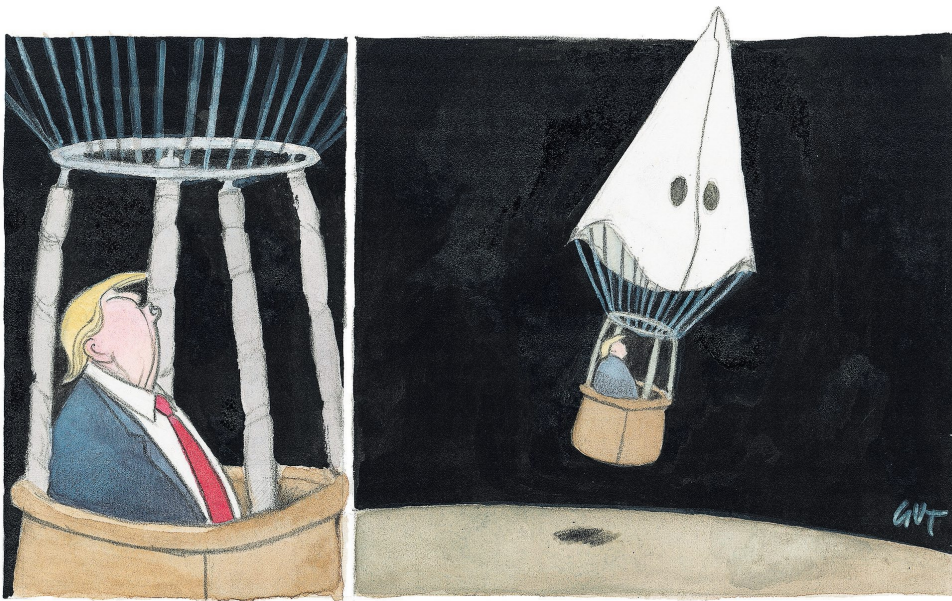


KARIKATUR DER WOCHE



SCHWARZ UND WIRZ

## Klima – Grün ist oft auch Rot

Von CLAUDIA WIRZ

Nichts sei schwerer zu ertragen als eine Reihe von guten Tagen, heisst es wahlweise bei Luther oder Goethe. Dass sich dieses Bonmot in unserem Alltag laufend bestätigt, ist wohl damit zu erklären, dass wir seit Jahrzehnten am Wohlstand leiden. Es geht uns gut. Verzicht ist uns fremd, wir können uns alles leisten, was das Herz begehrt. Das Konsum- und Unterhaltungsangebot ist grenzenlos, das Gesundheitswesen Weltklasse, die Luft ist rein, die Seen laden zum Bade, Staat und Zivilgesellschaft bilden einen ordentlichen Rahmen für freie Entfaltung, Bildung und demokratische Teilhabe – und prompt machen sich Unzufriedenheit, Resignation, ja Weltuntergangsstimmung breit.

Es ist kein Wunder, dass auf diese Art von Verdross ein Liebgügeln mit einem gesellschaftlichen Gegenwurf folgt. Dies trifft nicht zuletzt auf die sogenannte Klimajugend zu. «Wir wollen eine Welt, in der wir wieder besser leben können», rapportiert eine junge Demonstrantin in die Fernsehkamera. Dabei sieht sie gar nicht so aus, als führe sie ein schlechtes Leben. Ein Mitstreiter doppelt nach und meint, die Politik müsse jetzt handeln, damit er später vor lauter Umweltverschmutzung nicht im Bunker leben müsse.

Zur jugendlich-apokalyptischen Umweltretorik gesellt sich spielend antikapitalistische Systemkritik. «Kapitalismus versenken – Klimakrise abwenden», riefen radikale Linke schon im Frühling an einer Demonstration ins Land. Auf ihrer Website holt die «Bewegung für den Sozialismus» denselben Schlachtruf noch einmal hervor, um für die nationale Klimakundgebung vom September zu mobilisieren.

Mit vollem Bauch lässt es sich leicht Schwärmereien hingeben. Sozialismus ist chic – solange man ihn aus der Perspektive des wohlstandsverwöhnten Theoretikers betrachtet. Ob der Sozialismus aber auch die Tränen der Klimajugend würde trocken können, ist eine andere Frage. Ökologische Weltrettung ist nicht unbedingt eine Kernambition des real existierenden Sozialismus.

«Wir töten die Erde», zitierte das Magazin «Der Spiegel» 1972 einen sowjetischen Wirtschaftsprofessor, und mit «wir» meinte er die Sowjetwirtschaft. Bitterfeld in Sachsen-Anhalt kam zu Zeiten der DDR zur zweifelhafte Ehre, die «dreckigste Stadt Europas» zu sein. Und Maos jämmerlicher Vernichtungskrieg gegen die Spatzen geriet nicht nur für die gefiederten Volkseinde zu Apokalypse; der inszenierte «Massenmord» an der Natur sorgte für Insektenplagen und war mitverantwortlich für die grösste je von Menschen erzeugte Hungersnot mit geschätzten 45 Millionen Toten.

Die Volksrepublik China ist es auch, die gegenwärtig die Rangliste der grössten CO<sub>2</sub>-Emitenten anführt. Auch als Quelle für den Plastikmüll im Meer steht China laut einer Studie an der Spitze. Nun könnte man einwenden, das heutige China habe mit echtem Sozialismus nichts zu tun. Doch nichts wäre falscher als das. Chinas Kommunisten kontrollieren das Land lückenlos und exakt nach dem Muster der leninistischen Parteidiktatur. Nichts Relevantes geschieht hier, das nicht von der Partei mit ihren rund 90 Millionen Mitgliedern gesteuert wäre. Selbst die Auslandschinesen werden umarmt. Für sie gibt es eine eigene «Landeshymne», die das immerwährende chinesische Herz besingt. Der «Sozialismus mit chinesischen Besonderheiten» steht in voller Blüte.

CO<sub>2</sub> ist ein farbloses Gas. Es ist weder sozialistisch noch kapitalistisch. Deshalb ist Klassenkampf auch nicht das probate Mittel zur Reduktion der Emissionen. Technische Innovation ist erfolgversprechender. Aber vielleicht verfolgen die orthodoxen «Ökosozialisten» ohnehin ein anderes Ziel. Grün ist eben nicht nur eine Mischung aus Blau und Gelb, wie Goethe schrieb, sondern manchmal auch einfach ein Rot.

Claudia Wirz ist freie Journalistin und Autorin.

Die euphemistische Sprache der Grosskonzerne

## Vom Anwachsen der Verzweiflungskultur

**Gastkommentar**

von MANFRED SCHNEIDER

Das ehrwürdige Wort «Kultur» findet sich seit einiger Zeit in neuen, bisweilen bizarren Verbindungen wieder. Vor gut fünfzig Jahren setzte der Aufstieg des Wörtchens «Esskultur» ein, das gleich die «Trinkkultur» nach sich zog. Es folgten «Streitkultur», «Unterhaltungskultur» und als Geschenk des Internets die «Hasskultur». Diese Mesallianzen, unter denen das Wort in den letzten Jahrzehnten seufzt, zeigen an, dass es mit Essen, Trinken, Streiten, Unterhalten und Hassen nicht gut bestellt ist. Das gilt erst recht für Neubildungen wie «Willkommenskultur» und ihren schwarzen Schatten, die «Wutkultur». Das lateinische Wort *cultura*, das einst die Tätigkeit der Landleute bezeichnete und später die Bedeutung «Verehrung» annahm, zeigt in manchen Kombinationen eher kulturelle Notstände an.

Der Befund wird besonders deutlich, wenn man die neuesten Komposita im Sprachgebrauch des Industriemanagements betrachtet, wo Abteilungen für Unternehmenskultur entstehen. Sie dienen freilich nicht der Kultur, sondern dem Image. Die Leiterin einer solchen Abteilung bei der VW-Tochter Audi AG gab kürzlich Einblick in den industriekulturellen Notstand, als sie der Öffentlichkeit vor dem Hintergrund der diversen Diesel-Betrügereien erklärte, dass sich ihr Unternehmen jetzt entschlossen habe, die bisherige «Fehlerkultur» zu beenden und stattdessen eine «Mutkultur» einzuführen.

**Wohlklingende Anglizismen**

Man ahnt, dass hier eine Verzweiflungskultur spricht. Dabei ist auffällig, dass Konzerne, die sonst Weltläufigkeit und globale Ausrichtung durch wohlklingende Anglizismen anzeigen, indem sie das «Stakeholder-Management» befriedigen, Mitarbeiter mit «Employer Branding» anlocken oder Kunden mit «Customer Services» umschmeicheln, reumütig zu den alten deutschen Wörtern zurückkehren.

Diese Kultur-Wörter im Unternehmensbereich zeigen nicht nur, wie Marketing-Texter die Welt mit Euphemismen betören. Hinter ihren Sprachtricks spielen sich Veränderungen von enormer politischer Bedeutung ab. Offensichtlich nehmen grosse Industrieunternehmen mit globaler Ausrichtung und ökonomischem Potenzial für sich eine staatsähnliche, rechtliche und politische Sonderstellung in Anspruch. Das verwundert nicht, da der Umsatz mancher Konzerne das Budget selbst starker Industrieländer hinter sich lässt. So übertrifft etwa der weltweite Umsatz der Royal Dutch Shell bei weitem die Steuereinnahmen der Niederlande.

Das auffälligste Anzeichen dieser Veränderung jedoch ist die wachsende Zahl an Klagen, Sank-

tionen und Strafzahlungen, mit denen weltweit Grosskonzerne wegen Bestechungen, Zinsmanipulationen, Untreue, Bilanzfälschungen, Steuertricks, Softwarebetrug, Geldwäsche, Umweltschäden überzogen werden. Die Chefetagen der Grossbanken und Konzerne wissen, dass ihr Unternehmen durch schiere Grösse, Beschäftigtenzahlen und «Systemrelevanz» ebenso wenig untergehen

**Inzwischen hat sich der Einfluss von Unternehmen und Konzernen so sehr verstärkt und ausgebreitet, dass sie wie moderne Feudalherren auftreten.**

kann wie der souveräne Staat, an dessen Gesetze sie sich nicht mehr halten wollen. In das Kalkül der unternehmerischen Strategie ist das Risiko, bei solchen Verstössen erwischt zu werden und hohe, aber kaum imageschädigende Bussgelder zahlen zu müssen, bereits eingerechnet.

Es sind auch Veränderungen in der globalisierten Welt, die manche Unternehmen immer mehr wie Staaten handeln lassen, indem sie wirtschaftlichen Erfolg und Marktmacht zu den vorrangigen Zielen erklären und das falsche Spiel mit Euphemismen maskieren. Zu den neuen Aussenbedingungen zählt auch die Konkurrenz mit den zentral und autoritär gelenkten Wirtschaftssystemen in China oder Russland.

Während in diesen Ländern der Parteidienst Unternehmensstrukturen ausbildet und als Souverän auch kräftig betrügt, verwandeln sich westliche Grosskonzerne zunehmend in staatsähnliche Systeme, die sich selbst ihre Regeln vorgeben. Ihr Selbstbewusstsein und ihr Rechtsverständnis erinnern an die britische East Indian Company vom 17. bis zum 19. Jahrhundert, die ein königliches Privileg für den Asienhandel nutzte, um sich dann eigene Korporationsgesetze zu geben und später eigene Truppen und eigene Währungen zu unterhalten. Einen ähnlichen spektakulären Schritt hin zur quasistaatlichen Souveränität versucht gerade Facebook, indem es für seine globalen Geschäfte und Netzwerke eine eigene digitale Währung einzuführen beabsichtigt.

Was hat es nun mit den Kultur-Wörtern auf sich? Es sind Täuschungsmanöver. Denn was wie eine Besinnung auf Anstand und Fairness aussieht, nämlich die «Corporate Guidelines»,

«Codes of Conduct», «Management Accounting», «Compliance-Management-Systeme» oder gar die Stiftung von Universitätslehrstühlen für «Business Ethics», mit denen sich viele Unternehmen ein gutes Ansehen geben, zeigt vielmehr an, dass regelkonformes Handeln und traditionsgeleitetes Führen nicht mehr einfach erwartet werden können. Allerdings wollen Unternehmen die Sanktion solcher Fehllandungen in der eigenen Hand behalten.

Zugleich bewegen sich viele Grossunternehmen auf Feldern der Gesellschaft, wo sie eigentlich nichts zu suchen haben. Sie treten mäzenatisch auf, gründen Universitäten, richten Stiftungen ein, finanzieren Theater und Museen, sponsern Sportereignisse, Festivals oder Ausstellungen, unterstützen Flüchtlinge, schreiben ihre Marken auf Sportarenen, spenden bei Katastrophen, legen Förderprogramme auf und binden ihre Konsumenten in fiktive Gemeinschaften von «communities» ein. Das soll keineswegs für Teufelswerk erklärt werden, wemgleich die milde Spender-Hand besonders gerne Steuern spart. Es beschleunigt jedoch eine Dynamik, durch die Grosskonzerne nicht nur wirtschaftliche und politische Macht ansammeln, sondern ihre Tätigkeit weit über das Feld der Wirtschaft und des Privaten hinaustreiben und sich als eigene souveräne Akteure mit eigener Kultur betrachten.

**Politische Einflussnahme**

Es ist ein Schritt voran auf dem Weg, den Jürgen Habermas bereits vor vielen Jahren als «Refudalisierung» beschrieben hat. Damals sah Habermas, dass private Unternehmen die Öffentlichkeit ihrem eigenen Regelwerk unterwerfen und den Staat dazu brachten, seine Bürger als Kunden zu behandeln. Aber das waren noch romantische Zeiten! Inzwischen hat sich der Einfluss von Unternehmen und Konzernen so sehr verstärkt und ausgebreitet, dass sie wie moderne Feudalherren auftreten, losgelöst von staatlichen Kontrollinstanzen oder mit erheblichem Einfluss auf sie, mit kaum eingeschränkter Macht, mit Anspruch darauf, nach eigenem Opportunitätsregeln zu handeln.

Geben wir zu: Wir alle lassen uns gerne täuschen und von Kultur-Wörtern einnebeln! Man könnte in diesem Wörtergenuss sogar die Wirkung der modernen Lyrik entdecken, welche die poetische Wirkung stärker aus den klanglichen Eigenschaften der Sprache hervorlockte als aus den semantischen. Man könnte aber auch daran denken, dass grosse Kirchenmänner wie Papst Gregor II. die «idolorum cultura» als Götzendienst brandmarkierte.

Manfred Schneider ist emeritierter Professor für deutsche Literaturwissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum.