

AUSSPRACHE

Der Vorschlag der DAG zur Neuordnung des Volkswagenwerkes

Zu den beiden Vorschlägen zur Neuordnung der Eigentumsverhältnisse am Volkswagenwerk (vergl. unser Märzheft S. 129 — 136) ist nun ein dritter hinzugekommen: „Das Eigentum an der Volkswagenwerk-GmbH. Privatisierung, Staatsbetrieb oder Stiftung?“ Ein Vorschlag der DAG vom März 1958. In ihm werden die Vorschläge der CDU und SPD stark abgewandelt. Er versucht einen Kompromiß.

Die DAG empfiehlt in diesem Vorschlag, die Volkswagenwerk-GmbH in eine Aktiengesellschaft umzuwandeln und 75 vH ihres Aktienkapitals in eine Stiftung einzubringen, deren Zweck etwa dem des SPD-Entwurfes entspricht. 25 vH der Aktien sollen an freie Aktionäre verkauft werden. Er bietet sozusagen das amerikanische Modell an, wie es uns aus den Rockefeller- und Fordstiftungen bekannt ist.

Nach diesem Vorschlag soll das Volkswagenwerk selbst wie eine Aktiengesellschaft betrieben werden. Ihr Aufsichtsrat wird je zu einem Drittel von der Stiftung, den Arbeitnehmern und den freien Aktionären bestellt (letztere erhalten hierdurch für 25 vH des Aktienkapitals $33\frac{1}{3}$ der Aufsichtsratsmandate!). Das oberste Organ der Stiftung, das Kuratorium, das wie im SPD-Entwurf bestellt wird, hat die Aufgabe, die Erträge zu verteilen, und wählt aus seiner Mitte einen Verwaltungsrat, der das Aktienpaket verwalten soll, und hierzu nochmals drei fest angestellte Geschäftsführer, die die Stiftung auch nach außen vertreten.

Neben die AG mit vier Organen: Generaldirektor, Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung, tritt also eine zweite juristische Person mit drei Organen: Geschäftsführung, Verwaltungsrat und Kuratorium. Das wird in der Praxis die Kompetenzabgrenzung recht schwierig machen und ergibt bei der Willensbildung einen langen und umständlichen Instanzenzug und eine teure Verwaltung. Für ein Werk, das wie das Volkswagenwerk voll im internationalen Wettbewerb steht, also schnell reagieren muß, wird es schwierig sein, in einem derartigen Gebilde vielfach durch Personalunionen verschachtelter Organe die verschiedenen häufig divergierenden Interessen von Unternehmensleitung, Belegschaft, freien Aktionären und Stiftung schnell derart zu koordinieren, daß dabei klar die Verantwortlichen sichtbar bleiben. In der Praxis bedeutet eine derartige Verwaltung eine Stärkung der Stellung des Vorstandes über die starke Stellung hinaus, die er sowieso schon laut Aktiengesetz hat. Das kann deshalb kaum als Neuregelung der Eigentums-, d. h. Herrschaftsverhältnisse

— im Sinne von besser als bisher — angesehen werden.

Der DAG-Entwurf unterscheidet sich aber vor allem sehr schwerwiegend inhaltlich von dem Deistschen. Der SPD-Entwurf sieht eine stark erweiterte Publizitätspflicht für das Volkswagenwerk vor, sozusagen als Beispiel für die längst fällige Aktienrechtsreform. Ihm liegen die Vorschläge des Arbeitskreises Aktienrechtsreform im Institut der Wirtschaftsprüfer e. V. zugrunde. Der DAG-Entwurf gibt zwar auch zu, daß die veröffentlichten Bilanzen nur ein unzulängliches Bild von der wirtschaftlichen Lage des Volkswagenwerkes zulassen, und meint sogar, daß die „wiedergegebenen Jahresgewinne nur auf andere Weise nicht unterbringbare Restposten des tatsächlich erwirtschafteten Reingewinns“ darstellen, lehnt es aber merkwürdigerweise ab, hier ein Exempel zu statuieren, und verweist nur auf eine allgemeine Aktienrechtsreform. Dabei ist doch ein komplizierter, vielstufiger Aufbau nur zu vertreten, wenn zumindest die Information klappt.

Vor allem aber gehen in dem DAG-Vorschlag alle gemeinwirtschaftlichen Zielsetzungen verloren, die den Kern des SPD-Vorschlages darstellen. Die drei Ziele, die im Mittelpunkt der „Stiftung Volkswagenwerk“ stehen: breite Bevölkerungsschichten mit einem billigen und guten Wagen zu versorgen, den Wettbewerb in der Automobilindustrie zu fördern und Arbeitsbedingungen, Arbeitsschutz- und Ausbildungswesen beispielhaft zu gestalten fallen praktisch unter den Tisch. Die DAG hält es für „selbstverständlich“, daß sie von Aufsichtsrat und Vorstand „beachtet“ werden. Es ist zwar durchaus zutreffend, was die DAG sagt, daß die Bundesregierung in der Vergangenheit ihre Industrieunternehmen nicht zur Preisstabilisierung verwandt hat; wenn aber in oligopolistischen Märkten ein Wettbewerb am leichtesten mit derartigen „Preisführern“ hergestellt werden kann, warum lehnt sie es dann ab, das Volkswagenwerk institutionell als Preisführer auszurüsten, zumal es ja verselbständigt und einer Einflußnahme durch die Bundesregierung weitgehend entzogen wird?

Völlig widersinnig erscheint schließlich die Behauptung, daß dies gerade solch ein Staat nicht tun oder mittels einer Stiftung veranlassen sollte, der die Grundsätze der Marktwirtschaft als Garantie für den Wohlstand des Volkes ansieht. Die Freiburger Schule der Nationalökonomie war hier anderer Meinung. Vermutlich verwechselt man hier Marktwirtschaft mit *laissez faire*.

Die DAG versucht in ihrem Vorschlag zur Neuordnung der Eigentumsverhältnisse am Volkswagenwerk, einen Kompromiß zwischen zwei miteinander unvereinbaren Vorstellungen von einer gerechten Wirtschaftsordnung zu schließen, zwischen Privatisierung und „Volks“-

Kapitalismus und einer in erster Linie dem Gemeinwohl, d. h. den Verbrauchern sich verpflichtet fühlenden Wirtschaftspolitik. Man kann aber nicht zwei Herren gleichzeitig dienen, dem Profitstreben und dem Gemeinwohl. Beide fallen ja nur im theoretischen Grenzfall, bei vollständiger Konkurrenz in vollkommenen Märkten zusammen, der auf dem Automobiliemarkt wirklich nicht gegeben ist. Wäre es da nicht besser, Farbe zu bekennen und sich der einen oder anderen Seite anzuschließen? Für einen Gewerkschafter dürfte diese Entscheidung doch eigentlich nicht schwierig sein.

Achim von Loesch

Noch einmal: Verkaufswerbung

Fred Grondey machte im Aprilheft kluge und treffende Bemerkungen zu meinem Aufsatz „Kommerzielles Fernsehen?“ (Februarausgabe). Lediglich in zwei Punkten, die mir allerdings sehr wesentlich zu sein scheinen, stimme ich mit ihm nicht überein.

Erstens scheint mir seine Formulierung „Werbung, die über die sachliche Aufklärung hinausgeht“ zu unterstellen, daß es auch informierende Werbung gibt. Mindestens bei der Markenartikelwerbung, dem wirtschaftlich wichtigsten Bereich der Verkaufswerbung, trifft das grundsätzlich und ausnahmslos nicht zu.

Zweitens stimmt Grondeys Annahme nicht, Verkaufswerbung könne gesamtwirtschaftlich ungünstige Rückwirkungen unternehmerischer Fehldispositionen verhindern. Verkaufswerbung mindert nicht, sondern verschärft konjunkturelle Schwankungen! Sie erhöht zwar die Gesamtnachfrage der Konsumenten, jedoch nur während des Aufschwungs. Sie animiert die Konsumenten, durch psychische Manipulierung ihrer Bedürfnisse gerade dann nicht zu sparen, wenn es ihnen individuell möglich und wenn es volkswirtschaftlich unbedingt erforderlich wäre. Es kommt hinzu, daß die Unternehmer die Höhe ihrer Werbeaufwendungen von der Höhe ihrer Umsätze abhängig machen. In der Hochkonjunktur bemühen sie sich demnach intensiver um Absatzsteigerungen als in der Depression. Das Gegenteil wäre gesamtwirtschaftlich richtig! Aber damit nicht genug. Gerade weil die Verkaufswerbung unechten Bedarf erzeugt, wirkt sie im Falle eines Konjunkturumschlages, wie zum Beispiel augenblicklich in den USA, nachfragemindernd. In dem Augenblick, wo die Konsumenten das Vertrauen in die Stabilität der Wirtschaft verlieren, sinkt ihre Bereitschaft, Ausgaben für nicht unbedingt notwendigen Bedarf zu machen. Sie beginnen also genau dann durch Sparen Vorsorge für die Zukunft zu treffen, wenn volkswirtschaftlich Entsparung Gebot der Stunde wäre. Und weiter: Mißtrauen gegenüber der künftigen Wirtschaftsentwicklung verringert die Zahl der während der Hochkonjunktur durch Verkaufswerbung künstlich

hochgeputzten Abzahlungsgeschäfte. Die Konsumenten sind dann nicht nur seltener bereit, sich neu zu verschulden, sondern versuchen auch auf Kosten anderweitigen Konsums ihre Schulden vorzeitig zurückzuzahlen. Beides, Rückgang der Abzahlungsgeschäfte und vorzeitige Schuldentilgung, wirkt aber — so vernünftig es für den Einzelhaushalt auch sein mag — gesamtwirtschaftlich in hohem Grade nachfragemindernd.

Verkaufswerbung kann allenfalls während des konjunkturellen Aufschwunges unternehmerische Fehldispositionen kurzfristig überdecken. Langfristig verbindet sie die ungünstigen Rückwirkungen solcher Fehldispositionen nicht, sondern verschärft sie ganz erheblich. Es wäre wert, untersucht zu werden, ob und in welchem Umfang Verkaufswerbung sogar konjunkturelle Umschläge verursacht.

Dr. Günter Friedrichs

Über das „Recht auf würdige Arbeitsbedingungen“

Wolfgang Meyer hat im 4. Heft dieses Jahrgangs der Gewerkschaftlichen Monatshefte eine Untersuchung über die Verwirklichung der im Grundgesetz geforderten „würdigen Arbeitsbedingungen“ in der Bundesrepublik veröffentlicht. So begrüßenswert eine Bearbeitung dieses im Zeichen des „westdeutschen Wirtschaftswunders“ viel zu wenig beachteten Gebiets ist, so entschieden bedarf dieser Beitrag wesentlicher Ergänzungen.

Unter starker Anlehnung an Friedmann richtet Meyer seine Untersuchungen vor allem auf das Monotonieproblem der Fließbandarbeit. In der Beschäftigung des Menschen mit den ewig gleichen Handgriffen bei der industriellen Fließfertigung sieht er die schwerste Bedrohung der Würde des arbeitenden Menschen. Damit hat der Verfasser das Lieblingsthema zahlreicher sozialkritischer Autoren des 19. und der ersten drei Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts aufgegriffen, aber die soziologischen und sozialpsychologischen Untersuchungen der letzten zehn Jahre nicht zur Kenntnis genommen. Es darf zum mindesten seit dem Erscheinen des Buches von *Peter F. Drucker* „Gesellschaft am Fließband“ als feststehend gelten, daß das eigentliche Problem der Entwürdigung des Menschen nicht in der Monotonie des Arbeitsganges an sich, sondern in der Seelenlosigkeit und Unüberschaubarkeit des Gesamtarbeitsprozesses liegt. Sehr eingehende amerikanische Untersuchungen haben ergeben, daß z. B. die in einer Büromaschinenfabrik am Fließband mit stets dem gleichen Handgriff beschäftigten Frauen abends munter und unbeschwert nach Hause gingen und mit ihrer Arbeit sehr zufrieden waren. Nach achtstündiger Beschäftigung geistig zerbrochen waren dagegen die

Buchhalterinnen einer Großbank, die während der gesamten Arbeitszeit vor vollautomatischen Buchungsmaschinen saßen und unter Verwendung von Symbolen auf vorsortierten Konten ihnen im Zusammenhang nicht verständliche Buchungen vornahmen. An beiden Arbeitsplätzen die gleiche minimale Tätigkeit in einem nicht überschaubaren Prozeß. Aber die eine läßt gerade durch ihre Monotonie dem Menschen Zeit, eigenen Gedanken nachzuhängen bzw. sich mit dem Nachbarn zu unterhalten usw. Die andere ist genauso monoton, erfordert jedoch Konzentration auf nichtssagende, aber für den Buchungsvorgang bedeutsame Symbole, was jedes Abschweifen des Geistes verhindert und nach wenigen Stunden zur Erschöpfung führt.

Mit dem obigen Beispiel soll nicht mehr erreicht werden als zu zeigen, daß es sehr unterschiedliche Arten der Arbeitsmonotonie gibt. Die Würde des arbeitenden Menschen wird sehr viel mehr durch die zweite Art beeinträchtigt, die zum Glück in den industriellen Arbeitsprozessen weniger häufig auftritt, sich dagegen in den Großverwaltungen auszubreiten beginnt. Damit sollen die von Meyer angeführten Notwendigkeiten der „Wertgebung der Arbeit“ nicht negiert werden, nur sind die Probleme verzweigt und treten an anderen Stellen auf, als der Verfasser im Anschluß an die Literatur der zwanziger Jahre anzunehmen scheint.

Noch in einem weiteren Punkt scheint eine Ergänzung notwendig zu sein. Die Würde des Menschen wird heute wie in zurückliegenden Jahrzehnten in keinem automatischen Fabrika-

tionsvorgang so beeinträchtigt wie bei dem Bestehen eines persönlichen Dienstverhältnisses. In zahlreichen Fabriken sind die durch Meyer erhobenen Forderungen längst durchgeführt. (Nicht freiwillig natürlich, sondern durch die ständigen Bemühungen der Betriebsräte, sofern deren Vorschlägen durch die hinter ihnen stehenden Gewerkschaften das nötige Gewicht gegeben war.) Dagegen sind in den abseits der Industriezentren gelegenen Regionen, wo die Knappheit der Arbeitskräfte noch nicht bessere Bedingungen erzwungen hat, noch Arbeitsbedingungen für persönliche Dienstleistungen anzutreffen, die an patriarchalische Zeiten erinnern. Allein durch den absoluten Mangel an Freizeit wird hier die Würde des Menschen täglich verletzt, von sonstigen Bedingungen zu schweigen. Auch bei der Verwirklichung des Rechtes auf würdige Arbeitsbedingungen zeigt sich der enge Zusammenhang zwischen dem Durchsetzen der Rechte der Arbeitnehmer und dem Grad der gewerkschaftlichen Organisiertheit. Solange nicht der überwiegende Teil der Arbeitnehmer einer Branche organisiert ist, bleiben auch im Grundgesetz verankerte Rechte der Arbeitnehmer Theorie. In ihrem Kampf um würdige Arbeitsbedingungen kann es für die Gewerkschaften nur zwei Zentralpunkte geben: Die Schaffung von dem technischen Fortschritt entsprechenden *kürzeren Arbeitszeiten* und die Sicherung einer der fortschreitenden Produktivität entsprechenden *Bezahlung*.

Ruth Herfert, Bremen