

Buchempfehlung

Business-Romantiker

Von der Sehnsucht nach einem anderen Wirtschaftsleben

von Leberecht, Tim

1. Aufl. (2015)

Droemer HC, ISBN 3426276321

Infos zum Autor:

Marketingchef von NBBJ (USA), Design u. Architecture



Unser Eindruck:

Der Titel des Buches hat mich neugierig gemacht und zugleich meinen Widerspruchsgeist herausgefordert. Romantik in der Wirtschaft – ausgerechnet im Mutterland des Kapitalismus?

Der Autor schreibt, dass er als Student die Werke deutscher Philosophen gelesen hat, wahrscheinlich auch den Aufklärer Immanuel Kant. Da wir alle Kinder der Aufklärung sind, dürfte es allgemeiner Konsens sein, dass wir das Zeitalter der Romantik hinter uns gelassen und überwunden haben. Der Autor offenbar nicht. Er ist begeistert von den Romantikern, wie Friedrich Schlegel, Josef Eichendorff und Heinrich Heine. Dabei dürfte ihm entgangen sein, dass Heinrich Heine seine romantische Schaffenszeit (Loreley: Ich weiß nicht, was soll es bedeuten, dass ich so traurig bin ...) bald überwunden hatte, sich mit den Ideen der französischen Revolution von 1789 identifizierte und ein glühender Verehrer des deutschen Philosophen Immanuel Kant (1724 – 1804) war. Heinrich Heine machte sich in seinem Gedicht "Deutschland - ein Wintermärchen" lustig über die Verhältnisse im Königreich Preußen.

Kaum zu glauben: Der Autor ist ein Mann der Wirtschaft und trotzdem Romantiker. Hier sein "Glaubensbekenntnis":

Ich glaube daran, dass die Welt ein besserer Ort wäre, wenn es mehr Romantik in unserem Leben gäbe. Ich glaube daran, dass die Verheißung über die Erfüllung siegt. Ich glaube daran, dass das Gefühl den Verstand schon beim Frühstück verputzt. Ich bin kein Tagträumer, Idealist oder Aktivist. Ich bin ein Business-Romantiker.

Ziel: Der Autor hat ein hehres Ziel: Er will ein "neues, romantisches Zeitalter einläuten, eine stille, subtile Revolution." Sein Ziel ist die "Business-Romantik AG".

Das ist etwas Neues. Ein rückwärtsgewandter, romantischer Weltverbesserer. Oder ist es nur eine Marketing-Masche? Er bringt Beispiele von erfolgreichen Existenzgründern, die mit Ausdauer, Kreativität und Inspiration erfolgreich waren. Von Romantik keine Spur.

Vision:: Romantiker haben eine Vision, so der Autor:

Wir entzünden die Flamme der Romantik, und wie stellen wir sicher, dass dieselbe Flamme unsere ganze Karriere hindurch weiterbrennt? Aha! Jetzt geht dem Leser ein Licht auf. Es geht um Karriere. Dieser Kelch geht an allen vorüber, die keine Karriere machen. Sie müssen sich das Romantische im Leben wohl oder übel außerhalb ihres Berufes suchen.

Erfolg ist der Maßstab: Der Autor lässt die Leser Anteil nehmen an seinem persönlichen beruflichen Erfolg, wie zum Beispiel bei dem amerikanischen Unternehmen FROG DESIGN, wo er Marketing-Chef war. Bei dieser Erfolgs-Poesie geht es um Veränderung, Innovation und Kommunikation. Dabei ist immer die Rede von Dingen, die funktioniert haben, die Freude machten und natürlich von

guten Ideen und cleveren Lösungen. Selten ist die Rede von Projekten, die schief gelaufen sind, von Pannen und Pleiten. Gleichwohl kommen Marketing-Leute dabei auf ihre Kosten. Es geht immer um Marken und Markenmanager, um Marketing und Werbung.

Fazit: Der Autor spricht am Schluss des Buches von einer "Neuen Romantischen Bewegung". Sein Appell: Outen Sie sich als Business-Romatiker!

Meine Einschätzung: Diese neue Bewegung bezieht sich nur auf Führungskräfte, die mit der Romantik-Idee noch erfolgreicher werden. Was ist das jetzt? Eine selbsterfüllende Prophezeiung, eine Illusion oder eine raffinierte Geschäftsidee? Vorhang zu und alle Fragen offen!

(MWonline zur Verfügung gestellt von Karl-Heinz List - www.list-freierautor.de)