



Das Herz arbeitet mit: Kollaboration ist nicht nur der Austausch von Informationen, sondern auch von Emotionen.

JURIC WÄLDNER

Die Rückkehr des fühlenden Menschen

Wandel Die Bildung steht erst am Anfang ihrer Disruption – andere Branchen sind schon mitten drin. Ansichten eines Finanzexperten.

ALEXANDER MÜLLER

Was würde ich meinem 18-jährigen Sohn raten, sollte er mich fragen, welches Studium ihn in diesen disruptiven Zeiten am besten auf die völlig ungewisse Zukunft vorbereiten würde? Welches Wissen, welche Fähigkeiten und welches Verständnis wird er benötigen, um beruflich bestehen und vielleicht glänzen zu können? Sollte sich nicht bereits ein deutlich erkennbares Talent abgezeichnet haben, hätte ich ohne zu zögern eine klare Antwort parat: ein Studium der Geisteswissenschaften, der Literatur, Geschichte, Philosophie und Erkenntnislehre. Dabei dreht es sich um das Studium über die Vielfältigkeit der menschlichen Natur, der zeitabhängigen Entwicklung des Menschen vor unterschiedlichsten kontextuellen Hintergründen, dem Verständnis dafür, wie Theorien entstehen, welche Annahmen ihnen zugrunde liegen – aber fast noch wichtiger, weshalb sich gewisse Theorien durchgesetzt haben und andere in Bedeutungslosigkeit versinken (ein Tipp: Es liegt keineswegs immer am besseren oder logischeren Argument).

In einem solchen Studium steht der Mensch mit seiner Unendlichkeit von Denk- und Gefühlsmöglichkeiten im Mittelpunkt der Forschung und nicht der Versuch, die Welt durch elegante Modelle und ausgeklügelte Algorithmen zu erklären. In der heutigen Form unseres globalisierten Kapitalismus kann ein geisteswissenschaftlicher Hintergrund durchaus zum besseren Verständnis der Besonderheiten einer solchen Wirtschaftsordnung beitragen.

len Machtentscheidungen Bescheid, die bar jeder Logik das menschliche Geschehen lenken können. Er ist Realist genug zu wissen, dass auf die Hochzivilisation durchaus die Barbarei folgen kann, denn die Entwicklung der Menschheit ist keine Gerade mit konstanter Steigung.

Unsere Welt ist nicht schwarz- Weiss

Anstatt der Natur des Menschen ein simplifiziertes Modell überzustülpen, wäre es zielführender, sich mit ihren mannigfaltigen Facetten auseinanderzusetzen und zu akzeptieren, dass Entscheide auf den unterschiedlichsten Beweggründen basieren. Die Ansichten und Entscheide der Kanzlerin Merkel unterscheiden sich nicht deshalb fundamental von denen des Präsidenten Trump, weil die beiden als Realpolitiker die eigenen Interessen und Machtansprüche vertreten, sondern vielmehr weil sie diametral unterschiedliche Wertesysteme prägen.

Aber fast noch wichtiger als das Damals und Heute zu verstehen, ist die Auseinandersetzung mit der unmittelbaren Zukunft. Wie Musils Mann ohne Eigenschaften den Möglichkeits- über den Wirklichkeitssinn stellt, müssen wir heute viel dringlicher in Visionen denken, als uns mit dem Hier und Jetzt zu befassen, denn unsere Gegenwart ist im nächsten Moment bereits Vergangenheit.

Der Kunde ist viel mehr als nur ein getriebener Homo oeconomicus.

Uns ist die moralisch-ethische Verpflichtung auferlegt, unsere Zukunft menschenwürdig zu gestalten. Das gilt sowohl politisch, beispielsweise für das Überleben Europas, der letzten Bastion für sozialen Ausgleich und mit gerade noch bestehendem Mittelstand, als auch ökonomisch bei der Bewertung, Einschätzung und Regulierung von Geschäftsmodellen und Finanzanlagen; und schliesslich ökologisch, um nachhaltig unseren Fortbestand zu sichern.

Der Homo empathicus

Der von der Wirtschaftswissenschaft geschaffene Homo oeconomicus ist ein reduziertes und starres Modell ohne Leben, der Homo empathicus dagegen ist real und existiert in uns allen. Der Homo oeconomicus kann ohne die freie Marktwirtschaft nicht leben, dieser Grundvoraussetzung liegen alle weiteren Ableitungen und Schlussfolgerungen zugrunde. Im Homo empathicus dagegen schwingen emotionale Entscheidungstreiber mit, die per definitionem nicht logisch und damit irrational sind. Er kann versuchen zu verstehen, wieso die Zentralbanken plötzlich Marktpreise manipulieren, Anleger für Erspartes Strafzinsen zahlen sollen und wir uns in einer Bilanzinflation historischen Ausmasses befinden – als Literaturwissenschaftler ist er gewohnt, auf mehreren Handlungsebenen unterschiedlichste Rollenspiele zu interpretieren und weiss um die Macht der Symbolik.

Er wäre damit dazu prädestiniert, ein Urteil über Sinn oder Unsinn solcher Markteingriffe zu fällen, weil er die Interessen und Neigungen der beteiligten Akteure gegeneinander abwägt und sich in deren Motivation hineinversetzt. Die Komplexität zu erkennen bedeutet nun nicht, die Lösung zu haben. Aber er wird besser für die Gegenwartsanalyse gewappnet sein, weil er in beiden Welten daheim ist: der regelbasierten Welt und der fiktionalen, von allen Regeln losgelösten Welt. Als Historiker weiss er überdies bestens über die menschlichen Abgründe, die irrationalen, inhumanen und fata-

Empathische Bewertungsperspektive

Amazon steht exemplarisch für ein visionäres Geschäftsmodell, das sich nach herkömmlichen Bewertungskriterien nur schlecht fassen lässt. Denn was bei der Analyse oft vergessen geht, ist die Berücksichtigung der Möglichkeit, dass sich Unternehmen im Zeitverlauf wandeln, neue synergetische Bereiche erschliessen und grosse wertsteigernde Metamorphosen vorweisen können. Bei Amazon verfolgten die Analysten lange das Segment Online-Bücherhandel – und plötzlich verdiente das Unternehmen viel Geld mit einem ganz anderen Bereich. Jeff Bezos ist gedanklich bereits weit voraus und hat die Seiten gewechselt, denn er weiss genau, dass sein Kunde viel mehr als nur ein preisgetriebener Homo oeconomicus ist. Mit dem zunehmenden Trend zu Homeoffice, Home-Delivery und einem virtuellen Ansprechpartner wie Alexa steigt die seelische Vereinsamung des Menschen, er sucht emotionalen Austausch. Was liegt näher, als ihm ein hochmargiges Einkaufserlebnis zu bieten, das Ästhetik, Freude und ein gutes Gewissen liefert? Amazon gleicht heute einem schlaun Tintenfisch, der ständig Farbe und Form verändert. Einzige Konstante ist die wertvolle Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und der immer fester etablierte Brand.

Alexander Müller, Partner und Geschäftsführer, Holinger Asset Management, Zürich.

ANZEIGE



Für Einsteiger und Profis – Ihre Weiterbildung im Bereich Marketing

CAS Marketing Management

Erwerben Sie praxisorientiertes Wissen im Marketing Management: Das neue CAS macht Marketing verständlich und anwendbar und steigert Ihren Marktwert.

CAS Konsumentenforschung und Neuromarketing

Lernen Sie Ihre Kunden besser kennen und verstehen: Das neue CAS verknüpft Marketing mit den Erkenntnissen aus der Entscheidungspsychologie und Gehirnforschung.

wirtschaft.bfh.ch/weiterbildung

Nächste Infoveranstaltung am 21. September 2017, 18:00 bis ca. 19:30 Uhr



Wirtschaft