

Geleitwort

Es steht schlecht um das Ansehen großer Unternehmen und noch schlechter um das Image ihrer leitenden Angestellten. Das hat seinen Grund einerseits in den öffentlich bekannt gewordenen krassen Fällen des Abweichens prominenter Topmanager von Handels- und Verhaltensweisen, die von den Menschen auf der Straße als „anständig“ bewertet werden. Andererseits ist das schlechte Image auch eine Folge nicht erfüllter gesellschaftlicher Erwartungen.

Die Tatsache, dass lediglich 52% der in Industrie- und Schwellenländern befragten Menschen der Ansicht sind, „Business“ arbeite im besten Interesse der Gesellschaft, steht im krassen Gegensatz zur Eigenwahrnehmung von Spitzenmanagern. Diese wiederum werden nur von 37% der Befragten für glaubwürdig gehalten.¹

Eine Studie der Beratungsfirma Ernst & Young zeigt, dass selbst innerhalb der Unternehmen weniger als die Hälfte der Mitarbeiter Vertrauen in ihren Arbeitgeber – und somit in die Mitglieder des jeweiligen Managements – haben.²

Dafür mögen viele und von Land zu Land unterschiedliche Faktoren verantwortlich sein – ein wesentlicher Grund ist meiner Überzeugung nach in jedem Fall die Persönlichkeit der Führungskräfte. Sie bestimmt die Einstellung zu den Menschen im Unternehmen und darüber hinaus. Führungskräfte insbesondere großer Unternehmen werden oft als ‚Kaste‘ empfunden, deren Angehörige große Defizite bei der ethischen Qualität ihrer Handlungsweisen haben.

Solchen Menschen bringt man kein Vertrauen entgegen. Vertrauen aber ist das wichtigste Betriebskapital, ohne welches ein Unternehmen auf Dauer nicht erfolgreich arbeiten kann.

1 Edelman (2017): 2017 Edelman Trust Barometer <http://www.edelman.com/global-results/>; Folien 10 und 16.

2 Ernst & Young (2016): Could trust cost you a generation of talent? Global Generation 3.0: A Global Study on Trust in the Workplace.

Dem Wunsche ihres Stifters, Karl Schlecht, folgend, hat die Karl Schlecht Stiftung in den letzten Jahren einen Großteil ihrer Mittel in die Forschung, Entwicklung und das Marketing von Gedankengut investiert, das sich mit Leadership und dem Weltethos-Gedankengut beschäftigt.

Ebenfalls dem Wunsche, ja der Leidenschaft ihres Stifters folgend, hat dabei der Sachverhalt ‚Liebe‘ eine große Rolle gespielt.

Dem Tolstoi’schen Diktum folgend, dass man zwar ohne Liebe Holz hacken, Ziegel formen und Eisen schmieden kann, aber nicht mit Menschen umgehen, unterstützt Karl Schlecht die ‚Kunst des Liebens‘ auch in der geschäftlichen Sphäre.

Da der Begriff ‚Liebe‘ mit sehr unterschiedlichen Inhalten assoziiert wird, entstand die Idee, ausgewählte, von der Karl Schlecht Stiftung unterstützte Wissenschaftler und andere Persönlichkeiten zu bitten, ihre Gedanken zum Sachverhalt *„The Power of Love: Liebe als Wegweiser für nachhaltigen Erfolg“* zu Papier zu bringen.

Es war nicht nur klar, sondern explizit gewünscht, dass die verschiedenen Autoren aus verschiedensten Perspektiven das Thema auf unterschiedliche Weise angehen. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass der Begriff ‚Liebe‘ in hohem Maße Komplexität reduziert und sehr unterschiedliche Assoziationen auslöst.

Mit ihren Beiträgen zu dieser Festschrift möchten die Autoren Karl Schlecht ihren Respekt vor seinem Lebenswerk und ihren Dank für die großzügige Unterstützung ihrer Arbeit durch seine Stiftung zum Ausdruck bringen. Dem schließe ich mich von Herzen gerne an.

Klaus M. Leisinger

20. September 2017