

Die Strippenzieher

GELUNGENE LOBBYARBEIT DER UNTERNEHMER Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft landet mit ihrem Botschafter Paul Kirchhof ihren bislang wohl größten Coup

Nicht nur Parteien treten in diesen Tagen vor der Bundestagswahl in einen Wettstreit um die Gunst der Bürger. Denn es steht viel auf dem Spiel: Die Frage nach der Macht, dieses Land mit seinen Werten zu verändern und zu prägen. Wen wundert es da, dass die Gesamtmetallarbeitsgeber ihr bestes Pferd ins Rennen schicken, die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). In diesem professionellen Think Tank kommt die Crème de la Crème aus PR, Politik, Journalismus und Wissenschaft zusammen, um neoliberales Gedankengut zu verbreiten. Durch perfekt inszenierte Kampagnen oder prominente Botschafter, die als vermeintlich unabhängige Experten unter anderem sonntags bei Sabine Christiansen auftreten. Mit zunehmendem Erfolg. Slogans der INSM wie "Sozial ist, was Arbeit schafft" sind mittlerweile in aller Politiker Munde. Für spektakuläre Plakat-Aktionen wie den halb in die Berliner Spree versenkten Schriftzug "Höchste Zeit für Reformen - Deutschland" ebnet Printmedien den Weg in die breite Öffentlichkeit. Anerkennend spricht die Zeitschrift *The International Economy* daher von der INSM "als nationales Kampagnen-Hauptquartier der Neokonservativen" aus Wirtschaft und Politik.

Im Jahr 1999 gegründet, sollte die Initiative für einen Bewusstseinswandel sorgen. "Wir brauchen einen Konsens darüber, was für Reformen sinnvoll sind und das Land stärken", erklärt Gründungsvater Martin Kannegiesser, Präsident des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall. Jährlich unterstützt der Verband seither die Initiative mit zehn Millionen Euro - und das bis mindestens 2010. Das 40-köpfige Team besteht aus Profis - angeführt von zwei alten Hasen aus der PR- und Medienbranche: Tasso Enzweiler, ehemaliger Chefreporter für *Financial Times Deutschland* (FTD) und Dieter Rath, vormals Pressechef des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI). Die Agentur Scholz & Friends, geführt von Klaus Dittko, ist die Schmiede der INSM-Kampagnen - auch sie ist eine der ersten Adressen in der Werbebranche.

Besonders wichtig beim Multiplizieren ihrer Parolen sind neben ihren Unterstützern die Medien. Denn die sind für viele Bürger der einzige Ort politischer Debatten geworden. Das wissen die Profis der Initiative und ihrer Werbeagentur nur zu genau. Gemeinsam mit der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* kürte die Initiative den besten Reformer und den Blockierer des Jahres. Hans Tietmeyer, Vorsitzender des INSM-Kuratoriums und einst Bundesbankpräsident, schreibt regelmäßig Kolumnen für die *Welt* und das *Handelsblatt*. Die *Welt* erteilte gar der INSM einen Rechercheauftrag über wichtige sozialpolitische Entscheidungen in Deutschland. Auf einer Doppelseite mit der Überschrift "Die größten Jobvernichter der Bundesrepublik" listete die *Welt* Anfang Februar die angeblichen Vergehen der letzten Jahrzehnte auf. Immer wieder und gern arbeitet INSM mit *Financial Times Deutschland* und auch der *Wirtschaftswoche* zusammen.

Nicht immer gelingt die Zusammenarbeit von PR und Journalismus reibungslos. So ließen die Nachfahren Walter Euckens eine Publikation über den Freiburger Wirtschaftstheoretiker gerichtlich stoppen. Die Hefreihe *Ökonomie* über Klassiker der deutschen Wirtschaftslehre lag für Wochen immer mittwochs der FTD bei, die INSM unterstützte die Reihe finanziell. "Sachlich falsch dargestellt" sei die Ausgabe über seinen Großvater gewesen, schimpft Enkel Walter Oswald. Der Großvater sei ein Machtkritiker gewesen, der nicht die Wirtschaft vor zu viel Staat, sondern die Politik vor der Macht der Großkonzerne schützen wollte.

Mitunter tun Journalisten und Politiker gut daran, INSM-Informationen zu überprüfen, bevor sie die Daten nutzen. So unterlief der CDU in einer ihrer aktuellen Wahlkampfbroschüren ein Fauxpas: Darin beruft sich der niedersächsische Ministerpräsident Christian Wulff auf die Bundesländer-Rankings, die die INSM gemeinsam mit der *Wirtschaftswoche* aufgestellt hatten. Danach habe sich Niedersachsen nach Regierungsantritt von Schwarz-Gelb im Jahr 2003 beim Kampf gegen die Arbeitslosigkeit um drei Plätze nach vorn auf Platz sechs gearbeitet. Offizielle Zahlen der Bundesagentur für Arbeit und des Landesamtes für Statistik sagen das Gegenteil: Danach stieg 2005 im Vergleich zum Vorjahr die Arbeitslosigkeit in Niedersachsen ungefähr um das Doppelte wie im Bundesdurchschnitt.

Das Programm der Initiative hat ein eindeutiges Ziel: Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Unternehmen senken. Das Konzept zur Steuervereinfachung hat die INSM direkt von Paul Kirchhof, dem frisch ernannten Mitglied in Merkels Kompetenzteam, übernommen. Kirchhofs Steuerkonzept ist dem von Friedrich Merz sehr nahe, der es als Widersacher Merkels nicht in deren Schattenkabinett geschafft hat. Wenn Kirchhof, der gleichzeitig auch Botschafter der Initiative ist, der Sprung ins Kabinett gelingt, ist dies der für die Organisation wohl größte Coup.

Die Initiative hingegen schwärmt von den Selbstregulierungskräften des Marktes und predigt den Verzicht auf staatliche Maßnahmen als Allheilmittel. Der Wirtschaftswissenschaftler Norbert Reuter meint, die Ideen der Initiative beruhen eigentlich auf den altliberalen Vorstellungen des Laissez-faire. Denkweisen also, die die Gründungsväter der sozialen Marktwirtschaft mit ihrem dritten Weg zwischen Sozialismus und Kapitalismus hinter sich zu lassen glaubten. Die Organisation will die Aufgaben des Staates und den Einfluss von Gewerkschaften und Verbänden auf ein Minimum reduzieren, klammere die Frage nach einem sozialem Ausgleich vollständig aus, meint der Politologe Manfred Schmidt.

Mit der Union teilt die Initiative zwar eine große Interessenschnittmenge, doch decken sich ihre Ziele nicht in allen Punkten. Nach anfänglicher Begeisterung zog sich etwa Edmund Stoiber von der Funktion als INSM-Botschafter zurück, als die Lobby-Organisation der Gesamtmetaller aggressiv gegen Agrarsubventionen plakatierte. Aus den Reihen der CSU gibt es Widerstand gegen eine völlige Liberalisierung, man wolle keinesfalls die bewährte bundesdeutsche Wirtschaftsordnung einer "Ökonomisierung des Lebens opfern".

Zunehmend gerät die Initiative auch ins Visier der kritischen Öffentlichkeit. Nach einer anfänglichen Liaison nahm beispielsweise die *Zeit* wieder Abstand und untersuchte kürzlich die Strategien der INSM. Veröffentlichungen über deren Nähe zum Arbeitgeberlager und das Outing ihrer Unterstützer stören die Lobby- und Marketingtruppe, die gern unerkannt im Hintergrund wirkt. Helfen soll nun ein Förderverein, dessen Gründung rechtzeitig zum Wahlkampf Unterstützer Friedrich Merz ankündigte. Mit dem Verein und seinen Spenden wolle man die gesellschaftliche Basis vergrößern, erklärt Tasso Enzweiler. Und vor allem im wissenschaftlichen Bereich für neue Kooperationen werben. Der Präsident der Freien Universität Berlin, Dieter Lenzen, der auch Botschafter für die INSM ist, hat sich bereits zur Zusammenarbeit bereit erklärt.