

E.ON Riesengeschäfte

von ROLF EULER

Der «deutsche» E.on-Konzern will den «spanischen» Endesa-Konzern kaufen – eine Schlagzeile unter vielen, die in der Welt die Übernahme von großen Unternehmen über Ländergrenzen hinweg ankündigt. Die von E.on geplante Fusion wirft eine Menge Fragen auf und führt zu scheinbar seltsamen Reaktionen.

Erstens: Woher hat E.on so viel Geld, um sich einen kompletten auswärtigen Energiekonzern zu kaufen, und dabei das Angebot der Konkurrenz (der «spanische» Gas-Natural-Konzern) um sage und schreibe 30% zu überbieten?

E.on hat – auf Kosten der Strom- und Gaskunden – im letzten Jahr riesige Gewinne gemacht. Der Umsatz stieg von 46 auf 56 Milliarden Euro, der Gewinn von über 4 auf über 7 Milliarden Euro, von unter 10% auf über 12% Umsatzrendite und das in einer Saison, in der alle Verbraucher über immens steigende Energiepreise

klagen. Außerdem hat E.on seine Wohnungsgesellschaft Viterra an den «englischen» Annington-Konzern verkauft – Geld genug, um mal eben 29 Milliarden hinzulegen.

Zweitens: Was bedeutet das für den europäischen Energiemarkt? Das Bemühen von Politikern, sich als Garanten einer jeweiligen «nationalen» Energiepolitik hinzustellen, wird durch die Finanzinteressen der großen Konzerne längst als absurd hingestellt. Der «spanische» Endesa-Konzern ist längst großer Energie-Anbieter in Frankreich, Portugal und Lateinamerika – ein Kundenkreis, der den von E.on im mittleren und östlichen Europa «ergänzt» – es entsteht der weltgrößte Anbieter von Strom und Gas.

Seltsam erscheint, dass das Endesa-Management im Gegensatz zur spanischen Regierung nicht den «spanischen» Konzern Gas Natural als neuen «Hausherrn» haben will, sondern lieber die «deutsche» E.on

an Schaltes und Gashahn sehen möchte – ob das wohl mit den großen Abfindungen zu tun haben mag, die sich nach dem höchsten Angebot richten sollten?

Drittens: Würde das nicht dem Wettbewerb zuwider laufen, der von der EU-Kommission als oberstes Ziel der Wirtschaftstätigkeit hingestellt wird? Natürlich nicht – im Gegenteil, die EU-Kommission warnt die spanische Regierung vor wettbewerbswidrigen Eingriffen und Gesetzen zum Schutz des spanischen Energiemarkts. Das Monopoly-Spiel der Konzerne wird von der EU-Wettbewerbsregelung gefördert. Und wenn das nicht reicht, gibt es in Deutschland das Mittel der Ministererlaubnis, dem sich E.on schon zu bedienen wusste. Jetzt wird das europäische Recht wohl auch angemessen angepasst an die größeren Hapen der Konzerne.

Hat man gehört, dass die EU-Kommission den großen Konzernen Auflagen zum Schutz der Energieverbraucher, der Millionen Gas- und Stromkunden, gemacht hat, als die Unternehmen im Zuge der Ölpreissteigerungen alle Preise erhöhten und – siehe E.on, Shell, Exxon usw. riesige Gewinne einfuhren?

Viertens: Untersuchungen zeigen, dass Übernahmen von Großkonzernen sich oft nicht «rechnen», weil die Schulden aus der Übernahme-schlacht und den dadurch künstlich aufgeblähten Preisen bedient werden müssen, d.h., die angeblich angestrebten Unternehmensziele und sog. Synergieeffekte werden selten erreicht. Das ist natürlich nur die halbe Wahrheit. Für die Aktionäre, vor allem aber die Banken und die Beratungsfirmen, die die Übernahmen finanzieren und betreiben, lohnt sich das Kaufkarussell sehr. Wer drauf zahlt, sind die Beschäftigten und die Kunden. Arbeitslosigkeit und steigende Energiepreise sind die andere Seite der Medaille.

Was tun? Mit der spanischen Regierung gegen den Übernahmepoker antreten? Mit der deutschen Regierung für den «Standort Deutschland» und damit für die E.on-Pläne eintreten? Die Alternative stellen nur gemeinsame Aktionen der Kunden gegen die steigenden Preise, und der Beschäftigten gegen den Personalabbau dar. Für die Aktionäre können und wollen wir weder auf der einen noch auf der anderen Seite etwas tun!

(Aus: SoZ Nr.4, April 2006)

Steinbrücks Imageberater Des Kaisers neue Kleider

von HANS PEIFFER

Fast zeitgleich mit der Forderung des Bundesfinanzministers Peer Steinbrück nach weiteren Einsparungen im Bereich Arbeit und So-

ziales in Milliardenhöhe wurde bekannt, dass Steinbrück für sich einen Imageberater (Propagandisten) engagieren will, Kosten: 160 000 Euro

jährlich. Ein Ministeriumssprecher ließ verlauten, es gehe um «Zukauf von Dienstleistungen». In der heutigen Zeit reiche es nicht, «gute Politik» zu machen, sie müsse auch «gut verkauft» werden. Deshalb brauche der Finanzminister zur Durchsetzung seiner Politik der «harten Haushaltskonsolidierung» strategische Beratung von außen.

Ob der Medienauftritt des Herrn Steinbrück bei der Vorstellung der Bilanz der Zollverwaltung für 2005 wenige Tage später bereits mit der zusätzlichen PR-Kampagne in Zusammenhang steht, darüber gibt es keine Verlautbarung. In der Bilanz ist die Rede davon, dass 50 000 Arbeitsplätze durch Produktpiraterie potenziell gefährdet seien. Der Minister vergaß zu erwähnen, dass alleine bei der Telekom 35 000 Arbeitsplätze vernichtet werden, zur Konsolidierung eben.

Die PR-Berater werden die Aufgabe haben, die neoliberalen Vorstellungen des Umverteilens von unten nach oben «gut zu verkaufen». Schon jetzt arbeiten dafür eine hochkarätig

besetzte Pressestelle des Finanzministeriums und das Bundespresamt. Aufgabe der PR-Berater soll es unter anderem sein, dafür zu sorgen, «dass der Minister mit den richtigen Themen und der richtigen Sprache am Markt ist». Noch so viel PR-Rummel kann aber nicht aus der Welt schaffen, dass Ramsch Ramsch und Gammelfleisch Gammelfleisch bleibt, daran kann auch Umeticketieren nichts ändern.

Wozu also die Verschwendung von 160 000 Euro? Am Ende wird bekanntlich diese Summe noch überschritten. Haben sich der Herr Minister und die Verantwortlichen einmal gefragt, wie lange eine Verkäuferin oder eine Krankenschwester für dieses Geld arbeiten müssen? 160 000 Arbeitsstunden müsste ein 1-Euro-Jobber dafür arbeiten.

Miese Politik bleibt miese Politik. Wir werden diese Ausgaben zur Volksverdummung auf das Konto des Ministers als Minus verbuchen, um sie eines Tages einzufordern.

(Aus: SoZ Nr.4, April 2006)

SoZ Sozialistische Zeitung

monatlich mit 24 Seiten Berichten und Analysen zum alltäglichen kapitalistischen Irrsinn und den Perspektiven linker Opposition

SoZ-Verlag · Dasselstr. 75-77 · D-50674 Köln
Fon (02 21) 9 23 11 96 · Fax 9 23 11 97
redaktion@soz-verlag.de · www.soz-plus.de

Ich bestelle eine

- kostenlose Probeausgabe
- Probeabo (4 Ausgaben) gegen 10-Euro-Schein
(keine automatische Verlängerung)

Name Anschrift

Ausschneiden und einsenden an: SoZ, Dasselstr. 75-77, 50674 Köln

Was will die SoZ?

Die Sozialistische Zeitung (SoZ) setzt sich zum Ziel, publizistisch dazu beizutragen, alle Verhältnisse umzuwerfen, in denen der Mensch ein erniedrigtes, geknechtetes, verlassenes und verächtliches Wesen ist.

Sie versteht sich deshalb als Teil der emanzipatorischen Bewegungen, deren Ziel die Befreiung der Menschen von Unterdrückung, Ausbeutung, Entfremdung und Gewalt ist.

Der Kampf für umfassende Emanzipation kann nur erfolgreich sein, wenn die unterdrückten und entfremdeten Menschen sich für ihre eigenen Interessen und gegen Unterdrückung und Erniedrigung selbst engagieren. Deshalb verteidigt die SoZ demokratische Ansprüche individueller wie kollektiver Art und bekämpft alle Formen ausgrenzender Diskriminierung (Chauvinismus, Sexismus, Rassismus, Antisemitismus usw.) in der bürgerli-

chen Gesellschaft wie auch innerhalb linker Organisationsformen.

Der Kampf für umfassende Emanzipation in der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft wird nicht zuletzt entlang des Widerstands zwischen Lohnarbeit und Kapital geführt. Deshalb versteht sich die SoZ als grundsätzliche Gegnerin der weltweit vorherrschenden kapitalistischen Gesellschaft und ergreift Partei für die gegen Profitstreben und Konkurrenzkampf streitenden abhängig Beschäftigten.

Es gibt Widersprüche, die nicht auf den Widerspruch von Lohnarbeit und Kapital zu reduzieren sind – die Geschlechterfrage und die Ökologiefrage bspw. oder die Missachtung demokratischer Rechte von besonders unterdrückten und benachteiligten Bevölkerungsteilen. Deren praktische und theoretische Bearbeitung erfordert eigenständige Mittel. Ihre besondere Ausformulierung erfahren diese Widersprüche durch die bürgerliche Gesell-

schaft und den sie zentral durchziehenden Widerspruch zwischen Kapital und Arbeit. Es bedarf deswegen einer neuen, sich nicht selbst herstellenden Einheit in der Vielfalt, eines neuen Bündnisses von demokratischen und sozialistischen Kämpfen.

Da der Kampf um umfassende Emanzipation ein internationaler ist und letzten Endes auch nur dann erfolgreich sein kann, wenn er als internationalistischer weltweit geführt wird, versteht die SoZ die Förderung internationaler Solidarität und internationaler Zusammenarbeit als eine besondere Aufgabe der Zeitung.

Notwendig ist eine sozialistische Gesellschaft. Ihre ökonomische Grundlage kann nur sein: eine demokratisch geplante, selbstverwaltete Wirtschaft, die sich vor allem an den Bedürfnissen der Menschen orientiert – anstatt am Profit der Unternehmer und Banker oder den Privilegien der Bürokraten. Ihre politische Grundlage kann nur sein: Die Verwirkli-

chung der breitesten Demokratie, die Selbstbestimmung der Produzenten und die Selbstorganisation all derer, die einer besonderen Form der Unterdrückung unterliegen. Ziel muss also eine Gesellschaft sein, die im Gegensatz zur bürgerlich-kapitalistischen Klassengesellschaft und zu den ehemaligen bürokratischen Regimen (in der Ex-DDR, der Ex-UdSSR, in China usw.) steht. Sozialistische Demokratie kann sich nur da entwickeln, wo individuelle Rechte garantiert und erweitert werden, wo sich politische, soziale und kulturelle Demokratie entwickeln kann, ohne auf Grenzen von Macht und Herrschaft zu stoßen.

Eine solche Gesellschaft von morgen wird in den Kämpfen von heute aufgebaut. Die SoZ als eine von Parteien unabhängige Zeitschrift tritt in diesen Kämpfen für die Einheit der sozialistischen Kräfte und für den Aufbau einer organisierten Gegenmacht ein, die uneingeschränkt für diese Ziele steht.

Auszug aus dem Redaktionsstatut der SoZ