


SCHRIFTEN ZUR WIRTSCHAFTSPHILOSOPHIE

WOLF DIETER ENKELMANN

MATERIALIEN ZUR UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE I:
DIE SEELE DES UNTERNEHMENS

I.	UNTERNEHMENERISCHE ZWECKRATIONALITÄT	01	
II.	DAS INTERESSEN-KONGLOMERAT	02	
III.	INVESTITIONS-KONGLOMERATE	02	
IV.	DAS GANZE UNTERNEHMEN	03	
V.	HINDERNISSE FÜR DIE WELTSEELE	04	
VI.	DIE SELBSTBEWEGUNG	05	
VII.	DIE DISKRETIION DER SEELE	06	

INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSGESTALTUNG

Bordeauxplatz
Wörthstraße 25
81667 München
buero@ifwo1.de
www.ifwo1.de
Servicebüro: +49.[o]89.44454958

DIE SEELE DES UNTERNEHMENS

I. UNTERNEHMENERISCHE ZWECKRATIONALITÄT

„Das Streben nach Gewinn darf nicht das treibende Motiv für die Arbeit sein, sondern allein der Wille nach Verbesserung der Technik, verbunden mit Wirtschaftlichkeit der Ausführung bei Vermeidung aller unproduktiven Reibungsarbeit.“ So bestimmte einst Carl Friedrich von Siemens seine Zielsetzung. Er wird die Gewinne, die er erzielte, nicht verachtet haben. Wenn man ihm aber Glauben schenken kann, dann war für ihn nicht der Gewinn, der sich aus dem Unternehmen ziehen läßt, Sinn und Zweck der Arbeit, sondern das Gedeihen des Unternehmens selbst. Das Unternehmen hat demnach einen autonomen Selbstwert, den es zu schützen und um keinen Preis zu verkaufen oder zu verraten gilt. Wem auch immer es sonst noch gehört, gehört es primär doch sich selbst.

Es gab immer schon und gibt auch heute noch Unternehmer, die nach ihrer eigenen Überzeugung das Wohl des Unternehmens über alles stellen. Ehrlicherweise wird man einräumen müssen, dass daran so manches Mal nicht viel Wahres ist. Viele derer, die ihr Unternehmen im Alter mit in den Abgrund gerissen haben, bezeugen das. Aber es gibt auch unzählige Unternehmen wie etwa Siemens, Miele und viele andere, die diesen Mythos ihrer Gründergenerationen zurecht pflegen und glaubwürdig weiterleben.

Ein solches Verhalten ist kein selbstloses und uneigennütziges Engagement. Vielmehr verbinden sich damit hohe Erwartungen an die eigene Selbstverwirklichung. Aber es ist doch eine merkwürdige Hingabe an das eigene Eigentum. Der Unternehmer macht sich selbst persönlich zum Mittel des Mittels, mit dem er sich seine Wünsche erfüllen will, und macht das Gedeihen dieses Mittels zum Zweck seines Lebens. – Worin hat dieses Verhalten seinen Grund? Worin findet es einen *guten* Grund, einen, aus dem auch Gutes folgt? Wie kann sich, wer sich auf dieses Risiko einläßt, vor vergeblicher Verausgabung schützen?

Wenn diese zirkuläre Art angewandter Zweckrationalität nicht im Unglück der Verkehrung von allen in sein Gegenteil enden soll, braucht es eine Idee des Unternehmens, die es über seine Mittelfunktion hinaushebt und trägt. Es führt zu nichts Gutem, wenn es wie ein Apparat, eine Maschine oder gar wie ein Zwangsarbeitslager behandelt wird. Für manche ist ihr Unternehmen eine Art künstlerisches Projekt, für andere ein moralisches, für dritte ein Projekt des technischen Erfindungsgeistes, für weitere eine unglaubliche Chance, den persönlichen Triebkräften eine Durchschlagskraft und Reichweite zu bescheren, die sonst völlig unerreichbar wäre. Wieder andere sehen in ihm schlicht eine Erlösung von Banden der Abhängigkeit und Unfreiheit, in welche sie sonst geschlagen wären.

Auch das Rachemotiv spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle. Es macht ein Unternehmen zu einer Waffe, es der Welt zu zeigen und heimzuzahlen. Und jeder gute Krieger weiß, dass er seine Waffen pfleglich, sogar mit Hingabe behandeln muß, soll sie ihn nicht im Stich lassen, wenn es darauf ankommt. Rein ökonomisch meßbare Zwecke sind eher die Seltenheit und ökonomische Erfolge oft nur Mittel zum eigentlichen Zweck des Unternehmens bzw. des Unternehmers.

In all diesen Motiven nistet ein Selbstwert des Unternehmens, jedenfalls dann, wenn sich die Sache erfolgreich anläßt. Die Vitalität dieses Selbstwertes, die Energie des Eigenlebens des Unternehmens trägt die Dynamik und schützt vor den verhängnisvollen Folgen, die andernfalls zum Beispiel das Rachemotiv unweigerlich entfalten wird. Denn der Rächer lernt irgendwann unausweichlich auch sich selber kennen und verfällt selbst dem, was er ausübt. Es gibt prominente Unternehmensgeschichten, die das augenfällig zeigen.

II DAS INTERESSEN-KONGLOMERAT

Jeder, der in ein Unternehmen eintritt, jeder, der in ein Unternehmen investiert, und jeder Käufer seiner Produkte verfolgt eigene Zwecke und benutzt das Unternehmen dafür. Das kann man niemandem verwehren. Das ist Grundlage der modernen Ökonomie. Wenn mittels des Unternehmens eigene Zwecke verfolgt werden, wie es jeder im und in Bezug auf ein Unternehmen macht, auch dann braucht das Unternehmen einen eigenen Wert, ein Vermögen, das unveräußerbar bleibt. Und alle brauchen ein Gefühl für die eigene Dynamik des Unternehmens. Sonst ist es bald aufgezehrt und buchstäblich *aus*-genutzt.

Ein Unternehmen existiert durch diese Interessen-Konglomerate, ist als solches aber noch etwas anderes und mehr als die Summe aller einzelnen Interessen, die sein Vermögen sind und doch nichts anderes tun als es ihm abspenstig zu machen. Denn diese Interessen wollen ja nicht das Unternehmen reich machen, sondern sich befriedigen. Es braucht eine eigene Kraft, all diesen Interessen, um deren Befriedigung willen ein Unternehmen da ist, den Widerstand entgegensetzen zu können, den es braucht, damit es ein Agent oder Instrument der Befriedigung bleibt und sich nicht in die Interessen verliert.

Man kann es auch so sagen: Das Unternehmen gehört niemandem. Es ist ein herrenloses Gut und kann sich allem Anschein nach nicht dagegen wehren, dass sich die diversen Interessen seiner bemächtigen, denen es seine Existenz verdankt. Nur solange es seine Herrenlosigkeit – oder, nochmal anders gesagt: seine Unbeherrschtheit und Ungehörigkeit – bewahren kann, kann auch jemand etwas von ihm haben. Gerät es hingegen vollständig in Besitz und Verfügungsgewalt der diversen Interessen, dann kann es diese nicht mehr erfüllen. Woher nimmt das Unternehmen diese selbständige Kraft?

III INVESTITIONS-KONGLOMERATE

Jeder, der von der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens profitieren will, muß etwas in sie investieren. Ausnahmslos jeder. Finanzielle Mittel, Zeit, Können und Ingenium, Wissenschaft, Kreativität sowie sonstige, oft unbestimmt bleibende Geistes-, Körper- und Seelenkräfte. Die anscheinend relativ außenstehenden Käufer, die Konsumenten der Produkte sind davon nicht ausgeschlossen. Nicht nur einzelne, sondern die ganze Gesellschaft muß – sich – in den unternehmerischen Erfolg investieren.

Unternehmen fordern eine ihrem Gedeihen förderliche Weltanschauung und ein ihrer Weisensart entsprechendes Menschenbild ein. Sie können nur überleben und wachsen in einer bestimmten geistigen und emotionalen Kultur, in einer Lebens- und Weltwirtschaftsauffassung, die auszubilden und der sich zu überantworten die Menschen, die von der Leistungsfähigkeit unternehmerischer Korporationen profitieren wollen, nicht entkommen. Die Menschen investieren nicht nur dies oder jenes, sondern immer auch sich im Ganzen.

Karl Marx hatte das einst so gesagt: Die Menschen erzeugen und nutzen nicht nur die Produkte ihrer Arbeit, sondern selbst deren Produkt. Eine These, die allerdings eines erweiterten Arbeitsbegriffes bedarf, als landläufig in Gebrauch ist und als wohl auch Marx selbst meinte. Andernfalls droht sich dieser Denkansatz gefährlich zu verkürzen. Und das führt dann zu Ausschlüssen von gesellschaftlich lebenswichtigen Produktionsfaktoren und Handlungsdimensionen.

Solange sich diese Investments in die Unternehmenskultur mit den erzielten und verwerteten Nutzwerten die Waage halten oder jene diese überwiegen, überlebt, gedeiht und wächst ein Unternehmen. Doch mehr als eine wichtige Voraussetzung ist das nicht. Zumal das allein noch keine Garantie liefert wider Fehl- oder Scheininvestitionen, die durch kurz-

fristige Erfolge einen gegenteiligen Anschein erzeugen und zu so felsenfesten wie trügerischen Überzeugungen führen, die nur um kurzfristig unübersehbare, langfristig unbezahlbare Preise erhandelt sind. Die in den 70-er Jahren den sehr folgenreichen Versuch machten, „Grenzen des Wachstums“ zu bestimmen, wollten in ihrer Weise auf eben dieses Problem aufmerksam machen.

Allerdings entsteht auch, wenn man Interessen und Investitionen zusammenrechnet, noch kein Unternehmen. Da gehört noch manch anderes dazu. Die europäische Geschichte, Manifest einer außergewöhnlich erfindungsreichen Kultur, hat sehr lange gebraucht, bis aus ihrem Schoße dergleichen hat entstehen können. Aus dem Kampf ums Überleben läßt sich ihr Entstehen nicht erklären. Im Gegenteil, nichts steht ihrem Entstehen nachhaltiger entgegen als die Verfänglichkeit in die Macht der Notwendigkeit und des Schicksals. Wer zuviel arbeitet, kommt nicht zum Geldverdienen, heißt es auch noch unter den luxuriösen heutigen Lebensbedingungen im Westen.

IV DAS GANZE UNTERNEHMEN

Das Ganze des Unternehmens ist mehr als die Endsumme seiner Teile. Denn ein Unternehmen besteht nicht nur aus einer technischen und organisatorischen Addition mit einer mathematischen Bilanz. Sondern es lebt. Es bringt die Teile, dessen Summe es ist, in ein bestimmtes Spiel miteinander. Oder: Die Teile spielen ein bestimmtes Spiel miteinander. Erst dieses Spiel macht über die Summe der Teile hinaus ein Unternehmen aus. Dessen Substanz läßt sich teils berechnen, teils nicht. Ein Unternehmen ist so berechenbar, wie es unberechenbar ist.

Allein mit mechanistischen Kriterien läßt sich dieses *Spiel* nur unzureichend beschreiben. Wird dennoch mit aller Gewalt und um jeden Preis versucht, es auf mechanische Funktionalität zu reduzieren, um alle möglichen Störfaktoren auszuschalten, erkrankt das Unternehmen. Auch mechanische Funktionsabläufe leben von etwas, was selbst nicht mechanisch funktioniert.

Die moderne Organisationssoziologie hat daher für Korporationen, Organismen oder Organisationen dieser Art den Begriff der *autopoietischen Systeme* geprägt. Mit dem Begriff der Autopoiesis benennt sie in ihrer Weise etwas, was man auch die *Seele des Unternehmens* nennen könnte. Die Seele hält das Unternehmen unter seinen wagen Existenzbedingungen beisammen, verteidigt seine Eigendynamik gegen alles, was es angreift, und sichert seine kreative Entwicklung. In der Seele des Unternehmens keimt sein Selbstwert und wohnt die Idee und der Spirit, die Unternehmer, Mitarbeiter oder sogar auch Kunden gelegentlich das Wohl des Unternehmens über alle persönlichen Interessen stellen lassen.

Eine der entscheidendsten Aufgaben, die sich dem Management von Unternehmen stellt, ist, den geeigneten Spürsinn für diese Seele des Unternehmens zu entwickeln, mit ihr kooperieren zu lernen, sich von ihr stimulieren und lenken zu lassen und – natürlich – auch sie steuern zu können.

Platon bringt ein schönes Bild von der Aufgabe, die sich bei diesem Steuerungsvorhaben stellt, in dem sicher viele Unternehmensleiter Erfahrungen mit ihrer Aufgabe teils nicht schlecht beschrieben sehen, teils aber auch kaum wiedererkennen dürften. Nur soviel sei hier davon zitiert: Die Seele „*gleiche [...] der zusammengewachsenen Kraft eines befiederten Gespannes und seines Führers.*“ Dabei „*ist von den Rossen das eine schön und gut und solchen Ursprungs, das andere aber entgegengesetzter Abstammung und Beschaffenheit. Schwierig und mühsam ist daher natürlich [...] die Lenkung*“, zumal auf dem Wege zwischen Himmel und Erde, den dieses Gespann, wie Platon weiter erzählt, zu nehmen hat.



Die widersprüchliche Verfassung der Pferde steht, versteht sich, für das ganze Gespann einschließlich seines Lenkers.

V HINDERNISSE FÜR DIE WELTSEELE

Mit der Seele des Unternehmens zu rechnen, gibt es nun zwei grundlegende Hindernisse. Das eine ist die moderne psychologische Auffassung, die der Seele ihren Platz in den einzelnen Menschen zuweist. Menschen haben eine Seele, vielleicht auch noch die Tiere, doch dann wird es schwierig. Ein überlieferter Begriff wie die Weltseele verliert so jede Realität und scheint bestenfalls noch in jener personalisierten Form realisierbar, wie seinerzeit Hegel Napoleon als *Weltseele* zu Pferde durch Jena ziehen sah. Wo noch auf religiöse Traditionen vertraut wird, findet sie sich ebenfalls personalisiert und dem Gott zugeordnet, der die Welt regiert. Wo indes die moderne Rationalität regiert, da verliert sich ein solcher Begriff ins Ungefähre.

Das von Platon und vielen anderen entwickelte Denkbild einer im Ganzen beseelten Welt läßt sich rational jedenfalls nicht mehr vernünftig darstellen. Weltseele als Seele der Welt – rational ein wissenschaftlich nicht fassbares Rätsel, eine irrationale, poetische Metapher, in der empfindsame Gemüter ihren Frieden finden, die aber, wo es hart auf hart ums Ganze geht, wenig beizutragen hat.

So kommt es zu dem bekannten Widerspruch, einerseits einen *seelenlosen Kapitalismus* zu fürchten, ihn andererseits aber nicht wirklich beseelt denken zu können. Die bekannte Lösungen dieses Widerspruchs durch gesetzliche Regelungen, moralische Plädoyers für Menschlichkeit, alles in allem etwa das Konzept einer sozialen Marktwirtschaft etc. mögen an den negativen Folgen des seelenlosen Kapitalismus manches nachhaltig mildern, rühren aber nicht an die Kernfrage, die mit dem Begriff des seelenlosen Kapitalismus aufgeworfen ist. Wie immer die Menschen strebsam sich bemühen – er selbst als solcher bleibt seelenlos. Wenn er es denn wirklich ist, was systematisch zu überprüfen gemeinhin ernsthaft nicht einmal in Erwägung gezogen wird.

Methoden, mit denen sich sonst, wie es scheint, alles aufspüren läßt, was die Menschen ausmacht, versagen, wenn es darum geht, ihre Seele aufzufinden. Da sie nun schon mal rein physisch nicht dingfest zu machen ist, muß sie allerdings auch nicht gegenständlich ins Menscheninnere verlegt werden. Die Innerlichkeit der Seele ist nur eine Zuordnung, die Ordnungsbedürfnisse befriedigt, damit man wenigstens weiß, wo das ist, dessen Existenz sich kaum vernünftig nachweisen läßt. Solche Zuordnungen mögen da und dort weiterhelfen, ersetzen aber die Erkenntnis nicht oder nur zum Schein.

Wenn hier nun die Möglichkeit der Existenz einer überpersönlichen Seele von Organisationen, wie es Wirtschaftsunternehmen sind, in Anschlag gebracht wird, muß das von daher noch nicht einmal wider das Privileg einer exklusiven menschlichen Beseelung gewendet werden. Das eröffnet vielmehr nur eine erweiterte, überpersönliche Dimension dieser persönlichen menschlichen Beseelung. Man kann so sagen: Die Seele des Unternehmens wird von seinen Menschen gebildet. Was sie aber bilden, ist mehr als ihre Summe und von ähnlich eigenständiger, selbstbewegter Verwirklichung, wie es die Menschen selbst sind oder wenigstens sein könnten, in einem beseelten Umfeld. Vielleicht ist es das, was Rudolf Miele's Überzeugung, dass sein Unternehmen alle Generationskonflikte gut überstanden hat, „*weil wir alle beseelt waren vom Unternehmen*“⁹², ein reales Fundament gibt.

Das zweite Problem, das sich einer wirtschaftlich und unternehmerisch realitätstüchtigen Begriffsbildung entgegenstellt, liegt in der Romantik begründet. In den Vorstellungen von

der Seele hat die historische romantische Gefühlswelt einen bleibenden Platz gefunden. Nirgendwo sonst lebt dieses Lebensgefühl so nachhaltig weiter. Alle psychologische und psychoanalytische Aufklärung, die inzwischen ins Land gegangen ist und sehr viel Wissen über die Seele akkumuliert hat, die die Seele im Un- oder Unterbewußtsein der Menschen ausbaldowert, hat daran wenig ändern können. Teils auch deshalb, weil die Psychologie und insbesondere die Psychoanalyse selbst in ihrem Methoden- und ihrem Selbstverständnis der Romantik verpflichtet und ziemlich romantisch ist.

Diese romantische Präformation macht aus der Seele ein körperloses, wenig tatkräftiges, eher geistartiges, dennoch überaus empfindsames Gebilde, eher im Schönen, Wahren und Guten aufgehoben als eine Lösung für die Härte des Lebens. Diese sentimental Vorstellungen führen zu einem einseitigen Bild, das wesentliche Aspekte der Seele noch unzugänglicher macht, als sie es sowieso schon sind.

VI DIE SELBSTBEWEGUNG

Einen ganz anderen Begriff von der Seele findet sich bei Platon. Für ihn ist sie die Elementarenergie alles Anfangens und aller „*Bewegung Anfang*“. Und über diesen Anfang behauptet Platon: „*Der Anfang ist unentstanden*“. Zur Begründung dieser These vertraut Platon auf eine einfache Logik: „*Wenn der Anfang aus etwas entstünde, entstünde nichts mehr aus dem Anfang*“. Das Anfangen – alles Handeln also, sofern es mehr ist als nur die kausale Folge, die Wirkung bereits vorausgegangener Ursachen – ist selbstanfänglich. Da – und wenn – es dieses Anfangen auch ohne Anfang gibt, läßt es sich in der Tat kaum anders als selbstanfänglich denken. Dass dies nicht nur ein logischer Trick ist, sich über die Unmöglichkeit eines Anfanges, der dennoch von großer Notwendigkeit ist, hinwegzuhelfen, wollen wir Platon an dieser Stelle einfach mal glauben. „*Demnach ist der Bewegung Anfang das sich selbst Bewegende*“. Und dieses „*sich von selbst Bewegende [...] darf man sich nicht schämen, [...] für das Wesen und den Begriff der Seele zu erklären*“, meint Platon.

Merkwürdig, wie sich gewisse Dinge offenbar nie ändern. Schambesetzt ist es nach wie vor, diese Selbstbewegung mit der Seele in Verbindung zu bringen oder umgekehrt Seele nur dort am Werke sehen zu wollen, wo Selbstbewegung spürbar und wirksam wird. Auch die moderne Organisationssoziologie, die ja zweifellos auf dieser Spur wandelt, vermeidet das. Aus Gründen, die leider wohl gut genug wären, es auch hier dabei zu belassen. Andererseits hat aber wohl auch Platon gute Gründe, dennoch auf dieser Benennung, die einem Bekenntnis gleichkommt, zu bestehen.

Mit dieser Definition wird die Seele zum unter Umständen auch sehr unsentimentalen Inbegriff der Handlungskraft, jeder Motivation sowie jeder wahren Bewegung, zur einzigen Chance effektiver Veränderung und Neuschöpfung bzw. Erfindung und Innovation und zur Quelle jeder Verkörperung, die nicht im Verrat an ihr selber endet. Denn *Selbstbewegung*, das ist rein geistig völlig undenkbar und wäre so eine reine Abstraktion. *Selbstbewegung* ist ein körperlicher Begriff. Die Seele ist dieser Definition nach ein unmögliches Wesen, das seine Existenz der Fähigkeit verdankt, das Unmögliche möglich zumachen, nämlich Anfänge zu stiften, die keine Anfänge haben.

Die Selbstbewegung der Seele läßt sich auch nicht in irgendwelche verdinglichten Vorstellungen des Ortes, an dem sie statthaft wäre, einsperren. So ist es ihrem Begriff nach absurd, sie allein einer menschlichen Innerlichkeit zuzuweisen. Selbst als menschliche Seele wirkt sie über die Grenzen des gegenständlichen Körpers, zu dem sie gehört, hinaus.

So leicht will ihr das allerdings, wie auch schon Platon beklagte, nicht gelingen. Die Menschen begraben sie nur allzu gerne in sich, aus Angst vor den Folgen, ließen sie sie frei.

Man bewahrt sie für sich, statt sie ins Spiel zu bringen und läßt sich von seinem Narzissmus leiten, alles eigene, was doch größer ist als die Iche, denen es zueigen ist, um nahezu jeden Preis unter sich zu bringen, statt dass sich diese Iche ihrer Seele überantworteten. Eine Seele zu haben, läßt sich keiner gerne ausreden, sie möglicherweise gerade so zu verlieren und nur einen müden, empfindsamen Nachhall sein eigen zu nennen, mag sich kaum einer überzeugen lassen.

Jedenfalls aber gibt es von hier aus prinzipiell keinen Hinderungsgrund mehr, in überpersönlichen Schöpfungen eine Seele am Werke zu sehen. Und es ist auch unübersehbar, von welcher Bedeutung ihr Wirken gerade für Unternehmen aller Art ist. Zehrt sich die Selbstbewegungskraft eines Unternehmens auf, wird es schwindsüchtig und geht es letztlich zugrunde. Es verliert seine Seele, damit alle Gewinnaussichten und zuletzt sogar seine Reproduktionsfähigkeit.

VII DIE DISKRETION DER SEELE

Wenn Rudolf Miele behauptet, seine Familie sei von seinem Unternehmen beseelt, dann spricht er, wenn es wahr ist, von mehr, als sich mit den Kriterien der autopoietischen Dynamik beschreiben läßt. Zum einen nämlich macht diese Redeweise die Autopoiesis eines Unternehmens zu einem Subjekt.

Die Mielés waren und sind von ihrem Unternehmen beseelt. Wenn das nicht nur eine Einbildung ist und der euphemistische Ausdruck für eine subjektive Besessenheit, dann *waren* sie nicht nur beseelt, sondern dann *hat* sie ihr Unternehmen auch beseelt. Es erscheint damit als Täter. Auch Platons Selbstbewegung ließe sich noch als ein quasi objektives funktionales Geschehen deuten, nannte er sie nicht Seele. Erst diese Benennung kehrt diese subjektive, von selbst handelnde Dimension selbstanfänglicher Bewegung hervor.

Und von einer solchen Art überpersönlicher, damit auch übermenschlicher Subjektivität läßt sich wohl wirklich nur beschämt reden, da es das persönliche Ich in seinem Narzissmus, mit dem es sich naturgemäß stets zum Maß aller Dinge macht, *über*-spielt und beschämt. Von der Seele seines Unternehmens nur beschämt reden zu können, zeichnet dann vielleicht den aus, der nicht schamlos genug ist, sie sich nicht nur gleichgültig zunutze zu machen.

Zum zweiten ist die Seele des Unternehmens noch aus folgendem Grund mit autopoietischen Kriterien nur unzulänglich zur Sprache zu bringen: Die Seele bringt die funktionale Dimension der Bewegung mit der kommunikativen zusammen. Selbst-Bewegung – das läßt sich in allen aus der Kausalmechanik abgeleiteten Bewegungsformen allein nicht beschreiben.

Das *Selbst* dieser Bewegung verwirklicht sich in eigener Weise. Und da hat dann die romantische Tradition wieder Recht: Von selbst bewegt sich nichts, ohne dass es zu einer *Selbst*-Berührung käme. Und dieses Gemeinsame von funktionaler und kommunikativer Dynamik, von Bewegung und Berührung bildet den energetischen Quell-Pool jeder Korporation und ist der diskrete Charme, das Geheimnis ihrer Seele.

© W.D. ENKELMANN, IfW SEPTEMBER 2004

Nachweis:

- ¹ Platon, Phaidros, 246a
- ² cit. SZ 20.08.04
- ³ Platon, Phaidros, 245 c-e

