

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 76 (1996)
Heft: 6

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EDITORIAL

Robert Nef
Unternehmen – Übernehmen 1

ZU GAST

Hans-Ulrich Doerig
Mehr Risikokultur für Europas Wirtschaft..... 3

TITELBILD

Exotik des Genusses..... 4

POSITIONEN

Ulrich Pfister
Staatsräson oder fauler Kompromiss? 5

Urs W. Schöttli
Der lange Weg zur «Weltbürgergesellschaft» 6

IM BLICKFELD

Brigitta Klaas Meilier
Hannah Arendt – Ein Geschenk der Freiheit
Zu den Zürcher Hannah Arendt-Tagen 7

Fritz Senn
Die Joyceaner kommen
Eine Vorrede zum 15. Internationalen
James Joyce-Symposium in Zürich 12

DOSSIER

Unternehmen – Unterlassen

Gerd Habermann
Unternehmen und Unterlassen
Über zwei Arten der Lebensmeisterung..... 15

Gerhard Schwarz
Kreativität und Unternehmertum 20

Robert Nef
Verlorene Paradiese und kreative Dissidenz
Zum Spannungsfeld zwischen Nachhaltigkeit,
Ökoeffizienz und Wirtschaftswachstum 24

Willy Linder
Schumpeter – letzter Universalkopf der
Nationalökonomie?
Ist der «Marsch in den Sozialismus»
noch aktuell?..... 29

Peter Stolz
Hermes und Kalliope
Zum Verhältnis von Ökonomie
und Belletristik 35

KULTUR

Thomas Feitknecht
«Ach, was solche Briefe wert sind!»
Aus Briefen des Schweizerischen
Literaturarchivs 41

Roger W. Müller Farguell
Walter Benjamins Post 42

Alexandra Kedveš
Träumer, Tod und Teufel
Urs Richles neuer Roman:
«Der weisse Chauffeur» 50

SPLITTER6, 50

AGENDA 51

IMPRESSUM 52

AUTORINNEN UND AUTOREN 52

Unternehmen – Übernehmen

Je wörtlicher und je ernster man die Sprache nimmt, desto mehr gibt sie von jenem Witz und Aberwitz preis, der in ihr gespeichert ist. Sprache ist als etwas Gewordenes komplexer und reichhaltiger als alles, was der Mensch bewusst konstruiert hat. Die Entwicklung von Sprachen wird mit guten Gründen mit der Entwicklung von Märkten verglichen. Dem Verb «unternehmen» kann man «übergeben», «übernehmen» oder «sich übernehmen» gegenüberstellen oder «unterlassen». «Untergeben» ist interessanterweise nur im Substantiv «Untergebener» gebräuchlich – häufiger Objekt als Subjekt. Unternehmer haben nur gute Ergebnisse, wenn die «Untergebenen» ihnen mehr als nur «ergeben» sind, d. h. wenn sie als eigenständige Vertragspartner gelegentlich auch «schöpferische Dissidenz» einbringen. Geben ist seliger denn nehmen, aber wer gibt und wer nimmt eigentlich in einem Tauschprozess, bei einer Übernahme, bei einer Fusion? Es ist paradox. Arbeitgeber nehmen Arbeit (physikalisch: Kraft mal Weg) und geben dafür Lohn, während Arbeitnehmer Arbeit anbieten und dafür Lohn empfangen; wie wenn die Sprache das Vertrackte am Geben und Nehmen, das bei jedem Tausch stattfindet, gleichzeitig vernehmen und vergeben wollte.

Unternehmungslust wird spontan nicht mit wirtschaftlichem Tun in Verbindung gebracht, sondern mit Kultur und Musse. Vielleicht ist dies ein kleiner sprachlicher Hinweis auf die ursprüngliche Einheit von Wirtschaft und Kultur, die etwa in «Agrikultur», der Urproduktion, noch nachklingt: Wirtschaft ist Teil der Kultur und Kultur nicht Teil der Wirtschaft. Unternehmenskultur ist ein modisches Schlagwort. Es zeigt, dass ein Unternehmen nur überleben kann, wenn es seine soziale und natürliche Umwelt kultiviert, seine schöpferische Kraft in produktive Wege leitet und das rechte Mass an Geben und Nehmen, Nehmen und Lassen trifft. Die Wirtschaft tut gut daran, wenn sie sich auf ihre kulturellen Wurzeln besinnt. «Il faut cultiver notre jardin», lässt Voltaire im «Candide» seine Lebensphilosophie resumieren, und mit den kommunizierenden Brunnenschalen des «römischen Brunnens» zeigt der Dichter C. F. Meyer wie «jede nimmt und gibt zugleich, und strömt und ruht».

ROBERT NEF