

Leben im Zwischenraum

Die Andersmacher. Unternehmerische Verantwortung jenseits der Business Class – das neue Buch von Alexandra Hildebrandt und Jörg Howe.

Von Florian Michl

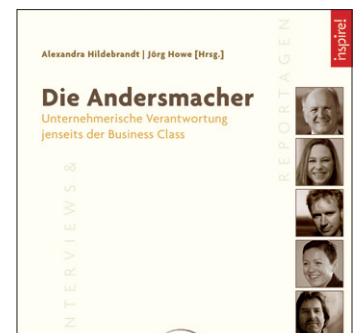
Sie suchen sich selbst und streifen dabei das Unbekannte und Fremde. Sie überwinden Grenzen und finden jenen unsichtbaren Ort, wo Neues entsteht. Sie verlassen die Komfortzone, um ihr Leben neu zu denken, zu erfinden und zu leben. Zwei Publizisten beschreiben sie als die Andersmacher. Weil sie Menschen verbinden, neue Wege gehen und Verantwortung übernehmen. Für sich und die anderen.

Bedrückende Stille. Überall Sand: im Norden, Osten, Süden und Westen. Nichts anderes. Nur Leere. Gobi. Und ein Ich, allein. „Von einer solchen Umgebung geht eine Kraft aus, die den Menschen unweigerlich zur Innenschau zwingt, ihn nötigt, in das eigene ‚Portfolio‘ zu blicken.“ Sagt Bruno Baumann, 53 Jahre alt, Schriftsteller, Filmemacher, Abenteurer und ganz *Ich*. Alexandra Hildebrandt und Jörg Howe zählen ihn zu den Andersmachern. Sie ist Autorin und Leiterin Gesellschaftspolitik bei der Arcandor AG, er ehemaliger Redaktionsleiter der Redaktion Aktuell bei Sat.1 und seit 2004 Kommunikationschef des Unternehmens. Beide geben sie das Buch *Die Andersmacher. Unternehmerische Verantwortung jenseits der Business Class* heraus. Dazu haben sie Menschen porträtiert, die Grenzen ausloten, die sich nicht für eins, sondern für vieles interessieren und für andere und für sich selbst Verantwortung übernehmen. Warum? Um näher bei sich zu sein. Das treibt sie an, deshalb verlassen sie die Komfortzone, „um ihr Leben neu zu denken, zu erfinden und zu leben“, schreibt Hildebrandt. Und gerade weil die Andersmacher so nah am Leben sind und bei sich, leben sie unternehmerische Verantwortung und ethische Werte. Diese bleiben keine blasser Theorie: Interviews, Reportagen und Essays machen dies deutlich – das Buch zeigt die Möglichkeiten von Corporate Social Responsibility. Anhand bunter Lebensläufe von Prominenten, wie denen von Musikmanager Tim Renner beispielsweise oder dem Babykosthersteller Claus Hipp. Aber auch anhand von Menschen wie du und ich.

Dabei wird eines deutlich: Immer sind die Andersmacher auf der Suche nach sich selbst und den Grenzen ihrer Möglichkeiten. Gleichzeitig kennen sie damit auch die andere Seite ihrer Begrenztheit: das Fremde, andere und Unbekannte. Das zieht sie an. Und so ziehen sie Erfolg an. Sie wissen wie Bruno Baumann, „dass in der modernen Wirtschaft Produkte und Dienstleistungen so komplex geworden sind, dass es nicht so sehr auf die Qualifikation Einzelner, sondern auf die Qualität der Zusammenarbeit ankommt“. Darin sind sie Spezialisten, weil sie sich ständig zwischen dem Bekannten und Unbekannten bewegen: in Zwischenräumen.

So ist beispielsweise ein Brainstorming bei Norintra House of Fashion nicht nur ein fachlicher Austausch. „Es ist auch ein Abtasten der Ästhetik des anderen, eine Annäherung der Kulturen“, beschreibt Carsten Stormer in seiner Reportage die Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern, die aus England, Frankreich, Japan und den USA kommen. Hier ist auch die Kraft der Inno-

Alexandra Hildebrandt / Jörg Howe (Hrsg.):
Die Andersmacher. Unternehmerische Verantwortung jenseits der Business Class.
Aurum im Kamphausen Verlag, Bielefeld 2008,
230 Seiten, 24.80 Euro.
ISBN 978-3-89901-159-3
www.j-kamphausen.de



vation, meint Thiemo Ehmke, Programmleiter des Forum46 – Interdisziplinäres Forum für Europa e. V., „denn das Zwischen ist gerade dort verortet, wo es nicht mehr nur um das Einzelne geht, sondern um die Wechselbeziehung, die Übergänge zwischen dem einen und anderen. Es beschreibt jenen meist unsichtbaren Ort, an dem Bedeutung, Interpretation und Beurteilung entstehen.“ Und damit Erfolg.

Aber nur wenn die Menschen miteinander reden – nicht aneinander vorbei, sondern mitten ins Herz des anderen treffen, sagt der Wissenschaftler und Musiker Hermann Rauhe. Er ist davon überzeugt, „dass Musik ein wichtiges Element für die menschliche Beziehungspflege ist, sofern sie richtig gewählt wird“. Denn gerade Musik könne Menschen bewegen, erfreuen, zum Klingen und Schwingen bringen, verschlossene Herzen öffnen und aus seelischen Zwangslagen befreien. Rauhe beruft sich dabei auf die Erkenntnisse der Kommunikationsforschung: Demnach ist das menschliche Verhalten überwiegend emotional und ästhetisch geprägt, das heißt wahrnehmungsgesteuert. „Es geht also um Faktoren, die am ehesten durch die ästhetischen Prinzipien der Kunst zugänglich sind.“ Daher fordert er eine ganzheitliche Gestaltung unseres Zusammenlebens durch die Kunst und Kultur.

Reden, einander kennenlernen und respektieren, in der Folge Probleme lösen. Das ist der Weg der Andersmacher. Innerhalb eines Unternehmens nennt man das Corporate Social Responsibility. Wie weit dieser Begriff zu fassen ist, zeigt dieses Buch, indem es Menschen aus Kultur, Politik und Wirtschaft zu Wort kommen lässt. Es ist selbst ein Grenzgang.

Florian Michl ist freier Mitarbeiter bei changeX.

Zwei Postkarten aus der Postkartenmappe zum Buch. Diese präsentiert einen Querschnitt von Zitaten verschiedener Autoren – gestaltet von der preisgekrönten Designerin Anja Helm.

