

Die grosse Angst vor dem Shitstorm

Kein Bankkonto für Ehe-für-alle-Gegner Die Bank Raiffeisen verweigert einem politischen Komitee ein Konto. Auch die Swiss, die Migros und die Post tun sich schwer mit streitbaren Positionen.

Jorgos Brouzos
und Jon Mettler

Der Trägerverein hinter dem Referendum gegen die «Ehe für alle» fühlt sich ungerecht behandelt. «Diverse» Banken – welche, sagt der Verein nicht – hätten ihm ein Konto verweigert. Dagegen bekämen Organisationen, die sich für gleichgeschlechtliche Paare einsetzen, problemlos ein Konto. Das sei unfair.

Ein Beispiel für die Ungleichbehandlung sei die Raiffeisenbank in Zug. Die Bank habe die Kontoeröffnung ohne konkrete Begründung aber mit dem Stichwort «Reputationsschaden» abgelehnt. Zudem habe die Bank «das Gespräch über die wahren Gründe der Absage schlicht verweigert», so der Verein. Das Referendumskomitee hat daher Strafanzeige gegen die Raiffeisenbank Zug eingereicht. Raiffeisen Schweiz verweist auf die Vertragsfreiheit der einzelnen Mitgliedsbanken, Konti zu gewähren oder nicht.

Raiffeisen ist kein Einzelfall. «Gesellschaftliche Themen gewinnen in der Wirtschaft an Bedeutung, aber einige Firmen übertreiben es – sie wollen vorbildlicher erscheinen, als sie sind», urteilt Starwerber Frank Bodin: Viele Unternehmen hätten einfach Angst davor, einen Fehler zu machen. «Das Gegenteil von Angst ist Haltung, und dafür braucht es Mut», so Bodin.

Das grelle Schlaglicht der sozialen Medien

Gesellschaftliche Veränderungen sind für Firmen ein heikles Terrain – oft können sie fast nur falsch liegen. «Der Druck auf Unternehmen ist gestiegen, soziale und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, wie etwa Themen wie Inklusivität und Diversität zeigen», sagt Albena Björck, Kommunikationsexpertin und Dozentin an der Hochschule ZHAW in Winterthur. Die Digitalisierung und die sozialen Medien verstärken diesen Trend zusätzlich.

Hat eine Firma Angst, Kunden mit einem Geschäftspartner vor den Kopf zu stossen, lässt sie die Beziehung lieber bleiben – was dann prompt den Vorwurf der Cancel Culture auslöst: sprich, dass Firmen unliebsame Meinungen totschweigen. So verteilte die Swiss ihren Passagieren bei Unannehmlichkeiten Pralinen des Glarner Chocolatiers Läderach – zehn Jahre ging das so. Dann



Empörte Kunden brachten die Migros dazu, die umstrittene Süßigkeit von Dubler aus den Regalen zu nehmen. Foto: Gaëtan Bally (Keystone)

kündigte die Fluggesellschaft die Zusammenarbeit per April 2020 auf, weil sich einige Kunden an den Meinungen des Firmeninhabers störten. Jürg Läderach hatte sich gegen Abtreibungen und Homosexualität engagiert.

Laut Albena Björck würden viele Firmen einfach abwarten und hoffen, dass sich das Problem von selbst löst. Dieses Zögern könne zu einem Shitstorm führen. «Meiner Meinung nach haben viele Unternehmen ein unzureichendes Verständnis der modernen Konfliktkultur und der damit verbundenen Risiken», so Björck.

Das zeigt sich etwa am Fall des Aargauer «Mohrenkopf»-Herstellers Dubler. Migros-Kunden hatten sich im Sommer 2020 in den sozialen Medien darüber aufgeregt, dass der orange Riese in Zürcher Filialen die Süßigkeit mit dem umstrittenen Namen

anbietet. Daraufhin nahm der Detailhändler dort das Produkt aus den Regalen. Dubler-Inhaber Robert Dubler lehnte es danach ab, den Namen seiner Spezialität zu ändern. Die Auslistung der Dubler-Köpfe löste gleich den nächsten Proteststurm aus.

Sexismusverdacht gegen Künstlerinnen

Ein Shitstorm in den sozialen Medien wurde im Juni 2020 der Werbeträgerin Mimi Jäger zum Verhängnis. Die Post beendete umgehend die Zusammenarbeit mit der ehemaligen Ski-Freestylerin. Jäger hatte sich in den sozialen Medien über einen Stau aufgeregt, in den sie wegen einer Antirassismus-Demo geraten war. Die Post kündigte ihr daraufhin, ohne Rücksprache. Später entschuldigte sich der Staatsbetrieb bei der Influencerin.

Mit einer Tragetasche-Edition zu Covid-19 wollte die Genossenschaft Migros Zürich im Frühling 2020 der Kundschaft eine Freude machen. Das Schweizer Künstlerinnen trio Mickry 3 gestaltete die Taschen.

Doch dann kam der Sexismusverdacht: Die Illustrationen zeigten eine künstlerisch stilisierte nackte Frau und eine Katze in lustigen Alltagssituationen. Das Unternehmen stoppte die Verteilung der Taschen an die Kunden im letzten Moment. Die Begründung: Es fehle ein Bezug zur Pandemie.

Das ist für Werber Bodin ein typisches Beispiel: «Migros ist kein sexistisches Unternehmen, die hätten die künstlerischen Taschen zeigen können.» Vorschnell auf potenziellen Gegenwind zu reagieren, sei eine gefährliche Entwicklung. «Das ist schon fast Selbstjustiz», so Bodin.

Heute bestreiten die Unternehmen vehement, Cancel Culture betrieben zu haben. Bei den «Mohrenköpfen» habe es sich um einen «unternehmerischen Entscheid» gehandelt, teilt die Migros mit. Das Produkt sei in lediglich 2 von total 630 Supermärkten entfernt worden. Zu den Einkaufstaschen nahm die Migros keine Stellung.

Die Post habe nach dem Zwischenfall mit Mimi Jäger interne Gespräche geführt, um für das Thema zu sensibilisieren, sagt eine Firmensprecherin. Die Angelegenheit sei inzwischen geklärt.

Bei der Swiss heisst es, sie habe den Vertrag mit Läderach ordnungsgemäss auslaufen lassen. Bei einer erneuten Ausschreibung spreche indes nichts dagegen, Läderach wieder zu berücksichtigen – ausser die Firma hat Angst vor dem Gegenwind.

Börse

SMI
11239 Punkte

+0.3%



Die Besten

Lonza N	+1.9%
Givaudan N	+1.7%
ABB N	+1.2%

Die Schlechtesten

Zürich Ins. N	-4.7%
CS Group N	-2.3%
Swisscom N	-0.4%

Dow Jones Ind.

33'802 Punkte

+0.8%

Nasdaq Comp.

13'900 Punkte

+0.5%

Euro in Franken	1.100	-0.07%
Dollar in Franken	0.926	0.08%
Euro in Dollar	1.188	-0.14%
GB-Pfund in Franken	1.271	-0.03%
Öl (Nordsee Brent) in Dollar	63.01	0.5%
Gold (Unze) in Dollar	1745.10	-0.7%
Silber (Unze) in Dollar	25.57	1.3%

Arbeitslosigkeit ist im März leicht gesunken

Beschäftigung Der Arbeitsmarkt der Schweiz erholt sich vom Corona-Schock. So ist im März die Arbeitslosenquote um 0,2 Prozentpunkte auf 3,4 Prozent gesunken, wie das Staatssekretariat für Wirtschaft mitteilte. Dies vor allem aus saisonalen Gründen, zieht doch die Bauwirtschaft im Frühling jeweils wieder an. Allerdings ist auch die saisonbereinigte Ziffer um rund 6000 Personen respektive um 0,1 auf 3,3 Prozent gesunken. Der Vorjahresvergleich zeigt weiterhin die Folgen der Pandemie: Heute sind noch 16,5 Prozent mehr Personen arbeitslos gemeldet als vor einem Jahr. (sda)

Aktie der Credit Suisse markiert neues Jahrestief

Banken Die Talfahrt der Credit-Suisse-Aktie hat sich auch am Freitag fortgesetzt. Gegen Mittag sind die Titel der Grossbank auf neue Jahrestiefstände abgesackt. Nach den Debakeln um den Hedgefonds Archegos und die Greensill-Fonds sehen Marktbeobachter noch viele ungeklärte Fragen und erwarten eine längere Periode der Unsicherheit. Um 17.30 Uhr notieren die CS-Titel noch rund 2,3 Prozent im Minus bei 9,80 Franken, nachdem sie zuvor bei 9,73 Franken ein neues Jahrestief markiert hatten. Seit Jahresbeginn beträgt das Minus der CS-Aktien nun rund 12 Prozent. (sda/ali)

Darum heisst LafargeHolcim jetzt nur noch Holcim

Namensänderung Der Konzern reagiert auf einen Skandal in Syrien. Seine unrühmliche Vergangenheit wird Holcim damit aber nicht los.

Der Name Lafarge hat dem Zementkonzern LafargeHolcim kein Glück gebracht. Die französische Vorgängerfirma soll mit Schutzgeldzahlungen für ein Werk in Syrien jahrelang Terrorgruppen wie den Islamischen Staat finanziert haben. Der Skandal befleckte nicht nur den Ruf des Konzerns, sondern kostete auch einer ganzen Managerriege den Posten.

Konzernchef Jan Jenisch will diese Ära nun hinter sich lassen

und den Gruppennamen des Konzerns ändern: Lafarge soll verschwinden und das Unternehmen künftig nur noch Holcim heissen.

Das Unternehmen begründet den Schritt mit dem einfacheren Namen. In einem Interview mit der «SonntagsZeitung» hatte Jenisch solche Pläne bereits vergangenes Jahr angekündigt. «Wir haben einen etwas sperrigen Gruppennamen. LafargeHolcim ist als Name viel zu lang», hatte

er damals gesagt. Die Änderung betrifft nur den Gruppennamen. Die vor allem in französischsprachigen Ländern bekannte Marke Lafarge will das Unternehmen weiterhin verwenden.

Konzernchef will auch in den Verwaltungsrat

Seine Vergangenheit ist der Zementkonzern mit der Umbenennung aber nicht los: In Frankreich laufen weiterhin Ermittlungen unter anderem wegen

des Verdachts der Terrorismusfinanzierung. Die Untersuchungen betreffen Lafarge SA.

Es ist nicht die erste Namensänderung für das Traditionsunternehmen, das früher nach seinem Standort Holderbank hiess. 2001 wurde aus Holderbank Cement und Beton (HCB) und dem französischen Wort «ciment» Holcim. Der erneuten Namensänderung müssen die Aktionäre an der Generalversammlung am 4. Mai zustim-

men. Die Eigentümer sollen darüber hinaus Konzernchef Jenisch in den Verwaltungsrat wählen. Das geschehe, «um die Kontinuität in der Führung sicherzustellen», sagte ein Sprecher.

Aus Sicht der guten Unternehmensführung gelten solche Doppelrollen als schwierig. Um Interessenkonflikte zu vermeiden, werde Jenisch nicht im Nominierungs- oder Kompensationsgremium Einsitz nehmen, so der Sprecher. Diese Ausschüsse ma-

chen Vorschläge für die Besetzung von Managementposten und für Gehälter – Jenisch würde damit über sich selbst befinden. Zudem wird Jenisch nicht Vizepräsident des Verwaltungsrats wie sein Vorgänger Oscar Fanjul, der bei der GV zurücktritt.

Es gibt noch andere Schweizer Konzerne, bei denen der Firmenchef im Verwaltungsrat sitzt. Das ist etwa bei Roche-Chef Severin Schwan oder bei Nestlé-Chef Mark Schneider der Fall. (ag/sda)