

**Zeitschrift:** Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur

**Band:** 93 (2013)

**Heft:** 1006

**Artikel:** Authentisch ist auch nur animalisch

**Autor:** Sprenger, Reinhart K.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-737032>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### 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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### 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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 22.02.2026

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

# Authentisch ist auch nur animalisch

Ehrlichkeit und Authentizität gehören zu den moralischen Sehnsüchten der Gegenwart. Niemand will als verlogen, undurchsichtig, winkelzügig gelten. In vielen Managementbüchern wird den Menschen eingeredet, sie seien am glücklichsten, wenn sie sich einfach geben, wie sie sind. Auf den Talsohlen der Managementpraxis lautet die Frage: Ist es möglich, authentisch zu sein?

Die Antwort kann nur lauten: wohl kaum. Denn die Authentizitätsrhetorik steckt voller *Rigorismus*. Natürlich, auf Lüge lässt sich keine Beziehung gründen; insofern bleibt Authentizität ein anzustrebender Wert. Aber Lüge ist ein enges Wort für ein weites Feld. Ist Schweigen schon Lüge? Schweigen über das, was einen anderen Menschen verletzen könnte? Dann würde wahrscheinlich jedes Familienfest ein Schlachtfest der Seelen, ein Triumph der Unbarmherzigkeit. Was ist mit dem Flunkern, das niemanden böswillig in die Irre führt? Und was ist mit der Not-Lüge? Wenn man jemanden unter Rechtfertigungsdruck setzt, wird er lügen.

Das heisst, er wird die Dinge so schildern, dass er sich möglichst straffrei aus der Affäre zieht. Statt Lüge kann man sagen: sachzwangreduzierte Ehrlichkeit.

Und was ist mit strategischer Selbstdarstellung? Mit Heucheleien, Schönfärbereien, falschen Komplimenten und aufgesetzten Freundlichkeiten? Sie mögen nicht besonders sympathisch sein, aber man wird kaum ohne sie auskommen. Und das ist gut so. Man kann sie als «prosoziale Lügen» bezeichnen: die Diskretion, die man wahrt, die Höflichkeit, die man zelebriert, die Zudringlichkeit, die man meidet – all das sind zivilisatorische Errungenschaften. Und will nicht jeder sein «Gesicht wahren»?

Man sieht: Authentisch sein, die Wahrheit sagen und nichts als die Wahrheit, das taugt nicht für alle Lebenslagen. Wir nehmen Rücksicht – und erwarten sie auch. In der Politik die Diplomatie, im Alltag der Takt, der Sinn für das Indirekte. Ohne Lügen und Heuchelei wäre der soziale Umgang unerträglich. Und sind wir nicht am authentischsten in unverhüllten Ausbrüchen entfesselter, geballter Energie, etwa in der Wut? Wer noch mit Kajo Neukirchen (Me-

**Vollkommene  
Wahrhaftigkeit gehört  
ins Reich der Tiere.**



**Reinhard K. Sprenger**

ist Philosoph und einer der führenden deutschen Managementberater. Zuletzt von ihm erschienen: «Radikal führen» (2012).

tallgesellschaft) zusammengearbeitet hat, der weiss, dass dieser jeden erfolglosen Manager absolut authentisch an die Wand nagelte.

Eine Führungskraft wird eingekauft, um eine Rolle zu erfüllen, nicht um «er selbst» zu sein. Der Begriff der sozialen Rolle, den der amerikanische Ethnologe Ralph Linton 1936 einföhrte, entlastet das Individuum davon, sich alle Handlungen persönlich zuzurechnen und mit ihnen identisch zu sein. Rolle und Ich müssen nicht übereinstimmen. Wer im Geschäftsleben «Performance» will, muss damit leben, dass Performance eben auch bedeutet: «eine Vorstellung geben».

Es ist zweifellos wünschenswert, dass ein Chef sich über den Erfolg seines Mitarbeiters aufrichtig freut und dem auch spontan Ausdruck gibt. Das gilt jedoch nicht im Negativen. Der Macht-Aspekt, der alles Führen/Folgen kennzeichnet, lässt «authentische» Kritik aus Sicht des Mitarbeiters oft übergross erscheinen. Wie mit einer Lupe verdoppelt er das Ablehnende, lässt es mitunter gar existenzbedrohend wachsen. Das kann für den Manager nur heißen, gleichsam eine «halbierte» Authentizität zu leben. Spontan im Positiven, zurückhaltend im Negativen – kurz: ein Bewusstsein seiner Rolle.

Psychologisch gesehen ist Authentizität simpel. Jonathan Swift hat scharfsinnig bemerkt, vollkommene Wahrhaftigkeit und völlige Transparenz des Denkens gehörten ins Reich der Tiere. Jedes Tier ist authentisch, direkt und echt. Als Menschen hingegen sind wir gut beraten, viele Dinge im sozialen Umgang vage und unbestimmt zu halten, nicht alles an das grelle Licht der Öffentlichkeit zu zerren. Es gehört zu den elementarsten Leistungen, ja Pflichten einer zivilisierten Ordnung, Gefühle vorzutäuschen und zu verbergen. Mehr noch, zum menschlichen Glück gehört die Möglichkeit, etwas anderes zu sein als man «selbst». Etwas Besseres vielleicht, Würdevolleres, Klügeres, Eleganteres, Souveränes. Vielleicht auch nur etwas Neutrales, das auf Expressivität verzichtet. Manchmal reicht es ja schon, wie Dieter Zetsche von Daimler einmal sagte, «kein Arschloch zu sein». ◀