



Professor Klaus Kocks, Jahrgang 1952, ist unabhängiger Meinungsforscher und Kommunikationsberater. Bis 2001 war der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler Kommunikationsvorstand bei Volkswagen.

Nein, die spinnen nicht

Spin-Doktoren sorgen dafür, dass Menschen hören, was sie hören wollen.

Wie ein Meteor schlug es in sein Leben ein, das für ihn so fremde Wort. Der Vorsitzende der SPD stand vor den Kameras und stammelte etwas von „Spin-Doktoren“. Kurt Beck war politisch erledigt und versuchte es mit der pfälzischen Perspektive auf die Bundespolitik: In seiner Heimat würde man das Phänomen der Spin-Doktoren von „spinnen“ ableiten. Spätestens damit war ein Begriff bei Provinzpolitikern angekommen, der zuvor nur in den Parteizentralen von Bill Clinton und Tony Blair eine Rolle gespielt hatte. Spin-Doktoren, das schien damals eine neue Generation von Wahlkampfmanagern zu sein, denen man Wunderdinge zutraute. Aber nicht nur die Politik fand sich heimgesucht, auch im Wirtschaftsteil war von der neuen Plage zu lesen. Zu Börsengängen sollte sie aufgetaucht sein oder in Unternehmenskrisen, zum Ärger aller aufrechten Seelen. Spin-Doktoren gleichen Halbweltwesen, die im Zwielflicht agieren. Man kennt kaum ihre Namen, schon gar nicht ihre Methoden. Man weiß nur: Spin-Doktoren sind keine Ärzte.

In der Politik begann ein neues Zeitalter, als man entdeckte, dass es nicht wichtig ist, was Politiker denken, sondern was Wähler erwarten. Der Luthersche Rat, dem Volk auf das Maul zu schauen, wurde mit Meinungsforschung und Kommunikationspolitik zu einer Allianz verbunden. Clinton akzeptierte als Erster die Weisung seiner Berater: „Don't get elected for your ideas. Get elected!“ Die Demoskopie erforscht, was Menschen hören wollen. Die Politik erzählt es ihnen dann in eben diesem Wissen. Und wenn die Waffen scharf sind, gehen Wahlberechtigte überhaupt wählen und machen ihr Kreuz an der richtigen Stelle.

An der Börse halten sich die handelnden Personen für schlauer. Sie sind es natürlich nicht. Bewertet, jedenfalls gekauft oder verkauft, wird nach Geschichten – die Equity Story heißt vorsätzlich Story. Geschichten in Handel und Wandel müssen zwei Voraussetzungen erfüllen: Einmal dürfen sie innerhalb eines bestimmten Zeitraums nicht offensichtlich falsch, sprich widerlegbar sein. Zum anderen müssen sie zu der Vorurteilsstruktur jener passen, die mit ihnen umgehen sollen. Spin-Doktoren nennen das Ressentimentkohärenz, wenn es studierte Doktoren sind. Es gibt auch Heilpraktiker oder Wunderheiler in der Branche, die so schwierige Wörter nicht kennen. Aber genau das Gleiche machen. „To spin“ heißt, ei-

ner Sache einen bestimmten Dreh zu geben, „to doctor (a document)“ nennt man eine mehr oder weniger gute Fälschung. Spin-Doktoren erzählen also von einer wünschbaren Wirklichkeit – von jemandem, der Wünsche nutzt, und jemandem, der mittels Wünschen benutzt wird. Die Heuchler versuchen, diese grundlegende Wahrheit zu vertuschen; vor Tugendwächtern unter Sittenstrolchen sei deshalb gewarnt.

Auch Joe Ackermann, CEO der Deutschen Bank, wurde von einem Meteor getroffen, als er sich mit einem Foto in der Zeitung sah, auf dem er eine Hand zum Victory-Zeichen erhoben hatte. In Wahrheit war das eine Verlegenheitsgeste in einem Gespräch mit seinem Mitangeklagten Esser, der im Gerichtssaal eine Bemerkung über Michael Jackson gemacht hatte. Niemand sollte verhöhnt werden, schon gar nicht die deutsche Justiz. Das Bild aber war stärker als die Wahrheit, perfekter Ausdruck des allgemeinen Ressentiments gegen Top-Manager. Ackermann hat mittlerweile Spin-Doktoren gefunden, die ihn erscheinen lassen, wie er wirklich ist. Der Lateiner sagt: „Icon regit“. Ein Cato-Satz, nach dem das Bild vor dem Wort regiert. Klaus Zumwinkel wurde, vom zuvor informierten ZDF, zum Frühstück der Nation gefilmt, wie ihn die Bochumer Staatsanwaltschaft zu Hause kassierte. Das wird als Eindruck eine Weile bleiben. Jürgen Großmann, der RWE-Boss, sitzt in einem Elektro-Smart und sieht so grotesk aus wie ein Jahrmarktessignis. Das wird bleiben. Hartmut Mehdorn gibt den Napoleon von der Eisenbahn. Auch das wird bleiben. Klaus Kleinfeld macht im Interview der Tagesthemen das Bild eines rolexbewehrten Parvenus namens Joe Six-Pack. Das wird bleiben, auch wenn er in den USA ist. Heinrich von Pierer sei ein Schuft, lernt mein Wirt im Fernsehen, der nicht mal mehr in sein eigenes Büro dürfe; demnächst werde er angeklagt, hat er gehört. Da wird schon was dran sein, meint die Stimme des Volkes.

In solchen Fällen, mit dem Victory-Zeichen als Prototyp, das sei nachdrücklich gesagt, leiden die Betroffenen unter falschen Bildern. Aber solchen, die zu den Vorurteilen des Publikums passen. Wir sehen nicht die Wahrheit, aber wir glauben trotzdem gern, was wir sehen. Damit endet mein Versuch, den Spin-Doktoren eine positive Seite abzurufen: Man braucht sie halt auch als Opferschutz.