

Keine Kulturkriege mehr? Die amerikanischen Unternehmen erkennen endlich, dass Wokeness schlecht fürs Geschäft ist

1.11.2023 | Dimitry Pauk

Große Marken und Hollywood-Studios scheinen die Vorteile von Social Messaging in Frage zu stellen, während Investoren wie BlackRock ihren Kurs ändern

Von Hollywood-Studios bis hin zu Bierherstellern und Körperpflegemarken haben amerikanische Unternehmen in den letzten zehn Jahren eine immer fortschrittlichere Ideologie propagiert, oft zur Empörung eines großen Teils ihrer Zielgruppen und sogar zum Nachteil ihrer Umsätze. Doch nach den jüngsten Äußerungen einiger der einflussreichsten Persönlichkeiten der Finanzwelt zu urteilen, könnte es einen kleinen Hoffnungsschimmer am Ende dieses „woken“ Albtraums geben.

Im Laufe der Jahre hat sich die Phrase „Get woke, go broke“ (wach werden und pleite gehen) immer wieder als mehr als nur ein beliebtes Schlagwort erwiesen. Nehmen Sie zum Beispiel Gillette, das seinen Eigentümer Procter & Gamble 8 Milliarden Dollar [gekostet](#) hat, nachdem der berühmte Werbespot veröffentlicht wurde, der sich über „toxische Männlichkeit“ lustig machen wollte. Oder Budweiser, dessen Bud Light früher zu den meistverkauften Bieren Amerikas gehörte, jetzt aber einem [landesweiten Boykott](#) ausgesetzt ist, nachdem das Unternehmen eine katastrophale Zusammenarbeit mit dem Transgender-Aktivisten Dylan Mulvaney eingegangen ist.

Und natürlich gibt es [Disney](#) und [Netflix](#), die immer noch versuchen, ihr Publikum zurückzugewinnen, nachdem sie immer wieder formelhafte, belehrende, von der LGBTxyz-Agenda bestimmte Filme und Fernsehsendungen herausgebracht haben, die das Publikum [nicht sehen will](#).

Doch trotz der Boykotte, der sinkenden Umsätze und einer zunehmend frustrierten Kundschaft haben sich diese Unternehmen geweigert, von ihren „woken“ Botschaften abzurücken, und es gibt keine Anzeichen dafür, dass sie in nächster Zeit untergehen werden.

Abgesehen von aktivistischen Autoren, Produzenten und Marketingleitern, die ihre fragwürdigen Ideen über die Welt so weit wie möglich verbreiten wollen, gab es immer einen weiteren Grund, warum diese Unternehmen progressive Botschaften verfolgten. Und das sind die ESG-Ratings (Environmental, Social, and Governance gemäß UN-Agenda).

ESG Standards

Wie bei allen milliardenschweren Unternehmen wird das Geld nicht nur durch den Verkauf von Produkten verdient, sondern auch durch das Anlocken von Investitionen. Jahrelang verließen sich Unternehmen wie Disney, Netflix, Budweiser und Gillette auf ihre ESG-Bewertungen, um Investoren anzulocken und ihre Aktionäre zufriedenzustellen.

Das Konzept der ESG wurde erstmals 2004 von den Vereinten Nationen vorgestellt. Auf dem Papier sollten diese Grundsätze eine Kraft für das Gute sein und die Unternehmen zu mehr Transparenz sowie zu mehr ökologischer und sozialer Verantwortung anregen. Die nicht-finanziellen Kenn-

zahlen sollten den Unternehmen als Grundlage für die Bewertung und Einstufung ihres Engagements für Ziele wie die Förderung der Vielfalt, die Bekämpfung des Klimawandels und das soziale Engagement dienen.

In der Praxis werden ESG-konforme Unternehmen jedoch immer wieder beschuldigt, ausschließlich eine progressive, liberale oder „woke“-Ideologie zu fördern und sich zu sehr darauf zu konzentrieren, ihre ESG-Ratings aufrechtzuerhalten, anstatt ihren Kunden zuzuhören und ihnen das zu geben, was sie verlangen.

Der Milliardär Elon Musk beispielsweise [bezeichnete](#) die ESG-Standards als „Teufel und Betrug“, der von „falschen Kriegern der sozialen Gerechtigkeit“ begangen werde, nachdem mehrere Tabakfirmen und Öligiganten wie Exxon bei den Bewertungen besser abgeschnitten hatten als Tesla.

Die Kräfte hinter ESG

Finanzriesen wie BlackRock, Vanguard und State Street (auch bekannt als Big Capital), die Investitionen in Höhe von Billionen von Dollar verwalten und einige der größten Anteile an den meisten Fortune-500-Unternehmen kontrollieren, haben ihren Einfluss genutzt, um Unternehmen auf der ganzen Welt unter Druck zu setzen, damit sie fieberhaft ESG-Prinzipien einführen.

ESG-Ratings sind zu einem Mittel geworden, mit dem Unternehmen erpresst werden, um eine progressive Ideologie durchzusetzen. Umweltverantwortung wurde so verzerrt, dass sie zu unrealistischen Netto-Null-Forderungen wurde. Das Sozialrating wird verwendet, um zu beurteilen, wie sehr sich ein Unternehmen auf die Förderung der modernen Gender-Ideologie konzentriert. Und um ein gutes Governance-Rating zu erhalten, müssen Unternehmen Beauftragte für Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration (Diversity, Equity, and Inclusion – DEI) einstellen und sicherstellen, dass ihre Vorstände die „richtige“ politische Einstellung haben.

Wie der Unternehmer und GOP-Präsidentschaftskandidat Vivek Ramaswamy [erklärt](#), können Fondsmanager es einem „sehr schwer machen, wenn man sich nicht an ihre Agenda hält“. Giganten wie BlackRock können die obersten Unternehmensleitungen und Vorstände zwingen, nach ihren Regeln zu spielen, weil sie die Macht haben, „in vielen Fällen die Vergütung und Boni der Führungskräfte zu bestimmen und zu bestimmen, wer wiedergewählt oder erneut in die Vorstände berufen wird“, sagte er.

In der Zwischenzeit hat der CEO von BlackRock, Larry Fink, der als „das Gesicht der ESG“ bekannt geworden ist, [gewarnt](#), dass ein Unternehmen, ob öffentlich oder privat, das sich nicht für ESG einsetzt und sich weigert, sich mit der Gemeinschaft zu engagieren und einen "Sinn für den Zweck" zu haben, „letztendlich die Lizenz zum Handeln von den wichtigsten Interessengruppen verlieren wird“.

Sinneswandel?

In diesem Jahr haben dieselben Vermögensverwalter jedoch offenbar einen Kurswechsel vollzogen und ihre Unterstützung für ESG-Anlagestrategien zurückgefahren.

Im September gab die Vanguard Group [bekannt](#), dass sie in diesem Jahr nur 2 Prozent der von den Aktionären eingebrachten ESG-Resolutionen genehmigt hat, gegenüber 12 Prozent im Jahr 2022.

BlackRock, der weltweit größte Vermögensverwalter, stimmte in diesem Jahr [nur 7 Prozent](#) der Sozial- und Klimavorschläge zu, die ihm vorgelegt wurden, gegenüber 24 Prozent im Jahr 2022.

Joud Abdel Majeid, Global Head of Investment Stewardship bei BlackRock, begründete die niedrigen Zustimmungsraten mit einer „anhaltenden“ Verschlechterung der Qualität der Vorschläge, die er als „überzogen, wirtschaftlich nicht sinnvoll oder einfach überflüssig“ bezeichnete.

Selbst Fink, der diese Standards fast im Alleingang in den Vordergrund der Geschäftswelt gerückt hat, um „Verhaltensweisen zu erzwingen“, hat [kürzlich erklärt](#), dass er selbst „das Wort ESG nicht mehr verwendet, weil es vollständig zur Waffe gemacht“ und „von der Linken und der Rechten politisiert“ wurde.

Dies geschah, nachdem Fink Anfang des Jahres [berichtet](#) hatte, dass sein Unternehmen rund vier Milliarden Dollar an verwalteten Vermögenswerten im Zusammenhang mit der ESG-Kampagne verloren hatte. Zugegebenermaßen hatten diese Verluste einen vernachlässigbaren Einfluss auf das fast neun Billionen Dollar schwere Vermögen von BlackRock.

„Aufgewachte“ Unternehmen, insbesondere in Hollywood, müssen sich vielleicht auf etwas anderes konzentrieren als auf spaltende Kulturkriege

Man könnte jedoch argumentieren, dass die Abkehr von ESG, oder zumindest von bestimmten Aspekten, die sich als besonders kontraproduktiv erwiesen haben, bereits stattgefunden hat. Was beispielsweise den Governance-Aspekt betrifft, so haben zahlreiche Unternehmen, darunter große Konzerne wie Amazon, X (ehemals Twitter), Nike und Disney, bereits damit begonnen, ihre DEI-Abteilungen zu [entschlacken](#), und haben in den letzten Jahren Zehntausende von „Diversity-Mitarbeitern“ entlassen und ihre Chief Diversity Officer entlassen.

Doch nun, da die größten Vermögensverwalter beginnen, sich öffentlich von ESG zu distanzieren, müssen die Unternehmen, die sich in den letzten zehn Jahren auf diese Ratings verlassen haben, möglicherweise auch ihre Strategien überdenken, wenn sie an der Spitze bleiben wollen.

Einem kürzlich erschienenen Bericht der Needham-Finanzanalystin Laura Martin zufolge [erklärte](#) Disney-CEO Bob Iger bei einer Investorenveranstaltung mit 120 Teilnehmern im September unerwartet, er wolle den „Lärm“ zu Fragen des Kulturkriegs zum Schweigen bringen, da er für das Disney-Geschäft „nicht gesund“ sei, und betonte, dass die Inhalte „unterhaltsam und nicht themenorientiert“ sein sollten.

„Es ist nicht unser Ziel, in einen Kulturkrieg verwickelt zu werden. Unser Ziel ist es, weiterhin wunderbare Geschichten zu erzählen und einen positiven, positiven Einfluss auf die Welt zu haben“, [sagte](#) Iger im Juli.

Es ist jedoch fraglich, ob Iger Disney tatsächlich aus den Kulturkriegen heraushalten will oder einfach nur nach einem Weg sucht, die Rolle des Unternehmens bei der Förderung der progressiven Agenda weniger auffällig zu machen und die Rückschläge zu minimieren.

Bislang hat Disney noch keine konkreten Schritte angekündigt, um vom „Kulturkampf“ wegzukommen, und es wird wahrscheinlich mindestens ein Jahr oder länger dauern, um zu sehen, ob das Unternehmen tatsächlich seine Richtung geändert hat. In der Zwischenzeit setzt der Mediengigant, wie die meisten seiner Konkurrenten, den Weg fort, seine Veröffentlichungen, wie das kommende

[Schneewittchen](#)-Remake, mit progressiver Ideologie und Angriffen auf traditionelle Werte voll-zustopfen.

Netflix, das dafür berüchtigt ist, im Namen der Vielfalt beliebte Charaktere durch andere Rassen zu ersetzen und belehrende LGBTxyz-Inhalte zu verbreiten, versucht anscheinend auch, sich von der „Woke“-Gruppe zu lösen, wenn auch im Schneckentempo.

Nach dem Verlust von über einer Million Abonnenten im Jahr 2022 begann der Streamingdienst, wieder zu seiner Form zurückzufinden, indem er progressive Sendungen über [antirassistische Babys](#) [absetzte](#), sich stattdessen auf Dokumentationen über wahre Verbrechen konzentrierte und sich wei-gerte, kontroverse Komiker wie Dave Chapelle und Chris Rock zu zensieren.

Nach Chappelles „The Closer“-Special im vergangenen Jahr, das den Zorn vieler Progressiver auf sich zog, teilte der Streamingdienst seinen empörten Mitarbeitern in einem [Memo](#) sogar mit, dass sie sich einen anderen Job suchen sollten, wenn sie Probleme hätten, an Inhalten zu arbeiten, mit denen sie nicht einverstanden seien.

Abgesehen von einigen erfolgreichen Filmen und Serien der letzten Zeit, wie [Guardians of the Galaxy Vol. 3](#) und One Piece, die es geschafft haben, sich von den aktuellen Kulturkriegen zu distanzieren und ihr Publikum tatsächlich zu unterhalten, haben weder Netflix noch Hollywood als Ganzes ihre alten Gewohnheiten wirklich aufgegeben.

Abgesehen vom ESG-Schwerpunkt lässt sich die „Wokness“ in den meisten dieser Projekte auch dadurch erklären, dass die meisten Hollywood-Autorenbüros „mit inkompetenten Leuten und all-gemeinen Aktivisten besetzt sind“, wie ein Hollywood-Drehbuchautor, der sich auf X als Script Doctor vorstellt, [erklärte](#).

Der Streik der Writers Guild of America (WGA) in diesem Sommer könnte jedoch zu Veränderun-gen in der Branche führen, [sagte](#) der Drehbuchautor kürzlich in einem Podcast. Nach einer fast fünfmonatigen Pattsituation hat die Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP) schließlich [eine Vereinbarung](#) mit der WGA unterzeichnet, nach der die Autoren mehr Geld für ihre Arbeit bekommen und bestimmte Schutzmaßnahmen, u. a. vor AI, erhalten werden.

Gleichzeitig bedeuten diese Änderungen aber auch, dass die Studios mehr für ein einzelnes Projekt bezahlen müssen, was bedeutet, dass sie einen Anreiz haben werden, ihre Rentabilität zu maximie-ren, indem sie Qualität über Quantität stellen. Script Doctor [merkte außerdem an](#), dass Reformen bei der Arbeitsweise von Autorenzimmern Showrunner dazu veranlassen werden, die besten Auto-ren einzustellen, anstatt teure „Diversity Hires“ zu engagieren, die nur wenig oder gar keinen Wert mitbringen.

Da die ESG-Bewertungen langsam aber sicher ihren [Weg aus der Tür finden](#), kann man hoffen, dass die Unternehmen endlich einen Anreiz erhalten, sich mehr auf die Zufriedenheit ihrer Kunden zu konzentrieren, anstatt ihre ohnehin schon frustrierten Zielgruppen mit Randgruppenideologien zu beglücken.