

Dieser Text wurde zuerst am 01.09.2022 auf www.marxandphilosophy.org unter der URL https://marxandphilosophy.org.uk/reviews/20460_woke-capitalism-how-corporate-morality-is-sabotaging-democracy-by-carl-rhodes-reviewed-by-thomas-klikauer/ veröffentlicht.
Lizenz: Thomas Klikauer, Marx & Philosophy Review of Books, CC BY-NC-ND 3.0



woke Graffiti – Symbolbild (Foto: nidzgraff, Flickr, CC BY-ND 4.0 Deed).

Woker Kapitalismus

Wie die Unternehmenskultur die Demokratie zerstört und wie man mit Antirassismus die Profite erhöht

Carl Rhodes' neuestes Buch über den „Woken Kapitalismus“ fordert uns auf, „wachsam zu sein“, d.h. uns dieses Kapitalismus' bewusst zu werden. Der Titel des Buches überträgt den afroamerikanischen Begriff „woke“, der „auf der Hut vor Rassismus und Rassenvorurteilen sein“ bedeutet, auf den Kapitalismus. Dennoch ist der woke Kapitalismus eine besondere Form des Kapitalismus. Um dies zu beleuchten und zu erläutern, wie der woke Kapitalismus die Unternehmensmoral definiert – ein widersprüchlicher Begriff oder eine Tautologie – und in der Tat „die Demokratie zerstört“ (der Untertitel des Buches), bietet Rhodes dem Leser dreizehn gut lesbare und oft recht unterhaltsame Kapitel. Das Buch beginnt mit „The Problem of Woke Capitalism“ und endet mit „Getting Woke about Woke Capitalism“.

Autor: Thomas Klikauer

Thomas Klikauer (MAS, Boston und Bremen Universität und PhD Warwick Universität, UK) unterrichtet Studenten der Betriebswirtschaftslehre und betreut Doktoranden an der Sydney Graduate School of Management, Western Sydney University, Australien. Er hat 700 Veröffentlichungen und schreibt regelmäßig für BraveNewEurope (Westeuropa), The Barricades (Osteuropa), Buzzflash (USA), Counterpunch (USA), Countercurrents (Indien), Tikun (USA) und ZNet (USA). Sein nächstes Buch beschäftigt sich mit Medienkapitalismus (Palgrave).



Rhodes argumentiert, dass „woke“ auf „Unternehmen angewendet wird, die öffentlich sozial fortschrittliche Anliegen unterstützen“ (S. 8). Daher trifft der woke Kapitalismus auf Unternehmen zu – insbesondere multinationale Konzerne –, die sich sozialen Bewegungen anschließen und diese Ausrichtung in weit verbreiteter Öffentlichkeitsarbeit und Werbung nutzen. Diesen Megakonzernen wird „Woke Washing“ vorgeworfen:

eine Marketing- und PR-Tätigkeit, von der Unternehmen hoffen, dass sie durch die Verbindung mit politisch-korrekten Anliegen Kundenunterstützung und letztendlich kommerziellen Gewinn erzielen

(S. 8). Dies trifft den Kern dessen, was der woke Kapitalismus ist. Es handelt sich um eine scheinbar fortschrittliche Version des Kapitalismus, die Unternehmens-PR sowie Ideologien wie Corporate Social Responsibility (CSR), Geschäftsethik, Corporate Citizenship usw. nutzt, um Unternehmen in ein positives Licht zu rücken.

Mit anderen Worten geht es beim „woken Kapitalismus“ und „woken Unternehmen“ um Unternehmens-Öffentlichkeitsarbeit oder Unternehmenspropaganda, um Unternehmen und Unternehmenskapitalismus akzeptabel zu machen (Adorno und Horkhei-

mer 1944; Enzensberger 1974; Herman und Chomsky 1988; Klikauer 2022). Unterdessen befürchten Konservative, dass es den Unternehmensleitern tatsächlich „ernst mit ihrer Wokeness“ ist (S. 9). Noch schlimmer:

Sie befürchten, dass CEOs „woke Ziele auf Kosten des eigentlichen Zwecks ihres Unternehmens verfolgen“ könnten (S. 9), indem sie Gewinne machen, Arbeitskräfte ausbeuten und die Umwelt zerstören, während sie all dies für uns akzeptabel machen (Klikauer 2018).

Natürlich findet man in einem Buch wie diesem das ultimative Zitat zur sozialen Verantwortung von Unternehmen, nämlich Milton Friedmans Klassiker aus den 1970er Jahren, in dem es heißt: „Die soziale Verantwortung eines Unternehmens besteht darin, seine Gewinne zu steigern“ (S. 9) und, so Friedman weiter, „so viel Geld wie möglich zu machen“. (S. 10). Gelegentlich können selbst überzeugte Neoliberalisten die Wahrheit sagen. Um die Wahrheit zu verschleiern, „wird fast jeder Unternehmer eine mündgerechte Version der Moral aussprechen“ (S. 11).

Vielleicht wurde die Wahrheit hinter dem Einsatz von Geschäftsethik, sozialer Verantwortung usw. durch Unternehmen und dem, was Rhodes als „woken Kapitalismus“ bezeichnet, einst von niemand anderem als Marx zum Ausdruck gebracht (1867, S. 788). Marx hat in „Das Kapital“ tatsächlich den Nagel auf den Kopf getroffen, als er T. J. Dunning zitierte (ebd., S. 788):

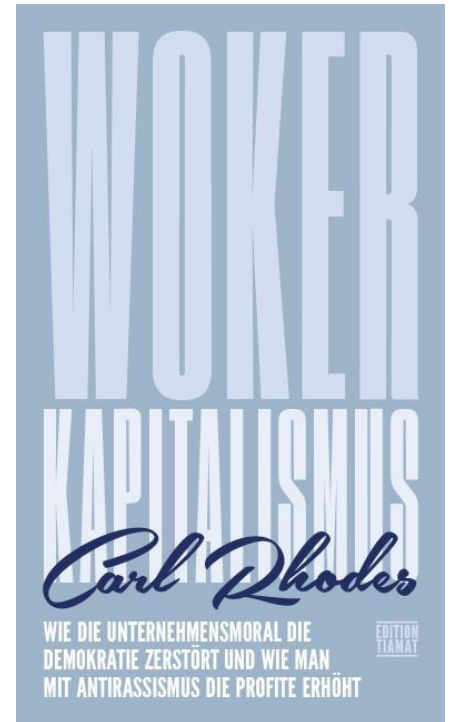
„Die ersten 10 Prozent [des Kapitals] sorgen dafür, dass sie irgendwo angelegt werden; 20 Prozent werden Eifer produzieren; 50 Prozent positive Kühnheit; 100 Prozent werden dazu führen, dass alle menschlichen Gesetze mit Füßen getreten werden; 300 Prozent, und es gibt keine Skrupel mehr bei irgendeinem Verbrechen, oder das Risiko, dass das Unternehmen nicht läuft – nicht einmal, wenn der Besitzer gehängt wird. Wenn Turbulenzen und Streit einen Gewinn bringen, wird es beides fördern. Schmuggel und Sklavenhandel haben alles, was hier gesagt wird, hinreichend bewiesen.“

Daran hat sich seit den Tagen von Karl Marx nichts geändert. Was sich unter dem woken Kapitalismus jedoch geändert hat: Die wirkliche Gefahr besteht nicht in einer Schwächung des kapitalistischen Systems durch den woken Kapitalismus. Sondern er wird „die Konzentration politischer Macht innerhalb einer Unternehmenselite weiter festigen“ (S. 13). Doch der woke Kapitalismus wird der Unternehmenselite auch dabei helfen, vorzutäuschen, dass sie als eine wohltätige wahrgenommen wird (Klikauer und Link 2021).

Rhodes bringt seine Meinung zum woken Kapitalismus sehr deutlich zum Ausdruck, wenn er seine Einleitung mit den Worten beschließt: „Im Namen der Demokratie und zum Wohle der Vielen muss dem woken Kapitalismus Widerstand geleistet werden.“ (S. 16) Rhodes bietet

viele Beispiele dafür, wie der woke Kapitalismus funktioniert. Ein äußerst lehrreiches Beispiel ist das Buschfeuer in Australien im Jahr 2020. Rhodes spielt auf die Tatsache an, dass der Bergbaumagnat Andrew „Twiggy“ Forrest eine Spende von 70 Millionen australischer Dollar für die Buschfeuerbekämpfung versprochen hatte. Doch bei näherer Betrachtung stellte sich Folgendes heraus: Von den versprochenen 70 Millionen A\$ gingen 10 Millionen direkt an die Opfer der Buschbrände. Der gleiche Betrag wurde an ein Heer von Helfern gespendet. Der größte Teil – 50 Millionen Dollar – floss in die sogenannte Brandbekämpfungsforschung. Clevererweise sollte dies von Twiggys eigener Minderoo Foundation durchgeführt werden. Mit anderen Worten: Der größte Teil der philanthropischen Spende richtete sich, wie Rhodes feststellte, „an den Interessen des Chefs“ aus (S. 20).

Es überrascht nicht, dass der „woke Kapitalismus das vorherrschende Motiv in Davos 2020 war“ (S. 22), dem Treffen der globalen „Gutmensch“-Eliten. In der Zwischenzeit spielen Unternehmen der Öffentlichkeit einen PR-Trick, indem sie fortschrittlich erscheinen und gleichzeitig erheblich von „Wirtschaftspolitik, insbesondere Steuersenkungen für Unternehmen“ (S. 42) und neoliberaler Deregulierung profitieren – sprich: unternehmensfreundlicher Regulierung.



Carl Rhodes: *Woker Kapitalismus – Wie die Unternehmenskultur die Demokratie zerstört und wie man mit Antirassismus die Profite erhöht.* edition TIAMAT, 2022, 320 Seiten, 24 € – ISBN 978-3893202942

Schlimmer noch: Unternehmen entwickeln sogar etwas, das Rhodes „performative Wokeness“ (43) nennt, was im Grunde bedeutet, „das politische System zu ihren Gunsten zu manipulieren“ (S. 43), auch bekannt als „Unternehmenslobbyismus“. Gleichzeitig soll das, was als soziale Verantwortung der Unternehmen verkauft wird, verhindern, dass der Staat „Anlass zum Eingreifen“ bekommt (S. 52). Es schwächt die staatlichen Vorschriften und gibt den Unternehmen gleichzeitig mehr Macht. Rhodes argumentiert, dass der woke Kapitalismus auch nützlich [für die woken Unternehmen] sei, denn „wenn es um die Zahlung von Steuern geht, gibt es eine Regel für die Superreichen und großen Unternehmen und eine andere für die einfachen Leute“ (S. 55).

Es ist genau so, wie Carl Rhodes betont: „Beim woken Kapitalismus geht es in erster Linie um die Macht der Konzerne: Es geht darum, die Kette zu durchbrechen, die seit langem mit der liberalen Demokratie und dem Kapitalismus verbunden ist, damit die Konzerne auch

Quellen:

- Adorno, T. W. and Horkheimer, M. 1944 *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception* Horkheimer, M. and Adorno, T. W. (eds). *Dialectic of Enlightenment* (1982) London: Continuum.
- Ali, C. 2022 *Book Review: Media Capitalism* *Triple-C Journal* (20)2: 143-146.
- Benson, P. and Kirsch, S. 2010 *Capitalism and the Politics of Resignation* *Current Anthropology* 51(4): 459-486.
- Enzensberger, H. G. 1974 *The Consciousness Industry - On Literature, Politics, and the Media* New York: Continuum Book and The Seabury Press.
- Herman, E. S. and Chomsky, N. 1988 *Manufacturing Consent - The Political Economy of the Mass Media* New York: Pantheon Books.
- Josephson, M. 1934 *The robber barons - the great American capitalists: 1861-1901* New York: Harcourt, Brace and company.
- Klikauer, T. 2017 *Business Ethics as Ideology?* *Critique* 45 (1-2): 81-100.
- Klikauer, T. 2018 *Media and Capitalism* *Critical Sociology* 44 (6): 969-981.
- Klikauer, T. 2022 *Media Capitalism* London: Palgrave.
- Klikauer, T. and Campbell, N. 2020 *The Politics of Framing and the Framing of Politics* *Counterpunch* (<https://www.counterpunch.org/2020/05/11/the-politics-of-framing-and-the-framing-of-politics/>, 11th May 2020, accessed: 18th July 2022).
- Klikauer, T. and Link, C. 2021 *The Good-Doing Elite* *ZNet* (<https://zcomm.org/znetarticle/the-good-doing-elite/>, 7th June 2021, accessed: 18th July 2022).
- Marx, K. 1867 [1963] *Das Kapital* (Band 1) Berlin: Dietz Verlag.
- Smythe, D. W. 1977 *Communications: Blindspot of Western Marxism* *Canadian Journal of Political and Society Theory* 1(3): 1-28.
- Solganick, A. 1965 *The Robber Baron Concept and Its Revisionists* *Science & Society* 29(3): 257-269.
- Chancel, L. et al. 2022 *World Inequality Report 2022* World Inequality Lab, wir2022.wid.world.

Rhodes hat recht, wenn er sagt, dass das „grundlegende Prinzip des woken Kapitalismus – kommerzielles Eigeninteresse – überhaupt nicht unvereinbar mit unternehmerischem Aktivismus ist“ (S. 109). Ein Problem des woken Kapitalismus ist jedoch, dass die Bosse der Großunternehmen sich das Recht herausnehmen, die Menschen zu vertreten, obwohl wir – das Volk – sie nicht als unsere politischen und demokratischen Vertreter gewählt oder ernannt haben. Stattdessen stehen ihre Unternehmen für extremen Antidemokratismus: Kein Manager wird gewählt. Schlimmer noch: Diese politische Selbsternennung ist ein zentrales Merkmal des heutigen woken Kapitalismus, obwohl er, wie Rhodes argumentiert, „absolut undemokratisch“ ist (S. 110).

Wie seit dem Aufkommen des Kapitalismus vor etwa zwei Jahrhunderten lebt auch der woke Kapitalismus von der selbst zugeschriebenen Annahme, dass diejenigen, die „Kapital besitzen, das Recht haben, Arbeit zu kontrollieren“ (S. 115) – also uns! Dies ist das sogenannte „Recht auf Management“ – auch bekannt als Führungsbefugnisse. Darüber hinaus argumentiert Rhodes, dass „unternehmerischer Aktivismus ebenso kommerziell wie politisch ist – es handelt sich um eine Marketingstrategie, die auf das Management von Unternehmenswerten und Firmenidentität sowie auf Image-Pflege abzielt“ (S. 145). Obwohl man hinzufügen könnte, dass dies nicht wirklich die Aufgabe des Marketings ist. Diese besteht im Verkauf von Produkten. Es ist das Ziel von Konzern-PR oder Konzern-Propaganda (Klikauer 2022). Auch wenn es keine Aufgabe des Marketings, sondern eine der Unternehmens-PR ist, bleibt das Ergebnis dasselbe: Die globalen Probleme des Kapitalismus (Benson und Kirsch 2010) – einschließlich des woken Kapitalismus – erscheinen gut, normal, neutral und akzeptabel. Wenn dies richtig gemacht wird, kann die Unternehmens-PR das Unmögliche erreichen, nämlich dass wir folgendes als akzeptabel annehmen (ebd., S. 158):

Im Jahr 1913 erhielt das oberste 1% der US-Einkommensbezieher 18,6% der Einnahmen des Landes, während die unteren

50% insgesamt nur 15,4% erhielten. Im Jahr 2019 hat sich die Situation sogar noch verschärft: Das oberste 1% beansprucht 20,5%, während die untere Hälfte nur 12,7 % erhält.

Rhodes schließt sein exquisites Buch mit der Aufforderung, „wach zu werden für woken Kapitalismus“ (S. 167). Woker Kapitalismus ist ein „Public-Relations-Trick, der gleichzusetzen ist mit unternehmerischem Eigeninteresse“ (S. 168). Rhodes beendet sein Buch mit den Worten: „Mit dem woken Kapitalismus haben Unternehmen im Grunde erkannt, dass sie ihre Vorgehensweise bei der Verfolgung des finanziellen Eigeninteresses ihrer Aktionäre ändern müssen.“ (S. 168) Wenn überhaupt, ist der woke Kapitalismus lediglich ein weiterer ideologischer Versuch, Kapitalismus als etwas wirklich Angenehmes für uns zu verkaufen.

Letztendlich kommt im Buch das Thema „Sabotieren der Demokratie“ etwas zu kurz, was schließlich der Untertitel des Buches ist. Dennoch beleuchtet es sehr umfassend, was der „woke Kapitalismus“ ist und wie er funktioniert. Zweitens hätte es einen etwas stärkeren Schwerpunkt darauf legen können, was sich da zwischen Unternehmen und uns befindet. Hier finden wir ein Medium – die Konzernmedien –, das uns zwei Dinge vermittelt: a) es verleitet uns dazu, Dinge zu kaufen – das ist die Aufgabe des Marketings; und b) die Medien transportieren Unternehmensideologien in die Öffentlichkeit, um uns glauben zu machen, dass der Kapitalismus ein wunderbares System ist, das allen dient, usw.

Im Gegensatz zu den Räuberbaronen des 19. Jahrhunderts, die Rhodes in seinem Buch perfekt diskutiert, sind die Kapitalisten des 21. Jahrhunderts in viel stärkerem Maße auf die Medien angewiesen als die Räuberbarone des 19. Jahrhunderts (Josephson 1934; Solganick 1965). Heutzutage kann der Kapitalismus nicht mehr ohne die Medien auskommen (Smythe 1977). Wir haben das Zeitalter des Medienkapitalismus erreicht (Ali 2022; Klikauer 2022); Rhodes' woker Kapitalismus ist nur ein weiteres Anzeichen für diese Entwicklung. Hier hat Carl Rhodes wirklich ein äußerst exquisites Buch abgeliefert.