

Burn-out- born again



Die Schweizer Elite scheint in vielen Belangen ausgebrannt zu sein. Amerika dagegen strotzt vor Kraft. Besonders seit der Wiederwahl von George W. Bush.

PETER GROSS

Nicht nur Rolf Schweizer ist ausgebrannt. Seine Seele spiegelt die kollektive Befindlichkeit. Unter Burn-out-Syndromen scheinen die Schweizer insgesamt zu leiden. Angesichts immer neuer Hiobsbotschaften der politischen und ökonomischen Elite unseres Landes kann das auch nicht verwundern. Wir lahmen.

Das Schweizer Kreuz, eine lange unschlagbare Waffe im internationalen Markenranking, ist verwildert. Danach gefragt, welche Schweizer Produkte den Deutschen bei der Schweiz einfallen, wird an erster Stelle Käse genannt. Die politische Mitte ist ratlos. Und meterlang sind die Regale mit Büchern mit Appellen und Marschbefehlen. Demgegenüber ist Amerika in den Augen vieler kraftvoll und dynamisch, besonders nach der Wahl von George W. Bush. Die Kurse springen an, Kaufrausch an der Wallstreet. Es wird auf Steuererleichterungen

und Dividendenausschüttungen spekuliert. Die Stärke der USA ist indessen moralisch-religiöser Natur. George W. Bush und 42 Prozent der Amerikaner bezeichnen sich als wieder geborene Christen. Sie haben sich auf Grund eines Zusammenpralls mit Gott zum Christentum bekehrt.

Zeitgenossen, die behaupten, mit Gott zu sprechen und seine Botschaften zu transportieren, sind der säkularen Intelligenz Europas zuwider. Gläubigkeit erscheint in vieler Augen als eine nette Form von Dummheit. Aber aus ihr resultiert eine natürliche Glaubwürdigkeit in der Sache, auch wenn die Sache selbst nicht geheuer ist. Es ist zwar nicht anzunehmen, dass die Amerikaner in Bezug auf das Wiedererstarken der Religion Schrittmacher für Europa sind. Unvorstellbar ist es vorderhand,

dass sich bei uns Bundesräte auf ein spirituelles Weltbild, auf höhere Gewissheiten, auf Jesus Christus und auf die Bibel beziehen. Aber die Erosion der religiösen Ordnung hat auch bei uns ein Vakuum hinterlassen. Nicht das Ozonloch ist das Problem, sondern ein Transzendenzloch. Schon der Historiker Arnold B. Toynbee hat die westliche Kultur ein Fähnchen aus Baumwolle gescholten, dem man das religiöse Herzstück herausgerissen habe.

Nun lässt sich der abendländischen Flagge nicht einfach ein frisches christliches Logo einnähen. Und wir erhoffen uns weder einen schweizerischen noch einen europäischen Bush, der von seinen Begegnungen mit Gott und dem

Teufel erzählt. Aber verstehen lernen müssen wir, was die christliche Herkunft der Schweiz und Europa bedeutet. Marianne Kleiner, die appenzellische Nationalrätin, hat ihren untergegangenen Parteipräsidenten als mitfühlenden und sensiblen Menschen bezeichnet, als – das klingt schon etwas derb aus dem Munde der lebenswürdigen Provinzfürstin – «Gegenbild eines Frontschweins». An Mitgefühl und Sensibilität krankt der Freisinn. Ohne Gemeinsinn brennt er aus.

In seiner radikalen Spielart gibt er sich mitleidlos gegenüber jenen, die in der modernen freiheitlichen Gesellschaft nicht bestehen und wenig oder nichts aus sich machen können. Bush bezeichnet sich als mitfühlenden Konservativen. Ob er das einlöst, ist eine andere Frage, aber der Begriff hält wenigstens die Erinnerung an jene christliche Tugend wach, die nicht nur aus dem Gedächtnis des Freisinns getilgt zu sein scheint.

Peter Gross ist Professor für Soziologie an der Universität Sankt Gallen. Nächste Woche: Margit Osterloh.

**An Mitgefühl
und Sensibilität
krankt
der Freisinn.
Ohne Gemeinsinn
brennt er aus.**

NEUE BÜCHER



Bernhard Bauhofer, «Reputation Management», Orell Füssli, 191 Seiten, 49 Fr.

Image ist nichts, Reputation ist alles

Kurzfristige Image-Kampagnen bringen nichts, meint Bernhard Bauhofer, die Unternehmen sollten lieber langfristig an ihrem guten Ruf arbeiten. Der Autor schreibt leicht verständlich und veranschaulicht seine Erörterungen mit Beispielen von Shell über Sony bis zu Swiss Re. Tipps gibt er nur wenige – was daran liegen könnte, dass er die Früchte seiner Beratertätigkeit nicht vor schnell preisgeben will. Trotzdem können sich Manager mit diesem Buch in Sachen Unternehmensreputation weiterbilden.



Reinhard Osteroth, «Ferdinand Porsche», Rowohlt, 304 Seiten, 40.10 Fr.

Wer war der Mann, der dem Flitzer seinen Namen gab?

Das Wort Porsche zergeht schon autobegleitenden Drittklässlern auf der Zunge. Bis der berühmte Sportwagen zum Prestigeobjekt der Gutverdienenden wurde, musste sein Erfinder einen langen, steinigen Weg gehen. Der Autor erzählt das Leben Ferdinand Porsches spannend nach. Motor-Freaks werden sich an den Schilderungen ergötzen. Nur das Hin und Her zwischen den Erzählzeiten nervt. Hier ein Rückblick, da eine Vorausschau – wer nicht aufpasst, verliert die Orientierung. Trotzdem: Ein Muss für alle, die sich für die Geschichte des Automobilbaus interessieren.

www.getAbstract.com