

Von Britta Nagel

Eingeklemmt zwischen Dieter Bohlen und Daniel Küblböck, flankiert von Uschi Glas und Farah Diba. Klingt grauenhaft? Offenbar nicht. Der Biografie-Virus hat selbst die in Ehren ergrauten Topmanager und Unternehmer zwischen 70 und 80 erreicht. Das einst von Bescheidenheit und Diskretion geprägte Berufsethos scheint aufgehoben – der Beifall der Öffentlichkeit fürs Erreichte wird eingefordert.

Ein Bedürfnis, von dem die Hamburgerin Catharina Aanderud lebt. Vor drei Jahren entdeckte die Psychologin und Journalistin die lukrative Marktnische im boomenden Biografie-Geschäft. Für 60 € pro Seite lassen bei ihr der ehemalige Bankvorstand, der selbstständige Unternehmensberater und der Multi-Aufsichtsrat a. D. ihr Leben zwischen zwei Buchdeckel bringen. Entweder im Eigenverlag, wenn es für den Privatgebrauch ist, oder als „Book on Demand“, falls ein breiteres Publikum an dem Aufstieg auf der Karriereleiter teilhaben soll.

Aanderud sieht sich als eine Therapeutin ihrer Kundschaft, die an ihr besonders den persönlichen Kontakt und den einfühlsamen Stil schätzt. Anders als ihre Ghostwriter-Kollegen, die Otto Normalverbrauchers Lebenserinnerungen aufzeichnen, kann sie es sich leisten, auf Eigenwerbung zu verzichten. Ihre Akquisition läuft fast ausschließlich über Mund-zu-Mund-Propaganda. Dabei hilft es, dass Aanderud aus einer Hamburger Kaufmannsfamilie stammt und die Kreise ihrer Klientel bestens kennt.

Deren Antrieb sei nicht Eitelkeit, sagt die Biografin. Ganz im Gegenteil: Die früheren Manager und Unternehmer treibe das Bedürfnis, sich Rechenschaft über das eigene Leben abzulegen. „Mehr zu sagen als der Bohlen haben wir doch schon lange“, sagt der ehemalige Dresdner-Bankvorstand Christoph von der Decken.

Falsch liegt er damit nicht. Wer in die Biografien hineinliest, wundert sich über die unverblühte Ehrlichkeit sich selbst gegenüber. Das hätte man dieser Manager-Generation

Das geschriebene Leben

Gerhard Simons' Rückblick „Lebensstufen“ ist über „Book on Demand“ zu bestellen und kostet 19,80 €.

Catharina Aanderud hat schon viele Managerleben aufgeschrieben. Kontakt lässt sich aufnehmen über www.aanderud-biografien.de. Auch Kleinunternehmen wie das von Katrin Rohnstock oder Barbara Hillen schreiben Biografien von Normalsterblichen professionell auf.

nicht zugetraut, die sich nach außen so beherrscht und unterkühlt gibt.

Da gab es die eine oder andere schlaflose Nacht, gesteht Gerhard Simons. Der ehemalige Headhunter, einer der ersten in Deutschland, hat die Biografie-Arbeit als „etwas sehr Schmerzhaftes, aber auch Befreiendes erlebt.“ Ihm sei zum Beispiel zum ersten Mal gelungen, über seine Erlebnisse im Zweiten Weltkrieg zu sprechen – ihm wurde als 23-Jährigem von Adolf Hitler persönlich der hohe Orden „Ritterkreuz mit dem Eichenlaub“ verliehen. „Ich wollte darüber nicht sprechen, wollte alles, was ich im Krieg erlebt habe, verdrängen“, sagt Simons. Erst jetzt sei es ihm möglich, mit der zeitlichen Distanz zum Zweiten Weltkrieg und der Tatsache, dass die Enkelgeneration die damaligen Soldaten heute objektiver sieht.

Objektiver als beispielsweise die Biografin. „Ich musste einige Vorurteile revidieren“, sagt Catharina Aanderud. Die überwiegend kritische und intensive Auseinandersetzung ihrer Klienten mit der eigenen Kriegsvorgangheit hatte sie so nicht erwartet. Die anschließende Arbeitswut vieler Manager führt Aande-

Die Lebensbeichte



*In ihren Autobiografien
verbreiten
Wirtschaftslenker
nicht nur eitel
Sonnenschein –
Leser nehmen es
erfreut zur
Kenntnis*



rud auch auf die Kriegserfahrung zurück: „Workaholismus ist eine Art, die furchtbaren Kriegserlebnisse zu verdrängen.“

Interessant ist die Auseinandersetzung der ehemaligen Manager mit ihrer beruflichen Vergangenheit allemal. Sie hat ebenfalls historische Bedeutung, existiert sie in dieser Form doch heute nicht mehr. Bedingt durch die stetig wachsende Nachkriegswirtschaft erlebten diese Manager einen im Vergleich zu heute geradezu mühelos erscheinenden Aufstieg auf der Karriereleiter. Wer erst einmal in einer Branche oder Firma Fuß gefasst hatte, blieb über viele Jahre. Schlagworte wie Flexibilität und Mobilität spielten in der damaligen Arbeitswelt kaum eine Rolle.

Es ist nicht nur Pathos, wenn in den Büchern dieser Manager viel von Verantwortung für die Mitarbeiter wie für das eigene Tun gesprochen wird, auch dies neben Disziplin und Fleiß mittlerweile ein in die Jahre gekommener Wert. Es klingt nicht einmal selbstgerecht, wenn ein Banker alter

Der Headhunter und seine Biografin: **Catharina Aanderud** hat das Leben von **Gerhard Simons** aufgeschrieben

Schule wie Christoph von der Decken in seinem Buch stolz darauf ist, einem schwerreichen, aber nicht besonders honorig erscheinenden Geschäftsmann einen Kredit verweigert zu haben: „Wir haben nicht nur an uns gedacht, sondern vor allem an das Wohl der Firma.“

Werte, an die sie geglaubt haben, an die nächste Generation weiterzugeben ist vielen dieser Männer am Ende ihres Lebens offenbar ein starkes Bedürfnis. Ob es nun der katholische Glaube ist oder tradierte preußische Tugenden – offenbar gibt es ein Anliegen, darüber zu lesen.

Das stellen auch die größeren Verlage fest. „Die Personalisierung an Inhalten bei Wirtschaftsbüchern nimmt immer noch zu“, konstatiert Jens Schadendorf vom Econ Verlag. Seit etwa drei Jahren boomt der Markt geradezu. Als größter Verkaufserfolg in diesem Segment gilt das Buch über die Geschichte der Quandts – der Familie hinter BMW. Mehr als 50 000 Exemplare hat der Campus Verlag bislang abgesetzt. „Und der Verkauf läuft weiterhin gut“, sagt Campus-Programmchefin Britta Kroker.

Für den Frankfurter Verlag ein Anlass, verstärkt dynastisch zu denken: „Die Thyssens“ und „Die Mohns“ sind schon auf dem Markt, in diesem Herbst kommen „Die Flicks“ und „Die Oetkers“ dazu. Der Erfolg, sagt Programmchefin Kroker, erklärt sich aus der Vielschichtigkeit: „Man durchlebt mit den Büchern ein ganzes Jahrhundert Zeitgeschichte, man erfährt gleichzeitig das Geheimnis großer Unternehmer- und Unternehmenserfolge, und zudem menschelt es noch sehr.“

Ein Clan erfüllt diese Anforderungen leichter als eine Einzelperson. Da gibt es nur wenige Wirtschaftslenker, die wirklich spannend wirken. Der frühere VW-Chef Ferdinand Piëch zählt dazu, der seine Erinnerungen launig „Auto.Biografie“ nannte. Und sein Großvater, Ferdinand Porsche, dessen Biografie demnächst erscheinen wird.

Ins öffentliche Bewusstsein einsickern können Unternehmenslenker offenbar am besten, wenn sie in der Automobilbranche arbeiten. Das zeigt sich am Beispiel des Porsche-Chefs: Die Biografie Wendelin Wiedekings erschien, obwohl der Porträtierte jedes Gespräch ablehnte und sogar die Menschen aus seinem Umkreis instruierte, dem Autor keinerlei Hilfestellung zu leisten.

So viel Bescheidenheit ist selten. Econ-Programmleiter Schadendorf erzählt von einem ehemaligen Vorstand eines großen deutschen Autokonzerns, der gern sein Leben gedruckt sehen würde. „Beruflicher Erfolg allein genügt nicht“, wendet Schadendorf vorsichtig ein: „Man muss auch etwas zu sagen haben.“