

# „Das Wort der Unternehmer gilt etwas“

DR. PETER KULITZ ÜBER UNTERNEHMER UND POLITIK

**„Unternehmer müssen einen Teil ihrer Zeit für politische Tätigkeiten und für das Gemeinwohl aufwenden“, sagt Dr. Peter Kulitz, Unternehmer aus Senden und Präsident der IHK Ulm. Er macht sich Sorgen um das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit und um die Zukunft der sozialen Marktwirtschaft. Es sei bedenklich, so der Unternehmer, wenn 73 Prozent der Bevölkerung die wirtschaftlichen Verhältnisse in Deutschland als „nicht gerecht“ einstufen. Mit mehr Präsenz in der Öffentlichkeit und mehr persönlichem Engagement könnten gerade Familienunternehmer dieses schiefe Bild wieder gerade rücken.**

Das Unternehmerbild der Deutschen ist nicht das beste. Woher kommt das?

Dr. Peter Kulitz: Die Familienunternehmer machen den Mund nicht auf, obwohl sie 95 Prozent aller Unternehmen stellen. In den Medien wird fast nur über Großunternehmen und Publikumsgesellschaften berichtet. Auf Familienunternehmen und KMU entfallen nur zehn Prozent der Berichterstattung. Entsprechend sind die Wahrnehmung von Unternehmen und das Unternehmerbild in der Öffentlichkeit. Wir lassen uns fremd bestimmen.

Die Politik wird wenig zur Korrektur eines vorurteilsbeladenen Unternehmerbildes beitragen. Hier sind wir selbst gefordert. Wir setzen dem Erstarken eines linken Gesellschaftsbildes kaum etwas entgegen und verzichten damit auf die Sicherung unseres unternehmerischen Umfelds. Die Unternehmer zeigen eine bedenkliche Untätigkeit, ja fast schon Ergebnislosigkeit in die politische Willensbildung, ohne entschlossene eigene Teilhabe.

Wir müssen präsent sein in der Öffentlichkeit und unsere Werte kommunizieren, denn die Familienunternehmer haben andere Werte als die großen Konzerne. Uns geht es nicht nur um Gewinnmaximierung. Es ist unsere Pflicht, das Misstrauen gegenüber Unternehmen durch unser Handeln zu widerlegen.

Sie ermuntern Ihre Unternehmerkollegen dazu, sich politisch zu betätigen, doch die meisten fühlen sich mit der Führung ihrer Unternehmen ausgelastet. Wie begegnen Sie dieser Haltung?

Unternehmer, die diese Antwort geben, sind zu kurz gesprungen. Sie haben weder erkannt, dass ihre Unternehmen von der Entwicklung des gesellschaftlichen Konsens



Der Unternehmer mit Günther Oettinger, heute Energiekommissar in Brüssel, auf einem Messestand seiner Firma.

abhängig sind, noch dass sie sich für ihre Belange selbst einsetzen müssen. Nehmen Sie nur einmal die unmittelbaren Auswirkungen, die die Politik auf die Unternehmen hat. Bestes Beispiel dafür und für eine verfehlte Politik ist die systemwidrige Hinzurechnung von Zinsen, Mieten und Leasingraten als Gewinn in der Gewerbesteuer. Das ist Substanzbesteuerung, die die Unternehmen in der Krise zusätzlich schwächt.

Wie können sich Unternehmer einmischen?

Ich verstehe die Vorbehalte mancher Kollegen gegen politische Parteien, aber sie müssen nicht Parteimitglied sein, um Einfluss auszuüben. Zunächst einmal gibt es genügend Verbände und Organisationen als die klassische Schnittstelle zur Interessenwahrnehmung zwischen Wirtschaft und Politik, auch die IHKs zählen dazu. Allein die IHK Ulm vertritt rund 26.000 Unternehmen und ist wichtiger Ansprechpartner für die Politik. Sie kümmert sich in vielfältiger Weise vorrangig um Familienunternehmen. Bestes Beispiel ist die aktive Beteiligung an der Gründung eines „Institutes für Familienunternehmen“ an der Zeppelin University in Friedrichshafen.

Für den einzelnen Unternehmer gibt es vielfältige Möglichkeiten der Einflussnahme. Er kann und sollte Kontakte zur Lokalpresse nutzen, sich für Interviews zur Verfügung stellen, in die Schulen gehen, an Diskussionen in Radio und Fernsehen teilnehmen, Gesprächskreise mit Abgeordneten organisieren. Der gesellschaftliche Gegenwind, den auch Familienunternehmer spüren, kommt zustande, weil sie sich nicht öffentlich artikulieren – oft nicht einmal, wenn sie Gutes tun. Die mannigfachen sozialen Wirkungen ihres unternehmerischen Tuns werden nicht kommuniziert. Für ihre Produkte und Dienstleistungen werben sie selbstbewusst,

über ihr soziales Engagement hingegen legen sie oftmals den Mantel der Bescheidenheit. Die Sorge des Familienunternehmers für seine Mitarbeiter führt häufig zu Entscheidungen, die eben nicht nur von Kosteneffizienz bestimmt sind. Hier liegen gravierende mentale Unterschiede zu den „Boni-getriebenen Managern“. Die Mitarbeiter wissen das, sollten es aber auch weiter erzählen. Unternehmer können im Politischen mehr bewegen als sie glauben. Sie sollten die Kausalität von falschen Entscheidungen der Politik aufzeigen und nicht parteipolitisch, sondern von der Sache her argumentieren. Wir müssen die Diskussion um Verantwortung und Engagement in der Gesellschaft aktiv mit gestalten, uns in der Politik Gehör verschaffen und in der Öffentlichkeit selbstbewusst unsere Meinungen und Werte vertreten.

Wird dem Unternehmer, der mit seinen Belangen und Ansichten an die Öffentlichkeit geht, jemand zuhören?

Selbstverständlich. Das Wort der Unternehmer gilt etwas, vor allem bei den Mitarbeitern, denen man mit einer sachlichen Argumentation durchaus die Augen für die Belange des Unternehmens öffnen kann. Dafür muss ich keine politische Propaganda betreiben. Es gibt Unternehmer, die ihren Mitarbeitern regelmäßig eine E-Mail schreiben, in denen sie ihre Gedanken zu verschiedenen gesellschaftlichen und politischen Themen darlegen. Das bleibt nicht ohne Wirkung. Unternehmer müssen sich klar machen, dass ihr Wort Gewicht hat und sie eine Wirkung in



Dr. Peter Kulitz ist geschäftsführender Gesellschafter des Sendener Unternehmens ESTA, das eines der führenden Unternehmen im Bereich der Absaugtechnik ist. Seit über 35 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt es ein umfangreiches Gerätesortiment mit eigenen Niederlassungen und Vertriebspartnern weltweit.



Der IHK-Präsident im Gespräch mit Khalid Al-Qusaibi, Wirtschaftsminister von Saudi Arabien.

ihrem Umfeld haben, dort wo sie leben und arbeiten. Die Wirtschaftskrise droht, sich zu einer Vertrauenskrise in die marktwirtschaftliche Ordnung auszuweiten. Dem müssen wir persönlich entgegentreten. Authentizität kann man nicht delegieren. Die Presse hat dabei keine Holschuld, sondern es ist unsere Bringschuld.

Welches sind für Sie derzeit die wichtigsten Themen, die Unternehmer in die öffentliche Diskussion tragen sollten?

Für äußerst wichtig halte ich es, die Werte der Familienunternehmen in die öffentliche Diskussion einzubringen. Diese Tugenden erleben wir im Moment sehr authentisch, indem unzählige Betriebe versuchen, ihre Mitarbeiter und das Unternehmen mit Kurzarbeit statt Entlassungen über die Runden zu bringen. Politik und Gesellschaft müssen aber auch verstehen, dass nur die Leistungsbereitschaft der Menschen für eine wirtschaftliche Erholung sorgen kann – ein Bürokratiemonster mit unzähligen neuen und unseligen Regelungen sicherlich nicht.

Ein weiteres großes Thema ist die Generationengerechtigkeit und die damit einhergehende Ausgabendisziplin des Staates. Statt ständig neue Ansprüche mit „sozialer Gerechtigkeit“ einzufordern, sollte man sich dringend der Zukunft unserer Kinder annehmen. Deren Ausbildung hat Priorität, nicht die Steigerung von Pensionen und Renten. ■