

Albert Stähli

Die Araber

Toleranz, Wirtschaft und Bildung im Namen des Islam

Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt 2016, ISBN 978-3-95601-162-7, 223 Seiten, 34 schwarzweiße Abbildungen, Hardcover gebunden mit Schutzumschlag, Format 19,2 x13,4 cm, € 19,90

Manchmal hilft es, ein Buch wie im Hebräischen oder Arabischen von links nach rechts und damit von hinten nach vorne zu lesen. Bei Albert Stähli's Buch über die Araber ist das so. Von vorne nach hinten gelesen fragt man sich, warum sich der gelernte Andragoge, Gründer der Graduate School of Business Administration (GSBA) in Zürich und Horgen am Zürichsee und in der Ausbildung von Managern tätige Stähli als Fachfremder in die Geschichte der Araber, die Entstehung und kulturelle Hochblüte des Islam und seine Bildungsstrategien ebenso eingearbeitet hat wie in die der Sonnenkönigreiche Süd- und Mittelamerikas und die der Wikinger, Normannen und Franken. Im Epilog will er seinen Beitrag als „Einladung zu einer Reise in die Vergangenheit“ verstanden wissen, „um die Gegenwart zu verstehen und die Zukunft zu gestalten“ (Albert Stähli S. 211). Bis etwa zur Mitte des 18. Jahrhunderts habe man im Westen kaum mehr von den Ländern Arabiens gewusst, „als dass dort Sand, Kamele und der für die Landsleute durchaus zu vereinbarende Glaube an Dschinnis und Allah zu finden waren“ (Albert Stähli a. a. O.). Nach 9/11 würden arabischstämmige Menschen fälschlicherweise allzu schnell mit Islamisten gleichgesetzt und die großen Leistungen der Araber nicht in dem Maße gewürdigt werden, wie sie es nach ihrer historischen Bedeutung verdienen. „An den Fortschritten bei der Bildung und der Bewahrung des Wissens sowie an den wissenschaftlichen Errungenschaften der frühen Araber indes kann nicht gedeutelt werden [...]. Nicht nur (Bildungs-)Politikern und Führungskräften in den Wissenschaftsbetrieben, Unternehmern und Managern und allen, die durch ihr Vorbild auf die Gesellschaft wirken, steht es gut zu Gesicht, sich durch eine differenzierte Haltung zu den Arabern als Ethnie von des Volkes zorniger Stimme zu unterscheiden. Das setzt die Bereitschaft voraus, Bildung und Wissen zu erwerben. Nur wer die Vergangenheit kennt, kann die Zukunft gestalten“ (Albert Stähli S. 214).

Nach Stähli kann man aus der Geschichte der Araber und des Islam vor allem lernen, dass es erstens erlaubt sein muss, „seinen Glauben zu leben, seinen Kopf zu gebrauchen und dabei auch Fehler zu machen. Toleranz ist die Grundbedingung für Erfolg ohne Neider [...]. Hätten die Araber zu Zeiten des frühen Islam nicht so viel Toleranz geübt, dann hätte sie ihr Siegeszug wohl nicht bis nach Nordindien und an den Atlantik gebracht [...]. Indem sie [...] ihren Feinden die Freiheit ihres Glaubens und die freie Selbstverwaltung gestattet haben, haben sie klug gehandelt. Und indem sie ihre Tore für die Weisheit der Welt geöffnet haben, haben sie weitsichtig gehandelt“ (Albert Stähli S. 171 und 179).

Zweitens kann man nach Stähli von den Arabern lernen, dass Elitebildung keine Massenveranstaltung ist und dass, wer als Staat die Besten aus aller Welt großzügig fördert, zu den Besten der Welt gehören wird.

„Sowohl die umayyadischen Herrscher in Al-Andalus als auch die abbasidischen Kalifen in Bagdad haben die Bedeutung der Bildung besser eingeschätzt als viele Politiker in der Gegenwart. Jedenfalls wussten sie, dass die Sammlung und Vervollständigung eines hochklassigen Wissensschatzes Geld kostet, und das stellten sie Hochschulen, Gelehrten und Studierenden großzügig zur Verfügung. Und die Folge der „Exzellenzinitiative“ der frühen Araber? Die ganze Welt beneidet sie um ihr Wissen“ (Albert Stähli S. 180 und 185).

Für Stähli setzt kulturelle Offenheit drittens die politische Übereinstimmung der aufnehmenden Gruppe voraus. „Offenheit macht klug. Einigkeit macht stark“ (Albert Stähli S. 186). Viertens müssen nach Stähli gute politische und geschäftliche Ideen mit voller Kraft angegangen werden. „Warum sich die Araber dabei nicht zum Vorbild nehmen? Sie hatten das, was heute so dringend gebraucht wird: flexible, furchtlose und kompetente Führungspersönlichkeiten – und Gefolgsleute, die die Strategie mitgetragen haben“ (Albert Stähli S. 203). Schließlich empfiehlt Stähli fünftens im globalen Kampf um Marktanteile international und interkulturell agierenden Manager in den mittleren und höheren Etagen auf die eigenen Stärken zu setzen. „Nur solche Unternehmen und Organisationen, die bereit sind, sich für das Fremde zu öffnen, ohne ihre Identität aufzugeben, werden in den heiß umkämpften Arenen der Wirtschaft Marktanteile erringen und verteidigen können“ (Albert Stähli S. 210).

ham, 11. Februar 2017