

Sehr geehrter Herr Koch

Zur Schreiben von Marc Hassinger, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, BMW Group, vom 19.10.2009, welches mir in Kopie per Fax zugeht, möchte ich wie folgt Stellung nehmen.

Im Interview in der FR vom 16.10.09 ebenso wie in meinem Buch „System Error“ (Frankfurt a.M. 2009, S. 7 ff.), auf das sich das Interview erkennbar bezieht, ist BMW lediglich ein Beispiel von vielen Unternehmen, in denen eine „neue ökonomische Radikalität“ Einzug gehalten hat. Deren Kennzeichen besteht darin, dass kein anderer Gesichtspunkt als der der Rentabilität in den Erklärungen des Managements mehr auffindbar ist. Als Indiz hierfür wurde die Formulierung gewählt, dass „die umfangreichen Effizienzsteigerungen insbesondere im Produktionsbereich ... eine Reduzierung der Personalkapazitäten in der Größenordnung von mehreren tausend Mitarbeitern ... erlauben.“ (Corporate News vom 6. Februar 2008)

Ein Kennzeichen dieser neuen ökonomischen Radikalität ist etwa, dass keine Differenzierung zwischen „Druck aus Not“ und „Druck ohne Not“ mehr feststellbar ist (vgl. „System Error“, S. 79 ff., Thielemann, U./Ulrich, P.: Standards guter Unternehmensführung, Bern/Stuttgart/Wien 2009, S. 50 ff.)

Es kommt hierbei auf die Ausschließlichkeit der Orientierung an Rentabilitätszielen an, nicht auf eine absolute Höhe, wie auch immer diese ins Verhältnis zu setzen wäre. Auch ist nicht erheblich (und kann nicht so ohne Weiteres legitimierend ins Feld geführt werden), dass zahlreiche Anzeichen dafür sprechen, dass andere Unternehmen ebenfalls mit Gewinnmaximierung (der ausschließlichen Orientierung an Rentabilitätszielen) ernst machen. Dabei ist allerdings auch im Auge zu behalten, dass eine Rendite von 26% (wer auch immer der betrachtete nutznießende Investor ist), in etwa auf eine Verdoppelung des eingesetzten Kapitals in 3 Jahren hinausläuft, was durchaus mit betrieblichen oder volkswirtschaftlichen Entwicklungen der Wertschöpfung ins Verhältnis gesetzt werden darf.

Weder im Interview noch im Buch geht es aber primär um Verteilungsfragen, sondern um eine exemplarische Erhellung eines auf Rentabilitätsziele fixierten Managements, welches diese offenkundig zur letzten Maßgabe seines Handelns erhebt, was aus grundlegenden Überlegungen nicht rechtfertigungsfähig ist (vgl. System Error, S. 66 ff.). Die Radikalität, mit der Rentabilitätsziele von BMW – oder auch anderen Unternehmen – verfolgt werden oder wurden, wurde übrigens von Arbeitnehmervertretern als „Kulturbruch“ wahrgenommen (www.welt.de/wirtschaft/article1730799/Autobauer_BMW_streicht_8100_Stellen.html). Dies zeigt, dass hier eine Entwicklung – nochmals: nicht nur bei BMW – stattgefunden hat, die im Interview als Abkehr von einer „sozialen Marktwirtschaft“ gefasst wurde.

Die Ausführungen im Interview ebenso wie im Buch beziehen sich auf die Corporate News vom 6. Februar 2008

(http://www.bmwgroup.com/d/nav/index.html?http://www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/investor_relations/corporate_news/news/2008/Umsatzmeldung_01_2008.html). In der gegenwärtigen Situation wären Maßnahmen zu Lasten der Beschäftigten (oder anderer Stakeholder) nicht so ohne weiteres als Ausdruck eines „Drucks ohne (betriebliche) Not“ zu klassieren.

Die Eigenkapitalrendite (vor Steuern) der BMW Group lag zur Zeit der Ankündigung des Stellenabbaus, der ausdrücklich und ausschließlich mit als „ehrgeizig“ deklarierten Zielen der Rentabilitätssteigerung begründet wurde, bei 20,2 Prozent (Geschäftsbericht 2008, S. 57). Dass ein Wandel in der Führungskultur des Unternehmens im Unterschied zu früheren Zeiten, in denen BMW selbstverständlich Markt- und Wertschöpfungserfolge zu verzeichnen hatte, stattgefunden hat, zeigt übrigens auch der Hinweis auf S. 47 des Geschäftsberichts 2008, dass „die Ausrichtung“ des Unternehmens in all seinen Dimensionen nun „noch stärker an Profitabilität und langfristiger Wertsteigerung“ erfolgen soll. Eine verallgemeinerungsfähige Begründung dafür ist nicht ersichtlich.

Wenn die BMW Group meint, die im Interview getätigten Aussagen seien für das Unternehmen „rufschädigend“, so liegt es am Unternehmen den Eindruck zu zerstreuen, es behandle alle Stakeholder (inkl. Mitarbeitern) streng nach Maßgabe ihrer Rentabilität, d.h. als erfolgsrelevante Faktoren in Relation zu allen möglicherweise rentableren Optionen und als sonst gar nichts (Opportunitätskostendenken im Sinne von Economic Value Added, wobei jeder Opportunitätsverlust, jede Nicht-Ausschöpfung höchstmöglicher Renditen, als ‚Wertvernichtung‘ gilt; im Geschäftsbericht 2008 spricht das Unternehmen von einer „wertorientierter Steuerung“ sowie von einer „konsequenten Steuerung des Kapitaleinsatzes“, wobei unter „konsequent“ offenbar die „Kapitaleffizienz“, d.h. die Rentabilität, gemeint ist, die „sowohl bei Projektentscheidungen als auch in allen Segmenten sowie auf Konzernebene im Vordergrund“ zu stehen habe.)

Auch das Schreiben vom 19.10.2009 bestätigt den Eindruck, dass die BMW Group, jedenfalls in ihren Stellungnahmen, keine andere Wertdimension kennt als den Kapitalwert, woraus logisch zwingend folgt, dass „die Mitarbeiter ‚nur noch Erfolgsfaktoren‘“ sind und nach Maßgabe ihrer Erfolgs- bzw. Rentabilitätsdienlichkeit behandelt werden. Der Hinweis, „keine kurzfristige Gewinnmaximierung“ zu betreiben, zerstreut diesen Eindruck nicht etwa, sondern bestätigt ihn, denn an die Stelle einer „kurzfristigen“, und dies hieße: einer kurzfristigen Orientierung hinsichtlich der Steigerung des Gewinns soll der „langfristige Erfolg“ bzw. Gewinn treten. (Vgl. zur Selbstwidersprüchlichkeit des Begriffs „kurzfristiger Gewinnmaximierung“ System Error, S. 141 f.) Dass keine anderen Relevanzen als die Rentabilität in den Horizont der eigenen (deklarierten) Orientierung rücken, zeigt auch der Hinweis, dass das Unternehmen der ‚Erwartung‘ der Aktionäre genügen möchte, „eine kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswertes“ zu erzielen, womit das Interesse an Kapitaleinkommen, die niemals zu hoch ausfallen können, offenbar als legitim betrachtet wird.

Dem guten ‚Ruf‘ des Unternehmens (und nicht nur der BMW Group), verstanden als der verdienstermaßen gute Ruf (vgl. System Error, S. 164 ff.), stünde es sicher gut an, wenn das Unternehmen die zweifelsohne bestehenden (und nicht bloß ‚kurzfristigen‘) Konflikte zwischen den legitimen Ansprüchen von Aktionären und Mitarbeiter (und auch weiteren Stakeholdern) nicht harmonistisch wegdefiniert, sondern verantwortungsvoll handhabt und ggf. selbst zum Thema macht. Dies allerdings setzt voraus, dass die „kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswertes“ nicht das letzte Ziel bilden kann bzw., wie es im Interview heißt, „entthront“ wird. Dabei darf das Management auch auf die Nöte verweisen, die ihm aus den ‚Erwartungen‘ des mächtigen Kapitals erwachsen (vgl. dazu System Error, S. 84 ff. und vorher bereits mit Blick auf BMW S. 9 f.).

Mit freundlichen Grüßen

Ulrich Thielemann

St. Gallen, 20.10.2009

Dr. Ulrich Thielemann
Vizedirektor

Institut für Wirtschaftsethik
Universität St. Gallen (IWE-HSG)
Guisanstr. 11
CH-9010 St. Gallen

Tel.: ++41/(0)71/224 26 42
Fax: ++41/(0)71/224 28 81
e-mail: ulrich.thielemann@unisg.ch
<http://www.iwe.unisg.ch>
