

Nachhaltigkeit durch Sicherheit?

Wie ein zerstörerischer Konzern soziale Verantwortung inszeniert

von Jacqueline Andres

Rheinmetall lebt vom Geschäft mit Krieg und Grenzabschottung – und behauptet zugleich „die unverzichtbare Grundlage für Frieden, Freiheit und für nachhaltige Entwicklung“ zu schaffen – durch „Sicherheit.“ Auf der Firmenhomepage listet Rheinmetall unter dem Reiter „Corporate Citizenship“ sein bürgerschaftliches Engagement auf: „Von Sportsponsorings, über Spenden für Kultur und Bildung sowie Initiativen für Menschen in Not bis hin zur ehrenamtlichen Betätigung unserer Mitarbeiter vor Ort: Unser Engagement in der Gesellschaft ist vielfältig.“¹ Rheinmetalls Selbstdarstellung als sozial verantwortlicher Akteur erfüllt mehrere Funktionen: Sie präsentiert den Konzern als attraktiven und moralischen Arbeitgeber, rückt das Thema Sicherheit und den eigenen Namen in die Mitte der Gesellschaft sowie ins internationale Scheinwerferlicht. Und nicht zuletzt verschafft dieses Image Zugang zu vermeintlich grünen und sozialen Nachhaltigkeitsfonds.

Kampf ums Anlagegeld

Die Imagepflege hat auch wirtschaftliche Beweggründe – seit Jahren versuchen Rüstungsunternehmen vermehrt, Zugang zu ESG-Fonds und somit zu mehr Anlagegeldern zu erhalten. Nachhaltigkeit, Unterstützung der Zivilgesellschaft und eine gute Unternehmensführung – das sind die Zielsetzungen der ESG-Fonds, sogenannter grüner Fonds, die eine sozialverantwortliche Geldanlage ermöglichen sollen. Anlegen mit gutem Gewissen. ESG steht dabei für Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (verantwortungsvolle Unternehmensführung). Mit ihren 2024 überarbeiteten Leitlinien für ESG-Fonds sorgte die EU-Finanzmarktaufsichtsbehörde ESMA dafür, dass ESG-Fonds künftig auch in Rüstungsfirmen investieren. Nun dürfen diese 20% ihrer Anlagen frei investieren. Weiterhin eingeschränkt bleiben nur noch die Investitionen in Hersteller von geächteten Waffen wie Landminen oder Streumunition. Die Süddeutsche berichtet, dass nach den kürzlichen Entwicklungen in der EU auch in Deutschland die Vereinbarung der Finanzbranche,

nicht mit ESG-Fonds in die Rüstungsindustrie zu investieren, hinfällig wurde.²

Sicherheit als Voraussetzung für Nachhaltigkeit

Dass sich ausgerechnet ein Rüstungsunternehmen mit Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz in Verbindung bringt, ist alles andere als naheliegend. Schließlich sind die energieintensive Rüstungsindustrie und die zerstörerischen Kriege Beschleuniger des menschengemachten Klimawandels. Doch Diskurse lassen sich verdrehen. So betont Rheinmetall auf der eigenen Homepage: „Lange mussten sich Unternehmen der Verteidigungsindustrie für ihre Produkte rechtfertigen. Seit dem Ukrainekrieg und der wachsenden Bedrohung Europas durch Russland ist ihre Relevanz nicht mehr wegzudiskutieren. Die öffentliche Wahrnehmung hat sich stark gewandelt. Sicherheit wird zunehmend als eine Voraussetzung dafür gesehen, dass Staaten und Gesellschaften sich nachhaltig entwickeln können. Denn: Ohne stabile Rahmenbedingungen sind Klima- und Umweltschutz, Bildung und Wohlstand nicht möglich.“ Selbst die EU-Kommission förderte dieses Narrativ und erklärte in ihrer neuen europäischen Strategie für die Verteidigungsindustrie, „die Verteidigungsindustrie fördert die Nachhaltigkeit, da sie zu Widerstandsfähigkeit, Sicherheit und Frieden beiträgt.“³ Und Rheinmetall trägt mit seinem Kriegsgerät somit zur Nachhaltigkeit bei.

Vorausgegangen war eine intensive Lobbykampagne der Rüstungsindustrie, wie Lobbycontrol recherchierte. In Deutschland ist der diesbezüglich wichtigste Akteur der „Bundesverband der deutschen Sicherheits- und Verteidigungsindustrie“ (BDSV), dessen Präsident Armin Papperger zugleich Vorstandsvorsitzender der Rheinmetall AG ist: „Seit 01.07.2024 müssen eingetragene Lobbyakteure im Register angeben, was ihre politischen Ziele sind und grundständige Stellungnahmen hochladen. Beim BDSV findet sich hier unter anderem das Ziel ‚Positive Inklusion von Rüstung in Nachhaltigkeitsregulatorik‘, das mit der folgenden Forderung konkretisiert wird: ‚Wir

fordern ein bindendes Regelungsvorhaben, das Rüstung für EU und NATO Streitkräfte als positiv nachhaltig kategorisiert, ähnlich der Kategorisierung von Kern-Energie in der Umwelt Taxonomie.‘ Dieses Ziel verfolgt der Verband unter anderem auch mit einer Kampagne unter dem Motto ‚Sicherheit ist die Mutter aller Nachhaltigkeit.‘“⁴

Im konzerneigenen Online-Magazin Dimensions behauptet Rheinmetall, sich für Nachhaltigkeit auch in der energieintensiven Produktion einzusetzen. Der Konzern verweist auf sinkende Emissionen durch den Einkauf von (erneuerbarem) Grünstrom, der künftig auf 100% ausgeweitet werden soll. Auch wurden Glühbirnen durch LEDs ersetzt. Rheinmetall betont ebenfalls, dass der Konzern aus militärischen Vorteilen heraus die Energieautarkie und Resilienz europäischer Streitkräfte durch Treibstoff auf E-Fuel-Basis ausweiten will – in der Umsetzung sind aber sowohl Rüstungsindustrie als auch Streitkräfte von solch einer unrealistischen Zukunftsvision weit entfernt. Die ganze Nachhaltigkeitskulisse scheint darüber hinwegtäuschen zu wollen, dass der Klimakollaps bereits stattfindet und Rheinmetall als Hersteller umweltzerstörenden Kriegsgeräts selbst an der Klimakatastrophe beteiligt ist.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Den dritten Punkt der ESG-Fonds bildet die verantwortungsvolle Unternehmensführung. Hierbei geht es u.a. um Diversität und Inklusion, die Einhaltung der Frauenquote und die Einbindung von Mitarbeiter*innen mit Behinderungen. Im März 2017 unterzeichnete der Rüstungskonzern die Charta der Vielfalt und schaffte es 2021 beim europaweiten Ranking „Diversity Leaders 2022“ der Financial Times bis auf Platz 28.⁵ Diese progressive Schärpe trägt Rheinmetall öffentlichkeitswirksam zur Schau. In der Online-Zeitschrift Dimensions heißt es: „Bei Rheinmetall [...] ist Frauenförderung keine Worthülse, sie wird gelebt. Im Netzwerk Women@Rheinmetall finden Frauen ein konzerninternes Forum für Wissenstransfer, sie können sich austauschen und beraten. Inzwischen sind über 750 Rheinmetall-Mitarbeiterinnen verschiedenster Abteilungen und Hierarchiestufen aus insgesamt 33 Ländern in diesem Netzwerk integriert. Rheinmetall beweist: Technologische und wissenschaftliche Karrieren können für alle offenstehen. Gerade junge Frauen finden hier Inspiration und Förderung für ihre berufliche Zukunft.“⁶ Bei genauerem Blick zeigt sich schnell, dass die Karriere für Frauen nicht auf die höheren Leitersprossen führt und viel hiervon doch mehr Worthülsen sind als ernsthaft verfolgte Ziele. Auf der Firmenhomepage gibt es einen eigenen Reiter „Frauenquote“ mit ganzen sechs Unterseiten. Das wirkt auf den ersten Blick ambitioniert und umfangreich. Doch die Zahlen sind eher mau, in der Führungsebene eher im niedrigen zweistelligen Bereich. Die Zielsetzung im Vorstand entbehrt nicht einer gewissen Komik: Der verheißungsvolle Titel „Frauenquote im Vorstand der

Rheinmetall AG“ zeigt, wie die richtige Zielsetzung schnell zum Erfolg führen kann. So schreibt Rheinmetall: „Als Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand der Rheinmetall AG hat der Aufsichtsrat der Rheinmetall AG für den Zeitraum vom 01. Juli 2017 bis zum 30. Juni 2022 0 % festgelegt. Dieses Ziel wurde zum 30. Juni 2022 erreicht.“⁷

Sicherheit in die Mitte der Gesellschaft rücken

2024 schloss Rheinmetall mit dem BVB, dem zweitgrößten Fußballclub Deutschlands mit mehr als 230.000 Mitgliedern, ein Abkommen für eine zunächst dreijährige Zusammenarbeit: Rheinmetall zahlt für die Champion-Partnerschaft 20 Mio. Euro und der BVB gestattet Rheinmetall im Gegenzug u.a. Werbung für sich zu machen – mit Bandenwerbung in den Stadien, dann kann Rheinmetall ein ganzes Stadion mit dem eigenen Logo und Sprüchen wie „Taking responsibility in a changing world“ prägen, bei Pressekonferenzen und auf Displays an der Stadionfassade.⁸ Eines der großen ideologisch aufgeladenen vermeintlichen Ziele ist: „Gemeinsam setzen wir uns im Rahmen der Partnerschaft für Sicherheit, Demokratie und Gesellschaft ein.“⁹

Diese Partnerschaft stieß auf Protest und Widerstand, auch in der Fangemeinschaft des BVB, da sie zu einer Militarisierung der Fußballstadien führt und eben nicht für Sicherheit und Demokratie steht, sondern Profite mit Krieg und Zerstörung normalisieren soll. Es geht in der Partnerschaft auch darum, das Thema Sicherheit in die Mitte der Gesellschaft zu rücken und Rheinmetall als Unternehmen, das Verantwortung übernimmt, bekannter zu machen. In einem Interview mit dem Sportmagazin kicker erklärten Dr. Philipp von Brandenstein, Unternehmenssprecher der Rheinmetall AG und der Geschäftsführer vom BVB, Carsten Cramer, die Funktionen ihrer Zusammenarbeit. So hieß es vom Rheinmetall-Unternehmenssprecher: „Wir erfüllen unsere Partnerschaft mit Borussia Dortmund mit Leben, indem wir aktiv in den Dialog mit Medien, Wirtschaft und Gesellschaft treten. Immer mit dem Ziel, uns zu unserer Verantwortung für ein starkes und resilientes Gemeinwesen zu bekennen.“¹⁰ Rheinmetall kann sich dank der Zusammenarbeit als Unternehmen zeigen, dass für die Gesellschaft und ihren Schutz eintrete. Klarer wird Cramer, der betonte, „mit Diplomatie und Platzpatronen allein lasse sich unter den aktuellen geopolitischen Rahmenbedingungen kein Sicherheitsgefühl garantieren“. Wenn man seine Aussage weiterdenkt, braucht es mehr – auch echte Patronen. Er ergänzt: „Wenn wir durch unsere Partnerschaft mit Rheinmetall dazu beitragen können, das Bewusstsein dafür zu schärfen und dafür zu sensibilisieren, dann ist ein wesentlicher Teil unserer Kooperation erreicht.“¹¹ Den Protest in der Fangemeinschaft ordnet der Rheinmetall-Sprecher als Diskursöffnung ein: „Wir sind ja ganz bewusst in diesen Diskurs eingestiegen, um öffentliche Räume dafür zu

schaffen.“ Das Thema Sicherheit und auch Landesverteidigung sei lange stiefmütterlich behandelt worden. „Wir wollten es in die Mitte rücken. Und was wäre dafür besser geeignet als die Partnerschaft mit einem Klub wie dem BVB, der fest in der Region verankert ist und eine unglaublich breite Fanbasis hat, die repräsentativ ist für unsere Gesellschaft.“¹² Diese Aussagen erinnern an das erklärte Ziel des Verteidigungsministeriums, die Bundeswehr in die Mitte der Gesellschaft zu rücken und Protest rhetorisch aufzunehmen, auch wenn er unerwünscht ist und wenn möglich unterbunden wird, so etwa wenn Feldjäger Teilnehmende von Kundgebungen gegen den Tag der Bundeswehr nicht in die Kaserne lassen, um Protest präventiv zu verhindern. So lautet ein Spruch aus der Werbekampagne der Bundeswehr von 2015: „Wir kämpfen auch dafür, dass du gegen uns sein kannst“.

Erhöhte Sichtbarkeit und attraktiver Arbeitgeber?

Der CEO von Rheinmetall, Armin Papperger, möchte die Sichtbarkeit vom Rüstungskonzern erhöhen: „Rheinmetall ist in der Metropolregion Rhein-Ruhr tief verwurzelt und möchte seine Marke als führendes Systemhaus der Verteidigungsindustrie und als Treiber industrieller Innovationen in zivilen Märkten auch international noch bekannter machen.“¹³ Dazu dient auch das Sportsponsoring vom BVB – aber auch von Handball-, Basketball- und Motorsportvereinen. Doch die Zusammenarbeit scheint auch die Fußball- mit der Rüstungswelt zu vermischen. So veranstaltete Rheinmetall Ende März 2026 ein Bewerbungsevent für Ingenieur*innen im Stadion vom BVB unter dem Titel „Der Rheinmetall KARRIEREKICK für Ingenieurinnen und Ingenieure!“. Es geht zwar um Jobs an den Rheinmetall-Standorten, doch die Wortwahl und die angekündigte Stadionführung vermitteln den Eindruck, die angeworbenen Ingenieur*innen würden auch in die Welt des BVB aufgenommen werden.¹⁴

Rheinmetall nutzt Aktionen des sozialen Engagements offenbar auch, um den eigenen Mitarbeiter*innen einen Sinn in ihrer Arbeit vorzuspiegeln. So spendete der Rüstungskonzern 2023 und 2024 je 240 Schulrätze im Wert von 20.000 Euro an Schulkinder in der Ukraine. Gepackt wurden die Rucksäcke zusammen mit dem Verein Blau-Gelbes Kreuz e.V. aus Köln. Bereits nach der ersten Spendenaktion schickten Kinder aus der Ukraine Bilder und Fotos an die Konzernzentrale: „Kinder hatten sie während der Luftalarme im Schutzkeller gemalt und so ihre Dankbarkeit und Freude über die schöne Schulausstattung zum Ausdruck gebracht.“¹⁵ Beim gemeinsamen Packen der Schulrätze erfahren die Rheinmetall-Mitarbeiter*innen auch, dass ihre Arbeit von den Opfern des Krieges, die nach Köln flohen und nun im Verein Blau-Gelbes Kreuz e.V. aktiv sind, geschätzt wird: „Das Unterstützungsteam von Rheinmetall war berührt von so viel Dankbarkeit und Herzlichkeit“.¹⁶ Zeitgleich haben der Krieg, die Kriegstreiber und die Kriegsprofiteure den Schulbesuch in der

Ukraine stark eingeschränkt – Unterricht findet jetzt häufig zuhause statt, online oder unterirdisch in Kellern, Bunkern oder in U-Bahn-Stationen, wie z.B. in Charkiw. Kinder leiden unter Angstzuständen und müssen kriegsbedingte Lernrückstände aufholen. Da sind die 240 Schulrätze pro Jahr vom Kriegsprofiteur Rheinmetall anmaßend und beleidigend.

Fazit

Rheinmetall versucht einerseits, über die vermeintliche Erfüllung der ESG Ziele Anleger*innen zu täuschen und Zugang zu mehr Investitionen zu erhalten. Andererseits versucht der Konzern, Sicherheit in die Mitte der Gesellschaft zu rücken und Diskurse zu öffnen, um das eigene Image aufzupolieren: weg vom Bild der Bombenfabrik und Waffenschmiede, hin zum Verfechter von Demokratie, zum ehrenwerten Schützer der Gesellschaft und zum sinnstiftenden Arbeitgeber. Doch diese Versuche zeigen, dass sich Protest zum Anfechten dieses Narratives lohnt, um Rheinmetall nicht darüber hinwegtäuschen zu lassen, dass das Rüstungsunternehmen Tod und Zerstörung produziert. Die Widersprüche zwischen der Selbstdarstellung und den wirtschaftlichen Interessen Rheinmetalls sind immens und lohnenswert aufzuzeigen. Dass Protest nicht unbemerkt verpufft, zeigen etwa Reaktionen auf die Zusammenarbeit mit dem BVB.

Anmerkungen

- ¹ Corporate Citizenship. Unser Engagement, Rheinmetall.com.
- ² Markus Zydra: Wenn Panzer plötzlich „nachhaltig“ sein sollen, Süddeutsche, 4.11.2024.
- ³ A new European Defence Industrial Strategy: Achieving EU readiness through a responsive and resilient European Defence Industry, JOIN (2024) 10 final, 5.3.2024, S. 25.
- ⁴ Aurel Eschmann: Einfluss der Waffenlobby: EU-Kommission will Rüstungsanlagen als nachhaltig erklären, Lobbycontrol, 8.10.2024.
- ⁵ Prämierung für Chancengleichheit und Vielfalt, Rheinmetall.com, 18.11.2021.
- ⁶ Frauen für MINT, Dimensions Magazin, 15.8.2025.
- ⁷ Frauenquote im Vorstand der Rheinmetall AG, Rheinmetall.com.
- ⁸ Rheinmetall wird „Champion Partner“ des BVB, Rheinmetall.com, 29.5.2025.
- ⁹ Rheinmetall und der BVB, Rheinmetall.com.
- ¹⁰ Das Thema Sicherheit in die Mitte rücken, Rheinmetall.com.
- ¹¹ Ebd.
- ¹² Ebd.
- ¹³ Rheinmetall wird „Champion Partner“ des BVB, op. zit.
- ¹⁴ Instagram Account rheinmetall_careers, 27.2.2026.
- ¹⁵ Sabine Ritzkat: Schulrätze-Packen für den guten Zweck, Dimensions Magazin, 24.9.2024.
- ¹⁶ Ebd.