

Enable: Heimatpflege in der Firma

von Prof. Horst Wildemann

Staat und Wirtschaft sind stärker aufeinander angewiesen als jemals zuvor. Mit Patriotismus hat das nichts zu tun. Die Firmen profitieren von einer starken Heimat und umgekehrt gilt, mit gut laufender Wirtschaft im Rücken kann ein Politiker besser agieren.

In der Debatte der vergangenen Monate wurde immer wieder der Verdacht genährt, dass Globalisierung und Patriotismus zwei Dinge bezeichnen, die nicht zueinander passen. Unternehmen, die global wettbewerbsfähig sein wollen, verstoßen mit Entlassungen in der Heimat und Investitionen im Ausland offensichtlich gegen nationale Empfindungen und Interessen. Ob sie Opel, Siemens oder Deutsche Bank heißen, das Problem liegt offen auf dem Tisch.

Diese Sicht der Dinge aber berücksichtigt nur die äußerste Hülle eines vielschichtigen Problems. Die Wahrheit ist, dass, im Gegenteil zur herrschenden Meinung und jenseits aller Polemik, in der Globalisierung Staat und Unternehmen viel stärker als jemals zuvor aufeinander angewiesen sind. Die Nation braucht starke Firmen, die Firmen brauchen eine starke Heimat. Die Stärke des anderen wird zum unabdingbaren Teil der eigenen Stärke.



Prof. Dr. Horst Wildemann

Die vielerorts gepflegte Meinung, dass in einer globalisierten Welt alle Macht den Unternehmen zufällt und der Staat nur noch ein willfähriger Handlanger der Industrie sein kann, ist völlig falsch. Das globalisierte Unternehmen braucht eine möglichst starke Heimat, um erfolgreich zu sein. Unternehmen, die freischwebend in der Internationalität prosperieren, gibt es überhaupt nicht. Alle Unternehmen brauchen eine Heimat.

Für das Management stellt sich dabei nur die Frage, wie man die Heimat für den eigenen Erfolg nutzen kann. Unternehmensführer, die sich dieser Frage nicht stellen, vernachlässigen die Interessen des Unternehmens - und sind damit schlechte Manager.

Politisches Ansehen sorgt für Mitsprache

Die Notwendigkeit der Heimatpflege ist nicht zuletzt Folge der zunehmenden Politisierung der Geschäftswelt. In allen Ländern, insbesondere in den Boomregionen Asiens, Indiens und des Vorderen Orients werden die Weichen für größere Projekte, für Neuansiedlungen von Branchen oder Firmen und für die Öffnung der Märkte für Ausländer auf der politischen Ebene entschieden. Politiker reden dabei mit Politikern.

Ein Land mit guten und einflussreichen Politikern kann dabei für "seine" Unternehmen mehr herausholen als ein weniger geachteter Regierungsrepräsentant. Ein politisch angesehenes Land wird dabei mehr Mitsprache genießen als ein unbeliebter Störenfried. So wird auf politischer Ebene der Weg zur Globalisierung geebnet. Unübersehbarer Beleg für diese Zusammenhänge sind die Reisen des Kanzlers nach China oder in die Golfregion, die wie selbstverständlich immer auch der Anbahnung und dem Abschluss großer Geschäfte dienen. Die gemeinsamen Geschäfte sind sozusagen der Schmierstoff für anhaltend gute Beziehungen. Gemeinsame Geldinteressen, so denkt mancher Politiker, schweißen fester zusammen als ein politischer Dialog allein.

Für das Unternehmen wird bei der Globalisierung die Heimat immer auch eine Art Schutzmacht sein, die das Unternehmen davor schützt, ungerecht behandelt zu werden. Je besser das politische Ansehen der Heimat im jeweiligen Land ist, umso leichter lassen sich Geschäfte abwickeln.

Aktive und gezielte nationale Unternehmenspolitik

Daraus folgt, dass die Unternehmen sehr wohl ein riesengroßes Interesse an der Stärke und dem Ansehen der Heimat haben müssen. Das internationale Gewicht des eigenen Landes wird zum Bestandteil des eigenen Erfolgs.

Für die Politik gilt derselbe Zusammenhang. Die Stärke der eigenen Unternehmen ist unabdingbar für den eigenen wirtschaftlichen und politischen Erfolg. Ohne starke Unternehmen gibt es keine starke Wirtschaft. Ohne starke Wirtschaft gibt es nicht genug Arbeitsplätze und obendrein zu wenig Steuereinnahmen.

Länder wie Russland mit der Renationalisierung der Ölindustrie oder China mit dem Schutz aller strategischen Branchen betreiben längst eine aktive und gezielte nationale Unternehmenspolitik. Das Instrument scheint in einer globalisierten Welt immer wichtiger zu werden.

Und das gilt nicht nur für Entwicklungsländer. Frankreich führt vor, wie man mit Staatshilfe wichtige Branchen im Land stärkt und wie man ausländische Angreifer abwehrt. Das war bei Alstom so, wo Siemens nicht zum Zug kam und auch bei Sanofi-Aventis, wo die Franzosen vom Staat unterstützt Sieger blieben.

Die in Deutschland üblichen und leider gerade in den Reihen von Grün und Rot zu beobachtenden Vorurteile gegenüber Industrie und Finanzwelt sind ein Stolperstein bei der Globalisierung. Doch in den Köpfen der meisten Politiker hat sich längst die Einsicht festgesetzt, dass ein starkes Land ohne eine starke Industrie sehr schnell ein schwaches Land sein wird.

Prof. Dr. Horst Wildemann ist Professor an der Technischen Universität München und Geschäftsführer der Managementberatung TCW.

ftd.de, 18.04.2005

© 2005 Financial Times Deutschland, © Illustration: ftd.de