3. Kapitel
Business-Soldaten

Wenn ein militärischer Krieg ausbricht, werden zusätzlich zu den Berufssoldaten auch die Zivilisten einberufen oder zwangsrekrutiert. Sie erhalten innerhalb der Armee andere Aufgaben als in ihrem Zivilberuf, werden Infanteristen oder Jäger, Funker oder Kraftfahrer. Ihr Arbeitsbereich ist an der Front oder in der Versorgung. In jedem Fall gelten andere Werte, neue Regeln, und es entsteht eine neue Gemeinschaft. Menschen, die eben noch Techniker, Ärzte oder Fabrikarbeiter waren, finden sich als Soldaten im Krieg wieder. Sie müssen sich, wenn sie überleben wollen, möglichst rasch auf die neuen Bedingungen einstellen und umlernen. Das im Zivilberuf erlernte Verhalten sowie dessen ethische Grundwerte sind im Krieg nicht brauchbar.

Zwangsrekrutiert

Im Business-Krieg ist die Situation die gleiche – mit einem Unterschied: Der Einberufungsbefehl wird nicht offiziell zugestellt. Der Übergang vom Frieden zum Krieg wird nicht öffentlich angekündigt. Viele Mitarbeiter befinden sich bereits mitten im Business-Krieg, ohne seinen Ausbruch bemerkt zu haben. Sie haben beispielsweise als Programmierer in einem Telekommunikationskonzern zu arbeiten begonnen, es ist ihnen jedoch entgangen, dass ihr Unternehmen schon vor Jahren zu einer kriegführenden Organisation geworden ist. Sie merken zwar Veränderungen in ihrer Firma, sie wären aber erstaunt über die Behauptung, dass sie schon seit längerer Zeit nicht mehr als „Zivilisten", sondern als „Soldaten" beschäftigt sind. Weil ihnen aber das Wissen über den Business-Krieg fehlt, verhalten sie sich unadäquat und leiden unter der Situation, ohne genau sagen zu können, woran das liegt. Sie agieren immer noch unter den Prämissen der Zivilisten, glauben an die Werte des Friedens wie Fairness und Gerechtigkeit, Transparenz und Authentizität. Viele von ihnen sind noch in Friedenszeiten in ihre Firma eingetreten und sollen jetzt plötzlich „Business-Soldaten" sein. Sie müssen nicht unbedingt zu Business-Kriegern werden, die freiwillig und mit großer Begeisterung bei der Sache sind. Sie sollten aber zumindest wissen, dass sie sich im Krieg befinden und lernen, sich wie Soldaten zu verhalten.

Realitätsverweigerer

Die Mannschaft im Business-Krieg besteht zu einem großen Teil aus „Realitätsverweigerern", die sich beharrlich der veränderten Situation verschließen. Sie wollen einfach nicht verstehen, dass zu ihren Aufgaben nun auch der Kampf zählt. Die meisten Mitarbeiter verhalten sich weiterhin so, als sei ihr Unternehmen noch immer eine friedliche Organisation. Das liegt einerseits daran, dass der Mensch eine so befremdliche Tatsache wie den Business-Krieg grundsätzlich nicht wahrhaben will. Andererseits ist eine solche Erkenntnis auf Grund des immer noch wirksamen Kriegs-Tabus auch nicht leicht zu gewinnen. Und drittens hat kaum jemand ein Interesse daran, die Situation des Business-Kriegs offen zu legen: nicht die Politik, weil die Bevölkerung dann verunsichert wäre und unerfüllbare Forderungen stellen würde. Nicht die kriegführende Organisationen selbst, weil Mitarbeiter aus Gemeinschaftsgefühl und Loyalität heraus mehr leisten. Nicht die Medien, weil sie von der Wirtschaft und der Politik abhängig sind.

So entsteht eine große Diskrepanz zwischen dem, was Mitarbeiter von ihrer Arbeitssituation glauben und dem, was tatsächlich vor sich geht. Die falsche Wahrnehmung des Berufsalltags stellt neben dem ständig wachsenden Leistungs- und Konkurrenzdruck eine enorme Belastung für den Einzelnen dar und ist ein Hauptverursacher der rasant zunehmenden psychischen und psychosomatischen Krankheiten in den westlichen Industriestaaten. Die Spannung zwischen Illusion und Wirklichkeit ist gefährlich, weil sie auf Dauer die Gesundheit gefährdet und zum Burn-out führt. Durch ihr unangepasstes Verhalten sind Realitätsverweigerer zudem noch ständig von Kündigung oder Karrierehindernissen bedroht. Wurden sie einmal entlassen, finden diese Menschen kaum in einer anderen kriegführenden Organisation wieder einen Job. Sie tragen die Verweigerung von Uniform und Waffengebrauch wie eine Warntafel vor sich her. Weil sie die Situation aber selbst nicht richtig interpretieren können, verstehen sie die Welt nicht mehr und beginnen meist den sozialen und gesundheitlichen Abstieg.

Die Unternehmen verhalten sich ambivalent: Einerseits beschwören sie immer wieder „alte" Werte wie Loyalität und Teamgeist, denn diese sind auf den unteren Hierarchie-Ebenen zur Leistungsmotivation bestens geeignet. Mitarbeiter, denen man keine Gehaltserhöhungen und keine Prämien anbieten kann, die man sogar mit Kürzungen konfrontieren muss, sind auf der emotionalen Welle einige Zeit noch zu Leistungen zu bewegen. Immer wieder werden bei Betriebsversammlungen schlechte Nachrichten gemeinsam mit einem Aufruf zur Solidarität mit dem Unternehmen gebracht. *„Wir müssen zusammen halten, wir ziehen alle an einem Strang, wir sitzen in einem Boot, nur gemeinsam sind wir stark!"* Obwohl den meisten

Mitarbeitern inzwischen einige Prinzipien des Turbokapitalismus klar geworden sind – wie z. B., dass ihr Gehaltsverzicht allein der Steigerung der Unternehmensgewinne dient – zeigen Appelle zum Zusammenhalt immer wieder Wirkung. Sie haben Angst davor, dass es noch schlechter kommen könnte und sie irgendwann auf der Straße stehen. Sie wollen auch gerne glauben, dass es noch eine „Heimat" im Betrieb gibt, wo einer für den anderen da ist. Damit können sie sich je nach Ausdauer und Kondition unterschiedlich lange halten, doch den meisten bleibt der gesundheitliche und soziale Abstieg nicht erspart. Nur wenigen gelingt es, zu einer sinnvollen, der Realität angemessenen Einstellung zu finden.

Mitarbeiter, die der Illusion des friedlichen Zivilisten nachhängen, stellen auch ein großes Risiko für die kriegführende Organisation dar. Die Emotionen, die durch die dauernden Appelle geweckt wurden, verlangen nach Befriedigung. Da diese nicht eingelöst werden kann, wachsen nach kurzen Beruhigungsphasen wieder Unbehagen und Misstrauen. Wenn Realitätsverweigerer dann auch noch unter Druck kommen, sind sie unberechenbar und neigen zu individualistischen Extratouren. Sie fordern ständig ihre Rechte ein, wie das in Friedenszeiten noch möglich war, und haben unangebrachte Moralvorstellungen, sind schwer zu führen und liefern Anlässe für Konflikte. Daher werden sie bald als Sand im Getriebe empfunden. Sobald das Unternehmen auf ihre Leistung verzichten kann, gehören sie zu den Ersten, die entlassen werden.

Mitläufer

Andere Mitarbeiter haben die Situation des Business-Kriegs sehr klar erkannt. Sie wollen jedoch nicht daran teilnehmen und würden ihm gerne ausweichen. Sie fühlen sich nicht zum Kämpfen berufen, aus Gründen der Überzeugung, des Charakters oder der Kondition. Die meisten haben aus finanziellen oder mentalen Gründen aber nicht die Möglichkeit, sich diesem Kampf zu entziehen. Sie müssen beispielsweise eine Familie erhalten, wollen sich von einem gewissen Lebensstandard nicht trennen oder sind einfach zu unkreativ, um sich ein Leben außerhalb der Business-Armee vorstellen zu können. Dann ergeben sie sich ihrem „Schicksal" und dienen in der kriegführenden Organisation als Mitläufer. Je schneller sie die neuen Anforderungen und Spielregeln übernehmen, desto weniger anstrengend ist ihre Arbeitssituation. Doch ob sie sich als Business-Krieger der Ideologie mit Überzeugung anschließen oder als Business-Soldat dem Zwang zum Überleben nachgeben, sie müssen in jedem Fall kämpfen lernen. Spätestens wenn die alten Werte nur noch zur Selbstausbeutung führen, wenn keiner-

lei materielle oder ideelle Anerkennung mehr dafür zurückkommt, wird es auch für hartnäckige Idealisten unmöglich, ihr Verhalten beizubehalten. Die Überlebenstechnik im Business-Krieg ist die gleiche wie im militärischen Krieg: Aufträge ohne viel Überlegen durchführen, sich nicht besonders hervortun, nicht den Helden spielen und auf die eigene Sicherheit Bedacht sein.

„Mitläufer" sind gute Mitglieder einer Business-Armee, wenn sie sich mit der Situation abgefunden haben und einen gewissen Ehrgeiz entwickeln konnten. Ihre Einstellung zur Situation und zu den handelnden Personen ist dann eine durch und durch pragmatische. Sie sind zielorientiert, verhalten sich dabei opportunistisch, ecken nirgends an und holen für das Unternehmen und damit auch für sich selbst durchaus ansehnliche Erfolge heraus. Aus diesem Grund leisten sie wesentlich mehr als ihre realitätsfernen oder resignierten Kollegen.

Für ihre Führungskräfte erzeugen diese Business-Soldaten keine besonderen Probleme. Sie sind zwar meist nicht besonders selbstmotiviert, aber mithilfe von Ablenkung und Angst relativ leicht zu führen. Bevor sie einer Kündigung ins Auge blicken müssten oder wenn hin und wieder eine Belohnung winkt, erbringen sie die gewünschte Leistung und erfüllen ihren Dienst. Solange sie keine Wahlmöglichkeit haben, sind sie verlässlich und leistungsbereit. Wenn allerdings der Leidensdruck zu groß wird oder wenn sich ihre persönliche Situation ändert, sind sie diejenigen, die von selbst das Unternehmen verlassen. Sie bezeichnen sich dann als „konzernmüde" und machen sich meist selbstständig. Dabei nehmen sie lieber ein größeres persönliches Risiko in Kauf, als wieder in einer kriegführenden Organisation zu arbeiten.

Alltag an der Front

Wie sieht der Arbeitsalltag der Business-Soldaten aus? *„Stressig und frustrierend"*, bekommt man von ihnen zur Antwort. Gab es früher einen natürlichen Rhythmus von Stress und weniger anstrengenden Zeiten, so ist die Anspannung längst zu einem Dauerzustand geworden. Die Anforderungen wachsen schneller, als sie erfüllt werden können, und Erholungsphasen gibt es keine mehr. Immer weniger Mitarbeiter müssen ein immer größeres Quantum an Arbeit bewältigen. Menschen, die ihren Arbeitsplatz behalten wollen, leisten sich immer weniger Urlaub und schon gar keinen Krankenstand.

Die Aktivitäten rund um den Kampf werden nur manchmal unterbrochen für kurze und exzessive Siegesfeiern. In Friedenszeiten dienten Feste unter dem

Titel Betriebsausflug oder Weihnachtsfeier dem Zusammenwachsen der Mitarbeiter. Im Business-Krieg sollen sie hingegen ein Ventil für den Stress abgeben und für kurze Zeit die Anstrengung vergessen lassen. Die Mitarbeiter duzen einander und oft auch ihre Vorgesetzten, der Umgangston ist lässig und kumpelhaft. Echte Freundschaften sind jedoch nicht erwünscht, denn sie behindern die Schlagkraft der Truppe und die Flexibilität bei Versetzungen.

Nach Niederlagen oder verlorenen Schlachten müssen die Schäden möglichst rasch beseitigt werden, was meist nur notdürftig und provisorisch geschieht, weil der nächste Angriff bereits bevorsteht. Das bedeutet, dass nach Fusionen, Reorganisationen, Implementierungen neuer Betriebssysteme oder Kommunikationsrichtlinien kaum Zeit bleibt, sich mit den Neuerungen vertraut zu machen – eine Aktion überlagert bereits die nächste. Geschwindigkeit ist alles. Es ist nicht so wichtig, ob die Entscheidung richtig ist, sie muss nur früher fallen als die der Konkurrenz – des Feindes.

Das Lied der Business-Soldaten

Mit welcher Einstellung sind die Business-Soldaten am Werk? Was geht ihnen durch den Kopf angesichts all der Veränderungen, die sie gar nicht richtig fassen oder akzeptieren können? Manche resignieren sehr rasch und gehen in die innere Kündigung, sie machen Dienst nach Vorschrift, einige packen die Chance beim Schopf und werden zu Business-Kriegern. Andere versuchen jahrelang und hartnäckig ihr altes Wertesystem aufrechtzuerhalten. Immer und immer wieder lassen sie sich neu motivieren, nehmen Verschlechterungen und Verschärfungen der Arbeitsbedingungen in Kauf und versuchen eine Neuorientierung.

So etwa könnte es klingen, wenn ein Arbeiter, der seit 20 Jahren in „seinem“ Werk am Fließband steht, laut vor sich hin denkt:

Arbeiten um zu überleben

Ich mache meine Arbeit gerne. Oder besser gesagt, ich habe sie einmal gerne gemacht. Genau kann ich es nicht beschreiben, aber irgendetwas ist passiert, irgendwie ist in unserer Firma alles anders geworden. Man kann nichts mehr richtig zu Ende bringen, keiner sagt einem genau, wo es lang geht, was die Abteilung erreichen soll, wohin die Firma sich eigentlich entwickeln will. Das einzige, was seit

Jahren getrommelt wird: mehr Umsatz, mehr Marktanteile und – sparen, sparen, sparen. Wir werden immer weniger Leute in der Abteilung, obwohl die Arbeit immer mehr wird und vor allem – immer komplizierter. Früher haben wir auch öfter gestöhnt und haben bis zum Umfallen gearbeitet. Doch das war nur in den Spitzenzeiten so, jetzt ist das schon längst der Dauerzustand geworden. Manchmal glaub' ich, ich werd´ einfach alt. Dann geniere ich mich, dass ich jammere. Ich hab's schon bei meinen Eltern nicht leiden können, wenn sie immer gesagt haben, dass früher alles besser gewesen ist.

Aber wenn wir überhaupt noch zum Reden kommen unter den Kollegen – es sind ja fast keine Leute mehr in der Abteilung, die ich noch von früher kenne – dann jammern die anderen auch! Auch die jüngeren. Ich verstehe das nicht. Da hat man alles, was man zum Leben braucht und einiges darüber hinaus, ist für alle Notfälle abgesichert und es geht einem ständig schlecht. Ist es die Wohlstandsgesellschaft, die einen so missmutig macht? Halten wir einfach nichts mehr aus? Oder stimmt einfach mit mir persönlich etwas nicht?

Gestern habe ich schon wieder von einem Kollegen erfahren: 48 Jahre, Herzinfarkt und weg. Dabei war das gar nicht einer von den Ehrgeizigen. Er hat nur einmal erwähnt, dass er den Ansprüchen seiner Vorgesetzten nicht mehr gerecht wird, dass er den ständigen Personalwechsel nicht mehr aushält – dauernd einschulen und schon wieder jemand neuer.

Sollte ich auch mehr Sport betreiben wie unser neuer Abteilungsleiter? Morgens joggen, abends Fitness-Center? Der ist überhaupt ganz anders als wir „Alten". Ständig nervös, immer braucht er neue Zahlen, nie ist Zeit zum Plaudern. Da gibt es noch einige Chefs von der Sorte: gut gekleidet, feine Restaurants, immer unterwegs. Na ich weiß nicht, was die eigentlich arbeiten. Aber sie stehen hoch im Kurs beim obersten Boss.

Irgendetwas mach' ich falsch! Ich bemühe mich sehr, meine Aufgaben gut zu erledigen und mit den Kollegen gut auszukommen, aber niemanden scheint das zu interessieren. Es fragt mich auch keiner mehr etwas, außer einmal im Jahr – da holt uns der Chef zu so einem

Fragebogen. Mitarbeitergespräch nennen sie das. Aber sonst gehe ich eigentlich jedem auf die Nerven, wenn ich Vorschläge habe oder erklären will, warum etwas nicht geht.

Naja, das meiste habe ich mir ohnehin schon abgewöhnt – nur nicht auffallen und vor allem: nicht anecken. Was soll's, ich mach meinen Job, so gut es geht, ich kann's sowieso nicht ändern. Wir werden schon sehen, wo das noch alles hinführen wird.

Und jetzt geh' ich auf ein Bier oder auch auf zwei.

4. Kapitel
Business-Rebellen

Menschen, die den Turbokapitalismus und seinen Anspruch auf Weltherrschaft ablehnen, haben wenig Möglichkeiten, sich dagegen mit friedlichen Mitteln zu wehren. Manche versuchen das eigene berufliche Umfeld zu überzeugen, im Unternehmen selbst eine Veränderung zu bewirken. Doch die Idee, eine kriegführende Organisation von innen heraus zum friedlichen Wirtschaften, also zum Umdenken, zu bewegen, ist an sich schon absurd. Das käme aus der Sicht des Unternehmens einer Meuterei gleich, die sofort im Keim erstickt werden würde.

Andere setzen auf den traditionellen politischen Weg. Sie wollen eine grundsätzliche Veränderung des Wirtschaftssystems durch den Gang zur Wahlurne herbeiführen. Doch selbst in den Demokratien der EU funktioniert dies nicht – es stehen nämlich keine Parteien zur Verfügung, welche die Ausbreitung des Neoliberalismus einschränken könnten. Die konservativen Parteien haben schon aus ihrem eigenen Selbstverständnis wirtschaftsliberale Standpunkte in ihrem Programm. Die sozialdemokratischen Parteien und inzwischen auch die Grünen haben sich der Doktrin der freien Marktwirtschaft bereits prinzipiell angeschlossen. Seit der Erfindung des „Dritten Weges" und der Regierungsbeteiligung der Grünen in der BRD schreibt niemand mehr den Widerstand gegen die Globalisierung auf seine Fahnen. Daher müsste eine solche Partei erst gegründet werden, und dann ist fraglich, welcher Erfolg ihr beschieden wäre.

Kampf mit den Waffen der Gegner

Die Gegner des Turbokapitalismus und Visionäre für ein anderes Wirtschafts- und Gesellschaftssystem müssen entweder resignieren und auf bessere Zeiten warten, oder sie entscheiden sich zu kämpfen und werden damit zu Rebellen. Manche greifen zur Selbsthilfe als Einzelkämpfer, andere schließen sich einer Organisation an oder gründen selbst ein Netzwerk, das sich gegen das herrschende Wirtschaftssystem wendet. Sie tun dies meist aus tiefster eigener Überzeugung, weil sie sich vom Turbokapitalismus selbst bedroht fühlen oder andere Werte in Gefahr sehen, wie bei-

spielsweise den Sozialstaat, die Umwelt oder die gewachsenen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen in der Dritten Welt. Sie haben die Entscheidung getroffen, das herrschende Wirtschaftssystem und seine Organisationen im Kern zu treffen, ohne den „Umweg" über den Staat zu wählen, weil sie das Vertrauen in seine Durchsetzungskraft verloren haben. Für diesen Kampf sind sie bereit, ihre eigenen persönlichen Ressourcen wie Zeit, Engagement und Geld einzusetzen. Sowohl Kommandanten als auch die Mannschaft der Rebellen sind aus sich heraus hoch motiviert.

Sie verfolgen ihre Ziele, indem sie die Bevölkerung durch Flugblätter und Aktionen direkt über Missstände informieren, indem sie Skandale aufdecken oder Demonstrationen organisieren. In den Demokratien können sie dies auf einer legalen Basis tun und von ihren Rechten auf freie Meinungsäußerung und auf Versammlung Gebrauch machen. Wenn Rebellen der Meinung sind, dass ihr friedlicher Protest wirkungslos verhallen würde, werden auch Gesetze übertreten und wird Gewalt angewendet.* In Ländern der Dritten Welt kämpfen militärische Rebellen beispielsweise in Guerillabewegungen auch mit Waffengewalt gegen herrschende Systeme. So weit gehen die „traditionellen" Mittel der Rebellen. Was zeichnet nun den Business-Rebellen aus? Vergleichbar mit den Business-Kriegern setzen sie nicht nur auf politische oder militärische Durchsetzungsstrategien, sondern legen ihren Schwerpunkt auf den Einsatz von „ökonomischer Gewalt". Wird durch solche Aktionen der Gegner absichtlich, strategisch und auf Dauer ausgerichtet in seiner wirtschaftlichen Existenz bedroht oder geschädigt, sprechen wir von Business-Rebellen. Internationale NGO's, wie Greenpeace oder Attac, haben sich ursprünglich als politische Protestbewegungen positioniert. Mit dem Einsatz der Waffen des Business-Kriegs, wie Finanzen, Informationstechnologie und Öffentlichkeitsarbeit, werden sie zusätzlich zu Business-Rebellen.

Geld

Globalisierungsgegner finanzieren sich durch die Unterstützung ihrer Anhänger. Wer nun glaubt, das würde gerade nur die „Portokasse" füllen und darüber hinaus keine großen Sprünge erlauben, der irrt. Die Zahlen lie-

* „Am 30. November 1999 kommt es anlässlich der Tagung der Welthandelsorganisation, WTO, in Seattle zu der viertgrößten Demonstration in den USA seit den 70er Jahren. Zwischen 50.000 und 100.000 Menschen liefern sich tagelang Schlachten mit der Polizei", in: www.ndrinfo.de, 28. 7. 2002; „Im Rahmen des G8-Gipfels (2001) kommt es in Genua zu Massendemonstrationen von Globalisierungsgegnern, die von der Polizei mit äußerster Härte bekämpft werden. Ein Demonstrant wurde von einem Polizisten „in Notwehr" erschossen, viele wurden misshandelt und verletzt." o.A.: Gewalt in Genua. Italiens Justiz ermittelt gegen die Polizei, in: Spiegel online, 26. 7. 2001

fern ein anderes Bild: Greenpeace, eine der etabliertesten Rebellen-Organisationen, hat schon lange den Status eines „alternativen Vereines" hinter sich gelassen. Es hat die Struktur eines internationalen Konzerns mit modernsten Marketing- und Vertriebsmethoden und verfügt über ehrenamtliche Mitarbeiter, die jährlich über 20.000 Stunden Arbeit leisten. Mithilfe modernster Technologie führt Greenpeace Kampagnen z. B. in den Bereichen Gentechnik, Atom, Ozeane oder Klima und Energie durch. Die „Kriegskasse" ist mit jährlich über 30 Mio. EUR gefüllt.[61] Andere Organisationen wie beispielsweise Attac[62] erleben ebenfalls einen starken Zulauf und verfügen damit über wachsende finanzielle Mittel für ihre Aktionen. Zu seinen Mitgliedern gehören nicht nur junge Idealisten, sondern auch bekannte Personen des öffentlichen Lebens, Politiker etablierter politischer Parteien ebenso wie Künstler oder Interessenvertreter.

Die Rebellen-Organisationen setzen ihre Finanzen einerseits für friedliche Aktionen und Kampagnen ein, um die Bürger zu informieren und politische Entscheidungen mit zu beeinflussen. Andererseits finanzieren sie auch ihren Kampf im Business-Krieg, indem sie den feindlichen Organisationen direkten wirtschaftlichen Schaden zufügen. Sie rufen beispielsweise die Konsumenten – und nicht nur ihre eigenen Anhänger – zum Boykott bestimmter Produkte auf. Wenn sich diese Konsumverweigerung negativ im Umsatz der Unternehmen bemerkbar macht und diese zu Reaktionen zwingt, dann ist das ein kleiner Sieg im Kampf gegen den Turbokapitalismus.*

Technik

Business-Rebellen setzen modernste Informationstechnologien ein. Sie nutzen die Vorteile des Internet wesentlich gezielter, als selbst Großkonzerne dies tun können. Dies liegt daran, dass auch die teuerste Homepage nur so viele Menschen erreicht, wie bereit sind, aktiv auf die Website dieses Unternehmens zu surfen. Hingegen verursacht ein E-Mail oder ein SMS mit einer brisanten Information oder einem Aufruf zur Demonstration nahezu keine Kosten und erreicht die Anhänger auf Grund ihres hohen Engagements rasch, punktgenau und weltweit. Dadurch sind die Business-Rebellen nicht auf teure Werbekampagnen angewiesen, wenn sie unbequeme Informationen an die Öffentlichkeit bringen wollen. Vor allem kleinere Rebellen-Organisa-

* Einen großen Erfolg auf dem Weg zum Schutz vieler Meeresbewohner konnte Greenpeace 1990 verbuchen. Jahrelange Arbeit (Aktionen gegen Treibnetzfischer auf Hoher See, Dokumentationen, Lobbyarbeit, Aufklärungskampagnen) bewirkte schließlich eine UN-Resolution, die Hochsee-Treibnetzfischerei verbot. Selbst Japan, Süd-Korea und Taiwan, die die größten Fangflotten weltweit besaßen, haben ihre Treibnetzflotten „abgerüstet", in: www.greenpeace.at, 28. 7. 2002

tionen haben erst durch das Internet enorm an Schlagkraft gewonnen, denn sie können das Medium wesentlich flexibler nutzen als ihre schwerfälligen Gegner in den Konzernen und der öffentlichen Verwaltung. Der Vorwurf mancher Idealisten, es sei unmoralisch, mit denselben Waffen zu kämpfen wie die Gegner, greift zu kurz. Es statten sich ja auch militärische Rebellen mit modernsten Waffen aus und haben nicht den Anspruch, mit Steinschleudern gegen herrschende Systeme anzutreten. Tatsächlich sind die Rebellen-Organisationen erst so effizient, seit sie mit denselben Mitteln kämpfen wie ihre Gegner.

Information

Ihre Öffentlichkeitsarbeit betreiben Business-Rebellen durch persönliche Kontakte, Netzwerke und spektakuläre Aktionen. So gelingt es immer wieder, auch in den systemtreuen Medien, kritische Meldungen zu platzieren und Druck zu machen. Damit treffen sie ihre Gegner am wundesten Punkt: ihrem Image. Durch die Verbreitung von brisanten Informationen wird sowohl das Vertrauen der Konsumenten als auch und vor allem das der Anleger in ein Unternehmen erschüttert und damit der Börsenkurs gefährdet.*

Gesetzesübertretungen und Anwendung von physischer Gewalt werden nicht nur um der Aktion selbst willen durchgeführt, sondern vor allem wegen ihrer Wirkung in den Medien.** Business-Rebellen brechen immer wieder die geschlossene Propaganda des Turbokapitalismus auf und bringen Informationen in Umlauf, die sonst nicht zu bekommen wären. Sie lassen zu heiklen Problemen Gegengutachten und wissenschaftliche Studien erstellen und verbreiten diese über Ihre Kanäle.*** Sie erzeugen ein eigenes Wertesystem wie beispielsweise Umweltbewusstsein oder Gerechtigkeit für die Dritte Welt und bilden damit eine Gegenmacht zum herrschenden System. Organisationen von Business-Rebellen sind natürlich auch selbst kriegführend. Sie erzeugen ihre eigene Gegen-Propaganda und verbreiten ihre Ideologie .

* Der Ölgigant Esso will Greenpeace auf über 200.000,– Euro Schadenersatz für entgangenen Gewinn klagen. Grund dafür ist der friedliche Protest der Umweltorganisation gegen den Ölmulti und dessen ständige Sabotage der internationalen Bemühungen zum Schutz des Weltklimas, in: www.greenpeace.at, 28. 7. 2002

** Der französische Bauer José Bové kämpft einen Guerillakrieg gegen den globalen Liberalismus. Ein Protest gegen amerikanische Strafzölle gipfelte in der Demontage einer neuen McDonald's Filiale. Die darauf folgende Gerichtsverhandlung verwandelte Bové in ein Volksfest gegen die Globalisierung. o.A.: Käse statt Hamburger, in: Der Spiegel, 3. 7. 2000

*** Auf diesem Weg wurde erst allgemein bekannt, dass die GATS-Verhandlungen unter dem Ausschluss der Öffentlichkeit stattfanden, in: www.stoppgats.at, 28. 7. 2002

Das Manifest der Business-Rebellen

Business-Rebellen sind nicht so sehr an Geld oder Ansehen orientiert wie ihre Gegner, die Business-Krieger. Ihre Motivation orientiert sich viel eher an Idealen und der Vorstellung einer besseren Welt. Sie bringen einen hohen persönlichen Einsatz und schätzen Kameradschaft und Gemeinschaft. Zu ihren Denkmustern gehört die strikte Trennung von Gut und Böse. Haben sie einmal ein Feindbild identifiziert, dann wird es auch verfolgt. Viele von ihnen lieben „Action" und Aufsehen und das Gefühl, etwas zu bewegen und die Welt verbessern zu können. Sie sind davon überzeugt, dass es eine Lösung für alle Probleme in der Welt gibt und dass man diese mit eigener Anstrengung auch erreichen kann.

So etwa könnte das Innenleben eines Business-Rebellen aussehen. Ein junges Mitglied einer globalisierungskritischen Organisation im „inneren Dialog":

Freiheit, Gleichheit und Gerechtigkeit für alle Menschen auf der Welt.

Ich bin für Gerechtigkeit und Freiheit – und für Solidarität mit den schwächeren Mitgliedern einer Gesellschaft, wie auch mit den ärmeren Staaten dieser Welt. Menschen, die nicht so denken, halte ich für „Unmenschen", gerade, wenn diese uns manchmal als „Gutmenschen" bezeichnen. Irgendjemand muss sich ja für die Schwächeren einsetzen und irgendjemand muss die Missstände aufzeigen. Es kann nicht jeder einfach nur für seine eigene Karriere und für seinen eigenen Gewinn rennen. Überhaupt finde ich, die Gesellschaft wird immer kälter und härter.

Die Präpotenz, mit der die Global Players ihre Profite machen, ohne Rücksicht auf die Umwelt und auf die Sozialgesetze, schreit ja schon zum Himmel. Alles ist dokumentiert, von der Ausbeutung der Menschen in der Dritten Welt über die Schädigung der Umwelt bis zur Unterstützung korrupter Regime durch die Lobbys – seien es nun die Öl- oder die Pharmakonzerne. Warum wehren sich nicht viel mehr Menschen? Das müsste doch alle aufregen! Sie zerstören unsere natürlichen Lebensräume, vergiften das Wasser und die Grundnahrungsmittel, patentieren das Saatgut und machen ganze Staaten von sich abhängig.

Wir können doch nicht einfach zuschauen!

Wenn uns schon nicht die Betroffenen Leid tun, dann müssten wir wenigstens an unsere eigene Zukunft denken und die unserer Kinder. Wir bekommen das jetzt schon alles zu spüren: Massentierhaltung aus Profitstreben führt zu BSE, der exzessive Walfang zur Vernichtung der Art und zur Bedrohung des biologischen Gleichgewichtes. Ozonloch, Trinkwasser, Luftverschmutzung, Regenwald – ach, ich werde immer so traurig und wütend, wenn ich die Bilder sehe und die Berichte lese. Da möchte ich alle aufrütteln: Wehrt euch! Schaut nicht tatenlos zu, wie dieser schöne Planet zerstört wird! Nur damit einige wenige immer reicher werden auf Kosten der anderen.

Zum Glück gibt es bei uns im Verein Gleichgesinnte, sonst würde ich überhaupt verzweifeln. Da sitzen wir dann alle zusammen, denken, reden, planen und bereiten uns auf die nächsten Aktionen vor. Manchmal ist echt viel Mut gefordert, da steigen dann die meisten aus. Aber irgendwie ziehen wir unser Ding schon durch. Vor allem, weil wir immer mehr werden, das gibt echt Auftrieb. Wenn wir uns noch weiter anstrengen und immer mehr Menschen überzeugen können, werden wir eine bessere Welt schaffen. „Vinceremos" rufen die Landlosen in Brasilien, das finde ich super! Solange wir keinen eigenen Spruch haben – gilt für mich „Vinceremos".

Schwachstellen

Die größte Gefahr für die Business-Rebellen besteht darin, dass sie die Denkungsart des Turbokapitalismus unbewusst übernehmen und gegeneinander kämpfen. Wenn die einzelnen Organisationen keinen gemeinsamen Nenner finden könnten, wenn jede die Wahrheit für sich beanspruchte und ein gemeinsames Auftreten unmöglich würde, dann wären sie ihrer stärksten Macht beraubt – der Solidarität. Wenn sie auf die Idee kämen, dass man noch mehr Gutes tun könnte, wenn man mit Mitgliedsbeiträgen und Spenden an den Börsen spekulierte, dann wären die Business-Rebellen selbst Opfer der gegnerischen Ideologie. Auf den ersten Blick ist diese Gefahr vielleicht nicht zu sehen. Doch dieses Risiko ist für jene Organisationen besonders hoch, die in ihrer Struktur bereits internationalen

Konzernen gleichen. Sie sind den Vorteilen und Verlockungen des turbokapitalistischen Wirtschaftssystems besonders nahe gekommen und könnten möglicherweise darüber ihr ursprüngliches Ziel vergessen.

Zu den Achillesfersen der Business-Rebellen zählt auch die ethische Einstellung der meisten Mitglieder. Anders als die meisten Business-Krieger kommen ihre Mitglieder aus dem pazifistischen Lager, sind linke oder christliche Intellektuelle und meist junge Leute. Gerade Angehörige dieser Gruppe gehören zu denjenigen, die Gewalt und Krieg von sich aus ablehnen. Zurecht isolieren sie ihren eigenen gewaltbereiten Block und wollen nichts mit ihm zu tun haben. Das wird den Globalisierungsgegnern auch durchaus hoch angerechnet. Dennoch muss es den Rebellen noch klarer werden, dass sie eine kriegführende Organisation sind, die sich zum Kampf im Business-Krieg entschlossen hat. Sie müssen daher neue Strategien entwickeln, die nicht physisch gewalttätig, aber dennoch wirksam sind. Der Widerstand braucht noch wesentlich mehr Mitglieder und Mittel, um Aufmerksamkeit zu erregen.

Eine weitere Schwachstelle ist die inhaltliche Positionierung. Obwohl bedeutende Ökonomen und Ökologen fundierte wissenschaftliche Grundlagen für die Aussagen der Business-Rebellen liefern, können ihre Argumente leicht entkräftet werden. Globalisierungsgegner wirken häufig, als seien sie gegen jeden Fortschritt, als würden sie eine undifferenzierte „Zurück-zur-Natur-Philosophie" vertreten und von wirtschaftlichen Zusammenhängen keine Ahnung haben. So, als wollten sie mit maschinenstürmerischem Eifer eine Entwicklung bremsen, von der sie selbst täglich profitieren, indem sie auf die Vorteile der Wohlstandsgesellschaft keineswegs verzichten. Sie müssen sich dem Vorwurf aussetzen, Autos und Computer aus internationalen Konzernen zu kaufen und zu benützen und ihre Erfolge auf globalisierte Technologien wie Internet und Mobilfunk zu begründen. Weil sie ihre Botschaft nicht präzise genug anbringen, werden ihre Argumente mit dem Vorwurf des „restkommunistischen Denkens" abgetan und ihre Anhänger ins linke Eck gestellt. Auf diese Weise müssen sich ihre Gegner, die Vertreter des Turbokapitalismus, nicht ernsthaft mit dem Widerstand auseinander setzen.

Tatsächlich mangelt es den Business-Rebellen noch an Professionalität in der Kommunikation, in der überzeugenden Vermittlung ihrer inhaltlichen Positionen, die noch dazu viel inhomogener sind als diejenigen der Business-Krieger. Zurzeit können sie nur durch stetige Nadelstiche immer wieder unangenehm werden. Sie können als Sand im Getriebe bremsend wirken und somit den Gegner zur Vorsicht zwingen. Die Widerstandsbewegung hat einstweilen nicht die Kraft, eine ernsthafte Bedrohung für den Turbokapitalismus zu werden.

Rollenverteilung

In einer ganz „normalen" größeren Firma – sofern es sich um eine kriegführende Organisation handelt – finden wir beispielsweise folgende Verteilung der Rollen: Der Vorstand besteht zu zwei Drittel aus Business-Kriegern und zu einem Drittel aus Zivilisten, aus Friedensmanagern. Das bedeutet, dass Manager aufeinander treffen, die diametral entgegengesetzte Wertvorstellungen haben. Die Krieger-Kommandanten wollen in der Schlacht siegen, die zivilen Führungskräfte wollen in Frieden ihren Geschäften nachgehen.

Die Mannschaft besteht – je nach Branche zu einem unterschiedlichen Prozentsatz – aus Mitarbeitern, die noch nicht mitbekommen haben, dass sie bereits Soldaten sind und sich daher ständig falsch verhalten, sich selbst ausbeuten und das Unternehmen mit Forderungen und Diskussionswünschen gefährden. Sie haben noch nicht begriffen, dass sie eigentlich schon lange um ihr Überleben kämpfen müssten. Zum anderen Teil besteht die Mannschaft aus Business-Kriegern, die jede Chance wahrnehmen, die Zivilisten hinauszudrängen – zum einen, um die Sicherheit zu erhöhen, zum anderen aus persönlichem Ehrgeiz.

Oder: Im Vorstand setzen sich die Kriminellen durch, die Krieger werden ausgeschaltet oder in Geiselhaft genommen und die Mannschaft – Soldaten wie Business-Krieger – wird zu persönlichen Zwecken instrumentalisiert, solange, bis das Unternehmen zerstört ist. Oder das Unternehmen besteht nahezu vollständig aus Zivilisten und das zivile Management wird auf Grund einer feindlichen Übernahme durch Business-Krieger ersetzt und die Mannschaft wird automatisch zu Soldaten.

Die Kombinationen können endlos fortgesetzt und mit den jeweils aktuellen Beispielen ergänzt werden.

Funktionen im Business-Krieg

„Business-Krieger" sind Personen, die bewusst für die Ziele einer „kriegführenden Organisation" kämpfen und die ihre eigenen Ziele darin verwirklichen wollen und können. Sie dienen als Kommandanten oder in der Mannschaft.

„Business-Soldaten" sind Personen, die gänzlich bis teilweise unfreiwillig am Business-Krieg teilnehmen. Manche lernen zu kämpfen, viele glauben, immer noch ihrem friedlichen Beruf nachzugehen und haben den „Einberufungsbefehl" nicht mitbekommen.

„Business-Rebellen“ sind Personen, die aus idealistischen oder ideologischen Gründen mit den Mitteln des Business-Kriegs gegen ein herrschendes Wirtschaftssystem kämpfen. Sie agieren als Begründer einer Bewegung, als Kommandanten in der Mannschaft oder als Einzelkämpfer.

„Business-Kriminelle“ sind Personen, die ausschließlich für ihre eigenen materiellen Vorteile mit den Mitteln des Business-Kriegs außerhalb des gesetzlichen Rahmens kämpfen.

„Business-Zivilisten“ sind Personen, die im Rahmen einer „friedlichen Organisation“ oder als Selbstständige ihrem Zivil-Beruf nachgehen und sich keiner „ökonomischer Gewalt“ bedienen müssen, um zu überleben.

5. Kapitel
Die Business-Kriegerin

Bisher war im Zusammenhang mit Krieg und Business-Krieg nur von Männern die Rede. Welche Rolle spielen dabei die Frauen? Im militärischen Krieg der Vergangenheit waren Frauen zum größten Teil Zivilistinnen, führten die Betriebe oder Bauernhöfe ihrer Männer und versorgten Kinder, Alte und Kranke. Als Ehefrauen waren sie ideologische „Mittäterinnen", sie unterstützten das kriegführende politische System und waren ein seelischer Rückhalt für die Soldaten an der Front. Manche Frauen folgten als Marketenderinnen den Truppen, versorgten die Soldaten mit Annehmlichkeiten und sorgten für ihre Unterhaltung. Oft genug wurden Frauen selbst Opfer von Kriegsverbrechen, von Vergewaltigungen und Plünderungen. Wenn sie aktiv am Kriegsgeschehen teilnahmen, dann als Ärztinnen oder Krankenschwestern im Lazarett, als Helferinnen in der Küche oder in der Verwaltung.

Die Emanzipationsbewegung hat den Frauen die bewaffnete Teilnahme am Krieg ermöglicht. Seit kurzem stehen ihnen auch in den westlichen Staaten Waffengattungen und Aufstiegsmöglichkeiten im Militär offen. Es gibt Nahkampfspezialistinnen, Kampfjet-Pilotinnen und Kriegsschiff-Kommandantinnen. Frauen werden nicht mehr nur dann, wenn Not am „Mann" ist, an die Front geholt. Heute beteiligen sie sich, wenn auch in geringer Zahl, freiwillig und engagiert an kriegerischen Auseinandersetzungen. Im militärischen Bereich gibt es also die Kriegerin.

Von der Hausfrau zur Powerfrau?

Welche Rolle spielen Frauen im Business-Krieg? Kann man die so genannte Powerfrau als Pendant zum Business-Krieger bezeichnen? Wollen Frauen überhaupt Business-Kriegerinnen werden, und was müssten sie tun, um dabei erfolgreich zu sein? Berufstätige Frauen sind heute eine Selbstverständlichkeit. Im Zuge der Gleichberechtigung ist der Anteil der erwerbstätigen Frauen langsam aber kontinuierlich angestiegen und beträgt in den westlichen Industriestaaten zurzeit etwa 70 %.[63] Auch wenn mehrheitlich immer noch typische Frauenberufe, wie Krankenschwester, Friseurin oder

Verkäuferin gewählt werden, so steigt die Zahl der Akademikerinnen stetig. Auch in technischen Berufen nimmt der Frauenanteil langsam zu. Die große Diskrepanz herrscht bei den Top-Positionen. Trotz Quoten und Frauenförderprogrammen gelingt es den weiblichen Führungskräften nur selten, die so genannte „Gläserne Decke" in Wirtschaft und Politik zu durchstoßen und an die Schalthebel der Macht zu gelangen. Lange Zeit wurden dafür die Männer verantwortlich gemacht, die angeblich ihre Kolleginnen am Weiterkommen auf der Karriereleiter behinderten. Mit den neuen Erkenntnissen über die Mechanismen der Macht[64] und den Business-Krieg ergibt sich ein differenzierteres Bild der Lage.

Wirtschaftsfaktor Frau

Über Jahrtausende herrschte zwischen den Geschlechtern eine „ergänzende Arbeitsteilung": der Mann im Außenverhältnis einer Gesellschaft, die Frau im Innenverhältnis. Die Sozialisation der Frau war auf ihre nahezu ausschließliche Bestimmung als Hausfrau und Mutter ausgerichtet, im Mittelpunkt ihres Interesses stand die Versorgung von Mann, Kindern und Angehörigen. Doch neben ihrer Rolle als Familienarbeiterin waren Frauen schon immer auf unterschiedliche Weise auch in Wirtschaftsprozesse integriert. Die Vorstellung von der Ehefrau, die nicht berufstätig ist, sich nur um Kinder und Haushalt zu kümmern hat und deren Ehemann in der weiten Welt der Erwerbsarbeit nachgeht, gehört zum Rollenklischee einer kleinen gehobenen Gesellschaftsschicht. Frauen trugen in allen Kulturen neben der Haushaltsführung und der Kindererziehung auch mit produktiver Arbeitsleistung zum Lebensstandard der Familie bei. Sei es, dass sie Gemüse und Obstgärten bewirtschafteten, am Feld und im Stall eingesetzt waren, oder dass sie durch Produktion von Handarbeiten, Textilien, Bekleidungsstücken oder Kunstgegenständen die Haushaltskasse aufbesserten. Im urbanen Umfeld der vorindustrialisierten Zeit verdingten sich Frauen als Dienstboten, Köchinnen oder Arbeitskräfte in fremden Haushalten oder Betrieben. Seit dem Aufkommen der automatisierten Produktionsstätten in der Mitte des 19. Jahrhunderts ist die Arbeiterin in der Fabrik, später die Angestellte im Krankenhaus, in der Schule, im Büro oder im Laden ein selbstverständliches Berufsbild für Frauen geworden.

In der Wiederaufbauphase nach dem Zweiten Weltkrieg kehrten die Männer ins Wirtschaftsleben zurück und legten den Grundstein für das Wirtschaftswunder. Die große Welle der Berufstätigkeit von Frauen startete Anfang der 1970er Jahre als Folge der Forderung nach Gleichberechtigung. Die nächsten 25 Jahre, in denen Frauen ihre Erfahrungen mit dem Erwerbs-

leben machten und sich verstärkt ins Wirtschaftsleben einbrachten, waren die Jahre des Aufschwungs und des Business-Friedens. Doch schon da zeigten sich Schwierigkeiten bei der vollständigen Integration von Frauen in das Berufsleben. Selbst Powerfrauen standen schon bald an der „Gläsernen Decke" und kamen mit ihren Karrieren nicht weiter. Es gelang ihnen nicht, mehr Führungs- und Machtpositionen zu besetzen, weil sie deren Mechanismen nicht verstanden und die dafür notwendigen Kompetenzen nicht besaßen.

Alte Arbeitsteilung

Woher kommt dieser Mangel? Die Erfahrungen, die Frauen ins Berufsleben einbrachten, unterschieden sich deutlich von jenen der Männer. Nachdem Frauen gewohnt waren, die Bereiche im Haus oder in seiner näheren Umgebung zu bewirtschaften, entwickelten sie auch für dieses „Innenverhältnis der Gesellschaft" mit seinen kleinräumigen Strukturen und persönlichen Beziehungen die größte Kompetenz. Der Mann hatte für seine Entwicklung einen größeren Spielraum zur Verfügung. Er ging auf die Jagd, auf Handels-, Entdeckungs- und Forschungsreisen, zog in den Krieg oder konnte Produktionsstätten fern des Hauses betreiben. Diese Aufteilung der Arbeitsbereiche und der Machtsphären war auf Grund der biologisch bedingten unterschiedlichen Voraussetzungen der Geschlechter gar nicht anders denkbar. Erst als durch die Entwicklung der Technik die Körperkraft nicht mehr den Hauptfaktor für die Erwerbsarbeit darstellte, durch die Demokratisierung die innerstaatliche Gewalt und Willkür eingedämmt und durch die Anti-Baby-Pille die Geburtenkontrolle allgemein zugänglich wurde, eröffnete sich auch für Frauen der Zugang zur Außenwelt. Genau in diesen historischen Etappen entstand die Frauenbewegung mit ihrem Wunsch nach Neuverteilung der Aufgaben und einer Neuordnung der Machtverteilung. Frauen wollten nicht mehr nur „berufstätig" sein, ein Zusatzeinkommen erwirtschaften oder die Männer atmosphärisch bei der Arbeit unterstützen, sondern auch Zugang zu höherer Bildung und zu qualifizierten Berufen erhalten.

Da Frauen früher grundsätzlich von Entscheidungspositionen in Wirtschaft und Politik ausgeschlossen waren, waren ihre Vorstellungen von Wirtschaft und Politik durch die Perspektive ihres gesellschaftlichen Mikrokosmos geprägt. Sie bezogen ihre Kompetenz aus den Gesetzmäßigkeiten ihres Arbeitsumfeldes der Innenwelt und der untergeordneten Tätigkeiten und hatten wenig Wissen über den Bereich der Männer. Doch in der Außenwelt herrschen andere Gesetzmäßigkeiten und andere Machtver-

hältnisse als in der Innenwelt, unabhängig davon, welches Geschlecht in diesem Bereich arbeitet.

Weibliche Werte über alles

Es ist wahrscheinlich eine der größten Fehleinschätzungen der Frauenforscherinnen, wenn sie meinen, die Spielregeln der Außenwelt wären nur deswegen so, wie wir sie vorfinden, weil sie von Männern gemacht wurden. Viele sind davon überzeugt, dass Frauen – würden sie die Macht in der Außenwelt übernehmen – ganz andere, ja bessere, Regeln erfinden würden. Die meisten Feministinnen bezweifeln aber keinesfalls, dass die Spielregeln, die Frauen für die Innenwelt entwickelt haben, die bestmöglichen sind und daher von den Männern übernommen werden müssen.

Als die Emanzipationsbewegung die gleichen Rechte für Frauen forderte und in die Außenwelt eindrang, richtete sie zugleich den Appell an die Männer, Aufgaben in der Innenwelt zu übernehmen. Deren Verhalten war jedoch für die Kindererziehung und partnerschaftliches Familienleben so gut wie nicht zu brauchen. Männer konnten nicht über ihre Gefühle sprechen und nicht zuhören. Sie versuchten alle Probleme mit Kraft oder Gewalt zu lösen, sie hatten keine gute Beziehung zu ihrem Körper, waren nur auf Leistung gedrillt und konnten nicht spielen. So lautete der Befund über den europäischen Mann der Nachkriegsjahre. Daher mussten die Männer seit dem Erstarken der Frauenbewegung in der 68er Bewegung die Gesetzmäßigkeiten der Innenwelt, die „Frauensprache" erlernen und sehen sich seither einem drastischen Umerziehungsprozess ausgesetzt.

Wer nun denkt, dass Frauen beim Eintritt ins Berufsleben und in Entscheidungsfunktionen der Außenwelt die „Männersprache" lernen mussten, der irrt! Die Kompetenz der Männer erscheint bis heute nicht erstrebenswert. Vielmehr herrscht immer noch das ungeschriebene Gesetz: Die soziale Kompetenz der Frauen ist besser als jene der Männer. Männer werden verantwortlich gemacht für alles Unheil auf der Welt, für Kriege, Armut und Umweltzerstörung. Viele Frauen waren und sind noch immer der Meinung, dass sie mit weiblichen Werten die Außenwelt besser bewirtschaften würden als die Männer. Dieser Glaube geht so weit, dass manche Autoren ernsthaft die Meinung vertreten, eine verstärkte Beteiligung von Frauen in der Wirtschaft würde diese menschlicher werden lassen, und das Wirken von Frauen in der Politik würde Kriege zum Verschwinden bringen. Frauenmacht sei sowohl für die Innen- wie für die Außenwelt bestens geeignet und würde insgesamt eine bessere Welt ermöglichen.

Die Grenzen der Weiblichkeit

Die Realität sieht anders aus. Weibliche Werte bringen tatsächlich große Vorteile – allerdings nicht für die Frauen, sondern in ganz besonderer Weise für die Wirtschaft. Frauen können Beziehungen gestalten und gutes Betriebsklima erzeugen, sie können Kunden zum Kauf animieren und aufgebrachte Gemüter beruhigen. Dazu gehören Kommunikations- und Teamfähigkeit, Charme, Sensibilität und nahezu grenzenlose Belastbarkeit, denn Frauen sind es gewohnt, unentgeltlich rund um die Uhr zu arbeiten. All das sind heute in der Erwerbsarbeit wichtige Kompetenzen, weil sie dazu beitragen, die Motivation und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu steigern.

Weibliche Werte sind hoch gefragt, jedoch nicht hoch bezahlt! Tätigkeiten im Hintergrund gehen ebenso wie soziale Berufe und Hilfsarbeiten mit einem niedrigen Lohnniveau einher, was insgesamt das Einkommen von Frauen drückt. Frauen bekommen immer noch die Kinder und kümmern sich größtenteils um deren Erziehung, was ihr Einkommen drückt. Sie sind weiterhin nahezu ausschließlich für die Pflege von kranken und alten Angehörigen zuständig, was Zeit und Kraft kostet und ihr Einkommen drückt. Soweit die bekannten äußeren Bedingungen. Doch Frauen steigen auch in der Hierarchie nicht weit genug hinauf, was wiederum auf ihr Einkommen drückt. Ihre viel gelobte soziale Kompetenz kommt ihnen zwar im heutigen Berufsleben in vielen Bereichen zu Gute, sie ist aber zugleich auch ihr Stolperstein, weil sie den Erwerb von Machtkompetenz behindert.

Schlecht gerüstet

Dass Frauen in punkto Ausbildung, Fachwissen und Sachverstand den Männern keineswegs unterlegen sind, ist längst bewiesen. Dennoch hat eine Frau in Top-Position immer noch Seltenheitswert. Ja es scheint sogar, dass – trotz Political Correctness und Gleichbehandlungsbeauftragter – ihre Aufstiegschancen eher schlechter werden als besser. Das wird zurzeit mit der schlechten Wirtschaftslage erklärt und damit, dass Frauen deswegen zurück an den Herd gedrängt würden.

Tatsächlich bieten sich für diese Situation auch andere Erklärungen an: Frauen haben keine Ahnung von den Mechanismen der Macht in der Außenwelt. Als die Frauen der Emanzipationsbewegung die halbe Macht der Männer forderten, war ihnen offensichtlich nicht ganz klar, was damit alles verbunden ist. Die Vorstellung, Wirtschaft und Politik würden nach

denselben Gesetzmäßigkeiten funktionieren wie eine Familie, ein Handwerksbetrieb oder ein Bauernhof, ist schlicht zu kurz gegriffen. Doch mit ebendiesen Idealen plagen sich die meisten Frauen durch ihr Arbeitsleben. Selbst „Powerfrauen" sind entgegen der allgemeinen Annahme nicht solche, die gelernt haben, wie die Außenwelt funktioniert. Sie werden vielmehr dafür bewundert, wie sie mit nahezu übermenschlicher Anstrengung und unzureichenden Mitteln zu beweisen versuchen, dass weibliche Werte überall zum Erfolg führen. Die einen nehmen dafür die Doppelbelastung durch die Familienarbeit in Kauf, die anderen den Verzicht auf eine Familie.* Anstatt sich mit der Mehrheit der wahlberechtigten Stimmen die nötigen Bedingungen zu schaffen, unter denen sie in der Außenwelt arbeiten könnten, setzen sie auf ihr bewährtes Muster der Selbstausbeutung. Zudem rechnen Frauen bewusst oder unbewusst mit ihrer Rückzugsoption in die Familienarbeit. Wenn der Job keine Freude macht, wenn die Karriere stockt, können sie sich immer noch fürs Kinderkriegen entscheiden, anstatt die notwendigen Spielregeln der Wirtschaft und der Politik zu erlernen. Sie haben immer einen – und sei es auch nur mentalen – Fluchtweg, der den meisten Männern noch verschlossen ist.

Eher Rebellinnen als Business-Kriegerinnen

Zu den beschriebenen Diskrepanzen kommt jetzt auch noch die Veränderung der Arbeitsbedingungen im Zuge des Business-Kriegs. Hat diese für Frauen andere Konsequenzen als für Männer? Mit weiblichen Werten konnte frau gerade noch in Zeiten erfolgreich sein, in denen es in der Wirtschaft friedlich zuging. Gänzlich unbrauchbar sind die weiblichen Werte jedoch, wenn Krieg herrscht. Ihre Art der Sozialkompetenz steht dem im Krieg geforderten Verhalten diametral entgegen – das gilt für den militärischen Krieg ebenso wie für den Business-Krieg. Der Business-Krieg stellt eine enorme Eskalation der ohnehin schon harten Bedingungen in der Wirtschaft dar. Die Verschärfung des Wettbewerbs erfordert in immer größerem Ausmaß harte Maßnahmen. Waren die Machtmechanismen schon in Friedenszeiten für Frauen ungewohnt und schwer akzeptabel, so sind jene des organisierten Kampfes für die meisten von ihnen ein unüberwindliches Hindernis. Gab es im Business-Frieden für beide Geschlechter noch Zeit zum Erlernen eines neuen Rollenverhaltens, so greifen unter dem Druck des Business-Kriegs

* Laut einer Studie waren von jenen Befragten, die über 100.000,– US-Dollar verdienen, 49 % der Frauen kinderlos, aber nur 19 % der Männer. Braun, Walter: Der hohe Preis des Erfolges, in: Psychologie Heute, 9/2002

Männer wie Frauen eher wieder auf ihre „Kernkompetenzen" zurück und verhalten sich rollenkonform.

Frauenkarrieren nehmen daher einen eigenwilligen Verlauf. Da sich immer mehr Unternehmen und Parteien aus Imagegründen um Frauen in Führungspositionen bemühen, wäre es heute gar nicht mehr so schwer, nach oben zu kommen. Doch sind Frauen nicht auf die Aufgaben in der dünnen Luft am oberen Ende der Karriereleiter vorbereitet. Business-Kriegerinnen sind trotz prinzipiell guter Chancen immer noch eine Seltenheit, und Frauenerfolg verglüht häufig wie eine Sternschnuppe: Kaum oben, ist sie auch schon wieder weg – ersetzt durch einen Mann. Nur einige wenige Frauen – der Prozentsatz entspricht etwa jenem im militärischen Krieg – haben sich bewusst dazu entschieden, im Business-Krieg zu bestehen und erfolgreich zu kämpfen. Von diesen gelingt es wiederum nur einigen – unter großen Strapazen und mit großer Veränderungsbereitschaft – als Business-Kriegerinnen Karriere zu machen.

Wenn Frauen von sich aus Lust auf Kampf haben, dann finden sie eher den Weg zu den Rebellen als zu den Kriegern. Die humanistischen Ziele und die eher kleinräumigen und auf persönliche Beziehungen aufgebauten Strukturen der Rebellen-Organisationen liegen ihnen mehr. Daher ist auch der Frauenanteil in diesen Organisationen wesentlich höher und der Aufstieg in Führungspositionen wesentlich leichter als in der Wirtschaft. Das heißt nicht, dass Frauen das notwendige Verhalten nicht erlernen könnten – das schaffen auch Frauen im militärischen Krieg sehr rasch. Doch es bedarf dazu einer klaren Entscheidung und einer größeren Anstrengung, als Männer dafür aufbringen müssen. Diese sind auf Grund der Biologie und ihrer Sozialisation als Business-Krieger eindeutig im Vorteil. Das bedeutet aber nicht, dass Frauen keine Business-Kriegerinnen sein *können,* vielmehr zeigt die Praxis, dass die meisten Frauen keine Business-Kriegerinnen sein *wollen.*

Wehrdienstverweigerung

Männer, die vom Business-Krieg überrascht werden, sind eher bereit, zum Business-Krieger oder Business-Soldaten zu mutieren. Sie sehen sich als Familienerhalter dazu gezwungen oder finden für sich selbst keine andere Möglichkeit. Wenn Frauen mit den Auswirkungen des Business-Kriegs konfrontiert werden, stehen sie diesen noch verständnisloser, aber vor allem kompromissloser gegenüber. Viele können wählen und tun das auch. Sie sind „Zweitverdienerinnen" und müssen nicht in die erste Reihe vordringen. Sie haben Kinder zu versorgen und können gar nicht an der Front kämpfen. Sie wollen ihre Lebensqualität nicht verschlechtern und lehnen

von sich aus einen Karrieresprung zur Kommandantin ab. Linke Argumentation erklärt dieses Verhalten damit, dass die Bedingungen in der Wirtschaft eben zu wenig auf die Bedürfnisse der Frauen Rücksicht nähmen. Dabei wird übersehen, dass im Turbokapitalismus nur das berücksichtigt wird, was der Profitmaximierung der Shareholder dient. Auf politischem Weg frauenfreundlichere Arbeitsbedingungen durchsetzen zu wollen, grenzt an Naivität, wenn das Ziel, den Turbokapitalismus einzuschränken, nicht einmal mehr ernsthaft thematisiert wird.

Es gibt auch noch weitere, subtilere Formen, wie eine Frau im Business-Krieg überleben kann, ohne selbst zu kämpfen: Sie hält als Assistentin oder Chefsekretärin den Business-Kriegern den Rücken frei. Im Hintergrund unterstützt sie deren täglichen Kampf. Sie stellt die Ressourcen zur Verfügung, bereitet Unterlagen vor und ist oft auch emotionale Stütze. Gar nicht selten ist eine solche Frau der einzige Mensch, dem ein Business-Krieger noch vertrauen kann, dem er sich auch von seiner schwachen Seite zeigen darf. Diskretion, Taktgefühl und bedingungslose Loyalität sind ihre herausragendsten Eigenschaften. Oft agiert sie zusätzlich zu ihrer Supportfunktion auch noch als „Verbindungsoffizier", als Bindeglied zwischen dem Management und den Mitarbeitern, als Stimmungsbarometer, Blitzableiter und Klagemauer. Dadurch verfügen diese Frauen über ein einzigartiges Machtpotenzial, das sie selbst jedoch nicht als solches bezeichnen und niemals für ihre eigenen Ziele missbrauchen würden.

Chancen im Business-Krieg

Wollen Frauen zu Business-Kriegerinnen und vor allem zu Kommandantinnen werden, müssen sie den Kampf akzeptieren und seine Mechanismen verstehen lernen. Haben sie sich einmal dafür entschieden, müssen sie dieselben Aufgaben mit derselben Kraft und Härte ausführen wie die Männer. Ausreden, die sich auf biologische Unterschiede beziehen, gelten dann nicht mehr. Grundsätzlich haben Frauen im Business-Krieg dieselbe Wahl zu treffen wie Männer:

1. Erkenntnis, dass sich die Wirtschaft im Business-Krieg befindet
2. Entscheidung, wie frau sich im Business-Krieg positionieren möchte:
   - bewusst zur Business-Kriegerin werden
   - pragmatisch als Business-Soldatin den Job machen und sich selbst schützen
   - sich als Gegnerin des Systems bei den Business-Rebellen engagieren und dort kämpfen
   - als Power-Zivilistin in einer Nische überleben

3. Erlernen der für die gewählte Funktion notwendigen Überlebenstechniken

Als Vorbild und Lehrmeister sollte frau sich jemanden suchen, der seinen Job hervorragend beherrscht. Diese Qualitäten wird die Business-Kriegerin zurzeit eher noch bei Männern finden, und sie sollte sich nicht scheuen, diese Chance zu ergreifen. Der Wunsch, von Frauen zu lernen, ist nicht zielführend, weil es kaum Frauen gibt, die Business-Kriegerinnen-Kompetenz auf einer hohen Stufe entwickelt haben. Wenn dies dennoch der Fall ist, wird es wiederum egal sein, ob es sich beim Lehrmeister um einen Mann oder eine Frau handelt, denn ihr Verhalten und ihre Botschaften werden dieselben sein.

Das Wertesystem von Frauen und ihre soziale Kompetenz werden zwar immer wieder hoch gelobt, jedoch nicht hoch bezahlt. Da Frauen sich nur selten zum Kampf entscheiden, haben sie im Business-Krieg noch weniger Chancen auf Top-Positionen als in friedlichen Zeiten.

Frauen, die sich zum Kampf entscheiden, schlagen sich eher auf der Seite der Business-Rebellen, agieren als Partisaninnen in der eigenen Organisation oder sind Wehrdienstverweigerinnen, die in Nischen zu überleben versuchen.