

FRANK HERRMANN

Der Mächtigen Zähmung

Warum Konzerne
klare Spielregeln
brauchen

INHALT

Einleitung 7

1

Globale Unternehmen

Viele Freiheiten, wenig Verantwortung 11

2

Ethik, Moral und Freiwilligkeit

Was Konzerne tun – und was nicht 63

3

Das verwaiste Ruder

Die Rolle der Politik 101

4

Zivilorganisationen

Mehr als nur ein Stachel 123

5

(Globales) Gleichgewicht

Wege zu mehr Ausgewogenheit 137

Ausblick 185

Anmerkungen 189

Über den Autor 221

Einleitung

Fühlen Sie sich auch nicht wirklich ernst genommen, wenn Konzerne vollmundig tönen, wie wichtig ihnen Nachhaltigkeit, Klimaschutz, faire Löhne und Menschenrechte sind – Investigativreporter und Umweltorganisationen dann jedoch das Gegenteil berichten? Wenn sich etwa Bayer und BASF als Vorreiter in Sachen Umweltschutz auführen – aber weiterhin weltweit Pflanzengifte verkaufen, die in der Europäischen Union längst verboten sind; wenn die Deutsche Bank wieder mal erklärt, endlich sauber zu arbeiten, aber regelmäßig wegen Marktmanipulation zu hohen Geldbußen verdonnert wird; oder wenn Wissenschaftler von Energiekonzernen wie ExxonMobil oder Shell bereits in den 1960er-Jahren auf die negativen Folgen der Erdölförderung für das Weltklima hinwiesen, die Unternehmen aber diese Informationen des Profits willen jahrzehntelang abstritten? Das sind nur einige Beispiele, die zeigen, wie wenig Verantwortung viele Unternehmen übernehmen – trotz anderslautender Versprechen und Ankündigungen. Besonders große und transnationale Unternehmen überbieten sich mit umfangreichen Nachhaltigkeitsberichten, vielfältigen Zertifizierungen, hübschen Websites, Multistakeholder-Initiativen und freiwilligen Selbstverpflichtungen. Die Versprechen lauten etwa, kein Mikroplastik in Kosmetikartikeln zu verwenden, keine Wälder für Palmöl zu roden, nur nachhaltig gefangenen Fisch anzubieten, saubere Dieselmotoren einzubauen oder klimaneutral zu produzieren. Immer höhere Summen fließen in die Werbung, die sich redlich müht, Bilder einer heilen Welt zu projizieren, die es so nicht mehr gibt und oft auch nie gab.

Doch hinter dem PR-Feuerwerk bröckelt ganz oft die Fassade. Sie gibt den Blick frei auf eine Welt schwammiger bis nicht vorhandener

Nachhaltigkeitsziele, auf unzureichendes Engagement beim Klima- und Umweltschutz sowie bei der Einhaltung von Menschenrechten. Die Realität hat meist wenig gemein mit den Versprechen der Konzerne. Einer Studie zufolge betreiben fast die Hälfte der befragten deutschen Vorstände und Nachwuchsführungskräfte Nachhaltigkeit lediglich aus Marketinggründen. Der überwiegende Teil von ihnen sieht das Thema vorrangig als Reputationsrisiko an, das es zu managen gelte.¹

Die Leidtragenden sind viel zu oft die Menschen am Anfang der globalen Lieferketten, meist auch die Schwächsten und mitunter auch die Jüngsten in den oft armen Erzeugerländern: Sie ernten die Rohstoffe für unsere Lebensmittel oder produzieren unsere Konsumgüter – für Hungerlöhne. Moderne Sklaverei, etwa indische Hausmädchen in arabischen Ländern oder nicaraguanische Erntehelfer auf Ananasplantagen in Costa Rica; digitale Tagelöhner, also Menschen, die freiberuflich um über das Internet vermittelte, schlecht bezahlte Arbeiten – etwa für Meta oder Amazon – konkurrieren, und Kinderarbeit auf den Kakaoplantagen Westafrikas oder den Kaffeefeldern Mittelamerikas sind leider keine Ausnahme. Das Geschäftsgebaren der Konzerne zeigt: Noch immer haben Profit und Shareholder-Value Vorrang vor menschenwürdigen Arbeitsbedingungen, Umwelt- und Klimaschutz.

Denn große Konzerne haben viele Freiheiten. Das hat ihnen eine Globalisierung ermöglicht, die schlichtweg unzureichend reguliert wird. Die Weltgemeinschaft hat ihnen mit einer Mischung aus Faszination und Gleichgültigkeit dabei zugeschaut, wie sie immer größer und mächtiger wurden und ein »Imperium der Schande«² errichtet haben, wie es der Globalisierungskritiker Jean Ziegler in seinem gleichnamigen Buch nennt. Mit der Folge, dass immer weniger Konzerne das Marktgeschehen kontrollieren und die globalen Lieferketten dominieren.

Politikerinnen und Politiker haben es als demokratisch gewählte Volksvertreter eigentlich in ihrer Hand, auch große Unternehmen in die Schranken zu weisen. Doch meist lässt die nationale wie internationale Politik die Zügel locker, setzt auf die Eigenverantwortung der

Unternehmen und befürwortet freiwilliges Engagement statt klarer Vorgaben. Die Unternehmen wiederum freuen sich über die laxen Hand der Politik, garantiert sie ihnen doch »business as usual« und lässt sie Jahr für Jahr Milliarden sparen. Denn existenzsichernde Löhne, Klimaschutz und Kläranlagen kosten Geld. Während ein großer Teil der Unternehmensüberschüsse in Bonus- und Dividendenzahlungen fließt, überlässt man es gerne dem Steuerzahler, ökologische und soziale Kosten zu begleichen.

Den Machtzuwachs großer Konzerne und ihr Greenwashing kritisieren immer mehr Organisationen der Zivilgesellschaft. Auch wenn sich viele von ihnen als seriöse Informationsquelle erwiesen haben, gehen ihre gut recherchierten Hintergrundberichte oftmals in der allgemeinen Nachrichtenflut unter. Gehör verschaffen sie sich zunehmend mit Zivilklagen gegen große Konzerne, die etwa Vorgaben beim Klimaschutz nicht einhalten – immer öfter auch erfolgreich.

Schafft die Coronapandemie ein Umdenken bei den Unternehmen? Was sind die Folgen für die globalen Lieferketten und die Menschen an ihrem Anfang? Und folgt dem Umdenken auch eine konkrete Handlung? Bislang sind es meist kleinere Unternehmen, die zeigen, dass sich faire Arbeitsbedingungen, Klimaschutz, Gemeinwohl und Profit nicht ausschließen. Es sind Unternehmen, denen das Wohl aller Beteiligten in der Wertschöpfungskette am Herzen liegt und die den Begriff »Nachhaltigkeit« mit Leben füllen. Einige von ihnen werden in diesem Buch stellvertretend für alle vorgestellt.

Damit kleinere Unternehmen weiterhin gegen die Großen bestehen können, braucht es faire Spielregeln. Seitens der Politik und der Zivilgesellschaft wird der Ruf nach einer Entflechtung großer, transnationaler Konzerne immer lauter. Welche Chancen diese Schritte haben und welche weiteren Instrumente Regierungen zur Verfügung stehen, wird ebenso erläutert wie die Stärken und Schwächen des Lieferkettengesetzes, die Bedeutung des Verursacherprinzips, der Weg zu weltweiten Existenzlöhnen und die Notwendigkeit ehrlich berechneter Preise.

Auch Verbraucherinnen und Verbraucher werden nicht aus ihrer Verantwortung entlassen. Schließlich sind sie es, die Produkte gro-

ßer wie kleiner Firmen nachfragen und Politikerinnen und Politiker wählen. Noch ist es nur ein überschaubarer Teil der Bevölkerung, der nicht nur über Nachhaltigkeit redet, sondern seinen Lebensstil auch entsprechend anpasst. Doch immer mehr Menschen möchten wissen, unter welchen Bedingungen ihre Schokolade oder ihr Shirt produziert wurde.

Damit ist es natürlich nicht getan. Nachhaltiger Konsum zeigt zwar in die richtige Richtung, darf aber nicht der Freibrief dafür sein, weiter wie bisher zu konsumieren – und zu produzieren. Das Märchen vom grünen Wachstum, das Politik und Wirtschaft gleichermaßen verbreiten und das die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher gerne bereitwillig glauben, entpuppt sich als trügerische Hoffnung. Es ist an der Zeit, sich dieser Realität zu stellen.

Globale Unternehmen

Viele Freiheiten, wenig Verantwortung

»Die Konzerne sind globale Organisationen,
die nicht von einem einzigen Staat abhängen.
Ihre Aktivitäten werden nicht kontrolliert.
Sie sind keinem Parlament und keiner anderen
Institution des Allgemeininteresses zur Rechenschaft
verpflichtet. Kurz, die ganze politische Weltordnung
wird unterminiert.«

Salvador Allende, Chiles Präsident von 1970–1973,
Rede vor den Vereinten Nationen am 4. Dezember 1972

Size matters – auf die Größe kommt es an. Das trifft nicht nur auf Parkplätze oder Lottogewinne zu, sondern auch auf globale Konzerne. International operierende Unternehmen wie Google, Walmart oder Volkswagen sind riesig. Und mächtig. Und die »Mega-Companies« wachsen weiter. Gefräßig verschlingen sie Start-ups und Konkurrenten oder fusionieren zu immer größeren Unternehmensgruppen mit immer größerer Marktdominanz.¹

Begünstigt hat das Entstehen großer, weltweit operierender Konzerne eine unzureichend regulierte Globalisierung. Fusionen und Übernahmen ließen nur noch schwer zu durchschauende Firmengeflechte entstehen. Das Spielfeld der Konzerne ist der sogenannte freie Markt, ein Geflecht aus bi- und multilateralen Handelsabkommen, Zollsystemen, Freihandelszonen, Normen und Standards. »Die Globalisierung der Märkte hat in den vergangenen Jahrzehnten einen Typus von multi-

oder sogar transnationalen Konzernen hervorgebracht, die mit ihren weltumspannenden Geschäftsaktivitäten in fast jeder Hinsicht Grenzen sprengen«, schreibt der Schweizer Wirtschaftswissenschaftler Peter Ulrich.² Diese Entwicklung sei in der frühen Globalisierungseuphorie vorwiegend begrüßt worden, doch zeigten sich nun immer mehr kaum vorausgesehene, zunehmend als problematisch empfundene strukturelle Auswirkungen.

Der »freie Markt« ist ein Mythos. Es gab ihn nie – und es wird ihn wohl auch nie geben. »Von einer menschlichen Globalisierung mit verlässlichen Regeln«, wie sie der frühere deutsche Bundespräsident Horst Köhler wünschte, scheint die Welt noch weit entfernt zu sein. All das interessiert Konzerne nur am Rand. Es läuft gut für sie.

Der Einfluss global agierender Konzerne hat im 21. Jahrhundert infolge ihrer wachsenden Marktmacht massiv zugenommen. Und der Trend hat sich nach 2010 noch beschleunigt, so der Internationale Währungsfonds (IWF).³ Immer weniger, aber zugleich immer größere Konzerne besitzen enorme Marktanteile in so gut wie allen Wirtschaftssektoren. Besonders eindrucksvoll belegen das Digitalkonzerne. So erreichte die Internetsuchmaschine Google im September 2021 eine Marktdominanz von 89,88 Prozent bei Mobilgeräten und 78,39 Prozent bei Desktop-Geräten.⁴ In Deutschland kommt die Bürosoftware MS-Office auf einen Marktanteil von rund 85 Prozent.⁵ Rund 70 Prozent aller Smartphones werden von nur fünf Herstellern gefertigt.⁶ Der Internethändler Amazon macht in Deutschland mehr Umsatz als seine neun umsatzstärksten Konkurrenten zusammen.⁷ Und die drei Unternehmensgruppen Booking Group (booking.com, agoda), Expedia Group (expedia, hotels.com, eBookers, Orbitz Travel) und HRS Group teilen sich fast den gesamten Markt (92 Prozent) der Onlinebuchungsportale für Ferienunterkünfte in Europa. Der Marktanteil des Branchenprimus booking.com allein beträgt dabei fast 70 Prozent.⁸ Ökonomen zufolge steigt ab einer Marktkonzentration von 40 Prozent die Gefahr, dass Unternehmen den Lieferanten die Preise diktieren können. Sind es mehr als 60 Prozent, spricht man bereits von einem stark konzentrierten Markt.⁹

Auf dem Nahrungsmittelmarkt ist das längst der Fall: Das globale Ernährungssystem – angefangen von den Saatguterzeugern und Landmaschinenherstellern über die Fleischverarbeiter oder Molkereien bis hin zum Lebensmitteleinzelhandel (s. S. 25) – befindet sich in der Hand weniger Global Player.¹⁰ Im Agrar- und Ernährungssektor haben mit den Fusionen von Kraft und Heinz, Dow und Dupont, Anheuser Busch InBev und SAB Miller sowie Bayer und Monsanto fünf der weltweit größten Unternehmensübernahmen der vergangenen Jahre stattgefunden.¹¹ Nach den Megafusionen der letzten Jahre kontrollieren nur noch vier Konzerne mehr als 60 Prozent des kommerziellen Saatgutmarktes.¹² Und auch die enorme Markenvielfalt in den Regalen der Supermärkte darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich nur ein knappes Dutzend großer Lebensmittelkonzerne, darunter Nestlé, Unilever, Mars und Coca-Cola, diesen Markt unter sich aufteilen.¹³

Konzerne: reicher als viele Staaten

Die Größe der Konzerne manifestiert sich auch in immer höheren Börsenwerten – unbeeindruckt von Corona oder der Klimakrise. Ende März 2021 waren die 100 weltweit wertvollsten Unternehmen 31,7 Billionen Dollar wert – fast 50 Prozent mehr als ein Jahr zuvor.¹⁴ Der Elektronikriese Apple, 1976 von Steve Wozniak, Steve Jobs und Ron Wayne in einer Garage gegründet, sprengte Anfang 2022 als weltweit erstes Unternehmen die Drei-*Billionen-Dollar-Marke* – in etwa die jährliche Wirtschaftsleistung Großbritanniens.¹⁵ Apple gehört zusammen mit Saudi Aramco, Amazon und Microsoft zu den weltweit wertvollsten Unternehmen.¹⁶ Wären diese Konzerne Länder, würden sie die meisten Staaten an Wirtschaftsleistung übertreffen. Zu den 200 reichsten Körperschaften der Welt zählten 2018 nach Angaben der Initiative Global Justice Now mit 157 Konzernen weit mehr private Unternehmen als Staaten. So hätten Walmart, Apple und Shell mehr Reichtum angehäuft als wohlhabende Länder wie Russland, Belgien und Schweden.¹⁷

Noch verlaufen die Unternehmenskonzentration und Marktmacht in Deutschland – anders als etwa in den USA – moderat, findet

die Monopolkommission. Sie sah Mitte 2020 »für die Unternehmenskonzentration in Deutschland weiterhin keinen besorgniserregenden Trend und damit keinen unmittelbaren wettbewerbspolitischen Handlungsbedarf«. ¹⁸ Das sehen rund dreißig Organisationen der Zivilgesellschaft, darunter Germanwatch, Lobbycontrol, Foodwatch und die Bürgerbewegung Finanzwende, deutlich anders: Sie forderten 2021 in einem gemeinsamen Positionspapier, große Konzerne zu entflechten (s. S. 153), denn deren übergroße Macht schade der Demokratie. ¹⁹ Die Linken-Politikerin Sahra Wagenknecht hält die »Zusammenballung wirtschaftlicher Macht bei wenigen global aufgestellten Großunternehmen und die massive Konzentration wirtschaftlicher Ressourcen in den Händen extrem reicher Vermögensbesitzer« sogar für den wichtigsten Faktor, »der die Demokratie in den meisten westlichen Ländern außer Kraft gesetzt hat«. ²⁰ Mit negativen Folgen für Menschenrechte und Umwelt. Denn Großkonzerne nutzen ihren Einfluss zunehmend, um Lieferanten Preise aufzuzwingen, Konkurrenten auszuschalten und Politiker sowie Endverbraucher zu beeinflussen. Die von ihnen verursachten sozialen und ökologischen Kosten wälzen diese Unternehmen auf die Gesellschaft weltweit ab. Doch einen Faktor hatten auch sie nicht auf der Rechnung.

Ändert Corona die Spielregeln?

Das Virus SARS-CoV-2 hat die Weltwirtschaft ordentlich durchgeschüttelt. Weltweit fielen Ernten aus, standen Fließbänder still, flogen kaum noch Flugzeuge und fuhren nur wenige Lastwagen und Schiffe. Die Folgen für die internationalen Lieferketten bekam (und bekommt) auch die deutsche Wirtschaft zu spüren (s. S. 18). In seinem Hauptgutachten 2020 urteilt die Monopolkommission, ein unabhängiges Gremium, das die Bundesregierung und die gesetzgebenden Körperschaften auf den Gebieten der Wettbewerbspolitik, des Wettbewerbsrechts und der Regulierung berät: »Die Corona-Krise wird die deutsche Wirtschaft nachhaltig verändern« – hin zu noch mehr Konzentration. ²¹ Zu erwarten sei, »dass es insgesamt und in einzelnen Wirtschaftsbereichen

zu einem Konzentrationsanstieg mit der Folge einer abnehmenden Wettbewerbsintensität kommen wird«. ²² Die Marktmacht der großen Digitalunternehmen werde zunehmen und der direkte staatliche Einfluss auf die Unternehmen wachsen, ist das Gremium überzeugt.

Was das bedeutet, ist abzusehen: Je größer, stärker und einflussreicher große Unternehmen werden, desto schwieriger wird es für Politik und Gesellschaft, dafür zu sorgen, dass sie Menschen-, Arbeits-, Umwelt- oder Verbraucherrechte befolgen und einhalten. Wir müssten also dringend einschreiten. Wir tun es aber nicht. »Und der Grund dafür, dass wir nicht handeln, sind das große Geld und die großen Unternehmen, und es ist fehlende Ehrlichkeit«, meint US-Ökonom Jeffrey Sachs, unter anderem Sonderberater für die Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen. ²³

Das auf kurze, schnelle Erfolge ausgerichtete Wirtschaften hat Mark Carney, früherer Chef der britischen Zentralbank, einmal als »Tragik des kurzfristigen Horizonts« bezeichnet. ²⁴ Es mag Investoren gefallen, doch für die Zukunft von Mensch und Umwelt ist es pures Gift.

Globale Wertschöpfungsketten – störanfällig, unfair und zu lang

Ich war noch Student, als ich in den 1980er-Jahren erstmals mit Wertschöpfungs- und Lieferketten in Berührung kam. Doch wie komplex das Thema ist und wie es sich auf Mensch und Umwelt auswirkt, wurde mir erst später bewusst. In ihrer 1992 veröffentlichten Diplomarbeit seziierte Stefanie Böge den Weg eines Erdbeerjoghurts – von der Ernte der Früchte bis zum Supermarkt. Schon damals hatte jeder Becher, bis er im Regal stand, eine Strecke von rund 9.000 Kilometern zurückgelegt: Die Erdbeeren stammten aus Polen, die Bakterien aus Schleswig-Holstein, die Aludeckel aus dem Rheinland. Auch der Zucker, die Etiketten, die Transportfolie und die Palette hatten lange Wege hinter sich. ²⁵

Seitdem hat die Globalisierung immer mehr, immer komplexere und immer längere Wertschöpfungsketten hervorgebracht. So legt beispielsweise eine Jeans auf dem Weg von der Baumwollplantage

bis zum Modegeschäft 50.000 Kilometer und mehr zurück; für Volkswagen produzieren weltweit mehr als 40.000 Zulieferer, die wiederum von zahllosen weiteren Zulieferern auf der ganzen Welt abhängen; ein Passagierflugzeug besteht aus mehreren Millionen Einzelteilen. Da fällt es schwer, sich die Komplexität der dahinter existierenden globalen Lieferketten überhaupt vorzustellen. Möglich gemacht haben die Entwicklung hin zu immer globaleren Wertschöpfungsketten zum einen die Liberalisierung der Güter- und Finanzmärkte und der damit verbundene Abbau von Zollschränken und nichttarifären Handelshemmnissen wie etwa Importquoten. Dadurch vereinfachte sich der Austausch von Zwischenprodukten, Dienstleistungen und Investitionen. Zum anderen erleichterten digitale Lösungen, neue Verkehrswege, günstige Transporte und bessere Logistik den globalen Warenhandel. Parallel entstanden einheitliche rechtliche Rahmenbedingungen wie beispielsweise internationale Hygienestandards oder die globale Regelung von Patenten und Eigentumsrechten. Nur unter diesen Voraussetzungen und unter Ausblendung der negativen Auswirkungen von Ressourcenabbau, Produktion und Konsum für Mensch und Natur kann es überhaupt sinnvoll scheinen, den gesamten Planeten als Produktionsstätte und Ressourcenlager zu betrachten.

Das ist auch für Deutschland als eine der weltweit größten Exportnationen von Bedeutung. Das Land ist in besonderem Maß von globalen Lieferketten abhängig. Während bei uns laut Ifo-Institut rund 17 Prozent der Produktion durch internationale Wertschöpfung entstehen, liegt der Wert im globalen Durchschnitt bei gerade einmal 12 Prozent.²⁶ Ein knappes Drittel aller deutschen Einfuhren entfallen auf Vorleistungsgüter, die dann in deutschen Betrieben veredelt und teilweise exportiert werden.

Mit der Globalisierung haben sich die Wertschöpfungs- und Lieferketten vor allem seit Beginn des 21. Jahrhunderts immer mehr internationalisiert und fragmentiert.²⁷ Vor allem große Konzerne nutzen die sich von Land zu Land unterscheidenden Wirtschaftsregeln bei der Wahl ihrer Produktionsstandorte aus. Zugute kommen ihnen dabei unter anderem das globale Lohngefälle, unterschiedliche Rechts- und

Faire Löhne, nachhaltige Produkte, klimaneutrales Wirtschaften – viele Konzerne geben vor, die Umwelt zu schützen und Menschenrechte einzuhalten. Doch zwischen Versprechen und Realität klaffen meist große Lücken, globale Ungleichheiten nehmen weiter zu. Die Politik hat diese Entwicklungen begünstigt. Jahrzehntlang hat sie auf Eigenverantwortung der Unternehmen und ihr freiwilliges Engagement gesetzt. Frank Herrmann ist überzeugt: Freiwilligkeit reicht nicht. Wir brauchen mehr Anreize für nachhaltiges Handeln, höhere Standards und bessere Möglichkeiten, Regelverstöße auch zu ahnden.

Ein Plädoyer für entschiedenes politisches Handeln, das Ausbalancieren von Wirtschaftsmacht und das Übernehmen von Verantwortung.

