

Nur eine Kasseler Existenzfrage?

Unter der Überschrift „Experten leben in der Nachbarschaft – Nach Jahren fand ein Kasseler Firmengespräch im Industriepark Waldau statt“ war am 13. November 2004 in der HNA zu lesen: (...) „Viele Firmen wüssten gar nicht, was für Spezialisten in Ihrer Nachbarschaft wohnen, sagte Oberbürgermeister Georg Lewandowski.“ (...)

Wen man nicht kennt, der existiert nicht, der ist nicht Teil unserer Realität, unserer Wahrnehmung. Das gilt für Personen wie für Unternehmen. Wir Mittelständler stellen die meisten Arbeitsplätze in unserem Land, sichern mit Flexibilität und Innovationskraft die deutsche Wettbewerbsfähigkeit. Nur – merkt das jemand, kommt das im öffentlichen Bewusstsein an?

Je stärker große Unternehmen ihre Präsenz auf dem Markt kommunizieren, umso grauer erscheinen wir Mittelstands-Mäuschen. Alles Maulen über die ungerechte Behandlung durch die Politik ist nutzlos, wenn „Mittelstand“ nicht konkret wird, wenn keine Assoziation zu Unternehmen in der Nachbarschaft erfolgt, wenn dieser Begriff fällt. Wir brauchen

mehr Selbstbewusstsein, müssen unser Bild in der Öffentlichkeit durch Kommunikation selbst gestalten und stärken. Das IHK-Netzwerk Mittelstand will Einfluss auf die Politik nehmen. Unsere Vorschläge zum Bürokratie-Abbau, zur Durchforstung unsinniger und behinderender Vorschriften werden Gehör finden, wenn wir deutlich machen können, wer dahinter steht: Die Mehrzahl der deutschen Unternehmen.

Mittelstand beginnt für uns nicht erst bei 250 Beschäftigten. Wir machen Lobby-Arbeit auch für kleinere und mittlere Unternehmen, die genauso unter bürokratischem Schwachsinn leiden wie große. „Divide et impera“: teile und herrsche! wusste man schon im alten Rom. Nur gemeinsam sind wir „unausstehlich“ für Politik und Bürokratie. Nicht, dass der einzelne Politiker oder Beamte böse wäre – der lebt nur in einer anderen Realität!

Wir müssen unsere Realität kommunizieren, immer wieder und überall deutlich machen, welche Belastungen und Einschränkungen unsere Arbeit behindern und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit schmälern. Wir müssen konstruktive Vorschläge machen und uns ein-

bringen in die Politik, die uns etwas angeht. Das alles setzt eines voraus: Mittelstand muss im allgemeinen Bewusstsein angekommen sein, muss existent werden.

Wir sind der Mittelstand – das gilt es in der Öffentlichkeit deutlich zu machen. Und vielleicht ist es ja auch gut für's eigene Geschäft, wenn der Nachbar merkt, welche Kompetenzen man hat. Oder? ■



Dipl.-Designer Michael Rechl Foto: Gerd Aumeier
michael.rechl@rechl.de