

# Familienunternehmer & Politik – traditionell diskret?

## Plädoyer für eine mutige Stellungnahme



### Über die AUTORIN

Dr. Christina M. Arndt ist Politologin. Sie unterstützt Unternehmer bei der Identifikation politisch relevanter Handlungsfelder und zu Fragen gesellschaftspolitischer Entwicklungen. Während ihrer Promotion leitete sie das Büro eines Abgeordneten der Hamburgischen Bürgerschaft. Sie war Referentin für Wirtschaftspolitik beim Wirtschaftsrat der CDU und beriet Dr. August Oetker zu Fragen der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung.

Sie erreichen sie unter: arndt.christina@gmx.net

Sich für die Gesellschaft einzusetzen, hat bei Unternehmern eine lange Tradition. Noch bevor das Bismarcksche Sozialversicherungssystem verbindlich wurde, nahmen sich Unternehmer der sozialen und ökologischen Folgen der Industrialisierung an. Heute fördern sie Schulen und Universitäten oder setzen sich für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein. 76 Prozent der Unternehmer sind nach forsa der Meinung, sie hätten eine größere gesellschaftliche Verantwortung als andere Gruppen.

**Und sie engagieren sich: 2014 investierten Unternehmen rund 18 Milliarden Euro in Umweltschutz und Gemeinwohl.**

Gerade große Konzerne nutzen dieses Engagement als Marketing-Strategie, indem sie sich ihren Stakeholdern als 'good corporate citizens' präsentieren. Kleinere Unternehmen bringt das in Zugzwang, bei gesellschaftlichen Gruppierungen weckt es Begehrlichkeiten. Damit wird offenbar, dass Corporate Governance und CSR erweitert werden müssen, und zwar um das aktive Eintreten für den Bestand von Marktwirtschaft und Demokratie. In dem Bewusstsein, dass es zu der erfolgreichen Verbindung zwischen beiden keine freiheitliche Alternative gibt, müssen Unternehmer öffentlich Stellung beziehen zugunsten des Gesellschaftssystems, das ihnen ihre unternehmerische Tätigkeit am besten ermöglicht.

**'Es fehlen die klaren Stellungnahmen zu Werten.'**

Unternehmer sind Vorbilder. Man hört auf sie, insbesondere, wenn es sich um echte Persönlichkeiten mit Ecken und Kanten handelt. In Zeiten konturloser Politik sehnt sich die Gesellschaft nach Wahrhaftigkeit und Charakter. Die Stimme von Unternehmern ist machtvoll: Klare Stellungnahmen hätten beispielsweise verhindern können, dass Globalisierung und freie Märkte derart in Misskredit geraten. Wie weit die Kritik in das bürgerliche Lager hineinreicht, machte die Bundestagswahl deutlich. Unternehmer hätten frühzeitig einwirken können, in Vorträgen und Interviews, aber auch durch Gespräche innerhalb der Werkshallen.

**Was hält sie zurück? Ein Grund ist das ambivalente Verhältnis der Gesellschaft zur Privatwirtschaft. Es schwanke 'zwischen marktkritischer Ablehnung und gesellschaftlicher Forderung',**

**stellte eine Sachverständigenkommission des Deutschen Bundestags fest.**



Vorherrschend ist ein Menschenbild, nach dem das Handeln hauptsächlich dem Wohl der Gemeinschaft dient. Damit entfernen wir uns von der Vorstellung eines freien und eigenverantwortlich agierenden Individuums.

Vorherrschend ist ein Menschenbild, nach dem das Handeln hauptsächlich dem Wohl der Gemeinschaft dient. Damit entfernen wir uns von der Vorstellung eines freien und eigenverantwortlich agierenden Individuums.

Unternehmer bringt dieses kollektivistische Menschenbild zunehmend in die Defensive. Denn gesellschaftliche Gruppen machen Druck auf die Politik und sorgen für immer neue Gesetze und Regularien. Diese kosten Geld, beschneiden den unternehmerischen Freiraum und führen zu Wettbewerbsnachteilen auf den internationalen Märkten.

Was ist zu tun? Zunächst muss es darum gehen, die öffentliche Meinung aufmerksam zu beobachten. Ein solches Monitoring ermöglicht es, frühzeitig zu reagieren, sich als Vorreiter zu positionieren oder neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Langfristig führt der Weg jedoch nicht an einer klaren Positionierung vorbei.

Anzeige



Unternehmensverkauf bleibt Maßanfertigung.

Ob Unternehmenskauf/-verkauf oder -finanzierung – Erfolg entsteht, wenn alle Parameter perfekt passen. Die fundierte Kenntnis der richtigen Kriterien, Entscheidungswege sowie der persönliche und vertrauliche Zugang zu den relevanten Investoren sind die sensiblen Nahtstellen eines guten Transaktionsdesigns. Unsere Entwürfe basieren auf der Erfahrung von mehr als 250 erfolgreichen Transaktionen sowie einem Netzwerk mit 500 Professionals in 41 Ländern mit dedizierten Sektor Teams. Das bedeutet perfekte Passform statt Beratung von der Stange.  
[www.catcap.de](http://www.catcap.de)

