

Das Motiv ist entscheidend

Kürzlich wurde ich über meine Einschätzung des Verkaufs der traditionsreichen Stromnetzsparte von ABB an die japanische Firma Hitachi gebeten. Ich habe geantwortet: Entscheidend für ein solches Geschäft ist immer das Motiv. Wollen die Aktionäre Kasse machen? Will man sich vermehrt spezialisieren? Bringt der neue Eigentümer einen Mehrwert ein? Diese Fragen stellen sich besonders bei Firmen, in denen nicht die Eigentümer die Führungsverantwortung tragen, sondern diese an Manager abgetreten haben.

Aus einem guten Motiv kommt selten etwas Schlechtes. Und aus einem schlechten Motiv kommt selten etwas Gutes. Ich erinnere mich an den schwierigsten Entscheid meines Lebens: Die Übernahme der Ems-Chemie AG. Ich musste mich dazu hoch verschulden. Aber ich traute mir zu, das Unternehmen wieder zum Erfolg zu führen. Ich war überzeugt von der Möglichkeit, die Firma in Schweizer Besitz zu behalten und die Arbeitsplätze in der Bündner Bergregion zu erhalten. Andere Kaufinteressenten hätten die Ems-Chemie filetiert oder liquidiert. Mein Vorhaben gelang, weil das Motiv stimmte.

Auch in der Politik ist das Motiv entscheidend. 2006



musste ich als Justizverantwortlicher das neue Asylgesetz vertreten. Plötzlich schossen der frühere Präsident und der Ex-Geschäftsführer von Swisscom gegen die Vorlage. Sie wollten sich an mir rächen, weil ich zuvor im Bundesrat die ruinöse Strategie eines Kaufs der irischen Irecom durch die Swisscom verhindert hatte. Eine «Retourkutsche» ist ein schlechtes Motiv. Das Asylgesetz wurde vom Volk mit fast 70 Prozent der Stimmen angenommen.

Vom Swisscom-Präsidenten wurde bekannt, dass gegen ihn wegen Insidergeschäften ermittelt wurde. Dass dies ausgerechnet erst am Tag nach der Abstimmung geschah, stellt dem Motiv der betreffenden Journalisten allerdings ein zweifelhaftes Zeugnis aus.

E gfreuti Wuche.

Christoph Blocher