

## DER BETRIEBSWIRT

## EUROPLATZ FRANKFURT

# Das Unternehmen geht vor

Die Gesellschaft formuliert immer neue Unternehmensziele wie Nachhaltigkeit oder Klimaschutz. Wo diese mit dem Interesse des Unternehmens nicht vereinbar sind, muss der Gesetzgeber aktiv werden.

Von Thomas Hutzschenreuter

Wir erleben gegenwärtig einen Kampf um die Hoheit über Unternehmensziele, insbesondere für börsennotierte, stark in der öffentlichen Wahrnehmung stehende Unternehmen. Es schießen immer neue Forderungen aus dem Boden, nach denen sich Unternehmen ausrichten und denen sie Folge leisten sollen. Beispiele für derartige sich teilweise überschneidende und momentan besonders schillernde Forderungen sind Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Klima-beziehungsweise CO<sub>2</sub>-Neutralität, Purpose (gesellschaftliche Legitimation) und Unternehmensdemokratisierung. Verpflichtet sind Vorstände und Aktiengesellschaften dem Unternehmensinteresse.

Problematisch wird es dann, wenn Zielsetzungen einander widerstreiten und Unternehmen mit der Fülle und teilweise Konkurrenz unterschiedlicher Zielsetzungen überlastet werden. Für Führungskräfte stellen sich dann vor allem drei Fragen. Erstens: In welcher Beziehung stehen die unterschiedlichen Zielsetzungen zum Unternehmensinteresse? Zweitens: Wie sollte das Unternehmen als Einzelwirtschaft mit gesamtgesellschaftlichen Forderungen umgehen? Und drittens: Welche Konsequenzen für die Unternehmenskommunikation ergeben sich aus Zielkonflikten zum Unternehmensinteresse?

## Zielpluralismus und Zielkonkurrenz

Vorstand und Aufsichtsrat einer deutschen Aktiengesellschaft sind per Aktiengesetzgebung und Rechtsprechung dem Unternehmensinteresse verpflichtet. Das Unternehmensinteresse lässt sich verkürzend, jedoch pragmatisch auf die Formel „Sicherung der Existenz und Weiterentwicklung des Unternehmens“ bringen. Existenz und Weiterentwicklung hängen für ein Unternehmen davon ab, inwieweit es die Unterstützung durch diejenigen hat, von denen es abhängt. Für Unternehmen, die im Wettbewerb um Kunden, Mitarbeiter, Ressourcen und Kapital stehen, bedeutet dies ganz zwangsläufig, auf die Interessen dieser verschiedenen Stakeholder in geeigneter Weise einzugehen, will man dem Unternehmensinteresse dienen. Gegen das Unternehmensinteresse zu handeln bedeutet somit ebenfalls zwangsläufig, die Bereicherung einer Gruppe zu Lasten des Unternehmens als Ganzes – Stichwort Heuschrecken – oder zu Lasten einer anderen Gruppe zuzulassen.

Die Bereicherung einer Gruppe zu Lasten einer anderen Gruppe drückt sich durch eine Überpriorisierung der Ziele der ersten Gruppe aus. Beispielsweise ließ sich im Zuge der sogenannten Shareholder-Value-Bewegung seit Mitte der 1980er Jahre feststellen, dass gerade die Überpriorisierung der Investoreninteressen zu negativen Wirkungen auf den Total Shareholder Return geführt hat. Dies zeigt, dass es noch nicht einmal im Interesse der – zumindest langfristig dem Unternehmen verbundenen – Investoren ist, ihre eigenen Interessen zu überpriorisieren. Schon gar nicht ist dies im Unternehmensinteresse. Insofern bedeutet Unternehmensinteresse Zielpluralismus, der, ganz nebenbei bemerkt, ein Kernbestandteil sozialer Marktwirtschaft ist.

Unproblematisch ist somit, wenn die Forderungen nach weiteren obengenannten Zielsetzungen, wie zum Beispiel Nachhaltigkeit beziehungsweise Corporate Social Responsibility, Hand in Hand mit dem Unternehmensinteresse gehen. Es entsteht dann erst gar kein Problem. Es ist dies der Sonnenschein-Fall, in dem alle direkt und indirekt Beteiligten zufriedengestellt werden können. Ein solcher Fall liegt vor, wenn beispielsweise ein energieintensives Unternehmen eine neue Fabrik in Indien baut und dort darauf dringt, dies nur unter der Bedingung zu tun, dass die Energie für dieses Werk aus erneuerbaren Energien kommt. Wenn die genannte Energieherkunft gleichzeitig mit einer höheren finanziellen Wertsteigerung verbunden ist, verglichen mit Energie aus fossilen Quellen, führt in diesem Fall – so verstanden – Nachhaltigkeit zu mehr Rendite. Das Management dieses Unternehmens würde sogar gegen das Unternehmensinteresse



Illustration Peter von Tresckow

handeln, bevorzugt es nicht die nachhaltige Alternative. Es steht also nicht Nachhaltigkeit gegen Rendite, sondern es entsteht Rendite durch Nachhaltigkeit.

Was aber, wenn der Fall anders liegt? Was, wenn die obengenannten Forderungen an die Zielsysteme der Unternehmen als eine Alternative zum Gewinnstreben stilisiert werden, das im gleichen Atemzug zum Teil moralisch diskreditiert wird? Es wird in diesem Zusammenhang gar von einem Zeitalter des Postkapitalismus gesprochen. Was, vereinfacht gesagt, wenn, im Folgenden am Beispiel der Nachhaltigkeit diskutiert, die nachhaltige Alternative tatsächlich gegen Rendite steht? Um sich dieser Frage zu nähern, müssen zunächst zwei Dinge geklärt werden. Erstens, warum steht sie gegen Rendite? Und zweitens, steht sie auch gegen das Unternehmensinteresse?

Zur ersten Frage: Nachhaltigkeit steht gegen Rendite, wenn Nachhaltigkeit Kosten verursacht, die über Umsätze nicht gedeckt werden können. Wenn dies nur eine Frage der Fristigkeit ist, mit der diese Betrachtung vorgenommen wird, liegt ein Scheinkonflikt vor. Wenn es sich in der langen Frist lohnt, steht Nachhaltigkeit nicht gegen Rendite, sondern nur gegen kurzfristige Rendite. Diesen Fall können Spitzenführungskräfte relativ einfach beherrschen, es sei denn, ihre Unternehmen befinden sich in den Händen von Stakeholdern, die ihre Macht zu Lasten anderer Stakeholder und damit gegen das Unternehmensinteresse missbrauchen können. Nachhaltigkeit steht somit nur dann gegen Rendite, wenn also, selbst in der langen Frist die Umsätze die Kosten unter Beachtung aller Kosten des Unternehmens, wie zum Beispiel auch Kapitalkosten, nicht decken können. Es muss also so sein, dass Kunden nicht bereit und oder nicht in der Lage sind, die zusätzlichen Kosten über zusätzliche Preise zu tragen.

Man kann sich Beispiele hierfür sehr einfach an den Wursttheken von Discountsupermärkten oder in den Läden von Discountleidungsgeschäften ansehen. Dort wird an der Kasse über Nachhaltigkeit abgestimmt. In wirtschaftlich guten Zeiten und in reichen Ländern finden nachhaltige Anbieter immer Märkte, mindestens eine Nische. Was passiert wohl aber in einer Rezession oder in armen Ländern? Kurzum, was, wenn das Unternehmen nicht in der Lage ist, durch technologische Innovationen mögliche Nachteile zu verhindern? Wenn Unternehmen somit gegenüber Wettbewerbern ins Hintertreffen geraten, steht Nachhaltigkeit auch gegen das Unternehmensinteresse. Dies liegt genau dann vor, wenn weniger beziehungsweise nicht nachhaltige Wettbewerber „ungeahndet durch Marktmechanismen“ Wettbewerbsvorteile auf Basis negativer externer Effekte, beispielsweise aufgrund einer Nichtbepreisung des Verbrauchs natürlicher Ressourcen, für sich erlangen. Dies dürfte heute genau der Fall sein, weswegen wir mittlerweile so intensiv über Klimaschutz sprechen und weswegen Unternehmen zunehmend in Zielkonflikte geraten.

## Einzelwirtschafts- und Gesellschaftsebene

Der Zielkonflikt zwischen Nachhaltigkeit und Unternehmensinteresse ergibt sich

durch eine Inkongruenz zwischen der Einzelwirtschaftsebene des Unternehmens und der Ebene der Gesellschaft als Ganzes. Das Problem entsteht, wenn auf Einzelwirtschaftsebene nichtnachhaltiges Handeln lohnend ist, was gleichzeitig aus Sicht der Gesellschaft als Ganzes vermieden werden sollte. Wichtig ist dabei, dass erst das nichtnachhaltige Verhalten vieler Einzelwirtschaften zum Problem für die Gesellschaft führt. Auf Einzelwirtschaftsebene kann dieses Problem jedoch nicht – es sei denn wie oben angesprochen durch Innovationen – gelöst werden. Besteht nämlich für Wettbewerber im oben beschriebenen Sinne ein echter Anreiz zum nichtnachhaltigen Handeln, führte nachhaltiges Handeln ins Hintertreffen, im Extremfall zum Sterben der nachhaltigen Einzelwirtschaft. Insofern lässt sich dieses Problem nicht ausschließlich mit Appellen in Richtung der Unternehmen lösen, sondern muss dort gelöst werden, wo es entsteht. Dies ist auf Ebene der Rahmenbedingungen, die jenseits der Einzelwirtschaft für alle Unternehmen gelten. Eine Lösung der Konflikte für die Zielsysteme von Unternehmen, hervorgerufen durch Inkongruenz zwischen Einzelwirtschafts- und Gesellschaftsebene, kann hinreichend nur in Regulierungen, zum Beispiel im Steuer-, Wettbewerbs-, Kapitalmarkt-, Gesellschafts-, Arbeitsmarkt-, Mitbestimmungs- und Verbraucherschutzrecht, liegen, durch die die Suche nach Lösungen in den Unternehmen im Sinne einer Harmonie von Nachhaltigkeit und Unternehmensinteresse priorisiert wird.

Unternehmen brauchen somit durch einheitliche Regeln für alle den Schutz vor Wettbewerbern, die sich auf Kosten einer Nichtnachhaltigkeit ökonomische Vorteile verschaffen. Anders gewendet, solange es nicht gegen Gesetze verstößt, nicht nachhaltig zu wirtschaften, und solange Marktmechanismen dieses Wirtschaften nicht verhindern, sondern gar begünstigen, sollte niemand erwarten, dass von diesen Möglichkeiten nicht Gebrauch gemacht wird. Im Gegenteil, es ist zu erwarten, dass sich immer jemand findet, der das macht, was nicht explizit verboten ist. Wenn dies zum Existenzproblem für diejenigen wird, die gemäß ihren Werten nach Nachhaltigkeit streben würden, sollte man nachhaltiges Unternehmensverhalten nicht erwarten und auch nicht einfordern.

## Unternehmensinteresse als Maxime

Es ist heute völlig unstrittig, dass ein gesellschaftlicher Wert wie Nachhaltigkeit von allen Teilen der Gesellschaft verfolgt werden muss. Die Diskussion hierüber signalisiert Unternehmen, in welche Richtung sich Gesellschaften entwickeln werden; unklar ist nur, wie schnell. Forderungen an Zielsysteme von Unternehmen haben insofern zunächst einmal einen Wert. Sie fordern faktisch, alle Anstrengungen zu unternehmen, nach Investitionsmöglichkeiten zu suchen, bei denen Nachhaltigkeit mit Rendite und damit mit dem Unternehmensinteresse einhergeht. Die Aufgabe heißt nicht: Rendite trotz Nachhaltigkeit, sondern sie heißt: Rendite durch Nachhaltigkeit.

Für Fälle, in denen diese Wohlfühlösungen nicht möglich sind, braucht es

eine Maxime. Diese Maxime bildet das Unternehmensinteresse. Die Entscheidungskaskade ist dabei dreistufig und setzt eine Definition von Werten auf Ebene des Unternehmens voraus. Stufe 1: Das Unternehmen bindet sich an Werte für den Fall, dass eine Handlungsmöglichkeit gegen diese Werte verstößt. Werte dienen somit als rote Linie, auch wenn, und dies ist das Entscheidende, das Unternehmen hiervon negativ in seiner Entwicklung betroffen sei. Werte stehen in diesem Fall über der Existenz des Unternehmens. Stufe 2: Gesamtgesellschaftliche Zielforderungen lassen sich durch Unternehmenshandeln mit dem Unternehmensinteresse harmonisieren. In diesem Fall wird das Unternehmensinteresse durch diese Zielsetzungen erreicht. Stufe 3, und hier wird es interessant: Gesamtgesellschaftliche Zielsetzungen lassen sich aufgrund eines Mangels an Lösungen auf Ebene der Gesellschaft als Ganzes nicht mit dem Unternehmensinteresse verbinden, verstoßen jedoch nicht gegen die Unternehmenswerte. Hier muss das Unternehmen das Unternehmensinteresse priorisieren, und alles in seiner Macht Stehende tun, um auf Lösungen auf Gesellschaftsebene zu dringen. Der Vorstand ist auf dieser Stufe dem Unternehmensinteresse verpflichtet, es ist die Maxime.

## Implikationen für die Unternehmenskommunikation

Es ist natürlich völlig klar, dass es gut möglich ist, sich hinter dem Fall der Stufe 2 auch zu verstecken und schlicht zu behaupten, man könne nicht anders und sei gezwungen. Dies muss einem nicht gefallen, gleichwohl bleibt es im ersten Schritt bei einem Regulierungsversagen. Gänzlich anders verhält es sich, wenn sich Unternehmen obengenannte gesamtgesellschaftliche Zielsetzungen, wie zum Beispiel Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility, ans Revers heften, ohne tatsächlich nach diesen Zielsetzungen zu handeln. Es handelt sich hierbei um schlichtes Marketing ohne inhaltliche Substanz. Ein „green washing“ oder allgemeiner gesprochen „ecological, social, ethical washing“ ist entweder ein Akt der Verdummung der Adressaten oder mindestens ein Versagen der Unternehmenskommunikation. Dies sollte kurze Beine haben und sich in Zeiten stark gesteigener Transparenz in der langen Frist nicht lohnen. Unternehmen sollten stattdessen in substanzhaltige Kommunikation über die Rolle ihrer Unternehmen in der Gesellschaft und auch über die Grenzen dieser Rolle investieren. Es gehört zu den neuen Anforderungen an die Unternehmenskommunikation, die Dilemmata der Unternehmen aufzuzeigen und aus diesem Blickwinkel heraus Forderungen an die Politik zu richten, Unternehmenshandeln zu ermöglichen, das das Unternehmensinteresse mit gesamtgesellschaftlichen Zielsetzungen in Einklang bringen kann.

Thomas Hutzschenreuter ist Inhaber des Lehrstuhls für Strategic and International Management an der TU München und war Gründungsvorsitzender der Wissenschaftlichen Kommission Strategisches Management im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre e.V.

## Klimasteuern mit Verwendungsgarantie

Von David Folkerts-Landau

Die Folgen des Klimawandels werden offensichtlicher. Die heißen Sommer der vergangenen Jahre sind nur ein Indiz. Rückversicherer registrieren global seit Jahren eine steigende Zahl von Schadensfällen, die auf wetterbedingte Phänomene zurückzuführen sind. 2018 waren es etwa doppelt so viele Ereignisse dieser Art wie im Mittel der neunziger Jahre. Auch die absolute Schadenshöhe nahm tendenziell zu. Dafür ist nicht allein der Klimawandel maßgeblich, sondern auch das Bevölkerungswachstum sowie eine Siedlungsstruktur, die Risiken durch Wetterextreme unzureichend berücksichtigt. Die meisten Ökonomen stimmen darin überein, dass ein einheitlicher Preis für CO<sub>2</sub> der effizienteste Weg ist, um das Wachstum der Emissionen zu begrenzen und sinkende Emissionen zu ermöglichen. Inzwischen gewinnt diese Idee auch in der Politik mehr Anhänger, wie der geplante vorsichtige Einstieg der Bundesregierung in eine CO<sub>2</sub>-Bepreisung zeigt. Gut so!

Ob diese Bepreisung von CO<sub>2</sub> über eine Steuer oder ein Emissionshandelssystem geschieht, ist zunächst zweitrangig. Denn beide Instrumente sind der bisherigen Klimaschutzpolitik überlegen, die zu sehr auf Ordnungsrecht und technologiespezifische Subventionen setzt. Eine CO<sub>2</sub>-Steuer hat den Vorteil, dass sie relativ einfach zu implementieren ist. Der Emissionshandel ist allerdings einer CO<sub>2</sub>-Steuer darin überlegen, dass er eine absolute Obergrenze für die CO<sub>2</sub>-Emissionen setzt und damit einen effizienten und auch effektiven Klimaschutz verspricht. Vorausset-

zung hierfür ist natürlich, dass möglichst viele Länder mitmachen.

Nun zeigt die politische Realität, dass es nicht einfach ist, klimapolitische Maßnahmen einzuführen, die der Wähler im Portemonnaie zu spüren bekommt. Zwar zeigt sich eine Mehrheit der Bevölkerung über den Klimawandel besorgt. Die Bereitschaft, höhere finanzielle Lasten für den Klimaschutz zu tragen, ist jedoch nicht stark ausgeprägt. „Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht nass“, scheint die Devise zu sein.



Um die Zustimmung in der Wählerschaft zu erhöhen, sollte von dem Grundsatz abgewichen werden, dass Steuermaßnahmen nicht zweckgebunden sind. Vielmehr sollten die Einnahmen aus einer CO<sub>2</sub>-Steuer oder einem Emissionshandel ausschließlich für klimapolitische Maßnahmen ausgegeben werden. Dazu zählen höhere Ausgaben für die Erforschung von kostengünstigen, leistungsfähigen, verlässlichen und CO<sub>2</sub>-armen Energien und Effizienztechnologien. Wegen der global weiter steigenden Emissionen sollte zudem der Anpassung an den Klimawandel mehr Priorität beigemessen werden. So sollten Gebäude und Infrastrukturen besser vor Wetterextremen geschützt werden. Langfristig könnten höhere Deiche oder gar Umsiedlungen notwendig werden. Schließlich muss ein Teil der Einnahmen dazu verwendet werden, um die sozialen Lasten und etwaige Verzerrungen des internationalen Wettbewerbs abzufedern, die aus höheren Energiepreisen resultieren können. Der Autor ist Chefvolkswirt der Deutschen Bank.

## WIRTSCHAFTSBÜCHER

## Bezahlbares Wohnen

Vorschläge des früheren SPD-Vorsitzenden

Am heutigen Montag erscheint ein kleines Buch des inzwischen 93 Jahre alten Hans-Jochen Vogel. Dabei geht es um ein Thema, das Vogel seit Jahrzehnten umtreibt, ob als Münchner Oberbürgermeister, Regierender Bürgermeister von Berlin, Bundesminister für Städtebau oder SPD-Vorsitzender: die gerechte Verteilung des Bodens. Vogel streift für eine Bodenrechtsreform, um der „ungebremsten Zockerei mit Grundstücken“ Einhalt zu gebieten. Boden sei keine beliebige Ware. Deshalb müsse das Gemeinwohl die Regeln des Marktes zurückdrängen. Man kann also sagen: Ein Sozialdemokrat befasst sich mit einem typisch sozialdemokratischen Anliegen, und das macht ihn, bei allem Streit in der Sache, schon einmal sympathisch. Ansatzpunkt sind für Vogel die hohen Mieten. Die Ursache dafür sieht er in den Bodenpreisen. Im Jahr 1961 entfielen 8 Prozent der Kosten eines Neubaus auf das Grundstück, der Rest auf den Baupreis. Heutzutage entfallen 79 Prozent der Kosten auf das Grundstück, jedenfalls in der Stadt München. „Die massive Spekulation mit steigenden Grundstückspreisen führte deutschlandweit in den letzten Jahrzehnten zu einer Erhöhung der Baulandpreise um 1900 Prozent“, kritisiert Vogel. Dabei habe der Münchner Stadtrat diese Spekulation schon im Jahr 1970 gerügt: „Die Mieten steigen. Die Eigentumbildung wird zum Spekulationsobjekt. Boden ist jedoch unproduzierbar. Trotzdem wird er gehandelt wie Ware in einem Krämerladen, das heißt, Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis.“ An dieser Feststellung hat sich, das wissen alle, die heutzutage in München eine Wohnung suchen, nichts geändert. Seit dem Jahr 1950 ist der Baulandpreis in der bayerischen Hauptstadt um 3930 Prozent gestiegen. „Das sind Rekordzahlen, für die ich keine vergleichbaren Zahlen auf anderen Gebieten wüsste.“

Im aktuellen Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD aus dem Jahr 2018 findet sich diese Vereinbarung: „Für eine nachhaltige Baulandmobilisierung und Bodenpolitik werden wir eine Enquete-Kommission einsetzen.“ Anstelle der vereinbarten Enquete-Kommission beim Bundestag wurde allerdings eine Bauland-Kommission auf Regierungsebene eingerichtet, weil diese schneller arbeiten und rascher zu Ergebnissen kommen könne. Berufen wurden ständige und themenbezogene Mitglieder, wobei Vogel bei den Verbandsvertretern auffällt, das „fünf der Immobilienseite und nur einer der Mieterseite angehört.“ Der Vorsitzende der Kommission, der CDU-Politiker Marco Wanderwitz, besuchte Vogel in München. Bei diesem Gespräch konnte Vogel seine Vorschläge ausführlich darlegen. So regte er unter anderem an, ein unbedingtes Vorkaufsrecht für Gemeinden zu schaffen und einen Planungswertausgleich einzuführen. Dieser Ausgleich war in der Novelle des Bundesbaugesetzes von 1974 vorgesehen, scheiterte aber im Laufe des Ge-

setzgebungsverfahrens. „Es kann nicht angehen, dass Bodeneigentümer für jeden öffentlichen Eingriff Entschädigung erhalten, aber die Gewinne, die ihnen durch öffentliche Entscheidungen erwachsen, für sich behalten können“, schreibt Vogel und meint damit vor allem die Zuerkennung des Baurechts.

Im Steuerrecht schlägt Vogel vor, den Hebesatz der Grunderwerbsteuer auf 3,6 (an einer anderen Stelle des Buches: 3,5) Prozent zu fixieren, da höhere Prozentsätze stets auf den Baulandpreis durchschlagen. Außerdem sei eine Grundsteuer C einzuführen, die auf nicht bebaute, aber bebaubare Grundstücke erhoben werden sollte. Das müsse auch für sogenannte Schrottimmobilien gelten. Schließlich sei das Privileg der Zehnjahresfrist im Einkommensteuerrecht abzuschaffen, dem zufolge der Verkaufserlös eines Grundstückstücks nicht mehr einkommensteuerpflichtig ist, wenn der 10 Jahre oder mehr zurückliegt. Diese steuerrechtlichen Vorschläge wurden im Abschlussbericht der Kommission vom Juli 2019 berücksichtigt. Dagegen wurde der Planungswertausgleich nicht zurückbehalten. Er taucht in dem nur 12 Seiten langen Bericht an keiner Stelle auf. Darüber ärgert sich Vogel maßlos, denn „gestoppt werden müssen selbstverständlich die Spekulanten; also diejenigen, die Grundstücke nur erwerben, um sie alsbald unter Abschöpfung des Preisgewinns weiter zu veräußern“. Gespeist würden die Bodenwertzuwächse aus den ständig wachsenden Mieten und den ebenso ansteigenden Grundstückspreisen. „Zur Steigerung hat schließlich auch beigetragen, dass Geldanlagen seit 2007 in großem Umfang nicht mehr verzinst wurden. Gerade deshalb floss dieses Geld dann in Grundstückskaufe.“ Zum Schluss seines Büchleins verweist Vogel auf die in Wohnungsnot geratenen Menschen. Er macht Vorschläge, was die Gemeinden gegen die Preisspirale tun sollten.

Alles in allem bleibt Vogels Darstellung auf Großstädte bezogen. Im vergangenen Jahr wuchs Deutschland um 227 000 Menschen, gleichzeitig wurden aber 285 000 Wohnungen fertiggestellt. Legt man – wie der Wirtschaftswissenschaftler Daniel Fuhrhop – zugrunde, dass im Durchschnitt zwei Personen in einem Haushalt leben, und berücksichtigt man noch, dass wahrscheinlich rund 20 000 Wohnungen durch Abriss verloren gingen, bleibt ein Überschuss von etwa 150 000 Wohnungen, die rechnerisch zu viel gebaut wurden. Der Grund für die trotzdem grassierende Wohnungsnot ist, dass viele Menschen immer größere Flächen bewohnen und in Städten wie München leben wollen statt im Harz. Gleichzeitig stehen Neubauten leer oder werden als Zweitwohnung oder Drittwohnung an reiche Menschen aus aller Welt verkauft. Mit diesen Themen beschäftigt sich Vogel nicht.

JOCHEN ZENTHÖFER

Hans-Jochen Vogel: Mehr Gerechtigkeit! Herder Verlag, Freiburg 2019. 80 Seiten. 12 Euro.