

# Strandklappstühle

„Höchste Zeit für Reformen. Deutschland.“ Hinter diesem schlicht genialen Slogan steht die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“. Diese Initiative wird gelenkt von einem kleinen Unternehmen namens berolino.pr, für das wiederum die PR-Agentur Scholz & Friends arbeitet. Der Arbeitgeberverband Gesamtmetall lässt sich die INSM seit dem Jahr 2001 rund 10 Millionen Euro im Jahr kosten. „Medienpartnerschaften“ mit angesehenen Zeitungen wie dem *Handelsblatt* oder der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* sorgen dann für die Verbreitung der Botschaft: Es gibt keine Alternative.

*Von Ulrike Winkelmann*

Ende September, als die Temperaturen schnell fielen, machte im Regierungsviertel in Berlin eine denkwürdige Lokalität zu: Der „Bundespressestrand“. Die Hauptstadtkorrespondenten konnten aus dem Kubus der Bundespressekonferenz zuschauen, wie gegenüber am anderen Ufer der Spree die Holzstege eingeklapp wurden, der Tresen in Einzelteile zerlegt und die kleine Bühne auseinander montiert wurde. Zum Schluss baumelte noch das Transparent schief an einem Balken, das man den ganzen Sommer über hatte lesen können: „Höchste Zeit für Reformen. Deutschland“. Das „Deutschland“ war provozierend groß geschrieben.

Hier war die Hauptstadt- und Parlamentsjournalistin monatelang hingeschlapp, wenn sie nach der Arbeit noch ein Getränk haben wollte. Tief in Strandklappstühlen geschunkelt, winkte man den Ausflugsbooten zu, auf denen die Touristen das Regierungsviertel mit seinen sterilen Sichtbeton-Neubauten so gern durchkreuzen. Viele Politiker kamen hier auch hin, denn von den neuen Abgeordnetenbüros im Jakob-Kaiser- und Marie-Elisabeth-Lüders-Haus war es ebenfalls nicht weit. SPD-, CDU- oder FDP-Abgeordnete tänzelten kess mit Cocktails zwischen den Deckchairs herum, während Frauen – vielleicht PR-Branche, vielleicht sowas Ähnliches – in gut geschnittenen Kostümen sich die Pumps von den Füßen schoben und mit den Zehen im Sand bohrten. Eine kleine Inszenierung von verspielter, aber souveräner, jugendlicher, aber professioneller Gelassenheit. Regieren konnte so viel Spaß machen.

Regieren war in diesem Jahr aber auch so einfach. Man brauchte bloß zu sagen, dass es höchste Zeit für Reformen sei. Und schon regierte man mit – ganz unabhängig davon, welcher Partei oder welchem Unternehmen man angehörte. Wer einen einzigen Tag lang Zeitung las und Fernsehen guckte, konnte den Allparteienkonsens (minus PDS) über die notwendigen Reformen rückwärts und im Schlaf aufsagen: Die Arbeitsmarktreformen namens „Hartz IV“ – nur ein erster Schritt. Die Gesundheitsreform, 20 Milliarden

Euro schwer – nur ein Tropfen auf den heißen Stein. Lohnnebenkosten müssen weiter runter (eigentlich muss das ganze Lohnniveau runter, aber das sagte kein Politiker laut). Die sozialstaatliche Umverteilung gehört auf ein Minimum reduziert. Unter dem Druck von Globalisierung und Demographie gilt: „Sozial ist, was Arbeit schafft.“

Auf diese Weise fanden sich sämtliche Meinungsmacher der Republik unter dem Slogan „Höchste Zeit für Reformen. Deutschland.“ zusammen. Darin waren alle Tonalitäten aufgehoben, mit denen sich eine politische Diskussion bestreiten ließ. Der Tonfall „Höchste Zeit“ verriet Tatendrang, Ungestüm, einen Hauch Panik. Der Tonfall „Zeit für“ verriet reife Überlegung, sorgsame Strategie.

Der Tonfall „für Reformen“ verriet Optimismus, feste Pläne, Gestaltungswillen. „Deutschland“, darin floss schließlich die Sorge ums Land, ums Volk, ums große Ganze zusammen, das sich aber mit gutem Willen gemeinsam wuppen lasse – versetzt mit einem augenzwinkernden Rippenpuff: Ey, so schlimm ist das doch gar nicht! In diesem „Deutschland“ lebte praktisch alles, was zum Beispiel auch der neue Bundespräsident Horst Köhler verkörperte.

Hinter dem schlicht genialen Slogan auf dem Transparent steht die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“, die auch den Bundespressestrand gesponsert hat. Diese Initiative firmiert unter [www.chancenfuere.de](http://www.chancenfuere.de), wird gelenkt von einem kleinen Unternehmen namens berolino.pr, für das wiederum die PR-Agentur Scholz & Friends arbeitet. Der Arbeitgeberverband Gesamtmetall lässt sich die INSM seit dem Jahr 2001 rund 10 Millionen Euro (nach Angaben der berolino.pr 8,8 Millionen Euro „netto“) im Jahr kosten. Er ist sehr zufrieden mit ihrer Arbeit, deshalb hat er just den Vertrag mit berolino.pr um fünf Jahre, also bis ins Jahr 2010 hinein, verlängert.

Die INSM ist nur eine von mehreren Unternehmen der Wirtschaftslobby, die sich in den vergangenen Jahren gegründet haben, um das Vertrauen in den Staat zu schwächen und das Vertrauen in

Marktgesetze zu stärken. Die zweitprominenteste derartige Veranstaltung dürfte der Bürgerkonvent des Sozialstaat-Querdenkers Meinhard Miegel sein, der sich mit mehreren anderen Initiativen im Mai dieses Jahres zur Aktionsgemeinschaft Deutschland zusammenschloss – woraufhin das gesamte Konstrukt von der Bildfläche verschwand. Die Initiative D21, eine Art Event-Kooperation der Siemens AG und der Bundesregierung (*public private partnership*), lädt ab und zu in sehr gediegenem Layout zu sehr hochrangig besetzten Tagungen ein, bleibt dabei aber vollkommen blass. Die INSM dagegen schaltet munter Anzeigen, veranstaltet Diskussionen, sorgt für Abdruck ihrer Ansichten im redaktionellen Teil unabhängiger Zeitungen und nutzt überhaupt sämtliche Kanäle der Öffentlichkeit, um ihr Programm zu verbreiten.

Es ist nicht zu klären, ob die INSM deshalb so erfolgreich wirkt, weil sie die Themen und Thesen der Meinungsführer der Gesellschaft so gekonnt abbildet, oder ob die INSM realen Erfolg damit hat, ihre Thesen und Themen so zu platzieren, dass die Meinungsführer der Gesellschaft sie als ihre eigenen übernehmen. Es ist ein bisschen eine Henne-und-Ei-Frage. Bestimmt aber ist die INSM in der Katalyse und Kondensierung öffentlicher Meinung ein neuer und ernstzunehmender Faktor. Es ist auch ein Verdienst der INSM, dass sich der Reform-Diskurs auf die Forderung zuspitzt hat, die Lohnnebenkosten zu senken, und sich von diesem Zentrum aus ebensoleicht wieder zu einem Forderungsstrauß auffächern lässt: Eliten fördern. Zahnbehandlung privatisieren. Straßen bauen. Länger arbeiten. Und so weiter.

Mit dem Berliner Politikwissenschaftler Rudolf Speth kann man sich beim Versuch, die Arbeitsweise der INSM zu beschreiben, auf den Begriff „ideologische Wertschöpfungskette“ einigen. Speth hat im

Sommer das Wirken der INSM im Auftrag der gewerkschaftseigenen Hans-Böckler-Stiftung untersucht. Er nennt die INSM einen „modernen Think-tank“. Das Besondere an der INSM sei die Kombination von Wissenschaft, Werbung und Persönlichkeiten. Das funktioniert so: Das arbeitgebernahe Kölner Institut der deutschen Wirtschaft (IW) liefert Statistiken etwa darüber, warum die Gesundheitskosten explodieren (es steht damit in der Wissenschaft allein, aber egal). So genannte „Kuratoren“ und „Botschafter“, allesamt respektierte und Talkshow-taugliche Menschen des öffentlichen Lebens, verbinden diese wissenschaftliche Expertise mit ihrer politischen oder wirtschaftlichen Autorität und verbreiten passende Argumente: Patienten sollen „Eigenverantwortung“ zeigen, also mehr für die Behandlung bezahlen, dadurch die Kosten dämpfen helfen. Ansprechend und aufwändig gestaltete Werbung durch Scholz & Friends und nicht zuletzt „Medienpartnerschaften“ mit angesehenen Zeitungen wie dem *Handelsblatt* oder der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* liefern die Slogans, die Bilder, die Medialität. Und am Ende wirken Zuzahlungen von Patienten wie ein Befreiungsschlag für die Nation.

Die feine Orchestrierung von Wissenschaft, Argumentation und Werbung heißt „integrierte Kommunikation“. Speth meint, es ist die Agentur Scholz & Friends, die INSM „erfunden“ hat. „Scholz & Friends ist das Gehirn“, sagt er. Geschäftsführer Klaus Dittko sei als ehemaliger Redenschreiber von Exkanzler Helmut Kohl auch ein echter Politik-Profi. Während das Steuerungsbüro *berolino.pr* in Köln nur sieben Stellen habe, arbeiteten bei Scholz & Friends 40 Leute an der INSM.

Was die sorgfältige und stimmige Komposition von Botschaften angeht, mag Speth Recht haben: Die Agentur Scholz & Friends ist darin kaum zu übertreffen. Doch verarbeiten die jungen und kreativen Scholz



Die „thematische Verbindung von Promi und Produkt“:  
Christoph Gottschalk, Iris Berben, Manfred Erdenberger (Moderator) und Sebastian Turner (Foto: Siegfried Mayska)

& Friends-Texter bloß Bausteine, die ihnen zugeliefert werden: Von Tasso Enzweiler zum Beispiel, Geschäftsführer der berolino.pr in Köln. Der Mittvierziger ist ein begnadeter Selbstverkäufer, sieht gut aus, redet eindringlich-freundlich-flüssig. Als Journalist machte er sich einen Namen, weil er den Skandal um die Bremer Vulkan-Werft aufdeckte, was ihm bei der frisch gegründeten *Financial Times Deutschland* auf den Chefreporter-Posten verhalf. Hier jedoch konnte er das Niveau nicht halten und war in der Redaktion bald isoliert. Er stieg bei der INSM ein.

Über die Rolle der INSM sagt Enzweiler: „Wir sind alle in einer Kneipe, wo es 30 Jahre lang ein Recht auf Freibier gegeben hat. Jetzt aber müssen die Leute das Bier bezahlen. Und wer sagt ihnen das? Jedenfalls nicht der Wirt – also nicht die Politiker.“ Es brauche unabhängige Geister wie die Botschafter der INSM, die den Menschen die Wahrheit sagten: dass der Staat pleite, die Sozialsysteme erschöpft, die Schulden zu hoch seien. Und jetzt müssten die Umverteilungssysteme des Staates auf ein leistungsfähiges Maß beschnitten werden. „Der Wohlstandskuchen ist geschrumpft, und erst wenn es uns gelingt, wieder einen größeren Kuchen zu backen, haben wir wieder etwas zu verteilen.“

Hierüber herrsche eine derartig große Einigkeit bei allen, die auch nur einen Funken Ahnung von Wirtschaft hätten, dass es geradezu lächerlich sei, überhaupt noch zu diskutieren.

Das ist genau der Punkt. Dass die Wirtschaftslobby sich schon immer darüber einig war, dass staatliche Leistungen zu großzügig seien, die Menschen mehr und länger arbeiten müssten und der Wohlstand kaum zu halten sei – das sagt sie mindestens seit Kriegsende. Es gab auch immer Politiker, die diese Rhetorik übernahmen: Der erste Appell, im Gesundheitswesen endlich mehr „Eigenverantwortung“ einzuführen, sprich die Patienten mehr Geld zahlen zu lassen, stammt aus der mittleren Adenauerzeit. (Ein Beweis, dass dies reale Kosten spart, ist bis heute ausgeblieben. Denn Ärzte und Pharmaindustrie holen sich alles, was die Patienten eventuell einsparen.) Doch grundsätzlich hat die Politik sich immer als Gegenspieler der Wirtschaft verstanden: SPD wie CDU haben versucht, der Wirtschaft den Mehrwert abzuluchsen und ihn im Volk zu verteilen. Man verstand dies als Auftrag der Politik: Die Interessen der Wirtschaftskapitäne, alles erarbeitete Geld zu behalten, und das Inter-

se der Bevölkerung, sich vom Staat Existenzsicherung organisieren zu lassen, sollten ausgeglichen werden.

Neu ist nun, dass der Konsens der Wirtschaftslobby sich über das öffentliche Leben stülpt und aller Widerspruch schlichtweg ausgeschlossen ist. Deutsche Wirtschaft und Politik kämpfen gemeinsam gegen globalisierte Märkte, der Feind ist da draußen irgendwo, und er ist übermächtig. Kritik wird nicht einmal mehr als respektabler Einwand gewürdigt.

Der Einwurf zum Beispiel, dass bis jetzt noch keine empirische Studie gezeigt hat, dass eine Senkung der Lohnnebenkosten tatsächlich Arbeitsplätze schafft, war öffentlich noch nicht zu hören. Vielmehr ist die Reformrhetorik das einzig zugelassene Instrumentarium, sich überhaupt noch über Politik zu unterhalten. Grundsätzlich alles steht zur Disposition: Rente, Kündigungsschutz, Existenzsicherung, und es geht nur noch um ein Mehr oder Weniger des Abbaus. Die INSM schmiedet an einem Konsens, der das Denken in Interessengegensätzen einfach plattwalzt – und zwar mit lautem Getöse.

Dies unterscheidet ihre Aktivitäten von denen der klassischen Lobbyisten. Das traditionelle Lobbying findet im Vorfeld einer politischen Entscheidung statt. Die Lobbys sind eine „geheime“ fünfte Macht im Staat, die zu öffentlichem Protest nur ungern greifen. Recht eigentlich aber will der Lobbyist im Stillen verhindern, was seinen Interessen widerstrebt, und erklärt dies im persönlichen Plausch mit Entscheidungsträgern ganz offen. Er hat in der Regel das Arbeitsplatzargument in der Hand: Wenn ihr die Pillenpreise drückt, müssen wir 10.000 Pharmaindustrie-Beschäftigte entlassen. Der Politiker hat dann die Wahl, das nachvollziehbar zu finden oder auch nicht.



Professor Roland Berger (Foto: STOCK4B)

Der persönliche Plausch ist notwendige Voraussetzung der Politik. Die INSM-Berater und -Botschafter treiben sich auf den einschlägigen Veranstaltungen herum, wo bei exzellentem Rotwein der Reformdisput vorangetrieben wird. Vor der parlamentarischen Sommerpause kann man in Berlin-Mitte jeden Tag auf ein anderes Verbands-„Sommerfest“ oder zu einem hochkarätig besetzten „Diskussionsabend“ gehen, wo dann im für Politik und Journalisten so typischen Ton der Semi-Vertrautheit eine Mischung aus Personalklatsch und Meinung ausgetauscht wird.

So beschreibt auch der Freiburger Volkswirtschaftler Bernd Raffelhüschen seinen Kontakt mit der INSM: „Man kennt sich ja immer schon irgendwie. Und dann habe ich mit dem Dieter Rath (der andere Geschäftsführer der INSM) zusammengesessen, und wir haben beim Bier über die Pflegeversicherung gesprochen, dass die in der Krise steckt. Der kannte meine Studie sogar schon, und dann haben wir beschlossen, was zusammen zu machen.“

Raffelhüschen gibt unter dem Titel der INSM Pressekongressen, wo er vorrechnet, warum die Pflegeversicherung nichts taugt und deshalb privatisiert werden muss. Er hat nicht das Gefühl, sich für etwas Falsches einspannen zu lassen. Seine Texte hat er immer auch an Scholz & Friends gemailt, damit die an „einer eher populären Version“ mitarbeiten, das findet er in Ordnung. Er sagt ironisch: „Ach wissen Sie, diese Neoliberalen, diese kalten Menschen wie ich, die gibt's überall.“

**R**affelhüschen passt tatsächlich ins INSM-Konzept. Doch wie erfolgreich die Initiative auch bei eher fremden Spezies ist, darauf weist Ulrich Müller in *Gesteuerte Demokratie* hin: Es gelang der INSM, ausgerechnet den katholischen Kardinal Karl Lehmann als ersten Redner zu den Ludwig-Erhard-Lectures im Juni 2002 zu gewinnen. Darauf dürfte zurückzuführen sei, dass das Impulspapier der katholischen Kirche „Das Soziale neu denken“ im Dezember 2003 ausfiel wie eine Rechtfertigungsschrift für die seinerzeit heiß umstrittene Agenda 2010. Mittlerweile hat die Amtskirche gemerkt, dass sie nicht die Pressestelle der Unternehmerverbände ist, und hat gefordert, bei der Umsetzung der Arbeitsmarktgesetze Milde walten zu lassen. Glaubwürdig ist das nicht mehr.

Die geheimnisvolle Pflege informeller Kontakte ist natürlich auch das Geschäft der Public-Relations- und Public-Affairs-Berater der großen Agenturen, die ihrerseits für viel Schmalz im wirtschaftsnahen Diskurs sorgen. Doch legen auch die PR- und PA-Manager offen, dass sie Politikern beim Kommunizieren helfen wollen, ihnen aber natürlich das Politikmachen – die Positionsbestimmung – nicht abnehmen können. Bei Agenturen wie ECC Kothes Klewes oder bei der WMP EuroCom arbeiten ehemalige Politiker und Chefredakteure, die mit Ministern und Arbeitsamtchefs wie Florian Gerster auf Du und Du sind. Doch der Fall Gerster, der 2003 über einen Beratervertrag mit WMP stolperte, machte auch deutlich, dass die Berater nur zu beraten haben und die Politiker dann halt auch mal stürzen. Das sorgt für eine Art natürliche Distanz.

Auch Unternehmensberater, die dem Bundeskanzler nahezu auf dem Schoß sitzen, wie etwa der McKinsey-Chef Jürgen Kluge oder Roland Berger, stricken zwar am Reformkonsens mit, indem sie ihn in Talkshows vertreten. Doch wieder machte ein politisches Ereignis deutlich, wo die Macht solcher Berater endet: Als die Herzog-Kommission im Herbst 2003 einen vom McKinsey stark mitgestalteten Bericht vorlegte, dauerte es nur wenige Tage, bis die Zahlen von Wissenschaftlern als „nicht nachvollziehbar“ (Bert Rürup) enttarnt und der ganze Bericht Altpa-



Jürgen Kluge

(mit freundlicher Erlaubnis von Perspektive Deutschland)

pier war. Die Herzog-Kommission war desavouiert. Das Herzstück ihres Berichts, die Umstellung des Systems auf „Kopfpauschalen“, sorgte seither für den größten Krach zwischen CDU und CSU seit Mitte der 1970er Jahre.

Was die INSM im Unterschied auch zu den McKinseys und Bergers auszeichnet – selbst wenn sie alle das Gleiche meinen und reden – ist die beständige Regeneration von öffentlichem Vertrauen in die Wahrhaftigkeit und Qualität der Reformrhetorik. Der Einsatz „unbescholtener“ Wissenschaftler oder katholischer Kardinäle und die Mitarbeit solcher Ex-Politiker mit dem Ruf der Integrität wie Lothar Späth oder des grünen Quertreibers Oswald Metzgerschenkt der Reformrhetorik immer neue Glaubwürdigkeit. Es ist die Glaubwürdigkeit derer, die das *cui bono*, die Frage „Wem nützt es?“, in der Politik leugnen, die keine Interessengegensätze kennen, sondern nur das, was für die ganze Gesellschaft gut ist. Es sind die ideellen Gesamtbürger, die doch nur das Beste für alle wollen.

Höchste Zeit für Wiederrede. Deutschland. 