

"Manche Firmen sehen sich im Krieg mit Journalisten"

Die Telekom-Affäre ist kein Einzelfall. So mancher Konzernchef sehe Journalisten und Öffentlichkeit als Feinde und scheue daher auch geheimdienstliche Methoden nicht, sagt Klaus Kocks, PR-Experte und früherer VW-Sprecher. Was dabei herauskomme, sei aber albern.

SPIEGEL ONLINE: Herr Kocks, die Telekom-Spionageaffäre weitet sich aus, inzwischen gibt es Vorwürfe gegen andere Konzerne. Gehört Spionage inzwischen zur Öffentlichkeitsarbeit deutscher Großunternehmen?



CATO

Kommunikationsexperte Kocks:
"Man muss die ganze Denkkultur
ändern"

Kocks: Jedes erfolgreiche Unternehmen kümmert sich darum, wie es bei den Journalisten ankommt. Daran misst sich gute Pressearbeit. Auch ich habe bei Volkswagen eine hochsystematische Analyse dessen betrieben, was in den Zeitungen steht. Dann aber gibt es Unternehmen, die entwickeln ein Freund-Feind-Verhältnis zur Presse. Die Basis dafür ist eine reaktionäre Firmenpolitik: Die Presse solle sich raushalten aus Dingen, die im Unternehmen passieren. Wenn man Presse und Öffentlichkeit als Feind wahrnimmt, ist man schnell dabei, sie auch als Feind zu behandeln.

SPIEGEL ONLINE: Indem man Journalisten ausspioniert?

Kocks: Wer meint, die Presse führe einen Krieg gegen ihn, der landet irgendwann bei Methoden der militärischen Aufklärung. Nichts anderes wird ja der Telekom und der Bahn vorgeworfen.

SPIEGEL ONLINE: Was ist mit anderen Unternehmen? Sind Ihnen dort solche Methoden bekannt?

Kocks: Ich kenne eine ganze Reihe von Unternehmen, für die es sehr mühsam wäre, derartige Vorwürfe zu entkräften. Ich sage das deshalb so vorsichtig, damit ich morgen keine Post von Anwälten bekomme.

SPIEGEL ONLINE: Sie würden keine Namen nennen?

Kocks: Wenn ich etwas sicher wüsste, müsste ich sowieso zum Staatsanwalt gehen. Aber: Der Fisch stinkt vom Kopf. In manchen Chefetagen gibt es die Überzeugung, dass schon das Allgemeine Wahlrecht ein Fehler ist. Die da draußen sollen sich gefälligst raushalten, und die Agenten der da draußen sind die Journalisten. In Russland kann ich sie einfach in Treppenhäusern erschießen. Das kann ich hier nicht. Aber ich versuche, sie zu kontrollieren.

SPIEGEL ONLINE: Wenigstens ist das Unrechtsbewusstsein etwas größer als in Russland.

Kocks: Es gibt kein Unrechtsbewusstsein. Wenn ich mich festgelegt habe, dass Journalisten meine Feinde sind und ich mich in einem Kriegszustand befinde, ist das Bekämpfen für mich eine legitime Aktion.

SPIEGEL ONLINE: Mit welchen Methoden werden Journalisten - neben dem Bespitzeln - bekämpft?

Kocks: Mit allen geheimdienstlichen Methoden. Diese Entwicklung hat zwei Gründe. Wir haben eine Menge Leute aus dem ehemaligen DDR-Geheimdienst, aus der Staatssicherheit, die jetzt in diesem Wirtschaftszweig weiterbeschäftigt werden. Und wir haben einen Einfluss aus den USA, wo Recherche und geheimdienstliche Verfahren ohnehin sehr nahe beieinander liegen. Wir erleben eine Enttabuisierung von Geheimdienstarbeit und eine Enttabuisierung des Gewaltmonopols des Staates - jeder, der kann, darf spionieren. Die paranoiden Sicherheitsvorstellungen von Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble begünstigen das.

SPIEGEL ONLINE: Sie meinen die Einschnitte bei Datenschutz und Freiheitsrechten zugunsten der Terrorismusbekämpfung?

Kocks: Exakt.

SPIEGEL ONLINE: Vor wem müssen sich die Bürger heute schützen? Vor einem paranoiden Staat? Oder vor paranoiden Unternehmen?

Kocks: Vor beiden. Die Frage ist: Warum merken die Akteure nicht, dass sie verbrecherisch handeln? Das liegt an dem Gefühl, sich im Kriegszustand zu befinden. Ein Signal für dieses Gefühl ist der oft genutzte Satz: 'Das ist eine Medienkampagne.' Gerhard Schröder hat das der Presse nach seinem Sturz vorgeworfen. Jetzt höre ich diesen Satz von Kurt Beck, der auch glaubt, die Journalisten seien schuld, dass er so mittelmäßig aussieht. Von der Wahrnehmung 'Das ist eine Kampagne' zu 'Das ist ein Krieg' ist es nur ein kleiner Schritt. Entscheidend ist: Wie ist die demokratische Kultur in den Unternehmen?

SPIEGEL ONLINE: Wie groß sind da die Unterschiede?

Kocks: Das klappt sehr weit auseinander. Bestenfalls sehe ich die Journalisten als meine Kunden, die durchaus mal Gegner sein können - aber ich sehe sie nie als Feind. Denn sonst kommt es zu solchen Grenzüberschreitungen, die derzeit diskutiert werden.

SPIEGEL ONLINE: Kann man an der Führungskultur erkennen, ob eine Firma zu Spionage neigt?

Kocks: Viele Unternehmen glauben heute noch, sie seien hoheitliche Behörden. Als hoheitliche Behörde kann man sich ganz anders aufführen als ein privatwirtschaftliches Unternehmen. Sie sehen sich nicht als kundenorientierte Dienstleister, die Aktionären gehören, sondern als Unternehmen aus eigenem Recht. In aller Regel ist der Umgang mit Journalisten eine Folge dieses Denkens.

SPIEGEL ONLINE: Was raten Sie solchen Unternehmen?

Kocks: Man muss die ganze Denkkultur ändern. Ich war nach Tschernobyl in der Stromwirtschaft und während der Lopez-Affäre in der Automobilindustrie. Ich habe Journalisten trotzdem niemals als meine Feinde betrachtet. Ich habe immer mit Journalisten kollaboriert, auch wenn man in meiner Branche dieses Wort nicht gerne nutzt. Für mich waren Journalisten höchstens Gegner. Das Verhältnis zwischen Firma und Journalist darf in etwa so sein wie das zwischen Strafverteidiger und Staatsanwalt.

SPIEGEL ONLINE: Was nützen einem Vorstand eigentlich Informationen darüber, wann Journalisten mit wem telefoniert haben?

Kocks: Dieses quasi-geheimdienstliche Denken ist überhaupt nicht erfolgreich. Womit wollen diese Firmen denn ernsthaft drohen? Die Häuser diskreditieren sich selbst. In manchen Firmen habe ich den Eindruck: Das ist eine Burg. Die verschanzen sich ohne Sinn und Verstand. Das, was sie über Journalisten, aber auch über die eigenen Mitarbeiter oder Aufsichtsräte tatsächlich herausfinden, ist albern und grotesk. Sie würden mehr erfahren, wenn Sie sich mit dem Fahrer oder mit der verlassenen Freundin unterhalten.

SPIEGEL ONLINE: Trotzdem beschäftigen die Konzerne riesige Sicherheitsabteilungen.

Kocks: Solche Häuser können sehr schnell Paranoia entwickeln. Das geht einher mit einer grundsätzlichen Verwirrung in unserer Gesellschaft. Früher durfte ein Konzern wie Siemens alles, was Siemens konnte - denn was gut für Siemens war, war gut für Deutschland. Der Konsens ist weg - aber nicht wegen irgendwelcher linker Spinner, die Siemens an den Karren wollten, sondern weil es die amerikanische Börsenaufsicht nicht will. Das ist eine historische Ironie: Die moralische Agenda der Linken wird von der amerikanischen Börsenaufsicht umgesetzt.

SPIEGEL ONLINE: Sie selbst haben in Ihrer Zeit bei Volkswagen auch Informationen über Journalisten gesammelt. Wieso?

Kocks: Natürlich kann man bei Journalisten über Journalisten Informationen kaufen. Ob das dann was bringt, ist eine ganz andere Frage.

SPIEGEL ONLINE: So etwas haben Sie gemacht?

Kocks: Sie wissen doch, dass die Konkurrenz zwischen den Medien groß ist. Und wenn zwei Zeitungen gegeneinander stehen, ist die Denunziationsbereitschaft groß. Aber alles, was sie da erfahren, könnte einem auch die Putzfrau erzählen. Nicht mehr. In den meisten Papieren, die nach geheimdienstlichen Methoden erstellt werden, findet man nur die Niedertracht des Autoren, nicht die Verbrechen des Betroffenen. Man fragt sich am Ende: Was sind das für Leute, die das geschrieben haben?

Das Interview führte Hasnain Kazim

URL:

<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,557406,00.html>

ZUM THEMA AUF SPIEGEL ONLINE:

Überwachungsskandal: Telekom-Spitzel spähte auch für die Bahn
(03.06.2008)
<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,557313,00.html>

© SPIEGEL ONLINE 20
Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet Gm