

Berliner Hintermänner

Ein heißer Herbst steht bevor: Die Regierung will die Unternehmensteuer senken, den Kündigungsschutz aufweichen, ein neues Gesundheitssystem und die Verschärfung von Hartz IV beschliessen. Die Einflüsterer der Wirtschaft sorgen in Berlin dafür, dass alles so läuft, wie sie es sich wünschen. Dazu benutzen sie immer subtilere Methoden, Menschen und Medienkonzepte. **Von Susanne Rohmund**

Zur besten Sendezeit am Vorabend gab es in der beliebten ARD-Serie »Marienhof« Folge 1936 einen kleinen unscheinbaren Dialog zwischen einem Arbeitgeber und einem Jobsucher. Die Botschaft lautete »Arbeitszeiten rauf!« und klang wie folgt: »Wir sind im Moment ganz besonders auf das Engagement unserer Mitarbeiter angewiesen, Flexibilität steht bei uns an oberster Stelle.« Jobsuchender: »Ja, vielleicht könnte ich erst mal auf 20-Stunden-Basis ...« Arbeitgeber: »Oh, das tut mir leid, wie gesagt, wir sind ein junges Unternehmen. Von einer 50-Stunden-Woche müssten sie erst mal schon ausgehen, zumindest am Anfang. Später können wir gern mal darüber reden.«

Ein Dialog mit politischer Botschaft. Der Preis für die Arbeitgeber-Propaganda in sieben »Marienhof«-Folgen: 58 000 Euro. Bezahlte von der »Neue Soziale Marktwirtschaft« (INSM), der Lobby-Institution des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall, der APO des Kapitals. Die Schleichwerbung flog auf. Der Presserat rügte die Initiative, die Gesamtmetall-Chef Martin Kannegiesser 1999 ins Leben rief. Mit 100 Millionen Euro wurde die PR-Maschinerie bisher ausgestattet. Das Ziel: Wirtschaftsfreundliche »Reformen« gesellschaftsfähig machen.

Der schleichende Einfluss der Wirtschaft wird größer. »Der Dialog zwischen Politik und Wirtschaft ist offener und projektbezogener, aber auch komplexer geworden«, ergab eine Umfrage der PR-Agentur Plato. Und

deshalb gehören vertrauliche Treffen von Umweltminister Gabriel und Spitzenvertretern der vier deutschen Atomkonzerne Eon, EnBW, RWE und Vattenfall mittlerweile zum Alltag des Berliner Politgeschäfts. »Lobbyisten und PR-Vertreter haben das politische,

wirtschaftliche und gesellschaftliche Berlin praktisch unter ihre Kontrolle gebracht«, diagnostiziert Buchautor Hajo Schumacher. Neu ist nicht nur der zunehmende Einfluss der Wirtschaft, sondern auch die schleichende Manipulation der Öffentlichkeit durch Lob-

Der Cheflobbyist

Dieter Hundt

Der Chef der Arbeitgeber zählt zu den mächtigsten Einflüsterern. Seine Lieblingsthemen: Mitbestimmung einschränken, Ausbildungsvergütung kürzen sowie das Streikrecht beschneiden. Die Arbeitgeber bilden in Berlin die zahlenmäßig größte Gruppe von Meinungsmachern. 1900 Lobbyisten sind in der Verbändeliste des Deutschen Bundestags registriert. Zusätzlich haben rund 100 Firmen Repräsentanten in der Hauptstadt. Deren einziges Ziel ist es: arbeitgeberfeindliche Gesetze frühzeitig verhindern. »Dabei stehen den Firmen völlig neue Wege offen«, weiß Rudolf Speth, Privatdozent am Fachbereich Politik und Sozialwissenschaften der FU Berlin. Denn: Für die Unternehmen wird direktes Lobbying immer wichtiger, ergab eine Umfrage der PR-Agentur Plato. Dieter Hundt ist dabei das Sprachrohr aller Arbeitgeber. Er zieht die Strippen hinter den Kulissen und versucht, die öffentliche Meinung frühzeitig zu beeinflussen.

Foto: picture-alliance / dpa / dpaweb / Kugler



Lobbying in Berlin

Das traditionelle Lobbying – die geräuschlose Einflussnahme – verliert an Bedeutung. Heute werden Dienstleister wie PR-Agenturen immer wichtiger



bying-Dienstleister und deren PR-Agenturen. In Deutschland stehen 30 000 Politik- und Wirtschaftsjournalisten rund 15 000 bis 18 000 PR-Leuten gegenüber, schätzt der Leipziger Medienwissenschaftler Michael Haller. Und das Verhältnis verschiebt sich immer weiter zu Gunsten der PR. Lobby-PR ist die Stärke der »Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft« (INSM). Sie placiert nicht nur Schleichwerbung in der Vorabendserie »Marienhof«, sie »initiiert« sogar Scheindemonstrationen. So geschehen am 16. Februar dieses Jahres. Die INSM baute einen »gordischen Knoten des Föderalismus« aus verknoteten Tauen vor dem Reichstagsgebäude auf. Die Botschaft der Aktion: »Der föderale Knoten muss endlich durchschlagen werden.« Die Presseagentur DPA fotografierte die Aktion und verschickte anschließend ein Foto mit dem folgenden Begleittext: »Demonstration zur Föderalismusreform: Junge Leute ziehen am Donnerstag vor dem Reichstagsgebäude in Berlin an einem großen gordischen Knoten.« Dass es sich bei den »Demonstranten« um INSM-Vertreter – vermutlich Mitarbeiter der zu-

arbeitenden PR-Agentur Scholz & Friends handelte, interessierte die Presseagentur nicht. Das Foto samt entsprechender Bildunterschrift schaffte es in zahlreiche Tageszeitungen. Deutschland befindet sich auf dem Weg zur Mediendemokratie, beobachtet der Politikwissenschaftler Ulrich Sarcinelli. Seine These: Parteien und Parlamente bestimmen immer weniger die Themen der Politik. Themen werden durch die Medien gesetzt. Neu im Lobbygeschäft ist auch eine wachsende

Anzahl Wissenschaftler, die sich vor den Karren der Wirtschaft spannen lassen. »Die Wissenschaft ist in weitem Maße gleichgeschaltet. Viele, die dort tätig sind, sind politisch korrupt. Sie arbeiten für private Interessen und tun so, als seien sie Wissenschaftler«, sagt Publizist Albrecht Müller. Jüngstes Beispiel: die Debatte um die längere Lebensarbeitszeit. Besonders aktiv in Talkshows: der Sozialforscher Meinhard Miegel, der nicht müde wird, die gesetzliche Rentenversiche-

Meinungsmacher in eigener Sache

Werner Sinn

Präsident des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, eine der großen staatlich finanzierten Denkfabriken. Sinn gilt als der marktradikaleste Wirtschaftsforscher Deutschlands und als Gewerkschaftshasser. Seine Forderungen: längere Arbeitszeiten, niedrigere Löhne, sinkende Renten und weniger Sozialstaat.



Foto: picture-alliance / dpa / Netefel

Ferdinand Dudenhöffer

Der Ex-Automobilmanager ist Professor an der Fachhochschule Gelsenkirchen. Gleichzeitig ist Dudenhöffer seit 2002 Geschäftsführer der Privatfirma B&D Forecast GmbH. Seine Forschung und vor allem B&D finanzieren sich durch Auftragsarbeiten für die Industrie. Das ist problematisch: In der Öffentlichkeit erscheint er als Professor einer staatlichen Fachhochschule, also als objektive Instanz. Tatsächlich arbeitet er aber auch für die Industrie. Laut »Spiegel« erhielt er im vergangenen Jahr allein von Daimler-Chrysler knapp 400 000 Euro.



Foto: picture-alliance / dpa / Mettsielen

Peter Hahne

Stellvertretender Leiter des ZDF-Hauptstadtstudios, Essayist, Moderator und Theologe. Der ZDF-Mann hat sich zwar bisher keiner der neoliberalen Organisationen angeschlossen. Seine Nähe zur CDU ist aber bekannt. Er gilt als »bibelfester Unions-Liebling« und vertritt konservative Ansichten zu Familie, Ehre, Anstand und Manieren.



Foto: picture-alliance / ZB / Schneider



Zu Gast bei Sabine Christiansen

Meinungsmacher wie Sozialforscher Meinhard Miegel (li. neben Christiansen) oder INSM-Botschafter wie Späth sind gern gesehene Gäste. Gewerkschafter wie Metaller Klaus Ernst (ganz links) werden abgewatscht

Lobbyisten der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft

rung schlecht zu reden. Worüber Miegel jedoch meistens schweigt: Er berät ein Institut für Altersvorsorge, das von der Deutschen Bank und Versicherungsgesellschaften finanziert wird. Also den Profiteuren der Panikmache rund um die Rente.

»Das ökonomische Denken gewinnt an Bedeutung, und die Differenzen zwischen Politik und Ökonomie schleifen sich ab«, warnt Buchautor Rudolf Speth. Zeit, dem entgegenzuwirken. ◀

Mehr zum Thema Lobbyismus

Bücher:

- ▶ Thomas Leif/Rudolf Speth: »Die fünfte Gewalt – Lobbyismus in Deutschland«. VS Verlag, 2006, 19,90 Euro.
- ▶ Albrecht Müller: »Machtwahn«. Droemer/Knaur, 2006, 19,90 Euro.
- ▶ Cerstin Gammel/Götz Hamann: »Die Strippenzieher«. Econ, 2005, 19,95 Euro.

Im Internet:

- ▶ www.lobbycontrol.de
- ▶ www.corporateeurope.org
- ▶ www.transparency.de
- ▶ www.nachdenkseiten.de
- ▶ www.igmetall.de (unter →Themen → Kampagnen der Arbeitgeber)
- ▶ und unter www.extranet.igmetall.de, dem Netz für IG Metall-Funktionärinnen und Funktionäre (unter →Themen → Politik -Meinungsmacher)

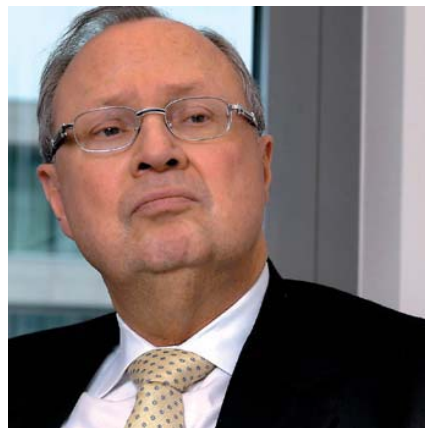


Foto: picture-alliance / dpa / Wolff

Martin Kannegiesser Gesammetall-Präsident.

1999 rief Kannegiesser die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) ins Leben und stattet sie seitdem jährlich mit 10,25 Millionen Euro aus. Die INSM arbeitet wie eine hochprofessionelle PR-Maschinerie. Das Ergebnis der Bundestagswahl zeigte aber die Grenzen der Mediendemokratie. Nun schult die INSM ihre Botschafter besser für Medienauftritte.

Lothar Späth

Ex-Ministerpräsident Baden-Württembergs, Aufsichtsratsvorsitzender bei Jenoptik und Deutschlandchef der amerikanischen Investmentbank »Merrill Lynch«. Späth ist »Botschafter« der INSM und macht offensiv für deren Ziele Werbung. So ließ sich Späth beispielsweise auf einer ganzseitigen Anzeige mit einem Interview (»Mehr Mut zur Ungleichheit«) abbilden.



Foto: picture-alliance / dpa / dpaweb / Weißbönd

Friedrich Merz

Mitglied der Bundestags. Der Sauerländer ist Gründungsmitglied des Fördervereins der INSM. Er wirbt aktiv für die Ziele der Initiative. Er tritt als Politiker auf, verkündet aber die Botschaften der Lobbyorganisation. Denn für Merz ist die INSM »die Stimme der ökonomischen Vernunft«.



Foto: picture-alliance / dpa / dpaweb / Vmmbernd

Oswald Metzger

Publizist und Politikberater, bis 2002 haushaltspolitischer Sprecher der Bündnisgrünen. Metzger ist einer von sieben Kuratoren der INSM, zu denen nicht nur Martin Kannegiesser, sondern auch Hans-Dietrich Winkhaus, Präsident des arbeitgebernahen Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln, sowie Hans Tietmeyer, ehemaliger Präsident der Bundesbank, gehören.



Foto: picture-alliance / dpa / dpaweb / Meichert