

Plädoyer für EIN STARKES EUROPA



Florian Geiger,
CEO Steeltec Group

Ist Ihnen das auch schon einmal passiert? Sie sind in ein Gespräch vertieft und plötzlich streut Ihr Gegenüber ein, dass er oder sie einen Tesla fährt. Damit ist dann meist die Schleuse für einen fast schon an Missionierung angrenzenden Monolog eröffnet. Während das im Gespräch durchaus anstrengend sein kann, beeindruckt mich diese Art der Identifikation sehr. Die Strahlkraft der Markenidentität, die einer Gemeinschaft das Gefühl gibt, Teil von etwas Grösserem zu sein, ist ein existenzieller Baustein des Erfolgs von Tesla.

die Europäische Union (EU) hätte versagt und könne den Vertrauensverlust nicht wiedergutmachen. Es folgt vermehrt der Ruf nach einem neuen, veränderten Europa. Eine besorgniserregende Tendenz bei dieser Neuerfindung des Selbstverständnisses ist die zunehmende Innenfokussierung und Abschottung von Märkten.

Die gleichen Prinzipien gelten auch bei der Findung und nachhaltigen Pflege einer firmeninternen Identität. Wenn die Mitarbeitenden verinnerlichen, wohin die Reise geht und welche Werte dem Weg dorthin zugrunde liegen, steigt ihre Identifikation mit dem Unternehmen und die Bereitschaft, dieses zu unterstützen. Das macht letztlich auch effizienter, denn Menschen sehnen sich grundsätzlich nach Zugehörigkeit. Verstehen sie das grössere Bild nicht, verschwenden sie wertvolle Energie damit, die entstandene Lücke zu schliessen, statt sich den eigentlichen Aufgaben zu widmen. Die gemeinsame Kultur ist sozusagen der Leim, der alles zusammenhält. Je stärker die Kultur und das gemeinsame Selbstverständnis, desto resistenter wird das Unternehmen auch in Krisenzeiten. Und Gleiches gilt auch in einem weit grösseren Kontext, wie das Beispiel Europa illustriert.

GEMEINSAMES VERSTÄNDNIS IN SCHIEFLAGE

Seit der Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 rutscht Europa von einer Krise in die nächste. Da ist die Schuldenkrise, die Migrationskrise, der Brexit, der zunehmende Aufschwung national-populistischer Ansichten, der Umgang mit der Corona-Pandemie und der verstärkte Eingriff von Grossmächten in den freien Handel. Ein gemeinsames europäisches Selbstverständnis, und damit einhergehend ein starkes Europa, gerät in Schieflage. Auf der politischen Bühne werden zunehmend Stimmen laut, die meinen,

ABHÄNGIG VOM EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTSRAUM

Das muss auch die Schweiz beschäftigen. Es ist zu kurz gehalten, wenn wir uns alleine auf die Eidgenossenschaft konzentrieren. Die Haltung «Sollen die mal machen, die werden schon sehen, wo sie ohne die Schweiz bleiben» ist in hohem Masse gefährlich, wie wir am Beispiel der Britischen Inseln gerade schmerzlich erfahren. Auch die Schweiz ist stark abhängig von uneingeschränkten Güterströmen und freiem Handel. Als international tätiges Stahlunternehmen ist die Steeltec – und mit uns viele andere Exportunternehmen – schlicht nicht überlebensfähig ohne eine enge Zusammenarbeit mit dem Europäischen Wirtschaftsraum und dem barrierefreien Zugang zu diesem Markt.

Die Schweiz ist zwar nicht Mitglied des EWR, wir sind aber sehr wohl Europäer. Und damit tragen auch wir einen Teil der Verantwortung für ein gemeinschaftliches europäisches Selbstverständnis. Das sollten wir auch aktiv mitgestalten. Schaffen wir als Europäer eine gemeinsame und offene Wertebasis, können sich Politik und Wirtschaft auf ihre eigentlichen Aufgaben konzentrieren und die Schweiz sowie Europa stärken. Denn ein starkes Europa ist für die Schweiz entscheidend, um nachhaltig im weltwirtschaftlichen Kontext bestehen zu können. ◇