

Dieser Text wurde zuerst am 01.09.2022 auf [www.marxandphilosophy.org](http://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/](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), Tikkun (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):

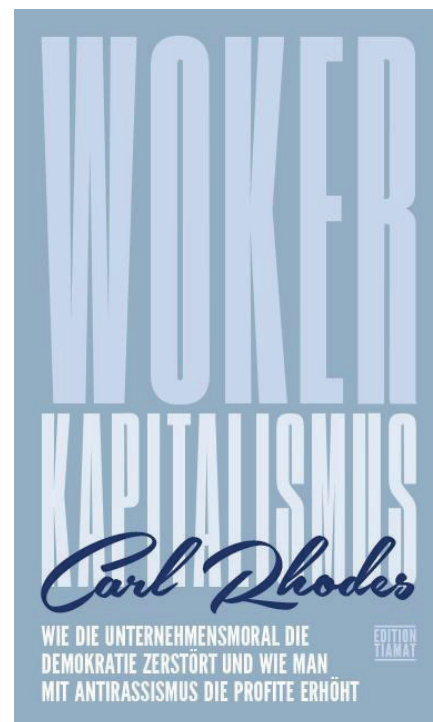
„Die ersten 10 Prozent [des Kapitals] sorgen dafür, dass sie irgendwo angelegt werden; 20 Prozent werden Eifer produzieren; 50 Prozent positive Kühnheit; 100 Prozent werden dazu führen, dass alle menschlichen Gesetze mit Füßen getreten werden; 300 Prozent, und es gibt keine Skrupel mehr bei irgendeinem 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 wohlthätige 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



im politischen sowie im wirtschaftlichen Bereich den Weg der globalen Vorherrschaft fortsetzen können.“ (S. 68). Mit anderen Worten: Der woke Kapitalismus trägt einen fortschrittlichen Schafspelz, bleibt aber an langfristige Unternehmensinteressen und den Kapitalismus gebunden. Doch woker Kapitalismus und soziale Verantwortung von Unternehmen sind nicht dasselbe. Was den woken Kapitalismus von der Ideologie der sozialen Verantwortung von Unternehmen und der Unternehmensethik (Klikauer 2017) unterscheidet, lässt sich an vier Elementen zeigen. Das erste Element ist die ideologische Legitimität, die der woke Kapitalismus für den Kapitalismus und für die anhaltende Herrschaft von Managern, Unternehmens-Apparatschiks, CEOs usw. reproduziert. Ein zweites Element liegt in der Verhinderung von Emanzipation und Aufständen der Arbeiter gegen den Kapitalismus. Das dritte Element des woken Kapitalismus besteht darin, dass er die Regulierung vereitelt. Diesbezüglich stellt die Möglichkeit einer Erhöhung der Unternehmenssteuern immer noch eine der schlimmsten Befürchtungen von CEOs, Kapitalbesitzern und Unternehmens-Apparatschiks dar. Schließlich und viertens eignet sich die Ideologie des woken Kapitalismus ziemlich gut dafür, jede Form von Demokratie innerhalb von Unternehmen und Konzernen zu verhindern, die die Macht des Managements in Frage stellen könnte.

Insgesamt resümiert Rhodes, dass „woker Kapitalismus ein defensiver Schachzug ist ... um den Status quo zu erhalten, wenn nicht sogar zu verbessern, in dem Unternehmen einen zunehmenden Anteil an politischer Macht innehaben“ (S. 83). Darüber hinaus bleibt die Unternehmensphilanthropie eine wirklich fantastische Möglichkeit zur Ablenkung von Systemproblemen – Umweltvandalismus, globale Armut und zunehmende Ungleichheiten (Chancel et al. 2022) usw. –, die durch den Kapitalismus verursacht werden. Gleichzeitig werden CEOs und Milliardäre als „die Guten“ dargestellt (S. 87).

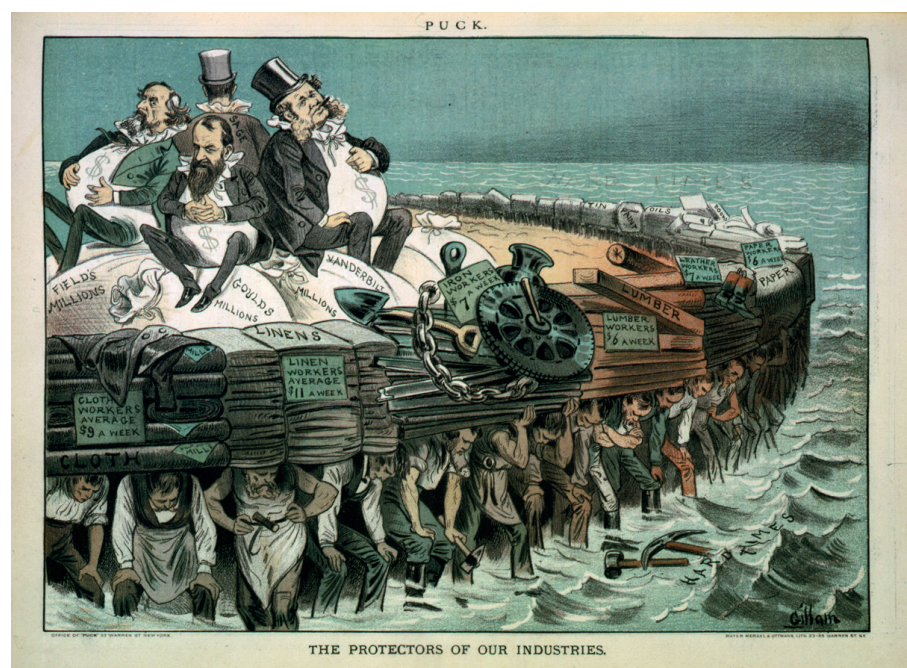
Rhodes hat recht, wenn er sagt: „Wir müssen uns daran erinnern ... dass Steuern zahlen der Hauptweg ist, wie Unternehmen zur Gesellschaft beitragen können ... Steuern zahlen ist die unter-

nehmerische soziale Verantwortung.“ (S. 90) Doch genau das wollen Unternehmen nicht tun. Daher bevorzugten sie Ideologien wie woken Kapitalismus, soziale Unternehmensverantwortung, Geschäftsethik, Unternehmensbürgerschaft usw. Ein Paradebeispiel ist Jeff Bezos' Amazon Corporation. In der Dekade bis 2019 zahlte Amazon lächerliche 3,4 Milliarden US-Dollar Steuern. Das Unternehmen erzielte jedoch einen Umsatz von 960 Milliarden US-Dollar. Dies entspricht einem mickrigen „Steuersatz von 12,7 % im Vergleich zum Standardsteuersatz für Unternehmen in den USA von 35 %“ (S. 90). Noch besser: 2018 zahlte Amazon in den USA überhaupt keine Unternehmenssteuern, obwohl es Gewinne von 11 Milliarden US-Dollar erzielte (S. 90). Gleichzeitig betrug der „Gewinn im Jahr 2019 13 Milliarden US-Dollar, aber der effektive Steuersatz betrug nur 1,2%“ (S. 90).

In der Zwischenzeit urinierten Lagerarbeiter in Großbritannien „in Flaschen, anstatt auf die Toilette zu gehen, damit sie ihre Leistungsziele nicht verpassten oder nicht diszipliniert wurden, weil sie untätig sind“ (S. 92). Die schrecklichen

Arbeitsbedingungen von Amazon, seine astronomischen Gewinne und despotischen Managementregime verdeutlichen die Widersprüche des woken Kapitalismus. Einerseits täuschen Unternehmen wie Amazon soziales und politisches Engagement vor, wie bei der Bekämpfung des Klimawandels, Armutsbekämpfung, Bildung, gleichgeschlechtliche Ehe, Menschenrechte usw. Andererseits zeigen Amazon und viele andere Unternehmen die übliche Unternehmenspathologie, die normale kapitalistische Gier, Unmenschlichkeit und Entmenschlichung sowie Ausbeutung.

Eine der Gründe dafür ist laut Rhodes nicht, die Welt zu einem besseren Ort machen zu wollen, wie die Verfechter des woken Kapitalismus oft so fröhlich verkünden, sondern den Status quo zu bewahren und wenn möglich sogar zu verstärken, der sie extrem reich gemacht hat. Indem sie Steuern auf Philanthropie verlagern und Regierungen für pro-business-Regulierungen lobbyieren, scheinen woken Kapitalisten und ihre Unternehmens-Apparatschiks die Demokratie – langsam aber stetig – in Richtung „Plutokratie: eine Regierung der Reichen“ zu verschieben (S. 96).



„Die Beschützer unserer Industrien“. Die Karikatur zeigt Cyrus Field, Jay Gould, William H. Vanderbilt und Russell Sage, sitzend auf Säcken mit „Millionen“, auf einem großen Floß, das von Arbeitern verschiedener Berufe getragen wird, 7.2.1883. (Bild: en:Puck (magazine); Mayer Merkel & Ottmann lith., N.Y.; Published by Keppler & Schwarzmann, Wikimedia Commons, CC-PD-Mark / PD Old)

## 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](http://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 untere

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.