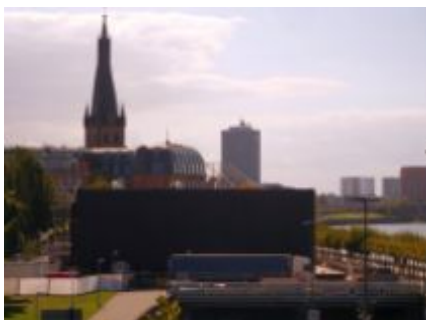




GROSSbaustelle



Himmelhoch



Schwarze Kommerz-Kaaba



Damit wir uns nicht missverstehen: Es gibt auch Menschen in den Führungspositionen deutscher Großunternehmen mit hoher Sozialkompetenz, denen das Wohl ihrer Mitmenschen mindestens genauso wichtig ist wie der von ihnen erzeugte unternehmerische Profit und ihr davon abhängige persönliche Erfolg. Ja, nicht wenige **Manager** sind bodenständig und bescheiden geblieben, aber ebenfalls nicht wenige Angehörige dieser Kaste haben jeden Bezug zur Realität, insbesondere der Lebensrealität ihrer Mitbürger verloren. Die besonders Verborgenen dieser Spezies lügen sich selbst und dem Rest der Gesellschaft dabei gern vor, sie würden eine wichtige gesellschaftliche Funktion einnehmen und – das betonen sie gern – den Wohlstand aller sichern. Dabei setzen Investoren jeder Art diese Manager vor allem ein, um durch Kostensenkungen den Profit und damit ihre Rendite zu erhöhen. Und Kosten senkt man heute vor allem, ja, beinahe Ausschließlich durch Entlassungen.



Langatmige Rechtfertigung für ein bürgerfernes PR-Projekt

Wie abgehoben deutsche Manager sein können, beweisen die Mitglieder des Vorstands der in Düsseldorf ansässigen Metro Group. Kürzlich beschlossen die **Metro-Aktionäre** die **Aufspaltung des Konzerns**, was angesichts des Tellers bunter Knete, als der sich das Unternehmen seit längerem präsentiert, sinnvoll erscheint.

Und weil man sowas ja nicht aus kosmetischen Gründen macht, sondern um die Rendite zu steigern, gehört ein Stellenabbau natürlich dazu. Da beeilt man sich offiziell selbstverständlich um Schönfärberei: Mittelfristig würden durch die Veränderung sogar mehr Jobs geschaffen, aber vorher müssten leider, leider, leider ein paar Stellen angebaut werden – übrigens vor allem am Standort Düsseldorf. Wer könnte dafür mehr Verständnis haben als der Düsseldorfer Oberbürgermeister Thomas Geisel, selbst Ex-Manager in Unternehmen, die auch schon mal ein paar Tausend Mitarbeiter „freistellen“ mussten.



Zum Vergleich: Links (gold) Wirtschaft, rechts (weiß) Kultur

Nun also lässt der Vorstand der Metro die Event-Firma Milla für einen „mittleren einstelligen Millionenbetrag“ auf der Rasenfläche über der Einfahrt in den Rheinufertunnel einen gewaltigen Palast mit 2.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche bauen. Drei Woche lang soll das Ding unter dem Motto „Unboxed“ für Jedermann geöffnet sein, damit sich Kunden und Partner mit der „neuen Metro“ vertraut machen können. Interpretiert man das langatmige Propagandatransparent an der Baustelle ein wenig, dann läuft alles darauf hinaus, dass sich vor allem Leute, die mit der Metro in einer wie auch immer gearteten Geschäftsbeziehung befinden, beeindrucken lassen sollen. Ob auch Otto Normalkonsument reinkommt, bleibt unklar. Um aber die Nutzung eines städtischen Grundstücks, das normalerweise nicht für Events, schon gar nicht für Werbeveranstaltungen von Unternehmen, zur Verfügung steht, zu rechtfertigen, hat man die Sache eben ein bisschen wolkig formuliert.

Es geht also weder um die gefällten Bäumchen, noch um die rasend schnell erteilte Baugenehmigung, sondern darum, welches Menschenbild die verantwortlichen Metro-Manager eigentlich haben. Sind die wirklich der Meinung, sie täten den Bürgern der Stadt Düsseldorf etwas Gutes mit diesem Protzpalast? Denn bei Licht betrachtet hätten sie sich diesen Kasten, der von hinten aussieht wie die Kaaba in Mekka von vorne wie ein Tempel fürs Goldene Kalb, und die Milliönchen sparen können. Denn schon seit vielen, vielen Jahren war es die Metro, die als Großsponsor das wunderbare und grandiose Düsseldorf Festival möglich

gemacht hat – und dieses Jahr sogar zum Retter der ganzen Sache wurde. Das ist ein Engagement, das vielen Düsseldorfern zugutekommt und in jeder Hinsicht positiv zu sehen ist.

Und die Leistungsschau für Geschäftspartner, die ja hauptsächlich im Palast stattfinden soll, die hätte man gut in eine oder zwei der Hallen der Düsseldorfer Messe packen können. Aber wen die Hybris packt, der hebt ab, der verliert die Bodenhaftung und den Bezug zur Lebensrealität der normalen Menschen. Wer also diesen Status erreicht hat, muss was bauen, was Großes bauen, was Glänzendes bauen – um sich selbst ein Denkmal zu setzen. Und genau dazu neigt eine gewisse Sorte Manager in deutschen Unternehmen.