

Es gibt eine neue soziale Bewegung: die Globalisierungsgegner. Der Shareholder-Aktivist Robert Monks betrachtet die Protestierer als Brüder im Geiste. In seinem neuen Buch „The New Global Investors: How Shareholders Can Unlock Sustainable Prosperity“ zitiert er sie als Zeuge seiner Kritik, die da lautet: Unternehmen interessieren sich nicht für negative ökologische und soziale Folgen ihres Handelns, sondern sind nur an kurzfristigem Profit interessiert. Das Topmanagement hat zu viel Macht und verdient zu viel, ohne dass die Arbeit an Kriterien der Nachhaltigkeit gemessen würde.



Robert Monks
Capstone
Publishing 2001,
220 S., 19,99 €,
ISBN
1841121096

Grundsätzlich ist der Autor von der Idee der Privatinvestition fest überzeugt. Eine Reise durch die Geschichte des Kapitaleinsatzes, von Bibelziten über die „East India Company“ bis zum Wandel des amerikanischen Elektronik-Riesen Westinghouse zum Medienkonzern, lässt Monks schlussfolgern: „Die Kapitalgesellschaft ist die beste Struktur für die Erfüllung menschlichen Genies und die Schaffung von Reichtum, Erleichterung von allem Übel und Hilfe zum Verständnis der Welt.“ Das Problem: Am Ende des 20. Jahrhunderts wird dieses Potenzial nicht genutzt, weil die Besit-

zer sich dem Management unterordnen müssen.

Die Lösung: Anteilseigner an die Macht! Eine neue Art von global agierenden verantwortungsbewussten Investoren soll nachhaltigen Wohlstand sichern, so Monks. Vor allem Pensionsfonds, zumindest in den USA die größten Anteilseigner, könnten sich stärker einmischen, Druck auf das Management ausüben und sich für soziale und ökologische Ziele einsetzen. „Grüne“ oder „soziale“ Fonds weigern sich in Firmen zu investieren, deren Aktivitäten sie missbilligen und können dadurch die Öffentlichkeit mobilisieren.

Außerdem, so Monks, müssen weltweite Standards durchgesetzt werden. Die britischen Investmentmanager von „Hermes“ beispielsweise haben dieses Jahr Leitlinien veröffentlicht, nach denen Firmen in ihren Jahresberichten über soziale, ökologische und ethische Fragen ihrer Aktivitäten informieren sollen.

Aber handeln Aktionäre wirklich weitsichtiger als Manager und ziehen eine nachhaltige Entwicklung dem kurzfristigen Profit vor? Dass gerade der Shareholder-Aktivist Monks sich auf die Globalisierungsgegner beruft, dürfte diese nicht erfreuen. Sie kritisieren vor allem auch die internationale Finanzspekulation.

Thomas Pauly

Kühe sind lila. Das behaupten einige Kinder immer wieder. Ein paar besorgte Pädagogen warnen vor dem schlechten Einfluss der Werbung. Mit Recht. Werbung und die so genannten PR-Gags verzerren die Wirklichkeit. Sie blasen Nichtigkeiten zu gigantischen Seifenblasen auf.

Claudia Cornelsen ist eine solche „Schaumschlägerin aus Leidenschaft“, wie sich die PR-Lady gerne selbst tituliert. Ihr Buch „Lila Kühe leben länger“ nimmt den Leser auf eine kurzweilige und höchst amüsante Reise durch die Stars und Sternchen der Weltgeschichte als Meister der geschickten Inszenierung.

Die insgesamt 77 Episoden spannen einen weiten Bogen von Aristoteles bis zum „Big Brother“-Clown Zlatko.

Doch was verbindet Madonna, Lady Di, Eva Peron und die österreichische Kaiserin Sisi? Cornelsen entlarvt sie als Meisterinnen der gekonnten Selbstinzenierung. War es bei Lady Di die Ikone der von Thron, Ehemann und Medien geknechteten Königin der Herzen, so setzte Eva Duarte Peron bewusst schon zu Lebzeiten geschickt und skrupellos auf PR. Mit Erfolg: Nach ihrem Tod weinte ganz Argentinien, Evita wurde zur Heiligen.

Cornelsen unterscheidet sieben Taktiken, die für gekonnte

PR-Gags nötig seien: Neben der Selbstinzenierung gehören dazu Ruhmestausch, inszenierte Niederlagen, Geheimnistuerei, Täuschung, Absurdität und der Tabubruch. Letzteren beherrschte nicht nur der Astronom Galileo Galilei, sondern in unseren Tagen auch der Klon-Arzt Severino Antinori. Egal, ob er irgendwann tatsächlich den ersten Menschen klonet: Überschwenglicher Medienrummel ist ihm heute schon sicher.



Claudia Cornelsen
Ueberreuter
2001. 251 S.,
49,90 DM. ISBN
3706408287

Das Buch ist zackig geschrieben. Bei der Lektüre lässt sich schmunzeln und auch herzlich lachen. Dabei verzeiht man der Autorin, dass die Deutung einiger Episoden besonders arg konstruiert erscheint. Denn: Manche ganz dünne Geschichte bekommt im Nachhinein den Stempel „PR-Gag“ aufgedrückt, ohne dass es dafür einen triftigen Grund gäbe. Dass etwa die Großnichte von Isaac Newton durch bewusste Unterschlagung einiger seiner Schriften verhindert hätte, ihn posthum als Bibelexeget zu outen, klingt so gar nicht nach PR-Gag.

Da hat die professionelle Schaumschlägerin ein wenig geschummelt, wie auch bei den selbst geschriebenen Kritikerstimmen auf der Buchrückseite. Aber das ist zumindest konsequent.

Christian Mascheck