

Über die Ambivalenz der Authentizität

Authentizität: Ein Begriff, der allen gefällt. Verständlich, denn wer hat schon etwas gegen Menschen, die echt, unverstellt, nahbar wirken? Niemand. Ich auch nicht. Doch der mittlerweile inflationäre Gebrauch dieses Begriffs – insbesondere im Management-Kontext – nervt etwas. Ebenso wie der damit verbundene Authentizitätsdruck. Eine Führungskraft hat derzeit vor allem authentisch zu sein. Das Credo des «authentic leadership» lautet: Sei authentisch, dann hast Du zufriedenere und leistungsfähigere Mitarbeitende, was wiederum zu mehr Erfolg führt. Demnach ist die authentische Führungskraft der Inbegriff von Selbstkenntnis und Transparenz: Sie kennt sich und ihre Prinzipien, Werte und Emotionen bestens und ist auch

nach aussen hin gänzlich transparent. Sie weiss um ihre Grenzen und kann Fehler eingestehen; sie verhält sich in ihren Beziehungen stets glaubwürdig, ist positiv und offen.

Wird Ihnen angesichts dieser Beschreibung auch etwas anders? Dann empfiehlt es sich, einen Schritt zurückzutreten und Authentizität etwas nüchterner zu betrachten. So ist Authentizität 1) umstrittener, 2) ambivalenter und 3) ethisch unbestimmter, als man meinen könnte.

Einige Kritiker der Authentizität setzen bereits beim Anspruch an. So geben sie zu bedenken, dass die Annahme einer gänzlichen Selbst-Transparenz vermessen sei. Andere sehen in der permanenten

Selbstbespiegelung die Gefahr, dass sie zu einem tendenziell egoistischen und anti-sozialen Verhalten führen könne. Und Manche monieren, dass sie in der gegenwärtigen Spielform nur noch eine Karikatur sei: Früher sei Authentizität ein Gegenmittel zu Hierarchien und den Anforderungen des Kapitalismus gewesen; heutzutage gehöre sie im Zuge von Selbstmarketing und Personal Branding selbst zum kapitalistischen Inventar.

Man mag diese Kritik nicht teilen, doch der Ambivalenz von Authentizität kann sich wohl niemand entziehen. So geht der Wunsch, möglichst authentisch zu sein, mit der Furcht einher, irgendwann feststellen zu müssen, dass man doch nur eine Kopie oder ein Platzhalter

gewesen ist. Das Licht der Authentizität ist nicht ohne den Schatten der Angst vor Selbsttäuschung zu haben.

Zuletzt stellt sich die Frage: Ist Authentizität eigentlich ethisch wertvoll? Diese Frage wird, nicht überraschend, unterschiedlich beantwortet. Beschreibt man eine authentische Person als eine, die in Übereinstimmung mit denjenigen Wünschen, Idealen oder Überzeugungen handelt, die zeigen, wer sie «wirklich» ist, dann hängt alles davon ab, wer bzw. wie diese Person ist. In anderen Worten: Ein authentisches Ekel bleibt ein Ekel. Zugegeben, nicht wenige Denker versuchen, die Authentizität dadurch ethisch aufzuwerten, dass sie eine Brücke zwischen Authentizität

und dem guten Leben schlagen. Das ist viel versprechend, aber nicht zwingend.

Und nun? Sollen wir uns von der Authentizität verabschieden, bloss weil sie sich als komplexer, vielschichtiger und spannungsreicher erweist, als es der derzeitige Authentizitätsjargon suggeriert? Nicht unbedingt. Authentizität als Ideal hat eine Strahlkraft, die schon seit der Antike bekannt und weiterhin ungebrochen ist. Der Drang, sich selbst zu kennen, gehört zum Menschsein. Und seit der Neuzeit gesellt sich der Wunsch hinzu, sich als Person zu erkennen zu geben. Allerdings verhält es sich mit der Authentizität wie mit dem Glück: Je direkter man sie anstrebt, desto mehr entzieht sie sich. Authentizität lässt sich

nicht in kurzen Workshops aneignen. Sie ist vielmehr das Nebenprodukt von jahrelanger Selbstreflexion und Entwicklung. Vor diesem Hintergrund wird man sogleich etwas vorsichtiger, was den Begriff der Authentizität betrifft. Oft liesse sich genauso gut von Glaubwürdigkeit, Reife oder Persönlichkeit sprechen.



Magdalena Hoffmann
Promovierte Philosophin und seit 2014 Studienleiterin des Weiterbildungsstudiengangs «Philosophie + Management» an der Universität Luzern.