

MENSCHEN & WIRTSCHAFT

Bayers Mann für Ethik und Anstand

Früher war Matthias Berninger Politiker der Grünen. Jetzt muss er für den Bayer-Konzern den Schaden durch den schlechten Ruf des Zukaufs Monsanto begrenzen.

Nicht obwohl, sondern weil er ein Grüner sei, habe er bei Bayer angeheuert, hat Matthias Berninger kürzlich versichert. Seit Anfang des Jahres ist er Leiter des neu geschaffenen Bereichs Public Affairs und Nachhaltigkeit. In dieser Funktion berichtet er direkt an den Bayer-Vorstandsvorsitzenden Werner Baumann. Dass diese Position überhaupt geschaffen werden musste, hat einen Grund und einen Namen: Monsanto. Die nicht gerade lupenreinen Praktiken in der Öffentlichkeitsarbeit und die schlechte Reputation der neuen amerikanischen Tochtergesellschaft drohen negativ auf das Ansehen der Leverkusener abstrahlen. Die bisherigen Standards bei Monsanto waren eindeutig andere und hätten nicht den eigenen klaren Wertvorstellungen entsprochen, musste die Bayer-Spitze nach vollzogener Übernahme entgegen der anfänglichen Einschätzungen einräumen.

Der neue Chef-Lobbyist dürfte eine der schwierigsten Aufträge übernommen haben, die in seinem Fach zu vergeben ist. Er persönlich sehe sich vor der Aufgabe, Schritt für Schritt dafür zu sorgen, dass Monsanto künftig nach Bayer-Werten geführt werde, hat er seine Arbeit beschrieben. Er fühlt sich zuständig für Ethik und Anstand. Die jetzt gestartete Charmeoﬀensive, die sich auf die Position von Bayer als inzwischen in aller Welt führendes Unternehmen der Landwirtschaft bezieht, ist der erste große Aufschlag nach außen. „Wir haben zugehört. Und verstanden“, heißt es in ganzseitigen Anzeigen des Konzerns, in denen höchste Ansprüche und noch mehr Anstrengungen für Verantwortung, Transparenz und Nachhaltigkeit versprochen werden.

Ursprünglich hatte sich der von seinem Dienstort Washington aus arbeitende fünffache Vater vor seinem ersten Gespräch mit Journalisten zunächst im Hintergrund halten und tiefer in die komplizierte Materie rund um Monsanto, Glyphosat und die Prozessluft einarbeiten wollen. Diesen Plan durchkreuzte vor gut vier Wochen das plötzliche Auftauchen von geheimen Registern über Kritiker, die Monsanto in Europa von der Agentur Fleishman-Hillard anlegen ließ. Er musste spontan nach Leverkusen fliegen, um



Matthias Berninger

Foto Wolfgang Eilmers

sich ein Bild von der Spitzelaffäre zu machen und sich in einer kurzfristig anberaumten Telefonkonferenz kritischen Fragen zu stellen. Um den Skandal unabhängig und in seinem ganzen Ausmaß untersuchen zu lassen, hat Bayer inzwischen die internationale Anwaltskanzlei Sidley Austin beauftragt. Zeitnah sollen hierzulande Betroffene benachrichtigt werden.

Man nimmt es Berninger ab, wenn er sagt, dass er solche Datenerhebungen vornehmlich über Journalisten und Politiker als „komplett unangemessen“ empfindet und vollumfängliche Aufklärung verspricht. Wenn er Fragen beantwortet, wirkt er offen und nahbar. Er scheint gern starke Worte zu bemühen: Es gebe eine Reihe von Beispielen, in denen nicht der Ball gespielt, sondern auf Mann oder Frau gegangen wurde. Gewisse Kampagnen hätten eher den Charakter von Fake News gehabt, kritisiert er die früheren Praktiken des amerikanischen Saatgutkonzerns.

Der heute 48 Jahre alte ehemalige Grünen-Politiker zählte einst zu den „Realos“, dem pragmatischen Flügel der Par-

tei. In den 1990er Jahren war er Mitglied der sogenannten Pizza-Connection, einem Gesprächskreis von jungen Abgeordneten aus CDU und Bündnis 90/Die Grünen, die sich in den damaligen Bonner Zeiten regelmäßig in einem italienischen Restaurant zum Austausch trafen.

Berninger hat sehr früh politische Karriere gemacht. Nach dem Studium der Chemie und Politologie in Kassel zog er mit 23 Jahren in den Bundestag ein. Zwischen 2001 und 2005 war er als Parlamentarischer Staatssekretär für Themen wie Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft zuständig. Schon aus dieser Zeit hat er also eine Menge Berührungspunkte mit seinem heutigen Arbeitgeber. Wie seine damalige Chefin Renate Künast, zuständige Ministerin in der rot-grünen Regierung, seine aktuelle Position in dem Pharma- und Agrarchemiekonzern sieht, steht dahin. Immerhin war sie unter den Monsanto-Kritikern zu finden, die nach der Übernahmeofferte mit Umwelt- und Bienshutzern vor der Bayer-Hauptversammlung demonstriert haben.

Als Berninger 2007 die Seiten wechselte und bei dem amerikanischen Süßwarenkonzern Mars einen Lobbyisten-Posten annahm, war dies zumindest für Außenstehende eine Überraschung. Für ihn persönlich stand die neue Aufgabe nicht im Widerspruch zu vorherigen. Schließlich war er bei dem wegen seiner „Dickmacherprodukte“ in der Kritik stehenden Schokoriegelhersteller für sein angestammtes Themengebiet Gesundheit, Ernährung und Nachhaltigkeit zuständig. Auch im Wirken für Bayer sieht er keinen Widerspruch zu seiner politischen Herkunft. Er steht zu der Logik der Fusion mit Monsanto, weil sie aus seiner Sicht die Landwirtschaft revolutionieren und damit zur Bekämpfung des Hungers in der Welt beitragen kann. Für den nicht erst seit der Abstimmungsniederlage auf der diesjährigen Hauptversammlung umstrittenen Bayer-Chef Baumann, der sich angeblich seit dem vergangenen Sommer von Berninger bemüht hat, ist das Engagement des geschmeidigen Politprofis ein schlauer Plan. Ob er aufgeht, wird sich zeigen. BRIGITTE KOCH

Das deutsche Auto aus Haiphong

Die vietnamesische Vingroup hat viele bekannte Partner

che. SINGAPUR, 14. Juni. Vietnam gilt vielen als der große Profiteur des Handelsstreites zwischen Amerika und China. Das Land steht hoch in Kurs, weil Manager hier einen Ausweichstandort sehen. Die Hochstimmung hält an: Am Freitag nahm der erste Automobilhersteller Vietnams seine Fertigung auf: Die Vingroup um Milliardär Pham Nhat Vuong baut im nordvietnamesischen Haiphong Fahrzeuge, die ohne deutsche Technik nicht denkbar wären. So wie ausländische Investoren hoffen, künftig aus Vietnam heraus ganz Südostasien bedienen zu können, so will auch Vinfast auf Dauer eine Million Einheiten für die ganze Region produzieren. Welchen Symbolcharakter das vietnamesische Projekt hat, zeigte schon die Anwesenheit von Ministerpräsident Nguyen Xuan Phuc bei der Eröffnung des Werkes.

Die Vingroup dürfte rund 3,5 Milliarden Dollar in ihre Marke Vinfast investiert haben. Die Bank Credit Suisse hat 800 Millionen Dollar als Finanzierung bereitgestellt, Euler-Hermes besichert die Kredite. Der Stahl, über Thyssen-Krupp eingekauft, wird in Vietnam verarbeitet, Ingenieurbüros, Rohbau, Presswerk, Lackierstraße und moderne Montagehallen mit 600 000 Quadratmetern mit 1200 Robotern lassen vor den Toren der nordvietnamesischen Hafenstadt ein vollständige Fertigung entstehen.

Das erste Modell, der Fadil, soll von Montag an für etwa 450 Millionen Dong (16 983 Euro) in sechs verschiedenen Farben bei den Händlern stehen. Damit konkurriert der kleine, städtische Geländewagen mit seiner 1,3 Liter Maschine mit preiswerten Fahrzeugen aus Südkorea, wie etwa dem Kia Morning. Wie ambitioniert der Plan der Vietnamesen ist, zeigen die Zahlen: Sie wollen jährlich 250 000 Einheiten des Fadil bauen. Das sind in etwa so viele, wie derzeit alle ausländischen Hersteller zusammen in Vietnam jährlich herstellen.

Drei weitere Modelle sollen noch in diesem Jahr folgen: ein sportlicher Geländewagen, eine Limousine und ein erste Elektroroller. Bis Ende nächsten Jahres wollen die Vietnamesen zwölf Automobile und Elektromotorräder in den Markt schicken. Die Fabrik kann derzeit 38 Fahrzeuge pro Stunde herstellen. Die Kapazität auf dem riesigen Werksgelände kann auf eine halbe Million Einheiten ausgebaut werden.

Der Aufbau von Vinfast und der Bau der Fabrik dauerten nicht einmal zwei Jahre. Das ging nur, weil die Vietnamesen schlaue genug sind, sich tatkräftige Hilfe von außen zu kaufen. „Deutsche Technik, italienisches Design, vietnamesische Führung, vietnamesisches Kapi-

tal und vietnamesische Arbeit“, fasst Quang Hue Vo das Konzept im Gespräch mit der F.A.Z. zusammen. „Nur so war es möglich, dass wir so schnell sein konnten.“ Er hat jahrelang Bosch in Vietnam geleitet und die Kontakte zur deutschen Industrie hergestellt.

Auf Dauer soll der vietnamesische Eigenanteil bei nur 60 Prozent für die Autos liegen. Denn der Motor und die Plattform stammen aus Bayern, vom alten X5 von BMW. Es ist das erste Mal, dass die Münchner den Kern ihrer Technik nach außen vergeben. Der österreichische Lizenzhersteller und Zulieferer Magna Steyr, der auch schon Porsches zusammenschraubte, hilft ebenfalls in Haiphong, so wie eine Riege der deutschen Zulieferer von Dürr, Eisenmann und Schuler bis zu ZF Friedrichshafen. Für das Design verpflichteten die Vietnamesen die italienische Pininfarina-Schmiede. Selbst das Verwaltungsgebäude am Sitz in der vietnamesischen Hafenstadt Haiphong bauten deutsche Architekten um Gunter Henn, die auch den Sitz von Continental in Hannover bauen.

Manche Bemühungen hätten am Ende allerdings nicht gefruchtet. Der vietnamesische Staat und die Kommunistische Partei hätten Milliardär Pham Nhat Vuong nicht unterstützt, etwa mit hohen Steuerbefreiungen, Land und Exportlizenzen. Und so wird die Eröffnung denn auch unter dem Banner gefeiert, das den „kräftigsten Geist Vietnams“ lobt.



Fertigung für Vinfast-Autos

Foto AFP

Austesten und Tee trinken

Mit seiner Teekampagne hat Günter Faltni früh auf ein Thema gesetzt, das gerade viele Menschen bewegt

Der aktuelle Blick auf die Politik bringt Günter Faltni zum Schmunzeln. Eine junge schwedische Klimaaktivistin löst mit ihrer Kritik rund um die Welt eine Protestbewegung unter Schülern aus. Die Grünen sind auf dem Weg zur Volkspartei und in vielen Familien wird am Küchentisch heftig darüber debattiert, wie sich die Menge des anfallenden Plastikmülls verringern lässt. „Die Ökologie-Themen sind in den vergangenen Jahren viel stärker geworden“, findet Faltni, „wir müssen mit dem Ressourcenbedarf runter.“ Er selbst sendet die Botschaft schon seit längerem, nur hören ihm heute viel mehr Menschen dabei zu. Faltni kann sich noch gut an die alten Zeiten erinnern: „Ich war doch für die meisten ein komischer Vogel.“ Ein VWL-Professor, der schon im vergangenen Jahrhundert mit so weichen Begriffen wie Nachhaltigkeit hantierte und der nicht von Unternehmern sprach (oder neudeutsch von Gründern), sondern von „Entrepreneuren“ – das klingt für harte Ökonomen schon leicht weltfremd nach Kaffeehaus-Bohème, irgendwie auch passend zur Freien Universität (FU) Berlin, wo der gebürtige Franke lehrte.

Im Laufe der Zeit reifte in Faltni die Überzeugung, dass er nicht seinen Studenten etwas über die Selbständigkeit lehren könne, ohne diese Weisheiten selbst einmal auf ihre Tauglichkeit ausgetestet zu haben. Die Idee für sein Geschäftsmodell kam ihm auf seinen Studienreisen, als er bemerkte, dass Tee auf dem Weg von der Plantage zum Verbraucher seinen Preis ungefähr verzehnfacht – obwohl er im Gegensatz zu Kaffee weder geröstet noch veredelt werden muss, sondern nach dem Pflücken quasi fertig zum Verzehr ist. Faltni, hier ganz rationaler Ökonom, stellte eine simple Überlegung an: Je kürzer die Lieferkette und je weniger Zwischenhändler am Tee mitverdienen, desto günstiger und wettbewerbsfähiger könnte er seine Produkte anbieten. Also machte er sich daran, den Tee nicht in kleinen Beuteln, sondern in Großpackungen ab Plantage anzubieten. Und nicht irgendeinen Tee, sondern Darjeeling, der unter Liebhabern als eine der besten Sorten der Welt gilt. Die „Teekampagne“ war geboren.

Hohn und Spott schlugen ihm sowohl von den Studenten entgegen als auch –

ein wenig geschickter verpackt – aus dem Kollegenkreis, erinnert sich Faltni. Ebenso an die ersten Verkaufsversuche 1985 zwischen zwei Toilettenhäuschen auf einem Berliner Wochenmarkt, bevor sein junges Unternehmen in ein paar feuchten Kellerräumen der Universität einen Direktversand aufziehen konnte.

Doch trotz aller Widrigkeiten funktionierte die Idee. Die Teebauern in Indien wurden fair für ihre Ware entlohnt und die Kunden in Deutschland nahmen die Großpackungen dankend an. Das florierende Geschäft gefiel jedoch nicht jedem: Mit dem Erreichen der Gewinnzone nach zwei Jahren kündigte die Universität den Mietvertrag, wohl weil man dachte, „ich züchte dort kleine Kapitalisten“, erinnert sich Faltni. Und für die aufgegebenen Teehändler war er nur „der Marxist von der FU, der uns vernichten will.“

Fast 35 Jahre später gibt es die Teekampagne noch immer. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen fast 20 Mitarbeiter. Weil Darjeeling von politischen Unruhen geplagt ist, haben die Organisatoren mit

Assam ein zweites Liefergebiet aus Indien aufgenommen. Mehrfach hätte Faltni das Unternehmen auch für ordentliche Millionenbeträge verkaufen können. Aber er lehnte ab, auch weil potentielle Käufer auf seine Frage, was sie nach dem Erwerb denn so vorhätten, antworteten, sie würden erstmal die viel zu niedrigen Preise anheben. Das sei der falsche Ansatz für Entrepreneure, klagt Faltni, und das predigt er auch seinen Studenten. Die wollten vor der Gründung meistens wissen, welche Produkte es am Markt noch nicht gibt und womit sich Geld verdienen lasse. „Falsche Fragen“, findet Faltni und kommt leicht in Rage. „Setzt Euch für etwas ein, was Euch begeistert“, lautet sein Rat. Denn das habe er während seiner Jahrzehnte gelernt, in denen er sich mit dem Erfolg von Gründern beschäftigte: Wenn es so etwas wie ein Gründererbe gebe, dann sei es das ständige Beschäftigen mit der selben Sache und der absolute Durchsetzungswille, wenn man die Lösung gefunden zu haben glaubt.

Mit seinen 74 Jahren wirkt Faltni immer noch energiegeladener. Es geht ihm

heute um einen Umbau der Wirtschaft und er beruft sich auf den Nationalökonom Adam Smith, der wirtschaftliches Engagement immer eingebunden gesehen habe in einen Moralkodex. Das freie Spiel der Kräfte reiche eben nicht. „Viele junge Menschen haben wieder einen solchen Kodex“, will Faltni feststellen haben und weist auf den hohen Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz hin. In diesem Umfeld sieht er seinen Entrepreneur bestens aufgehoben. „Früher wollten die Studenten alle zu McKinsey“, erinnert er sich. Heute sei der Anteil derer hoch, die einen tieferen Sinn in einer Gründung sähen. „Was mich bewegt, ist ökonomische Mündigkeit“, sagt Faltni. Deshalb hat er nun unter dem Titel „David gegen Goliath – wir können Ökonomie besser“ ein früheres Buch überarbeitet und erweitert und stellt darin der traditionellen Wachstumsideologie ein auf sozialen und ökologischen Werten basierendes Wirtschaftsmodell entgegen.

An handfesten Tipps mangelt es Faltni jedoch nicht. So dürften etwa Business-Pläne nicht überbewertet werden, schließlich seien sie nichts weiter als ein testiertes Bündel von Annahmen. „Geht raus und testet die Annahmen an der Wirklichkeit, bevor ihr ein Geschäftsmodell darauf aufbaut“, lautet sein Rat. Kritisch geht er auch mit der Politik ins Gericht. Die Champions-Ideologie von Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier findet er „fürchterlich“. Wenn man schon Champions schmieden wolle, solle man lieber ein Team erfolgreicher Mittelständler zusammensetzen, findet Faltni. Die Regierung müsse auf anderen Feldern etwas tun: „Wir brauchen weniger Bürokratie für Gründer“, sagt Faltni und fordert: „Zwei Jahre Bürokratiefreiheit für Neugründungen – die machen doch sowieso noch keinen Gewinn“. Da müsse nicht immer gleich die Gewerbeaufsicht auf der Matte stehen. „Und wenn eine Garagen-gründung nicht über ein Fenster für Tageslicht verfügt – na und?“ Ein zweijähriges Bürokratiemoratorium für Gründer ausgerechnet in Deutschland mag mancher als Spinnerie eines emeritierten Professors abtun. Günter Faltni kümmert das jedoch wenig. Er weiß: Jede Idee hat ihre Zeit. SVEN ASTHEIMER



Günter Faltni

Foto Laif

A400M in geordneten Bahnen

Airbus und Abnehmernationen haben sich geeinigt

chs. PARIS, 14. Juni. Der europäische Flugzeughersteller Airbus hat sich im Streit über den Militärtransporter A400M mit den sieben Erstabnehmer-Nationen geeinigt. Wie das Unternehmen am Freitagmorgen mitteilte, stehe das lange Zeit umstrittene Rüstungsprogramm jetzt wieder auf einer „nachhaltigen Vertragsbasis“, wodurch eine „solide Programmausführung“ gewährleistet sei. Die Entwicklung und der Bau des Militärtransportflugzeuges hat sich um Jahre verzögert und die ursprüngliche Kostenplanung um mehrere Milliarden Euro überstiegen. Der Airbus-Konzern räumte im Laufe des Programmes ein, dass er den ursprünglichen Vertrag nicht hätte unterzeichnen sollen. So kam es zu mehreren Anpassungen der Verträge. Die letzte Verhandlungsrunde dauerte zwei Jahre.

Airbus und die in Bonn ansässige Abnehmerorganisation Occar, welche die Kundennationen vertritt, haben sich den Angaben zufolge nun auf einen neuen Zeitplan und auf eine Kostendeckung geeinigt. Die Einigung sieht vor allem einen neuen Fahrplan für den sogenannten Fähigkeitsaufwuchs vor. Der

A400M sollte verschiedene Fähigkeiten besitzen, etwa den Absprung von Fallschirmjägern, ein Abschirmsystem gegen Raketenbeschuss oder das Landen auf Sand, die Airbus zunächst nicht garantieren konnte. Nun ist von einem „angepassten Zeitrahmen für die Bereitstellung aller vereinbarten Fähigkeiten“ die Rede. Airbus teilt mit, dass man mit den Aufrüstungen in jüngerer Zeit gut vorangekommen sei, was nicht zuletzt von den Streitkräften in Deutschland anerkannt worden sei.

Darüber hinaus soll der Zeitplan für die Produktion zugunsten von Airbus gestreckt werden. Für die Bundeswehr heißt das, dass sie die 53. und letzte Maschine im Jahr 2026 erhalten wird – sechs Jahre später als ursprünglich vorgesehen. „Erste Elemente dieses Fahrplans wurden bereits umgesetzt“, teilt Airbus mit. Mit der neuen Zeitplanung könne der Hersteller auch besser auf eventuelle Exportkunden des A400M-Produktionsrate eingehen.

Airbus nennt zur finanziellen Belastung keine Zahlen. In Fachkreisen hieß es allerdings, dass die Mehrkosten für Airbus auf 180 Millionen Euro gedeckelt werden sollen.

Kurze Meldungen

Peinliche Plastiktüten

Mit vermeintlich peinlichen Aufschriften auf Plastiktüten will ein Lebensmittelgeschäft in Kanada seine Kunden zu mehr Umweltbewusstsein aufrufen. Die Aufschriften auf den Tüten des Geschäfts in Vancouver handeln von Warzen-Salbe, Pornovideotheken oder Darmproblemen, darunter steht: „Verhindere die Peinlichkeit. Bring eine wiederverwendbare Tasche mit.“ Die Tüten kosten fünf Cent je Stück. dpa-AFX

Neuer Stahl-Chef

Nach dem Aus für die Stahlfusion mit dem indischen Konkurrenten Tata Steel bekommt die Stahlsparte von Thyssen-Krupp einen neuen Chef. Der Finanzvorstand von Thyssen-Krupp Steel Europe, Premal Desai, übernimmt zusätzlich die Aufgabe des Vorstandssprechers, wie das Unternehmen am Freitag mitteilte. Der bisherige Vorstandsvorsitzende Andreas Goss werde sein Amt zum 15. Juni niederlegen. Diese Entscheidung sei einvernehmlich erfolgt. dpa-AFX

Erster Fachanwalt für Sportrecht

Erstmals ist in Deutschland ein Fachanwalt für Sportrecht bestellt worden. Ernannt wurde der 46 Jahre alte Frank Bahners von der Rechtsanwaltskammer Düsseldorf. Er ist einer der Geschäftsführer der Rechtsanwaltskanzlei Quantum aus Düsseldorf und befasst sich seit 15 Jahren mit Sportrechtsfragen. Dazu gehören unter anderem die Regeln zum Financial Fairplay im Fußball. Bahners berät auch Sponsoren in Ausschreibungen und Vereinen in der Ausgliederung von Profiabteilungen zu Kapitalgesellschaften. Nach seinem Studium der Rechtswissenschaft an der Universität Bonn promovierte er mit einer Arbeit zum Sportverbandswesen. „Als Vorsitzender des Vorprüfungsausschusses der Rechtsanwaltskammer würde ich mich über Anträge von Kollegen mit nachgewiesenen Fachkenntnissen im Sportrecht freuen, damit das Rechtsgebiet weitere Wertschätzung erfährt“, sagte Bahners. In Deutschland werden nun in 24 Rechtsgebieten Fachanwaltstitel verliehen. ash.