

September 2005

INSM und Marienhof – Eine kritische Bewertung

Im September 2005 wurde bekannt, dass die Arbeitgeber-Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) im Jahr 2002 für 58 670 Euro in sieben Folgen der ARD-Serie Marienhof ihre Botschaften platzieren ließ. In einer Stellungnahme, die die INSM LobbyControl am 22. September zur Verfügung stellte, erklärt die INSM, diese Kooperation sei ein Fehler gewesen. Zugleich verteidigt sie jedoch ihre Inhalte:

"Der inhaltliche Schwerpunkt der Zusammenarbeit lag auf der Vermittlung von Grundkenntnissen über unsere Wirtschaftsordnung etwa beim Thema Schwarzarbeit sowie der Bedeutung eigenen Engagements bei der Suche nach einer Ausbildungs- oder Arbeitsstelle. Die Themenauswahl war selbst bei kritischer Betrachtung ideologiefrei und vermittelte aktuelle Informationen, die zur damaligen Zeit sowohl von der Bundesregierung als auch von der Opposition allgemein propagiert wurden (Beispiel: Informationen über das Thema Zeitarbeit). Insofern entsprach dies auch dem Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks."

In der später online publizierten Stellungnahme fehlt die Aussage, die Themenauswahl sei ideologiefrei gewesen. Auch der Satz, die Behandlung der Themen habe dem Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks entsprochen, wurde gestrichen. Offensichtlich hat die INSM selbst erkannt, dass beide Aussagen so nicht haltbar sind. Positiv zu vermerken ist, dass die INSM der Fachzeitschrift epd medien die Schnittprotokolle der Sendungen zur Verfügung stellte, die sie von der Agentur H.+S. Unternehmensberatung als Leistungsnachweis bekam.

Auf den folgenden Seiten dokumentieren und analysieren wir relevante Auszüge aus den Schnittprotokollen. Zugleich stellen wir Bezüge zu weiteren Aktivitäten der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft her, vor allem im Jahr 2002. Die Initiative gibt sich als Vorreiter der "integrierten Kommunikation", d.h. der Kombination verschiedener Kommunikationsinstrumente zur Verbreitung ihrer Botschaften. Die Analyse zeigt, dass die Marienhof-Schleichwerbung eng eingebunden ist in Arbeitgeber-PR der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.

Die Dialoge und Szenenbeschreibungen aus den einzelnen Folgen sind wörtlich (mit allen Rechtschreibfehlern) aus den Schnittprotokollen übernommen, so wie sie in epd medien 73 vom 17. September 2005 dokumentiert sind. Im Rahmen dieser Analyse können leider nur Auszüge präsentiert werden – allerdings wurde Wert auf möglichst lange zusammenhängende Passagen gelegt. Die kurze Einführung in den Kontext orientiert sich an den Schnittprotokollen, ist aber eine eigene Zusammenfassung.

Zum Hintergrund: Wie funktionierte die Schleichwerbung im Marienhof?

Die INSM kooperierte bei der Schleichwerbung mit der H.+S. Unternehmensberatung. Diese übernahm die Abwicklung der Schleichwerbung mit der Produktionsfirma Bavaria Film GmbH, die im Auftrag der ARD die Marienhof-Folgen produzierte. Die ARD nahm die Sendung ab, ohne von der Schleichwerbung zu wissen – allerdings fehlte es offensichtlich an Kontrollmechanismen in der ARD. Die ARD hat deshalb als Reaktion auf den Skandal neue Regeln und Mechanismen gegen Schleichwerbung beschlossen.

Thema 1: Zeitarbeit

Kontext: Jenny Busch ist eine allein erziehende Mutter mit zwei Kindern. Sie sucht nach der Aufgabe ihres Blumenfachgeschäfts eine neue Stelle.

Folge 1936 (20.6.2002)

Jenny: „Mit ein bisschen Eigeninitiative werde ich schon irgendetwas finden! Wenn man was wirklich will, dann klappt das schon, früher oder später.“

Folge 1938 (24.6.2002)

[Jenny:] „Ich habe einen Job!“

Matthias: „Bei dieser Zeitarbeitsfirma?“

Jenny: „Nicht nur einen Job! Eine richtig feste Anstellung, Schwerpunkt Verkauf und Akquise! Und das beste ist, völlig flexible Arbeitszeiten und wenn ich mal nicht kann, wegen der Kinder oder so, dann schicken die einfach einen Kollegen und die Kernarbeitszeit kann ich auch selbst bestimmen! Ich bin sozialversichert, kriege Urlaubsgeld und ein 13. Monatsgehalt. Und durch die unterschiedlichen Einsätze ist Abwechslung garantiert!“

Folge 1974 (19.8.2002)

Herr Fechner widmet sich Jenny: So hier ist die aktualisierte Kundenliste und dann wäre ich ihnen sehr verbunden, wenn sie heute Abend ein zwei Stündchen dranhängen könnten. Durch einen Konkurs ist mir ein sehr günstiger Posten Damenwäsche zugegangen, der sofort gelistet werden muss!“

Jenny: „Ein, zwei Stündchen! Herr Fechner ich habe Kinder zu Hause!“

Fechner: „Und wie man hört einen Freund, der ihnen und ihren Kindern zuliebe, seine Praxis auch mal pünktlich schießen kann, hmm?!“

Jenny: „Meine Beziehung zu Dr. Berger ist meine Privatsache und über seine Zeit zu verfügen, dass steht ihnen nicht zu Herr Fechner!“

Fechner: Schade Frau Deile! Wenn sie immer nur Dienst nach Vorschrift schieben, dann werden sie es nie weit bringen! Und das ausgerechnet jetzt, wo ich mir überlege, sie von der Zeitarbeitsfirma in eine Festanstellung zu übernehmen!“

Jenny: Das freut mich ja auch Herr Fechner, aber ob das heute Abend schon geht? Ich werde es versuchen!“

Analyse

- Die Szenen werben für Zeitarbeit als Möglichkeit, wieder im Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Jenny bekommt über die Zeitarbeit dann eine Vollzeitstelle angeboten.
- Der politische Kontext: die Werbung für die Zeitarbeit bezog sich auf die politische Debatte um die Neuausrichtung der Arbeitsmarktpolitik. Von Februar bis August 2002 arbeitete die Hartz-Kommission, im Dezember wurde das erste Hartz-Gesetzespaket beschlossen. Neben den Personal Service Agenturen und Bildungsgutscheinen gehören zu dem Paket eine frühzeitige Meldepflicht, eine Sperrfrist bei eigener Kündigung oder Ablehnung von Arbeitsangeboten und die Zumutbarkeit eines Umzugs (wenn nicht familiäre Gründe dagegen sprechen).
- Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft drängte 2002 massiv auf eine Flexibilisierung des Arbeitsmarktes. In einer Pressemitteilung vom 5. März 2002 verlangte Hans Tietmeyer, Vorsitzender des INSM-Kuratoriums, von der Bundesregierung eine Lockerung des Kündigungsschutzes sowie eine Erleichterung von Zeitarbeit und befristeter Beschäftigung. Am 17. April stellte Randoif Rodenstock, INSM-Botschafter und Präsident der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft in München eine Sieben-Punkte-Programm für mehr Beschäftigung vor, das er als Raster zur Bewertung der Wahlprogramme im Bundestagswahlkampf 2002 darstellte. Punkt eins der "Münchner Erklärung" war die Senkung der Arbeitskosten, Punkt zwei "Mehr Flexibilität im Beschäfti-

gungsschutz". Konkret fordert die Erklärung eine rechtssichere flexible Abfindungspraxis, eine Liberalisierung der befristeten Arbeitsverträge und der Zeitarbeit.

- Die Werbung für die Zeitarbeit im Marienhof muss im Kontext der Forderung nach einer weitgehenden Flexibilisierung des Arbeitsmarktes gesehen werden. Sie stellt die positiven Aspekte heraus (Folge 1938) – auch wenn Folge 1974 zeigt, dass der Job nicht so selbstbestimmt ist wie ursprünglich gedacht.
- Die Marienhof-Szenen transportieren zudem das Bild einer flexiblen Arbeitnehmerin, die auf die Bedürfnisse des Arbeitgebers eingeht. Sie betonen außerdem die notwendige "Eigeninitiative", ein viel benutztes Schlagwort der INSM. Mit der richtigen Eigeninitiative läßt sich ein Job finden – diese "Individualisierung" von strukturellen Problemen findet sich auch später wieder bei der INSM. So erklärt INSM-Geschäftsführer Dieter Rath zum Start der „... und was willst DU?“-Kampagne mit MTV im Sommer 2004: "Wir wollen junge Leute dazu bringen, an sich und ihrer Bildung und damit an ihrer Zukunft zu arbeiten. Die Aktion wendet sich gegen Resignation und Antriebsarmut, die auch Ursachen für den Lehrstellenmangel sind: Viele Unternehmen finden trotz langer Suche kaum noch engagierte und lernwillige Bewerber."

Thema 2: Schule

Kontext: Die Pisastudie hat einige Lehrer des Erich-Kästner-Gymnasiums erschüttert. Vor allem die Referendarin Valerie Kniebe ist überzeugt, dass die Probleme hausgemacht sind. Nicht die Schüler sind dumm, sondern das Schulsystem und die Lehrpläne sind veraltet und werden den Anforderungen der Informationsgesellschaft nicht mehr gerecht. Der Schulleiter Mathias Kruse unterstützt sie.

Folge 1940 (26.6.2002)

Kruse steht in der Türe und lauscht dem Gespräch, das Valerie mit ihren Schülern führt: „Schule soll euch schließlich auf das spätere Leben vorbereiten, also warum docken wir ans spätere Leben nicht einfach ein bisschen früher an?!"

Eine Schülerin fragt interessiert: Wie meinen sie das?"

Valerie: „Na der Informatikkurs z.B. könnte den Internetauftritt für eine Firma vorbereiten. Da könnt ihr hautnah die Bedürfnisse einer Firma kennenlernen!"

[...]

Valerie ist voller Ideen und macht Matthias einen Vorschlag: Wir könnten einen Arbeitskreis organisieren, zwischen der Schule und Unternehmen aus dem Marienhof!"

Kruse ergänzt: „Und damit die Lehrinhalte am praktischen Beispiel erläutern!"

Valerie blüht richtig auf: „Wenn z.B. ein neues Jugendzentrum gebaut werden soll, dann könnten die Schüler Modelle erstellen."

Kruse: „Den Materialbedarf ermitteln!"

Valerie: Und die Kosten kalkulieren!"

Beide sind der Meinung, dass sich auch bei den Lehrern etwas ändern muss: „Leistungsorientiertes Arbeiten und leistungsorientierte Bezahlung!" Matthias versucht die Situation noch unter Kontrolle zu halten und Valerie auf den Boden der Tatsachen zurückzuholen.

Folge 1942 (28.6.2002)

Kruse: Vielleicht können sie ja schon mal anfangen, bei den Firmen im Marienhof Werbung für unseren „Arbeitskreis Schule und Wirtschaft" zu machen! Wenn sie Hilfe brauchen, berufen sie sich auf mich, ja!"

Valerie ist erfreut über die Anerkennung, als sich Matthias Kruse noch einmal umdreht: „Vielleicht bekommen sie im Gespräch mit den Unternehmern gleich einige gute Ideen für neue Unterrichtsinhalte! "

Analyse:

- In dem Thema "Schule" wird mehr Wirtschaft in der Schule als Antwort auf den "Pisa-Schock" empfohlen. Gegen die Vermittlung wirtschaftlicher Grundkenntnisse in der Schule ließe sich nichts sagen – wenn sie ausgewogen sind und verschiedene Perspektiven und Theorien vermittelt.
- In dem von der INSM in Auftrag gegebenen Marienhof-Dialogen zeigt sich aber eine einseitige Perspektive. Letztlich geht es nicht um "Wirtschaft in der Schule", sondern um "Unternehmen in der Schule". Die Dialoge propagieren eine stärkere Ausrichtung des Unterrichts an den Bedürfnissen der Unternehmen und die Übernahme betriebswirtschaftlicher Vorgehensweisen.
- Auch dieses Thema schreibt INSM-Aktivitäten fort: Im April 2002 hatte die INSM zusammen mit der Vereinigung der Unternehmensverbände Mecklenburg-Vorpommern und der Landesarbeitsgemeinschaft Schule Wirtschaft eine schulpolitische Tagung veranstaltet: "Der Schock der PISA Studie - Brauchen wir ein neues Lehrerleitbild?" Außerdem betreibt die INSM eine eigene Webseite (www.wirtschaftundschule.de) mit Unterrichtsmaterial etc.

Thema 3: Steuern und Abgaben runter

Kontext: Toni findet einen gut bezahlten Job als Verkäuferin bei Herrn Fechner im M + P und freut sich zunächst über das viele Geld, das sie jeden Monat für den Job bekommt. Doch bei Auszahlung eines Vorschusses erlebt sie eine böse Überraschung...

Folge 1961 (26.7.2002)

Fechner rechnet ihr vor: „Sie verdienen brutto genau 1.227 Euro das macht nach Abzug alter Steuern und Sozialabgaben genau 901 Euro netto!“ [„alter“ soll vermutlich „aller“ heißen]

Toni: „Ja und wo geht das ganze andere Geld hin?“

Fechner: „Haben sie den noch nie einen Lohnzettel gesehen? 1.227 Euro brutto minus 74 Euro Steuern, minus 252 Euro Sozialabgaben macht genau 901 Euro netto t [sic!]“

Toni rechnet: „Das reicht ja noch lange nicht für die Kautions! Das ist ja Wucher!“

Fechner: „Damit müssen sie sich an den Finanzminister wenden! Und jetzt darf ich sie wieder bitten! Bei soviel Vorschuss, erwarte ich entsprechendes Engagement!“

Folge 1962 (29.7.2002)

Toni: „Ich könnte auch schwarz für sie arbeiten! Sie würden eine Menge Geld sparen! Wie z. B. die ganzen Sozialabgaben und das Urlaubsgeld und ich weiß nicht was noch alles!“

Fechner ergänzt: „Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, 13. Monatsgehalt. ja, ja!“

Toni: „Das sind über 450 Euro im Monat!“ Fechner überlegt: „Klingt verlockend!“

[Später in der Sendung entscheidet sich Fechner dagegen – mit folgender Begründung:]

Fechner: „Auf den ersten Blick klingt ihr Angebot wirklich vielversprechend bei den hohen Lohn- Zusatzkosten wie soll man das alles bezahlen und dabei noch rentabel arbeiten?! Aber trotzdem, ich kann sie nicht schwarz beschäftigen! Wenn die Behörden davon Wind bekommen, muss ich eine deftige Strafe bezahlen oder sie machen mir sogar den Laden dicht!“

Bewertung

- In ihrer Stellungnahme beschreibt die INSM dieses Thema als "Thema Schwarzarbeit", in einem Interview mit der Netzeitung vom 21. September spricht der Geschäftsführer Dieter Rath davon, dass das Thema der Unterschied von "Brutto und Netto" war. Er ergänzte: " Die Zusatzinformation war: Der Unterschied ist beträchtlich. Wir haben

schon immer beklagt, dass unsere Steuern und Abgaben in Deutschland zu hoch sind. Der Staat kassiert bei uns zuviel ab und dann bleibt netto zu wenig übrig, um beispielsweise privat vorzusorgen. Solche Botschaften werden bei dem Thema natürlich mittransportiert."

- In den Schnittprotokollen heißt das Thema klar "Steuern und Abgaben runter". Tatsächlich ist das die Kernbotschaft, für die sowohl der Unterschied zwischen Brutto und Netto als auch das Schwarzarbeit-Szenario benutzt werden. Anders als die Initiative es darstellt, sind dies nur die Nebenthemen zur Hauptbotschaft, dass Sozialabgaben und Steuern gesenkt werden sollen.
- Dass die Abgaben als zu hoch angeprangert werden, spiegelt sich deutlich in Formulierungen wie "Das ist ja Wucher!", "die ganzen Sozialabgaben und das Urlaubsgeld und ich weiß nicht was noch alles!", "Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, 13. Monatsgehalt. ja, ja!" oder "wie soll man das alles bezahlen und dabei noch rentabel arbeiten?!".
- Die INSM thematisierte die Senkung von Steuern und Abgaben auf Arbeit im Sommer 2002 auch durch andere Instrumente: am 6. Juni 2002 veröffentlichte sie eine Presseerklärung zu einem Interview mit Florian Gerster, damals noch Vorstandsvorsitzender der Bundesanstalt für Arbeit. Darin behauptet Gerster, dass Arbeit in Deutschland zu teuer sei und dies eine der Hauptursachen für die hohe Arbeitslosigkeit sei: „Wer die Arbeitslosigkeit bekämpfen will, muss Arbeit billiger machen. Arbeit muss sich lohnen: Sie muss für den Arbeitgeber bezahlbar sein und zugleich existenzsichernd für den Arbeitnehmer.“ Dieses Interview wurde auch als Anzeige geschaltet. 2003 wurde die Senkung der Steuern und Abgaben in einer größeren Kampagne aufgegriffen, wieder aufgezoogen am Brutto-Netto-Aspekt. So gab es einen Brutto-Netto-Rechner im Internet oder Anzeigen mit einem halbvollen Bierglas mit zwei "Eichstrichen" Brutto und Netto und der Überschrift "Das meiste schluckt der Staat".

Fazit

- Entgegen der Darstellung der INSM vermitteln die Marienhof-Szenen deutlich interessegeleitete Botschaften und klare Arbeitgeber-Positionen. Insbesondere beim Thema "Steuern und Abgaben runter" versucht die INSM von der Kernbotschaft abzulenken, indem sie behauptet, es ginge um Schwarzarbeit oder die Unterscheidung Brutto-Netto.
- Die Analyse weiterer Aktivitäten der Initiative 2002 und danach zeigt, dass die in Marienhof platzierten Themen politische Botschaften transportieren und Themen fortführen, die die INSM auch mit anderen Kommunikationsinstrumenten beworben hat. Die Analyse macht deutlich, dass die Schleichwerbung im Marienhof keine neutrale Information war, sondern klar in die Arbeitgeber-PR der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft eingebunden war.
- Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und die an der Schleichwerbung beteiligten Agenturen und Produktionsfirmen haben damit den Rundfunkstaatsvertrag verletzt, der Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art für unzulässig erklärt. Zugleich missachteten sie professionelle Standards der Öffentlichkeitsarbeit wie den europäischen Code de Lisbonne.

Impressum:

LobbyControl. Initiative für Transparenz und Demokratie
Friedrichstr. 63, 50676, 50827 Köln
Tel.: 0221/ 1696507, E-Mail: kontakt@lobbycontrol.de
Web: <http://www.lobbycontrol.de/blog/>
V.i.S.d.P.: Ulrich Müller

LobbyControl ist eine neue zivilgesellschaftliche Initiative, die über Lobbying, PR und Denkfabriken aufklärt und Transparenz und Demokratie fördern will. Mehr: www.lobbycontrol.de/blog.