

---

02/2006

# CWVG - Dialog

Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftliche Gesellschaft e.V.

---

## Einfluss von Expatriates auf die Organisationsstrukturen deutscher Tochterunternehmen in Russland

Eine Untersuchung des Institutionalisierungsprozesses von Personalmanagementpraktiken und Unternehmenskultur  
von Friederike Groeger

### Problem- und Zielstellung

Im Zuge der Globalisierung drängen westliche Unternehmen nach Mittel- und Osteuropa, um Geschäfte zu eröffnen und den Handel aufzubauen. Nach wie vor sehen viele, vor allem deutsche Unternehmen, in Russland ein großes Marktpotential. Aber die Praxis zeigt, dass bei weitem nicht alle Firmen so erfolgreich sind, wie es der boomende Markt erwarten lässt.

Auf der Suche nach den Ursachen für Erfolge bzw. Misserfolge dieser Auslandsunternehmungen wurden in einem ersten Schritt vier mögliche Einflussfaktoren näher beleuchtet: die Organisationsstrukturen und Strategien international tätiger Unternehmen, die kulturellen Rahmenbedingungen auf Unternehmens- und Landesebene und mit besonderem Fokus auf die personellen Ressourcen – die Expatriates.

Aus der Analyse des Forschungsstandes zu den genannten Einflussfaktoren ergaben sich folgende Erkenntnisse:

- Empirische Studien belegen, dass der Internationalisierungsgrad von Organisationsstrukturen in international tätigen Unternehmen noch weit weniger entwickelt ist als der von Strategieoptionen. In modernen Organisationsformen kommt es generell zu einer Aufwertung der Rolle von Tochtergesellschaften, wobei der Autonomiegrad der einzelnen Entscheidungsträger steigt. Speziell in deutschen Firmen wird den Managern von Tochtergesellschaften ein relativ großer Entscheidungsspielraum eingeräumt. Insgesamt weist diese For-

schungsrichtung auf eine wachsende Bedeutung der Rolle von Expatriates hin, der bisher nicht genügend wissenschaftliche Aufmerksamkeit gewidmet worden ist.

- Studien über kulturelle Problemfelder internationaler Unternehmen in Russland, die sich allerdings nicht eindeutig auf deutsche Firmen beziehen, veranschaulichen recht deutlich, dass Menschen aus westlichen Kulturen und Russen nicht nur in rein kulturellen Aspekten differieren. Vielmehr ist seit ca. 15 Jahren eine Transformation der ökonomischen, politischen, ideologischen, religiösen und sozialen Systeme zu beobachten, die westlichen Managern ihre Tätigkeit in Russland besonders erschwert.

- Die allgemein verbreitete Personalmanagementstrategie, wichtige Positionen bei Tochtergesellschaften im Ausland mit Expatriates zu besetzen, ist mit vielen Problemen verbunden. Obgleich zahlreiche Forschungen die Aspekte des Auslandseinsatzes von Fach- und Führungskräften – meist vom Blickwinkel der individuellen Anpassung der Manager – thematisieren, besteht offensichtlich weiterer Bedarf an wissenschaftlichen Erkenntnissen. Der Expatriate-Forschung mangelt es an wissenschaftlichen Studien, die bei den unternehmerischen Leistungen dieses Erfolgsfaktors ansetzen.

Vor dem Hintergrund der unternehmenspraktischen Relevanz, und im Hinblick auf das Manko bisheriger Erkenntnisse, konkretisierte sich somit der Forschungsfokus auf den Einfluss von Expatriates auf die Organisationsstrukturen (am Beispiel) deutscher Tochterunternehmen in Russland. Die vorliegende Arbeit zielte dabei in zwei

Richtungen. Einerseits sollten die zu beschreibenden Ergebnisse die Forschungen auf dem Gebiet des internationalen Managements bereichern, indem sie Erklärungen und Orientierungshilfen für organisationsstrategische Überlegungen liefern, bei denen der Einsatz von Expatriates erwogen wird. Zum anderen bestand das konkrete Ziel für das internationale HR-Management im Hinterfragen des personalstrategischen Instruments „Expatriates“. Die Studie versuchte auf diese Weise, den mit Entsendungen verbundenen Praxisproblemen Auswahl, Wissenstransfer und Übergabe von Verantwortung an lokales Personal aus dem Blickwinkel der Wirkung für die Tochtergesellschaft zu begegnen.

### Inhalt

Einfluss von Expatriates auf die Organisationsstrukturen deutscher Tochterunternehmen in Russland	1
Der Konflikt zwischen dem Vertrieb von Werbeblockern und der Werbefinanzierung elektronischer Medien	4
splash! meets Classic	6
Das Europa-Lateinamerika-Projekt	7
Das Forum für Europäische Studien	7
Kümmel, Kohl und Kauderwelsch	8
Chemnitzer wirtschaftswissenschaftliches Forschungsseminar	8
Vogelgrippe auf dem Vormarsch	9
Zitate und Ökonomie	11
Veranstaltungshinweise	12

## Theoretische und methodische Herangehensweise

Grundlegende Annahmen für das Forschungsdesign waren die Prämisse eines hohen Autonomiegrades der deutschen Expatriates bei ihren Handlungen und die Berücksichtigung von Strategie und Kultur als Rahmenbedingung für die Akteure. Unter diesen Voraussetzungen wurde vermutet, dass die Organisationsstrukturen deutscher Tochterunternehmen im Wesentlichen von den Expatriates (und von kulturellen Gegebenheiten in Russland) abhängen.

Den Fokus auf den Faktor „Expatriate“ zu lenken und dessen Einfluss bei der Institutionalisierung von Strukturen der Organisationsform Tochterunternehmen zu hinterfragen, ermöglichte letztendlich der mikroinstitutionalistische Ansatz der Organisationstheorie. Mit seiner Hilfe konnte die Entwicklung der Strukturen anhand von Handlungen der Expatriates rekonstruiert werden und darauf aufbauend neue Erkenntnisse über die Bedingungen und Ursachen unternehmerischer Leistungen von Expatriates gewonnen werden. Der Untersuchungsinhalt „Organisationsstrukturen“ wurde dabei auf den Institutionalisierungsprozess von Human Resource Management (HRM) Praktiken und Unternehmenskultur bei deutschen Tochterunternehmen in Russland konkretisiert. Betrachtet wurden der Einsatz von Instrumenten und Verfahren bei der Personalsuche und -entwicklung sowie die Motivation und Führung des Personals. Die Untersuchungen zur (gelebten) Unternehmenskultur bezogen sich auf Elemente wie Sprache, Ablauf von Besprechungen, Büro-Einrichtungen und Arbeitsstrukturen.

Die Grundlage für die Betrachtung des Wirkens der Expatriates beim Tochterunternehmen bildeten folgende Analysepunkte:

- die Rahmenbedingungen für die Tätigkeit der Expatriates durch die Muttergesellschaft (aus der Sicht der Manager)
- die Möglichkeiten zur Unterstützung der Tätigkeit der Expatriates durch die Muttergesellschaft (aus der Sicht der Manager)
- die Wahrnehmung der russischen Mitarbeiter der Tochterfirma durch die Expatriates
- die Wahrnehmung der Expatriates durch die russischen Mitarbeiter der Tochterfirma
- der Wertekonsens der Expatriates mit den lokalen Mitarbeitern
- die Wirkung des Einflusses mehrerer bei der Tochtergesellschaft agierender Expatriates

- die Ambitionen der Expatriates
- der Umgang der Expatriates mit den durch die Muttergesellschaft vorgegebenen Rahmenbedingungen.

Als (qualitative) Erhebungsmethode wurde das Problemzentrierte Interview gewählt. Diese Vorgehensweise ist einerseits Theorie geleitet, andererseits erfüllt sie das Prinzip der Offenheit. Ein Leitfaden diente entsprechend den Analysepunkten als Grundlage für die Interviews. Als zusätzliche Untersuchungsmethode kam auch die Beobachtung von Artefakten, einschließlich Dokumentenanalyse zum Einsatz.

Ausgewählt wurden, nach einer Sondierung des Umfeldes und ersten Vorgesprächen zu Beginn des Jahres 2004, insgesamt neun deutsche Tochterunternehmen, darin eingeschlossen eine Repräsentanz. Bis auf ein Unternehmen waren alle in der russischen Landeshauptstadt Moskau angesiedelt. Die Interviews fanden im Zeitraum von Mitte Mai bis Ende Juli 2004 statt. Bei einigen Unternehmen ergab sich die Möglichkeit zu Nachgesprächen, die bis März 2005 geführt wurden. Insgesamt wurden in diesen Tochterunternehmen 13 deutsche Expatriates, elf russische und zwei weitere deutsche Mitarbeiter ohne Leitungsfunktion interviewt. Die Dauer der auf Deutsch abgehaltenen Interviews betrug zwischen anderthalb und drei Stunden. Die mit den russischen Angestellten auf Englisch oder Deutsch geführten Gespräche dauerten zwischen einer halben und anderthalb Stunden.

Im Anschluss an die Interviews wurden die transkribierten Texte der Probanden ausgewertet. Bei dem ersten Erkenntnisschritt der Fallanalyse bildeten Themen des Leitfadens und neue Themen der Interviewpartner die Grundlage für das Kodierraster. Anschließend wurden die Einzelfälle dargestellt und getrennt bewertet. Hier ergänzten verschiedene Dokumente und die beobachteten Symbolsysteme die Aussage. In der nächsten Stufe des Fallvergleichs wurden die zentralen Themen nach Ähnlichkeiten überprüft und nach bestimmten Merkmalen zusammengefasst. Diese durchgängigen Gemeinsamkeiten in den Merkmalen mündeten dann in die Typenbildung.

## Ergebnisse

Die Entwicklung von HRM-Strukturen und Unternehmenskultur der befragten deutschen Tochterfirmen wurde wesentlich von den Expatriates beeinflusst. Das sind Bereiche, in denen die Expatriates ihr persönliches Organisationsverständnis und ihre (kulturellen) Erfahrungen einbringen konnten. Hier wurden den deutschen Managern eher wenige strategische Vorgaben gemacht.

Auch die Unterstützung durch die Muttergesellschaft erfolgte generell in großer Abhängigkeit vom Engagement und vom HRM- und Kultur-Verständnis der Expatriates. Jedoch war der individuelle Einfluss der Manager unbedeutender, wenn die Muttergesellschaft eine umfassende strategische Entwicklungsplanung verfolgte und die entsandten Manager bei der Mutterorganisation sozialisiert worden waren.

Durch die Gegenüberstellung der gegenseitigen Wahrnehmungen zu den Themen Wissenstransfer, Führung des Personals und Kontakt zur Muttergesellschaft konnte festgestellt werden, dass es trotz des vorhandenen Bildungswillens auf russischer Seite erhöhter Anstrengungen beim Wissenstransfer bedurfte, um das russische Personal zur selbständigen Erfüllung der Aufgaben zu qualifizieren. Da die deutschen Führungskräfte im Allgemeinen von den Russen geschätzt werden, bräuchte es eines verstärkten Engagements, um diesem Gewöhnungseffekt entgegenzuwirken. Weiterhin zeigte sich, dass es bei der Ablösung von Expatriates durch russische Manager zu erheblichen unternehmenskulturellen Konflikten kommt. Im Kontakt zur Muttergesellschaft scheint es eine kulturelle Hemmschwelle (hohe Machtdistanz) zu geben, so dass eine direkte Verbindung zwischen lokalen Mitarbeitern und Mutterhaus herzustellen in den Tochterunternehmen nicht immer gelang. Folglich - so das Fazit - ist die Ablösung der Expatriates durch einheimische Mitarbeiter kein „Selbstläufer“.

Trotz Agierens in einem vergleichbaren kulturellen Umfeld entwickelten die Expatriates unterschiedliche Lösungsmechanismen, die ein dementsprechendes Verhalten der russischen Mitarbeiter nach sich zogen und somit zu einer Institutionalisierung bestimmter Praktiken führten. Anhand des Datenmaterials wurden drei Typen von Managern gebildet, die eben diese Mechanismen praktizieren. Die Unterschiede bei den HRM-Praktiken und im unternehmenskulturellen Verhalten beruhten auf den individuellen Wertebezügen der entsandten Mitarbeiter zum Gastland.

Kennzeichnend für den Typus Manager mit einem hohen Bezug zu Russland ist die prinzipielle Akzeptanz russischer Werte. Bei den HRM-Praktiken dieser Expatriates kommen deshalb die kulturell bedingten persönlichen Beziehungen besonders zur Wirkung.

Die Personalsuche „auf Russisch“ erfolgt vorrangig über individuelle Kontakte. Auch bei der Personalentwicklung wird deutlich, dass die Akzeptanz der russischen Spezifik gleichzeitig auch eine stärkere Akzeptanz der Persönlichkeit bedeutet. Das kann zum einen zur Folge haben, dass die Mitarbeiter sich in gewisser Wei-

se selbst überlassen werden und eine gezielte Entwicklung nicht stattfindet. Zum anderen werden Unzulänglichkeiten der Mitarbeiter respektiert. Auch bei kleinsten Fehlern und Fragen wird immer wieder geholfen. Diese Form des häufigen Feedbacks kann zu einer gebremsten Eigenständigkeit der Mitarbeiter führen, bei der ein gewisses Abhängigkeitsverhältnis der Mitarbeiter vom Expatriate entsteht. Die Incentives, die diese Expatriates geben, sind eher immaterieller Art. Sie gehen offenbar davon aus, dass es für die lokalen Arbeitnehmer Motivation genug sei, bei einer ausländischen Firma zu arbeiten. Auf der anderen Seite erfolgt das Engagement der Mitarbeiter eben auch - Personen abhängig - um des Chefs, weniger um der Sache willen. Diese Herangehensweise führt dazu, dass ein Großteil der Expatriates bestimmte Aufgaben nicht delegieren kann.

Auf kultureller Ebene erfolgt seitens der Expatriates eine gewisse Anpassung an russische Gepflogenheiten. Die meisten dieser Expatriates sprechen auch im Unternehmen Russisch. Die Versuche, deutsche Kulturwerte an die Mitarbeiter heranzutragen sind eher sanfter Natur und bewirken kaum Veränderungen. Die Ergebnisse unstrukturierter - aus deutscher Sicht wenig effizienter - Arbeitsweise russischer Mitarbeiter kompensieren die Expatriates mit ihrem eigenen verstärkten Engagement. Kritik am Verhalten russischer Mitarbeiter im Arbeitsprozess wird kaum geäußert. Anordnungen der Expatriates erfolgen allenfalls in für das Ergebnis des Unternehmens sehr kritischen Situationen.

Das Erfolgsrezept dieser Expatriate-Gruppe besteht vorwiegend in der Nutzung von Kontakten zu potentiellen Kunden oder Partnern. Im Umgang mit der Muttergesellschaft bevorzugen sie, dieser die russische Spezifik zu erklären und sie davon zu überzeugen, dass nur eine Anpassung an lokale Besonderheiten Erfolg versprechend sein kann.

Die Gemeinsamkeit der Manager mit einem niedrigen Bezug zu Russland besteht in der vorwiegenden Nichtakzeptanz russischer Werte. Trotz wahrgenommener kultureller Unterschiede und manchmal auch wider besseres Wissen setzen diese Manager in ihrem Verständnis bewährte Techniken des Personalmanagements durch.

Ihre Mitarbeiter rekrutieren sie, auch aufgrund fehlender Kontakte, nur selten über persönliche Bekannte. Eher wird intensiv mit HR-Agenturen zusammengearbeitet. Aber auch Direktbewerbungen und Stellenausschreibungen sind akzeptierte Mittel. Die Entwicklung der russischen Mitarbeiter hängt sehr vom Stellenwert der Personalentwicklung im Mutterunternehmen

und vom Verständnis der einzelnen Expatriates ab. Bei Unternehmen, in denen das Mutterhaus großen Wert auf die Entwicklung der Mitarbeiter legt, finden auch bei der Tochter erhöhte Anstrengungen statt. Zumindest bei den großen Firmen kommen entsprechende Instrumentarien zum Einsatz. Möglichkeiten zur Inzentivierung der Mitarbeiter sehen die Manager dieses Typs vorrangig im monetären Bereich. Mitunter motivieren die Manager mit einem niedrigen Russland-Bezug ihre Mitarbeiter aber auch, indem sie sie mit anspruchsvollen Aufgaben betrauen.



*Friederike Groeger, geboren am 7. Mai 1968, studierte an der Universität Leipzig, wo sie 1992 ihren Abschluss machte. Seitdem ist sie mit Unterbrechungen durch einen zweijährigen Auslandsaufenthalt in der Türkei und anschließend dreijährigem Aufenthalt in Russland in verschiedenen Personalbereichen der Siemens AG in München tätig. Ihre Dissertation fertigte sie von 2003 bis 2005 in Moskau an. Erstgutachter war Prof. R. Lang von der TU Chemnitz, Zweitgutachter Prof. E. Dittrich von der Universität Magdeburg und Drittgutachter Prof. D. Wagner von der Universität Potsdam.*

Die Kritik am für den Arbeitsprozess hinderlichen Verhalten russischer Mitarbeiter hat ihre Grenzen. Erwartet wird eine Anpassung der Russen an die kulturellen Werte der Expatriates. In Unternehmen, wo seitens der Muttergesellschaft eine diesbezüglich starke Unterstützung mit entsprechenden Mechanismen erfolgt, lässt sich das auch durchsetzen. Diese Unterstützung ist aber abhängig vom Engagement und vom Einfluss der Manager bei der Muttergesellschaft.

Nach Auffassung dieser Managergruppe kann der Erfolg der Firma vor allem durch das Umsetzen ihnen ver-

trauter Routinen bei der Tochterorganisation erreicht werden.

Das verbindende Merkmal des Typus mit mittlerem Russland-Bezug heißt Toleranz. Die Manager dieser Gruppe sind in der Lage, Vor- und Nachteile der divergierenden Kulturen gegeneinander abzuwägen und begegnen nachteiligen Verhaltensweisen der russischen Mitarbeiter mit Verständnis. Nicht immer allerdings können sie ihre Erkenntnisse bei Personalmanagementprozessen und der Entwicklung einer Unternehmenskultur berücksichtigen. Die Übernahme bewährter Routinen des Mutterhauses und die Berücksichtigung russischer Spezifika im Arbeitsprozess - sowohl bei den Personalmanagementpraktiken als auch unternehmenskulturell - sind für diese Manager mit einem großen inneren Konflikt verbunden. Denn von ihnen wird sowohl seitens der deutschen Muttergesellschaft als auch von den russischen Mitarbeitern erwartet, dass sie sich entsprechend positionieren. Im Umgang mit der Muttergesellschaft müssen die Manager dieses Typs manchmal ihre Entscheidungen verheimlichen oder werden anderenfalls dafür gerügt.

Die Macht, ein strukturelles Element bei der Tochtergesellschaft zu legitimieren, ist prinzipiell jedem der aufgezeigten Typen möglich, solange der unternehmerische Erfolg gegeben ist. Der Prozess der Entwicklung von HRM-Strukturen und Unternehmenskultur ist aber von mehreren Faktoren abhängig. Unter anderem beeinflussen hier das Zusammenspiel der entsandten Manager und strategisch-koordinierende Entscheidungen der Muttergesellschaft. Tendenziell scheinen die Etablierung der von ihnen bevorzugten Strukturen eher die Manager mit einer guten Beziehung zur Muttergesellschaft durchsetzen zu können.

Weiterhin gibt es logische Zusammenhänge zwischen den Ambitionen und den Wertebezügen der Expatriates. So scheint die Konstellation „Bleiben /Job“ typischerweise bei Managern mit einem hohen Russland-Bezug, die Gruppierung „Gehen/ Karriere“ hingegen bei Expatriates mit niedrigem Bezug zum Land, aber hohem zur Muttergesellschaft zu passen. Im Laufe der Tätigkeit im Ausland können sich die Ambitionen der Expatriates und die damit verbundenen Bezugsgrößen verändern.

## Fazit

In erster Linie zeigte die Studie, dass Expatriates nicht nur die Umsetzer strategischer Entscheidungen der Muttergesellschaft sind. Aufgrund des ihnen eingeräumten Autonomiegrades und des individuell empfundenen Handlungsspielraumes können die von

---

ihnen bevorzugten organisationalen Präferenzen, die in Abhängigkeit von ihrer Identifikation mit dem Zielland stehen, zur Geltung kommen.

Für den Erfolg oder Misserfolg entscheidend ist aber nicht – wie oft angenommen – allein das kulturelle Verständnis der Expatriates für das Gastland, sondern deren Auswahl in Verbindung mit der Strategie und den finanziellen Möglichkeiten der Muttergesellschaft. Ein Manager mit niedri-

gem Bezug zum Gastland wird bei vertriebsnahen Tätigkeiten sicherlich weniger erfolgreich sein als sein Kollege mit hohem Landesbezug. Andererseits werden bewährte Routinen der Muttergesellschaft (z.B. kaufmännische und technische Prozesse) am ehesten durch sozialisierte Mitarbeiter des Stammhauses übertragen, die gleichzeitig auch in der Lage sind, die nötige (auch finanzielle) Unterstützung einzufordern. Ein Manager mit mittlerem

Bezug zum Gastland braucht hingegen einen Handlungsrahmen, der ihm tatsächlich die Möglichkeit zu eigenen Entscheidungen gibt. Wichtig sind deshalb die fortlaufende Beobachtung des Verhaltens und der Ambitionen der Manager im Zusammenhang mit den ihnen zugedachten Aufgaben und die gegebenenfalls koordinierende Funktion aus dem Mutterhaus.

---

## Der Konflikt zwischen dem Vertrieb von Werbeblockern und der Werbefinanzierung elektronischer Medien

Unter besonderer Berücksichtigung der Rundfunkordnung, des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und der negativen Informationsfreiheit

von Markus Lempe

### I Einführung

Unter der Bezeichnung „Fernsehfee“ wurde 1999 erstmals ein Gerät zum Verkauf angeboten, das in der Lage war, Werbeeinschübe aus Rundfunksendungen automatisch auszublenden. Gegen den Vertrieb setzten sich private Rundfunkunternehmen gerichtlich zur Wehr, da sie einen Rückgang ihrer Werbeeinnahmen befürchteten, drangen aber beim Bundesgerichtshof mit ihrem Unterlassungsbegehren nicht durch. Der Absatz und die technische Qualität des streitgegenständlichen Werbeblockers reichten offensichtlich nicht aus, um die Werbeeinnahmen der Rundfunkunternehmen ernsthaft zu gefährden. Der Bundesgerichtshof sah die Rundfunkfreiheit der Sender aufgrund dessen nicht durch den Vertrieb der „Fernsehfee“ beeinträchtigt. In dem vorinstanzlichen Urteil war allerdings erwogen worden, dass ein Verbot von Werbeblockern dem Grunde nach in Betracht käme, falls die Finanzierungsgrundlagen für den Privatrundfunk tatsächlich ernsthaft beeinträchtigt würden. Die Frage, ob ein Verbot unter solchen Umständen rechtlich zulässig ist, wurde bislang höchstrichterlich noch nicht beantwortet.

Im Verlauf der Digitalisierung der Medien haben sich inzwischen vielfältige Techniken entwickelt, die eine Ausblendung von Werbung ermöglichen, wie etwa Personal Video Recorder oder der „webwasher“ für Internetseiten. Die technische Weiterentwicklung von Blockiersystemen sowie deren Implementation in unterschiedlichste elektronische Geräte oder auch reine Blockier-Software für PCs haben durchaus das Potential, sich zu einer ernsthaften Bedrohung für werbefinanzierten Rundfunk bzw. für Internetangebote zu entwickeln. Daher stellt sich die Frage, wie der Konflikt zwischen dem

Vertrieb von Werbeblockern und der Werbefinanzierung elektronischer Medien im Falle einer solchen Entwicklung (verfassungs)rechtlich zu lösen sein wird.

### II Beeinträchtigung der Werbemöglichkeiten durch Werbeblocker

Um festzustellen, ob und inwieweit sich der Vertrieb von Werbeblockern im Einzelnen auf die bestehenden Werbemöglichkeiten auswirken kann, muss man sich den rechtlichen Rahmen für Rundfunkwerbung vergegenwärtigen, der eine Vielzahl zulässiger Werbeformate zur Verfügung stellt. Diesen liegt ein übergeordnetes Prinzip zugrunde, das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot, welches besagt, dass Werbung von redaktionellen Inhalten getrennt und Werbeinhalte als solche gekennzeichnet werden müssen. Dieser Grundsatz ist in den verschiedenen Werbeformen unterschiedlich stark ausgeprägt, so dass diese auch in unterschiedlicher Weise von einer Ausblendung betroffen sind. In erster Linie blockierbar sind Werbespots, die in Werbeblöcken gesendet werden, sowie Sponsoringhinweise, welche die Haupteinnahmen der Rundfunkunternehmen generieren. Gegenwärtig noch nicht blockierbar ist die Werbung dann, wenn sie nur auf einem Teil des Bildschirms gesendet (Split-Screen) oder in den redaktionellen Inhalt integriert wird (virtuelle Werbung). Die Verbreitung von Werbeblockern würde im Wesentlichen das Konzept der Finanzierung redaktioneller Inhalte mittels Werbespots zunichte machen. Das Geschäftsmodell, mit redaktionellen Inhalten Zuschauer zu binden, um diese als Publikum für Werbesendungen zu gewinnen, würde von den Werbeblockern durchkreuzt. Nicht betroffen wären dagegen reine Werbesendungen (wie Teleshopping

oder Eigenwerbekanäle) sowie verbotene Schleichwerbung. Insgesamt wäre eine Verstärkung des Trends zu erwarten, Werbung und redaktionelles Programm untrennbar zu vermischen. Eine Motivation, rein redaktionelle Beiträge zu produzieren bzw. zu senden, gäbe es für den privaten Rundfunk oder sonstige elektronische Medienanbieter nicht mehr.

### III Schutz der Rundfunkordnung als Grund für ein Verbot von Werbeblockern?

Um ihr wichtigstes Geschäftsmodell vor Werbeblockern zu schützen, berufen sich Rundfunkunternehmen auf ein zentrales Argument: Die Beeinträchtigung ihrer Werbeeinnahmen durch Werbeblocker verletze private Rundfunkunternehmen in ihrer durch Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG garantierten Rundfunkfreiheit. Das in der Rundfunkordnung vorgesehene Konzept der Finanzierung redaktioneller Beiträge mittels Werbesendungen würde von Werbeblockern zunichte gemacht. Damit würde zugleich die Rundfunkordnung selbst als institutionalisierte, gesetzlich ausgestaltete Rundfunkfreiheit beeinträchtigt.

Zunächst lässt sich feststellen, dass eine ausdifferenzierte gesetzliche Ausgestaltung nicht in der Lage ist, neue Entwicklungen im Bereich der elektronischen Massenkommunikation adäquat zu erfassen. Der vom Bundesverfassungsgericht entwickelte funktionale Rundfunkbegriff orientiert sich an der Funktion eines elektronischen Mediums als Massenkommunikationsmittel. Er umfasst dem Grunde nach auch viele im Internet angebotene Kommunikationsdienste. Neu entstandene Dienste wie Internetradio, Video on Demand, der elektronische

Vertrieb von Presseartikeln, die massenweise Versendung von E-Mails mit redaktionellem Inhalt sind regelmäßig Rundfunk im verfassungsrechtlichen Sinne. Die vom Gesetzgeber entwickelten Kategorien Rundfunk, Mediensdienste, Teledienste oder neuestens auch Telemedien, für die jeweils unterschiedliche gesetzliche Regelungen bestehen, passen aber vielfach nicht für solche Dienste und schaffen erhebliche Einordnungsschwierigkeiten. Zu kritisieren ist hierbei insbesondere die Abgrenzung dieser Dienste untereinander danach, ob eine Nachricht verteilt oder abgerufen wird, ob Sendung und Empfang zeitgleich stattfinden bzw. ob die Nachricht körperlich oder „nur“ elektronisch verbreitet wird. Diese Kriterien verlieren im „Internetzeitalter“ zunehmend an Bedeutung. Dies gilt vor allem auch für die Grundvorstellung, dass der Prozess der individuellen oder öffentlichen Meinungsbildung mittels Rundfunk durch Vorgabe eines detaillierten gesetzlichen Rahmens geregelt werden müsse bzw. könne.

Berücksichtigt man ferner das fragwürdige grundrechtsdogmatische Fundament, das der institutionellen Interpretation der Rundfunkfreiheit zugrunde liegt, sowie die Harmonisierung der Rundfunkwerbung auf EG-Ebene, welche die Gestaltungsfreiheit des nationalen Gesetzgebers in dogmatisch schwer erklärbarer Weise einschränkt, so lässt sich die institutionelle Interpretation der Rundfunkfreiheit kaum mehr rechtfertigen. Die Rundfunkfreiheit sollte daher wie jedes andere (Freiheits-)Grundrecht als ein rein subjektives Abwehrrecht behandelt werden. Damit entfällt die Annahme, dass eine Behinderung der in der Rundfunkordnung vorgesehenen Werbefinanzierung zugleich eine Beeinträchtigung von Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG sei. Die mittelbare Drittwirkung, die von einer subjektiv-rechtlich verstandenen Rundfunkfreiheit in wettbewerbsrechtlichen Streitigkeiten ausgeht, ist dann beschränkt. Sie umfasst nicht die Integrität einer gesetzlich ausgestalteten Rundfunkordnung.

#### **IV Belange von Mediennutzern, Werbeblocker-Vertreibern und Medienunternehmen**

Die Frage, ob der Vertrieb von Werbeblockern wettbewerbswidrig ist, muss folglich ungeachtet der Integrität einer gesetzlichen Rundfunkordnung beantwortet werden. Abzuwägen sind die verfassungsrechtlich geschützten Belange der betroffenen Parteien. Was die Grundrechte der Berufsfreiheit oder der Eigentumsgarantie angeht, können weder Rundfunkunternehmen noch Werbeblocker-Vertreiber ein überwiegendes Interesse für sich

in Anspruch nehmen. Im Abwägungsprozess sind jedoch auch die Grundrechte der Mediennutzer zu berücksichtigen, da diese als Rezipienten in den Kommunikationsprozess mittels elektronischer Medien eingebunden sind. Maßgeblich dem Schutz der Nutzer dienen zum einen das allgemeine Persönlichkeitsrecht und zum anderen die negative Informationsfreiheit.

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht hat in einer umfangreichen Rechtsprechung zur Zulässigkeit aufgedrängter Werbung in verschiedensten Medien eine entscheidende Rolle gespielt. Dem Grunde nach verletzt Werbung, mit der ein Empfänger erkennbar ohne seine Einwilligung konfrontiert wird, dessen Persönlichkeitsrecht, und ist daher rechtswidrig. Diese Grundaussage kann allerdings nicht unmittelbar auf Werbung in elektronischen Medien übertragen werden. Hier entscheidet sich nämlich ein Empfänger zuvor freiwillig, die redaktionellen Inhalte zur Kenntnis zu nehmen, und wird erst aufgrund dessen für die mitgesendete Werbung erreichbar. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht kann aber auch dadurch beeinträchtigt werden, dass vorhandene Abwehrmittel (Werbeblocker) verboten werden, und damit die Möglichkeit der Empfänger, sich selbst den Werbebotschaften zu entziehen, beschränkt wird. Dies wird besonders deutlich, wenn man ein an die Nutzer selbst gerichtetes Verbot betrachtet, Werbeblocker einzusetzen. Die Unverhältnismäßigkeit eines Verbots, das darauf gerichtet ist, technisch mögliche Abwehrmaßnahmen gegenüber Werbung zu unterbinden, zeigt sich deutlich bei einer hypothetischen Anwendung auf klassische Formen aufgedrängter Werbung: Im Falle aufgedrängter Telefonwerbung würde ein Blockierungsverbot beispielsweise bedeuten, dass ein Werbeanrufer nicht durch den Angerufenen abgebrochen werden darf. Spam-Filter wären unzulässig. Ein gesetzliches Verbot von Abwehrmöglichkeiten würde die freie Entfaltung bei der Mediennutzung (und damit das allgemeine Persönlichkeitsrecht) beeinträchtigen und wäre auf verfassungsrechtlicher Ebene jedenfalls nicht mit Verweis auf die finanziellen Interessen der werbenden Medienunternehmen zu rechtfertigen. Ein an die Vertreter gerichtetes Verbot, Werbeblocker gewerblich anzubieten, hätte im Wesentlichen dieselben Auswirkungen. Für die Nutzer würde eine technisch mögliche Abwehr dann eben dadurch beseitigt, dass sie die nötigen Geräte nicht mehr erwerben können. Ein Verbot von Werbeblockern, sei es an die Nutzer oder die Vertreter gerichtet, würde demnach das Persönlichkeitsrecht der Nutzer beeinträchtigen und, mangels überwiegender sonstiger Belange mit Verfassungsrang, dieses auch verletzen. Letztlich kann die Ent-

wicklung einer technischen Neuerung, wie der Werbeblocker, nicht durch ein Verbot behindert werden, das versucht, den bisherigen Stand der Technik zugunsten privater Rundfunkunternehmen festzuschreiben.

Das Grundrecht der negativen Informationsfreiheit hat in Rechtsprechung und Literatur bislang nur wenige Konturen erlangt, meist im Zusammenhang mit möglichen Beeinträchtigungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Die negative Informationsfreiheit kann aber ohne Schwierigkeiten als Teilaspekt der allgemeinen Informationsfreiheit verstanden werden. Unter „Sich-Informieren“ lässt sich die Auswahl bestimmter Informationen aus der Vielfalt vorhandener Kommunikationsangebote verstehen. Auswahl bedeutet notwendigerweise zugleich die Ausblendung der nicht ausgewählten Informationsinhalte wie z.B. der Werbung. Da es sich bei der Informationsfreiheit um ein Kommunikationsgrundrecht handelt, ist eine Abgrenzung der Schutzsphäre gegenüber der (hier nur noch subjektiv verstandenen) Rundfunkfreiheit der Medienunternehmen besonders einfach: Der geschützte Bereich des Senders endet mit der Absendung des Kommunikationsinhalts in Richtung des Empfängers. Der durch die (negative) Informationsfreiheit geschützte Bereich beginnt bei der Entscheidung über den Empfang der Nachricht. Sowohl Sender als auch Empfänger sind in ihrem jeweiligen Handlungsbereich autonom. Das erklärte Ziel des Bundesverfassungsgerichts, eine größtmögliche Freiheitlichkeit des medialen Kommunikationsprozesses zu erreichen, lässt keine andere Sphärenabgrenzung zwischen den kommunizierenden Parteien zu. Die Möglichkeiten der Werbeblocker erleichtern also die Entfaltung der negativen Informationsfreiheit, der Bereich der Rundfunkfreiheit der Sender ist hierdurch nicht betroffen. Die Werbefinanzierung der Medien genießt

#### **Zur Person:**

*Dr. Markus Lempe, geb. am 5.12.1971 in Bühl/ Baden, war nach seinem Studium der Rechtswissenschaft in Heidelberg und Dresden sowie seinem Referendariat u.a. in Shanghai von 2001 bis 2004 an der TU Chemnitz (Lehrstuhl für Handels-, Gesellschafts- und Wirtschaftsrecht) als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig. Von 2004 bis 2005 studierte er im Rahmen eines Master of Laws-Programmes in Exeter und Dresden. Seit November 2005 ist er bei der Görling Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Frankfurt/ Main angestellt. Die Verteidigung seiner Dissertation fand im Dezember 2005 an der TU Chemnitz statt.*

---

keinen Schutz durch eine subjektiv verstandene Rundfunkfreiheit.

Ein weiteres zu berücksichtigendes Gut mit Verfassungsrang ist das Demokratieprinzip. Demokratie setzt eine öffentliche Meinungsbildung voraus, wofür wiederum eine größtmögliche Vielfalt von Massenkommunikationsangeboten anzustreben ist. Sind werbefinanzierte Kommunikationsangebote aufgrund von Werbeblockern nicht mehr möglich, so ist unter dem Aspekt medialer Vielfaltsbestrebungen das Demokratieprinzip berührt. Allerdings kann die Existenz von Kommunikationsangeboten nicht dadurch erzwungen werden, dass Nutzer der Kommunikationsmittel daran gehindert werden, sich werbenden Inhalten zu entziehen. Die Förderung der Meinungsvielfalt mittels einer Beschränkung der Medienutzer in ihrem Rezeptionsverhalten liefe dem Demokratieprinzip gerade zuwider.

## V Ergebnis und Ausblick

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass ein Verbot von Werbeblockern auch dann nicht zulässig ist, wenn diese sich zu einer ernstzunehmenden Bedrohung für werbefinanzierte Medien entwickeln. Die Werbefinanzierung elektronischer Massenmedien genießt nicht den verfassungsrechtlichen Schutz des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG. Die Lehre von der institutionellen Garantie

der Rundfunkfreiheit, die einen Schutz auch der Werbeeinnahmen nahe legen würde, kann nicht aufrechterhalten werden. Eine als „lediglich“ subjektives Freiheitsrecht verstandene Rundfunkfreiheit schützt nicht die finanziellen Grundlagen der Rundfunksender. Damit gibt es bei einer Güter- und Interessenabwägung keine hinreichenden Anhaltspunkte, die ein Verbot von Werbeblockern rechtfertigen würden.

Eine Auflockerung des Trennungs- und Kennzeichnungsgebots mit dem Ziel, den Einsatz von Werbeblockern zu erschweren, kommt nicht in Betracht, da dieses Verfassungsrang genießt. Die Unterscheidbarkeit von redaktionellen und werblichen Inhalten ist eine elementare Voraussetzung für massenmediale Kommunikation überhaupt und damit für eine demokratisch verfasste, auf mediale Meinungsbildung angewiesene Gesellschaftsverfassung wesentlich. Der Trennungsgrundsatz ist daher unmittelbarer Ausfluss des Demokratieprinzips.

Medienunternehmen werden versuchen, ihre Werbung gegenüber Blockiermechanismen weniger anfällig zu machen. Beispiele für nicht blockierbare Sendetechniken sind etwa das Split-Screen-Verfahren oder die Einfügung virtueller Werbung in die redaktionellen Inhalte. Inwieweit Werbeblocker entwickelt werden können, die auch solche Werbung ausblenden, lässt sich

nicht zuverlässig vorhersagen, da dies von unabsehbaren technischen Entwicklungen und wirtschaftlichen Motivationen abhängt. Ob ein Wettlauf der Technik zwischen Blockiermechanismen und Schutz der Sendesignale einsetzen und wer diesen gewinnen wird, ist offen.

Den Medienunternehmen steht aber die Option zur Verfügung, den Empfang ihrer Inhalte von einem Vertragsschluss mit den Nutzern abhängig zu machen („conditional access“). Damit könnten sie ein Entgelt für die Kommunikationsinhalte verlangen. Eine vertragliche Verpflichtung, keine Werbeblocker zu verwenden, wäre allerdings aufgrund der oben dargestellten Abwägung als sittenwidrig und damit unwirksam anzusehen.

Den Werbeblockern sind allerdings auch Grenzen gesetzt. Sie dürfen nicht fremde Werbung blockieren und durch eigene Werbung ersetzen. In diesem Fall wären das allgemeine Persönlichkeitsrecht wie auch die negative Informationsfreiheit der Nutzer nicht mehr zu ihren Gunsten abwägungserheblich. Die Ausnutzung einer von einem Mitbewerber geschaffenen Werbepattform zur Platzierung eigener Werbung ist wettbewerbswidrig.

---

## splash! meets Classic

Marketing-Professur an der TU Chemnitz organisiert für Europas größtes Hip-Hop-Festival einen einzigartigen Auftritt von Rappern und der Robert-Schumann-Philharmonie Chemnitz

von Nicole Leithold

Was haben Europas größtes Hip-Hop- und Reggae-Festival splash! und das Chemnitzer Philharmonieorchester gemeinsam? Auf den ersten Blick nicht viel. Doch im Rahmen des diesjährigen Hip-Hop-Events vom 4. bis 6. August 2006 am Stausee Rabenstein in Chemnitz treten erstmals mehrere Hip-Hop-Künstler mit etwa 60 Musikern der Robert-Schumann-Philharmonie auf. Getreu dem Motto „splash! meets Classic: Hip-Hop-Allstars featuring Robert-Schumann-Philharmonie“ treffen am Abend des 6. August, Hip-Hop-Künstler und Philharmoniker in einem instrumentellen Medley als Abschlussakt des dreitägigen Festivals aufeinander. Künstler wie Samy Deluxe, Beginner, Curse, Tefla&Jaleel, Azad und Afrob werden 60 Minuten lang vom Philharmonieorchester begleitet. Am Ende soll ein Allstar-Stück folgen. Initiiert wurde dieses Projekt von der Professur Marketing und Handelsbetriebslehre der Technischen Universität Chemnitz.

### Raus aus dem Orchestergraben...

Zum Hintergrund: Die Marketingprofessur führte im Jahr 2003 unter Leitung von Prof. Dr. Cornelia Zanger im Auftrag der Chemnitzer Robert-Schumann-Philharmonie eine Umfrage zur Bekanntheit und Akzeptanz des Orchesters durch. Dabei bestätigten sich die Vermutungen der Philharmoniker: Über zwei Drittel der Chemnitzer (73 Prozent) kannte die Philharmonie zwar, aber weniger als die Hälfte (43 Prozent) hatten ein Konzert besucht. Der Altersdurchschnitt der Besucher lag bei 52 Jahren. Daraufhin empfahlen die Marketingexperten: „Die Philharmonie muss raus aus dem Orchestergraben!“.

Im Jahr 2005 folgte eine Marktforschungsstudie im Auftrag der splash! Entertainment AG, in der das Image und die Akzeptanz des größten Hip-Hop- und Reggae-Festivals in Europa durch die Chemnitzer Bevölkerung untersucht wurden. Resultat: Das Festi-

val ist fast allen Chemnitzern bekannt. 80 Prozent der Bürger meinen, dieses Festival sei auch gut für das Image der Stadt.

### ... hin zum Stausee

In Folge dieser beiden Studien hatten die Marketing-Forscher der TU die Idee eines neuartigen Events, bei dem Philharmoniker und Rapper neue Wege einschlagen. „splash! meets Classic“ war geboren. Jedoch mussten die Künstler aus den sonst eher gegensätzlichen musikalischen Welten dafür begeistert werden. „60 der insgesamt 108 Philharmoniker haben sich spontan für diesen innovativen Versuch bereit erklärt, obwohl das Orchester zum Zeitpunkt des Festivals eigentlich Spielpause hat“, beschreibt Jörg Scholz, Vorsitzender des Orchestervorstandes die Reaktionen der Künstler auf die Idee. „Wir wollen junge Leute erreichen und wählten das extremste, was es wohl gibt“, sagt Scholz schmunzelnd. Der Kommentar des Rappers Curse zum Projekt fiel etwas kürzer

aus: „Oh, cool!“

Den schwierigsten Teil hat nun wohl Arrangeur Steffan Claußner, der zur Zeit der Hip-Hop-Musik der beteiligten Künstler die passenden philharmonischen Klänge zuordnet. „Problematisch ist es ein Klangspektrum für die Vokal-Parts für das Orchester zu finden, denn immerhin müssen ja alle Instrumente was zu tun bekommen“, bringt Claußner die Schwierigkeit auf den Punkt. Die Proben sollen im April beginnen.

Auch in die Lehre der Marketing-Professur ist das Projekt eingebunden. So haben im vergangenen Semester Studenten im Rahmen einer Fallstudie ein Kommunikationskonzept zur Vermarktung dieses außergewöhnlichen Auftritts entwickelt. Auf welche PR-Aktionen man jetzt gespannt sein darf, möchte Manuela Sachse, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Professur, noch nicht verraten.

Weitere Informationen: TU Chemnitz, Professur Marketing und Handelsbetriebslehre, Dr. Jan Drengner, Telefon (03 71) 5 31 - 41 58, E-Mail: jan.drengner@wirtschaft.tu-chemnitz.de und Manuela Sachse, Telefon (03 71) 5 31 - 39 74, E-Mail: manuela.sachse@wirtschaft.tu-chemnitz.de und bei „splash! meets Classic“ im Internet: <http://www.splash-meets-classic.de>

## Europa-Lateinamerika-Projekt

Das Europa-Lateinamerika-Projekt (ELP) wurde von Frau Prof. Dr. Ulrike Brummert, Dr. Teresa Pinheiro und Herrn Dr. Dirk Rübbecke ins Leben gerufen nachdem im Jahr 2005 das Europa-Afrika-Projekt sehr erfolgreich verlaufen ist.

Aufgrund der zahlreichen Anfragen von Seiten der Studenten, die an einem ähnlichen Projekt mitarbeiten wollten, wurde nun ein neues Projekt mit verändertem Schwerpunkt gestartet. Die Beziehungen zwischen dem europäischen und dem amerikanischen Kontinent werden im Mittelpunkt des neuen Projekts stehen.

Im Rahmen des ELP setzen sich die Teilnehmer wissenschaftlich mit den Beziehungen zwischen Europa und Lateinamerika auseinander. Politikwissenschaftliche, wirtschaftswissenschaftliche und kulturwissenschaftliche Aspekte werden aufgegriffen.

Es ist geplant, die gesamten Arbeiten in einer öffentlichen Veranstaltung zu präsentieren. Die Veranstaltung wird dabei für Diskussionen und Anregungen offen sein.

Die erste Vorbesprechung findet am 15. Mai in Zimmer Rh39/ 638 um 17.30 Uhr statt.

## „Überraschend, aber interessant!“

Das Forum für Europäische Studien

von Bertine Stelzer

Im Jahr 2003 wurde mit einem ersten gemeinsamen Europa-Kolloquium der Dozenten der Wirtschaftswissenschaftlichen und der Philosophischen Fakultät das „Forum für Europäische Studien“ (FEST) ins Leben gerufen. Schon seit 2002 existierten Bemühungen beider Fakultäten, sich über europabezogene Aktivitäten auszutauschen und die vorhandenen Europa-kompetenzen zu bündeln. Mit der Gründung des FEST ist es 2003 letztendlich gelungen, einen institutionellen Rahmen zu schaffen und die Europakompetenzen der Mitglieder auch nach außen zu tragen.

„Das Forum versteht sich gegenwärtig als relativ loser Zusammenschluss, in dem der interdisziplinäre Austausch und die interdisziplinäre Kooperation über das Thema Europa im Vordergrund stehen“, sagt Prof. Dr. Niedobitek. Er ist Mitglied der so genannten Sprechergruppe des FEST, die sich halbjährlich trifft, um über die Verteilung der Organisation der Kolloquien zu beraten. Die thematische Ausgestaltung liege dann, so Niedobitek, bei der jeweiligen Professur. So ist es dem Themenvorsitzenden überlassen, ob er oder sie selbst einen Vortrag hält oder Referenten zum Thema nach Chemnitz einlädt. „Da wir die Themen vor den Kolloquien noch nicht kennen, ist es meist sehr überraschend, aber auch interessant, über welche Inhalte letztlich referiert oder diskutiert wird“, so Prof. Dr. Niedobitek.

In der Regel werden in den Diskursen unter anderem Fragen der europäischen Integration behandelt, es werden aber auch die Entwicklungen einzelner Staaten und Regionen innerhalb Europas in vergleichenden Betrachtungen reflektiert.

Die monatlich stattfindenden Kolloquien bieten eine Möglichkeit des Austauschs. Weiterhin lädt die Homepage des FEST dazu ein, sich über Publikationen oder aktuelle Forschungsprojekte

der Mitglieder des FEST zu informieren. Dies sei sowohl für Außenstehende, als auch für die Mitglieder selbst wichtig, sagt Prof. Dr. Niedobitek. Neuigkeiten in diesen Bereichen können jederzeit von den Mitgliedern „FESTgemeldet“ werden, indem sie über einen eigenen Zugang online gestellt werden.

Außerdem unterhält das FEST derzeit vielfältige Kontakte und Kooperationen zu verschiedenen Institutionen im In- und Ausland, so zum Beispiel zum

Willy-Brandt-Zentrum für Deutschland und Europa-Studien der Universität Breslau oder dem Kompetenzzentrum Mittel- und Osteuropa Leipzig e.V. (KOMOEL). Diese stellen zum Teil die Referenten für die Kolloquien, sind aber auch in diversen Projekten integriert und bieten Praktikumsmöglichkeiten für die Europa-Studenten der TU Chemnitz.

Der Großteil der Kolloquiumsteilnehmer sind Studenten. Dies sei sehr erfreulich für die Veranstalter, jedoch sei es ursprünglich der Wunsch nach interdisziplinärem Austausch unter den Kollegen der Fakultäten gewesen, der zur Gründung des FEST führte. „Dieser Anspruch wurde in der Gründungsphase des FEST zunächst nur begrenzt realisiert, jedoch hat sich im Rahmen der FEST-Kolloquien inzwischen ein reger interdisziplinärer Austausch etabliert“, so Niedobitek. Ein neues Projekt soll diese Entwicklung weiter verstärken. Alle derzeitigen FESTmitglieder sind nunmehr aufgerufen, Beiträge für einen Sammelband zum Thema Europa zu verfassen. Zwar ist die Finanzierung dieses Projekts noch nicht vollständig gesichert, jedoch soll das Buch bereits Ende 2007 erscheinen. „Vielleicht bietet das eine neue Basis für weitere Aktivitäten innerhalb des Forums“, so Niedobitek. Möglicherweise gelingt es dann, „Europa“ als Lehrschwerpunkt an der Universität stärker zu integrieren und somit einen Beitrag zur Profilbildung der TU Chemnitz zu leisten.



# Kümmel, Kohl und Kauderwelsch

Bericht über ein Auslandssemester von Holger Löbel

Ein Semester im Ausland sollte ins Studium eingebunden werden – dank Erasmus und Scheinfreiheit an sich kein Problem mehr. Nur wohin soll die Reise gehen? Sich einreihen in die lange Schlange der Spanien-Bewerber, nach England oder Frankreich und damit auf ausgelatschten Pfaden wandeln? Aber da gibt es doch noch... genau, das große Unbekannte jenseits der östlichen Grenze der Heimat – Mitteleuropa!

Da die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Kontakte an die Wirtschaftsuniversität Bratislava unterhält, ist die Entscheidung für die Slowakei aufgrund der Möglichkeit, eine slawische Sprache zu erlernen und der zentralen Lage des Landes schnell gefallen. Für Sprachinteressierte ist es besonders interessant, in Zilina im Norden des Landes einen dreiwöchigen Intensivsprachkurs im Rahmen des EILC-Programms der EU zu besuchen. Dort hatte ich die Möglichkeit, zumindest ein paar Brocken dieser schwierigen Sprache zu lernen und, noch viel wichtiger, Kontakte zu anderen Erasmusstudenten zu knüpfen, die ebenfalls am Anfang ihres Aufenthalts standen. In diesen Fällen war dann Englisch die Sprache der Wahl.

Da ich vorher keinerlei Zugang zu einer slawischen Sprache hatte, konnte ich das irritierende Gefühl kennen lernen, auf der Reise und in der ersten Zeit im Land rein gar nichts zu verstehen – das Lesen verkommt zu einer peripheren Fähigkeit, da das Gehirn mit den gelieferten Buchstabenreihen einfach nichts anfangen kann.

Umso hilfreicher war die Unterstützung durch slowakische Studenten im Rahmen des Buddy-Systems, die ähnlich unserem Patenprogramm an der TU Chemnitz wichtige Erledigungen mit uns ausländischen Studenten machen und für erste soziale Kontakte sorgen. Die Verständigung war auf dieser Ebene kein Problem, fast alle jungen Slowaken höherer Bildung sprechen nahezu fließend Englisch oder Deutsch – oder gleich beides! Anders sieht es in anderen Schichten aus, gerade ältere Slowaken und oft auch Servicepersonal spricht kaum eine Fremdsprache oder verbirgt diese Fähigkeit, womit auch der „Service“ in der Berufsbezeichnung hinfällig wäre. Auch kundenorientiertes Verhalten ist schwer zu finden, ich habe es mir während meines Aufenthalts in der Slowakei gründlich abgewöhnt, von einer „Servicewüste Deutschland“ zu sprechen.

Das bedeutet aber keinesfalls, dass Slowaken insgesamt unfreundlich sind – das genaue Gegenteil ist der Fall. Fremde werden freundlich und inter-

essiert aufgenommen, und gerade von Deutschland und den Deutschen haben die Slowaken ein sehr positives Bild.

Wichtig ist zu wissen, dass die Slowaken sich nicht als Ost- sondern als Mitteleuropäer fühlen. Dies wird auch in der Kultur deutlich, die ich als der unseren sehr ähnlich empfunden habe. Etwas offener, etwas unverbindlicher, aber insgesamt nicht sonderlich unterschiedlich. Im Unialltag fällt vor allem auf, dass ein recht starkes Kontroll- und Hierarchiebestreben durch die Gänge weht. Im Hörsaal hat der Dozent klar die Hosen an, von einer Diskussionskultur kann kaum die Rede sein. Das Niveau der Lehre habe ich als nicht besonders hoch empfunden, allerdings habe ich auch nur die englischsprachigen Vorlesungen besucht, in den slowakischen mag dies etwas anders sein. In jedem Fall spielen Benotungen eine größere Rolle, so ist z.B. die Möglichkeit ins Ausland zu gehen sehr stark von den Noten abhängig.

Für westliche Studierende ist das Leben in der Slowakei sehr günstig. Die Miete im Wohnheim liegt deutlich unter 50€ im Monat, und auch die Gastronomie bietet ein niedriges Preisniveau. In vielen Fällen ist das Qualitätsniveau allerdings ebenfalls niedriger als in Deutschland, so dass das Vergnügen manchmal etwas eingeschränkt wird. In der Küche begegnet einem häufig das Lieblingsgewürz der Slowaken, der Kümmel, der auch in sehr vielen Brotsorten zu finden ist. Kohl in verschiedenen Formen ist ebenfalls sehr beliebt, was natürlich gut zur allgemein deftigen Kochart passt. Dazu gesellt sich auch gerne das ein oder andere gute slowakische Bier, was eine gute Einleitung für das Nachtleben in Bratislava sein kann.

Etwas gesundheitsfördernder sind Ausflüge in die fantastische Natur der Slowakei mit den schönen Bergen und den vielen kleinen Flüssen, die das Land durchziehen.

Wer also bereit ist, die Sprachbarriere zu überwinden, neue Erfahrungen in jeder Beziehung zu machen und sich auf viele spannende Erlebnisse einzustellen, dem ist ein Aufenthalt in der Slowakei nur zu empfehlen!

## Zur Person:

Holger Löbel steht kurz vor dem Abschluss seines Studiums der Betriebswirtschaftslehre an der TU Chemnitz. Er verbrachte das Wintersemester 04/05 in Bratislava an der Ekonomická Universita v Bratislave.

## Chemnitzer wirtschaftswissenschaftliches Forschungsseminar

Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der TU Chemnitz lädt im Sommersemester 2006 immer mittwochs um 18.30 Uhr zum wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsseminar ein. Die Veranstaltung findet in der Reichenhainer Straße 39, Fakultätssitzungsraum 638 statt.

### Vorläufiges Programm:

10. Mai 2006: Dr. Dirk Morschett, Universität des Saarlandes, Thema: „Institutionalisierung und Steuerung von Auslandseinheiten multinationaler Unternehmen“

17. Mai: Prof. Dr. John Addison, University of South Carolina

21. Juni: Prof. Dr. Karl Georg Zinn

28. Juni: Dr. Andreas Löschel, Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), Thema: „Europäische Kommission Umweltpolitik und technischer Wandel – Eine Simulationsanalyse“

05. Juli: Prof. Dr. Margareta Kulesa, Thema: „Die Zukunft der Meere - zu warm, zu hoch, zu sauer“ Das WBGU-Sondergutachten aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive

12. Juli: Prof. Dr. Bernhard Eckwert, Universität Bielefeld

Das aktuelle Programm kann unter <http://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/vwl4/forschungsseminar/programm-2006.pdf> abgerufen werden.



Seit April 2006 unterstützt Bertine Stelzer die Redaktion des CWG-Dialog. Sie hat bereits journalistische Erfahrungen u. a. bei der Berliner Zeitung gesammelt.

---

# Vogelgrippe auf dem Vormarsch - Wege zur Eindämmung innerhalb der EU

von Diana Sonntag und Katja Drechsel

Die auf den Menschen übertragbare Variante des Vogelgrippe-Virus (H5N1) breitet sich weiter aus. Erstmals beim Menschen in Hongkong 1997 aufgetreten, hat sich dieser Virus seither über China, Korea, Südostasien bis hin nach Europa verbreitet. Die Grenzen der Europäischen Union (EU) sind nicht nur erreicht, sondern bereits überschritten. Nachdem der Virus bei Wildschwänen in Italien und Griechenland diagnostiziert wurde, ist er mittlerweile auch in Deutschland, Frankreich und Österreich nachgewiesen worden. Angesichts dieser Verbreitung könnte ein Übergreifen der Vogelgrippe auf das restliche Europa nur noch eine Frage der Zeit sein. Es besteht die Gefahr, dass der Virus nicht wie bisher nur Wildvögel infiziert, sondern auch auf Nutzgeflügel überspringt. Dies könnte wiederum H5N1-Infektionen beim Menschen begünstigen. Nach Meinung der Weltgesundheitsorganisation (WHO) wird der Virus primär durch den unmittelbaren Kontakt mit infiziertem Geflügel, z.B. beim Schlachten, auf den Menschen übertragen (WHO (2006)). Um eine weitere Ausbreitung der Geflügelkrankheit innerhalb der EU zu verhindern, wurden seitens der einzelnen Länder Gegenmaßnahmen ergriffen. Es wird zwischen Maßnahmen vor dem Ausbruch von Erkrankungen, z.B. Stallpflicht zum Schutz der Tiere, und Maßnahmen nach dem Auftreten von Erkrankungen, z.B. Keulung von infizierten Tieren, unterschieden. Die eingeleiteten Maßnahmen stützen sich zum großen Teil auf Erkenntnisse mit vergleichbaren Epidemien, wie z.B. die Severe Acute Respiratory Syndrome Epidemie (SARS). Auf diese kann zurückgegriffen werden, da die Vogelgrippe mittlerweile ebenfalls eine vom „Tier auf Mensch“ übertragbare Krankheit (sog. **Zoonose**) ist.

## 1 Die Vogelgrippe - Eine weitere Zoonose?

Viele Erreger, die schwere Erkrankungen bei Tieren auslösen, sind grundsätzlich keine Gefahr für den Menschen (vgl. im Folgenden European Commission (2005)). Sie können jedoch dann auch für den Menschen gefährlich werden, wenn sie aufgrund von Mutation auf den Menschen übertragbar sind. H5N1-Viren sind nicht die ersten Viren, die eine weltweite Epidemie auslösen könnten. Bereits 1918 verursachten mutierte Viren von Tieren eine Influenza-Pandemie, bei der mindestens 40 Millionen Men-

schen starben (vgl. WHO (2003)). Um die „Spanische Grippe“ einzudämmen, wurden Überwachungs- und Quarantänemaßnahmen eingeleitet.

Quarantänemaßnahmen sind auch heute noch effektiv. Durch Isolation von Einreisenden mit Verdacht auf die Lungenerkrankung **SARS**, konnte eine Verbreitung im Jahr 2003 erfolgreich verhindert werden. SARS ist, wie die Spanische Grippe, ein Beispiel für eine Zoonose. Der Erreger ist ein bisher unbekannter Virus aus der Familie der Coronaviren (vgl. CDC (2004)). Coronaviren sind eine häufige Ursache für Erkrankungen der oberen Atemwege. Es wird vermutet, dass dieser Virus durch den Verzehr von infizierten Larvenrollern, eine mit Hyänen verwandte und zu den Schleichkatzen zählende Wildtierart, die in der südchinesischen Küche als Delikatesse gilt, auf den Menschen übertragen wurde. Seinen Ursprung hat SARS vermutlich in der Provinz Guangdong in Südchina. Bereits im November 2002 traten in dieser Region atypische Lungenentzündungen auf. Die WHO bestätigte, dass es sich bei diesen Erkrankungen um SARS handelte. Ausgehend von Guangdong wurde der Virus über Hongkong innerhalb weniger Wochen weltweit verbreitet. Diese rasche Diffusion war aufgrund der Übertragung durch Tröpfcheninfektionen möglich. Schätzungen der WHO zufolge wurden 8.096 Personen mit der Lungenerkrankheit infiziert (vgl. WHO (2004)). 774 Infizierte starben an SARS; der Großteil (648 Personen) in China einschließlich Hongkong.

Ein weiteres Beispiel für eine Zoonose ist **BSE**. Diese Krankheit wurde erstmals Ende 1984 bei einer Kuh in Großbritannien diagnostiziert. Im Laufe des darauf folgenden Jahres traten weitere Fälle mit den typischen Symptomen und schweren Koordinationsstörungen auf. Aufgrund dieses Verhaltens wurde die Krankheit in Großbritannien als „Mad Cow Disease“ (Rinderwahnsinn) bezeichnet. Es wird vermutet, dass die Krankheitserreger, so genannte Prionen, im Tiermehl, welches an die Rinder verfüttert wurde, enthalten waren. Tiermehl wiederum wurde aus den Kadavern und Schlachtresten beispielsweise von Schafen gewonnen, die an der Nervenkrankheit Scrapie erkrankt waren. Scrapie weist die gleichen Symptome wie BSE auf. Da Tiermehl seit 1972 nicht mehr bei 130°C, sondern nur noch bei 80°C behandelt wird, konnten hitzebeständige Erreger vom Schaf auf das Rind übertragen werden. Mittlerweile sind innerhalb der

EU circa 182.000 BSE-Fälle bestätigt, davon über 180.000 allein in Großbritannien. Die Zahl der Erkrankungen ist in den letzten Jahren rückläufig. Im Jahr 2004 wurden 865 BSE-Infektionen festgestellt. Grund dafür sind eingeleitete Maßnahmen, wie z.B. das seit 1994 erlassene Verbot, Tiermehl an Wiederkäuer zu verfüttern. Trotz rückläufiger BSE-Fälle ist die von Prionen ausgehende Gefahr nicht gebannt. Anfang des Jahres 2005 wurde der erste BSE-Fall bei einer Ziege in Frankreich bestätigt (vgl. BfR (2005)). Damit ist BSE erstmals unter anderen Wiederkäuern aufgetreten. Es gilt zudem als sehr wahrscheinlich, dass BSE auf den Menschen übertragen werden kann (vgl. Bundesärztekammer (1998)). Als Folge dieser Infektion kann eine neue Variante der Creutzfeldt-Jakob-Krankheit, eine neurologische Erkrankung, auftreten. Seit 1996 wurden innerhalb der EU 165 Fälle diagnostiziert. Ein möglicher Übertragungsweg ist der Verzehr von infiziertem Rindfleisch. Um weitere Infektionen weitestgehend auszuschließen, bestand im Zeitraum von 1996 bis 1999 innerhalb der EU ein Exportverbot für Rinder und Rinderprodukte aus Großbritannien (WHO (2002)). Risikomaterial wie z.B. Hirn, Schädel, Augen und Milz werden nach der Schlachtung entfernt.

Diese Beispiele verdeutlichen, dass unabhängig davon, ob ein Erreger von Schweinen, Wildtieren oder Rindern auf den Menschen übertragbar ist, der intensive Kontakt zwischen Tier und Mensch eine Übertragung begünstigt. Die derzeit verbreitete **Vogelgrippe** ist somit ein weiteres Glied in dieser Kette. Aufgrund gegebener Aktualität wollen wir uns dieser näher zuwenden. Zunächst erfolgt ein historischer Abriss.

Die Vogelgrippe ist eine seit über 100 Jahren bekannte Erkrankung. Sie wird durch Influenza A-Viren verursacht. Diese sind unter Wasservögeln verbreitet. Der hoch ansteckende Virus H5N1 ist ein Subtyp des Influenza A-Virus. H5N1 wurde bereits 1997 in Hongkong diagnostiziert. Die so genannte „Hongkonger Vogel-Influenza“ konnte aber durch Tötung des gesamten Geflügelbestandes erfolgreich eingedämmt werden. Bis Mitte Dezember 2003 schien die Gefahr einer Verbreitung von H5N1 gebannt. Ende 2003/Anfang 2004 trat das Virus aber erneut in Geflügelfarmen in Südkorea, Vietnam, Japan, Kambodscha, der Republik Laos, Indonesien und China auf. Die Verbreitung von H5N1 konnte nicht erfolgreich eingedämmt werden,

da nicht die gleichen Sofortmaßnahmen eingeleitet wurden, wie bei der Hongkonger Vogel-Influenza. Deshalb hat sich der Influenzavirus von Jahr zu Jahr weiter ausgebreitet. Im Jahr 2005 wurden größere Ausbrüche unter frei lebenden Vögeln festgestellt. Durch Vogelzüge konnte sich der Virus über die Grenzen Südasiens nach Westen verbreiten.

Zunächst wurde H5N1 unter Geflügelbeständen in Sibirien (Region Nowosibirsk) und Kasachstan diagnostiziert. Ferner sind Ausbrüche in der Mongolei und im Ural nachgewiesen worden. Im Oktober 2005 meldeten die Türkei, Rumänien und Kroatien infizierte Tiere. Zu Beginn des Jahres 2006 wurde die Vogelgrippe auch innerhalb der EU nachgewiesen. Im Februar bestätigten u.a. Italien, Griechenland, Ungarn und Frankreich H5N1-Verdachtsfälle bei Wildvögeln. Positive Befunde bei Schwänen, Zugvögeln und jetzt auch Nutztierbeständen sind auch aus Deutschland und Österreich gemeldet worden. Die Situation sollte vor allem deshalb nicht unterschätzt werden, weil der Virus auch erstmals innerhalb der EU bei erkrankten Säugetieren nachgewiesen wurde. Es gilt als wahrscheinlich, dass sich die Tiere durch den Verzehr von infizierten Vögeln angesteckt haben.

Doch was kann seitens der betroffenen Länder getan werden, um eine weitere Verbreitung der Vogelgrippe einzudämmen und ein eventuelles Überspringen auf den Menschen zu verhindern?

## 2 Maßnahmen zur Bekämpfung

Um das Auftreten von H5N1 in weiteren Ländern innerhalb der EU zu verhindern und eine Übertragung auf den Menschen auszuschließen, wurden verstärkt präventive Maßnahmen getroffen. Für die Eindämmung bzw. mögliche Ausrottung der Vogelgrippe müssen neben diesen präventiven Maßnahmen auch Bekämpfungsmaßnahmen nach dem Auftreten des Virus eingeleitet werden. Beide Maßnahmekategorien legen jeweils andere Reaktionsmechanismen zu Grunde. Dies führt dazu, dass die jetzige Situation, anders als bei einer regional auftretenden Krankheit, einer erhöhten Koordination bedarf.

Obwohl in der Theorie eine Abgrenzung zwischen Empfehlungen bzw. Anweisungen vor und nach dem Virusausbruch möglich ist, scheint dies in der Praxis schwieriger. Häufig gehen die Konzepte direkt ineinander über und erschweren eine exakte Eingrenzung der Maßnahmen. Nachfolgend werden einige Maßnahmen vorgestellt, wobei die obige Unterscheidung nur in groben Zügen verfolgt wird.

		<b>Merkmale</b>	<b>Ziel</b>
<b>Interpandemische Periode</b>	<i>Phase 1</i>	Es folgt kein Nachweis neuer Influenzavirus-Subtypen beim Menschen, aber möglicherweise bei Tieren. Das Risiko menschlicher Infektionen wird niedrig eingestuft.	Vorbereitungen auf eine Influenzapandemie sollten global, regional, national und auf subnationaler Ebene vorangetrieben werden.
	<i>Phase 2</i>	Es folgt kein Nachweis neuer Influenzavirus-Subtypen bei Menschen. Jedoch stellen bei Tieren zirkulierende Influenzaviren ein erhebliches Risiko für Erkrankungen beim Menschen dar.	Risikominimierung einer Übertragbarkeit auf Menschen; mögliche Übertragungen sollten schnell aufgedeckt und gemeldet werden.
<b>Pandemische Warmperiode</b>	<i>Phase 3</i>	Auftreten menschlicher Infektion(en) mit einem neuen Subtyp, aber keine Ausbreitung von Mensch zu Mensch oder nur in extrem seltenen Fällen bei engem Kontakt.	Schnelle Charakterisierung neuer Virus-Subtypen wie auch der frühe Nachweis, die Meldung und Reaktion auf weitere Fälle sollten sichergestellt sein.
	<i>Phase 4</i>	Begrenzte Übertragung von Mensch zu Mensch. Die räumliche Ausbreitung ist noch sehr begrenzt, so dass von einer unvollständigen Anpassung des Virus an den Menschen ausgegangen werden kann.	Eindämmung des neuen Virus innerhalb eines umschriebenen Herdes oder Verzögerung seiner Ausbreitung, um Zeit für vorbereitende Maßnahmen einschließlich der Entwicklung von Impfstoffen zu gewinnen.
	<i>Phase 5</i>	Ausbreitung von Mensch zu Mensch ist weiter lokalisiert. Es muss davon ausgegangen werden, dass das Virus besser an den Menschen angepasst ist, (möglicherweise) jedoch nicht optimal übertragbar ist.	Maximierung der Bemühungen, die Verbreitung des Virus einzudämmen oder zu verlangsamen, um eine Pandemie möglichst zu verhindern bzw. um Zeit für vorbereitende Maßnahmen zu gewinnen.
<b>Pandemische Periode</b>	<i>Phase 6</i>	Zunehmende und anhaltende Übertragung in der Allgemeinbevölkerung. Es erfolgt weiterhin eine Unterscheidung in Betroffenheit oder nicht, sowie Zunahme oder Rückgang der Pandemie.	Minimierung der Auswirkungen der Pandemie.
<b>Postpandemische Periode</b>		Diese entspricht der interpandemischen Periode.	

*Tabelle 1: Phaseinteilung nach WHO in Anlehnung an RKI (2005a), Nationaler Influenzapandemieplan Teil II*

Im Mittelpunkt der präventiven Schritte steht die Ausarbeitung von so genannten **Epidemieplänen**, deren Ziel es ist, einen möglichen Ausbruch des Virus vollständig zu verhindern bzw. in einem überschaubaren Rahmen zu halten. Einerseits erfolgt dabei eine Vorgabe von Eckpunkten für die notwendigen Maßnahmen zur Vorbereitung auf eine Pandemie. Andererseits ist die Bereitstellung von Richtlinien für das fachlich-organisatorische Management in der Frühphase und während des eingetretenen Pandemiefalles ein wesentliches Element (vgl. RKI (2005a)). 1999 gab die WHO einen Musterplan bekannt, der den Mitgliedsstaaten als Grundlage dienen sollte. Ebenso formulierte die EU einen Entwurf für ein gesamteuropäisches Rahmenkonzept. Dennoch sind die Influenzapandemiepläne von Staat zu Staat unterschiedlich und auch auf EU-Ebene gibt es kein einheitliches Vorgehen. Die Begründung hierfür liegt u. a. in den differenzierten Gesundheitssystemen der einzelnen Mitgliedstaaten. Gemein ist den Plänen jedoch - der WHO folgend - die Einteilung in verschiedene pandemische Phasen, d.h. einer Unterteilung aufgrund spezieller Merkmale, wie beispielsweise die Verbreitung des Virus. Die Diffusion der Vogelgrippe erfordert je nach Gefahrenstufe unterschiedliche Reaktionsziele. Die Kennzeichen der einzelnen

Phasen, wie auch die entsprechenden Reaktionsziele sind in Tabelle 1 dargestellt.

In Deutschland gibt es für jede einzelne Phase entsprechende Anweisungen für Bund, Länder, Gemeinden und andere Institutionen, wie z.B. die rechtlichen Regelungen greifen oder in welcher Art und Weise der Surveillance-Mechanismus verbessert werden muss. Die Periode in der wir uns derzeit befinden wird als *Interpandemische Periode* (Phasen 1 und 2) bezeichnet. Hier stehen beispielsweise (internationale) Abstimmungen über die Handhabung von Beschränkungen des Reiseverkehrs auf Grundlage bestehender Vereinbarungen (internationale Gesundheitsvorschriften) und der Aufbau eines krankenhausbasierenden Surveillance-systems im Vordergrund (vgl. RKI, (2005b)). Im Mittelpunkt des Pandemieplans sind neben den rechtlichen Rahmenbedingungen vor allem die Surveillance (Überwachung), aus der sich wichtige Informationen ableiten lassen. In Deutschland existiert ein bundesweit organisiertes Surveillance-system, das für jede einzelne Pandemiephase weitere Schritte vorschreibt. Darüber hinaus gibt es in verschiedenen Bundesländern eigene regionale Systeme. Neben einer Routine-Surveillance sind auch die Früherkennung und der Auf- bzw. Ausbau eines Informationsnetzwerks von gro-

ber Bedeutung. Nennenswerte internationale Surveillancesysteme sind das European Influenza Surveillance Scheme (EISS) und "FluNet" (von der WHO eingeleitet). Im veterinärmedizinischen Bereich spielt das eingerichtete Tierseuchennetzwerk (TSN) eine große Rolle. Mit dessen Hilfe wird die Überwachung der aviären Influenzaviren bei Tieren ausgeweitet und führt somit zu einer schnelleren Wahrnehmung und möglichen Bekämpfung.

Die effektivste Maßnahme zur Prävention bilden **Schutzimpfungen** (vgl. RKI (2005a)). Zwar befinden sich derzeit 65% - 70% der weltweiten Impfstoffproduktion in 5 europäischen Ländern. Davon werden jedoch etwa 50% in das außereuropäische Ausland exportiert (WHO/ European Commission (2005)). Neben patentierten Technologien und Eigentumsrechten, stellt demnach die Produktionskapazität das größte Problem dar. Die Nachfrage nach Impfstoffen ist bedeutend größer als das mögliche Angebot. Es ist davon auszugehen, dass zu Beginn einer Pandemie entweder gar kein oder nicht ausreichend Impfstoff zur Verfügung steht, um die Bevölkerung vor dem Virus zu schützen. Es wird jedoch eine Impfung insbesondere für Risikogruppen international empfohlen. Dazu gehören vor allem medizinisches Personal und andere Einsatzkräfte, die mit dem Virus am ehesten in Kontakt kommen. Zu beachten ist, dass der zur Vorbeugung der menschlichen Influenza genutzte Impfstoff nicht gegen die Vogelgrippe eingesetzt werden kann. Deshalb werden ständig neue Impfstoffe entwickelt und erprobt.

Problematisch ist der unterschiedliche Umgang mit dem Vogelgrippevirus. Ein kürzlich in Ungarn entwickelter H5N1-Impfstoff für den Menschen wird von den anderen EU-Ländern nicht akzeptiert, da dieser nicht den Anforderungen der Europäischen Medikamentenbehörde entspricht. Doch für die Erforschung von aviärer und pandemischer Influenza werden sowohl von nationaler Seite als auch seitens der EU verschiedene Finanzierungskonzepte bereitgestellt. Die EU hat im Rahmen des fünften Forschungsprogramms (1998-2002) bereits 6 Mio. Euro für 22 Institutionen und nationale Laboren innerhalb von acht europäischen Ländern ausgegeben. Das Ziel des derzeitigen sechsten Forschungsprogramms (2002-2006) ist es diese Aktivitäten weiter auszubauen und mit neuen Projekten zu verstärken. Mit der Bereitstellung von zusätzlichen 16 Mio. Euro kann die Unterstützung der EU im gemeinsamen Forschungsbereich aber auch die allgemeine gemeinsame Politik verdeutlicht werden. Aktuell werden weitere 20 Mio. Euro für anstehende Projekte zur Influenza-Forschung bereitgestellt. Außerdem ist für Impfstoffe im Notfall eine Mitfinanzierung

zu 100% aus dem EU-Dringlichkeitsfonds für den Veterinärbereich zu erwarten, um die Kosten der Impfstoffe und ihre Anwendung abzudecken. Eine EU-Finanzierung für eine vorbeugende Impfung besteht derzeit jedoch nicht (European Commission (2006b)). Demnach sind Impfungen zwar ein geeignetes Mittel um Influenza vorzubeugen, aber kurzfristig benötigt man schnellere und effizientere Lösungen.

Dazu zählen u. a. die **antiviralen Medikamente**, mit denen man im Wesentlichen zwei Ziele verfolgt. Zum einen die Verwendung zur Prophylaxe, d.h. die Minimierung der Wahrscheinlichkeit eines Influenzaausbruchs, und zum anderen eine einschlägige Behandlung um die Dauer und Stärke des Virus zu reduzieren. Doch die derzeit existierenden antiviralen Medikamente bringen einige Probleme mit sich. Bei den so genannten "M2-Hemmstoffen" (Amantadine und Rimantadine) besteht die Möglichkeit einer zu schnellen bzw. kompletten Resistenz gegenüber dem H5N1-Virus. Einer anderen Arzneigruppe, den so genannten „Neuraminidasehemmern“ wird demgegenüber zwar eine bessere Wirksamkeit nachgesagt, jedoch liegt deren Schwäche in hohen Preisen und geringem Angebot (vgl. WHO (2005a)). Aufgrund des differenzierten Angebots an Impfstoffen sowie der unsicheren Wirkung antiviraler Arzneimittel wurden einige Vorschläge erstellt um zu bestimmen, ob nicht-medizinische Eingriffe den Ausbruch der Pandemie verhindern können. Dazu gehören beispielsweise die Verstärkung der persönlichen Hygienemaßnahmen, das Tragen von Gesichtsmasken, aber auch die Untersuchung von Einreisenden aus gefährdeten Gebieten. All diese Anordnungen sind auch Bestandteil der nationalen Pandemiepläne.

Wenn der Virus nachgewiesen wurde, müssen schließlich ad hoc Maßnahmen ergriffen werden. Diese sind zumindest theoretisch in den nationalen Pandemieplänen verankert, bedürfen aber in den meisten Fällen einer zusätzlichen Interpretation. Dazu zählen z.B. die Tötung der erkrankten Tiere und deren anschließende Verbrennung, um eine Übertragung auf andere Tierbestände zu verhindern. Problematisch ist jedoch, dass auch nicht infizierte Tiere als Vorsichtsmaßnahme getötet werden.

### 3 Fazit

Derzeit ist das Ausmaß der Verbreitung des H5N1-Virus innerhalb der Mitgliedsstaaten der EU im Vergleich zu Staaten in Asien gering. Die täglichen Meldungen über Verdachtsfälle und bestätigte Erkrankungen sind jedoch ein Indiz dafür, dass ohne den Einsatz von Pandemieplänen und weitergehenden Forschungen, die Ausbreitung und

eine mögliche Übertragung auf den Menschen in Europa nicht vollständig auszuschließen ist. Deshalb ist es ratsam jetzt entsprechende Maßnahmenkonzepte zu erstellen. So sollten Notfallpläne der einzelnen Länder dahingehend genauer betrachtet werden, ob deren Umsetzung auch praktisch möglich und sinnvoll ist.

Die aktuelle Verbreitung des Virus zeigt die Dringlichkeit, mit der die gemeinsamen Vorbereitungen zur Eindämmung der Vogelgrippe auf nationaler und auch internationaler Ebene getroffen werden müssen. Problematisch kann sich dabei der unterschiedliche Umgang mit der Vogelgrippe auswirken. Dies betrifft u. a. die Bevorratung von Impfstoffen sowie unterschiedliche Rechtsvorschriften in den einzelnen Ländern. Es bedarf somit weiterer Abstimmung zwischen den Ländern. Inwieweit internationale Organisationen Maßnahmen zur Bekämpfung von H5N1 in humanitärer und finanzieller Hinsicht unterstützen sollten, ist derzeit noch weitestgehend ungeklärt und sollte deshalb ebenfalls detaillierter festgelegt werden (vgl. hierzu Drechsel/Sonntag (2006)).

### Literatur:

- BfR (2005) - Bundesinstitut für Risikobewertung: Erster BSE-Fall bei einer Ziege bestätigt. In: Presseinformation 04/2005 vom 28.01.2005.
- Bundesärztekammer (1998): Was bedeutet die neue Variante der Creutzfeldt-Jacob-Krankheit für die Sicherheit von Blutprodukten? In: Wissenschaftlicher Beirat der Bundesärztekammer vom 19.06.1998.
- CDC (2004) - Centers for Disease Control and Prevention: Basic Information about SARS. In: Fact Sheet 13.01.2004.
- Drechsel/Sonntag (2006): Vogelgrippe beflügelt - Dezentrale operative oder zentrale strategische Bereitstellung von Gegenmaßnahmen? unveröffentlicht.
- European Commission(2005): Geflügelpest: Kommission schlägt neue, wirksamere Maßnahmen zur Verhütung von Epidemien vor. Reference: IP/05/501, vom 28.04.2005.
- European Commission (2006a): Measures in event of avian influenza in poultry in the EU, Reference: MEMO/06/79, vom 16.02.2006.
- European Commission (2006b): Vaccinating poultry and other birds against Avian Influenza, Reference: MEMO/06/92, vom 22.02.2006.
- RKI (2005a): Nationaler Influenzapanemieplan, Teil II: Analysen und Konzepte für Deutschland, Juli 2005.
- RKI (2005b): Nationaler Pandemieplan, Teil III, Juli 2005.
- WHO (2002): Bovine spongiform encephalopathy. In: Fact Sheet N° 113 von November 2002.
- WHO (2003): Influenza. In: Fact Sheet No. 211, March 2003.
- WHO (2004): Summary of probable SARS cases with onset of illness from 1 November 2002 to 31 July 2003 unter: [http://www.who.int/csr/sars/country/table2004\\_04\\_21/en/print.html](http://www.who.int/csr/sars/country/table2004_04_21/en/print.html)
- WHO (2005a): Avian influenza: assessing the pandemic threat.
- WHO (2006): Avian influenza: Significance of mutations in the H5N1 virus, vom 20.02.2006 unter: [http://www.who.int/csr/2006\\_02\\_20/en/index.html](http://www.who.int/csr/2006_02_20/en/index.html).
- WHO/ European Commission (2005): Pandemic influenza preparedness planning: Report on a joint WHO/ European Commission work-

---

## Zitate und Ökonomie

Ohne Werbung wäre ich heute Millionär.

Jean Paul Getty, **Milliardär**,  
Ölmagnat, Gründer von Getty Oil

Eine Investition in Wissen bringt noch immer die besten Zinsen.

Benjamin Franklin, amerik. Wissenschaftler und Politiker

Es ist leichter, eine eingeseifte Sau am Schwanz zu packen, als einen Aufsichtsrat zur Verantwortung zu ziehen.

Hermann-Josef Abs, dt. Bankier

Gibst du einem Mann einen Fisch, nährt er sich einmal. Lehrst du ihn das Fischen, nährt er sich sein ganzes Leben.

Lao-tse, chinesischer Philosoph

Wo alle dasselbe denken, wird nicht viel gedacht.

Walter Lippmann, amerik. Kolumnist

Ich habe Sorge, dass eine junge Generation heranwächst, die von allem den Preis und von nichts den Wert kennt.

Johannes Rau, ehem. Bundespräsident

Was wir im Westen konsumieren, verändert das Gesicht dieses Planeten; denn unsere Produkte, unsere Lebensart und unsere Essgewohnheiten kolonialisieren die ganze Welt.

Oliviero Toscani, ital. Künstler

Wenn über das Grundsätzliche keine Einigkeit besteht, ist es sinnlos, miteinander Pläne zu schmieden.

Konfuzius, chinesischer Philosoph

Lass deine Zunge nicht eine Fahne sein, die im Wind eines jeden Geräusches zu flattern beginnt.

Imhotep, altägyptischer Baumeister, Mediziner und Ratgeber des Pharaos Djoser

Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.

chinesisches Sprichwort

Mensch: ein Tier, das Geschäfte macht; kein anderes Tier tut dies - kein Hund tauscht Knochen mit einem anderen.

Adam Smith

Wir sind nicht nur Theaterdirektoren unserer Träume, sondern unseres eigenen Schicksals.

Arthur Schopenhauer

Das Erste, das der Mensch im Leben vorfindet, das Letzte, wonach er die Hand ausstreckt, das Kostbarste, was er im Leben besitzt, ist die Familie.

Adolf Kolping

---

## Veranstaltungshinweise

**Mittwoch, 10.05.06 - 11.05.06**

**Annaberger Klimatage 2006**

Der Schwerpunkt der diesjährigen Annaberger Klimatage liegt auf dem aktuellen Stand der globalen Klimaforschung. In den Vorträgen wird auch die soziale Komponente im globalen Zusammenhang beleuchtet.

Weitere Informationen: <http://www.saechsische-landesstiftung.de> oder direkt bei Barbara Heidrich unter: 02520/2588-26.

**Donnerstag, 11.05.06 - 12.05.06**

**16:00 Uhr**

**Humboldt-Universität, Berlin**

Symposium zum Thema „Markt und Staat - Neue Regeln für ein altes Spiel“. Referent/innen sind unter anderem Jürgen Kluge (McKinsey) und Heiner Flassbeck (UNCTAD).

Weitere Informationen erteilt das Humboldt-Forum Wirtschaft e. V. unter der Telefonnummer: 030/25932625 oder online unter: <http://www.hufw.de>.

**Dienstag, 23.05.06**

**Max-Planck-Institut, Jena**

Lectures and Brown Bag Seminars: Sufficient reason: Vocational pragmatism and the meaning of economic institutions.

Informationen erteilt Karin Serfling unter: 3641-686850 oder unter: <http://www.econ.mpg.de>

**Donnerstag, 01.06.2006**

**16:00 Uhr**

**Polnisches Institut Leipzig**

Ringvorlesung zum Thema „Kroatiens Wirtschaft auf dem Weg in die EU“,

aus der Vortragsreihe: EU-Mitglieder, EU-Beitrittsländer und ihre Nachbarn in Südosteuropa. Informationen unter: <http://www.uni-leipzig.de.ziw>

**Mittwoch, 07.06.06 - 10.07.06**

**TU Dresden - Pfingsttagung der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft**

Mit dem Generalthema „Zeit und Zeitgeist in der BWL“ soll auf der 68. wissenschaftlichen Jahrestagung eine theoretische und methodenkritische Sicht auf die BWL diskutiert und kritisch reflektiert werden. Nähere Informationen zur Tagung, dem Rahmenprogramm sowie einen Link zur Anmeldung sind unter: [www.bwl2006.de](http://www.bwl2006.de) zu finden.

---

## Impressum

Herausgeber: Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftliche Gesellschaft e.V.

c/o Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TU Chemnitz, 09107 Chemnitz

Annahme von Beiträgen und Redaktion: Dr. Dirk Rübbecke, Reichenhainer Str. 39, Zi. 107, Telefon: 0371/531-4212, Telefax: 0371/531-3963, E-Mail: [dirk.ruebbelke@wirtschaft.tu-chemnitz.de](mailto:dirk.ruebbelke@wirtschaft.tu-chemnitz.de)

Annahme von Beiträgen, Layout und Redaktion: Bettina Knopp, Bertine Stelzer, Reichenhainer Str. 39, Zi. 108, Telefon: 0371/531-4196, E-Mail: [bettina.knopp@s2001.tu-chemnitz.de](mailto:bettina.knopp@s2001.tu-chemnitz.de), [bertine.stelzer@s2005.tu-chemnitz.de](mailto:bertine.stelzer@s2005.tu-chemnitz.de)

ISSN (Print-Ausgabe): 1610 – 8248

ISSN (Internet-Ausgabe): 1610 – 823X