

Udo Ehrich

INSM & Co.

Wie die Wirtschaft unser Bewußtsein steuern will

4. erweiterte Auflage

<i>Die Ranking-Studien der INSM</i>	112
»Merkelmeter«.....	113
Der Deutschland-Check der INSM	121
Der »Bildungsmonitor«.....	126
Weitere INSM-Rankings	145
<i>Kampagnen der INSM</i>	147
Kampagne gegen den Mindestlohn	147
INSM zu Leiharbeit und Werkverträge	156
Die INSM und die Agenda 2010.....	161
Kampagne zur Mehrwertsteuerreform.....	165
<i>Die INSM als Ideenagentur?</i>	168
INSM als interessengebundene Ideenagentur?.....	168
INSM als Lobbygruppe?	170
<i>Literatur zur INSM</i>	172
Rudolf Speth über die INSM	172
Norbert Nicoll über die INSM	173
Christian Nuernbergk über die INSM.....	174
Diplomarbeit von Raffael Scholz.....	175
»Du bist Deutschland« - Kapitel über die INSM	176
Buchkapitel in »Die Strippenzieher« über die INSM.....	177
LobbyControl (www.lobbycontrol.de/).....	179
NachDenkSeiten (http://www.nachdenkseiten.de/).....	180
INSM-Watchblog (http://insmwatchblog.wordpress.com/).....	182
<i>Der Konvent für Deutschland</i>	183
<i>Gründung und Aufbau</i>	185
»Ethik des Erfolgs«.....	185
Konvent für Deutschland.....	189
Grundsätze und Arbeitsweise des Konvents	196
Legitimation?.....	201
<i>Politische Ziele</i>	205
Veröffentlichungen I: Mut zum Handeln.....	206
Veröffentlichungen II: Konventsberichte	216
Reformen im Wahlrecht	217
Änderung der Mehrheitsregel im Bundesrat.....	228

Zurückdrängung der Parteien	232
Stärkung der Bürger?	234
Wettbewerbsföderalismus	239
Markt und Wettbewerb statt Politik	244
Deutschland nach der Reform	245
<i>Der Konvent und die INSM</i>	249
Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft	249
Botschafter und Konventkreis	252
Politische Forderungen und Aktionen	254
<i>Literatur über den Konvent für Deutschland</i>	257
LobbyControl über den Konvent für Deutschland	257
Norbert Nicoll über den Konvent für Deutschland	258
Rudolf Speth über den Konvent für Deutschland	259
Was ungesagt bleibt	260
<i>Schlußbetrachtungen zum Konvent</i>	261
Problem für die Demokratie?	262
Unkritische Medienlandschaft	264
Grundrecht auf Investitionsausübung	267
<i>Das Ende des Konvents 2017</i>	268
<i>Hans-Olaf-Henkel-Partei</i>	269
Wer darf rein?	269
War nur so eine Idee	270
Alternative für Deutschland	271
<i>Weitere Initiativen, Ideenagenturen und Kampagnen</i>	275
Appell an die Politikerverdrossenheit: Der <i>BürgerKonvent</i>	275
Eliten-Kampagne: <i>Du bist Deutschland</i>	288
Interessenorientierte Ideenagentur: Die Stiftung Marktwirtschaft	300
<i>Bilanz und Ausblick</i>	303
Die INSM	303
Kampagnen von oben	305
Die Verschwörungstheorien	306
Was bleibt zu tun?	309
Geht es weiter?	311

<i>Literatur- und Quellenverzeichnis</i>	312
Monographien und Sammelbände	312
Deutscher Bundestag und Bundesverfassungsgericht	315
Zeitungen und Zeitschriften	316
Studien und Artikel aus dem Internet	317
<i>Anhang 1: Personen</i>	326
Die Botschafter und Berater der INSM	326
Konvent für Deutschland	332
Geschäftsstelle	333
Ehemalige Mitglieder des Konventkreises	334
Ehemalige Förderer des Konventkreises	334
Stiftung Marktwirtschaft	336
<i>BürgerKonvent</i>	338
<i>Anhang 2: Veröffentlichungen der INSM</i>	339
<i>Anhang 3: Kriterien des »Merkelmeters«</i>	340
<i>Personen- und Stichwortverzeichnis</i>	343

INSM & Co.

»Das muss man doch vielleicht ändern können, dass das, was wir als notwendige Reform erkennen, auch von den Mitbürgern als eine positive Reform akzeptiert wird«,¹ sagte der frühere Pressesprecher von Gesamtmetall, Werner Riek, anlässlich von Umfragezahlen, nach denen die Menschen in Deutschland immer noch stärker dem Staat als dem Markt vertrauen. Dieser Wunsch, das zu ändern, mündete in die Gründung der »Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft« (INSM), welche von der Werbeagentur Scholz & Friends erfunden und von den Arbeitgeberverbänden der Metall- und Elektroindustrie finanziert wird. Inzwischen ist die INSM ein breit angelegtes Kampagnen-Instrument, welches auf verschiedenen Klaviaturen der Öffentlichkeitsarbeit spielt.

Wie stark diese Initiative auch in die Politik hinein wirkt, verdeutlicht das Beispiel des »Kompetenzteams«, mit dem Angela Merkel im Wahlkampf 2005 zur Bundestagswahl antrat. Als sie ihr Team präsentierte, verwies sie darauf, daß der für Finanzen zuständige Paul Kirchhof von der *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft* als »Reformer des Jahres« und der ebenfalls dem »Kompetenzteam« angehörende Peter Müller von der INSM als »Ministerpräsident des Jahres« ausgezeichnet worden sei. Selbstverständlich erläuterte Angela Merkel bei der Präsentation ihres Teams und bei der Betonung dieser »Auszeichnungen« nicht die Hintergründe der INSM.

Beitrag zur Bewußtseinssteuerung

Weitere vergleichbare Initiativen, Konvente und Kampagnen wurden gegründet, darunter der *BürgerKonvent*, der *Konvent für Deutschland* und die Medienkampagne »Du bist Deutschland«. Diesen Aktionen ist gemeinsam, daß sie einen Beitrag zur Bewußtseinsveränderung bei der Bevölkerung bewirken wollen und all diese Aktionen Gründungen »von oben« sind. Die Gründer und Protagonisten dieser Bewegungen kommen nicht aus der breiten Bevölkerung, sondern zählen eher zu den Eliten. Sie kommen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien und sind davon überzeugt, daß sie wissen, was gut für Deutschland ist. Ganz offen hat dies auch Holger Jung von der Werbeagentur Jung von Matt gesagt, als er in einem Interview mit der taz die Hoffnung äußerte, mit der Kampagne »Du bist Deutschland« etwas für die »Bewußtseinssteuerung« der Bevölkerung geleistet zu haben.² Mit welcher Einstellung die Erfinder und Macher solcher Kampagnen einer kritischen Öffentlichkeit gegenüber treten, dokumentierte die in Weblogs

¹ Zitiert nach: Müller, Albrecht: Macht wahn, S. 308

² vgl. Grimberg, Steffen: »Da ist etwas losgetreten« in taz online 28.01.2006.

veröffentlichte Mail Jean-Remy von Matts, in der er die Kritiker der Kampagne angriff und seine Sicht auf die Kampagne sowie seinen Umgang mit Kritik an dieser Kampagne offenlegte.³

Aktionen und Initiativen wie den genannten ist der Einsatz für eine ganz bestimmte Politik gemeinsam, die auf mehr Entstaatlichung und Verantwortung für den Einzelnen abzielt. Dabei operieren die Initiativen mit Hilfe der Medien und auch des neuen Mediums Internet.

Ein weiteres zentrales Thema dieses Buches wird auch eine un gute Entwicklung im Journalismus sein, der unter anderem von dem »Netzwerk Recherche« diskutiert und kritisch beleuchtet wird, nämlich die Vermischung von Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, PR) und Journalismus zum PR-Journalismus.⁴

Werden Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit miteinander vermischt, wird es für den Leser immer schwieriger zu unterscheiden, ob er es bei einem journalistischen Beitrag tatsächlich mit einer journalistisch sauber recherchierten Meldung zu tun hat oder aber ob es sich um mediengerecht aufbereitete Informationen handelt, deren Absender ein bestimmtes Eigeninteresse an der Verbreitung hat.⁵

Auf der anderen Seite arbeitet diese un gute Entwicklung in den Medien den Machern solcher Kampagnen in die Hände. So profitiert die INSM davon, daß sie ihre Botschaften leichter in den Medien platzieren kann, weil die Medien vorproduzierte, preiswerte oder kostenlose Beiträge gerne übernehmen. Und wie leicht sich die Medien in Deutschland auch gleichschalten lassen, dokumentiert die Kampagne »*Du bist Deutschland*«, an der sich 25 der größten Medienhäuser inklusive des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beteiligten und die entsprechenden Botschaften transportierten.

Dennoch liegt auch Hoffnung im Internet: In den Weblogs und auf Internetseiten werden solche Kampagnen und Aktionen kritisch diskutiert. Die NachDenkSeiten von Albrecht Müller und Wolfgang Lieb sind der Versuch, eine Gegenöffentlichkeit zur neoliberalen Dominanz in Politik und Medien aufzubauen. LobbyControl setzt sich als Teil eines Netzwerks dafür ein, daß mehr Transparenz und verbindliche Regeln hinsichtlich des Lobbyismus etabliert werden. Dies ändert indes nichts an der Schieflage bei den finanziellen Mitteln: Der INSM stehen jährlich rund 8.8 Mio. Euro für ihre Kampagnen zur Verfügung und nach eigenen Angaben wurde die Aktion »*Du bist Deutschland*« im Kampagnenzeitraum der ersten Welle durch die Me-

³ vgl. http://www.jensscholz.com/2006_01_01_archive.htm#113766985314639192 (27.10.2017)

⁴ <http://www.netzwerkrecherche.de/> (27.10.2017)

⁵ vergleiche hierzu auch: Speth, Rudolf und Thomas Leif: Lobbying und PR am Beispiel der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft. S. 310f.

dienhäuser mit Werbeflächen und Werbezeit im Gegenwert von rund 33 Mio. Euro unterstützt.

Fortgesetzte Aktivitäten

Wenngleich ursprünglich geplant war, die INSM nur bis zum Jahr 2009 bestehen zu lassen, war es in der Tat schlicht unwahrscheinlich, daß die INSM im Januar 2010 einfach verschwinden würde. Daß sich die zahllosen Internet-Domains, die Zusammenarbeit mit verschiedenen Printmedien und das Netz der Botschafter über Nacht in Luft auflösen würden, war nicht zu erwarten. Und in der Tat geht es weiter mit der INSM, auch wenn deren Koalition der Herzen, bestehend CDU/CSU und FDP, jetzt die Bundesregierung stellt.

Es sei weiterhin notwendig, für die Soziale Marktwirtschaft zu werben, befanden die Metallarbeitgeber, und verlängerten die INSM um weitere fünf Jahre – vermutlich nicht zum letzten Mal.⁶

Auch der *Konvent für Deutschland* hat im Jahr 2014 eine neue Broschüre herausgebracht und setzt seine Kampagne zum Umbau der demokratischen Grundlagen unseres Staates fort. Neue Mitglieder sind dem Konventkreis beigetreten, was zeigt, daß auch der *Konvent für Deutschland* weiterhin tätig ist. Auch wurde im Herbst 2013 zum vierten Mal der Roman-Herzog-Medienpreis verlieren.⁷ Diese beiden Einrichtungen sind wohl in der Tat jene mit der größten Kontinuität.

Jedoch hat sich seit 2005/2006, als über die INSM auch in den Medien viel berichtet wurde, einiges geändert. Die Aufmerksamkeit hinsichtlich solcher interessengebundenen Ideenagenturen ist sichtlich zurückgegangen. Auch auf den Internetseiten von LobbyControl und den NachDenkSeiten von Albrecht Müller und Wolfgang Lieb wird nur noch selten über die INSM & Co. geschrieben. Und doch zählen diese Seiten zu den wenigen, die eine kritische Berichterstattung über die INSM und vergleichbare Einrichtungen nicht aufgegeben haben. In den Medien wird kaum noch kritisch berichtet, und so kann die INSM ungestört ihre Anzeigen schalten und ihre Botschafter Kommentare in den einschlägigen Printmedien schreiben lassen oder in die abendlichen Polit-Talkshows vermitteln, ohne daß jemand einen kritischen Blick darauf wirft oder gar kritisch berichtet.

Dies mag ein Effekt der Gewöhnung sein, erfreulich ist es aber nicht. Denn die interessengebundenen Ideenagenturen werden in ihren Aktivitäten und

⁶ vgl. <http://www.gesamtmetall.de/gesamtmetall/meonline.nsf/id/6A3E836F10F6B55AC12575F900384C8F?open&ccm=080> (27.10.2017)

⁷ vgl. https://www.konvent-fuer-deutschland.de/deu/roman_herzog_medienpreis/rueckblick_2013/ (27.10.2017)

ihren Versuchen, das Bewußtsein der Öffentlichkeit zu steuern, nicht ungefährlicher oder zurückhaltender, nur weil sie in die Jahre kommen. Wie das Beispiel des *Konvents für Deutschland* zeigt, werden diese Ideenagenturen gerade wieder aktiver, wenn die politische Agenda ihre Themen hergibt, wie zum Beispiel die Reform des Wahlrechts (*Konvent für Deutschland*) oder die Reform der Mehrwertsteuer (INSM).

Mit diesem Buch soll nun ein Beitrag geleistet werden, die Methoden und Strategien der INSM zu beleuchten und am Ende auch einen Blick auf weitere Einrichtungen und Kampagnen zu werfen, die sich den gleichen oder vergleichbaren Zielen verpflichtet fühlen wie die *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft*.

Die zweite Auflage

Die zweite Auflage wurde um einige Aktivitäten der INSM erweitert. Darüber hinaus wurden auch Passagen der 1. Auflage überarbeitet und die Kapitel teilweise in eine neue Reihenfolge gesetzt.

Seit der ersten Auflage dieses Buches hat sich auch bei der INSM einiges geändert. Die Initiative residiert inzwischen in Berlin und mit dem neuen Geschäftsführer Hubertus Pellengahr hat auch teilweise eine neue Ausrichtung der Initiative stattgefunden, die ebenfalls in dieser zweiten Auflage thematisiert wird. Zwar war der Umzug der INSM nach Berlin bereits Thema in der ersten Auflage, jedoch wurden die genannten und in dieser neuen Auflage thematisierten Veränderungen erst nach Erscheinen der ersten Auflage sicht- und nachweisbar.

Dabei kann nicht auf alle inhaltlichen und programmatischen Äußerungen Bezug genommen werden. Durch den extensiven Gebrauch der neuen Medien veröffentlicht die INSM nahezu täglich neue Beiträge und Kommentare. Insbesondere auf Facebook und dem sogenannten »Ökonomenblog« erscheinen teils von altbekannten Botschaftern, teils von der INSM nahestehenden Wissenschaftlern immer wieder neue Beiträge zu teilweise tagesaktuelle Themen. Regelmäßig wirbt die INSM auf Facebook auch in kleinen Anzeigen, die neben den Profilen und Gruppenseiten auftauchen, für die Beiträge ihrer Botschafter und ihnen nahestehenden Autoren auf dem Ökonomenblog. Alles erfassen zu wollen wäre eine Aufgabe für ein Autorenteam und kann von einem einzelnen Autor nicht geleistet werden.

Deshalb wurden auch bei der Ergänzung in der zweiten Auflage Schwerpunkte gesetzt, die die Arbeitsweise der INSM darstellen und auf weitere Aktionen und Beiträge der Initiative anwendbar sein sollen. Die zweite Auflage stellt somit die Fortsetzung der kritischen Befassung mit der INSM in einer Zeit dar, in der das öffentliche Medieninteresse an der Initiative praktisch nicht mehr vorhanden ist.

Auch dies markiert einen wesentlichen Unterschied zur ersten Auflage: Konnte gerade im Hinblick auf die Zeit um 2005 herum auf zahlreiche auch kritische Medienberichte über die INSM zurückgegriffen werden, befassen sich zurzeit praktisch nur noch die NachDenkSeiten als einziges Medium mit größerer Breitenwirkung hin und wieder kritisch mit der Initiative. Ansonsten gibt es allenthalben Veröffentlichungen einzelner Autoren in Weblogs, die sich mit den Methoden und Kampagnen der INSM befassen. Print- sowie Fernsehmedien haben die Initiative als Objekt kritischer Berichterstattung praktisch völlig aus den Augen verloren.

Grund zur Entwarnung gibt es jedoch nicht. Die Initiative ist nach wie vor aktiv und nutzt den mangelnden kritischen Blick der Medienöffentlichkeit, um ihre Botschaften teils offen und teils verdeckt im wahrsten Sinne des Wortes unter das Volk zu bringen.

Neben den Ergänzungen zur INSM wurde in der zweiten Auflage auch das Kapitel zum *BürgerKonvent* eingefügt und jenes zum *Konvent für Deutschland* erweitert. Die Personenverzeichnisse der einzelnen Initiativen wurden ebenso aktualisiert, wie das Literaturverzeichnis im Hinblick auf die in der ersten Auflage verwendete Internetaufweise, soweit sich hier die Fundstellen der Dokumente verändert haben.

Die Bezugnahme auf Internetquellen bringt es mit sich, daß sich Seiten verändern oder ganz verschwinden. Diesem Problem wird in diesem Buch auf den folgenden Wegen Rechnung getragen: Die Internetadressen wurden aktualisiert. Wo dies nicht möglich war, wurde versucht, auf die Seiten über das Internet-Archiv »Wayback Machine«⁸ zu verweisen. Bestand auch diese Möglichkeit nicht, wurde hinter dem Link in den Fußnoten das alte Datum des letzten Aufrufs weiterhin angegeben und gegebenenfalls ein weiterer Hinweis hinter der Fußnote vermerkt.

Die dritte Auflage

Auch im Jahr 2014 endeten der Auftrag an und die finanzielle Unterstützung für die *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft* nicht. Im Geschäftsbericht von Gesamtmetall für das Jahr 2013/14 heißt es:

»Nach ausgiebiger Diskussion und zahlreichen Fragen wurden die Grundsatzbeschlüsse für [...] die Fortführung der INSM beschlossen. Sie waren der Auftakt für weitere Beratungen in den Gremien von Gesamtmetall und dessen Mitgliedsverbänden, an deren Ende die Finanzierung

⁸ <http://archive.org/index.php> (27.10.2017)

aller Projekte stand.«⁹

Seit ein paar Jahren werden die Geschäftsberichte von Gesamtmetall mit Beispielen aus den Kampagnen der INSM angereichert, wie auch der Geschäftsbericht 2013/2014.¹⁰ Dies unterstreicht noch einmal, in wessen Auftrag die INSM tätig ist, auch wenn die Selbstbeschreibung der Initiative stets anders klingt. Die INSM ist nach wie vor keine »überparteiliche Reformbewegung von Bürgern, Unternehmen und Verbänden«¹¹ und ebensowenig ein »Bündnis aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft«.¹² Die INSM ist eine Auftragsarbeit einer Werbeagentur für Gesamtmetall.

Die Entscheidung der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie, die INSM fortzusetzen, läßt auch eine Überarbeitung und Aktualisierung dieses Buches notwendig werden, wenn auch nur in Teilbereichen. Die Inhalte und Ziele der INSM haben sich über die Zeit nicht verändert, Strategie und Verpackung teilweise schon. Darauf wird in dieser Neuauflage eingegangen.

Mit der dritten Auflage dieses Buches geht eine kleine Korrektur der Systematik einher: War in der zweiten Auflage das Ziel, die Zahl der Beispiele für die zahlreichen Mittel und Wege der INSM gegenüber der ersten Auflage zu erhöhen und damit mehr Anschauungsmaterial für das Handeln der INSM bereitzustellen, wird in der dritten Auflage wieder verstärkt an der Strategie der ersten Auflage angeknüpft: das Gewicht wird auf die Grundstrukturen und Grundstrategien der INSM gelegt und hierfür prominente Beispiele ausgewählt.

Einzelne Beispiele der ersten beiden Auflagen wurden aus der dritten Auflage herausgenommen. Einerseits, weil die Kampagnen und Aktionen schon vor längerer Zeit durch die INSM aufgegeben und die damit verbundenen Internetseiten gelöscht wurden, andererseits um den Blick wieder stärker auf die Strukturen zu lenken. Im Mittelpunkt sollen die Strategien und Methoden stehen, mit denen die INSM ihre Ziele verfolgt und das öffentliche Bewußtsein steuern will.

Am Ende dieses Buches wird weiterhin nicht darauf verzichtet, vergleichbare Einrichtungen und Aktionen vorzustellen und deren Gemeinsamkeiten mit der INSM aufzuzeigen. Auch hier wurden einzelne Aktualisierungen vorgenommen, soweit dies möglich und/oder notwendig war. Zusammengekommen zeigt die dritte Auflage einmal mehr, daß die Befassung mit

⁹ Geschäftsbericht Gesamtmetall 2013/2014, S. 58

¹⁰ vgl. ebd. S. 49ff

¹¹ Selbstbeschreibung der INSM unter den Anzeigen in den ersten Jahren der INSM.

¹² Selbstbeschreibung der INSM in den Broschüren der letzten Jahre seit ca. 2010.

INSM & Co. weiterhin notwendig ist und wohl auch noch auf absehbare Zeit bleiben wird.

Die vierte Auflage

Gegenüber der dritten Auflage dieses Buches wurden im Abschnitt über die INSM nur hinsichtlich des »*Bildungsmonitors*« Aktualisierungen vorgenommen. Der Hauptzweck dieser vierten Auflage liegt darin, das Buch »Die Reformfähigkeit zu reformieren« über den *Konvent für Deutschland* in dieses Buch zu integrieren. Zu diesem Anlaß wurden kleinere Aktualisierungen im nun neuen Abschnitt über den *Konvent für Deutschland* vorgenommen. Darüber hinaus wurden, wo es notwendig war, in den Listen über die Personen, die die in diesem Buch behandelten Einrichtungen tragen und/oder unterstützen, Aktualisierungen vorgenommen. Somit bietet es in seiner vierten Auflage eine umfassende Auseinandersetzung mit den wesentlichen Einrichtungen, die aktuell noch tätig sind und Politik und Öffentlichkeit im Interesse ihrer Auftraggeber oder Finanziers versuchen zu beeinflussen.

Das Thema der Einflußnahme von Gruppierungen wie der INSM oder den *Konvent für Deutschland* sollte für die Öffentlichkeit weiterhin interessant bleiben, insbesondere mit Blick darauf, wie sich vor allem die INSM der neuen Regierung gegenüber positionieren und auf deren Vorhaben Einfluß zu nehmen versuchen wird. Wenngleich Angela Merkel seit geraumer Zeit nicht mehr eine so demonstrative Nähe zur INSM zeigt, wie es Mitte der 2000er Jahre der Fall war, steht sie den Zielen dieser Einrichtung politisch-inhaltlich nach wie vor nahe. Auch wegen der Verbindungen, die die INSM und der *Konvent für Deutschland* in die Politik unterhalten, sollte weiterhin ein kritisches Auge auf diese Zusammenschlüsse gerichtet werden. Dieses Buch leistet hierzu nach wie vor einen Beitrag.

die Märkte verböte. Hieraus erklärt sich der auch von der INSM immer wieder unternommen Versuch, hervorzuheben, daß der Wohlstand einer Gesellschaft nicht nur vom Einkommen abhängt, obwohl dieses gerade in kapitalistischen Gesellschaften eine wesentliche Bedingung für Teilhabe darstellt.

»Das Deutschland-Prinzip«

Die Veröffentlichung des Buches »Das Deutschland-Prinzip« wurde von der INSM als ein großes Projekt bereits im März 2015 beworben, obgleich die Veröffentlichung erst Anfang Juli stattfand. Es enthält zahlreiche Bilder, meist Photographien der Autoren, mit kurzen Texten. Bundeswirtschaftsminister und SPD-Parteichef Sigmar Gabriel stellte dieses Buch auf einer Veranstaltung der *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft* vor und verhalf damit der INSM zu der von ihr gewünschten öffentlichen Aufmerksamkeit.

Statistiken zum Buch »Das Deutschland-Prinzip«

Zunächst eine Übersicht über ein paar Zahlen zu »Das Deutschland-Prinzip«. »Das Deutschland-Prinzip« ist kein Buch, das man sich zum Lesen auf den Nachttisch legen kann: Es ist größer und dicker als ein Diercke-Weltatlas. Das Buch hat das Format 34x26.1 cm (21 x 29.7 cm entspricht DIN A 4) und ist auf phototauglichem Papier gedruckt, was die Herstellungskosten erheblich in die Höhe getrieben haben dürfte. Der Ladenpreis des Buches liegt somit bei € 68.00 und dürfte das Buch nicht gerade massentauglich machen. Also wäre sich auch mit der Frage zu beschäftigen, wer eigentlich die Zielgruppe dieses Buches ist. Bestimmte Anhaltspunkte, die noch zu erläutern sein werden, deuten darauf hin, daß es in erster Linie der Selbstvergewisserung dient und sich somit vor allem an die eigene Klientel, sprich, Vertreter der Wirtschaft, mittelständische Unternehmer und der INSM geneigte Politiker richtet.

Der Anspruch des Buches ist unbescheiden formuliert: »Aber vor allem hat der Herausgeber Wolfgang Clement darin die Menschen zusammengebracht, die das Deutschland-Prinzip verkörpern und zum Erfolg unseres Landes beitragen.«¹⁵² Anders ausgedrückt: Mit dem Buch versucht die INSM ihre politischen Ziele und Interessen zu den grundlegenden Prinzipien Deutschlands zu erheben. Daß diese Menschen das »Deutschland-Prinzip« verkörpern, dürfte allenthalben nach Auffassung der INSM so sein.

Um einen Überblick darüber zu gewinnen, welche Autoren an dem Buch beteiligt waren und aus welchen gesellschaftlichen Gruppen sie kommen,

¹⁵² vgl. <http://www.insm.de/insm/Publicationen/Print/Themenubergreifende-Publikationen/das-dp-buch-ohne.html> (27.10.2017)

war es zunächst notwendig, Kategorien zu bilden, denen diese Autoren zugeordnet werden können. Anschließend kann gezeigt werden, welche Gruppen zu welchem Anteil nach Auffassung der INSM das »Deutschland-Prinzip« verkörpern.

In der Kategorie »Wirtschaft« wurden folgende Personen zusammengefaßt: Geschäftsführer, Gesellschafter, Vorstände und Vorstandsvorsitzende, Unternehmensgründer und -eigentümer sowie Verbandsfunktionäre der Arbeitgeberverbände.

Die Kategorie »Politik« umfaßt alle aktiven Politiker, also Mitglieder des Bundestages, Minister, Ministerpräsidenten und Parteifunktionäre.

Die Kategorie »Wissenschaft« umfaßt Universitätsprofessoren, Professoren und wissenschaftliches Personal in Ideenagenturen und Privatunternehmen. Hierunter fällt unter anderem auch Michael Hüther vom Institut der deutschen Wirtschaft.

Die Kategorie »Medien« umfaßt Journalisten und Redakteure von Zeitungen. Herausgeber unterfallen der Kategorie »Wirtschaft«, weil diese im wirtschaftlichen und nicht im journalistischen Bereich der Medien tätig sind.

Unter »öffentliche Verwaltung« sind Personen der Bundesverwaltung, der europäischen Zentralbank und der Bundesbank erfaßt.

Die Kategorie »Kultur« enthält Personen aus dem Bereich Musik, Film und Fernsehen.

Der Bereich der »Kirche« enthält die Funktionsträger der - in diesem Fall nur katholischen - Kirche.

Die Kategorie »Sport« enthält Sportler aus dem originären Bereich des Sports, also der körperlichen Ertüchtigung, also nicht etwa des »Denksports«. Wie in der Politik werden hier nur aktive Sportler gewertet, deshalb fällt der Boxer Henry Maske in dieser Statistik nicht in die Kategorie Sport, weil hier seine Karriere beendet ist, sondern in die Kategorie Wirtschaft, weil er derzeit als Franchisenehmer für McDonald's tätig ist.¹⁵³ Die weiteren Kategorien sind selbsterklärend. Danach ergibt sich zunächst einmal die folgende Verteilung:

¹⁵³ vgl. Clement, Wolfgang (Hrsg.): Das Deutschland-Prinzip. S. 448

Tabelle 1: Herkunft der Kommentatoren in »Das Deutschland-Prinzip«

Kategorie	Anzahl	Prozent
Wirtschaft	92	51.4
Politik	39	21.8
Wissenschaft	20	11.2
Medien	9	5.0
öffentliche Verwaltung	5	2.8
Internationale Botschafter	4	2.2
Kultur	3	1.7
Kirche	3	1.7
Sport	1	0.6
Arbeitnehmer/Facharbeiter	2	1.1
Gewerkschaft	1	0.6
Total	179	100.0

Eigene Auswertung der im Buch »Das Deutschland-Prinzip« aufgeführten Personen nach den dort angegebenen Biographien sowie in Einzelfällen eigener Recherche in Zweifelsfällen bei der Zuordnung.

Bei Parteienvertretern ergibt sich die folgende Bild (die prozentualen Anteile beziehen sich auf die Gesamtzahl der Parteienvertreter):

Tabelle 2: Parteipolitische Bindung der Kommentatoren in »Das Deutschland-Prinzip«

Partei	Anzahl	Prozent
CDU/CSU	29	63.0
SPD	6	13.0
FDP	8	17.4
Grüne	3	6.5
Linkspartei	0	0.0
Total	43	100.0

Eigene Auswertung nach der im Buch angegebenen Parteizugehörigkeit, sowie eigener Recherche in den Fällen, in denen zwar eine Mitgliedschaft einer Partei angedeutet aber nicht präzisiert war.

Der Grund, aus dem sich bei der Parteizugehörigkeit mehr Personen ergeben als in der Kategorie »Politik« liegt darin, daß unter jener nur die aktiven Parteipolitiker zusammengefaßt sind. Wer in der Politik war und zum Zeitpunkt des Erscheinens des Buches »Das Deutschland-Prinzip« zum Beispiel als Lobbyist für die Wirtschaft tätig ist (wie Dirk Niebel, FDP), fällt hier

unter die Kategorie »Wirtschaft«. Zwar mag argumentiert werden, daß die INSM bei Personen wie Niebel auf deren Bekanntheit als Politiker gesetzt haben mögen, gleichwohl aber müssen solche Kategorien klar sein und keinen Spielraum für Spekulationen lassen. Bevor Dirk Niebel in den Bundestag gewählt wurde, arbeitete er im Arbeitsamt, also der öffentlichen Verwaltung. Somit deckt er im Grunde drei Kategorien ab: Öffentliche Verwaltung, Politik und Wirtschaft. Weil für die Kategorisierung eine Entscheidung zu treffen war, wurde er somit nach seiner aktuellen Tätigkeit zugeordnet. Bei allen anderen Personen wird ebenso verfahren.

Die einzige Arbeitnehmerin in diesem Buch, die selbst zu Wort kommt, ist die Konditorin Rebecca Schreiber, die mehrere Wettbewerbe gewonnen hat, was der Anlaß für ihre Aufnahme in das »Deutschland-Prinzip« gewesen sein dürfte: sie verkörpert das Prinzip Wettbewerb, welches für die neoliberale INSM von großer Bedeutung ist und stets betont wird.

Als Facharbeiter durfte der Entwicklungsingenieur Jürgen Seekircher einen Beitrag verfassen. Die Gewerkschaften werden vertreten durch den Vorsitzenden des Vorstandes der IG Bergbau, Chemie und Energie, Michael Vassiliades, was letztlich darauf zurückzuführen sein dürfte, daß die IG Bergbau, Chemie und Energie als eine eher konservative Gewerkschaft gilt. Ohnehin stehen diesem einen Gewerkschaftsfunktionär 31 aktive und ehemalige Funktionäre der Arbeitgeberverbände gegenüber. Siebzehn Autoren sind Botschafter der INSM.

Im Bereich der Wissenschaften handelt es sich in erster Linie um Ökonomen, nämlich bei fünfzehn der zwanzig dem Bereich Wissenschaften zugeordneten Personen, davon drei vom ifo-Institut, das auch das weiter unten noch vorzustellende Gutachten im Auftrag der INSM zum Mindestlohn erstellt hat.

Bemerkenswert ist also auch, welche Personen und Personengruppen in diesem Buch nicht vertreten sind, also von der INSM nicht als Aushängeschilder des »Deutschland-Prinzips« betrachtet werden. Die große Gruppe der abhängig Beschäftigten wird allein durch die Konditorin vertreten - somit jene Gruppe von Menschen in Deutschland, die durch ihre tägliche Arbeit die eigentlichen Werte schaffen, mit denen sich die Unternehmen auf den Märkten behaupten. Darüber hinaus gibt es keinen Vertreter der Linkspartei, keinen Vertreter der großen Gewerkschaften wie Ver.di oder IG Metall, keinen Vertreter einer Arbeitsloseninitiative, keinen Vertreter aus dem Bereich Verbraucherschutz wie auch keinen Vertreter zahlreicher weiterer Gruppen der Gesellschaft. Letztlich geht es der INSM mit dem Buch »Das Deutschland-Prinzip« um die Definition dessen, was aus Sicht der INSM Deutschland ausmacht: die von der INSM schon seit je her vertretenen Werte Wettbewerb, Eigenverantwortung, Unternehmertum, Selbst-

ständigkeit und Entstaatlichung. Dies schlägt sich letztlich auch in den Beiträgen nieder, die die Autoren in dem Buch hinterlassen haben, und es spiegelt sich eben besonders deutlich in den Anteilen, in denen ausgewählte gesellschaftliche Gruppen in dem Buch vertreten sind. Dies zeigt auch die Verteilung der Beitragsschreiber auf die Parteien. Genauso wie die Arbeitgeber- und Unternehmensvertreter überproportional an dem Buch - gemessen am Anteil in der Gesellschaft - vertreten sind, sind auch die Vertreter der CDU/CSU in der übermäßigen Mehrzahl. Und die FDP stellt zwei Schreiberlinge mehr als die Sozialdemokraten.

Allein schon diese Zahlen bilden für sich eine inhaltliche Aussage und zeigen, wohin die Reise mit dem Buch »Das Deutschland-Prinzip« auch inhaltlich gehen soll. Der Blick auf die am Buch Beteiligten zeigt, daß hier in erster Linie ein Diskurs der Wirtschaftseliten mit ausgewählten Vertretern der Eliten von Politik, Kirche und Kultur stattfindet. Es werden ausschließlich die Sichtweisen derer gezeigt, die zu den oberen Klassen der Gesellschaft gehören. Das schließt auch die hohen Vertreter der katholischen Kirche ein, die sich in dem Buch äußern.

Die breite Bevölkerung und deren Lebenserfahrungen sind im Buch der INSM hingegen nicht repräsentiert und somit offensichtlich in den Augen der Initiative nicht Teil des »Deutschland-Prinzips«. Das Buch dient in erster Linie zur Selbstvergewisserung und richtet sich an die Eliten. Dies legt auch der Preis von 68 Euro und das große Format nahe, welches für ein Buch, das sich an die breite Masse der Bevölkerung richtet, eher ungeeignet ist. Zugleich dient das Buch und die Artikel als Steinbruch für die Veröffentlichung einzelner Beiträge zur inhaltlichen Positionierung, die auch auf der Facebook-Seite der INSM immer wieder dargeboten und zur Vermittlung der eigenen Botschaften verwendet werden.

Die Struktur des Buches »Das Deutschland-Prinzip«

Das Buch gliedert sich fünf Abschnitte mit unterschiedlichen Grundthemen. Das Vorwort wurde von Wolfgang Clement verfaßt. Zur Einstimmung werden anschließend die der INSM wichtigsten Stationen der deutschen Geschichte unter dem Titel »Die erfolgreichen Jahre« zusammengefaßt: Wiederaufbau nach dem Krieg mit dem Wirtschaftswunder, das Ludwig Erhard zugeschrieben wird, die Wiedervereinigung als Sieg des Kapitalismus über den Kommunismus und die Agenda 2010 als eine »Modernisierung« der »Sozialen Marktwirtschaft«. ¹⁵⁴ Dabei wird das Gewicht auf die Erfolge des Kapitalismus gelegt und die Mißerfolge wie die Stilllegung ostdeutscher Betriebe nach der Vereinigung auf deren Unwirtschaftlichkeit

¹⁵⁴ vgl. Clement, Wolfgang (Hrsg.): Das Deutschland-Prinzip. S. 12ff

zurückgeführt, ohne die eigentlichen Ursachen und Probleme zu diskutieren. Auf den wenigen Seiten dieser Zusammenfassung der für die INSM wichtigen Stationen der deutschen Geschichte geht es darum, die Marktwirtschaft als Erfolg darzustellen, wobei der für die INSM typische Rückbezug auf Ludwig Erhard nicht fehlen durfte. Mit dieser Zusammenfassung versucht die INSM eine Linie des Erfolges der Marktwirtschaft von Ludwig Erhard bis zur Agenda 2010 zu ziehen.

Der Artikel über die Agenda 2010 der Regierung Schröder gerät zu einer inbrünstigen Ode an diese Sozialstaatsreform, die den Arbeitgebern mehr Flexibilität, weniger Lohnnebenkosten und den Arbeitnehmern die Möglichkeit gebracht hätte, ihre Arbeitskraft flexibler einzusetzen. Das deutsche Jobwunder sei international vorbildlich und habe zu zahlreichen neuen auch sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen geführt.¹⁵⁵

Wie auch bei allen anderen Kampagnen werden hier Erfolge zum einen einseitig aus Sicht der Arbeitgeberverbände definiert und gesehen, zum anderen werden einzelne Erfolge besonders hervorgehoben und nachteilige Entwicklungen unterschlagen oder kleingeschrieben. Daß zum Beispiel das Minijobwesen eine Aufwertung erfahren habe,¹⁵⁶ betrachtet die INSM als Erfolg. Für die Betroffenen, die nach der Deregulierung in diesem Bereich erfahren mußten, daß auch Vollzeit in Minijobs aufgespalten wurden und eine entsprechende sozialversicherungspflichtige Vollzeitbeschäftigung schwerer zu erhalten war, könnte es kein Erfolg gewesen sein, was von der INSM jedoch nicht thematisiert wird.

Die Agenda 2010, so befindet die INSM, habe Deutschland wettbewerbsfähiger gemacht. Daß dies vor allem von Arbeitnehmer/innen bezahlt wurde, die nun in prekären Beschäftigungsverhältnissen zum Beispiel als Zeitarbeiter für die gleiche Arbeit schlechter bezahlt wurden als die Stammbeschaft, fällt für die INSM unter Lohnkostensenkung und Flexibilisierung des Arbeitsmarktes und wird von der Initiative begrüßt. Die Sicht der Betroffenen wird in diesem Zusammenhang nicht eingenommen. Abschließend zu dieser Einführung hebt die INSM hervor:

»Die Agenda gilt für viele als Hauptgrund der neu freigesetzten wirtschaftlichen Stärke. Die Herausforderung, den freien Markt optimal wirken zu lassen und dabei gleichzeitig die Sozialgerechtigkeit zu erhalten, sei geglückt - Deutschland ist den Anforderungen im Zeitalter der Glo-

¹⁵⁵ vgl. ebd. S. 22f

¹⁵⁶ vgl. ebd. S. 22

Der Konvent für Deutschland

Mit seiner sogenannten »Ruck-Rede« gilt Roman Herzog als der Bundespräsident, der die Notwendigkeit von Reformen am deutlichsten formuliert habe. Tatsächlich schloß Herzog mit dieser Rede an einen neoliberalen Eliten-Diskurs über den angeblichen »Reformstau« in Deutschland an. Zahlreiche Protagonisten, die sich neoliberale Reformen insbesondere im deutschen Sozialstaat wünschen, nehmen Bezug auf diese Rede Herzogs.

Der ehemalige Präsident des Bundesverbandes der deutschen Industrie (BDI), Hans-Olaf Henkel, konnte Roman Herzog als Vorsitzenden des Konventkreises des *Konvents für Deutschland* gewinnen. Damit sollte auch Herzogs Ruf als jemand, der die vermeintlichen Probleme Deutschland klar erkannt und auf den Punkt gebracht habe, für die Ziele des Konvents genutzt werden. Den Posten des Vorsitzenden des Konventkreises hat er sicherlich gerne angenommen.

Dabei setzt der *Konvent für Deutschland* einen eigenen Schwerpunkt in der Debatte um den neoliberalen Umbau der Gesellschaft. Die eigentlichen »Reformen« treten zurück hinter die »Reform der Reformfähigkeit« des Staates. Im Detail wird zu zeigen sein, daß es hierbei vor allem um den Abbau von Schranken der Gewaltenteilung und um die Erleichterung der Bildung von Mehrheiten geht, die die entsprechenden politischen Ziele anschließend leichter durchsetzen können.

Das politische System unseres Staates ist nach Auffassung des Konvents nicht in der Lage, erkannten (tatsächlichen oder vermeintlichen) Reformbedarf zügig umzusetzen. Es gebe viele Bremsen im System, die zu beseitigen seien.

Zu den Gründern des Konvents zählt, wie oben bereits angedeutet, der ehemalige Präsident des BDI, Hans-Olaf Henkel, dem der Umbau des Staates schon länger ein Anliegen ist. Schon in seiner Zeit als BDI-Präsident sprach er sich für die Einführung des Mehrheitswahlrechts aus, ein Ziel, das jetzt in der Gestalt des Grabenwahlsystems auch vom *Konvent für Deutschland* verfolgt wird.

Der Konvent sucht überdies auf die Reform des Föderalismus Einfluß zu nehmen. Hier spricht er sich für einen klaren Wettbewerbsföderalismus aus, der auch eine steuerrechtliche Autonomie der Bundesländer beinhalte. Im Ergebnis wird so auch das Ende des kooperativen Föderalismus zugunsten eines Wettbewerbsföderalismus, der besonders im Bereich der Besteuerung von Unternehmen und Bürger/innen bestünde.

In diesem Buch werden der Aufbau und die Strukturen des Konvents dargestellt, auf mögliche Interessen hinter dem Konvent verwiesen sowie dessen Forderungen und Veröffentlichungen betrachtet. Welche Parallelen gibt es

zur durch die von den Arbeitgeberverbänden der Metall- und Elektroindustrie finanzierte Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft?

Wie Norbert Nicoll in seinem Buch »Neoliberalismus« zutreffend formuliert, ist der Politikwissenschaftler niemals objektiv oder neutral. Allein schon die Themenwahl verweise auf die Weltanschauung und die gesellschaftspolitischen Auffassungen des Autors einer Studie oder einer sonstigen Arbeit.⁵⁸⁵ Weil diese Betrachtungen als zutreffend erachtet werden, steht hier zu Beginn des Buches das klare Bekenntnis zur Gewaltenteilung und Gewaltenbegrenzung, zum kooperativen Föderalismus und zum sozialen Ausgleich. In seiner Berliner Rede von 2004 bezog Johannes Rau Stellung zugunsten des Sozialstaates und warnte davor, daß Untergangsszenarien, die mittlerweile auch von Verantwortlichen der Wirtschaft verbreitet würden, der Durchsetzung von Interessen diene.⁵⁸⁶ Diese Rede ist allemal bemerkenswerter und richtungsweisender als die sogenannte »Ruck-Rede« von Roman Herzog.

Johannes Rau ist somit der politische und bundespräsidiale Gegenentwurf zu Roman Herzog. Es ist ein Zeichen der Zeit, daß bis heute die »Ruck-Rede« Herzogs so viel, und die Ermutigungsrede Raus so wenig Beachtung gefunden hat. Dieser Umstand ist überdies ein Indiz für den neoliberalen Elitendiskurs um Reformen in Deutschland. Damit schließt sich der Kreis dieser Einführung.

Der *Konvent für Deutschland* hat in der öffentlichen Diskussion kaum Beachtung gefunden - im Gegensatz zur *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft*, die sich um 2005/06 herum gar einer breiten kritischen Diskussion in den Medien und den Sozialwissenschaften ausgesetzt sah. Ein vergleichbar kritischer Blick wurde von der Medienöffentlichkeit und auch von den Sozialwissenschaften nicht auf den *Konvent für Deutschland* gerichtet. Somit entstand eine entsprechend dünne Literaturlage, gegen die dieses Buch einen Akzent setzt.

⁵⁸⁵ vgl. Nicoll, Norbert: Neoliberalismus. S. 9 Fußnote 7

⁵⁸⁶ vgl. Rau, Johannes: »Vertrauen in Deutschland - eine Ermutigung« Berliner Rede am 12. Mai 2004.

Gründung und Aufbau

Hans-Olaf Henkel ist kein Mann der Kompromisse. Aus diesem Grund lag es wohl nahe, daß er sich nicht etwa der INSM oder dem BürgerKonvent (der sich übrigens bei seiner Gründung auch auf Herzogs »Ruck-Rede« bezog) anschloß, sondern einen eigenen Konvent gründete.

Gegründet wurde der *Konvent für Deutschland* unter anderem von Hans-Olaf Henkel (ehemaliger Präsident des Bundesverbandes der deutschen Industrie, BDI), Roland Berger, dessen Unternehmensberatung nicht nur an Reform-Initiativen beteiligt ist, sondern deren Mitarbeiter oder auch er selbst in programmatischen Regierungs- und Parteienkommissionen saßen, und Manfred Pohl von der Deutschen Bank im Oktober 2003. Die Anschubfinanzierung kam von der Deutschen Bank, aber inzwischen wird der Konvent darüber hinaus von weiteren Unternehmen getragen.⁵⁸⁷ Roman Herzog, die öffentlichkeitswirksame Galionsfigur, konnte für den Konventkreis als Vorsitzender gewonnen werden, zählt aber nicht zu den eigentlichen Gründern des Konvents.⁵⁸⁸ Gleichwohl stellten die Gründer des Konvents einen engen Bezug zu ihrem späteren Konventkreis-Vorsitzenden Herzog her, indem sie die Gründungsveranstaltung im Berliner Hotel Adlon abhielt, wo Herzog Jahre zuvor die sogenannte »Ruck-Rede« gehalten hatte.

»Ethik des Erfolgs«

In seinem Buch »Die Ethik des Erfolgs« beschreibt Hans-Olaf Henkel unter anderem die aus seiner Sicht Notwendigkeit für einen »*Konvent für Deutschland*«, und formuliert bereits die Ziele, die dieser Konvent haben soll.⁵⁸⁹ Einige der Forderungen, die er in dem Buch erhebt, beschrieb Henkel auch in einem Gastbeitrag für die FAZ.⁵⁹⁰ An dieser Stelle soll Bezug auf das Buch genommen werden, um die grundlegenden Ziele und die Sichtweise auf die Probleme zu erläutern, die Hans-Olaf Henkel motivierten, den Konvent zu gründen.

Motive und Ansichten Hans-Olaf Henkels

Henkel malt in seinem Buch ein Katastrophenszenario für Deutschland. Das einst so erfindungsfreudige Land sei in allen Bereichen abgefallen. Die Globalisierung, die von Henkel als Chance begriffen wird, lege die Schwächen des Landes offen.

⁵⁸⁷ vgl. LobbyControl: Konvent für Deutschland - Wegbereiter für unpopuläre Reformen. S. 1

⁵⁸⁸ vgl. ebd.

⁵⁸⁹ vgl. Henkel, Hans-Olaf: Die Ethik des Erfolgs. S. 281 ff

⁵⁹⁰ vgl. LobbyControl: Konvent für Deutschland. Wegbereiter für unpopuläre Reformen. S. 1

Seitenweise analysiert Hans-Olaf Henkel in seinem Buch, was in Deutschland alles schief läuft und empfiehlt stets das gleiche Mittel gegen die Mißstände: Wettbewerb.

Zu den Ursachen für Deutschlands Schwäche zählt Henkel den Wunsch nach Gleichheit und sozialer Gerechtigkeit, sowie die Scheu, auf allen Ebenen der Gesellschaft in einen Wettbewerb zu treten. Die »Rundumabsicherung« lähme unsere Gesellschaft und schon Ludwig Erhard habe darauf hingewiesen, daß zu sozial unsozial sei.⁵⁹¹ Weil Erhard den Sozialpolitikern nachgeben mußte, verlagerte sich das Gewicht »von einer leistungsfähigen Demokratie hin zum Sozialstaat«.⁵⁹²

Der Wettbewerb zählt zu den wichtigsten Lösungsansätzen Henkels. Auch an den Schulen sei das Hauptproblem, daß der Wettbewerb vermieden werde, wofür aus seiner Sicht die »68er« verantwortlich seien.⁵⁹³ Als Mittel gegen die Misere, die mit der PISA-Studie deutlich zutage getreten sei, empfiehlt Hans-Olaf Henkel einmal mehr den Wettbewerb. Dabei solle der Wettbewerb nicht nur zwischen Schülern und Schulen stattfinden, sondern ausgehend von ihnen sich an den Universitäten fortsetzen.⁵⁹⁴

Der Wettbewerb ist zentrale Motiv Henkels. So wird er in seinem Buch nicht müde, die Ausschaltung des Wettbewerbs auf allen Ebenen zu kritisieren und gleichzeitig die Einführung des Wettbewerbs - wie oben im Bildungssystem - als Lösung der Probleme anzupreisen. Wettbewerb werde ausgeschaltet zugunsten eines Zwangs zum Konsens.⁵⁹⁵ Dabei lebe die moderne Welt vom »Leistungswillen und Wettbewerb der einzelnen Gesellschaften«.⁵⁹⁶

Auch die staatliche Ordnung sollte vom Wettbewerb geprägt sein: »Statt eine sozialistische Steuerharmonie für ganz Europa zu predigen, sollten wir in unseren Bundesländern für Steuer-Wettbewerb und steuerliche Selbstverantwortung sorgen«.⁵⁹⁷

Daß die Idee, den Wettbewerb auf allen Ebenen einzuführen, auch zur Grundmelodie des von Henkel mitgegründeten Konvents gehört, dürfte angesichts dieser Bewunderung des Wettbewerbs durch Henkel wenig verwundern. Deutlich betont wird dies auch vom Vorsitzenden des Konventkreises, Roman Herzog, der in seinem Vorwort zum Buch »Mut zum Handeln« schreibt, daß Wettbewerb, Wandel und Unterschiede »sich wie

⁵⁹¹ vgl. Henkel, Hans-Olaf: Die Ethik des Erfolgs. S. 56

⁵⁹² Henkel, Hans-Olaf: Die Ethik des Erfolgs. S. 56

⁵⁹³ vgl. ebd. S. 113

⁵⁹⁴ vgl. ebd. S. 123f

⁵⁹⁵ vgl. ebd. S. 27

⁵⁹⁶ ebd. S. 59

⁵⁹⁷ ebd. S. 290

ein roter Faden durch sämtliche Vorschläge des Konvents für Deutschland [...] ziehen«. ⁵⁹⁸

Doch bevor es nun konkret um den Konvent geht, soll noch ein Blick auf den Entwurf eines Konvents für Deutschland geworfen werden, wie er von Hans-Olaf Henkel in seinem Buch »Die Ethik des Erfolgs« beschrieben wird.

Entwurf eines Konvents für Deutschland

Nach Henkels Auffassung sei eine Reform des Grundgesetzes notwendig, die es an die Herausforderungen der Globalisierung und des internationalen Wettbewerbs anpasse. Hierzu sollte ein Verfassungskonvent eingesetzt werden, vergleichbar mit dem Konvent am Herrenchiemsee, der das Grundgesetz erarbeitet hatte.

Am Ende seines Buches »Die Ethik des Erfolgs« beschreibt Hans-Olaf Henkel den *Konvent für Deutschland*, dessen Gründung er in der vorliegenden 6. Auflage von 2003 auch verkündet. ⁵⁹⁹

Hans-Olaf Henkels Sichtweise auf die Gesellschaft ist jene eines Unternehmers, der die Abläufe in seinem Unternehmen auf die Gesellschaft übertragen möchte. Dabei betrachtet Henkel die Interessen der Wirtschaft als deckungsgleich mit jenen der Gesellschaft. Es sei ein deutscher Sonderweg, Wirtschaft und Gesellschaft als getrennt voneinander zu betrachten, während im Rest der Welt Wirtschaft und Gesellschaft als Einheit gesehen würden. Nur in Frankreich und Deutschland würde die Wirtschaft ideologisch von der Gesellschaft abgetrennt. ⁶⁰⁰

Henkel kritisiert, daß besonders in Deutschland »zwischen dem Interesse der Unternehmen und dem der Menschen unterschieden« werde. ⁶⁰¹

Diese Unterscheidung werde besonders von den Gewerkschaften gefördert, die in überkommenen marxistischen Denkmustern verhaftet seien und aus diesen heraus das Feindbild des egoistischen Unternehmers konstruierten. ⁶⁰²

Die Gewerkschaften sorgten dafür, daß die Gemeinschaft von Arbeitgebern und Arbeitnehmer zugunsten der Bildung eines eigenen Interessenblocks zerstört würde, der dann seine Interessen gegen das Unternehmen oder gegen das ganze Volk durchsetzte. ⁶⁰³ Dabei werde »jedes Unternehmen weniger durch Gewinnstreben als durch die Konkurrenz und den allmächtigen

⁵⁹⁸ Herzog, Roman: Reform der Reformfähigkeit. Wie Deutschland wieder reformfähig wird. in: Herzog, Roman et. al. (Hrsg.): Mut zum Handeln. S. 15

⁵⁹⁹ vgl. Henkel, Hans-Olaf: Die Ethik des Erfolgs. S. 293f

⁶⁰⁰ vgl. ebd. S. 84

⁶⁰¹ ebd.

⁶⁰² vgl. ebd. S. 87

⁶⁰³ vgl. ebd. S. 173