

Rainer Zimmermann, Das Strategiebuch. 1. Auflage 2011, Campus Verlag
ISBN: 978-3-593-39350-6

Wenn Tausende von Menschen Anhänger einer Mäuse- oder Kakerlaken- oder wie auch immer bezeichneten Strategie werden, dann sind sie damit zu Opfern gemacht worden, statt zu Tätern ihres Lebens. Das hängt ganz simpel damit zusammen, dass Strategien einen Vorteil generieren sollen, was logischerweise nur dann gelingen kann, wenn nicht alle die gleiche Strategie verfolgen. Vorne ist eben nicht da, wo die Masse ist ... Mit dieser steilen These startet ein Buch, das zunächst der Frage nachgeht, warum es bisher keine wissenschaftliche Disziplin gibt, die eine Theorie der Strategie erarbeitet hat. Ursprünglich stammt der Begriff aus dem Militär: *aus dem Griechischen stratos, Heer und agein, führen*. Zwischenzeitlich haben sich in der Ökonomie eine große Anzahl von Strategien ausgebildet, die Basis für wirtschaftliches Handeln bilden, doch Allgemeinitätsfähig ist das nicht. Eben deshalb, weil Strategien, um tauglich sein zu können, jeweils anders sein müssen, Herrschaftswissen sind. Als Professor für Strategie, Design und Kommunikation hat Rainer Zimmermann sich welt- und kulturweit umgesehen und in den 36 chinesischen Strategemen, die bereits 1988 von Harro von Senger in Europa publiziert wurden, einen Kanon gefunden, der als Basis für individuelle Strategieentwicklung taugen kann. Die abgedruckten Beispiele klingen sehr poetisch und metaphorisch: „Einen Backstein hinwerfen, um einen Jadestein zu erlangen“ oder „Die Akazie schelten, dabei auf den Maulbeerbaum zeigen“. Ihre Stärke ist gerade die Analogiefähigkeit. Hier wird nichts digital definiert, sondern dem „Nutzer“ oder besser „Entwickler“ bieten sich individuelle Anknüpfungen durch das je eigene konstruktivistische Verständnis.

Für das vorgelegte Buch ist dieses Verständnis als Grundlage verwendet worden. Damit der Anwender/Leser sich leichter zurecht finden kann sind die 72 Artikel klassifiziert worden. Dazu wird festgestellt, dass Strategien dazu dienen entweder Positionen oder Potenziale zu

- a) sichern
- b) entwickeln
- c) vermitteln

So ergeben sich 6 Strategietypen. Die Auswahl von 72 „Handlungsmustern“ basiert auf der Vorgabe, dass sie zu mindestens drei der fünf Anwendungsbereiche „Politik“, „Ökonomie“, „Natur“, „Alltag“ und „Vermittlung“.

Jeweils auf zwei Seiten folgen dann zu den 72 Handlungsmustern Text und Bilder, die in die Thematik einführen, einen geschichtlichen, kulturellen, manchmal auch ökonomischen oder auch philosophischen Einblick bieten. Hier ist nichts fertig, kein Rezept liegt vor, aber wer will das auch wirklich? Passgenau sind solche Ratschläge doch nie. Mit dem Strategiebuch gibt es Impulse und Verknüpfungen werden ermöglicht. Ich kann mir sehr gut vorstellen, zu verschiedenen Situationen meines Lebens hier die passende Strategie erarbeiten zu können. Vielleicht lese ich das Werk mal mit Kollegen. Es werden sich viele weitere strategische Einsichten ergeben, die mir einen Vorteil bringen, weil nicht Masse das Gleiche macht.