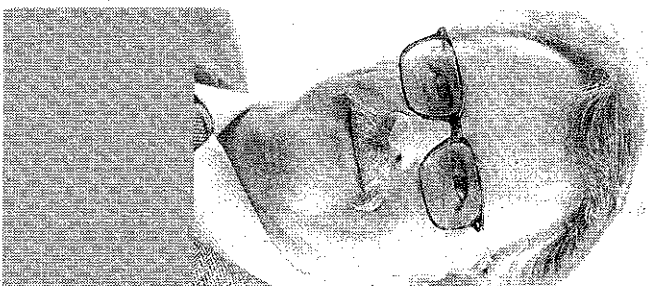


PROFESSOR BRUNO S. FREY ÜBER DAS ENDE DES NATIONALSTAATS UND ÜBER FREI GEWÄHLTE BÜRGERNSCHAFTEN

Unternehmen brauchen Bürger und nicht nur Share- oder Stakeholder



Die Debatte über die Zukunft des Staates angesichts der Globalisierung wird durch zwei völlig gegensätzliche Auffassungen geprägt.

Ein Szenario prophezeit ein Verschwinden des Staates; zumindest büsst er wesentlich an Grösse ein und wird zum Liliput. Das «race to the bottom» wird als Auswirkung eines unregulierten Wettbewerbs der Systeme und insbesondere des Steuerwettbewerbs gesehen. Die Regierungen senken die Steuerbelastung, um heimatloses Kapital und global mobile Personen anzuziehen.

Ein entgegen gesetztes Szenario sieht den Staat als eine mächtige Institution (den Levathan), die immer zu überleben weiss. Als Reaktion auf den drohenden Verlust der Besteuerungsgrundlagen infolge der Globalisierung werden sie eine «Harmonisierung», d.h. eine Gleichschaltung, der Steuern durchsetzen. Manche befrworten sogar eine «World Tax Organization», die den Staaten überall auf der Welt einen Zugriff auf die Steuerzahler ermöglicht.

HIER SOLL JEDOCH EINE VÖLLIG ANDERE SICHT vertreten werden. Die Individuen werden sich in der Zukunft vom Monopolsanspruch des Nationalstaats befreien und aktiv eine Wahl treffen können, wessen Bürger oder Bürgern sie sein möchten. Der Nationalstaat als einzige Identität des Bürgers ist in der globalen Gesellschaft überholt: Die Bedürfnisse der Menschen unterscheiden sich wesentlich voneinander; sie lassen sich nicht (mehr) allein durch eine einheitliche Institution der Nation erfüllen. Ausserdem fühlen sich die Personen in einer globalen Gesellschaft vielen Organisationen zugehörig.

Menschen können deshalb Bürger auch von Organisationen ausserhalb der Nation sein. Folgende Möglichkeiten lassen sich denken:

1. Leute sind Bürger subnationaler Körperschaften wie Regionen, Provinzen oder Gemeinden oder aber supranationaler Körperschaften wie der Europäischen Union, der Nato, der Weltbank oder der Uno.
2. Personen sind Bürger auch in halbstaatlichen Organisationen wie zum Beispiel von Universitäten.
3. Personen sind Bürger nichtstaatlicher Organisationen. Beispiele sind global tätige karitative Organisationen wie das Rote Kreuz, die Médecins sans Frontières, die Heilsarmee oder Kirchen und religiöse Orden.
4. Personen sind Bürger privater Organisationen. Dazu

«Bürgerlegenden wie Loyalität, Identifikation und Engagement lassen sich auf die Wirtschaft übertragen.»

gehören globale, funktional orientierte Vereinigungen wie etwa ICANN (Internet Co-operation for Assigned Names and Numbers) oder sportliche Vereinigungen (wie das Internationale Olympische Komitee).

5. Individuen sind Bürger gewinnorientierter Firmen. Der Begriff des «corporate citizenship» ist wohl etabliert. Darunter wird das über vertragliche Verpflichtungen hinausgehende Verhalten im Interesse der Firma ver-

standen. Firmen können für ihre Bürger viele Aspekte regeln und übernehmen, die sich bisher Nationalstaaten vorbehalten haben, wie etwa eine Arbeitslaubens einzuholen, finanzielle Garantien zu geben und Identifikationskarten (Pässe) auszustellen. Entscheidend ist die spezielle Loyalitätsbeziehung des Bürgers zu «seiner» Firma. Diese geht wesentlich über ein Aktionärs-, Kunden- oder Beschäftigungsverhältnis hinaus. Wer nur mit Aktien spekuliert, ist kein Bürger der entsprechenden Firma. Bürger kann nur werden, wer ein Grundvertrauen zu «seiner» Firma hat. Er behält seine Aktien auch dann, wenn es der Firma schlecht geht und Spekulantien langst verkauft haben. Bürger sind auch nicht nur Stakeholder, denn diese verfügen nicht über formale demokratische Mitwirkungsmöglichkeiten, wie sie Bürger besitzen.

IN DER ZUKUNFT WIRD DER BEGRIFF DES BÜRGERNS flexibel gehandhabt werden. Insbesondere kann eine Bürgerschaft temporär, multipel und partiell sein.

Die Idee der Bürgerschaft wird somit wesentlich erweitert und geht weit über die alleinige Beziehung von Personen zum Nationalstaat hinaus: Die Möglichkeit der Individuen, selbst zu entscheiden, in welchen Organisationen sie als Bürger spezielle Rechte und Pflichten übernehmen wollen, steigert die intrinsische Motivation in Form der Bürgerlegenden. Eigenschaften des politischen Bereichs – Bürgerlegenden in Form von Loyalität, Identifikation und Engagement – lassen sich auf wirtschaftliche Bereiche übertragen. Auf diese Weise kann in einer globalen Gesellschaft mit unterhöhlter staatlicher Zwangsgewalt ein über das rein Private hinausgehendes Güterangebot befriedigend gelöst werden.