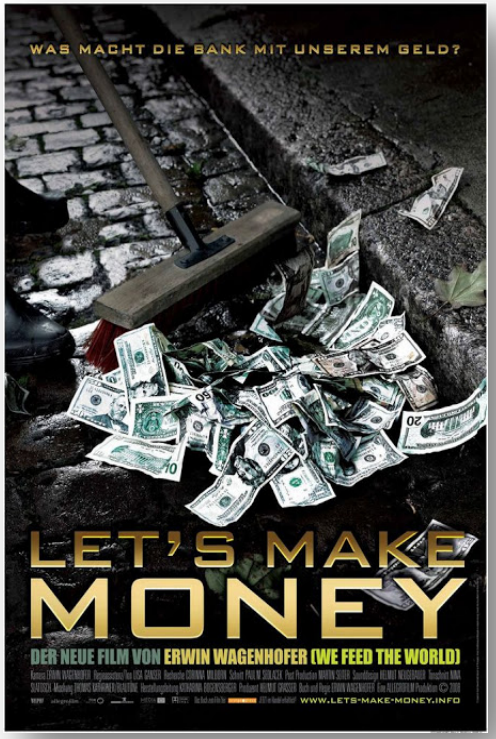


‘Call centre, das fragwürdige Investitionen verkauft’. Vom Besitzer eines privaten Casinos zum Börsenmakler in einem Finanzunternehmen

Ausnutzen von Preisunterschieden für gleiche Waren auf verschiedenen Märkten‘. Ein Hedgefondsmanager und seine privaten und beruflichen Schwierigkeiten (beim Verkauf seiner Investmentfirma).

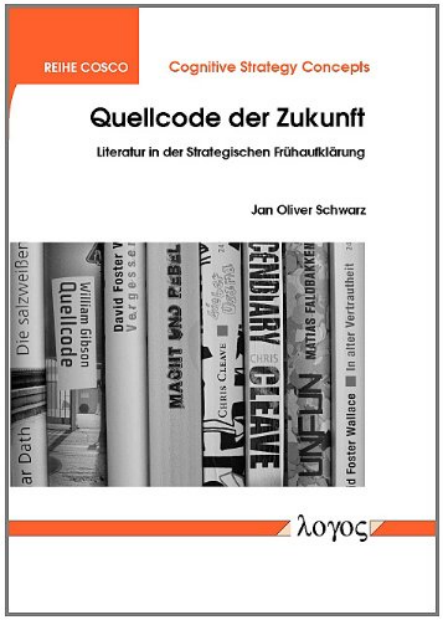
‘Warnhinweis Devisenhandel für Broker’ Finanzthriller über Investmentbanker während der ersten Zeit der Krise

Let's make money,



Dokumentarfilm, in welchem reiche Manager, Investoren, Banker, aber auch Wirtschaftsexperten, einfache Arbeiter und Obdachlose auftreten

25-II-2014: *Quellcode der Zukunft*



Jan Oliver Schwarz

Quellcode der Zukunft:
Literatur in der Strategischen Frühaufklärung

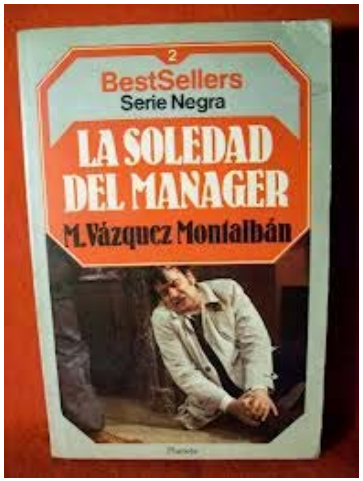
Logos Berlin 2011

Wenn alles Wissen jederzeit und überall für jeden verfügbar ist, müssen Unternehmen nach neuen Quellen suchen, um einen Zeitvorsprung bei Entwicklungen und Trends zu realisieren. Eine solche Quelle können Romane sein. Um komplexe gesellschaftliche Entwicklungsprozesse zu verstehen, gibt es sogar kaum bessere Quellen als literarische Werke, da sie sich durch die formale und thematische Inszenierung von Komplexität auszeichnen. In Romanen wird nicht nur behandelt, was sich in einer Gesellschaft verändert. Wenn sie gelesen werden und über sie geredet oder geschrieben wird, reagiert auch die Gesellschaft selbst. Strategische Frühaufklärung kann diese Wechselwirkung nutzen.

In diesem Buch wird auch eine Methode vorgestellt, die es Organisationen ermöglicht, Literatur für ihre Strategische Frühaufklärung zu nutzen.

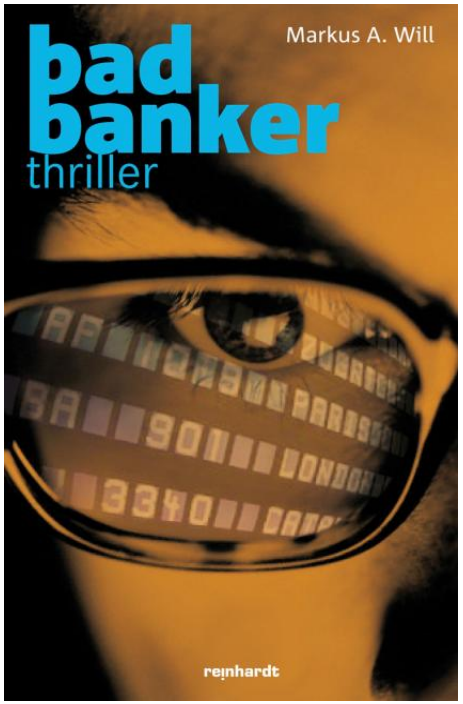
11-III-2014: Krimi – Manuel Vázquez Montalbán

Privatdetektiv Pepe Carvalho, ehemaliger CIA-Agent und Meisterkoch



Er soll den Mord an einem alten Bekannten, Manager eines internationalen Konzerns, aufklären. Dessen Leiche wurde mit einem Damenslip in der Tasche gefunden. Eine scheinbar eindeutige Angelegenheit. Doch je intensiver Pepe Carvalho forscht, desto stärker bekommt er den Widerstand aus den höchsten Industriekreisen zu spüren.

6-V-2014: *Bad Banker*



PD Dr. Markus Will, Privatdozent für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Kommunikationsmanagement an der HSG, Unternehmer und Autor

,

13-V-2014: *Margin Call (Der grosse Crash)*

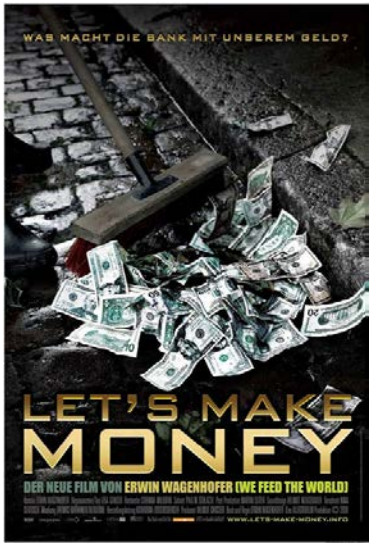
Erstlingswerk von Regisseur und Drehbuchautor J. C. Chandor aus dem Jahr 2011.

Es geht um den Fall einer New Yorker Investmentbank, die wohl Lehman Brothers sein soll, im Jahr 2008. In fiktiven 36 Stunden wird der Urknall einer Krise gezeigt. Es wird entdeckt, dass man auf einem Haufen wertloser Papiere sitzt und unterkapitalisiert ist, und dass der Moment, in dem man über seine Handelspositionen Rechenschaft ablegen muss (der *Margin Call*), der Bank wohl das Genick brechen würde.

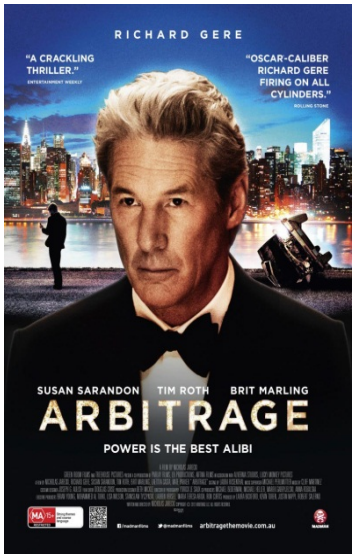
Die korrumpierende Wirkung von Gier und Angst wird über alle hierarchischen Ebenen der Bank sichtbar gemacht. Die Schlipsträger fühlen sich als »Master of the Universe«, ohne allerdings dämonisiert zu werden. Der Film will die Usancen des Geschäfts mit Bezug auf seine Akteure zeigen. Was diese Menschen zusammenschmiedet, ist das System und dessen Eigendynamik. Die Firma eine Maschine, die auf eines hinarbeitet: die Konzentration von Reichtum.

„Die Maschine, von der sie ein Teil sind, ist derart groß und komplex geworden, dass niemand die zerstörerische Macht begreifen konnte, die von ihr ausging. Bis es zu spät war", sagte J. C. Chandor.

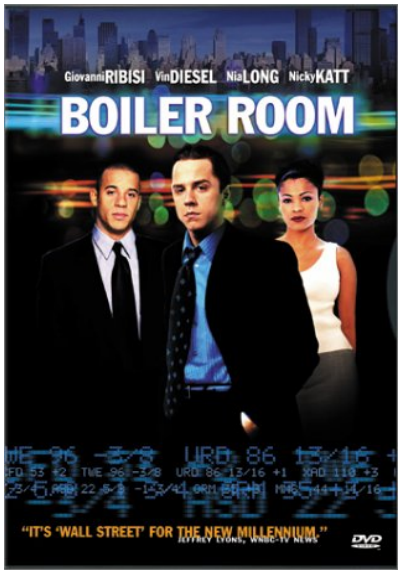
Standby I – *Let's make money*, *Boiler room, Arbitrage*



Dokumentarfilm, in welchem reiche Manager, Investoren, Banker, aber auch Wirtschaftsexperten , einfache Arbeiter und Obdachlose auftreten.



Ausnutzen von Preisunterschieden für gleiche Waren auf ver-schiedenen Märkten'. Ein Hedgefondsmanager und seine privaten und be-ruflichen Schwierigkeiten (beim Verkauf seiner Investmentfirma).



'Call centre, das fragwürdige Investitionen verkauft'. Vom Besitzer eines privaten Casinos zum Börsenmakler in einem Finanzunternehmen

Standby II – Fernsehserie: *Mad Men* (2007-)

Titel steht für *„Men of Madison Avenue“*, weil in dieser Strasse New Yorks Werbeagenturen gehäuft angesiedelt sind. Doppeldeutigkeit „Mad Men“ auch ironisch für in der Werbebranche beschäftigte Kreative.

Spielt in den 60er Jahren in der fiktiven Werbeagentur *Sterling Cooper* mit ehrgeizigem und erfolgreichem Protagonisten, dem Werbefachmann *Don Draper*. Ein kettenrauchender Don Juan.

Historische Einbettung: John F. Kennedy, Kubakrise, Marilyn Monroe, Rolling Stones, Demonstrationen gegen die Rassentrennung.

Wortwitz.

Standby III – *The Wolf of Wallstreet* (2013)

Bio Pic von Martin Scorsese mit Leonardo di Caprio. Spielt in New York, Mitte der 1980er Jahre. Der Protagonist Jordan Belfort stammt aus einfachen Verhältnissen und möchte Börsenmakler werden. Welt der Drogen und der Prostitution an der Wall Street. Aufstieg und Fall. Auch Schweizer Banken spielen eine Rolle.

Management y ficción: dos ámbitos

El mundo de los negocios
(finanzas) está lleno
de elementos virtuales,
discursivos, ficcionales.

Los textos literarios (prosa, drama y lírica)
y cinematográficos muestran, comentan y
censuran el ámbito económico.

Profusión de metáforas a raíz de la crísis económica I

- La densidad metafórica aumenta con el grado de abstracción del campo económico, la inmaterialidad de los fenómenos y procesos económicos a los que se refieren. **Se cuentan hasta tres metáforas por minuto.**
- Deirdre McCloskey (1985: 75): “[e]ach step in economic reasoning [...] is metaphoric”. Las metáforas son un medio por el cual se construye un mundo.
- Ciertas metáforas han desempeñado un papel central en la historia del pensamiento económico, p. ej. “la mano invisible” (Adam Smith, 1776).

Profusión de metáforas a raíz de la crísis económica II

- La mediatización del ámbito económico acelera el proceso de metaforización. Ésta tiene como denominador común una antropomorfizacíon de los conceptos económicos.
- En cuanto modelos reductivos de procedimientos abstractos, las imágenes semánticas configuran la realidad y moldean nuestra percepción: «metaphors do have an effect on people's decision-making processes regarding socioeconomic issues» (Boers 1997)

La metáfora de «El mágico aprendiz»

Los negocios como magia no del todo controlable.

Las metáforas ponen en guardia ante pérdida de control y autosobreestima.

Tradición literaria: balada de Goethe: «Die ich rief, die Geister,/werd' ich nun nicht los.» (¡al genio cruel/Llamé y no sé ahora/Liberarme de él!)

El ratón Mickey en *Fantasia* de Walt Disney

El banquero real Jerôme Kerviel

El final feliz por intercesión del «verdadero mago de las finanzas» (Castro) en la novela de Luis Landero.

El protagonista (Matías) no distingue entre rea-

lidad y ficción, como Don Quijote.

Ser y parecer
«Es de libros» (Pacheco)
Entrepreneurs sin plan de negocio.

«Al rincón/escoba inquieta/queda quieta!»

THE END

¡Muchas gracias por su atención!

Yvette.Sanchez@unisg.ch