

Klaus M. Leisinger

Die Kunst der verantwortungsvollen Führung

Vertrauen schaffendes Management
im internationalen Business

■ Haupt

Klaus M. Leisinger

Die Kunst der verantwortungsvollen Führung

Vertrauen schaffendes Management
im internationalen Business

Haupt Verlag

Dr. Klaus M. Leisinger ist Gründer und Präsident der Stiftung Globale Werte Allianz (www.globalewerteallianz.ch) sowie Professor für Soziologie an der Universität Basel. Er arbeitete über 30 Jahre in leitender Stellung eines großen Pharmaunternehmens, dient den Vereinten Nationen als Senior Advisor und der Europäischen Kommission als Experte für ethische Beurteilungen.

Dieses Buch wurde inspiriert von Karl Schlecht, dem Gründer und Vorstandsvorsitzenden der Karl Schlecht Stiftung, der sich u.a. in hohem Maße um das geistige Vermächtnis Erich Fromms verdient macht und der seit 2014 umfangreich die mehr als 40-jährige Arbeit und das Wirken des von Erich Fromm eingesetzten Nachlassverwalters und Psychoanalytikers Rainer Funk fördert.

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art der Vervielfältigung ist ohne Zustimmung des Verlags, der Stiftung Globale Werte Allianz und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

1. Auflage: 2018

Dieses Buch erscheint auch als E-Book (ISBN 978-3-258-48059-6)

Umschlagbild: © Sean Scully, Wall of Light Pale Yellow, 2010
(Öl auf Aluminium, 216 x 190 cm). Mit freundlicher Genehmigung des Künstlers und des Kunstmuseums Bern.

Diese Publikation ist in der Deutschen Nationalbibliografie verzeichnet.
Mehr Informationen dazu finden Sie unter <http://dnb.dnb.de>

ISBN: 978-3-258-08059-8

Alle Rechte vorbehalten.
Copyright © 2018 Haupt Bern

Umschlaggestaltung und Layout: Daniela Vacas, Bern

Printed in Germany

www.haupt.ch

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort Prof. Dr. Ulrich Lehner	7
Vorwort	11
1 Einleitung und Hintergrund	17
1.1 Das Unbehagen der Menschen in modernen Gesellschaften	17
1.2 Die gesellschaftliche Wahrnehmung von Führungskräften der Wirtschaft.....	23
1.3 «Ethik des geschäftlichen Tuns» als prinzipiengeleitetes Nachdenken über integrires Handeln von Führungskräften.....	27
1.3.1 Unternehmensethik: Die Organisation als moralischer Akteur	29
1.3.2 Individualethik: Der Mensch als moralischer Akteur	31
2 Erich Fromms Gedankengut und der moderne Diskurs über ethische Desiderata für Führungspersönlichkeiten in Unternehmen ..	35
2.1 Erich Fromms Verständnis von Ethik und das damit verbundene Menschenbild.....	35
2.1.1 Was ist Erich Fromms Verständnis von Ethik?	35
2.1.2 Das Menschenbild Erich Fromms.....	38
2.2 Haben oder Sein als seelische Grundlage einer neuen Gesellschaft	53
2.2.1 Religion.....	54
2.2.2 Kapitalismus	54
2.2.3 Der Marketing-Charakter.....	57
2.2.4 Der neue Mensch in einer neuen Gesellschaft	62
2.2.5 Können und Sollen.....	67
2.3 Was bleibt, wenn man den ideologischen Ballast des «kommunitären Sozialismus» abwirft?.....	68
2.3.1 Inhaltliche Vielfalt scheinbar eindeutiger Begriffe	68
2.3.2 Kavalleriepferde beim Hornsignal	71
2.3.3 Zivilisiert den Kapitalismus	75
2.3.4 Stimmen aufgeklärter Liberaler	76
2.3.5 Stimmen gestandener Wirtschaftsführer.....	78
2.3.6 Stimmen christlicher Kirchen und der Vereinten Nationen	80
2.3.7 Praktische Evolution, nicht theoretische Revolution	84
2.3.8 Licht am Horizont?.....	86
3 Kann man ein Unternehmen im globalen Wettbewerb erfolgreich mit «Liebe» führen?	89
3.1 Die Sache mit der Liebe	89
3.1.1 Fürsorge.....	93

3.1.2	Verantwortungsgefühl.....	95
3.1.3	Achtung vor den anderen	96
3.1.4	Erkenntnis	102
3.2	Die Sache mit der Erkenntnis	102
3.2.1	Wie wirklich ist die Wirklichkeit?	104
3.2.2	Privilegierte Positionierung bedeutet nicht höhere Erkenntnisfähigkeit	108
3.3	Zentrale Botschaften moderner Managementliteratur zum Thema «Führung»	113
4	Erich Fromm vom Kopf auf die Füße gestellt	119
4.1	Was kann ich wissen?	119
4.1.1	Primum non nocere, secundum cavere, tertium sanare	120
4.1.2	«Vorsichtig agieren» und «heilen» als Teil gesellschaftlicher Erwartungen	121
4.1.3	Die Bedeutung zielführender Rahmenbedingungen	123
4.2	Was kann ich tun?	124
4.2.1	Erweiterung des Anforderungsprofils von Führungskräften ..	125
4.2.2	Anreicherung der Zielsetzungen, Mitarbeiterbeurteilungen und Beförderungskriterien mit Elementen der humanistischen Ethik	133
5	Vorläufige Schlussfolgerungen: Was darf ich hoffen?	137
5.1	Führungspersönlichkeiten der Wirtschaft als wirkmächtige Gestalter einer nachhaltigen Entwicklung mit menschlichem Antlitz.....	138
5.2	Persönlichkeitsentwicklung und Charakterschulung als «missing link».....	142
5.3	Integres, biophiles Handeln als Wettbewerbsfaktor	148
5.4	Anspruchsvolle Kunden (Aspirational Consumers).....	150
5.5	Der Mensch lebt nicht vom Brot allein.	153
5.6	Noch mehr Licht am Ende des Tunnels.....	154
5.6.1	Das Leipziger Führungsmodell	154
5.6.2	Veränderte Wahlkriterien für den CEO des Jahres.....	157
5.6.3	Beispiele von individueller «Leadership».....	157
Ausblick	159
Epilog	161
Literaturverzeichnis	165