

Wirtschaftsstandpunkte im Vertrauenstief

Aus verschiedenen politischen Debatten der jüngeren Vergangenheit ging die Wirtschaft als Verliererin hervor. Sie bekundet Mühe, ihre Standpunkte und Interessen überzeugend darzulegen. Von Michael Düringer

Wirtschaft interessiert in der Öffentlichkeit. Die Reputation ihrer Spitzenvertreter hingegen hat in den letzten Jahren stark gelitten. Das wirkt sich negativ auf die Vertrauenswürdigkeit aus. Grossmehrheitlich fokussieren sich die Führungsetagen auf ihre eigenen Unternehmensziele. Für gute Rahmenbedingungen und darüber hinaus für das Gemeinwesen engagieren sie sich nur, wenn sie direkt betroffen sind. Schatten werfen zudem Fehlverhalten einzelner Manager, ethische Fragen um Schwarzgelder und Lohnexzesse. Parallel zeigen die Reichen ungeniert ihren Luxus und bewegen sich zunehmend in eigenen Zirkeln.

Paartherapie dringend nötig

Der Trend zur Individualisierung und der Rückzug aus dem Gemeinwesen haben zu wachsenden sozialen Spannungen unter den verschiedenen Gesellschaftsschichten geführt. Die Verständigung untereinander wird schwieriger. Ein veränderter Medienkonsum und neue Kommunikationsplattformen spalten Alt und Jung sowie Teile des Establishments von der Arbeitnehmerschaft. Für einen verbesserten Dialog braucht es neues Vertrauen und eine angepasste Kommunikation. Bewegen sich die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppierungen wieder aufeinander zu und richtet sich die Kommunikation verstärkt an den Bedürfnissen jüngerer Zielgruppen aus, werden auch die Interessen der Wirtschaft auf neues Gehör stossen. Dazu ist es für den bevorstehenden Abstimmungskampf

der 1:12-Initiative zur Begrenzung der Löhne zu spät. Umso wichtiger ist es, dass die Wirtschaft nicht mit generellen Schreckensszenarien argumentiert, sondern konkrete Auswirkungen aufzeigt, deren Eintreffen bei einer Annahme der Initiative glaubhaft dargelegt werden können. Mit dem gesellschaftlichen Wandel, der Akzentuierung sozialer Unterschiede sowie dem Aufkommen neuer Medien haben sich die Vorgaben für den sozialen Diskurs verändert. Den Spezialisten der Wirtschaftsverbände ist zu raten, ihre Sprache und ihren Kommunikationsstil stärker an den Bedürfnissen derjenigen Zielgruppen auszurichten, die bei zukünftigen Abstimmungsvorlagen die Mehrheit ausmachen werden. Dazu zählen die sogenannten Digital Ager.

Wirtschaft und Gesellschaft haben sich auseinandergelebt. Der Wertewandel hat zu einer starken Gewichtung individueller Ziele zulasten des öffentlichen Engagements geführt. Die Anzahl von Wirtschaftskaderleuten in politischen Ämtern nimmt stetig ab. Dasselbe Bild zeigt sich in Vereinsvorständen, Verbänden und nicht zuletzt auch in der Armeeführung. Immer selektiver nimmt die Wirtschaftselite am öffentlichen Leben teil und überlässt dessen Lenkung anderen. Zusätzlich erschwerend erweist sich die voranschreitende Globalisierung des Arbeitsmarktes. Sie bringt neue Führungskräfte in die Schweiz, die sich oft wenig assimilieren, das Arbeitsumfeld hingegen mitbestimmen. Zugegebenermassen sind die Wirtschaftskader gefordert. Die Arbeitstage sind lang. Die Termine drängen sich. Danach wird die Er-

reichbarkeit auch in den Abendstunden erwartet. Die elektronischen Kommunikationsinstrumente haben die Arbeitswelt komplett verändert. Es gilt, mit der kontinuierlich wachsenden Flut von Informationen und Anfragen umgehen zu lernen. Gelingt dies nicht, drohen Burnouts oder leistungsmindernde Depressionen. Doch der Motor darf nicht absterben: Das Wirtschaftswachstum begünstigt den Wohlstand. Märkte und Sektoren bewegen sich jedoch in Zyklen. Um diese Zyklen zu überwinden und sich im internationalen Wettbewerb zu behaupten, sind die Unternehmen und ihre Führungskräfte gefordert. Ein bereits gutes Resultat nochmals zu übertreffen, wird immer schwieriger. Entsprechend steigt der Leistungsdruck an. Der Primat des Ökonomischen in vielen Lebensbereichen trägt wenig zum sozialen Konsens und zu einer homogenen Gesellschaftsentwicklung bei.

Spitzenmanager müssen ihre Vorbildfunktion als weitsichtig denkende und nachhaltig agierende Mitbürger wieder verstärkt wahrnehmen. Der Shareholder-Value-Ansatz ist vielerorts ausgereizt. Das Pendel muss zurück in Richtung verstärkter Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden und der Gesellschaft schlagen. Parallel sind negative Schlagzeilen zu verhindern. Nach wie vor stossen in breiten Kreisen die Entschädigungen von Spitzenmanagern auf Unverständnis, die Gehälter von Topführungskräften aber steigen weiterhin überproportional an. Einzelne Aktien- und Optionspläne für Kader börsenkotierter Unternehmen erinnern an üppige Dessertbuffets. Weitere Span-

nungsfelder zeigen sich etwa bei der Einberufung und Aufhebung von Kurzarbeit oder der prospektiven Festlegung des BVG-Zinssatzes. Schliesslich erweisen sich Geschäftsmodelle, die auf überholten historischen Gegebenheiten oder Steuervorteilen ausharren, als wenig nachhaltig. Die Schweiz verfügt über ausreichend starke Standortvorteile, um sich auch im 21. Jahrhundert erfolgreich dem Wettbewerb zu stellen. Voraussetzung dafür sind ein gesundes Selbstbewusstsein, Ehrlichkeit und das Ablegen von Selbstgefälligkeit.

Verantwortung der Privatwirtschaft

Um ihre Glaubwürdigkeit zurückzugewinnen, muss die Privatwirtschaft wieder zu einer tragenden Kraft in der Gesellschaft werden. Es lässt aufhorchen, dass der Wirtschaftsverband Economie-suisse den amtierenden CEO eines Staatsbetriebs zum neuen Präsidenten macht. Ohne die unbestrittenen Fähigkeiten von Heinz Karrer hinterfragen zu wollen, stellt sich die Frage, ob in der Privatwirtschaft kein geeigneter, williger Kandidat zu finden war. Für den sozialen Konsens wäre es wünschenswert, dass sich auch die Entscheidungsträger in den Führungsetagen grosser, weltweit tätiger Schweizer Unternehmen für gesellschaftliche Belange interessieren und engagieren. Koppelt sich die Wirtschaftselite ab, entfremden sich die Denkweisen und das gegenseitige Verständnis weiter.

.....
Michael Düringer ist Partner von IRF Communications.