

Joachim Zischke

# Kant am Bauzaun

Gespräche für Nichtkonformisten

Dialogus





In den ›Gesprächen für Nichtkonformisten‹ greift Joachim Zischke die Idee Platons auf, im Dialog deutlich zu machen, dass unsere vor-gefassten Meinungen selten einer gründlichen Überprüfung standhalten, dass es immer eine andere Sicht auf die Dinge gibt. Das Ziel seiner fiktionalen und realen Gespräche liegt nicht in der Wahrheitsfindung, einer ausgeklügelten Beweisführung, auch nicht darin, zu einer Übereinstimmung in einer bestimmten Sache zu kommen. Für Zischke bedeutet das schriftliche Verfassen eines Dialogs eine erweiterte Form des Nachdenkens. Die vorliegenden Gespräche behandeln Aspekte des privaten, beruflichen und wirtschaftlichen Lebens. Nicht wenige davon harren noch immer einer Problemlösung, zum Beispiel Fragen über ethisches Wirtschaften, die Angriffe auf und Eingriffe in unsere persönliche Identität oder das *Crowdsourcing* als neue – prekäre – Form des Arbeitens.

Joachim Zischke, Jahrgang 1953, lebt und arbeitet an der Deutschen Weinstraße. Er ist Autor von Büchern, Brettspielen und Planspielen, in denen er sich mit den Themen Gehen, Genuss, Kreativität, Lesen, Musze, Spiel, Wein und Wissen beschäftigt. Sein Werk gilt allgemein als unbekannt und unerforscht. Für seine fachlichen und literarischen Arbeiten erhielt er keine Preise, Auszeichnungen oder Orden. Er nimmt diesen Umstand mit Gelassenheit.

Seine Website: [dmps.de](http://dmps.de).

Joachim Zischke  
Kant am Bauzaun



Joachim Zischke  
Kant am Bauzaun  
Gespräche für  
Nichtkonformisten



D i a l o g u s

© 2016 Joachim Zischke. Bad Dürkheim  
Dialogus Autorverlag  
dialogus.de

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig. Das gilt vor allem für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

ISBN 978-3-925187-09-4



In der Tat, wenn wir das  
meiste, was in unserem  
Reden und Tun unnötig ist,  
wegließen, so würden wir  
mehr Muße und weniger  
Unruhe haben.

*Marc Aurel*



# Inhalt

Vorwort	13
Erste Begegnung zwischen Leser und Autor	19
Reine Denkarbeit. Oder: Der Wortklauf	27
Kein Tag ohne ein Buch	33
<i>Gespräch mit Dieter Wunderlich</i>	
Maschinenmenschen	41
Über Identität	51
<i>Gespräch mit Paul J. Kohtes</i>	
Die persönliche Identität im Zugriff von Wirtschaft und Staat	57
<i>Gespräch mit Alexander Greisle</i>	
Kant am Bauzaun	67
Die Kunst des Denkens	85
<i>Gespräch mit Peter Albertz</i>	
Die wundersame Welt der Querdenkerei	91
Drei Jahreszeiten für Kultur, Ethik und Wirtschaft	103
<i>Gespräch mit Sabine Raiser</i>	
Unplan und Tod	109
Crowdsourcing für Kreative: Fluch oder Segen?	115
<i>Gespräch mit Frank Wolff</i>	

Tea and Scones	133
Wahlkreuz passé	143
Das Schreiben von Lyrik zum Ganzwerden des eigenen Lebens	153
<i>Gespräch mit Thomas Beller</i>	
Das Barizzenspiel	169
Das Visualisieren von Gedanken und Emotionen	171
<i>Gespräch mit Reinhard Kuchenmüller</i>	
Im Kaffeehaus	179
Interview im journalistischen Stil	189
<i>Gespräch mit Joachim Zischke</i>	
Literaturverzeichnis	195

# Vorwort

a.

In der Akademie Platons von Athen wurde Philosophie, Mathematik und Gymnastik – nein, nicht unterrichtet, das trifft die Sache nicht: Das lebendige Gespräch war das Wichtigste. Lehrer und Schüler wandelten diskutierend und disputierend in der schattigen Säulenhalle des Peripatos. Und so verwundert es nicht, dass Platon seine Philosophie – und die des Sokrates gleich mit – in der Form des (fiktiven) Dialogs niederschrieb.

Der Dialog ist ein Zwiegespräch, eine von zwei oder mehreren Personen abwechselnd geführte Rede und Gegenrede. Die Literaturwissenschaft definiert den ›platonischen Dialog‹ als ein literarisches Genre; die Sprachwissenschaft unterscheidet zwischen Gespräch und Dialog nach *Mündlichkeit* und *Schriftlichkeit*. Platons Dialoge unterliegen beiden Einordnungen: Seine Worte entspringen dem Mündlichen und wandern dann – stilisiert und idealisiert – ins Schriftliche.

Im Dialog lebt eine eigenartige Form von Neugier auf, ein Reiz, der sich im prompten wechselseitigen

Austausch von Ideen, Fragen und Antworten, Argumenten und Gegenargumenten der Diskutierenden ausgedrückt. Die Wegstrecke verläuft nie planmäßig, selten direkt von A nach B. *Was bei einem Gespräch ›herauskommt‹, weiß keiner vorher*, beobachtete Hans-Georg Gadamer sehr treffend. Der Verlauf ist demnach gekennzeichnet von rekursiven und unerwarteten dynamischen Sprüngen, gefolgt von Phasen der Erregung und des Enttäuschtseins, aber auch von Verstehen, Zustimmung und Freude.

*Es steht jedem Leser frei, hieraus und künftig die femininen Formen zu bilden.*

Von den Dialogpartnern – gleichermaßen auch vom Leser – wird ein beachtlicher Grad an Aufmerksamkeit gefordert, um den feinsinnigen, oftmals scherzhaft ironischen oder übertriebenen Gedanken, Konsequenzen, Neigungen und Verwicklungen zu folgen.

In einem Dialog geht es nicht um das Anspreisen und Zurschaustellen von angesammeltem Wissen oder um Strategie. Auch liegt das Ziel nicht darin, Ansichten bloß oder richtig zu stellen. Die Natur des Dialogs zeigt eine entspannte, unvoreingenommene Art des Interesses. Da ein jeder vom eigenen Standpunkt eben nicht die geringste Meinung hat, soll das Betrachten und Beurteilen eines Themas gerade die Verschiedenheit der Ideen und Überzeugungen deutlich machen. Die ganze Aufmerksamkeit gilt daher dem Gegenüber und legt damit die Grundlage für einen offenen, vertrauensvollen Dialog.

Platons Dialoge lassen zwar manche Fragen offen – absichtlich, wie wir annehmen dürfen –, um den Leser zu deren Klärung zum eigenen Denken anzuregen. Eines gilt jedoch als sicher: Nur im fiktionalen Dialog konnte Platon deutlich machen, dass unsere vorgefassten Meinungen selten einer gründlichen Überprüfung

standhalten, dass es immer eine andere Sicht auf die Dinge gibt. Und davon handelt auch dieses Buch.

b.

Unterhaltung, schreibt Immanuel Kant, bedeutet eine leichte Art der Beschäftigung in Gesellschaft und Wissenschaft zur Zerstreung und Vertreibung der Langeweile. Friedrich Nietzsche empfiehlt Bücher als *Fliegenklappen gegen die Langeweile*. Der Leser *hört zu, wie jemand Anderes denkt und lässt sich auf diese Art über den langen Tag hinweg unterhalten*. Hier will ich einwerfen, dass man die Langeweile nicht vertreiben, sondern einüben sollte, gilt sie doch als Ursprung der Kreativität und des Ideenreichtums. Auch Tagträumen kann als eine schöne ergänzende Unterhaltungsform dienen.

Eine *gesellige Unterhaltung*, analysiert Kant weiter, beinhaltet (gedankliches) Spiel und Gespräch, ist nicht inhaltsleer, sondern befasst sich zwanglos mit interessanten Themen. Demgegenüber steht die *nützliche Unterhaltung*, welche nicht als mühsame, an Arbeit erinnernde Beschäftigung daherkommt. Auf eine eher spielerische Art behandelt sie theoretische Materien. Ein Gespräch muss, um seinen Zweck einer angenehmen Erfahrung zu erreichen, abwechslungsreich, geistvoll und wohlgeordnet sein; egoistisches Gehabe ist zu vermeiden.

Das, was wir heute ein ›zielführendes Gespräch‹ nennen, hätte womöglich Kants Vorstellungen der erwähnten Gesprächskategorien nicht entsprochen. Ihm ist zudem die hohe Tugend der *Umgänglichkeit* wichtig: Abstand zu nehmen von den eingefahrenen

Überzeugungen und Emotionen des Alltags, den ›Ton‹ der Unterhaltung für wichtiger zu halten als die Durchsetzung der eigenen Meinung, auch um der Atmosphäre willen ein Interesse zu zeigen, das ›Spiel‹ von Reden und Gegenreden im steten Fluss zu halten.

Der Philosoph und Theologe Friedrich Schleiermacher, ein Zeitgenosse Kants, schreibt in seiner kleinen Abhandlung *Versuch einer Theorie des geselligen Betragens*, dass die Entfaltung der freien Individualität auf eine gesellige Praxis angewiesen sei. Er betont das *freie Spiel der Gedanken und Empfindungen* als ein Merkmal einer angeregten Unterhaltung. Heute würden wir diese Sicht vielleicht mit den Begriffen ›motivierte Präsenz‹ oder ›inneres Engagement‹ bezeichnen.

c.

Für mich bedeutet das schriftliche Verfassen eines fiktiven Dialogs eine erweiterte Form des Nachdenkens. Indem ich mit einem imaginierten Gesprächspartner diskutiere, meine Positionen erläutere, seine Gegenpositionen sowohl einnehme als auch zu widerlegen versuche, gelange ich nicht nur zu überraschenden Einsichten. Ich erfahre auch eine tiefere Kenntnis von Themen, mit denen ich mich bisher gar nicht oder nur am Rande beschäftigte.

Das Ziel solcher Gespräche sehe ich allerdings nicht in der Wahrheitsfindung, nicht in einer ausgeklügelten Beweisführung, auch nicht darin, zu einer Übereinstimmung in einer bestimmten Sache zu kommen. Es ist vielmehr das, was Blaise Pascal mit dem Begriffspaar *esprit geometrique* und *esprit de finesse* ausdrückte: das

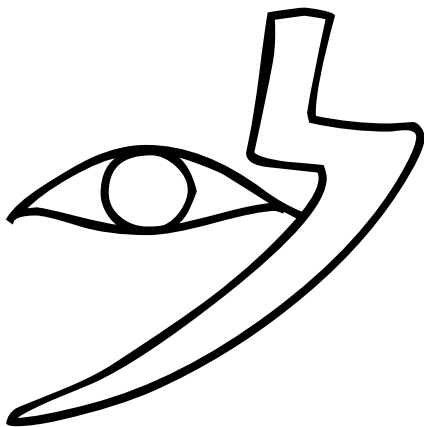


geistige Erleben einer mathematisch orientierten Vernunft im Widerstreit mit dem Geist des Feinsinns und Empfindens, das Sinnen über Erkenntnis und Irrtum, das Erkunden von stringenten Theoriegebäuden und das Durchwandern intellektueller Kreativitätsinseln.

Das vorliegende Buch versammelt Dialoge und Gespräche, fiktive und reale. Die realen Gespräche führte ich im Rahmen meines online erschienenen Magazins *Dialogus* im Zeitraum von 2009 bis 2014. Sie behandelten Aspekte des privaten, beruflichen und wirtschaftlichen Lebens. Nicht wenige davon harren noch immer einer Problemlösung, zum Beispiel Fragen über ethisches Wirtschaften, die Angriffe auf und Eingriffe in unsere persönliche Identität oder das *Crowdsourcing* als neue – möglicherweise prekäre – Form des Arbeitens. Wie es sich für ein elektronisches Medium gehört, führte ich diese Gespräche per E-Mail, was den Vorteil mit sich brachte, dass die mir zugehenden Antworten in nahezu druckreifer Form vorlagen.

Allen Gesprächspartnern danke ich an dieser Stelle recht herzlich. Ihnen, meinem Leser, wünsche ich eine spannende und unterhaltsame Lektüre.

*Joachim Zischke*



# Über Identität

*Gespräch mit Paul J. Kohtes*

Paul J. Kohtes ist Autor, Business-Coach und Zen-Lehrer. Er ist Gründer der ›Identity Foundation‹. Die Stiftung forscht auf verschiedenen Feldern der Identität und beschäftigt sich mit Grenzgängen der Philosophie.

»Paul Kohtes, Ihre Stiftung ›Identity Foundation‹ entwickelt immer wieder Blickwinkel auf Themen, die über den Mainstream-Diskurs hinausweisen. Auf ausführliche Selbstdarstellungen verzichten Sie hingegen. Lieben Sie das Understatement?«

»Als gemeinnützige Stiftung haben wir die wunderbare Freiheit, die Dinge zu beleuchten, die uns spannend erscheinen. Wir müssen nichts verkaufen, wir können uns den Luxus leisten, uns von Neugierde, Interessen und von unserer Intuition leiten zu lassen. Der Nachteil dieser Perspektive ist, dass uns ständig neue interessante Projekte zur Frage der Identität einfallen oder angeboten werden. Und da wir wirklich nur eine sehr kleine Stiftung sind – wenngleich unsere Außenwirkung manchmal etwas anderes signalisiert – haben

wir oft die Qual der Wahl.«

»Die wissenschaftlichen Forschungstätigkeiten Ihrer Stiftung ruhen auf den vier Säulen: Identität und Persönlichkeit, Identität und Management, Identität und Gesellschaft sowie Identität und Kunst. Eines der erklärten Ziele ist es, Identität begreifbar zu machen. Kann man Identität tatsächlich begreifbar machen? Wie geht das?«

»Das wollen wir ja gerade herausfinden (*lacht*). Im Ernst, Identität ist natürlich nur eine Idee, ein Konstrukt. Welcher Art dieses Konstrukt ist, wie es entsteht, was es bewirkt, dazu versuchen wir in den verschiedenen Themenfelder, die Sie genannt haben, Annäherungen. Wir versuchen, Denkräume zu öffnen.«

»Eine Studie der Technischen Universität München zeigt, dass Lederhosen und Dirndl immer mehr zur bevorzugten Bekleidung vor allem für junge Oktoberfestbesucher werden. Verbirgt sich dahinter ein tiefer liegender Wunsch nach Zugehörigkeit und Identität in einer Zeit zunehmender globaler Unsicherheit? Sind das die Zeichen und Chiffren für das, was wir als persönliche, soziale oder kollektive Identität bezeichnen?«

»Unbedingt. Wir haben ja eine umfassende tiefenpsychologische Studie mit dem Institut Rheingold in Köln über die Frage der deutschen Identität gemacht. Da wird das sehr deutlich. Identität ist vor allem Heimat, also das, was mir in jeder Beziehung nahe ist. Für die Deutschen gilt das übrigens ganz besonders. Deshalb war der Nationalsozialismus ganz und gar undeutsch und sogar unter Identitätsaspekten eine einzige Katastrophe. In unserer Identität steckt eben viel mehr unsere Stammesherkunft als die nationale Klammer. Wir haben diese Untersuchung inzwischen durch eine

repräsentative Befragung ergänzt. Darin zeigt sich, dass zwei Drittel der Deutschen sich mit dem Land verbunden fühlen, weil ihr Herz an Deutschland hängt.«

»Sie wandten sich vor einigen Jahren dem Zen-Buddhismus zu und sind heute selbst Zen-Lehrer für Führungskräfte in der Wirtschaft. Sie sehen in Zen nicht nur eine *Form der Wirklichkeitsbetrachtung*, sondern auch eine Möglichkeit der Selbstbesinnung des Einzelnen, welche den Blick auf sich selbst und das Verständnis auf andere Menschen schärft. Inwieweit kann Zen uns helfen, unsere eigene Identität zu erkennen? Welche Erfahrungen haben Sie selbst gemacht?«

»Ich glaube, dass diese Form der Wirklichkeitsbetrachtung, von der Sie sprechen, ohne eine radikale Selbstbesinnung nicht möglich ist. Für mich war die Praxis des Zen, also das Sitzen in Stille, in den ersten Jahren vor allem ähnlich wie eine Psychoanalyse und eine Aufarbeitung der angesammelten Muster, Fixierungen und negativen Prägungen. Auch die eher archetypischen Prägungen kommen in einem solchen Prozess an die Oberfläche. Dies alles aufzudecken ist allerdings zunächst sehr schmerzhaft, weil ich mir dabei vieles ansehen muss, was ich nicht gern wahrhaben möchte. Die Folge dieses radikalen Selbst-ent-täuschens ist jedoch mehr Klarheit und größere Freiheit, weil sich die alltägliche Fixierung auf das Ego löst – manchmal jedenfalls (*lacht*).«

»Wenn wir einmal unseren Blick von der persönlichen Identität auf die Identität eines Unternehmens, die Corporate Identity richten: Gibt es hier Parallelen zur Entwicklung und Selbstbestimmung einer Unternehmensidentität? Könnte eine Art modifizierter Business-Zen hilfreich sein, die Kultur in Unternehmen

nachhaltig positiv zu beeinflussen? Um das zu erreichen: Wo müssten Unternehmen Ihrer Meinung nach ansetzen?«

»Ja, da sprechen Sie den zentralen Punkt meiner eigenen Entwicklung an. Über die Entdeckungsreise (die ja niemals endet!) zu meiner eigenen Identität, bin ich tatsächlich zu der Frage der Corporate Identity zurückgekommen, die ja bekanntlich im Zentrum meiner beruflichen Tätigkeit stand. In der Management-Theorie gibt es bereits viele Ansätze, bei denen Zen-Prinzipien eingeflossen sind. Nahe liegender Weise sind es vor allem japanische Firmen, die davon beeinflusst sind, wie zum Beispiel Sony oder Toyota. In Deutschland sind es eher Mittelständler, die sich zen-gemäß ausrichten, wenn auch meistens gar nicht bewusst. Was sind denn nun solche Prinzipien? Ich denke dazu gehören vor allem positive Selbstdistanz, besonderes aber dennoch entspanntes Engagement, konstruktiver Umgang mit Fehlern – und vor allem Freude am Wandel, das heißt an Kreativität. Damar Zohar, die amerikanische Wissenschaftlerin, hat diese Eigenschaften analysiert und als spirituelle Intelligenz bezeichnet.«

»Auf der Website der Identity Foundation fand ich den nachdenklich stimmenden Satz: *Identität ist eine vom ständigen Wandel geprägte Erfahrung*. Wie interpretieren Sie diese Aussage mit Bezug auf die sich stetig wandelnden Prozesse in unserer global gewordenen Gesellschaft?«

»Hier sind vor allem wir Deutschen sehr gefordert, glaube ich. Wir haben eine ziemliche Angst vor Wandel, wenn er nicht technisch-rational abgesichert ist. Deshalb sind wir wohl auch auf technologischen Gebieten weltweit führend. Bei Veränderungen, die ein

höheres Maß an Experimentierfreude verlangen, tun wir uns schwer. Und die globale Entwicklung wirft unserer heimliches Fleckchen D auf einmal mitten in das weltweite Experimentierfeld von *try and error*. Kein Wunder, dass manche sich dann nach den guten alten Lederhosen zurück sehnen. Die zum Wandel notwendigen Eigenschaften, wie Optimismus und Mut, nehmen jedoch zu, wenn entweder das Ich völlig überschätzt wird – das sind dann die erfolgreichen Egomanen – oder wenn man sich von der Dominanz des Ichs befreien kann – das sind dann Menschen, die Vorbilder sind und Charisma haben. Von den Letzteren bräuchten wir noch ein paar Millionen mehr, mal ganz unbescheiden gesagt.« ¶







