

versuchen, das gerade da steht. Jedes System schafft sich seine Rollen. Aber das entschuldigt nichts. Viel zu oft wird immer nur das Problem eingeräumt – und die Schuld woanders geortet.

In solchen Verhältnissen an rationale, langfristige Politikstrategien zu denken, erscheint mitunter abenteuerlich naiv. Trotzdem bleibt es notwendig, wenn Politik sich nicht freiwillig der Negativ-Spirale ausliefern will. Aber daneben braucht es eine ernsthaftere Debatte über die Fehlentwicklung im Mediensystem und im Journalismus, tiefer reichend als nur in Form einer Kritik der neuesten Zuspitzungsspirale.

Wenn das Scharnier zwischen Institutionen und Gesellschaft nicht mehr funktioniert, kann es demokratische Meinungsbildung in einem ergebnisoffenen, inhaltlichen Sinne nicht geben. Dann wird sie dauerhaft ersetzt durch die mediale Hybris der Schuldprojektion an die Adresse der gerade politisch Verantwortlichen. Schuld für alles und jedes. Für gestern, heute und morgen.

Kann es das überhaupt noch geben: Entschleunigung, Entdeckung der Langsamkeit? Ausgerechnet in einer Medien-

welt, die den Wettlauf um Aktualität und Zuspitzung zum zentralen, wenn auch scheinrationalen Erfolgskriterium hat werden lassen? Würde das Publikum da mitspielen? Zu schnell wird erwidert, dass man nur liefere, was die Leute wollen. Gelebte Demokratie hat immer etwas mit Widerstandskraft gegen die Verlockung zum Populismus zu tun. Das sollte für alle gelten.

Zu viele in der Medienwelt, zumal in den Chefetagen, lehnen solche Fragen ab. Gerieren sich als unschuldige Transporteur der Publikuserwartung. Das ist zu wohlfeil. Die öffentliche Bühne steht neben der Institutionenwelt *und* neben der Parteienwelt. Und sie hat ein Eigenleben entwickelt. Sie ist stolz auf ihre Definitionsmacht. Gerade deshalb darf sie der Verantwortung für die Akzeptanz der demokratischen Prozesse nicht ausweichen.

Demokratie ist das ewige Ringen um Kompromisse. Am Ende steht selten Schwarz und selten Weiß, meist Grau. Mithin ewige Unzufriedenheit? Sie wäre nicht schlimm, falls daraus Engagement entstünde. Statt Abwendung und Verachtung. Eine Frage der Wahrnehmung. Eine Frage der Darstellung.

Thomas Leif

Bestellte Wahrheiten – Lobby im Journalismus

Dass Lobbyisten, Berater, Abgeordnete, Ministerialbürokratie, Minister und zahlreiche Medienvertreter in einem geschlossenen Informations- und Beratungskreislauf integriert sind, ist nicht neu. Neu ist aber, dass Journalisten und Politiker proaktiv die engen Kooperationsbeziehungen zur Lobby intensiv pflegen.

Es gibt Schlüsseldokumente, die belastbar und gerichtsfest sind. Dokumente, die das wahre Gesicht einer Branche zeigen, die sich gerne diskret und seriös gibt, mit der Aura nüchterner Argumente und überprüfbarer Fakten schmückt. Es geht um die Atomenergie-Lobby, die mit der 109-seitigen Studie »Kommunikationskonzept



Thomas Leif

(* 1959) ist Vorsitzender des Journalistenverbands netzwerk recherche (nr). Er veröffentlichte u.a. *angepasst & ausgebrannt Die Parteien in der Nachwuchsfalle. Warum Deutschland der Stillstand droht* (2009) sowie *beraten & verkauft: McKinsey & Co.* (2006).

thomas.leif@netzwerkrecherche.de

Kernenergie – Strategie, Argumente und Maßnahmen« der Öffentlichkeit eine einmalige Blaupause ihrer bislang verborgenen Praxis und ihrer wahren Identität präsentiert hat.

Suggestion, Anschein von Seriosität, Anmutung von Wahrheit

Wer den bislang geheim gehaltenen DNA-Code der Energie-Lobby entziffern und die Manipulationstechniken dieser Branche verstehen will, ist nicht mehr auf Sekundärinformationen angewiesen. Diesen Kollateralnutzen hat die Berliner »Unternehmensberatung für Politik- & Krisenmanagement« (PRGS) mit ihrer »Studie« der Öffentlichkeit beschert. »Gespräche wurden durchgeführt u.a. mit Journalisten der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, des *Handelsblattes*, der *Wirtschaftswoche* und der *Welt*«, schreiben die Autoren der ungewöhnlich detaillierten Geheim-Studie. »Selbstverständlich wurden diese Gespräche ohne Nennung (des Auftraggebers) oder des Auftrags geführt.« Offenbar auch mit Hilfe dieser Quellen wurden 16 Redakteure der zentralen Leitmedien politisch genau taxiert und auf der »Links-rechts-Achse« eingeordnet. »Lediglich die *Welt* nimmt mit Daniel Wetzel als schwarz-grünem Redakteur eine vermittelnde Position zwischen den Lagern wahr«, heißt es anerkennend. Warum der Aufwand? Diese einfache Frage wird von den Lobby-Experten später in entwaffnender Offenheit beschrieben: »Grundlage des Lobbyings ist fundiertes Material. Politiker bevorzugen wie Journalisten quellenbasiertes Informationsmaterial, das die Neutralität der Information suggeriert.« Die Betonung liegt auf Suggestion, auf den Schein der Seriosität, die Anmutung von Wahrheit. In der Studie wird das gesamte Spektrum des modernen Lobbyings und der auf Manipulation gegründeten Kooperation mit den Medien ausbuchstabiert: gekaufte und frisierte Stu-

dien mit wissenschaftlichem Anschein, manipulierte Umfragen, Argumentations-Leitfäden, die Gegenargumente ausblenden und Werbebotschaften priorisieren, Negative *Campaigning*-Strategien gegen Atomkraft-Kritiker und Jubelbeiträge für die Förderer der Atomenergie. Das Leistungsversprechen der Autoren für die Auftraggeber (offenbar die E.on AG) rechtzeitig vor der Bundestagswahl im November 2008 ist kristallklar: »Die Ergebnisse von IfD (Institut für Demoskopie Allensbach – Anm. des Verf.), Emnid u.a. legen daher immer den Schluss nahe, dass allein ein Regierungswechsel ausreichen würde, um die Stimmung in Deutschland pro Kernenergie zu drehen.«

Strategische Leitmotive

Es handelt sich folglich um ein einmaliges Dokument, das – wie Branchenkenner bestätigen – allerdings auch in ähnlicher Form als »Maske« exemplarisch für andere Lobbyorganisationen gilt. Strategische Leitmotive von den auf Lobbyarbeit spezialisierten Agenturen wie PRGS sind, bezogen auf die Medien, folgende Punkte:

- Themen und Positionen – wie im skizzierten Fall die (mittlerweile durchgesetzte) langfristige Laufzeitgarantie für Atomkraftwerke – werden in Form der sogenannten »orchestrierten Kommunikation« in der Öffentlichkeit verankert.

- Semantisch positiv aufgeladene Begriffe und Fahnenwörter wie etwa »Kernenergie als Brückentechnologie«, eingebettet in das Konzept der »Nachhaltigkeit«, sollen über die Medien etabliert werden. Die CDU nutzt beispielsweise den von der AKW-Lobby erfundenen Begriff der »Brückentechnologie«.

- Ausgewählte Journalisten und Medien werden mit »bestellten Wahrheiten« versorgt; sie erhalten frisierte (wissenschaftliche) Studien, passende Meinungsumfragen, getürkte Statistiken, von PR-

Agenturen geschriebene Texte, Interviews und Meinungsbeiträge etc. Das Spektrum dieser Dienstleistungen und Informations-Rohstoffe ist schier unbegrenzt. Dazu gehört auch die Vermittlung von sogenannten »Experten«, die als »Mietmäuler« einsetzbar sind.

- Medien-Kritiker werden mit allen denkbaren Methoden des *negative campaigning* überzogen, diffamiert und disqualifiziert. Ihre Reputation soll beschädigt werden.

- Blogs, Webseiten und andere *Social media*-Plattformen werden von den Lobbys – wie im Fall der Bahnprivatisierung dokumentiert – gezielt instrumentalisiert und manipuliert.

- Verbände und Organisationen, die sich im Feld des jeweiligen Lobby-Themas bewegen, werden mit großem Aufwand auf ihre Korruptionsanfälligkeit hin getestet und entsprechend instrumentalisiert.

- Diese Aktivitäten werden von den Lobbyorganisationen in einem »eisernen Dreieck« gesteuert. Dazu gehören sogenannte »Public Affairs Agenturen« und PR-Agenturen, die ihre Arbeit nach journalistischen Kriterien ausrichten und selten Spuren hinterlassen. Der Wechsel sehr erfahrener journalistischer Profis in die PR unterstreicht diesen Prozess der Professionalisierung der Branche.

- Der Handel mit sogenannten »Exklusiv-Informationen« floriert. Agenturfähige Informationen werden gegen Wohlverhalten getauscht. Gute Informanten leben –sozusagen als Gegenleistung – in einer medialen Schonzone. Es gilt der Grundsatz: »In die Hand, die mich füttert, beiße ich nicht.«

Blaupause für die Manipulation der Medien

All diese Techniken werden in der PRGS-Studie exemplarisch durchgespielt, analysiert und auf ihre potentielle Wirkung hin

ausgewertet. Sein professionelles Handwerk wird ihr Geschäftsführer, Thorsten Hofmann, künftig in der Quadriga-Hochschule in Berlin weitergeben können. Das Tochterunternehmen der Deutschen Presseakademie (depak) bietet seit April 2010 eine 18-monatige PR-Ausbildung als berufsbegleitendes Studium in Berlin an. (Studiengebühren bis zu 26.000 Euro, vgl. www.Quadriga.eu) Hofmanns Qualifikationsnachweis ist offenbar die PRGS-Studie. Der Perfektionist der Lobby-Manipulationen »verantwortet innerhalb des Fachbereichs Politics & Public Affairs der Quadriga Hochschule den kontinuierlichen Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis.« Dabei kann er sich auf einen renommierten Beirat exponierter Vertreter deutscher Leitmedien verlassen. Das

heißt: Chefredakteure und Generalsekretäre –sogar aus der ARD– assistieren dem ausgewiesenen Lobby-Experten Thorsten Hofmann dabei, wie mit den dokumentierten Manipulations-Techniken die Öffentlichkeit künftig hinter die Fichte geführt werden kann. Ob diese Beirats-Tätigkeit von renommierten Chefredakteuren und sogar ARD-Generalsekretären mit den gültigen Staatsverträgen und den Kodices der Qualitätszeitungen in Einklang zu bringen ist, mögen Justitiare und Kontrollgremien entscheiden.

In den WDR-Richtlinien für eine unabhängige Wirtschaftsberichterstattung heißt es eindeutig: »Wir überprüfen alle Themenvorschläge und Beiträge kritisch auf mögliche PR und Schleichwerbung.« Der verbindliche Verhaltenskodex für NDR-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist noch klarer: »Wir nutzen unsere NDR-Tätigkeit nicht für kommerzielle PR, unangemessen hoch dotierte Nebentätigkeiten oder andere private Vorteile.« Die Methoden des führenden Lehrpersonals der Quadriga-Hochschule sind aktenkundig. (www.quadriga.eu) Dass prominente Journalisten aus der ersten Reihe diese Methoden, die die Pressefreiheit faktisch aushöhlen, auch nur tolerieren, ist im Lichte eines sehr strengen Regelwerkes des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht nachvollziehbar. Ein erfahrener WDR-Feature-Redakteur wurde jüngst entlassen, weil er sich mutmaßlich vor den PR-Karren eines Salbenherstellers spannen ließ. Eine drakonische Strafe, die für die WDR-Intendanz sicher Maßstab für vergleichbare Fälle auf höherer Ebene sein wird.

Die zunehmende unkontrollierte Macht von Lobbyisten auch auf die Medien wird seit längerem auch vom Bundesverfassungsgericht registriert und kritisiert: »Lobbyismus ist eine latente Gefahr für den Rechtsstaat« lautete daher folgerichtig die Kernthese in einem Interview der *Börsenzeitung* mit dem ehemaligen Präsidenten des BVerfG Hans-Jürgen Papier.

Für die meisten Medien ein Randthema

Sechs grundlegende, sich wechselseitig verstärkende Tendenzen, haben in den vergangenen Jahren das unkontrollierte Macht- und Gefahrenpotenzial des Lobbyismus öffentlich sichtbar gemacht und eine spürbare Nervosität unter führenden Politikern erzeugt. Dazu gehören:

Die Formulierung von Gesetzen, von Verordnungen oder Textbausteinen für Gesetze durch externe Anwaltskanzleien. Sie stellen die Gesetzgebungskompetenz des Parlaments in Frage. Die Platzierung von sogenannten »Leihbeamten« der Lobbyorganisationen in den Ministerien wird nach detaillierter Analyse vom Bundesrechnungshof als ein »Risikopotenzial« für die Unabhängigkeit der staatlichen Verwaltung bezeichnet. Der Wechsel von mehreren Spitzen-Lobbyisten aus der Atomindustrie, der Privaten Krankenversicherungen und der Finanzwirtschaft in Leitungsebenen verschiedener Ministerien der christlich-liberalen Koalition nährt den Verdacht der offenen Klientelpolitik und der Verlagerung von Lobbymacht in die politische Administration.

Fragwürdige Praktiken der Politikfinanzierung über Sponsoring, Spenden, bezahlte Reden – verbunden mit tatsächlichen oder unterstellten direkten Gegenleistungen – führen zum weit verbreiteten Eindruck, dass Lobbyisten sich den Zugang zur Politik über eine »gezielte Landschaftspflege« kaufen können. Der direkte Wechsel von Ministerpräsidenten, Ministern, Staatssekretären und Spitzenpolitikern als Lobbyisten und Berater in die Industrie hat in den vergangenen Jahren massiv zugenommen. Dies gilt umgekehrt auch für zahlreiche führende Journalisten, die als Lobbyisten tätig sind.

Während die Signale auch im Parlament angekommen sind, hat der Einfluss der »Fünften Gewalt« in den Leitartikeln der Leitmedien aber immer noch nur eine

Randposition. Welche Gründe könnte es für diese kaum zufällige Agenda-Politik geben?

Geschlossener Informations-Kreislauf

Lobbyisten, Berater, Abgeordnete, Ministerialbürokratie, Minister und zahlreiche Medienvertreter sind in einem geschlossenen Informations- und Beratungskreislauf integriert. Neu ist, dass Journalisten und Politiker proaktiv und routiniert die engen Kooperationsbeziehungen zur Lobby intensiv pflegen und die angebotene juristische, »fachliche« und politische »Expertise« offensiv nutzen. In einmaliger Offenheit hat Peter Friedrich, Bundestagsabgeordneter und SPD-Generalsekretär aus Baden-Württemberg, diesen Verschmelzungs-Prozess analysiert: »Der Lobbyist wird zum scheinbaren Helfer des Abgeordneten oder Beamten, er unterstützt ihn mit Argumenten, Formulierungshilfen, Studien. ... Die eigenen Interessen und Ziele verschmelzen mit denen der Lobby.« Was Friedrich offenherzig für die politische Klasse einräumt, bestätigen auch führende Journalisten, allerdings nur »unter drei«.

Derzeit gibt es 2.177 (Stand: 12.3.2010) in Berlin beim Bundestag eingetragene Lobbyorganisationen mit mehr als 4.500 Ausweisen, die ihnen den freien Zugang im Bundestag ermöglichen. Damit übersteigt die Zahl der akkreditierten Lobbyisten bei weitem die Zahl der Medienvertreter. Diese Zahlen spiegeln das Dunkelfeld, über das nur selten berichtet wird. Zugestanden werden muss allerdings, dass Recherchen im Feld der Lobby schwieriger sind als in der Sphäre der Geheimdienste. Deshalb ist der Informationswert der PRGS-Studie nicht zu unterschätzen.

Laut einer Studie der Organisation »Lobby Control« arbeiten 15 von 63 Ministern und Staatssekretären aus der früheren

rot-grünen Koalition heute in Positionen mit »starkem Lobbybezug«. Sie profitieren von ihrem Insiderwissen, ihren alten Verbindungen und ihrem Zugang zu ihren früheren Mitarbeitern in der Ministerialbürokratie sowie ihren Medienkontakten. Ihr soziales Kapital: sie kennen die Feinmechanik der politischen Prozesse und wissen, *wie* Politik funktioniert.

Drehtüren von der Politik zur Wirtschaft

Öffentlich kaum beachtet wurde bislang, dass auch zahlreiche Diplomaten diesem Weg in die Lobby-Politik folgen. So wechselte der Deutsche Botschafter in London, Wolfgang Ischinger, als Lobbyist zum Versicherungskonzern Allianz. Jürgen Chrobog, zuletzt Staatssekretär im Auswärtigen Amt, leitet heute die Quandt-Stiftung. Der frühere deutsche Botschafter in Neu Delhi, Heimo Richter, sucht sein Glück bei der Bosch-Stiftung. Zuvor heuerte schon Ex-Außenminister Klaus Kinkel als Präsident der Telekom-Stiftung an. Viele weitere Lobbykarrieren – wie jüngst auch im Fall Siemens – ließen sich dokumentieren. Auch international renommierte Politiker – wie der frühere britische Premier Tony Blair – verkaufen heute ihr Politikwissen. In diesem Fall als Berater ausgerechnet für die Investmentbank JP Morgan. Diese Bank war führend bei der Stimulierung extrem risikoreicher Finanztransaktionen bei gleichzeitiger Reduzierung von politischen Kontrollen. Auch der frühere Kanzler Gerhard Schröder und sein Vize Joschka Fischer haben diesen Weg eingeschlagen.

Die Drehtüren von der Politik zur Wirtschaft schaden dem Ansehen der Politik, weil so sichtbar belegt wird, dass persönliche Interessen offenbar politische Motive überlagern. Auch diese Haltung fördert das Misstrauen in die Integrität und Unabhängigkeit der Politik. Ohne eine gesetzlich geregelte »Abkühlungsphase« von

mindestens drei Jahren nach dem Ausscheiden aus der Politik wird man solche Wechsel nicht eindämmen können.

Eine Initiative des Parlamentarischen Geschäftsführers der SPD-Fraktion, Christian Lange, mit dem Ziel, einen »Verhaltenskodex für ehemalige Mitglieder der Bundesregierung« einzuführen, blieb erfolglos. Zwar lud der Innenausschuss am 15.6.2009 zu einer Sachverständigenanhörung, ein entsprechender Antrag zur Formulierung eines Verhaltens-Kodex wurde aber am 2.7.2009 – mit den Stimmen der SPD-Fraktion abgelehnt. Einen Brief des SPD-Politikers an die Bundeskanzlerin beantwortete der Parlamentarische Staatssekretär im Innenministerium, Dr. Christoph Bergner, im Januar 2010. Der »Beauftragte für Aussiedlerfragen und nationale Minderheiten« gibt in seiner Antwort zu erkennen, dass die Bundesregierung auch mit Blick auf die im Grundgesetz ge-

schützte Freiheit der Berufsausübung (Art. 12 GG) einem »Verhaltenskodex« keine Chance gibt. »Ein Verhaltenskodex wäre zudem rechtlich unverbindlich und könnte in praktisch wichtigen Fällen keine hinreichenden Sanktionsmöglichkeiten bieten.« Diese Antwort der Bundesregierung illustriert einen Grundkonflikt. Regelungen, die den Lobbyeinfluss einhegen könnten, werden strikt abgelehnt. All diese Entwicklungen und Tendenzen sind allenfalls ein Randthema für die Medien.

Nur wenige Journalisten interessieren sich en detail für die Macht der Lobby; niemand fordert eine Abkühlungsphase für Journalisten, die in den Lobbyismus und – oft genug – wieder zurück in den Journalismus wechseln. Das System wechselseitiger Abhängigkeiten funktioniert.

Wer freiwillig *embedded* und Teil eines funktionierenden Informationskreislaufes ist, hat offenbar keinen Grund zur Klage.

Philipp Männle

Wie frei sind die Medien?

Sicherlich, es ist wenig originell, in den Abgesang der medialen Freiheit einzustimmen. Aber es scheint unübersehbar: Zwänge des Marktes bei der ProSiebenSat.1 Media AG oder beim Süddeutschen Verlag, Zwänge der Justiz beim Stern oder der Bunten, Zwänge der (Partei-)Politik beim ZDF oder jüngst beim Bayerischen Rundfunk. Doch gehen diese wirklich in Richtung Freiheitsverlust, in Richtung »Deliberalisierung«?

Philipp Männle



(* 1980) studierte Verwaltungswissenschaften und Philosophie. Er ist Trainee bei der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (dd_vg.) und in diesem Rahmen derzeit tätig bei der Frankfurter Rundschau. Zudem ist er Lehrbeauftragter an der Universität Potsdam.

Gründe, von einem Verlust medialer Freiheit zu sprechen: Ökonomische und juristische, politische und technologische, sogar militärische, religiöse und viele weitere Zwänge allenthalben. Anders, kurz und verkürzt gesagt: Ein zunehmender Freiheitsverlust der Medien – das ist der Fall!

Oder: Das *scheint* der Fall zu sein; und natürlich ist es die Soziologie, die das »Scheint-zu-sein« im Munde führt. Diese nämlich – sofern sie jenen systemtheoretischen Weg beschreitet, den ihr Niklas

Wer mit der Formel der Aufklärung vor Augen – Freiheit heißt Abwesenheit von Zwang – auf die Medien blickt, hat gute