

Haben Sie schon alle Weihnachtsgeschenke bei-
sammen? Nein, nicht jene für Ihren Familien- und Freun-
deskreis, sondern die für Ihre Kunden, Zulieferer und Ge-
schäftspartner? Wenn nicht, dann
haben Sie offenbar einen Trend verpasst. Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft hat er-
mittelt, dass deutsche Unterneh-
men jedes Jahr Geschenke im Wert von 2,8 Milliarden Euro verteilen. Darunter befinden sich längst nicht mehr nur Plastikkugelglocken mit Firmenlogo; gerade auch zur Weihnachtszeit darf es gerne auch etwas anspruchsvoller sein. Eine ganze Branche hat sich darauf spezialisiert, pünktlich zum Fest Bürotische in Gabentische zu verwandeln. Da reicht die Spanne von handgebackenem Panettone über edle Weine und Terminplaner im Kalbsleder-
einband bis hin zu hochkarätigen Armbanduhren von Tiffany, ganz nach Wunsch mit oder ohne Gravur.

Wenn es darum geht, sich unter Geschäftspartnern zum Jahresende seiner gegenseitigen Hoch-
achtung zu versichern, dann ist deutsches Unternehmern und Managern kaum etwas zu teuer, und zumindest teilweise lässt sich solche Großzügigkeit sogar als Betriebsausgabe von der Steuer absetzen. Nun darf man getrost davon ausgehen, dass die Motiva-
tion hinter der Mehrzahl der Firmenpräsente recht klar umris-
sen ist. Kleine, aber auch größere Geschenke erhalten eben die Freundschaft. Solche Pflege von Geschäftskontakten ist nicht nur legitim, sondern für Unternehmen geradezu unerlässlich. Vorweih-
nachtliche Beschenkungen sind Teil des Beziehungsmanagements.

Leider zeigen deutsche Unter-
nehmer weit weniger Engage-
ment, wenn es um ihre Beziehun-
gen zur Gesellschaft geht. Damit soll nicht in Abrede gestellt werden, dass sich viele Firmen kari-
tativ in bedeutendem Umfang betätigen, sei es bei der Unter-
stützung von Sportvereinen oder Krankenhäusern. Doch so be-
grüßenswert solche Initiativen sind, so haben deutsche Unter-
nehmer und Unternehmen doch bislang einen entscheidenden Bereich gesellschaftlichen En-
gagements vernachlässigt. Die Rede ist von der Förderung politi-
scher und wirtschaftlicher Auf-
klärungsarbeit. Gemeint ist damit freilich nicht die gezielte Beein-
flussung bestimmter politischer Entscheidungen, also kein Lobby-
ismus; auf den verstehen sich deutsche Firmen nämlich sehr wohl. Vielmehr fehlt es in Deutschland an Institutionen, die ein gesellschaftliches Klima schaffen, in dem informierte De-
batten über die großen politischen Fragen möglich sind. Ein Klima, das dann auch wiederum den Unternehmen zugute käme.

Andere Länder sind deutlich besser mit solchen Einrichtungen versorgt, die von Privatpersonen und Unternehmen finanziert und für gewöhnlich unter dem Etikett „Think Tanks“ (ins Deutsche nur unzureichend mit dem Wort „Denkfabriken“ zu übersetzen) zusammengefasst werden. Allein in London existieren mindestens zwanzig solcher Institute, die Ideen zu den unterschiedlichsten Politikfeldern entwickeln, ihre Ergebnisse weit kommunizieren und noch dazu quer über das politische Spektrum verteilt sind. Da gibt es die sozialistische Fabian Society, die ökologisch ausgerichtete New Economics Foundation, das liberale Adam Smith Institute oder auch die EU-skeptische Initiative Open Europe, um



Die britische Premierministerin, als strikte Haushälterin bekannt, 1980 auf einer Parteiversammlung in Brighton
Foto: LAIF

ESSAY

Ideen statt Geschenke

Think Tanks inspirierten Margaret Thatchers Politik. Auch deutsche Unternehmen könnten mehr in öffentliche Debatten investieren / Von Oliver Marc Hartwich

nur einige wenige zu nennen. Sie alle bereichern auf ihre Art und Weise die politische Debatte, denn sie verfügen über einen entscheidenden Vorteil: Sie sind unabhängig und weder an den Staat, einzelne Unternehmen oder Branchen und auch nicht an bestimmte Parteien gebunden. Rücksich-

„Deutsche Firmen verteilen jährlich Präsente im Wert von 2,8 Milliarden Euro“

ten sind somit kaum zu nehmen; was zählt, ist einzig die Kraft der Argumente.

Sozusagen der Urtyp der heutigen Think Tanks ist das Institute of Economic Affairs (IEA). Dessen Geschichte verdeutlicht zum einen, was die Gründer und Sponsoren von Think Tanks dazu bewegen, sich in dieser Form politisch zu engagieren. Zum anderen ist das IEA aber auch der Beweis dafür, welchen Einfluss die von Think Tanks entwickelten Ideen auf die Politik eines Landes nehmen können.

Nach Ende des Zweiten Weltkriegs dominierten in Großbritannien sozialistische Ideen die Poli-

tik. Der 1945 gewählte Labour-Premierminister Clement Attlee begann mit der Verstaatlichung weiter Teile der britischen Wirtschaft, der Wohlfahrtsstaat wurde durch die Schaffung des Nationalen Gesundheitsdienstes massiv ausgeweitet. Wirtschaftsliberale Ideen wie jene des Ökonomen Friedrich A. Hayek fanden in der damaligen politischen Diskussion kaum noch Gehör. Doch zufällig fiel Hayeks Streitschrift „Der Weg zur Knechtschaft“ dem aus dem Krieg zurückgekehrten Air Force-Piloten Antony Fisher in die Hände. Fisher war davon so begeistert, dass er um eine Unterredung mit dem an der London School of Economics lehrenden Hayek bat. Eigentlich hatte er vor, ihn um Rat für seine politische Karriere zu bitten, doch Hayek hatte eine bessere Idee für ihn. Er möge ein Institut gründen, das sich um die Erarbeitung und Verbreitung liberalen Gedankenguts bemühen sollte. Langfristig, davon war Hayek überzeugt, sei für die politische Diskussion nämlich nichts so entscheidend wie die Kraft der Ideen. Die Intellektuellen müssten man erreichen, so Hayek; sie seien die „professionellen Gebrauchshändler für Ideen“, schrieb er wenig später in seinem Essay „The Intellectuals and Socialism“.

Aus Antony Fisher wurde in den Nachkriegsjahren ein erfolgreicher und wohlhabender Ge-
flügelfarmarbeiter, so dass er Mitte der 1950er mit einer Spende von 5.000 Pfund – damals eine stattliche Summe – die jungen Ökonomen Ralph Harris und Arthur Seldon einstellten und damit das IEA aus der Taufe heben konnte. Harris und Seldon stellten sich als kreatives und produktives Duo heraus, die gemeinsam eine Vielzahl von Schriften veröffentlichten, in denen sie gegen Regulierungen und für die Privatisierung von Staatsbetrieben eintraten. Für die damalige Zeit dachten sie das Unerhörte; ihre Vorschläge waren im sozialstaatlichen Nachkriegskonsens unerhört – und so blieben sie auch lange ungehört.

Aber eine Gruppe von jungen Konservativen um die Unterhausabgeordneten Keith Joseph und Margaret Thatcher ließen sich von den IEA-Publikationen inspirieren und sorgten für die Verbreitung liberaler Ideen in Partei und Parlament. Als Mrs. Thatcher schließlich 1979 Premierministerin wurde, da lagen die Kernpunkte ihres Regierungsprogramms in Dutzenden von Publikationen des IEA zur Umsetzung bereit. Sie selbst sagte noch während ihrer Amtszeit, dass sie nichts ohne die Vorbereitung des IEA hätte errei-

chen können. Damit war Hayeks Plan von der Kraft der Ideen aufgegangen.

Die Erfolgsgeschichte des IEA hat in Großbritannien und darüber hinaus in der englischsprachigen Welt viele Nachahmer gefunden. Nur Deutschland ist, was das Angebot an unabhängigen Denkfabriken betrifft, ein Entwicklungsland geblieben. In Berlin bemüht sich Wolfgang Müller, Geschäftsführer des gerade eingetragenen Instituts für Unternehmensfreiheit, um Spenden für seinen, dem IEA nachempfundenen Think Tank einzuwerben – und muss doch immer wieder feststellen, wie schwer deutsche Unternehmen für solch ein Engagement zu gewinnen sind.

Wahrscheinlich ist es wirklich viel einfacher, seinen Kunden zu Weihnachten prätentiöse Geschenke zu machen. Doch Unternehmer, die über ihren Betrieb hinaus etwas in der Gesellschaft bewirken wollten, könnten sich ein Beispiel an Antony Fisher nehmen. Und eine Wirtschaft, die jedes Jahr 2,8 Mrd. Euro verschwendet kann, sollte vielleicht noch ein halbes Promille dieser Summe für einen Think Tank übrig haben.

Der Autor lebt als Publizist und Wirtschaftsberater in London

FUHRS WOCHE Wenn sich Sozialpolitik in Nebel auflöst

Die Verwirrung des Präsidenten Köhler

Diese Woche habe ich einen Brief von meiner Autohaftpflichtversicherung bekommen: Nach einem weiteren Jahr unfallfreien Fahrens hat sich mein Prämienrabatt abermals erhöht. Die Haftpflichtversicherung ist eine Risikoversicherung. Ich schrumpfe als Risiko, je länger ich keinen Schadensfall verursache. Deshalb halte ich mich an alle Geschwindigkeitsbegrenzungen, schaue permanent in mehreren Rückspiegel gleichzeitig und beherrsche mich, aggressiven Fahrradfahrern, die es darauf anlegen, endlich einmal Opfer rücksichtsloser Auto-Faschisten zu werden, diesen Gefallen zu tun. Ich zahle meine Beiträge klaglos, weil mir nichts anderes übrig bleibt. Die Haftpflichtversicherung ist nämlich auch eine Zwangsversicherung.

Leider warte ich auf so einen Brief von der Arbeitslosenversicherung vergebens, obwohl ich alles tue, nicht arbeitslos zu wer-

den, und es seit mehr als 20 Jahren auch nicht geworden bin. Bislang habe ich Leistungen aus der Arbeitslosenversicherung bisher nur zweieinhalb Monate lang in Anspruch genommen.

Mein Arbeitgeber und ich zahlen Beiträge bis zum Anschlag, also bis zur Bemessungsgrenze. Für meinen Teil tue ich das klaglos, denn es bleibt mir nichts anderes übrig, weil die Arbeitslosenversicherung eine Zwangsversicherung ist. Aber sie ist keine Risiko-, sondern eine Solidarversicherung. Das ist ein Unterschied. Sie funktioniert nämlich nicht nach den Prinzipien der Versicherungsmathematik. Wäre das so, müssten Bauarbeiter wegen des hohen Arbeitslosigkeitsrisikos einen hohen, Angestellten des öffentlichen Dienstes wegen des niedrigen Risikos einen niedrigen Beitrag zahlen. Außerdem müssten von Arbeitslosigkeit nie betroffene Glückspilze oder athletische Leistungsträger Aussicht

auf einen Prämienrabatt haben. Dem ist nicht so. Die Solidargemeinschaft ist allerdings, wenn eines ihrer Mitglieder Solidarleistungen beansprucht, nicht

sungsrechtlich begründet, staatlich organisierten System der Existenzsicherung, der „Arbeitslosengeld II“ genannten Sozialhilfe anheim.

Man kann dafür durchaus Gründe anführen, sowohl ökonomische als auch gesellschaftspolitische. Rot-Grün hat das wenigstens versucht. Aber man sollte nicht verschweigen, dass es sich um einen revolutionären Eingriff in den sozialmoralischen Haushalt der deutschen Gesellschaft handelt. Und für die Betroffenen tatsächlich um eine „Enteignung“, denn es gibt in dieser Gesellschaft nun einmal neben dem privaten auch andere Formen des Eigentums, zum Beispiel solidargemeinschaftliche. An sich müsste jeder Amtmann in jedem deutschen Rathaus dieses Einmaleins der deutschen Sozialgeschichte und -politik beherrschen. Wahrscheinlich ist das auch der Fall. Der politischen Klasse allerdings scheinen sich

die Begriffe zu verwirren.

Ich habe überhaupt nichts da-
gegen, wenn der Bundespräsident sich in politische Debatten ein-
mischt. Er soll mehr als ein Gruß-
wortkönig sein. Aber wenn er es tut, sollte er nicht wie ein Alien im deutschen Sozialrecht herumtappen. Gegen Jürgen Rüttgers, der im Einklang mit der großen Mehrheit der Bürger an das Prinzip der Beitragsgerechtigkeit erinnert, nannte er jetzt das „Versicherungsprinzip“ eine „zen-
trale zivilisatorische Errungen-
schaft zur Schaffung von Sicher-
heit in modernen Gesellschaften“. Meinte er damit, dass der deut-
sche Sozialstaat bisher unzivilisiert gewesen sei? Oder hat er einfach das Prinzip der Risiko-
versicherung mit dem der Soli-
darversicherung verwechselt? Wir waren schon einmal weiter.

Eckhard Fuhr

eckhard.fuhr@welt.de

LESERBRIEFE

Streit um Computerspiele nimmt an Schärfe zu

Zur Diskussion um ein Verbot gewalttätiger Computerspiele

Gewiss, manche Computerspiele verbreiten einen schlechten Geschmack. Gewiss gibt es auch einen Zusammenhang zwischen dem Konsum von Computerspielen und schlechten schulischen Leistungen. Anders als mancher Kriminologe jedoch gehe ich davon aus, dass intensiver Computerspielkonsum ein Symptom sozialer Verwahrlosung sein kann, nicht aber dessen Ursache ist. Verwahrlosung tritt ein, wenn Eltern ihren Kindern nicht die gebotene Zuwendung schenken. Es ist natürlich angenehmer, die Illusion einer heilen Welt dadurch aufrechterhalten zu wollen, dass man die schrecklichen Gewalttat-
ten der Herstellern von „Killerspielen“ anhängt. Wenn Computerspiele zur Gewalt animieren, müsste dann das europäische Ausland viel mehr von jugendlicher Gewalt erschüttert werden? Schließlich sind in Österreich, Holland und Dänemark Altersbeschränkungen und Verkaufsverbote nahezu unbekannt.

Nils Hinrichsen,
30459 Hannover

Ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen dem Konsum gewalttätiger Medien und der Tat sei nach den bislang vorliegenden Informationen nicht erkennbar, wird häufig als Argument von den Verteidigern gewalttätiger Com-
puterspiele ins Feld geführt. Doch diese Aussage ist falsch: In den USA gibt es wissenschaftliche Studien, die diesen Zusammenhang eindeutig bejahen. Es ist deshalb höchste Zeit, den Konsum gewalttätiger Medien einzuschränken. Aber die schwei-
gende Mehrheit lässt sich von der Minderheit überrollen. Killerspiele gesetzlich zu verbieten wäre ein sehr guter Anfang.

Wolfgang Perreiter,
72336 Balingen

Es gibt keinen einzigen Beweis, dass Video- oder Computerspiele zum Töten animieren. Dass geistige ohnehin schon labile Menschen sich vielleicht eher brutale Spiele aussuchen, ist nur ein Zeichen, aber kein Auslöser des Problems. Die Zusammenhänge sind eher im sozialen Umfeld zu suchen. Klar ist natürlich, dass solche Spiele nicht in Kinderhand gehören. Ein Verbot jedoch, das auch dem mündigen Erwachsenen die Möglichkeit nimmt, das Spiel zu kaufen, ist nicht akzeptabel. In diesem Zusammenhang sollten vor allem auch Eltern eine gewisse Medienkompetenz besitzen und wissen, was ihr Kind macht.

Thomas Stolf,
57399 Kirchhundem

Und wieder sind die vorschnellen Verbotschreie da. Welch große Enttäuschung wird es dann sein, wenn nach einem Verbot weitere Amokläufe stattfinden, denn die gab es bereits vor der Existenz sogenannter Killerspiele. Auf der anderen Seite stehen mehrere Millionen von Menschen, die Killerspiele nutzen – trafen die Theorien zu, müsste man wöchentlich über derartige Blutlatten berichten. Aber vielleicht ist auch das Gegenteil richtig: dass man für eine gewisse Zeit der frustrierenden Wirklichkeit entfliehen kann, um seine Aggressionen abzubauen. Denn entgegen der landläufigen Meinung sind Spieler auf einen korrekten (virtuell-) sozialen Umgang bedacht. Es existieren Verhaltensregeln und Ehrencodes – und gerade in dieser Gemeinschaft, die dem Einzelnen viel bedeutet, zählt eine positive Reputation mehr als ein Sieg im Spiel. Einen Menschen mit stark gestörtem Weltbild wird dagegen kein Verbot aufhalten.

M. Spriest,
89231 Neu-Ulm

Offensichtlich will die Türkei nicht mehr Vollmitglied in der EU werden. Ihr ist klar geworden, dass ihre Vorstellungen von der EU nur Illusionen waren. Jetzt benutzt man die Zypernfrage, um die Beitrittsverhandlungen scheitern zu lassen: Was wollen wir eigentlich mehr?

Thomas Muller,
40256 Düsseldorf

Leserbriefe geben die Meinung unserer Leser wieder, nicht die der Redaktion. Wir freuen uns über jede Zuschrift, müssen uns aber das Recht zur Kürzung vorbehalten. Aufgrund der sehr großen Zahl von Leserbriefen, die bei uns eingingen, sind wir nicht in der Lage, jede einzelne Zuschrift zu beantworten.

Jörg Alisch betreut als Redakteur die Leserbriefe. Er ist Ansprechpartner für unsere Leser und vermittelt zwischen Lesern und Redaktion.

Die Anschrift lautet:
DIE WELT, Brieffach 2410
10888 Berlin,
Fax: (030) 25 91 - 716 08

E-Mail: forum@welt.de

Verlagsgruppe DIE WELT / WELT KOMPAKT

Verlagsgeschäftsführer: Josef Propst (Vorsitzender), Ulrich Lingnau, Peter Würtenberger
Redaktionskoordinator: Hendrik Koehler, Torsten Kroop
General Manager: Dr. Ulrike Handel • Vertrieb: Ingke Kabel • Objekt-Marketing: Knut Geisler
Anzeigenleitung: Michael Witte • Anzeigenleitung nationaler Handel: Peter Müller
Redaktion Sonderthemen DIE WELT, WELT am SONNTAG, Berliner Morgenpost:

Asdr Gmeinski-Walter
Die WELT wird als Zeitung und digital vertrieben und ist im Internet recherchierbar. Alle Rechte vorbehalten. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressepsagen erhalten Sie über die Presse-Monitor Deutschland GmbH & Co. KG, Tel.: 030 / 28 49 30 oder www.presse-monitor.de, Verlag und Druck: Axel Springer AG, Axel-Springer-Platz 1, Tel.: 040 / 347 00. Abonnementspreis in Deutschland monatlich 29,50 Euro; Versandzulagsosten im Ausland: Europa 14,50 Euro; weltweit 7,75 Euro. ISSN 0173-8437. DIE WELT (USPS No. 0602-590) is published Daily except Sundays and Holidays by Axel Springer AG. Subscription price for the USA is \$ 520 per annum. K.O.P.: German Language Pub., 153 South Dean Street, Englewood NJ 07631. Periodicals postage is paid at Englewood NJ 07631 and additional mailing offices. Postmaster: send address changes to: DIE WELT, GLP, P.O. Box 9868, Englewood NJ 07631. Anzeigenpreise Nr. 84, gültig ab 1. 1. 2006. e-mail: anzeigen@welt.de. Internet: http://www.welt.de. Fax: 040/3474521. Amtliches Publicationsorgan aller deutschen Wertpapierbörsen. Keine Gewähr für unveröffentlichte Kursnotierungen. Für unverlangt eingesandtes Material keine Gewähr. Fax Redaktion: 030/2917606.

Verantwortlich im Sinne des Pressegesetzes

Seite 1: Marcus Heithecker Deutschland: Dietrich Menken; Ausland: Dr. Jacques Schuster Forum: Andrea Seibel Magazin: Sandra Garbers Wirtschaft/Finanzen: Thomas Exner Sport: Stefan Frommann Feuilleton/Kunstmarkt/Medien: Rainer Haubrich Wissenschaft: Dr. Norbert Lossau Aus der Welt: Jasch Zacharias Immobilien: Manfred Waldmann Immobilien-Markt: Dietmar Treiber Reise: Michael Hegenauer Literatur: Elmar Krekeler Karriere-Welt: Astrid Gmeinski-Walter Auto/Motorrad: Thomas Delekta Boot: Norbert Gisler Berlin/Brandenburg/Berlin Termine/Berliner Leben: Jan Draeger Hamburg: Matthias Iken Anzeigen: Michael Witte