

## Neubesinnung des «Davos Man»

Jenseits von Angebot und Nachfrage sinniert die Elite über ihre politische Verantwortung

Von Daniel Zulauf

**Zürich/Davos.** Das World Economic Forum (WEF) ist eines jener Erfolgsunternehmen, wie man sie in der Schweizer KMU-Landschaft eigentlich oft trifft. Seit 1971 arbeitet Klaus Schwab unermüdlich an der Weiterentwicklung seiner Organisation. Bravourös hat er die Internationalisierung und sehr früh auch die Globalisierung gemeistert. Mit Fleiss, Talent und viel Weitsicht hat der Patron sein Unternehmen auch in schwierigen Zeiten auf Kurs gehalten. Wie vielen anderen Gründern scheint dem 79-Jährigen das Abschiednehmen von den grossen Bühnen zunehmend schwerzufallen. In einem Punkt aber will das WEF ganz und gar nicht ins Bild eines normalen Schweizer KMU passen. Wenn Schwab in die Linsen der Kameras lächelt, sieht man im Hintergrund zwar fast immer das Logo des Weltwirtschaftsforums, das mit einem unfertigen Kreis den offenbar noch längst nicht abgeschlossenen Prozess der Globalisierung andeutet. Nirgends aber findet sich ein Schweizerkreuz, das auf die Heimat dieser in Genf ansässigen Organisation hindeuten würde.

Die Politikphilosophin Katja Gentinetta sieht darin freilich nichts Erstaunliches. «Ich vermute, dass Herr Schwab die ganze Welt als Heimat des WEF bezeichnen würde», sagt sie im Gespräch. Bekennenden Verfechtern einer liberalen Wirtschaftspolitik, zu denen sich die ehemalige Vizedirektorin von Avenir Suisse selber zählt, käme die Frage nach der Heimat von Unternehmen kaum einmal spontan über die Lippen. Schliesslich müssen marktwirtschaftlich gesteuerte Unternehmen stets dort sein, wo auch ihre Märkte sind. Mit Heimat im eigentlichen Sinne hat das wenig zu tun.

### Die überraschte Wirtschaftselite

Trotzdem ist Gentinetta zusammen mit der Sozialwissenschaftlerin und früheren Economiesuisse-Kampagnenleiterin Heike Scholten genau dieser Frage nachgegangen. Das Interesse wurde akut im Nachgang zum Urnengang vom 9. Februar 2014, als sich 50,3 Prozent der Schweizer Stimmbürgerinnen und Stimmbürger für die Masseneinwanderungs-Initiative ausgesprochen hatten. Herausgekommen ist ein Buch, das vor bald einem Jahr unter dem Titel «Haben Unternehmen eine Heimat?» erschienen ist und seither weiter an Aktualität gewonnen hat. Wie war es möglich, dass sich mehr oder weniger die ganze Schweizer Wirtschaftselite (und auch der grösste Teil der politischen Akteure) von diesem Volksentscheid überraschen liess? Warum blieben die eindringlichen Mahnungen der Wirtschaftsverbände ungehört? Weshalb diese Entscheidung, wo die Schweizerinnen und Schweizer an der Urne in wirtschaftlichen Fragen doch stets so pragmatisch abstimmen?

Professor Peter Forstmoser, ein Aktienrechtsspezialist und während vieler Jahre einer der einflussreichsten Wirtschaftsanwälte im Land, spricht im Vorwort von einer «krassen Fehleinschätzung seitens der Wirtschaft» und von einem «schlagenden Beispiel für den Mangel einer Aussensicht». Gentinetta und Scholten befragten landauf, landab 25 Führungspersonlichkeiten unter der Hypothese, dass Unternehmen tatsächlich so etwas wie eine Heimat hätten, wenn sie – zumal in einem direktdemokratischen Land wie der Schweiz – anerkennen würden, dass sie für die im Land geltende Wirtschaftspolitik, die Regulierung und die lokalen Standortbedingungen eine politische Mitverantwortung wahrnehmen würden und zu tragen bereit wären.

«Dieses Bewusstsein war in der Wirtschaft ganz einfach nicht vorhanden», sagt Gentinetta. «Es ist klar: Die Heimat ist der Markt.» Brexit und die Wahl von Donald Trump haben den Firmenchefs in allen anderen Industrieländern jäh in Erinnerung gerufen, dass die nationalen Grenzen trotz aller Globalisierung geblieben sind. Das WEF hat sich als Inbegriff einer globalisier-



In der Schweiz am richtigen Ort. Das WEF will ein Seismograf für wichtige wirtschaftspolitische Entwicklungen sein.

Foto World Economic Forum swiss-image.ch/Photo by Andy Mettler

ten Veranstaltung wie immer schnell, aber auch notgedrungen, auf die neue Situation eingestellt. «Responsive and responsible leadership» – das diesjährige Motto trägt dem veränderten politischen Klima Rechnung. Hinter dem Begriff «Responsiveness» verbirgt sich ein Perspektivenwechsel. Das Wort kann mit Empfänglichkeit, Reaktions- oder Anpassungsbereitschaft übersetzt werden. Damit schlägt das WEF den Bogen von der Wirtschaft zu den «Responsive Politics», dem sogenannten politischen Populismus, dem nicht nur Trump-Kritiker nachsagen, er ziehe allein darauf ab, den Wählerinnen und Wählern nach dem Mund zu reden.

### Manager ohne Treue zum Land

«Ich weiss nicht, was man sich als Firmenchef unter «Responsive Leadership» unter Berufung auf den Populismus konkret vorzustellen hat – und würde das auch nicht begrüssen», sagt Gentinetta. «Aber es ist eine Illusion zu glauben, dass eine grundlegend neue Wirtschaft entstehen kann, wenn gleichzeitig die marktwirtschaftlichen Gesetzmässigkeiten bestehen bleiben sollen.» Auch Trump werde gewinnorientierte Automobilhersteller nicht über Nacht zu sozialeren Firmen machen oder gar Arbeitsplätze völlig am Markt vorbei schaffen können. Dennoch braucht es wenig Fantasie, um voraus-

zusagen, dass sich der Geist von Davos in den nächsten Jahren stark verändern wird. Gegen vierzig Jahre ungebrochener Globalisierung haben das Selbstverständnis der Wirtschaftselite geprägt. Samuel Huntington, der vor acht Jahren verstorbene Politikwissenschaftler, prägte den Begriff des «Davos Man» mit der Beschreibung eines neuen Managertypus: Dieser sehe keine Notwendigkeit darin, dem eigenen Land die Treue zu halten, nationale Grenzen seien ihm ein Hindernis, das am besten abgeschafft werde, und nationale Regierungen sind ein Überbleibsel aus vergangenen Zeiten, deren alleinige Funktion noch darin bestehe, der globalen Elite weiterhin den Betrieb ihrer Geschäfte zu ermöglichen. Huntington publizierte seinen Text in einem Journal, das sinnigerweise den Titel *The National Interest* trägt. Die Ansichten des Professors sind ganz und gar nicht unbestritten, seine nettesten Kritiker betiteln ihn als «Sozialromantiker».

Gentinetta sieht in Übereinstimmung mit dem wirtschaftsliberalen Lager keinen Gewinn darin, das Rad der Globalisierung zurückzudrehen. Doch sie erhebt keinen Einspruch auf die Bemerkung, dass sich manche globale Unternehmen in den vergangenen Jahren doch etwas gar viele Freiheiten in der Welt zu nehmen wagten. «Es gibt Wirtschaftsführer, die gar nicht mehr so

richtig wissen, wo auf dem Globus sie sich gerade befinden, und die auch nicht unbedingt glauben, dass dieses Wissen eine Relevanz für sie hat.»

### Der Gang in die Politarena

Dass eine solche Haltung viel Konfliktpotenzial birgt, ist eigentlich nur logisch. Schliesslich ist die nationalstaatliche Politik und die nationale Regulierung auch in Zeiten der grossen G-20-Beschlüsse immer noch die dominierende Realität. «Das Konfliktpotenzial wird offensichtlich, wenn ein einzelnes Land eine globale Bank retten muss», sagt die Autorin und meint natürlich auch die UBS. Noch vor wenigen Jahren hatte die Bank mit der Drohung kokettiert, bei einer allzu strengen Regulierung in der Schweiz den Hauptsitz ins Ausland zu verlegen. Solche Stimmen sind inzwischen gänzlich verstummt. Es gab sie nicht nur in der Schweiz, sondern auch in Grossbritannien und in vielen anderen Industrieländern. Es waren erste zynische und vor allem hilflose Versuche einer Industrie, sich gegen die zwangsweise Rückführung in die «Heimat» zu stemmen. «Man kann drohen, lobbyieren oder auch einer breiten Öffentlichkeit erklären, was man als Unternehmen braucht, damit ein Standort im Wettbewerb ein Vorteil bleibt», sagt Gentinetta. Diese Bereitschaft, in die politische Arena hinunterzusteigen und im demokratischen Prozess Verantwortung für die eigene unternehmerische Umwelt, also für die Heimat, zu übernehmen, ist das, was sie und ihre Kollegin «Citoyen» nennen und sich unter «Responsive Leadership» vorstellen und wünschen.

Die Schweizer Wirtschaftselite wurde aufgrund der direktdemokratischen Entscheidungsprozesse im eigenen Land viel früher mit den politischen Befindlichkeiten der eigenen Bevölkerung konfrontiert als die Wirtschaftsführer in anderen Ländern. «Responsiveness» stand bei Schweizer Managern zwar lange Zeit nicht hoch oben in der Agenda. Daran hatte auch das Ja zur Abzocker-Initiative 2013 wenig geändert, das der Wirtschaft ein erstes Mal die von Forstmoser diagnostizierte mangelnde Aussensicht hätte vor Augen führen müssen. Doch seit dem 9. Februar 2014 hat sich die Einstellung der Manager gegenüber der Politik grundlegend verändert, haben die Autorinnen erfahren. Wenn das WEF ein Seismograf für wichtige wirtschaftspolitische Entwicklungen sein will, dann ist es in der Schweiz vielleicht doch genau am richtigen Ort.

## Negativzinsen bleiben wichtig

Nationalbank-Vizepräsident verteidigt bisherigen Kurs

**Zürich/Bern.** Negativzinsen bleiben für die Schweizerische Nationalbank (SNB) ein entscheidendes geldpolitisches Mittel, um eine übermässige Aufwertung des Frankens zu verhindern. Dies erklärte SNB-Vizepräsident Fritz Zurbrugg in einem Interview mit der *NZZ am Sonntag*. Die Zinserhöhung in den USA sei ein positives Zeichen und zeige, dass sich die Aussichten für die US-Wirtschaft verbessert hätten. «Für uns ist Europa allerdings bedeutender und die Europäische Zentralbank hat ihre Zinspolitik noch nicht normalisiert», erklärte Zurbrugg. Es sei für die SNB daher wichtig, eine Zinsdifferenz zu den Eurozinssätzen beizubehalten. Es sei nicht voraussehbar, wann sich die SNB von den Negativzinsen verabschieden könne. Das zweite Mittel, um eine übermässige Frankenaufwertung zu bekämpfen, seien Interventionen am Devisenmarkt, sagte Zurbrugg. Den Gewerkschaftsforderungen, wonach die SNB die Einnahmen aus den Negativzinsen von 1,2 Milliarden Franken an die Pensionskassen zurückerstatten sollte, erteilte Zurbrugg eine Absage. Pensionskassen bezahlten der SNB keine Negativzinsen. Diese würden allenfalls auf deren Cash-Guthaben bei Geschäftsbanken erhoben. Überdies wäre es nicht legitim, nur eine Gruppe von Sparern zu entlasten. SDA

## Denner erhöht Umsatz erneut

Discounter zeigt sich robust

**Zürich.** Die Migros-Tochter Denner hat 2016 zum siebten Mal in Folge ihren Umsatz gesteigert. Man habe damit der Negativsteuerung und dem Einkaufstourismus getrotzt, teilte Denner am Sonntag mit. Der Denner-Umsatz stieg im vergangenen Jahr um zwei Prozent auf 2,97 Milliarden Franken. Die 510 eigenen Filialbetriebe erhöhten die Verkäufe um 3,2 Prozent auf 2,32 Milliarden Franken. Hingegen wiesen die Denner-Satelliten und die Denner-Partner einen Rückgang um 4,9 Prozent auf 586 Millionen Franken aus. Dies sei auf netto 13 Schliessungen zurückzuführen. Denner-Chef Mario Irminger wertet die Zuwanderung in einem Interview mit der *Sonntagszeitung* als positiv für das Geschäft: Die Migration habe sich in den letzten Jahren «wie ein warmer Wind» für den Handel ausgewirkt. Denner gehe davon aus, dass die Migration trotz Masseneinwanderungs-Initiative in den nächsten Jahren anhalte und der Lebensmittelmärkte daher weiter wachsen werde. Aus diesem Grund behalte das Unternehmen sein Expansionstempo bei, erklärte Irminger. Die Preise sanken 2016 um 1,3 Prozent. Die Hälfte des Umsatzwachstums erzielte Denner durch Expansion. SDA

## Diese Woche

### 16.01.Montag

- > Beherbergungsstatistik Schweiz im November
- > Start zum Genfer Uhrensalon

### 17.01.Dienstag

- > Umsatzmeldungen 2016: Geberit, Autoneum, Komax, Lindt & Sprüngli
- > Jahresbilanz der Migros Bank
- > Jahresbilanz von EasyJet
- > Swico-MK zur ICT-Entwicklung

### 18.01.Mittwoch

- > Marktausblick von Pictet
- > MK von JLL zum Büromarkt Schweiz

### 19.01.Donnerstag

- > Umsatzmeldungen 2016: Galenica, Arbonia, Looser
- > «R(E)volution Day» von Leonteq
- > Produzenten- und Importpreise
- > MK UBS Real Estate

### 20.01.Freitag

- > BB Biotech präsentiert Portfolio
- > Umsätze Dätwyler und CFT
- > Schlusstag WEF

### «Haben Unternehmen eine Heimat?»

Katja Gentinetta und Heike Scholten, zwei Autorinnen, die seit vielen Jahren an der Schnittstelle zwischen Politik und Wirtschaft tätig sind, haben die eigenwillige Fragestellung in ausführlichen Gesprächen mit vielen Schweizer Wirtschaftsführern ergründet und eine positive Antwort gefunden. Unternehmen haben gute Gründe, sich an ihrem Standort politisch einzubringen und Verantwortung für das zu übernehmen, was letztlich die Qualität dieses Standortes bestimmt. Verschiedene direktdemokratische Entscheidungen haben den Wirtschaftsführern in der Schweiz in den vergangenen Jahren drastisch aufgezeigt, dass Unternehmen auch im eigenen Interesse gut daran tun, in diesem Sinne heimisch zu werden. Das 2016 erschienene Buch wird Ende März in seinen wichtigsten Teilen auch in englischer Sprache aufgelegt werden. Es richtet sich unter anderen an ausländische Manager, die sich vertiefter mit dem Unternehmensstandort Schweiz auseinandersetzen möchten.

### Katja Gentinetta, Heike Scholten:

«Haben Unternehmen eine Heimat?», Gebert Rüt Stiftung und Verlag NZZ, 2016, 40 Franken.



Co-Autorin. Katja Gentinetta.

Foto Benjamin Hoter