

Eine brandgefährliche Liaison



Warum schweigen Unternehmen zum Erfolg der AfD oder unterstützen sie sogar? Sich von der Partei einen wirtschaftlichen Vorteil zu versprechen, ist ein Trugschluss.

Wenn am 1. September dieses Jahres zwei Landtagswahlen stattfinden, dürfte Deutschland auf den Tag genau 85 Jahre nach Beginn des Zweiten Weltkrieges sein blaues Wunder erleben. Die AfD liegt in Thüringen und in Sachsen laut Umfragen klar vorn. Auch im Bund kommt die Partei aktuell auf 20 Prozent. Das ist umso besorgniserregender, wenn man sich die jüngsten Veröffentlichungen des Rechercheportals Correctiv vor Augen führt.

Hochrangige AfD-Funktionäre sollen demnach mit Rechtsextremen die Vertreibung von Millionen Menschen mit Migrationshintergrund aus Deutschland diskutiert haben. Eingeladen haben soll zu dem Treffen in Potsdam auch der Gründer der Bäckereikette Backwerk und bisherige Gesellschafter der Burgerkette Hans im Glück. Auch insgesamt wird die AfD von diversen Unternehmerinnen und Unternehmern ideell sowie ganz konkret finanziell unterstützt. Der Molkerei-Milliardär Theo Müller hat kürzlich bestätigt, in Kontakte zur AfD zu stehen und sich mit Parteichefin Alice Weidel getroffen zu haben. Zu Wochenbeginn demonstrierte in Mecklenburg-Vorpommern zusammen mit Landwirten ein Bündnis namens "Unternehmeraufstand", dem sich kleine und mittelständische Betriebe und viele Handwerker anschlossen - mit ähnlicher Programmatik wie die der AfD.

Woher rührt die Schweigsamkeit?

Bedenkt man, dass die Landesverbände der AfD in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen vom Verfassungsschutz als "gesichert rechtsextremistisch" eingestuft wurden, sind diese Entwicklungen umso bestürzender. Verfassungsschutzchef Jochen Hollmann warnt folgerichtig "vor verfassungsfeindlichen Bestrebungen, damit niemand sagen kann, er hätte es nicht gewusst". Erstaunlich passiv aber verhält sich in dieser Debatte die breitere Kulisse an deutschen Unternehmen und großen Konzernen, zumal diese politischen Entwicklungen ihnen aus den unterschiedlichen Gründen nicht recht sein können.

Da ist zunächst die Tatsache, dass Rassismus und Fremdenfeindlichkeit der Anwerbung von ausländischen Fachkräften, die in Deutschland aus strukturpolitischen Gründen zunehmend notwendiger wird, abträglich ist. Ebenso verhält es sich mit Investitionen aus dem Ausland, dürfte ein Rechtsruck doch nicht gerade zum Standortvorteil für Deutschland reichen, besonders nicht im Osten

des Landes. Woher aber rührt die Schweigsamkeit von Unternehmen, von Industrie- und Handelskammer, von Handwerkskammer und Unternehmensverbänden zu dem drohenden politischen Umschwung? Auf diese Frage kann es wenigstens vier Antworten geben.

Womöglich haben erstens, viele Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft die Tragweite des Themas noch nicht erkannt und nehmen es in einem engen wirtschaftlichen Sinne nicht als relevant wahr. Zweitens, man fühlt sich für politische Fragen nicht zuständig, weil man in einem Denken verhaftet ist, das das Ökonomische und das Politische als strikt zu trennende Sphären auffasst, die nicht vermischt werden sollten. Drittens könnten Unternehmen oder Wirtschaftsverbände durch eine klare Positionierung gegen die AfD fürchten, in Konflikte mit Teilen ihrer Beschäftigten, Vertragspartnern oder anderen gesellschaftlichen Gruppen zu geraten und halten sich deshalb aus einem gesellschaftlichen Diskurs raus.

Es kann viertens sein, dass die wirtschaftspolitische Programmatik der AfD wirtschaftlichen Akteuren gut in den Kram passt, kann diese doch insgesamt als zutiefst wirtschaftsliberal bis libertär bezeichnet werden, die Unternehmen vermeidlich zum individuellen Vorteil reichen könnten. Die AfD fordert beispielsweise eine "Entschlackung und Flexibilisierung des Arbeitsrechts" oder betrachtet moderne Industriepolitik als sozialistische Staatswirtschaft, die es abzuschaffen gelte. Man will Bürokratie abbauen, Sozialleistungen reduzieren und eine "Deindustrialisierung Deutschlands" insgesamt stoppen - die Beendigung der Energie- und Verkehrswende inklusive.

Dabei mag zwar das neoliberale Herz mancher Wirtschaftsvertreter höherschlagen. Wenn Unternehmen aber den wirtschaftsliberalen Verlautbarungen der AfD applaudieren, sollten sie sich von der Partei bitte genauer erklären lassen, wie sich ihr blue deal mit der Forderung nach einem Austritt aus dem Euro oder gar der EU, ihrem Hang zum Protektionismus, der Ablehnung selbst qualifizierter Zuwanderung verträgt. Die Antwort lautet: gar nicht.

Abwehr von Feinden einer offenen Gesellschaft

Ob es nun Ignoranz, Engstirnigkeit, Konfliktscheue, Eigeninteresse oder Verblendung ist (Kombinationen sind möglich), die auf das Schweigen wirtschaftlicher Akteure bei diesem Thema hindeuten, Unternehmen und Wirtschaftsverbände scheinen sich bei ihren unterschiedlichen Strategien des Wegduckens eines wesentlichen Umstandes nicht bewusst zu sein, nämlich: Eine freiheitlich-demokratische Grundordnung ist die wichtigste Säule einer sozialen Marktwirtschaft. Ist diese Ordnung in Gefahr, so ist es nicht nur im Interesse von Unternehmen und Verbänden, sondern auch ihre gesellschaftliche Verantwortung, höchste Anstrengungen zur Abwehr von Feinden einer offenen Gesellschaft zu unternehmen.

Man liegt als Unternehmen schlicht falsch, wenn man meint, es allein der Politik oder den Bürgerinnen und Bürgern aufzubürden, die Rahmenbedingungen für eine freiheitliche Gesellschaft zu schaffen, sich selbst aber einer solchen Verantwortung zu entziehen. Ein solches Denken ist mehr noch als "zynisch" zu bezeichnen, wie DIW-Präsident Marcel Fratzscher jüngst feststellte, bedenkt man, dass ansonsten ja gern seitens Unternehmen und Wirtschaftsverbänden an Rahmenbedingungen mitgewirkt und für Grundlage des Wirtschaftens lobbyiert wird.

Deshalb gilt, so notiert Wolfgang Große Entrup, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Chemischen Industrie als einer der wenigen Wirtschaftsvertreter zutreffend: "Alle, denen dieses Land etwas bedeutet, müssen jetzt die wachsende Zahl der Gleichgültigen motivieren, mit dem Stimmzettel für eine offene Gesellschaft zu votieren."

Laute Positionierung

Es muss sich dabei nicht notwendigerweise um krude #noAfD-Kampagnen handeln. Es geht um unmissverständliche Bekenntnisse und Positionierungen der Wirtschaft zu grundlegenden demokratischen Werten westlicher Gesellschaften, durch die einem "Klima der Spaltung und der Ressentiments" entgegengetreten wird, "das die AfD schürt", wie Bundesinnenministerin Nancy Faeser es nennt.

Derartige Positionierungen, und das ist wesentlich, sollten laut sein und lauter werden. Während der Corona-Pandemie positionierten sich zahlreiche Unternehmen in einer breit angelegten Anzeigenkampagne mit Slogans wie "Freude am Impfen" (BMW), "Quadratisch, praktisch, geimpft" (Ritter Sport) oder "Impfen find ich gut" (Otto).

Die Thüringer Jenoptik macht gerade vor, wie Unternehmen ihre Lautstärke im Umgang mit der AfD erhöhen können. Auf Plakaten werben Mitarbeitende des Konzerns für eine tolerante Gesellschaft. "Wer Menschen ausgrenzt, begrenzt seine Möglichkeiten" oder "Wer sich abschottet, macht dicht", lauten die Botschaften des Unternehmens.

"Bleib offen?", heißt diese Kampagne; offen "für andere Perspektiven", für "Fortschritt" und "Vielfalt", "offen für Zukunft". Daran sollte eigentlich allen Unternehmen gelegen sein.

HINWEIS:

Der Text ist erschienen als Gastbeitrag von Thomas Beschorner auf ZEIT ONLINE:

<https://www.zeit.de/wirtschaft/2024-01/afd-wirtschaft-unternehmen-unterstuetzung-vorteile/komplettansicht>

Der Autor



Prof. Dr. Thomas Beschorner

Thomas Beschorner ist Professor für Wirtschaftsethik und Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen.