

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

1 Prof. Dr. Klaus Kocks
2
3 Geschäftsführender Gesellschafter
4 CATO Sozietät für
5 Kommunikationsberatung
6 VOX POPULI Meinungs-
7 forschungsinstitut
8 ceterum.censeo@mailtrack.de
9

10
11 WAS MEINT „NEGATIVE
12 CAMPAIGNING“?
13

14 Fachkonferenz:
15 „In der Lobby brennt noch Licht“
16

17 Lobbyismus als Schatten-
18 Management in Politik und Medien
19

20 Netzwerk Recherche / Friedrich-
21 Ebert-Stiftung
22

23 Berlin, 19./20. September 2008
24

25 Corporate Social Responsibility als
26 Lobby-Strategie
27

28
29 Redemanuskript
30

31 Es gilt das gesprochene Wort.
32
33

34 Meine sehr verehrten Damen und
35 Herren,
36

37 der von uns allen als demo-
38 kratische Hefe geliebte Thomas
39 Leif hat mich mal mit einem Satz
40 zitiert, den ich möglicherweise
41 sogar gesagt habe: „Natürlich
42 mache ich Lobbying, aber ich

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

43 würde es nie zugeben.“ Dabei
44 bleibt es auch heute. Ich rede als
45 Spin Doctor.
46
47 Ich soll Ihnen einleitende Thesen
48 vortragen und dabei nicht zu
49 zimperlich sein. Dieser Erlaubnis
50 hätte es nicht bedurft, da ich ohne-
51 hin von heiligem Zorn getragen bin.
52 Die Art und Weise, wie sich
53 Einzelne von Ihnen auf dem Ruhe-
54 kissen der Vierten Gewalt räkeln,
55 ärgert mich. Sie geben sich, als
56 lebten Sie in einer Diktatur, die Sie
57 unterwirft. Wo soll die allmächtige
58 Behörde à la Kafka sein? Wo das
59 Kapitalistendiktat? Denn der
60 Skandal ist nicht Lobbying (dies ist
61 ein freies Land, in dem jeder sein
62 Ding vertreten kann), sondern
63 Speichelleckerei gegenüber
64 Lobbying, die Bequemlichkeit, mit
65 der einige nachbeten, was andere
66 vorsetzen. Wer hindert Sie daran,
67 den Dingen auf den Grund zu
68 gehen? Die Lobby? Das ist doch
69 Unsinn. Was soll diese Opferpose?
70 Dann schreiben Sie oder senden
71 Sie doch, wie es wirklich ist, statt
72 nur PR-Meldungen in Gestalt von
73 Agenturmeldungen durchzuwinken.
74 Der Lateiner würde sagen: de te
75 fabula narratur / das Problem seid
76 Ihr. Nach dieser kleinen Werbung
77 um Ihr Wohlwollen will ich nun die
78 aus dem Amerikanischen ent-
79 lehnten Begriffe beleuchten.
80
81 Erstens zum „Positive
82 Campaigning“: Das ist die offen-
83 sichtliche Beförderung der eigenen
84 Sache. Das ist immer legitim; ich

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

85 sage dies, weil es gestern die
86 Frage gab, ob Lobbying ein Straf-
87 tatbestand sei. Dies ist ein freies
88 Land. Man wird in diesen Räumen
89 sagen dürfen, dass Meinungsfrei-
90 heit die Freiheit des Anderen ist.
91
92 Zweitens zum „Positive
93 Campaigning“, das seine eigene
94 Intention verbirgt. Dies ist ja mit der
95 Metapher des Schattens gemeint.
96 Auch das ist nicht illegal, vielleicht
97 aber illegitim; hier wäre die eigent-
98 liche Aufklärungsfunktion einer
99 freien Presse. Wer steckt dahinter?
100 Was will er wirklich? Erläuternde
101 Beispiele: Herr Mehdorn will die
102 Bahn an die Börse bringen. Herr
103 Steinmeier will Kanzler werden.
104 Media Markt hat kluge Kunden, die
105 sind nämlich nicht blöd. Die Bahn-
106 aktie wird gelobt, der Architekt der
107 Agenda 2010 ist Gerhard Schröder
108 light, und der Mittelstand im Ver-
109 trieb von Elektronikgeräten mault
110 nicht, weil es ihn gar nicht mehr
111 gibt.
112
113 Drittens „Negative Campaigning“:
114 Ich beginne mit dem Allgemeinver-
115 ständnis, also Wikipedia: „trying to
116 win advantage by referring to
117 negative aspects of an opponent
118 rather than emphasizing one’s own
119 positive attributes...can also
120 include attacks meant to destroy
121 an opponent’s character.“ Oha. Im
122 Warenverkehr gibt es die Vor-
123 stellung eines unlauteren Wett-
124 bewerbs; das lockert sich, aber im
125 Kern soll Werbung Eigenwerbung
126 sein und nicht Rufmord. Man kann

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

127 nun die gleiche Frage stellen wie
128 beim „Positive Campaigning“: Ist
129 die Intention offen erkennbar oder
130 verdeckt? Sie bemerken sogleich,
131 dass dies tendenziell eine okkulte
132 Disziplin ist. Hier haben wir also
133 die Formen drei und vier: offene
134 und verdeckte Rufschädigung.

135
136 Bemerkung Nummer fünf: In
137 Märkten mit klar alternativen Hand-
138 lungsmöglichkeiten, also Wahlen,
139 oder mit einem Nachahmungs-
140 wettbewerb, also innovations-
141 getragenen Produkten, ist die Ver-
142 suchung zum „Negative
143 Campaigning“ groß. Was dem
144 Gegner schadet, nützt. So werden
145 aus Gegnerschaften Freund-Feind-
146 Beziehungen, und die Logik des
147 mehr oder weniger totalen Kriegs
148 hält Einzug. Dann sind Kommuni-
149 kationstätigkeiten zunehmend
150 geheimdienstlicher Natur, also ge-
151 zielte Desinformation.

152
153 Sechste These: Die technologische
154 Entwicklung, Stichwort
155 world.wide.web und anderes, be-
156 schleunigt Desinformation. Das
157 beginnt bei den extrem niedrigen
158 Einstiegskosten und hört bei den
159 virtuellen Gestaltungsmöglich-
160 keiten noch nicht auf.

161
162 Siebtens: Im Spin Doctoring wird
163 „Negative Campaigning“ nur
164 operational beurteilt, nicht aber
165 prinzipiell, also moralisch oder
166 politisch. Was geht, das geht. Dies
167 ist die offene moralische und
168 politische Flanke der PR, die man

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

169 nicht verbergen darf, auch nicht im
170 Interesse der PR selbst. Oder man
171 vernichtet sich selbst als Staats-
172 bürger. Dass PR so selbstbewusst
173 geworden ist, hängt mit der Nach-
174 fragesituation durch die Medien
175 zusammen. Ökonomisch aus-
176 gehöhlte Redaktionen im gleich-
177 zeitig erhöhten Konkurrenzdruck
178 nehmen alles; je schmutziger,
179 desto lieber. Einen Unterschied
180 von Boulevard und Qualitätstiteln
181 gibt es dabei ausdrücklich nicht.
182 Wer mir nicht glaubt, der frage Kurt
183 Beck auf der Opferseite. Oder jed-
184 weden Banker auf der Täter- und
185 Opferseite. Oder Oskar Lafontaine,
186 eindeutig Täterseite.

187
188 Acht, die chinesische Glückszahl:
189 Die Probleme der Welt lösen sich
190 nicht, indem die Guten versuchen,
191 das Böse zu verdrängen. Wo
192 Macht ist, ist Machtausübung und
193 der Kampf um Machtausübung,
194 also Lobby. Ich will, dass es alles
195 gibt, was es gibt. Auch den
196 Lobbyismus, je mehr, desto
197 besser, und sei die Lobby eine
198 Bürgerinitiative, eine Betroffe-
199 nengruppe oder so ein ver-
200 dammtes Unternehmen der
201 Schweinekapitalisten, und die
202 starke handlungsfähige Politik,
203 eine besonnene, aber auch
204 konsequente Justiz und die
205 kritische Presse, die über die
206 Ränkespiele berichtet; aber da
207 hapert es wohl. Was hier über die
208 Kriegspropaganda im Falle
209 Georgien vorgetragen worden ist,
210 war von keiner publizistischen

(KK.REDE.FACHKONFERENZ.IN.DER.LOBBY.BRENNT.NOCH.LICHT.24.10.08.12.51)

211 Qualität. Es wurde das PR-Material
212 der russischen Seite über die
213 Propaganda der Gegner referiert.
214 Das ist nicht Publizismus, die
215 Seiten zu wechseln. Das ist
216 geheimdienstlich strukturierte
217 Gegen-Information, nichts anderes.
218 Ein Journalist macht sich mit keiner
219 Seite gemein, auch nicht der
220 guten.
221
222 Vielen Dank für Ihre Aufmerksam-
223 keit.
224
225 (Ende)