

## **Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft**

**Die Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie finanzieren eine der stärksten Lobbyorganisationen in Deutschland: Rund zehn Millionen Euro jährlich bekommt die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft". Welche Ziele hat sie, wie agiert sie, welche Methoden wendet sie an, wer sind die Akteure und welche Rolle spielen die Medien dabei?**

### **Die Initiative**

Die "Initiative neue soziale Marktwirtschaft" (INSM) definiert sich seit Gründung im Jahre 2000 als überparteiliche Reformbewegung von Bürgern, Unternehmern und Verbänden. Die INSM wolle nicht länger zusehen, wie Deutschland "tiefer in den Abwärtsstrudel aus hohen Arbeitskosten, steigender Massenarbeitslosigkeit, unfinanzierbaren Sozialsystemen, wachsenden Staatsschulden und dauerhafter Wachstumsschwäche" gerät. Unter dem Motto "Chancen für alle" (analog zur Ludwig-Erhard-Formel "Wohlstand für alle") will die Initiative nach eigenen Angaben "umfassende Strukturreformen in der Wirtschafts- und Sozialpolitik" erreichen.

Tatsächlich handelt es sich bei der Initiative um eine der finanziell stärksten Lobbyorganisationen, die zudem aus dem Hintergrund agiert. Über eine professionelle Marketingkampagne mit geschickt inszenierten Aktionen, talkshowtauglichen Prominenten und vermeintlich unabhängigen Experten will sie für ein wirtschafts- und unternehmerfreundliches Klima in Deutschland sorgen. Ein "moderner Think Tank", sagt Dr. Rudolf Speth von der FU Berlin, der die INSM im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung untersuchte. "Die INSM bereitet das klimatische Fundament in der Öffentlichkeit, damit Unternehmen anschließend ihre Interessen besser durchsetzen können." Eigentliches Ziel ist eine Wende in den Köpfen der Menschen hin zu Leistungsdenken, Marktwirtschaft und Sozialabbau.

Auslöser für die Gründung der INSM sollen Ergebnisse einer Umfrage vom Allensbacher Institut für Demoskopie gewesen sein, wonach 42 Prozent der Bevölkerung den dritten Weg zwischen Kapitalismus und Sozialismus für richtig hielten. Hans-Werner Busch, Hauptgeschäftsführer von Gesamtmetall, zeigte sich besorgt: "Darin sehen wir die Gefahr einer erheblichen Stagnation." Die Idee für die INSM war geboren. Mit dem Ziel, "den Deutschen die Staatsgläubigkeit auszutreiben", so Speth.

### **Die Finanziers**

Die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" wird jährlich mit rund zehn Millionen Euro von den Arbeitgeberverbänden der Metall- und Elektroindustrie und weiteren, nicht namentlich genannten Wirtschaftsverbänden finanziert. Der Etat ist bis 2010 gesichert.

## Die Ziele

Die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" will in der Öffentlichkeit Themen platzieren und Meinungen verändern. Es geht nicht darum, die Initiative als Marke bekannt zu machen, sondern ihre Botschaften in die Köpfe der Menschen zu pflanzen. Die offiziellen Verlautbarungen der INSM lesen sich moderat bis nebulös: Keineswegs solle die Sicherheit für Arbeitnehmer prinzipiell aufgekündigt werden, nur etwas mehr Flexibilität müsse her.

Welche Ziele die INSM tatsächlich verfolgt, lässt sich am besten aus den Forderungen ihrer Anhänger oder aus ihren Broschüren erkennen. Was steckt hinter dem Satz vom Ex-Haushaltsexperten Oswald Metzger (Grüne): "In Deutschland wurde unter dem Etikett 'Sozialstaat' über Jahrzehnte eine Volksbeglückungs-Politik betrieben"? "Mehr Markt", "mehr Wettbewerb", "mehr Eigenverantwortung", das ist eine als Reform verschleierte Umverteilung zu Lasten der Arbeitnehmer. Konkret: länger arbeiten ohne Lohnausgleich, Kündigungsschutz lockern/ abschaffen, Sozialleistungen senken, Pflegeversicherung abschaffen/ privatisieren, "Gesundheitsprämie" einführen, keine Einführung eines Mindestlohns, Mehrwertsteuer erhöhen, Solidaritätszuschlag abschaffen, Beitrag zur Arbeitslosenversicherung senken, Rente erst ab 67, niedrigere Steuersätze, Altersversorgung stärker privatisieren, Studiengebühren einführen, betriebliche Bündnisse statt Tarifverträge, gesetzliche Rente senken, Agrar- und Kohlesubventionen senken, Mutterschutzgesetz als Hemmnis "für die Berufschancen junger Frauen" lockern, Löhne senken.

Für Albrecht Müller, Initiator der "Nachdenkseiten" und Autor des Buches "Die Reformlüge", ist die INSM lediglich eine Neuauflage von Altbekanntem, ein Baustein in der Propaganda konservativer Kräfte, die das Meinungsklima zu Gunsten der Unternehmer verändern wollen und auf eine noch wirtschaftsfreundlichere Republik abzielen. Sein Fazit: Die Initiative liefere keinen Beitrag zu den zentralen Fragen und Problemen des Landes.

## Die Aktivitäten

Die "Initiative neue soziale Marktwirtschaft" (INSM) führt Kongresse und Diskussionsveranstaltungen durch, beispielsweise die "Ludwig-Erhard-Lectures" in Berlin. Als Redner sind immer prominente Personen eingeladen, etwa INSM-"Botschafter" Ralf Dahrendorf vom Britischen Oberhaus, der eine grundlegende Erneuerung der sozialen Marktwirtschaft fordert. Zuletzt war Dr. Jagdish Bhagwati, Professor an der Columbia University New York, zu Gast, bekannt als "Freihandelspapst". Bhagwatis Erkenntnisse referiert wiederum Hans Barbier, "Botschafter" der INSM und Vorsitzender der Ludwig-Erhard-Stiftung in einer FAZ-Kolumne.

Des Weiteren bietet die INSM eine Vielzahl von Umfragen und Studien an, deren Ergebnisse perfekt zu den Leitlinien der INSM passen, etwa "Deutsche fordern umfassende Erneuerung des Landes" oder "Wirtschaftsprofessoren für Prämienmodell im Gesundheitswesen". Häufig bedient sich die INSM eines so genannten Professoren-Panels. Nicht selten liegt den Befragungen jedoch eine schwache Datenbasis zu Grunde. Beispiel: "Ökonomen mit großer Mehrheit für Studiengebühren im Erstsemester" ist der Titel eines Professoren-Panels. 92,6

Prozent der "beteiligten Ökonomen, so informiert die INSM die Presse, hätten sich dafür ausgesprochen, Studiengebühren einzuführen. Man muss schon den ganzen Text lesen, um die Datengrundlage zu finden: Nicht mehr als 54 Professoren hatten sich an der Umfrage beteiligt. "Ein schofles Täuschungsmanöver", schimpft ein Autor auf den "Nachdenkseiten", schließlich gebe es - vorsichtig geschätzt - 1.500 bis 2.000 Ökonomie-Professoren.

## **Die Methoden**

Die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" hat im wesentlichen drei Quellen, aus denen sie schöpft, um sich mit scheinbar fundierten Daten die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu sichern und gleichzeitig seriös zu wirken: das Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Wissenschaftler, die auf der Linie der INSM liegen, sowie das Allensbacher Institut für Demoskopie.

Auf diese Weise muss die INSM selbst nicht offen in Erscheinung treten, kann jedoch sicher sein, dass ihre Themen in die Öffentlichkeit gelangen.

Ein Beispiel: In einer Studie des IW wird aufgezeigt, wie 150 Milliarden Euro eingespart werden könnten, wenn Subventionen wegfielen. Es dauerte nicht lang, bis Subventionsabbau als Thema platziert wurde und zwei Anzeigenkampagnen liefen.

Ein anderes Beispiel: Wirtschaftsprofessor Bernd Raffelhüschen stellt in Berlin im Haus der Bundespressekonferenz eine Studie vor. Es geht um den demographischen Wandel und die Pflegeversicherung, die nach Raffelhüschen vor dem Kollaps steht. Die Studie wurde von der INSM in Auftrag gegeben, von ihrem "Botschafter" Raffelhüschen vorgestellt und von einer Anzeigenkampagne begleitet. Das Ziel: Die Pflegeversicherung abschaffen.

Zur INSM gehören zwei zusätzliche Portale. Für die Jugend eine Website "wassollwerden", ein gemeinsames Projekt mit dem Jugendmusiksender MTV. Dort gibt es Infos zu Berufen, Interviews mit Promis, Hilfe beim Bewerbung schreiben, Tipps für Vorstellungsgespräche. Das zweite Portal "wirtschaftundschule" richtet sich in erster Linie an Lehrer. Sie bekommen Projekthilfen und Unterrichtsmaterialien etwa zum Thema "Schlanker Staat".

## **Die Akteure**

Die "Initiative neue soziale Marktwirtschaft" (INSM) versteht sich als überparteiliche Plattform, die von prominenten Personen aus Politik, Wissenschaft, Kultur und Wirtschaft repräsentiert wird. Tatsächlich sind Politiker fast jeder Couleur - außer von der Linkspartei - vertreten, am stärksten CDU und FDP. Die INSM wird von sieben so genannten Kuratoren vertreten. Dazu gehören Martin Kannegießer, Präsident des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall, Oswald Metzger, Finanzexperte Bündnis 90/Die Grünen, Hans-Dietrich Winkhaus, Präsident des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Intendant Michael Hampe und Hans Tietmeyer, ehemaliger Präsident der Deutschen Bundesbank. Neben vier Unterstützern, zu denen auch der ehemalige Chef der Bundesagentur für Arbeit, Florian Gerster, zählt, hat die INSM 32 "Botschafter".

"Botschafter" sind auf der Website der INSM schnell zu identifizieren. Freilich treten sie in der Öffentlichkeit häufig als vermeintlich unabhängige Experten auf, ohne dass ihre Funktion in der INSM auch nur erwähnt würde: So kommt die Botschaft der "Botschafter" in die Medien

und an die Wähler (siehe Die Medien sowie Die Methoden). Unter den "Botschaftern" sind Hochschulrektoren wie Hans-Wolfgang Arndt, Universität Mannheim, und Dieter Lenzen, Freie Universität Berlin, Hochschulprofessoren wie Bernd Raffelhüschen (Freiburg), Paul Kirchhof (Heidelberg) und Christoph Burmann (Bremen). Aus den Reihen der Politiker ist die CDU-Bundestagsabgeordnete Marie-Luise Dött zu finden, Silvana Koch-Mehrin, Mitglied des FDP-Bundesvorstandes, SPD-Mitglied Siegmund Mosdorf und Karl-Heinz Paqué (FDP), Finanzminister von Sachsen-Anhalt, sowie Dagmar Schipanski (CDU), Landtagspräsidentin in Thüringen. Weitere bekannte Personen sind Unternehmensberater Roland Berger, Politikwissenschaftler Arnulf Baring, Ralf Dahrendorf vom Britischen Oberhaus, Unternehmer Arend Oetker und Jenoptik-Aufsichtsratsvorsitzender Lothar Späth.

Viele "Botschafter" sind wiederum Vertreter anderer neoliberaler und wirtschaftsfreundlicher Initiativen: Michael Eilfort, Vorstand der Stiftung Marktwirtschaft, sowie zwei seiner Beiräte Jürgen Donges und Johann Eekhoff. Und Hans D. Barbier, Vorsitzender der Ludwig-Erhardstiftung.

Manch ein "Botschafter" hat sich mittlerweile von der Website der INSM löschen lassen. Etwa Grünen-Politikerin Christine Scheel und SPD-Minister Wolfgang Clement. Sowie CSU-Ministerpräsident Edmund Stoiber, dem die Kampagne der INSM gegen die Agrarsubventionen missfiel.

## **Die Hintermänner**

Als Steuerungszentrale der "Initiative neue soziale Marktwirtschaft" (INSM) gilt die PR-Agentur "berolino.pr", Tochter des Deutschen Institutsverlags, der wiederum dem Institut der Deutschen Wirtschaft in Köln gehört. berolino-Geschäftsführer sind Tasso Enzweiler, Ex-Redakteur der "Financial Times", und Dieter Rath, früherer Pressechef des Bundesverbandes der Deutschen Industrie. Die Agentur publiziert die Internetseiten der Initiative und deren Broschüren. Gemeinsam mit der Agentur "Scholz & Friends" werden immer neue Kampagnen entwickelt, etwa die 18 Motive, die die INS nach eigenen Angaben pro Jahr in Zeitungen und Magazinen schaltet.

## **Die Medien**

Nichts geht ohne Medien. Wer seine Ideen verbreiten will, braucht Multiplikatoren. Und "die beste PR ist, wenn sie als Journalismus daherkommt", sagt Thomas Leif, Vorsitzender der Journalisten-Organisation "Netzwerk Recherche", gegenüber der "Süddeutschen Zeitung". Die INSM nutzt verschiedene Zugänge, um ihre "Botschafter" und ihre Botschaft in den Medien zu platzieren, ohne selbst in Erscheinung zu treten.

## **Die INSM "kooperiert" mit Medien**

Beispiel: "Die Welt" hat einen Recherche-Auftrag zum Thema "Die größten Jobvernichter der Bundesrepublik" an die INSM vergeben, sagt Cerstin Gammel, Autorin des Buches "Die

Strippenzieher". INSM liefert einen Text, in der Zeitung erscheint eine Doppelseite. Beispiel: Die "Financial Times Deutschland" bekommt einen Zuschuss für eine 15-teilige Hefreihe mit dem Titel "Ökonomie. Die Klassiker kompakt". Unterstützer der Initiative kürten gemeinsam mit der "Wirtschaftswoche" die beste kommunale Verwaltung, mit der "FAZ am Sonntag" den "Reformer des Jahres" und den "Blockierer des Jahres", wie "Strippenzieher"-Autor Götz Hamann in der "Zeit" ausführt. "Kooperationen" gibt es darüber hinaus mit "Wirtschaftswoche", "Impulse", "Hör zu", "Handelsblatt", "Magdeburger Volksstimme", "Schweriner Volkszeitung", "Neue Westfälische", n-tv und MTV. So gelingt es der INSM, "ihre Reformthemen breiter zu streuen und exklusive Nachrichten zu platzieren", heißt es in der INSM-Broschüre "Initiative direkt".

### **Die INSM zahlt**

Beispiel: Durch Veröffentlichungen der ARD war bekannt geworden, dass die INSM bezahlte, um politische Themen in ihrem Sinne in der Vorabendserie "Marienhof" zu platzieren. Nächstes Beispiel: Der freie Autor Günter Ederer macht einen Dreiteiler über "Das Märchen vom blühenden Arbeitsmarkt", "Das Märchen von der gerechten Steuer" und "Das Märchen von der sicheren Rente", der im Hessischen Rundfunk (hr) ausgestrahlt wird. Ein Teil der Kosten wird finanziert über den Verkauf der Videorechte an die INSM. Die Rede ist von 66.000 Euro. Im Abspann wurden die Videos zum Kauf angeboten, die INSM und eine Mailadresse wurden ebenfalls genannt. Die INSM sei vergleichsweise billig an drei Sendeplätze im Ersten gekommen, kritisiert Volker Lilienthal von epd Medien.

### **Die INSM lässt Nachwuchsjournalisten für sich arbeiten**

Schüler der Kölner Journalistenschule bekamen von der INSM den Auftrag, eine Image-Broschüre zu erstellen. Die INSM stellte den "Recherche-Spaß" mit dem Titel "Junge Reform-Reporter" im Editorial ihrer Broschüre als Beispiel für "schrackenlose Recherche" dar. Die Nachwuchsjournalisten hätten bundesweit Fälle recherchiert, an denen sich der Reformstau manifestiere. Die Schulleiterin ist vom Ergebnis entsetzt, genutzt hat es nichts. Die Beilage der INSM war in mehreren Medienfachblättern zu finden.

### **Die INSM produziert ihre Nachrichten selbst**

Beispiel: Die INSM verleiht den "Sonderpreis Nachwuchsförderung", worüber in den Medien berichtet wird. Mitglieder der Jury: Kurator Oswald Metzger, "Botschafterin" Dominique Döttling, INSM-Geschäftsführer Tasso Enzweiler.

Nächstes Beispiel: Einen Monat vor den Landtagswahlen in Sachsen wird Georg Milbradt (CDU) von der INSM zum "Ministerpräsidenten des Jahres 2004" gekürt. Die Blätter berichten. Zehn Wochen vor den Kommunalwahlen in Nordrhein-Westfalen ermittelt die INSM den CDU-Oberbürgermeister Thomas Hunsteger-Petermann aus Hamm als einen der zehn "reformfreudigsten" Rathauschefs Deutschlands. Die Medien berichten.

### **Die INSM bedient die Medien**

Nicht Unbekannte äußern sich zur Pflegeversicherung und zur Steuerreform, sondern namhafte Fachleute, Prominente und Politiker, die mit Sicherheit in den Medien zitiert

werden. Wie Medien der INSM auf den Leim gehen, hat die "Tagesschau" vor der Bundestagswahl am 5. September 2005 bewiesen. Thema Steuern. "Bundeskanzler Schröder warf Merkel vor, die vom CDU-Experten Paul Kirchhof entworfene Einheitssteuer sei sozial ungerecht", heißt es in der Moderation. "Was sagt der Experte?" Der Experte ist Professor Hans-Wolfgang Arndt, Rektor der Universität Mannheim, der Merkel beispringt, Schröder kritisiert, Kirchhof in Schutz nimmt und die Besteuerung der Nacht- und Schichtzuschläge befürwortet. Kein Wunder: Arndt ist ebenso "Botschafter" der INSM wie Kirchhof. Das ist in der aktuellen Meldung der "Tagesschau" jedoch mit keinem Wort erwähnt.

## **Falsche Fuffziger**

### **Zum Auftakt der Regierung Merkel wird der Zeitgeist der 50er Jahre wieder entdeckt. Ein absurdes Medientheater, das an den heutigen Problemen weit vorbeigeht von Christian Schütte**

Wer sich an die 80er Jahre noch erinnern kann, ist nicht dabei gewesen, geht ein möchtegern-cooler Kalauer. Kurz bevor die neue Kanzlerin an diesem Mittwoch ihre erste Regierungserklärung abgibt, haben die Herolde des Zeitgeistes eine neue Pointe entdeckt: Wer in den 50er Jahren nicht dabei gewesen ist, kann sich jetzt plötzlich daran erinnern.

"Die 50er Jahre - Vom Trümmerland zum Wirtschaftswunder" titelte zum Auftakt dieser Woche der "Spiegel" und kündigte gleich eine ganze Serie zum Thema an. "Die Deutschen entdecken die Gründerjahre", wird da kess behauptet. Denn schließlich sei Deutschland niemals so dynamisch gewesen wie damals in der jungen Bundesrepublik.

Schon am Tage der Wahl Angela Merkels hatte die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" große Anzeigen geschaltet, auf denen die Kanzlerin mit Ludwig-Erhard-Zigarre zu sehen war. Merkel selbst hat immerhin wissen lassen, dass sie ein Porträt Konrad Adenauers im neuen Büro aufhängen will.

Auch im TV sind die 50er gerade Thema einer neuen Serie. Und war nicht auch beim Bundespresseball am vergangenen Freitag - dem die Unionshälfte des Kabinetts allerdings fast komplett fernblieb - ein neuer Hang zum konservativ-schwarzen Abendkleid zu beobachten? Es gab auch Ovationen für Max Raabes Palastorchester mit seinen swingenden Hits der 20er und 30er - wenn das keine Zeichen der neuen Zeit sind!

#### Elite aus Spätgeborenen

So kann man sich eben täuschen - wenn man nur fest genug dazu entschlossen ist. Dass die Zukunft einer Merkel-Republik in den 50er Jahren liegt, das können im Ernst nur diejenigen glauben, die auf ihre eigene Wahlkampfpropaganda gegen die Kandidatin der Schwarzen hereingefallen sind. Oder solche, denen die Vorstellungskraft für einen wirklichen Neuanfang fehlt.

Wie verquer es ist, die Erfolgsmentalität der 50er Jahre wieder beleben zu wollen, zeigt sich schon daran, dass selbst die heutigen Entscheidungsträger diese Mentalität zum großen Teil nur noch aus den Geschichtsbüchern kennen. Das ist nicht einmal eine Frage von getrennten Lebenswegen in Ost und West. Es ist schon allein eine Altersfrage.

Angela Merkel ist am 17. Juli 1954 geboren, zwei Wochen nach dem "Wunder von Bern" und schon gut sechs Jahre nach der Währungsreform, die einst Ludwig Erhards ersten großen Ruhm begründete. Merkel ist damit auch durchaus typisch für die heutige Führungsgeneration in Wirtschaft und Politik. Als diese Generation die Schule verließ, da waren die Roaring Fifties längst vorüber.

Trotz demografischer Alterung ist in Deutschland heute die Mehrheit der Bürger nach 1960 geboren. Der Anteil der über 65-Jährigen, die den westdeutschen Boom der 50er Jahre als junge Erwachsene noch bewusst erlebt (oder von Osten wenigstens beobachtet) haben, beträgt unter 20 Prozent.

Die 50er Jahre sind für die meisten Deutschen keine Lebenserfahrung mehr, sondern ein ausschließlich medial vermittelter und gestylter Mythos. Wer über die "dynamischste Zeit der Wirtschaft" spricht, der könnte mit noch viel größerem Recht bis zum Kaiserreich

zurückgehen - zu jener ersten großen Gründerzeit, in der das deutsche Hochschulsystem weltweit als führend galt und in der auch die Basis für jene Schlüsselbranchen gelegt wurde, die Deutschlands Wirtschaft bis heute prägen. Namen wie Siemens, Benz oder auch Bayer erinnern daran.

Die Wiederbelebung des Trümmer- und Aufbaumythos ist aber nicht bloß gekünstelt. Sie führt auch wirtschaftspolitisch in die Irre. Denn so groß die ökonomischen Herausforderungen jener Zeit auch waren - die heutigen Probleme sehen völlig anders aus.

Demografie und Globalisierung, die beiden Schlüsselthemen der heutigen Zeit, spielten zwar auch damals eine Rolle. Aber in völlig anderer Weise: Die Bundesrepublik der frühen Jahre war eben keine schrumpfende und vergreisende Gesellschaft. Ihre Wirtschaft profitierte im Gegenteil von einem starken Zustrom gut ausgebildeter deutscher Flüchtlinge, die sich - bei allen Konflikten - relativ rasch integrierten. Multikulti gab es noch nicht einmal als Wort.

Nicht Adenauer für Anfänger

Der Nachholbedarf an Konsumgütern war enorm, und der internationale Wettbewerb hielt sich im Vergleich zu heute buchstäblich in Grenzen. Deutschland profitierte von festen Wechselkursen, einer günstig bewerteten D-Mark sowie der Chance, sukzessive zu den technologisch weit vorn liegenden USA aufzuschließen. Nicht die Erfinder des völlig Neuen prägten die 50er Jahre, sondern der Wiederaufbau und die Adaption amerikanischer Techniken von Massenproduktion und Massenkonsum. Selbst die Idee zum legendären Käfer stammte aus der Vorkriegszeit.

Angela Merkel hat einmal die Freiheit zu ihrem großen Thema gemacht. Wenn sie es damit ernst meint, dann darf sie sich dieser Tage nicht von den falschen Fuffzigern beirren lassen. Der Clou einer freiheitlichen Gesellschaft ist schließlich gerade, dass sie wie keine andere dafür sorgt, dass Menschen neue, bisher unbekannte Möglichkeiten entdecken können. Adenauer für Anfänger ist das falsche Regierungsprogramm.

**"Sie ist sehr einäugig"**

**Wie keine zweite Lobby-Organisation hat die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" die Medien in diesem Wahlkampf beeinflusst. Autorin Cerstin Gammel in über Stärken und Schwächen der Initiative**

**INTERVIEW HANNAH PILARCZYK**

**taz: Frau Gammel in, ein Großteil der Medien war in diesem Wahlkampf sehr wirtschaftsfreundlich eingestellt. In Ihrem Buch "Die Strippenzieher" beschreiben Sie die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" (INMS) als wirkungsmächtigste wirtschaftsliberale Lobby-Organisation, die ihre Botschaften fast ungefiltert in den Medien platzieren kann. Wie stark hat die INMS den Wahlkampf beeinflusst?**

**Cerstin Gammel in:** Der Einfluss war unübersehbar. Denn der Charme der INMS ist, dass zu ihren so genannten Botschaftern führende Köpfe aus Wirtschaft und Politik gehören - zum Beispiel Friedrich Merz oder der Präsident des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall, Martin Kannegiesser. Da wir gerade so etwas wie eine wirtschafts- und sozialpolitische Wendezeit erleben, sind diese Köpfe und ihre Meinungen überall gefragt. So kann die INMS über ihre Botschafter tatsächlich den Mainstream der Medien beeinflussen.

**Mit welchen Botschaften ist dies der INMS gelungen?**

"Sozial ist, was Arbeit schafft", ist einer der Slogans, die die INMS geprägt hat. Wobei "sozial" hier vor allem meint, dass jeder für die Sicherung seines persönlichen Wohlstands verantwortlich ist. Die Bedeutung des Wortes in der politischen Debatte hat sich somit ein Stück weit gewandelt.

**Inwiefern prägt die INMS damit den Medienmainstream? Man könnte ja auch sagen, dass sie eine neoliberale Grundhaltung einfach nur verstärkt.**

Wenn man sich anschaut, wie gezielt die Initiative Botschaften in den Medien lancieren kann, dann kann man mit Fug und Recht behaupten, dass sie den Zeitgeist prägt. Schauen Sie sich nur die Berufung von Paul Kirchhof ins Kompetenzteam von Angela Merkel an. Kirchhof ist nicht nur offizieller Botschafter der INMS, Merkel stellt ihn auch noch als "Reformer des Jahres 2003" vor - ein Titel, den ihm die Initiative verliehen hat.

**Mittlerweile gilt die Nominierung Kirchhofs aber als Wendepunkt zum Schlechteren im Wahlkampf der CDU. Ist die Strategie der INMS gescheitert?**

Nein, das Kirchhof-Debakel hat lediglich die Schwachstelle der INMS freigelegt: Sie hat kein sozialpolitisches Konzept. Außerdem haben die wenigsten Menschen Kirchhof als INMS-

Botschafter identifiziert. Schuld an seinem Scheitern ist vor allem die CDU, namentlich die Ministerpräsidenten, die sich letztlich gegen Kirchhof gestellt haben.

### **Hat dieser Wahlkampf der INMS die Grenzen der Mediendemokratie gezeigt?**

In gewisser Weise ja. Ich glaube, dass sie ihre Botschafter nun besser für Medienauftritte schult, damit sie unabhängiger etwa von parteipolitischer Kommunikation werden.

### **Im Zusammenhang mit der Schleichwerbe-Affäre in der ARD ist auch herausgekommen, dass sich die INMS bei "Marienhof" eingekauft hat. Sie scheint in den deutschen Medien unumgänglich zu sein.**

Mit zehn Millionen Euro im Jahr ist die INMS einfach eine der finanziell stärksten Lobby-Organisationen. Sie hat zum Beispiel auch den Filmemacher Günther Ederer mit 66.000 Euro unterstützt. Seine Filme "Das Märchen vom gerechten Staat" oder "Das Märchen von der sicheren Rente" liefen in der ARD. Mit den Geschäftsführern Tasso Enzweiler, einem ehemaligen Redakteur der *Financial Times Deutschland*, und Dieter Rath, dem früheren Sprecher des Bundesverbandes der Deutschen Industrie, verfügt sie außerdem über zwei Kommunikationsprofis, die wissen, wie man Medien bedient.

### **Welche Medien sind besonders anfällig für die INMS?**

Vor allem die, die selbst auf der neoliberalen Welle reiten. Doch auch die Medienkrise hat dafür gesorgt, dass Zeitungen durchlässiger für Lobby-Arbeit geworden sind. Mittlerweile sind viele Redaktionen finanziell und personell so geschwächt, dass oft aus Kostengründen auf eine umfassende Gegenrecherche verzichtet wird. Es gibt auch das andere Extrem: Die *Welt* hat etwa einen ganzen Recherche-Auftrag zum Thema "Die größten Jobvernichter der Bundesrepublik" an die INMS vergeben.

### **Die FAZ hat aber genügend Geld und Personal, um gründlich zu recherchieren. Trotzdem finden sich hier zahlreiche Meldungen der INMS wieder.**

Das liegt auch daran, dass der Zusammenhang zwischen der Initiative und ihren Botschaftern oft genug nicht erkannt wird. Der grüne Finanzexperte Oswald Metzger ist so ein Fall. Er tritt als Politiker auf, verkündet aber nicht selten Botschaften der Initiative. Bei ihm weiß man gar nicht mehr, ob er noch Politiker ist oder schon Vortragsreisender. Außerdem haben sich einige Medien auch bewusst auf die neoliberalen Botschaften der Initiative eingelassen.

### **Gibt es ein Gegenmittel gegen die INMS?**

Nein, ihrem Einfluss kann man sich nicht entziehen. Ich würde aber auch nicht sagen, dass die Initiative prinzipiell schlecht ist. Sie ist nur sehr einäugig. Journalisten müssen die Zahlen

der INMS nachrecherchieren, sie als Lautsprecher des Kapitals identifizieren und immer wieder ihre Schwachstelle in Sachen Sozialpolitik aufzeigen.