

Medienkampagnen gegen Atomausstieg und Energiewende

Warum war 2009 der „Ausstieg aus dem Ausstieg“ der Atomenergie möglich?

Wie ist es möglich, dass die Energiewende von 2011 wieder in Frage gestellt wird?

- Nach Fukushima trat am 1. August 2011 ein verändertes Atomgesetz mit Begleitgesetzen in Kraft, der sog. **Atomausstieg** und die **Energiewende** waren beschlossen. Doch bald danach gab es auf „allen Medien-Kanälen“ Stimmen, die eine **Überförderung der Photovoltaik** durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) anprangerten. Am 27.06.2012 wurde sodann im Bundesrat die Neuregelung der Photovoltaik beschlossen (sog. Solar-Ausstiegsgesetz), das nicht nur weitere massive Kürzungen vorsah, sondern auch ein **Gesamtausbauziel von 52 GW** für die geförderte Photovoltaik. „Ist das Gesamtausbauziel erreicht, erhalten **neue Anlagen keine Vergütung mehr**“ (Quelle: *BMU PM Nr. 096/12 | Berlin, 28.06.2012*). Dieses **Aus** wird für 2016 erwartet.
- Damit nicht genug. Im Laufe des Jahres 2012 wurde in allen Medien die Frage aufgeworfen, ob durch den **steigenden Strompreis** die **Energiewende** für den Normal-Bürger noch bezahlbar wäre. Preistreiber sei das **Erneuerbare-Energien-Gesetz**. Als Alternative wurde das **Quotenmodell** ins Gespräch gebracht. Ende Januar 2013 stellte Minister Altmeier Vorschläge für eine **Strompreis-Sicherung im EEG** (sog. Strompreisbremse) vor. Danach sollen Betreiber von Erneuerbare-Energie-Anlagen nachträglich einen Soli-Beitrag leisten und Investoren von Neuanlagen so lange keine Vergütung erhalten, bis das EEG-Konto ausgeglichen ist. Dies würde das Aus für Neuanlagen bedeuten. Kurze Zeit später legte Wirtschaftsminister Rösler nach. Er will nur noch Kleinanlagen garantierte Abnahmepreise gewähren. Eins wird deutlich: **Die Energiewende soll zum Stillstand kommen.**
- Es ist auffällig, dass bei solchen „Diskussionen“ immer dieselben Begriffe und Argumentationslinien verwendet werden. Die Recherche zeigt: Dies ist kein Zufall. Dahinter stecken **Kampagnen**, geführt von Unternehmen der **Kommunikationsbranche**, die im **Auftrag von Lobby- und Interessengruppen** handeln. Absicht ist es, die erneuerbaren Energien in Misskredit zu bringen, um die **Energiewende zugunsten atomarer und fossiler Stromerzeugung wieder zu stoppen.**
- Genauso ist es schon einmal passiert. Eine entsprechende Kampagne wurde in den Jahren **2008 – 2009** betrieben, um nach einer gewonnenen Bundestagswahl von Schwarz-Gelb im Jahr 2009 die Bürger und Bürgerinnen auf den „**Ausstieg aus dem Ausstieg**“ mental einzustimmen.

Welche PR-Agenturen mit welchen Personen hinter diesen **Kampagnen** stehen, welche **Methoden** sie anwenden, in wessen **Auftrag** sie handeln und wie anschließend die entsprechende Gesetze geändert werden, wird hier anhand **einiger Beispiele** beschrieben. Die Agenturen gehen dabei nicht plump propagandistisch vor, sondern subtil und äußerst professionell. **Ein empörender Vorgang für alle, die an demokratische Grundwerte und an die Unabhängigkeit der Medien glauben.**

1. Das Atomgesetz, Novellierung 2002: Der Ausstieg (unter Rot-Grün)

Wikipedia schreibt: „**Die Novellierung des Atomgesetzes von 2002 sicherte die Vereinbarung zwischen der Bundesregierung und den Energieversorgungsunternehmen vom 14. Juni 2000 juristisch ab. In dieser Vereinbarung (auch Atomkonsens genannt) hatten die vier großen in Deutschland aktiven Energieversorungskonzerne die Entscheidung der Bundesregierung und des Gesetzgebers akzeptiert, die Risiken der Atomenergienutzung neu zu bewerten.**

Zu den Kernpunkten der am 22. April 2002 in Kraft getretenen Gesetzesnovelle gehörte das Verbot des Neubaus von kommerziellen Atomkraftwerken und die Befristung der Regellaufzeit der bestehenden Atomkraftwerke auf durchschnittlich 32 Jahre seit Inbetriebnahme. Das Gesetz legte fest, dass in deutschen Atomkraftwerken ab dem 1. Januar 2000 noch höchstens 2,62 Millionen Gigawattstunden (GWh) Strom erzeugt werden dürften. Diese Menge addierte sich aus den Reststrommengen, die den einzelnen Anlagen je nach Alter zugeteilt wurde. Allerdings konnten die Reststrommengen älterer Anlagen auf jüngere Anlagen übertragen werden. Eine Übertragung von Strommengen von jüngeren Anlagen auf ältere Anlagen wurde nicht ausgeschlossen, allerdings als Ausnahmefall bezeichnet, der der Zustimmung des Bundesumweltministeriums bedurfte. Wegen dieser flexiblen Regelung war das genaue

Abschaltdatum für die einzelnen Anlagen nicht festgelegt. Es wurde angenommen, dass das letzte Atomkraftwerk etwa 2021 abgeschaltet werden würde.

2. Die Kampagne gegen den Ausstieg 2008 - 2009

Wie war es möglich, dass der Atomkonsens 2002 sieben Jahre später von der schwarz-gelben Bundesregierung wieder gebrochen werden konnte?

Wir erinnern uns: Vor und nach der Bundestagswahl 2009 wurden in allen Zeitungen, allen Talkshows und Interviews die stets gleichen Schlagzeilen und Thesen verbreitet, wie z.B. „Klimaretter Atomenergie“ - „7 Wahrheiten über die Atomkraft“ - „Kernkraft dämpft den Preisanstieg beim Strom“ - „War der rot-grüne Atom-Ausstieg ein Fehler?“ - **„Brückentechnologie Atomkraft“**.

Dahinter steckte eine höchst ausgefeilte Kampagne, die von der Düsseldorfer Kommunikationsagentur **Deekeling Arndt Advisor** durchgeführt wurde. Auftraggeber war das **Deutsche Atomforum**, ein Zusammenschluss von **RWE, Vattenfall, e.on, und EnBW**. Ein Ausstieg aus dem Atomausstieg sollte vorbereitet und dafür neue Zielgruppen und die „schweigende Mehrheit“ gewonnen werden.

Unter dem Titel **„Die Geheimpapiere der Atomlobby“** stellte die TAZ auf ihrem Rechercheblog am 28.10.2011 die Arbeitspapiere der Agentur ein. Die TAZ meint dazu: *„Das Atomforum beauftragte die Agentur DAA zu einer Kampagne mit dem Slogan ‚Energieverantwortung für Deutschland‘. Das Ziel laut den Unterlagen: ‚Bis zur Bundestagswahl 2009 Grundstimmung pro Laufzeitverlängerung herstellen‘. Bei dieser Wahl erhielt Schwarz-Gelb eine parlamentarische Mehrheit. Vor genau einem Jahr, am 28. Oktober 2010, beschloss der Bundestag die Laufzeitverlängerung. Ergänzend zu unserer Berichterstattung veröffentlichen wir an dieser Stelle die oben verlinkten Dokumente. Es handelt sich dabei um interne Firmenunterlagen der Agentur DAA... Die Agentur skizziert darin gegenüber ihrem Kunden, dem Atomforum, die Strategie der Kampagne und aller einzelnen Maßnahmen. Nichts davon ist verboten, einiges ist anrühlich. Das meiste ist profane, handwerklich gut umgesetzte Öffentlichkeitsarbeit. Aber zusammengenommen zeigen die Dokumente auf deutliche Weise, wie Konzerne in Deutschland vorgehen, wenn sie Einfluss auf Medien, Politik und Öffentlichkeit nehmen.* (Quelle: <http://blogs.taz.de/rechercheblog/2011/10/28/atomlobby/>). Hier ein paar Auszüge:

Teil 1: Kampagne "Energieverantwortung für Deutschland"

Analyse und strategische Empfehlungen. 12. Dezember 2008

Grundprinzipien der Kommunikationskampagne	
<p>Dialog statt Konfrontation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weitgehend reaktive und bislang eher apodiktische Argumentation aufgeben - stattdessen offenen Dialog zum Thema Energieverantwortung initiieren • Ideologische Blockaden aufbrechen, vermeintliche Gewissheiten hinterfragen • Neue Zielgruppen aufschließen und "Schweigende Mehrheit" zum Sprechen bringen <p style="text-align: right;">Teil 1. S. 4</p>	<p>Moralische Autoritäten aktivieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hochrangige Wissenschaftler verschiedener Disziplinen sowie anerkannte "moralische Instanzen" einbinden, um Energiezukunft aus ethischer, sozialer, volkswirtschaftlicher Perspektive zu thematisieren • Idee: Dritten eine Plattform bieten und öffentlich Gehör verschaffen • Ziel: populistische Simplifizierungen entlarven, Ideologen "demaskieren" • Tenor: "Es darf keine Denkverbote mehr geben <p style="text-align: right;">Teil 1. S. 4</p>

Teil 2: „Aus Verantwortung für Deutschland: Kernenergie.

<p>Phase 3 - Deutschland bewegen: Junges Forum in Berlin</p> <p>Idee:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Spin off" des etablierten "Forums in Berlin" mit explizitem Fokus auf Zielgruppe Junge Avantgarde durch maßgeschneidertes Format • Interdisziplinärer Schlagabtausch zur (Energie)-Zukunft Deutschlands (Diskussionsteilnehmer Prof. Dr. C. Reinemann, J. Pöttering, E. Heisenberg, S. Giegold, T. Boll, T. Larsson) <p>Ziel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schweigende Mehrheit pro Kernenergie innerhalb der Zielgruppe Junge Avantgarde aktivieren und sie darin bestärken, ihre Meinung offensiv zu vertreten • Kernenergie zum Thema der jungen Generation machen; "Verjüngung" und Modernisierung der Debatte <p>Bewertung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sehr positives Feedback der Teilnehmer/Gäste • Einführung eines erfolgreichen Formats zur Ansprache junger Zielgruppe; Anschluss in Form einer Reihe geplant • Angeregte Diskussion im Nachgang der Berichterstattung von WiWo und TAZ in jeweiligen Onlineforen <p style="text-align: right;">Teil 2, S. 17</p>

Lobbypedia schreibt: „ **Deekeling Arndt Advisors** (DAA) bezeichnet sich selbst als strategische Kommunikationsberatung für Unternehmen und Institutionen. Dabei nutzt sie ‚Kommunikationsstrategien, -inhalte und -prozesse, um die Durchsetzung unternehmerischer Ziele und Interessen zu sichern‘. Dazu hat DAA auch frühere PolitikerInnen akquiriert: **Margareta Wolf**, ehemalige Grüne, **Wolfgang Clement**, ehemaliger Bundeswirtschaftsminister und früheres SPD-Mitglied oder aktuell **Nina Hauer**, SPD, zuvor MdB, Finanzexpertin und frühere Parl. Geschäftsführerin der SPD-Bundestagsfraktion.“ (Quelle: www.lobbypedia.de/index.php/Deekeling_Arndt_Advisors)

3. Das Atomgesetz, Novellierung 2010: Der Ausstieg aus dem Ausstieg (unter Schwarz-Gelb)

Nach der Bundestagswahl 2009 setzt Schwarz-Grün den „Ausstieg aus dem Ausstieg“ um:

„Der Koalitionsvertrag der Bundesregierung, der zur 17. Legislaturperiode 2009 geschlossen wurde, sieht eine Laufzeitverlängerung bestehender Kernkraftwerke vor, die über die im Atomkonsens vereinbarten Zeiten hinaus geht. Der Neubau weiterer Kernkraftwerke wird aber weiterhin abgelehnt. Im Frühjahr 2010 ließ die Regierung eine Laufzeitverlängerung um mehrere Jahrzehnte prüfen.“ (Quelle: wikipedia)

Offiziell wird von einem neuen „Energiekonzept“ gesprochen. Noch **Ende August 2010** unternimmt Kanzlerin Merkel ihre „Energie-Reise“ zu zehn Standorten in sechs Bundesländern, um sich über alle Formen der Energiegewinnung „ergebnisoffen“ zu informieren. Der angestrebte zukünftige „Energemix“ soll den Bürgern, der Wirtschaft und der Wissenschaft gerecht werden.

„Die Atomindustrie wehrt sich allerdings heftig gegen die von der Regierung geplante Brennelementesteuer. Opposition und Umweltschützer kritisieren die schwarz-gelben Pläne, die Laufzeiten für Kernkraftwerke zu verlängern...“ (Quelle: http://www.proplanta.de/Agrar-Nachrichten/Energie/Merkels-Energie-Reise--Zuerst-Wind--dann-Atomkraft_article1282066234.html)

Die öffentliche Diskussion ist reine Show, der „Ausstieg aus dem Ausstieg“ längst geplant.

Wikipedia beschreibt das novellierte **Atomgesetz 2010** folgendermaßen:

Der Deutsche Bundestag beschloss am 28. Oktober 2010 mit schwarz-gelber Mehrheit, dass

- **die Betriebszeiten der vor 1980 gebauten sieben Anlagen um acht Jahre verlängert und**
- **die der zehn übrigen Atomkraftwerke um 14 Jahre verlängert werden.**

...Der Gesetzentwurf wurde als Fraktionsentwurf (CDU/CSU und FDP) aus der Mitte des Deutschen Bundestages eingebracht. Eine Zustimmungspflicht des Bundesrates hat der Deutsche Bundestag verneint. Der Bundespräsident unterzeichnete das Elfte Gesetz zur Änderung des Atomgesetzes – es enthält auch die Laufzeitverlängerungen – am 8. Dezember 2010. Dessen Änderungen sind am 14. Dezember 2010 in Kraft getreten.“

4. Das Atomgesetz, Novellierung 2011: Der Ausstieg aus dem Ausstieg - oder Die Energiewende (unter Schwarz-Gelb)

Nach der verheerenden Katastrophe von Fukushima am 11.3.2011 dreht sich nochmals das Blatt. Wikipedia schreibt zum Atomgesetz 2011: „**Die Bundesregierung beschloss wenige Tage nach dem Beginn der Nuklearkatastrophe von Fukushima einen deutlichen Wechsel ihrer Atompolitik bzw. Energiepolitik. Zunächst verkündete sie ein dreimonatiges Atom-Moratorium für die sieben ältesten deutschen Atomkraftwerke sowie für das Kernkraftwerk Krümmel. Am 30. Juni stimmte der Bundestag mit großer Mehrheit für den Atomausstieg und beschloss ein weiteres Gesetz zur Änderung des Atomgesetzes vom 31. Juli 2011. Am 8. Juli billigte der Bundesrat das geänderte Atomgesetz und sechs Begleitgesetze. Bundespräsident Wulff unterzeichnete es am 1. August 2011, in Kraft getreten ist das geänderte Gesetz am 6. August 2011.“**

5. Die Kampagne gegen die Energiewende 2011- 2013

Aber, wer geglaubt hat, nun würde in Deutschland der Umstieg auf regenerative Energien als nationales Projekt von allen Akteuren vorangetrieben, hat sich getäuscht. Tatsächlich sind es in erster Linie die Bürger, Landwirte und Stadtwerke, die der Energiewende zum Erfolg verhelfen. Nicht so die

großen Energiekonzerne, die um die Marktanteile ihrer atomaren und fossilen Kraftwerke fürchten. Eon, RWE und Vattenfall strengen Prozesse gegen den Atomausstieg an. Große Teile der Industrie lassen sich auf Grund von Sonderregelungen von der Stromsteuer (Verbrauchssteuer mit dem Ziel der Energieeinsparung), von der EEG-Umlage und von den Netzentgelten befreien. Eine Subventionierung auf Kosten der Normalverbraucher. Alle Zeichen deuten darauf hin, dass die **Energiewende ausgebremst**, das **Erneuerbare-Energien-Gesetz abgeschafft** und eine **Verlängerung der Laufzeiten der Atomkraftwerke** wieder in Planung ist, vor allem wenn Schwarz-Gelb im Herbst 2013 die Bundestagswahl gewinnen sollte. Japan macht dies bereits vor.

Auf ein solches Szenario muss die Bevölkerung wieder eingestimmt werden. Die Kampagne, die seit Herbst 2011 in den Medien tobt, zeigt erste Erfolge:

So schreibt die FINANCIAL TIMES-Deutschland am 15.10.2012 unter dem Titel **„Umfrage: Bürger sehen Energiewende kritisch“**: *„Doch viele Bürger betrachten die Energiewende eher mit Sorge. So denken nur 45 Prozent, dass die Energiewende für sie persönlich Vorteile mit sich bringt - 52 Prozent, also die knappe Mehrheit, erwartet persönliche Nachteile. Die große Mehrheit, neun von zehn Befragten, erwarten höhere Lebenshaltungskosten durch steigende Energiepreise. Kaum jemand ist bereit, mehr als 100 Euro im Jahr zusätzlich für Strom aus Erneuerbaren Quellen zu bezahlen. So ist es auch nicht verwunderlich, dass aktuell 45 Prozent der Befragten nur dann den Ausstieg aus der Kernenergie befürworten, wenn Strom bezahlbar bleibt. Ende 2011 lag dieser Anteil noch bei 36 Prozent. (Quelle: <http://www.ftd.de/karriere/management/umfrage-buerger-sehen-energiewende-kritisch/70103406.html>)*

Wie sieht die Kampagne aus? Was sind die Ergebnisse?

Phase I: Abschaffung der Photovoltaik-Förderung

Ab Sommer 2011, die Energiewende-Gesetze waren gerade verabschiedet worden, geht die Hetze gegen die Photovoltaik-Einspeisevergütung los, sie steigert sich im Herbst und hat im Frühjahr 2012 einen ersten Höhepunkt, gerade als sich abzeichnet, dass die erneuerbaren Energien bereits 20% der Stromerzeugung übernommen haben.

Diese auffällig dauerhaften und z.T. wortgleichen Schlagzeilen in Fernseh- und Rundfunkanstalten und in sämtlichen Zeitungen lauten: **„Solarstrom lässt Strompreise explodieren“**, „Aus gefordert für Solarsubventionen“, „Solar-Boom ausgerechnet im sonnenarmen Deutschland“, „e.on: Übersubventionierung muss gestoppt werden“. In allen Medien wird die **„Überförderung der Photovoltaik“** angeprangert, ohne darauf hinzuweisen, dass die Börsenstrompreise dank der erneuerbaren Energien seit 2011 deutlich gesunken sind, diese Kostenersparnis aber von den Energieunternehmen nicht an den Verbraucher weitergegeben wird.

Die Kampagne hat Erfolg, das Erneuerbare-Energien-Gesetz wird geändert. Dazu Wikipedia:

„Photovoltaik-Novelle (Juni 2012)

Mit der sog. Photovoltaik-Novelle (PV-Novelle) sind Ende Juni 2012 umfangreiche Änderungen bei der Vergütung von Photovoltaik-Strom nach Einigung im Vermittlungsausschuss von Bundestag und Bundesrat beschlossen worden, die rückwirkend zum 1. April 2012 in Kraft getreten sind. Vorangegangen waren monatelange Diskussionen über die zukünftige Ausgestaltung der Förderung von Photovoltaik-Anlagen im Rahmen des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG). Das Ergebnis wurde am 23. August 2012 im Bundesgesetzblatt (BGBl. 2012, Teil I, Nr. 38, S. 1754) veröffentlicht“

Neben massiven Kürzungen der Einspeisevergütung ist folgender Gesetzes-Passus besonders gravierend:

„Begrenzung des Gesamtausbauziels für die geförderte Photovoltaik in Deutschland auf 52 GW (Bestand 27 GW (Mitte 2012)). Ein jährlicher ‚Ausbaukorridor‘ wird mit 2,5 bis 3,5 GW festgesetzt.“

Fachleute weisen darauf hin, dass dieses Ausbauziel, d.h. das **Ende der Photovoltaik-Förderung spätestens 2015/2016** eintreffen wird.

Phase II: Abschaffung des Erneuerbare-Energien-Gesetz

In dieser 2. Phase ab Sommer 2012 wird auf allen Kanälen die **Bezahlbarkeit der Energiewende für Geringverdiener** beklagt. Die Angriffe verdichten sich im Oktober 2012, als die die Höhe der EEG-Umlage für 2013 bekannt gegeben wird und diese von 3,59 ct auf 5,28 ct steigt. Nun wird jedem klar:

Das **Erneuerbare-Energien-Gesetz insgesamt** soll **abgeschafft** und von einem **Quotenmodell** abgelöst werden.

Dabei hat die Bundesregierung durch zahlreiche Maßnahmen für eine Aufblähung der EEG-Umlage in eigener Regie gesorgt. Altmeier gibt dies selbst zu und schreibt am 28.01.2013 in seinen „Vorschläge zur Einführung einer Strompreissicherung im EEG“: „Die weitgehende Befreiung energieintensiver Unternehmen von der EEG-Umlage beläuft sich auf derzeit 4,3 Mrd. Euro mit steigender Tendenz.“ (Quelle: <http://www.bmu.de/themen/klima-energie/energiewende/strompreis-sicherung-im-eeq/>)

Ende 2012 wird öffentlich: Verantwortlich für diese neuerliche Kampagne ist

Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Hierzu einige Zeilen aus dem Tagesspiel vom 18.11.2012: „**Die Alternative das Quotenmodell.** Aber die **Gegner** der erneuerbaren Energien arbeiten daran, den Teufel, den sich eine **Werbeagentur im Auftrag der Initiative neue soziale Marktwirtschaft (INSM)** ausgedacht hat, zumindest in ihren Kreisen zur Ikone zu machen. Es scheint, als wäre die INSM beim Anti-Akw-Netzwerk „Ausgestrahlt“ in die Lehre gegangen... Die Kampagne der INSM gegen das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) folgt den Gesetzen links-politischer PR bis ins Detail. Zunächst hat das vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall gegründete Institut eine Studie in Auftrag gegeben. Herausgekommen ist ein vorgebliches **Alternativmodell zum EEG**, das sogenannte **Mengen- oder Quotenmodell.** Auf die gleiche Idee sind nahezu zeitgleich auch die Monopolkommission der Bundesregierung, der Chef des Bundeskartellamts, die Deutsche Technikakademie Acatech und die FDP gekommen. Das Quotenmodell ist eine echte Ökonomenidee – schön, aber wirkungslos, wie Praxistests in Großbritannien, Italien und Polen ergeben haben... Auf diesem theoretisch bereiteten Grund hat die INSM dann ihre Kampagne entwickelt. Es gibt eine Facebook-Seite, auf der Unterschriften gegen das EEG gesammelt werden. Und es gibt die Plakatkampagne mit dem Strompreisteufel, die wochenlang nahezu allgegenwärtig war.“



"EEG stoppen – sonst scheitert die Energiewende" plakatiert eine Konzern-nahe Lobby im Sinne der Atom- und Kohleindustrie in Deutschlands Bahnhöfen – und bläst damit zum Angriff auf das Erneuerbare Energien Gesetz.“ (Quelle: <https://www.campact.de/eeq-ausnahmen/appell/spenden-3/>)

Der Tagesspiegel schreibt weiter: „**‘EEG stoppen‘** ist kaum weniger eingängig als „Atomkraft? Nein danke!“ Ob der Slogan genauso erfolgreich sein wird, ist noch nicht absehbar. Auf jeden Fall hat sich die Gegenpropaganda zielsicher die schwächste Stelle der Energiewende ausgesucht – die Preisfrage. Die ist tatsächlich entscheidend, weil die Energiewende nur dann Erfolg haben wird, wenn sie nicht so teuer ausfällt, dass sie tatsächlich ein deutscher Solitär bleibt. Soll sie andere Marktwirtschaften inspirieren, müssen die Kosten im Rahmen bleiben. Dabei sagt die EEG-Umlage relativ wenig

über die wirklichen Kosten der erneuerbaren Energien aus. Sie beschreibt lediglich den Abstand zwischen dem Strompreis an der Energiebörse in Leipzig und dem garantierten Einspeisetarif samt allen Nebenkosten einschließlich der Kostenbefreiung für die Industrie. Doch genau das spielt der INSM-Kampagne in die Hände. Denn ihr geht es ja gerade nicht um differenzierte Aufklärung, sondern um Vereinfachung im Sinne der INSM. Dennoch könnte es sein, dass der Strompreisteufel auf die INSM zurückfallen wird. Denn erneuerbare Energien genießen bei mehr als 70 Prozent der Deutschen nach wie vor große Zustimmung.“ (Quelle: <http://www.tagesspiegel.de/zeitung/imblick-zum-teufel-mit-der-sonne/7404762.html> Tagesspiegel INSM 18.11.2012 von Dagmar Dehmer)

Unter <http://spiegelkabinett-blog.blogspot.de/2013/01/wie--unsere-meinung-manipuliert-wird--am.html>

findet sich folgende Einschätzung: „Die INSM verfügt über beste Beziehungen zur Politik und zur Presse. Sie ist das mediale Sturmgeschütz des Neoliberalismus... Die aktuellen Kampagnen haben die Themen Energiewende, Wachstum 2012, Projekt Vollbeschäftigung, Besser Sparen und Sechzehn Prozent auf alles. ... Die Energiewende würde die INSM gerne durch den Ersatz des

weltweit anerkannten und zigfach kopierten deutschen "Erneuerbare Energien Gesetz" (EEG) durch ein "Wettbewerbsmodell für Erneuerbare Energien" (WEE) aushebeln“

Auch das Netzwerk Campact e.V. hat sich mittlerweile mit der INSM auseinandergesetzt.

Hier ein Ausschnitt eines Briefes der INSM an Campact vom 16.11.2012 mit Antwort.

(Quelle: <http://blog.campact.de/2012/11/energiewende-zugig-und-sozial-voranbringen-antwort-auf-die-insm/>)

Sie sind für die Energiewende – wir auch! Nur über den richtigen Weg dorthin besteht keine Einigkeit.

Bei Ihrer Suche nach stichhaltigen Argumenten für den Erhalt der bestehenden Subventionsmilliarden sind Ihnen offensichtlich ein paar entscheidende Sachverhalte entgangen. Das fängt schon mit Ihrer grundlegenden Annahme an, wir wären gegen die Energiewende. Das Gegenteil ist richtig. Wir unterstützen das von einer breiten Mehrheit im Deutschen Bundestag gesetzte Ziel, bis 2020 mindestens 35 Prozent des Stroms aus Erneuerbaren Energiequellen zu beziehen und 2050 sogar 80 Prozent „grünen“ Strom im Netz zu haben. Nach unserer Überzeugung ist ein solches Ziel aber nur dann nachhaltig finanzier- und damit erreichbar, wenn die Rahmenbedingungen den Prinzipien der Sozialen Marktwirtschaft entsprechen. Anderenfalls drohen die Kosten unkontrollierbar und letztlich untragbar zu werden. Wir sind davon überzeugt, dass die Energiewende mit unseren Reformvorschlägen besser, günstiger und gerechter gelingen würde als mit dem EEG. Wenn Sie wissen möchten, wer derzeit von dem durch Sie unterstützten EEG profitiert, müssen Sie nur nachschauen, wo die Milliarden-Subventionen landen. Bitte unterstellen Sie uns also nicht länger, wir seien gegen die Energiewende. Für diese Behauptung gibt es keinerlei Grundlage.

Und hier die Reaktionen von Campact:

„Gemeinsam mit der Anti-Atom-Initiative .ausgestrahlt geben wir öffentlich Contra.

Dank der Unterstützung hunderter Spender/innen können wir seit dem 10.12. zwei Wochen lang in den Hauptbahnhöfen von Berlin, Frankfurt, Hannover, Köln, Leipzig und Stuttgart auf insgesamt 35 Flächen für eine Energiewende mit EEG werben. Die Bilder zeigen die Werbeflächen im Einsatz.“

(Quelle: <https://www.campact.de/eeg-ausnahmen/appell/spenden-3/>)

Sehr geehrte Damen und Herren,
herzlichen Dank für Ihr Schreiben vom 16. November. Lassen Sie uns im Folgenden auf einige der von Ihnen angesprochenen Punkte näher eingehen. Sie behaupten in ihrer Werbekampagne, Sie seien für die Energiewende. Doch Ihre Forderungen zielen in die entgegengesetzte Richtung. Sie polemisieren einseitig gegen das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG), verlieren aber kein Wort darüber, dass Atom- und Kohlekraft gigantische externe Kosten verursachen. Diese erscheinen im Gegensatz zu den Kosten der EEG-Umlage nicht auf der Stromrechnung, müssen aber gleichwohl bezahlt werden – und zwar nicht nur von den heutigen Steuerzahlern, sondern auch noch von unzähligen Generationen nach uns. Das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung hat im Auftrag des Bundesumweltministeriums die nicht im Strompreis enthaltenen Umweltschäden den fossilen Energien zugerechnet. Eine Kilowattstunde Braunkohlestrom würde sich so um 10,8 Cent pro Kilowattstunde verteuern, aus Steinkohle um 8,9 Cent, aus Öl um 8 Cent und aus Erdgas um 4,9 Cent. Die Erneuerbaren Energien verringern zudem unsere Abhängigkeit von Energieimporten – nach Berechnungen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) sparen wir dadurch 6 Milliarden Euro jährlich...

Schluss mit dem Kohle-Horror!
Nur Klimakiller meckern über's EEG

Energiewende gibt's nur mit dem EEG
Das Erneuerbare-Energien-Gesetz ist das einzige funktionierende Instrument der Energiewende. Seine Abschaffung würde die Energiewende stoppen – und AKW's und Kohlekraftwerke fördern.

Mehr unter campact.de/EEG
Für eine solidarische Energiewende.
campact.de/EEG

Schluss mit dem Atom-Horror!
Nur Atomkonzerne meckern über's EEG

Energiewende gibt's nur mit dem EEG
Das Erneuerbare-Energien-Gesetz ist das einzige funktionierende Instrument der Energiewende. Seine Abschaffung würde die Energiewende stoppen – und AKW's und Kohlekraftwerke fördern.

Mehr unter campact.de/EEG
Für eine solidarische Energiewende.
campact.de/EEG

6. Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und ihre Partner

Im folgenden Abschnitt wollen wir weitere Informationen zur INSM und ihren Partnern auflisten.

Die INSM schreibt selbst über ihre Ziele:

„60 Jahre Soziale Marktwirtschaft Stimmen aus der Politik

Politikerinnen und Politiker aus verschiedenen Parteien sehen die Notwendigkeit, den Gedanken Ludwig Erhards und der Sozialen Marktwirtschaft weiterzuführen. Dafür muss unser Wirtschafts- und Sozialsystem weiter entwickelt werden.“

(Quelle: <http://www.insm.de/insm/Themen/Soziale-Marktwirtschaft/60-Jahre-Soziale-Marktwirtschaft/Stimmen-aus-der-Politik.html>)

Was bedeute nun „Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft“? Wofür steht die INSM?

Wikipedia beschreibt die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ folgendermaßen:

„Aufbau

Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) ist eine im Jahr 2000 vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall gegründete sowie von weiteren Wirtschaftsverbänden und Unternehmen getragene Denkfabrik. Nach ihrer Eigenaussage verfolgt sie das Ziel, ihre ordnungspolitischen Botschaften bei Entscheidern und in der Bevölkerung zu verankern. Dies erfolgt durch Öffentlichkeitsarbeit...

Organisation

Die INSM wird von der INSM Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft GmbH (bis 2007 berolino.pr GmbH) betrieben...Die GmbH hat acht feste und etwa 40 freie Mitarbeiter. Mit der Konzept- und Inhaltsgestaltung wurde vom Verband zunächst die PR-Agentur Scholz & Friends beauftragt, seit 2010 betreut die Agentur Serviceplan Public Opinion den Etat der INSM.

Der Jahresetat der Initiative beträgt nach eigenen Angaben 8,32 Mio. Euro. Finanziert wird die Initiative durch den Arbeitgeberverband Gesamtmetall. Als wissenschaftlicher Berater fungiert das von Verbänden und Unternehmen der privaten Wirtschaft finanzierte Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln. Die INSM arbeitet mit dem Institut für Demoskopie Allensbach zusammen. Sie ist Mitglied im Stockholm Network, einer Dachorganisation wirtschaftsliberal orientierter Denkfabriken.

Die INSM wird von ehrenamtlichen „Kuratoren“, „Botschaftern“ und „Beratern“ unterstützt, auch von Mitgliedern aus verschiedenen politischen Parteien, vor allem der CDU, SPD und FDP. Die Ziele der INSM werden ebenfalls durch den am 1. Juni 2005 gegründeten gemeinnützigen Förderverein Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft e.V. verfolgt.

Vorsitzender des Kuratoriums ist der frühere Bundeswirtschaftsminister und Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen Wolfgang Clement. Er ist der Nachfolger von Hans Tietmeyer.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit der INSM ist charakterisiert durch die Strategie der integrierten Kommunikation. Die Verbreitung der Inhalte erfolgt durch Anzeigen, Broschüren, Magazine, Bücher und Lehrveranstaltungen.

Die INSM stellt aus den Reihen ihrer Botschafter Experten für Diskussionsrunden im Fernsehen sowie Interviewpartner für Zeitungsredaktionen, liefert fertige Beiträge für Print- und Fernseh-Redaktionen, stellt O-Töne für Hörfunkjournalisten zur Verfügung und beliefert Bildagenturen mit Bildmotiven. Ebenso finanzierte die INSM einen Workshop an der RTL-Journalistenschule in Köln.

Die INSM stellt Lehrern Materialien zum Thema Wirtschaft für den Schulunterricht zur Verfügung. Sie führt auch Veranstaltungen der Kinderuniversität durch, z. B. „Wozu brauchen wir Geld?“

Zu **Wikipedia** und der **INSM** noch ein interessantes Detail: „**Der Internet-Krieg der Editoren**“

Rudolf Stumberger 15.03.2006:„Auf den Seiten der elektronischen Enzyklopädie Wikipedia wogt ein "Edit-War"...Die umstrittene Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) war bislang schon für diverse Schlagzeilen gut (Think Tanks sollen Stimmung schaffen und lassen die Grenze zwischen PR und Journalismus verschwimmen), nun sorgt sie auch im Internet für Turbulenzen: Auf den Seiten der basisdemokratischen Enzyklopädie Wikipedia tobt ein Streit um das Wesen dieser von einem Arbeitgeberverband ins Leben gerufenen Propaganda-Abteilung.Immer wieder werden kritische Beiträge zur INSM von bestimmten Nutzern gelöscht - manche vermuten dahinter zahlende Auftraggeber (vgl. Wie versucht wird, Wikipedia zurecht zu trimmen ...).“

(Quelle: <http://www.heise.de/tp/artikel/22/22246/1.html>)

Rudolf Speth: Die Politischen Strategien der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.

(Hans Böckler Stiftung. Arbeitspapier 96. Düsseldorf 2004)

Zur medialen Präsenz der Initiative kommen die zahlreichen Beiträge ihrer Kuratoren und Botschafter in Zeitung, Zeitschriften, Radio- und Fernsehsendungen hinzu. So hat beispielsweise der Kuratoriumsvorsitzende Hans Tietmeyer in einen Beitrag in der Zeitschrift „Cicero“ vom 01.06.2004 die Globalisierungskritik kommentiert („Global ist sozial“). Solche Beiträge sind dann über die Website der INSM abrufbar.

Zu Abrundung kommen Filmbeiträge hinzu, die entweder direkt mit Partnern produziert werden oder bei denen die Videorechte erworben wurden. Letztes war der Fall bei der dreiteiligen Fernsehserie von Günther Ederer zum Thema Wirtschaft und Politik. Nach Volker Lilienthal hat die INSM für die Videorechte der Sendungen („Das Märchen von der gerechten Steuer“, „Das Märchen von der sicheren Rente“, „Das Märchen vom blühenden Arbeitsmarkt“), die in der ARD liefen, etwa 66.000 Euro bezahlt... Die Geschäftsführer der INSM betonen, dass es immer darauf ankommen, ein orchestriertes Vorgehen zu erzeugen, d.h. die verschiedenen Medien aufeinander abgestimmt zu nutzen und für ein Thema die verschiedenen medialen Möglichkeiten konzentriert zu nutzen. Dies bedeutet, dass eine zeitliche Abstimmung dieser integrierten Mediennutzung unerlässlich ist. Zuständig dafür ist die Strategiezentrale: die berolino.pr zusammen mit den Agenturen, vor allem Scholz & Friends. (S. 19)

Die Kernzielgruppe der INSM sind daher die Multiplikatoren: Politikerinnen, Lehrer, Journalistinnen, Medienleute. Zu den Multiplikatoren zählen auch die Medien selbst, wie beispielsweise die Wirtschaftswoche oder der Spiegel. „Wir beobachten, dass sich beispielsweise die Wahrnehmung im Spiegel in eine bestimmte Richtung hin ändert, Gabor Steigart mit seinem Buch beispielsweise oder davor der Titel zum Sozialstaat. Dort finden sie Argumente wie sie von der INSM auch gebraucht werden“, sagt Hans Werner Busch. Die Belieferung von Wirtschaftswoche oder impulse mit Studien der Initiative schaffen so die Basis. Denn vielfach schreiben die Journalisten voneinander ab und sind für einprägsame Bilder und aufbereitete Informationen dankbar. (S. 21)

(Quelle: http://www.boeckler.de/pdf/p_arbp_096.pdf)

Frankfurter Rundschau Dokumentation vom 09.01.2007

Die Autoren Sabine Nehls und Magnus-Sebastian Kutz forschen bei der Arbeitsstelle Medien und Politik am Institut für Politische Wissenschaft der Universität Hamburg. Seit Jahren analysieren sie die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft". Sie beschreiben hier die Anfänge und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit.

„Angriff der Schleichwerber

„Die "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" mischt sich in die Gesundheitsreform ein, vergibt seltsame Preise und wickelt Journalisten um den Finger - alles fürstlich finanziert vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall, der sich still im Hintergrund hält...Ob Gesundheitsreform, Regionalpolitik oder Steuer- und Abgabepolitik - die INSM benutzt die Medien um die Politik vor sich herzutreiben.

*Die Geschichte der INSM beginnt kurz nach dem Amtsantritt der Regierung Schröder im Jahr 1999. Umfragen des Instituts für Demoskopie Allendörfer hatten ergeben, dass die Mehrheit der Bevölkerung zur umfassenden sozialstaatlichen Sicherung tendierte und Reformen der sozialen Sicherungssysteme ausgesprochen skeptisch gegenüberstand. Der Arbeitgeberverband Gesamtmetall reagierte: Eine Tochterfirma - berolino.pr - wurde gegründet und mit einem Budget von 20 Millionen D-Mark jährlich ausgestattet, um die Einstellung der Öffentlichkeit zu marktwirtschaftlichen Reformen zu verändern. Die INSM selbst ist das Ergebnis der darauf folgenden Ausschreibung. **Die Agentur Scholz & Friends** entwickelte das Konzept und begleitet seitdem als leitende Agentur die Kampagne. Der Geschäftsführer der Agentur, Klaus Dittko, fasste die Aufgabe so zusammen: "Wie verändert man die Einstellung zu unserer Wirtschaft- und Sozialordnung?"*

...Der eigentliche Kern der INSM besteht aus einem Büro mit nur acht festen sowie einigen freien Mitarbeitern, ist somit straff organisiert. Hinzu kommen je nach Aufgabe weitere freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Eine Mitgliedschaft ist nicht vorgesehen. Allerdings wurde im Juni 2005 ein gemeinnütziger Förderverein gegründet, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, "das Verständnis der Bürger für wirtschaftliche Zusammenhänge zu stärken". Die Gründung dieses Vereins lässt vermuten,

dass er den Anstrich von Gemeinnützigkeit, den die INSM ihren Aktivitäten gerne geben möchte, verstärken soll. Wichtigster Partner ist das von den Arbeitgeberverbänden finanzierte **"Institut der Deutschen Wirtschaft"** in Köln, mit dem die INSM unter einem Dach in Köln logiert. Auch weitere wissenschaftliche Institute und spezialisierte Agenturen für Internetauftritte und TV-Produktionen gehören zu diesem Netzwerk. **Das Arbeitskonzept ist klar: Die Ziele einer Kampagne werden durch die Initiative definiert, durch externe Experten scheinbar wissenschaftlich abgesichert und anschließend für die Medien aufbereitet...Inhaltlich konzentriert sich die Arbeit auf grundsätzliche Einstellungen und politische Debatten.** Dazu gehört explizit keine klassische Lobbyarbeit, keine direkte Einflussnahme auf Gesetzesentwürfe: Nicht die Parlamentarier sind die Adressaten der Arbeit, sondern vielmehr Meinungsführer in der Gesellschaft. Die INSM arbeitet fast ausschließlich über die Platzierung ihrer Themen und Botschaften in den Medien. Dazu gehören auch so genannte **Medienpartnerschaften**, also Kooperationen, bei denen beispielsweise die INSM und eine Zeitung gemeinsam eine Diskussion zu einem aktuellen Thema veranstalten, so genannte Rankings erstellen oder Studien in Auftrag geben und vermarkten (zu nennen sind hier beispielsweise die FAZ und manager magazin, aber auch die Fuldaer Zeitung und die Zeitschrift Eltern). Gleichzeitig berichtet dann die Zeitung im Vorfeld und im Nachhinein über die Veranstaltung. Sie führt Interviews mit den Diskutanten, die gleichzeitig auch Botschafter der Initiative sind. Einige Gesprächspartner, die gegenteilige Meinungen vertreten, genügen als Feigenblatt. So gibt sich eine von Arbeitgebern finanzierte und bestimmte Öffentlichkeitsarbeit neutral - mit breiter Unterstützung der beteiligten Medien....Ein wichtiges Instrument der INSM sind die so genannten **Botschafter und Kuratoren**. Sie geben Interviews, schreiben Gastbeiträge, treten in Talkshows auf und vermitteln dann - zu genau dem Zeitpunkt, den die Kampagnenmacher aus Köln bestimmt haben - Ideen, Ziele und Vorstellungen der Initiative...Nur selten wird bei Namensartikeln oder Interviews das Engagement des Betreffenden für die INSM deutlich. Stattdessen werden sie beispielsweise als "Experten für Steuerrecht" ... **Dem Leser und der Leserin wird so suggeriert, es handele sich um eine von der Zeitung selbst erbrachte unabhängige journalistische Leistung.** ...Schreiber, die sich auf Informationen, Studien und Öffentlichkeitsarbeit der INSM stützen, beschreiben diese fast immer als neutral. Nur in den wenigsten Fällen (knapp sechs Prozent) wurde über die INSM als Initiative des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall berichtet...Bei ihrer Medienarbeit ist die INSM immer wieder über das Ziel hinausgeschossen. So finanzierte sie 2003 teilweise einen Fernsehdreiteiler des Hessischen Rundfunk über "Märchen" der Sozialpolitik und die Notwendigkeit von Reformen in diesem Bereich, der in der ARD zu sehen war. ..Neben den Botschaftern sind Aktionen wie Preisverleihungen - beispielsweise für den "Bürgermeister des Jahres" - ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der Initiative.

Im Mittelpunkt steht aber die Vermarktung wissenschaftlicher Studien... Die Süddeutsche Zeitung verweist zwar in ihrer Berichterstattung immer darauf, dass es sich um eine Studie der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft handelt, kennzeichnet diese aber weder als arbeitgeberfinanziert noch als PR-Instrument, wie es beispielsweise die Frankfurter Rundschau tut... **So entwickelt sich eine unheilige Produktionsallianz zwischen Journalisten und der Initiative**, die keinen Raum mehr dafür lässt, das Geschriebene kritisch zu bewerten oder auch nur die Finanziere der Quelle zu nennen...

Die PR-Strategen der INSM verstehen es, die Bedürfnisse der Medien nach griffigen Formulierungen, Aktualität und Prominenz aufzugreifen und spielen gekonnt auf der Klaviatur der Öffentlichkeitsarbeit. Die INSM ist auf vielen Feldern aktiv: Sie hat zum Beispiel eine Homepage unter dem Titel "Wirtschaft und Schule" (www.wirtschaftundschule.de) eingerichtet, auf der sie Unterrichtsmaterial für Lehrer bereitstellt. Dieses - hervorragend aufbereitete - Material ermöglicht die Unterrichtsvorbereitung in Rekordzeit, ganz nebenbei finden so auch die Grundideen der Initiative Eingang in den Unterricht. Die Indoktrination kann nicht früh genug beginnen und in diese Strategie passt auch die mit dem Musiksender MTV gemeinsam betriebene Homepage wassollwerden.de, die Informationen für den Berufseinstieg bereitstellt.

Die Kampagne geht in jedem Fall weiter. 2005 hat der Arbeitgeberverband Gesamtmetall die Verlängerung des Budgets von nunmehr 8,8 Millionen Euro per Anno für weitere fünf Jahre beschlossen.“ (Quelle: <http://www.fr-online.de/doku---debatte/angriff-der-schleichwerber,1472608,2877614.html>)

Sehr zu empfehlen ist auch eine **Monitor-Sendung** vom 6.8.2010 zur INSM unter dem Titel **„Die Bananenrepublik“**, nachzusehen unter: <http://tinyurl.com/bopuglm>

Die Sendung zeigen anschaulich, wie die Botschaften der INSM durch TOP-PR-Agenturen lanciert werden und sich die Grenzen zwischen Journalismus und Lobbyismus verschieben. Sehr deutlich wird auch, wie die Slogans durch die „Botschafter und Botschafterinnen“ (s.u.), auch „Mietmäuler“ genannt, in die Öffentliche Diskussion getragen und damit Themen in den Medien gesetzt werden. Als Beispiele zeigt der Film „Sozial ist, was Arbeit schafft“, „Lohnnebenkosten runter“. Dabei geht es laut Film, den neoliberale Mainstream durch eine äußerst wohlhabende Lobby in den Medien zu platzieren, d.h. um Entstaatlichung und Privatisierung.

Lobbypedia „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“

„Nach klassischem Verständnis ist die Soziale Marktwirtschaft eine ordnungspolitische Konzeption, die das Wettbewerbssystem mit der Idee der sozialen Gerechtigkeit und der sozialen Sicherheit verbindet... Der Markt wird hier nicht als unfehlbarer Automatismus verstanden, sondern als eine Regel mit Ausnahmen. Versagt der Markt ausnahmsweise, sollte der Staat eingreifen, um den „Wohlstand für alle“ zu sichern. So soll der Staat dafür sorgen, dass durch Umverteilung und Korrektur der am Markt entstandenen Einkommen eine als gerecht empfundene Einkommens- und Vermögensverteilung sowie weitgehende Chancengleichheit und soziale Sicherheit breiter Schichten hergestellt wird. Hierzu gehören z. B. ein die eigenverantwortliche Daseinsfürsorge ergänzendes System der sozialen Sicherung, eine breite Streuung des Eigentums, Mitbestimmung sowie die Herstellung von Chancengleichheit im Bildungswesen. Nach Müller-Armack, der als Staatssekretär von Ludwig Erhard den Begriff "Soziale Marktwirtschaft" geprägt hat, sind dieser sogar „Minimallöhne“ (= Mindestlöhne) zugehörig.

Das Neue an der Neuen Sozialen Marktwirtschaft, die die INSM propagiert, besteht darin, dass die **sozialen Bestandteile eliminiert** werden, da sie den **Interessen der Arbeitgeber widersprechen**. Der Staat soll sich aus dem wirtschaftlichen und sozialen Geschehen zurückziehen, d. h. auf soziale Korrekturen und Sicherungsmaßnahmen verzichten, auch wenn die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auseinanderklafft. Umschrieben wird dieser Grundgedanke auf der Website der INSM („Was will die INSM konkret“) als „konsequente und konsistente wettbewerbliche Ausrichtung unserer Wirtschafts- und Sozialordnung“, „Beschränkung des Staates auf seine Kernkompetenzen“ sowie „Stärkung des Prinzips 'Hilfe durch Selbsthilfe““. In ihren Kampagnen, Auftragsstudien und Unterrichtsmaterialien werden **Privatisierungen, Deregulierungen, Steuersenkungen, der Abbau von Subventionen, eine Senkung der Arbeitskosten, die Flexibilisierung des Arbeitsmarktes (Abbau des Kündigungsschutzes, flexible Arbeitszeiten), mehr Eigenvorsorge im Gesundheitssystem und die schnelle Einführung der Rente mit 67 gefordert. Mindestlöhne werden abgelehnt**. Rechte der Arbeitnehmer stellt die INSM ausschließlich als Hemmnis für die wirtschaftliche Entwicklung und die Schaffung von Arbeitsplätzen dar. Die gesetzliche Renten- und Pflegeversicherung wird schlecht geredet und stattdessen die Einführung von kapitalgedeckten Versicherungen gefordert, deren Probleme (hohe Verwaltungskosten, Risiken aufgrund von Finanzmarktkrisen, Unerschwinglichkeit für Niedrigverdiener) unerwähnt bleiben. Der Grund liegt auf der Hand: Die gesetzlichen Versicherungen werden von den Arbeitgebern mitfinanziert, die privaten kapitalgedeckten Versicherungen bezahlen dagegen allein die Arbeitnehmer. In der Bildungspolitik wird mehr Wettbewerb und Effizienz gefordert, wozu Studiengebühren sowie die Auswahl der Studierenden durch die Hochschulen beitragen sollen“

„Vorwürfe Schleichwerbung

Im September 2005 wurde bekannt, dass die INSM im Jahr 2002 in der ARD-Serie Marienhof verdeckte Botschaften schalten ließ. In sieben Folgen wurden Themen wie die "Flexibilisierung" des Arbeitsmarktes oder die Senkung von Steuern untergebracht. Die INSM ließ sich diese Aktion insgesamt 58.670 Euro kosten. Infolgedessen wurde die INSM vom PR-Rat gerügt, was jedoch keine Sanktionen nach sich zog. Auf Seiten der ARD wurden Maßnahmen zur Vorbeugung von Schleichwerbung eingeführt, die Zuschauer wurden allerdings nicht über die Vorfälle informiert.

Einschüchterung von Medien

Im November 2005 berichtete die Wochenzeitschrift Freitag über Versuche der INSM, Journalisten, die kritisch über die Initiative berichtet hatten, mit Beschwerdebriefen an Chefredakteure oder Intendanten einzuschüchtern. Kritische Journalisten würden als gewerkschaftsnah oder als Attac-Sympathisanten dargestellt, um ihre Glaubwürdigkeit zu untergraben.

Einwirkung auf Suchmaschinen

Das Blog Perspective 2010 ist auf Unterlagen gestoßen, wie die INSM versucht, bei Suchmaschinen-Ergebnissen vor INSM-kritischen Stimmen zu landen“

„Förderverein, Kuratoren und Botschafter

Die Mitglieder des Fördervereins sowie die Kuratoren und Botschafter sind zu einem großen Teil auch Mitglieder von Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbänden, Mitglieder der CDU und dieser nahestehenden Organisationen (Wirtschaftsrat der CDU, Konrad-Adenauer-Stiftung), Mitglieder der FDP und dieser nahestehenden Organisationen (Friedrich-Naumann-Stiftung, Liberales Netzwerk) sowie Mitglieder der neoliberalen Netzwerke Ludwig-Erhard-Stiftung, Stiftung Marktwirtschaft, Friedrich August von Hayek Stiftung und Konvent für Deutschland.

Förderverein u.a.

2005 wird der Förderverein Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft e.V. gegründet.

Zu den Gründungsmitgliedern gehören:

- Hans Tietmeyer (Vorsitzender) war bis 2012 auch Vorsitzender des Kuratoriums, jetzt ist er Botschafter (vgl. dortige Erläuterungen)
- Florian Gerster, SPD, Präsident des Bundesverband Briefdienste, Beiratsvorsitzender des amerikanischen Immobilieninvestors Fortress Investment Group, ehem. Vorsitzender der Bundesanstalt für Arbeit (wegen eines umstrittenen Auftrags an die Lobby- und PR-Agentur WMP Eurocom entlassen)
- Friedrich Merz, Jurist, Lobbyist, Aufsichts- und Beiratsmitglied in verschiedenen Unternehmen, Mitarbeiter der Kanzlei Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP, ehemaliger Politiker und CDU-Finanzexperte, Präsidiumsmitglied des Wirtschaftsrats der CDU, Mitglied des Politischen Beirats der „Kommission Steuergesetzbuch“ der Stiftung Marktwirtschaft, Mitglied der Ludwig-Erhard-Stiftung

Kuratoren u.a.

- Vorsitzender des Kuratoriums: Wolfgang Clement (ehem. SPD-Politiker, Ex-NRW-Ministerpräsident, Ex-Bundeswirtschaftsminister, Lobbyist und Mitglied in Aufsichts- und Beratungsgremien verschiedener Unternehmen, ehemaliges Mitglied des Konvent für Deutschland)^[16]
- Stellvertretender Vorsitzender und Vorsitzender des Beirats: Martin Kannegiesser (ehemaliger Präsident des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall)
- Kurator: Michael Hüther (Direktor und Mitglied des Institut der deutschen Wirtschaft, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats des Wirtschaftsrats der CDU)
- Arnulf Baring (Jurist, Publizist und Historiker, unterstützt Stiftungen wie die FDP-nahe Friedrich-Naumann-Stiftung sowie die Konrad-Adenauer-Stiftung und ist Mitglied des Kuratoriums der Stiftung Liberales Netzwerk und der Friedrich August von Hayek Gesellschaft)
- Roland Berger (Unternehmensberater, Mitbegründer und Mitglied des Konventkreises des Konvent für Deutschland)
- Oswald Metzger (Studium der Rechtswissenschaften ohne Abschluss, 1974 bis 1979 Mitglied der SPD, 1987 bis 2007 Mitglied der Grünen, 2008 Eintritt in die CDU, Beisitzer im Bundesvorstand der CDU-Mittelstandsvereinigung, Mitglied der CDU-nahen Ludwig-Erhard-Stiftung, Mitglied des Strategischen Beirats der Die Familienunternehmer - ASU, Mitglied des Aufsichtsrats der Conergy AG, Kolumnist von Handelsblatt und Fuldaer Zeitung)

Ehemalige Kuratoren und Botschafter u.a.

- Edmund Stoiber (ehrenamtlicher Leiter einer EU-Arbeitsgruppe zum Bürokratieabbau, CSU-Politiker, Ex-Bayern-Ministerpräsident, CSU-Vorsitzender von 1999 bis 2007, verließ die INSM nach deren Kritik an den Agrarsubventionen)
- Michael Glos (CSU-Politiker, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie von 2005 bis 2009)
- Paul Kirchhof (ehemaliger Richter am Bundesverfassungsgericht, Preisträger der Friedrich August von Hayek Stiftung, Mitglied der Ludwig-Erhard-Stiftung, setzt sich für eine Steuerreform ein, die "vor allem Manager...sowie die Verwalter und Erben großer Vermögen" entlastet)
- **Christine Scheel** (ehemalige Politikerin der Grünen, trat im Dezember 2004 aus der INSM aus, beteiligte sich aber auch danach noch an deren Kampagnen, Mitglied des Expertenrates der CNC Communications & Network Consulting)

Dass auch der ehemalige Grünen-Politiker Oswald Metzger und das ehemalige Grüne Bundestags-Mitglied Christine Scheel bei der INSM mitarbeiten, bzw. mitarbeiteten, lässt aufhorchen.

Zu **Christine Scheel** noch ein paar Informationen aus Lobbypedia:

„Karriere

1986–1994 Mitglied des Bayerischen Landtages

1994–01/2012 Mitglied des Bundestages

1998–2005 Vorsitzende des Finanzausschusses im Bundestag

Wirken

Seitenwechsel zu HSE

Am Oktober 2010 wurde bekannt, dass Scheel zum 1. Februar 2012 für drei Jahre in den HEAG Südhessische Energie AG Aufsichtsrat wechseln wird...Bereits nach wenigen Monaten zeichnet sich jedoch das Ende von Scheel im Vorstand der HSE ab. Nach Informationen des Spiegel hat der Aufsichtsrat Scheel das Vertrauen mit dem Ziel einer möglichst schnellen Trennung entzogen.“

Die Scholz & Friends Group GmbH

Wer oder was ist die Scholz & Friends-Group, die die Kampagnen für die ISNM bis 2010 durchführte?

Hier einige Informationen aus **Wikipedia**

„Die **Scholz & Friends Group GmbH** ist eine der größten Werbeagenturgruppen Europas. Die Agentur wurde 1981 von Jürgen Scholz (Kreation), Uwe Lang (Beratung) und Michael Menzel in Hamburg gegründet. Teil der Gruppe sind auch Unternehmungen mit PR- und weitere Kommunikations-Dienstleistungen“

Bekannte Kampagnen u.a.

- Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft
- „Wir können alles. Außer hochdeutsch“ Baden-Württemberg
- Deutschland – Land der Ideen Bundesregierung/BDI
- „Dahinter steckt immer ein kluger Kopf“ F.A.Z.
- „Das neue Herz Europas“ Stuttgart 21

Sebastian Turner

1990 gründete Turner mit Thomas Heilmann, den er in den USA kennengelernt hatte, und einem weiteren Partner in Dresden eine Werbeagentur, die bald Teil des Netzwerks von Scholz & Friends, eine der größten Werbeagenturen in Europa, wurde. Bis 2001 war er Geschäftsführender Gesellschafter der Scholz & Friends Büros in Dresden bzw. Berlin. Von 2001 bis 2008 wirkte er als einer von zwei Vorstandsvorsitzenden der internationalen Scholz & Friends Gruppe.

Als parteiloser Kandidat trat er 2012 erfolglos für die CDU, die FDP und die Freien Wähler für das Amt des Oberbürgermeisters von Stuttgart an.

Genauerer findet man im Artikel „Der Meister des großen Geldes“ von Hermann G. Abmayr in der KONTEXT-Wochenzeitung vom 6./6.20.2012

<http://www.kontextwochenzeitung.de/newsartikel/2012/10/der-meister-des-grossen-geldes/>

Institut der Deutschen Wirtschaft

Lobbypedia schreibt:

„Das Institut der deutsche Wirtschaft Köln e.V. (IW) ist ein arbeitgebernahes Wirtschaftsforschungsinstitut, das Analysen und Stellungnahmen zu allen Fragen der Wirtschafts- und Sozialpolitik, des Bildungs- und Ausbildungssystems sowie der gesellschaftlichen Entwicklung erarbeitet.

Daneben organisiert es über die Tochtergesellschaft Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und andere ihr nahestehende neoliberale Organisationen PR-Aktivitäten für die wirtschaftspolitischen Positionen der Arbeitgeber.“

Agentur Serviceplan Public Opinion

Wie oben erwähnt, hat 2010 die Agentur Serviceplan Public Opinion die Scholz & Friends Group GmbH abgelöst.

Wikipedia schreibt zu dieser Agentur:

Die Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG ist Europas größte inhabergeführte Werbeagenturgruppe mit Hauptsitz in München. Sie umfasst mehr als 40 Spezialagenturen und beschäftigt rund 1.300 Mitarbeiter. Alle Unternehmensmarken der Gruppe – Serviceplan ... zählen in ihren Wettbewerbsumfeldern zu den Marktführern. Nächstgrößte Mitbewerber sind die Agenturen Scholz & Friends, Jung von Matt und Media Consulta.

Bei Lobbypedia ist eine entsprechende Website erst im Aufbau.

Näheres erfährt man noch unter

<http://spiegelkabinett-blog.blogspot.de/2013/01/wie-unsere-meinung-manipuliert-wird-am.html>

„Das Flaggschiff in der Meinungsmanipulationsflotte des Herrn Kannegiesser aber ist die „INITIATIVE NEUE SOZIALE MARKTWIRTSCHAFT (INSM)“...Seit 2010 verwaltet die Agentur Serviceplan Public Opinion den stattlichen Etat von jährlich 8,32 Millionen Euro. Die Agentur Serviceplan Public Opinion mit Stammsitz München ist in Berlin bestens vernetzt“.