

Unternehmer

VON DOMINIK PIETZCKER

VERSION 1.0 | ZULETZT BEARBEITET AM 8. APR. 2019

INHALT

1. Einleitung
2. Der Unternehmer als ‚Selfmade Man‘
3. Mediengeschichte
4. Der Unternehmer als Märtyrer und Mäzen
5. Zusammenfassung
6. Einzelnachweise
7. Ausgewählte Literatur
Zitierweise

1. Einleitung

Unter dem ultimativen Primat des Ökonomischen wird auch das Phänomen des Heros neu gedeutet. Der Held ist seit jeher Repräsentant einer *vita activa* und des affirmativen Wirklichkeitsverständnisses. In einer globalen Marktwirtschaft ist sein bevorzugtes Betätigungsfeld jedoch nicht länger die militärische Expedition, sondern der ökonomische Feldzug zur Eroberung von Marktanteilen. Die Maßgabe des Erfolges ist dabei weniger der Ruhm, sondern die Numerik von Umsatz, Rendite und Profit. Ähnlich wie der – historisch problematisierte – militärische Held^[1], setzt sich der idealtypische unternehmerische Heros gegen widrige äußere Umstände und Wettbewerber durch, überwindet administrative Hindernisse, erweist sich als talentierter Taktiker und weitsichtiger Strategie.^[2] Es überrascht nicht, dass genau diese Kernbegriffe des zeitgenössischen Marketings aus dem militärischen Komplex entlehnt sind.^[3]

2. Der Unternehmer als ‚Selfmade Man‘

Die weitverbreitete Fama des erfolgreichen Unternehmertums aus eigener Kraft und Tüchtigkeit ist eng mit dem Aufstieg des Kapitalismus angelsächsischer Prägung und dessen religiöser Verankerung verknüpft.^[4] Die archetypische Vorstellung ist der sprichwörtliche Werdegang ‚vom Tellerwäscher zum Millionär‘ bzw. die Vorstellung des sogenannten *Selfmade Man*.^[5] Dieses Wunschbild ist zwar statistisch gesehen außerordentlich unwahrscheinlich,

aber gesellschaftlich enorm wirkungsmächtig. Denn das unternehmerische Erfolgs- und Karriereversprechen impliziert die Möglichkeit eines Aufstiegs zu wirtschaftlicher, wenn nicht gar geschichtlicher Größe. Das historische Epitheton der Größe, im direkten wie im übertragenen Sinne, findet sich in den sprichwörtlichen Wendungen *Big Business*, *To Big to Fail* sowie im Slogan des amerikanischen Politiker-Unternehmers Donald Trump, *Make America Great Again*, wieder. Die Insignien des ökonomischen Erfolges ähneln dabei jenen der feudalen Minoritäten, die ihre elevierte Gesellschaftsposition der eigenen Rücksichtslosigkeit und restriktiven Anwendung des Ehrbegriffes verdanken.[6] Die ökonomischen Eliten treten das Erbe der romantisch verklärten Aristokratie an und vereinnahmen ihre sichtbaren Attribute wie gesellschaftliches Repräsentationsbedürfnis, Kunstsinnigkeit sowie die Vorliebe für riskante und ausgefallene Sportarten. Die höchste Stufe freien Unternehmertums erreicht dabei der *Tycoon* als Exponent einer Wirtschaftsbranche.[7] Der kompetitive Aspekt unternehmerischen Handelns äußert sich in zahlreichen Umsatz- und Vermögensrankings (*Forbes*-Liste, Indices, Einkommenslisten von Top-Managern etc.). Auch die amerikanische Autorin Ayn Rand liefert in ihren Romanen *The Fountainhead* (1943) und *Atlas Shrugged* (1957) eine geradezu hymnische Darstellung des durchsetzungsfähigen *Selfmade Man*.[\[8\]](#)

3. Mediengeschichte

Der Unternehmer als gesellschaftlich dominanter Typus ist eng mit dem Entstehen der modernen Industriegesellschaft und ihrer Medialisierung im 19. Jahrhundert verbunden. Parallel zu seinem gesellschaftlichen Aufstieg vollzieht sich seine Literarisierung, etwa in dem Romanzyklus *La Comédie humaine* (ab 1825) von Balzac, bei Wilhelm Hauff (*Das kalte Herz*, 1827), Adalbert Stifter (*Abdias*, 1842) sowie Anfang des 20. Jahrhunderts bei Theodore Dreiser (*The Financier; An American Tragedy*). Marxistisch geprägte Autoren sehen den kapitalistischen Typus ausgesprochen kritisch. Vor allem Bertolt Brecht greift die dramatisch ergiebige Figur des Unternehmers als Verkörperung des Kapitalismus (*Die Dreigroschenoper*) häufiger auf; dabei werden auch weibliche Entrepreneurinnen in Szene gesetzt (*Der gute Mensch von Sezuan; Die heilige Johanna der Schlachthöfe; Mutter Courage*). Brecht unterstreicht dabei den aus seiner Sicht zwingenden Zusammenhang von Aufstieg, Privileg und Fremdausbeutung. *Citizen Kane*, der bahnbrechende Film Orson Welles' von 1941, ist einer historischen Unternehmerfigur, dem amerikanischen Zeitungsmagnaten Randolph Hearst, nachgebildet. Welles' interpretatorischer Ansatz ist jedoch nicht explizit kapitalismuskritisch; vielmehr deutet er das Schicksal seines Filmhelden existentiell als den unausweichlichen Weg in die persönliche Isolation. Eine weitere filmische Würdigung des freien Unternehmertums und seiner komplexen zeitgeschichtlichen Verwicklungen ist Luchino Viscontis melodramatisches Epos *Die Verdammten* (*La caduta degli dei*, 1969), welches den moralischen Niedergang einer Industriellendynastie im Dritten Reich nachzeichnet.[\[9\]](#)

Eine kritische Auseinandersetzung mit dem Unternehmertum findet sich in bemerkenswerter Häufung in der französischen Romanliteratur seit der Jahrtausendwende, exemplarisch in den Werken der zeitgenössischen Autoren Michel Houellebecq (*La carte et le territoire*, 2010), Pierre Lemaitre (*Au revoir là-haut*, 2013) und Jérôme Ferrari (*Un dieu un animal*, 2009). Wo das Signum gesellschaftlichen Erfolges einzig materieller Reichtum ist, kann auch die dramatische Fallhöhe nur materiell ermessen werden. Erfolg wird ausschließlich zum Maß des gelingenden Lebens. Mit seinem Roman *Johann Holtrop* (2012) zeichnet Rainald Goetz ein solches Unternehmerschicksal ironisierend nach.[\[10\]](#) Zuvor lieferte schon Thomas Bernhard mit

Wittgensteins Neffe (1982) eine melancholische Reflexion über den unternehmerischen Nachfahren.

Affirmative Darstellungen des aktiven Unternehmertums werden in der internationalen Managementliteratur publiziert, vor allem in der aktuellen Wirtschaftspresse. Sofern Medienunternehmen von ihren Gründern oder deren Nachfolgern selbst geführt werden^[11], ist die unkritisch-positive Darstellung des Entrepreneurs als wirtschaftlicher Hauptdarsteller gewährleistet. Autorisierte Biographien von Unternehmern und ihrem Lebenswerk sind zudem oftmals journalistische Auftragsarbeiten, deren Zweck es ist, ein möglichst positives Bild der geschilderten Person zu vermitteln. Auch die amerikanische Unterhaltungsindustrie lieferte mit den global ausgestrahlten Serien *Dallas* (1978–1991) und *Dynasty* (1981–1989, dt. *Der Denver-Clan*) massenwirksame Trivialstudien zur Gesellschaftsrolle des Wirtschaftsmagnaten. Die finanzielle Durchschlagskraft digitaler Geschäftsmodelle hat zudem seit der Jahrtausendwende einen neuen Unternehmertypus hervorgebracht, dessen hervorstechendes Merkmal seine Jugendlichkeit ist. Das kalifornische Silicon Valley mutierte für einige Jahre zum Neuen Jerusalem der Kreuzritter der Start-up-Industrie.

4. Der Unternehmer als Märtyrer und Mäzen

Zentraler Bestandteil einer Heldenvita ist die Bereitschaft zum Selbstopfer. So hat auch das Unternehmertum seine Märtyrergestalten.^[12] Als herausgehobene Repräsentanten der Wirtschaft sind insbesondere Topmanager nicht selten Opfer von Terroristen und Attentätern, die in ihnen die sichtbaren – und verwundbaren – Exponenten des politischen und ökonomischen Systems treffen wollen. Zu diesen gehörten in Deutschland Jürgen Ponto, Hanns-Martin Schleyer, Detlev Rohwedder und Alfred Herrhausen, die Opfer von weltanschaulich motivierten Morden wurden. Das Bild des Unternehmers als moderner Held wäre jedoch nicht vollständig ohne seine Tätigkeit als öffentlich wirksamer Wohltäter. Zahlreiche Stiftungen, Museen und karitative Einrichtungen weltweit zeugen von der Bereitschaft erfolgreicher Unternehmer, bereits zu Lebzeiten oder zumindest posthum einen Teil ihrer weltlichen Güter der menschlichen Gemeinschaft zurückzugeben. Bekannte Beispiele sind die *Fondation Beyeler* in Basel, das *Museo Gulbenkian* in Lissabon, die *Getty Foundation* in Los Angeles sowie die *Koerber-Stiftung* in Hamburg. Im Stiftungsgedanken zeigen sich, wenn auch in deutlich abgeschwächter und steuerlich begünstigter Form, erneut die religiösen Ursprünge des kapitalistischen Unternehmertums, wie sie bereits Max Weber herausgearbeitet hatte.

5. Zusammenfassung

Der moderne Unternehmer tritt unter ökonomischen Vorzeichen in die Leerstelle tradierter Heldenmuster und heroischer Selbststilisierungen ein. In Literatur, Film und Sozialwissenschaft wird seine exponierte Rolle kritisch, in den Wirtschaftswissenschaften hingegen affirmativ gesehen. Der ökonomische Akteur ist Gegenstand von modernen Mythologisierungen, die jedoch nicht zwingend positiv sind. Wie der tradierte Heros bleibt auch der Repräsentant des Unternehmertums eine interpretationsbedürftige und zutiefst ambivalente Figur. In einem Satz: Der Unternehmer ist die Heldenfigur des Spätkapitalismus – Exponent einer hochriskanten Wirtschafts-, Gesellschafts- und Lebensform.

6. Einzelnachweise

1. Das Militär und der von ihm verkörperte Habitus werden in Deutschland seit 1945 kritisch gesehen. Auch in den USA hat der Vietnamkrieg den moralischen Nimbus der Armee zerstört, zumindest jedoch nachhaltig beschädigt. Die höchste Identifikation bei der Zivilbevölkerung dürfte die Armee (*Tsahal*) in Israel genießen, vgl. hierzu Segev, Tom: 1967 – Israels zweite Geburt. München 2009: Pantheon.
2. Die Klischees lauten „dynamisch, zäh, erfolgreich, sportiv“, vgl. Reuter, Edzard: „Manager in der modernen Industriegesellschaft“. In: Reuter, Edzard: Horizonte der Wirtschaft. Über die Herausforderungen unserer Zeit. Stuttgart 1993: Deutsche Verlags-Anstalt, 220.
3. Die Managementliteratur weist eine unübersehbare Anzahl von Titeln auf, die – ob kritisch oder nicht – die militärische Metapher übernehmen. Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist auch der von Charles W. Mills geprägte Begriff des *militärisch-industriellen Komplexes*, der gerade das Ineinanderspielen von ökonomischen und militärischen Aspekten betont. In jedem Fall sind Militärs und Entrepreneurere gleichermaßen Männer der Tat und bevorzugen die Aktion.
4. Vgl. hierzu ausführlich bereits Weber, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Hg. und eingeleitet von Dirk Kaesler. München 2013 [1904/1905]: Beck.
5. Kritisch vgl. Mills, Charles Wright: The Power Elite. New York 2002: Oxford University Press; sowie Hartmann, Michael: Der Mythos von den Leistungseliten. Spitzenkarrieren und soziale Herkunft in Wirtschaft, Politik, Justiz und Wissenschaft. Frankfurt 2002: Campus.
6. Vgl. Ossowska, Maria: Das ritterliche Ethos und seine Spielarten. Frankfurt a. M. 2007: Suhrkamp.
7. Vgl. in melancholischer Brechung das Romanfragment *The Last Tycoon* (1941) von F. Scott Fitzgerald.
8. Legendär ist das ikarische Bild, mit dem Ayn Rands Roman *The Fountainhead* beginnt: „Howard Roark laughed. He stood naked at the edge of a cliff.“ Rand, Ayn: The Fountainhead. London 2007: Penguin Books [New York 1943], 3.
9. Die dramatische Familienaufstellung des Films ist, in ästhetischer Überhöhung, der Familie Krupp von Bohlen und Halbach nachgezeichnet. Berthold Beitz, der Generalbevollmächtigte von Krupp, versuchte vergeblich, die Vorführung von Viscontis Film in Deutschland rechtlich zu unterbinden.
10. Der spektakulär gescheiterte und durch die hysterische Medienberichterstattung gesellschaftlich stigmatisierte Manager Thomas Middelhoff ist unschwer als das reale Vorbild des Titelhelden *Johann Holtrop* zu erkennen.
11. Hier wäre im angelsächsischen Raum etwa an Rupert Murdoch, in Frankreich an François Pinault, in Italien an Silvio Berlusconi sowie in Deutschland an Thomas Döpfner zu denken, der selbst Großaktionär der von ihm geführten Axel Springer SE ist.
12. Zum Begriff des Märtyrers in der Moderne vgl. Weigel, Sigrid (Hg.): Märtyrer-Porträts. Von Opfertod, Blutzeugen und heiligen Kriegern. München 2007: Fink.

7. Ausgewählte Literatur

Goetz, Rainald: Johann Holtrop. Berlin 2012: Suhrkamp.

Hartmann, Michael: Der Mythos von den Leistungseliten. Spitzenkarrieren und soziale Herkunft in Wirtschaft, Politik, Justiz und Wissenschaft. Frankfurt 2002: Campus.

James, Harold: Krupp. Deutsche Legende und globales Unternehmertum. München 2011: Beck.

Käppner, Joachim: Berthold Beitz. Die Biographie. Mit einem Vorwort von Helmut Schmidt. Berlin 2010: Berlin.

Lüchinger, René / Willmann, Brigitta: Der Jacobs Weg. Die autorisierte Biografie des Unternehmers Klaus J. Jacobs. Zürich 2007: Orell Fuessli.

Mills, Charles Wright: The Power Elite. New York 2002: Oxford University Press.

Schumpeter, Joseph: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. Stuttgart 2005: Francke.

Rand, Ayn: Atlas Shrugged. London/New York 1996: Signet.

Rand, Ayn: The Fountainhead. London 2007: Penguin Books.

Rand, Ayn: The Anthem. London/New York 2004: Blackstone Pub.

Reuter, Edzard: Horizonte der Wirtschaft. Über die Herausforderungen unserer Zeit. Stuttgart 1993: Deutsche Verlags-Anstalt.

Storch, Wolfgang (Hg.): Götterdämmerung. Luchino Viscontis deutsche Trilogie. Berlin 2003: Jovis.

Weber, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Herausgegeben und eingeleitet von Dirk Kaesler. München 2013: Beck.

Zitierweise

Dominik Pietzcker: „Unternehmer“. In: Compendium heroicum. Hg. von Ronald G. Asch, Achim Aurnhammer, Georg Feitscher und Anna Schreurs-Morét, publiziert vom Sonderforschungsbereich 948 „Helden – Heroisierungen – Heroismen“ der Universität Freiburg, Freiburg 08.04.2019. DOI: 10.6094/heroicum/unttd1.0

Metadaten

DOI	10.6094/heroicum/unttd1.0
Schlagworte (DNB/GND)	Unternehmer , Entrepreneurship , Marktwirtschaft , Big Business , Aristokratie , Industriegesellschaft , Marxismus , Kapitalismus , Wirtschaft , Politik
Karlsruher Virtueller Katalog (KVK)	Unternehmer , Entrepreneurship , Marktwirtschaft , Big Business , Aristokratie , Industriegesellschaft , Marxismus , Kapitalismus , Wirtschaft , Politik
Lizenz	Creative Commons BY-ND 4.0
Rubrik	Heldentypen

Index	<p>Autor(en): Dominik Pietzcker</p> <p>Personen: Max Weber, Honoré de Balzac, Bertolt Brecht, Theodore Dreiser, Donald Trump, Ayn Rand, Wilhelm Hauff, Adalbert Stifter, Orson Welles, William Randolph Hearst, Luchino Visconti, Michel Houellebecq, Pierre Lemaitre, Jérôme Ferrari, Rainald Goetz, Thomas Bernhard, Jürgen Ponto, Hanns-Martin Schleyer, Detlev Rohwedder, Alfred Herrhausen, Karl Marx, Silvio Berlusconi, Rupert Murdoch, Thomas Döpfner, François Pinault, Thomas Middelhoff, Berthold Beitz</p> <p>Räume: USA, Frankreich, Deutschland, Hamburg, Lissabon, Basel, Los Angeles, Kalifornien, Silicon Valley</p> <p>Epoche: 19. Jahrhundert, 20. Jahrhundert, 21. Jahrhundert, Spätkapitalismus, Nationalsozialismus</p>
-------	---

Compendium heroicum

Das Online-Lexikon des Sonderforschungsbereichs 948
„Helden – Heroisierungen – Heroismen“
an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

In Kooperation mit dem Open Encyclopedia System
der Freien Universität Berlin
www.open-encyclopedia-system.org

Gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft

Kontakt

Sonderforschungsbereich 948
„Helden – Heroisierungen – Heroismen“
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Hebelstraße 25
D-79104 Freiburg im Breisgau

www.compendium-heroicum.de
redaktion@compendium-heroicum.de