

Tekst 3

Von der Kraft einer guten Lüge

(1) Lügen in der Chefetage? Vordergründig bedient ein Buch mit diesem Titel ein verbreitetes Klischee: In der Wirtschaft, so denken viele, regieren Arglist und Täuschung. Verführung, Lügen und Betrügen sind an der Tagesordnung. Wo es um das große Geld geht, nimmt man es mit der Wahrheit nicht so genau, da gehört skrupellose Manipulation zum Geschäft. Erwartbar sind somit zwei Arten, ein solches Buch zu schreiben: als Enthüllungsbuch oder als Ratgeber. Entweder also dem Leser vor Augen führen, wie verkommen das kapitalistische Wirtschaftssystem und wie verdorben seine Bosse doch sind; Volkswagen und Siemens liefern hübsche Beispiele dafür. Oder es ist üblich, kokett als Aufklärungsschrift bemäntelt, einer gierigen Klientel die besten Tipps zum Lügen, Betrügen und Mobben zu servieren – mit der Bitte, von einer Nachahmung möglichst abzusehen.

(2) Mathias Schüz, Stephen Wirth und Aiko Bode wählen einen dritten Weg: „Wir wollten weder eine Anleitung zum Lügen in der Chefetage geben noch das Lügen moralisch an den Pranger stellen“, schreiben sie. Ihr Ratgeber-Gestus ist Schein, ihre Anleitung zum Lügen pure Ironie. *Lügen in der Chefetage* treibt ein Spiel mit dem Leser, es konfrontiert ihn ständig mit der Frage: Was ist Lüge, was Wahrheit?

(3) Das zu unterscheiden ist nicht leicht. Denn offensichtlich gibt es ein breites Spektrum an Unwahrheiten, das von der kleinen semantischen Ungenauigkeit bis zur großen Schweinerei, von der harmlosen Ausrede bis hin zur üblen Nachrede reicht. Nicht

45 anders ist es in der Wirtschaft; auch hier ist vieles nicht so gemeint, wie es gesagt ist. Und das trifft auf viele der alltäglichen Phrasen zu, mit denen Manager ihre Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter und Kollegen zu willfährigem Verhalten zwingen wollen, mal wohlmeinend, mal gemein, meist aber wider besseres Wissen. „Wir sitzen alle in einem Boot!“ oder „Wir halten zusammen!“ Verbreitet ist auch 50 „Ich stehe voll und ganz hinter Ihnen!“ und „Wir schaffen eine echte Win-Win-Situation!“

(4) 61 solcher Lügen analysieren Schüz, Wirth und Bode auf ihre Schlagkraft, Risiken und Nebenwirkungen hin. Wie sie das tun, ist wahrhaft teuflisch: respektlos, bissig und mit schneidender Ironie nehmen sie die unlauteren Gepflogenheiten der Wirtschaftswelt aufs Korn. Sie sezieren die großen und kleinen Unaufrichtigkeiten des Geschäftslebens.

(5) Das Ergebnis überzeugt: Ironie ist die einzige Haltung, die dem Thema gerecht wird. Denn schließlich ist Ironie selbst eine raffinierte Form des Lügens. Da wird etwas gebilligt – und doch ins Lächerliche gezogen. Wer dies tut, erzeugt selbst eine Unwahrheit, denn schließlich sagt er etwas anderes, als er meint.

(6) Da bleibt nur, auf die eigene Urteilskraft zu vertrauen. Genau darum geht es den Autoren: Sie wollen dazu zwingen, „sehr genau hinzuschauen, wann wir es mit schädlichen oder nützlichen Unwahrheiten zu tun haben, was sie verursacht hat, von welcher Art sie sind und welche Folgen sie für uns selbst und andere haben.“ Letztlich 85 bleiben zwei Einsichten, von denen

man mit einiger Gewissheit sagen
kann, dass die Autoren sie so gemeint
haben. Erstens wäre, so Schüz, Wirth
90 und Bode, ohne Ehrlichkeit und Zuver-
lässigkeit eine nachhaltige Wertschöp-
fung mit gesellschaftlichem Wohlstand
nicht möglich. Denn „eine Gesellschaft,
in der jeder jeden belügt, untergräbt
95 ihre eigenen Lebensgrundlagen.“ Auch

benötigt jede Lüge eine Mehrheit von
Aufrichtigen, denen sie aufgebürdet
wird. „Diese garantieren mit ihrem
Vertrauen in die Integrität ihrer Mit-
100 menschen überhaupt erst eine funk-
tionierende Gesellschaft.“ Zweitens:
„Wer lacht, der erkennt ... keine Auto-
ritäten an.“ Genau diese distanzierte
Haltung wollen die Autoren erzeugen.

Tekst 3 Von der Kraft einer guten Lüge

- 1p 4 Was geht aus dem 1. Absatz über das Buch „Lügen in der Chefetage“ hervor?
A Es behandelt das Thema unter sehr unterschiedlichen Gesichtspunkten.
B Es bestätigt die allgemeinen Vorurteile.
C Es hält nicht, was der Titel verspricht.
D Es rät dazu, im Umgang mit Vorgesetzten auf der Hut zu sein.
E Es wird hier noch nicht deutlich, wie das Buch das Thema behandelt.
- „Wo es ... zum Geschäft.“ (Zeile 7-11)
- 1p 5 Wie wird dieser Satz präsentiert?
Als
A Anklage.
B Tatsache.
C Vorurteil.
- „Oder es ... abzusehen.“ (Zeile 19-25)
- 1p 6 Was für ein Buch wird in diesen Zeilen beschrieben?
Ein Buch,
A das aufdeckt, in welchem Umfang in der Wirtschaft betrogen wird.
B das beschreibt, wie man am besten verhindert, dass man betrogen wird.
C das beschreibt, wie man am erfolgreichsten betrügt.
D das deutlich macht, dass man am besten bei der Wahrheit bleibt.
- 1p 7 Um was für ein Buch handelt es sich dem 2. Absatz nach?
A Es deckt Missstände auf.
B Es gibt Empfehlungen.
C Es ist eine Parodie.
D Es regt zum Nachdenken an.
- 1p 8 Welche Behauptung trifft auf die zitierten Aussagen der Manager am Ende des 3. Absatzes zu? (Zeile 52-57)
A Manager benutzen sie wissentlich, um zu manipulieren.
B Manager lassen so ihre menschliche Seite sehen.
C Manager sagen sie nur so gedankenlos dahin.
D Manager versuchen damit Autorität auszustrahlen.
- 1p 9 Was wird im 4. Absatz beschrieben?
A Was die Autoren mit dem Buch bezwecken.
B Wie auf das Buch reagiert wird.
C Wie die Autoren des Buches vorgehen.
D Wie einflussreich das Buch ist.

1p 10 Warum ist Ironie „die einzige Haltung, die dem Thema gerecht wird“?
(Zeile 69-70)

- A Weil Ironie das beste Mittel ist, andere zu überzeugen.
- B Weil Ironie klar macht, wie lächerlich es ist, zu lügen.
- C Weil Ironie letztlich die eigene Urteilskraft schärft.
- D Weil man Lügen nur mit Aufrichtigkeit bekämpfen kann.

„Letztlich bleiben zwei Einsichten“ (Zeile 85-86)

1p 11 Welche Aussage stimmt mit der ersten Einsicht überein?

- A Ehrlichkeit ist eine Voraussetzung für eine gut funktionierende Gesellschaft.
- B Ganz ohne Lügen kommt eine gut funktionierende Gesellschaft nicht aus.
- C In einer gut funktionierenden Gesellschaft lässt man sich nicht durch Lügen beirren.
- D Nicht alle Lügen beeinträchtigen das Funktionieren einer Gesellschaft gleichermaßen.