Vor genau zehn Jahren, am 17. September 2005, wurde bekannt, dass die “Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft” (INSM) so genannte “Themenplacements” in der ARD-Serie “Marienhof” gekauft hatte. Gegen Geld wurden in mehreren Fällen Dialoge entsprechend der neoliberalen Vorstellungen und Forderungen der INSM gestaltet. Ein Rückblick von **Patrick Schreiner**[*].

Das Jahrfünft der absoluten neoliberalen Dominanz

Die frühen 2000er Jahre erscheinen heute in gewisser Hinsicht wie eine andere Zeit. Nach mittlerweile acht Jahren Finanz- und Wirtschaftskrise erscheint manches, was damals normal war, heute nur noch lächerlich. Es war die Zeit der Agenda 2010, die Zeit des Leipziger Programms der CDU, die Zeit der Finanzmarkt-Expansion und die Zeit der Patriotismus-trunkenen Vorfreude auf die Fußball-WM 2006 im eigenen Land. Es war die Zeit, in der Arbeitslose einerseits in “Kunden” umbenannt, andererseits noch schärferen Repressionen ausgesetzt wurden. Es war die Zeit von Sabine Christiansen, Wolfgang Clement, Gerhard Schröder, Friedrich Merz und Oswald Metzger. Und es war die Zeit, in der neoliberale “Reforminitiativen” wie “Du bist Deutschland” oder offensichtliche neoliberale Lobbyorganisationen wie die “Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft” in Medien, Politik und Öffentlichkeit als akzeptabel und seriös galten.

Die INSM wurde im Jahr 2000 vom Metall-Arbeitgeberverband gegründet, bis heute wird sie finanziell von Arbeitgeberverbänden getragen. Sie versteht sich nach eigener Aussage als Organisation, die sich “für fairen Wettbewerb, unternehmerische Freiheit, sozialen Ausgleich, Chancengerechtigkeit und eine verantwortungsvolle, generationengerechte Politik” einsetzt. Faktisch vertritt sie die Interessen ihrer Geldgeber: Sie fordert niedrigere Sozialleistungen und Lohnzurückhaltung, Privatisierungen und Deregulierungen, Steuersenkungen und eine an den Wünschen der Unternehmen orientierte Bildungspolitik ein. Zu ihrer Strategie gehört es, öffentlich bekannte Persönlichkeiten für sich sprechen zu lassen – als so genannte INSM-“Botschafter”. Dies sind etwa Mainstream-Wissenschaftler, Unternehmer, vor allem in den ersten Jahren aber durchaus auch prominente Schauspieler, Sportstars und Politiker aller Parteien (mit Ausnahme der Linkspartei bzw. PDS). Auch durch vermeintlich wissenschaftliche Studien, die die INSM bei ihr nahestehenden Einrichtungen oder ihren Botschaftern in Auftrag gibt, setzt sie erfolgreich ihre Themen.

Im Jahrfünft der absoluten neoliberalen Dominanz zwischen 2000 und 2005 spielte die INSM in Öffentlichkeit, Medien und Politik eine enorme Rolle: Ihre “Botschafter” traten reihenweise in TV-Talkshows auf, wurden von Zeitungen als vermeintlich seriöse Experten interviewt, von Politikern als vermeintlich neutrale Ratgeber herangezogen (wenn sie nicht gar selbst Politiker waren). Ihre tendenziösen Studien galten als zitierfähig. Diese absolut

dominante Position im öffentlichen und politischen Diskurs hat die INSM mittlerweile zumindest teilweise eingebüßt, wozu auch die Geschehnisse rund um die Seifenoper “Marienhof” beigetragen haben mögen.

“Marienhof”-Skandal

Am 17. September 2005 berichtete “epd medien” über acht Fälle von so genannten “Themenplacements” in der ARD-Serie “Marienhof”, die von der INSM gekauft wurden. (Andere Quellen sprechen von sieben Fällen.) Vermittelt wurde der Deal über die Münchner H.+S. Unternehmensberatung. Insgesamt hat die INSM 58.670,14 Euro an die Produktionsfirma Bavaria Sonor gezahlt, die diese “Seifenoper” für die ARD produzierte. Für das Geld wurden Seriendialoge im INSM-eigenen – neoliberalen – Sinne gestaltet und damit entsprechende politische Inhalte vermittelt.

Obwohl die INSM nach Bekanntwerden der Themenplacements zunächst versuchte, ein eigennütziges politisches Anliegen hinter ihren Schleichwerbungs-Aktivitäten zu leugnen (s.u.), war ein solches doch deutlich erkennbar. Die “Marienhof”-Dialoge vermittelten unmissverständlich und unmittelbar neoliberale Arbeitgeber-Positionen. Die lobbykritische Organisation LobbyControl hat schon wenige Tage nach Veröffentlichung des epd-Artikels die betreffenden Stellen analysiert [PDF – 73,4 KB]. Ihre Schlussfolgerung:

> 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.

Es waren im Wesentlichen drei Zielstellungen, die sich in den “Marienhof”-Dialogen erkennen lassen: Leiharbeit als normales und positives Arbeitsverhältnis darzustellen, Unternehmen und unternehmerischem Denken in der Schule breiteren Raum zu verschaffen und Steuern und Abgaben als zu hoch zu verunglimpfen.

- So verkündet eine arbeitslose ehemalige Kleinunternehmerin in “Marienhof”-Folge 1936, dass sich mit entsprechender Eigeninitiative ohne Weiteres Arbeit finden lasse. Womit sie umgekehrt Arbeitslosigkeit als selbstverschuldet brandmarkt – dass Arbeitslose sich schlicht nicht genug um einen Job bemühten, ist ein neoliberales

Standardmärchen. In Folge 1938 findet diese Serienfigur schließlich tatsächlich einen Arbeitsplatz bei einer Leiharbeitsfirma. Als frischgebackene Leiharbeiterin schildert sie ausführlich und im Sinne der INSM die angeblichen Vorteile dieses Arbeitsverhältnisses, das Neoliberale zur Flexibilisierung des Arbeitsmarkts für unverzichtbar halten. In Folge 1974 bekommt sie von ihrem Chef im Einsatzbetrieb eine Festanstellung in Aussicht gestellt, aber nur, wenn die alleinerziehende Mutter zweier Kinder ein hohes Maß an zeitlicher Flexibilität an den Tag legt: “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!” Sowohl die Forderung nach zeitlicher Flexibilität von Arbeitnehmern als auch die Falschbehauptung, Leiharbeit sei ein guter Einstieg in ein reguläres Arbeitsverhältnis, gehören zum neoliberalen Standardprogramm.

- In den “Marienhof”-Folgen 1940 und 1942 planen eine Lehrerin und ein Lehrer, einen “Arbeitskreis Schule und Wirtschaft” zu gründen. Damit wollen sie den Schülern unternehmerisches Denken und Kalkulieren nahebringen; im Austausch mit Unternehmen wollen sie neue Themen für den Unterricht finden. Sie sind sich einig, dass sich nicht nur bei den Unterrichtsinhalten, sondern auch bei den Arbeitsverhältnissen der Lehrer etwas ändern muss: “Leistungsorientiertes Arbeiten und leistungsorientierte Bezahlung!” Auch diese Dialoge stützen allesamt Anliegen der Neoliberalen. Die INSM unterhielt selbst lange eine Webseite “Wirtschaft und Schule”. Die Webseite gibt es nach wie vor, sie wird aber seit Januar 2014 vom arbeitgebernahen “Institut der Deutschen Wirtschaft” betrieben. Die dort vermittelten Inhalte haben sich gleichwohl nicht verändert: Ziel ist es, neoliberale und arbeitgebernahe Inhalte und Forderungen – etwa zu Steuern, zur Staatsverschuldung, zur Lohnpolitik oder zum Mindestlohn – in Unterricht und Unterrichtsmaterialien unterzubringen.

- In der “Marienhof”-Folge 1961 bekommt eine neu eingestellte Verkäuferin (wohl erstmals) eine Lohnabrechnung. Sie ärgert sich über die zu zahlenden Steuern und Abgaben, spricht gar von Wucher. Ihr Chef verweist sie an den “Finanzminister”. Eine Folge später bietet die Angestellte ihrem Chef gar an, sie könne ja schwarz für ihn arbeiten. Er findet das Angebot “verlockend” und lehnt es lediglich wegen der möglichen Strafverfolgung ab. Hier wird der Staat in neoliberaler Manier als das Böse schlechthin beschrieben, das Unternehmen wie auch Arbeitnehmern an den Geldbeutel wolle. Die Frage, ob nicht schlicht höhere Löhne angebracht wären, um von Arbeit anständig leben zu können, wird hingegen nicht thematisiert. – Um Steuern schlechtzureden, führt die INSM durchaus auch manipulative Umfragen durch.

Die “Marienhof”-Schleichwerbung war sicherlich der öffentlichkeitswirksamste, aber keineswegs der einzige Verstoß der INSM gegen Regeln und Anstand im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. So unterstützte sie 2002 drei dokumentarische Filme des Journalisten Günter Ederer, die 2003 in der ARD ausgestrahlt wurden. Die Titel der Filme bedürfen wohl keiner weiteren Erläuterung: “Das Märchen von der gerechten Steuer”, “Das Märchen von der sicheren Rente” und “Das Märchen vom blühenden Arbeitsmarkt”.

Es war dem Journalisten Volker Lilienthal zu verdanken, dass beide Skandale – “Marienhof” und “Ederer” – aufgedeckt werden konnten. Zumindest im Fall “Marienhof” sah er sich dabei schon kurz nach Beginn seiner Recherche massiver Repression der Gegenseite ausgesetzt:

> Im Mai 2003 erwirkte die Münchner Schleichwerbe-Agentur H. + S. eine einstweilige Verfügung gegen mich und klagte später auch auf Unterlassung der Recherche. Erst Anfang 2005 wies das Oberlandesgericht München alle Ansprüche gegen mich zurück. In der Zwischenzeit durfte ich nicht frei recherchieren.

Lilienthal recherchierte weiter, er veröffentlichte seinen Artikel – und einer der größten Skandale der deutschen Mediengeschichte zog seine Kreise. Medien und Öffentlichkeit wurden aufmerksam und berichteten. Der “Deutsche Rat für Public Relations” sprach eine “Ratsrüge” gegen die INSM aus. Die ARD sah sich gezwungen, ihre internen Prozesse und Regularien anzupassen.

Die INSM selbst versuchte zunächst noch, ihr Agieren zu rechtfertigen. Gegenüber LobbyControl äußerte sie, es sei lediglich um die Vermittlung von Grundkenntnissen gegangen. Die Themenwahl sei ideologiefrei gewesen. Nicht zu Unrecht konnte die INSM dabei darauf verweisen, dass die in “Marienhof” vermittelten Informationen sowohl von der damaligen (rot-grünen) Bundesregierung als auch der damaligen (schwarz-gelben) Opposition vertreten worden seien.

Wenngleich die INSM sich in späteren Stellungnahmen defensiver zeigte, ist doch festzuhalten: Ihre Hoffnung, die neoliberalen “Marienhof”-Inhalte würden gemeinhin als objektiv und neutral angesehen, war damals nicht unbegründet. Im Jahrfünft der absoluten neoliberalen Dominanz waren Dinge denkbar und sagbar, die es heute in dieser Form und in dieser Radikalität sicherlich nicht mehr sind. Letzteres mag – neben dem offensichtlichen Scheitern des Neoliberalismus in und mit der aktuellen Krise – ein Stück weit auch dem

“Marienhof”-Skandal zu verdanken sein.

Neoliberalismus in TV-Serien – weitere Beispiele

Womit allerdings keineswegs behauptet werden soll, dass der Neoliberalismus verschwunden wäre. Es ist noch heute die dominierende politische Ideologie, wie sich etwa an “Schuldenbremse” und Fiskalpakt, an der Austeritätspolitik in Griechenland oder an der deutschen und europäischen Bildungspolitik zeigt. Nach wie vor sitzen Neoliberale an den entscheidenden Schaltstellen in Parteien und Behörden, Medien und Hochschulen. Und auch in erzählerischen Fernseh-Formaten hat er nach wie vor seinen Platz: Serienfiguren werden dort nach wie vor regelmäßig als Menschen beschrieben, die sich den Anforderungen einer neoliberalen Gesellschaft stellen müssen und wollen; diese Anforderungen erscheinen damit als normal und richtig. Dies soll abschließend an drei Beispielen kurz aufgezeigt werden soll:

- Die kürzlich vorzeitig eingestellte Sat.1-Serie “Newstopia” wurde beworben mit der Behauptung, es ginge um den Aufbau einer gänzlich neuen Gesellschaft. Tatsächlich aber reproduzierte sie die neoliberale Marktgesellschaft im Kleinen. 15 Kandidatinnen und Kandidaten wurden im Februar in eine einsame brandenburgische Scheune verfrachtet. Mit einem kleinen Startkapital ausgestattet, sollten diese “Pioniere” ihr Auskommen selbst erwirtschaften. Sie waren damit von Beginn an in kapitalistische Markt- und Verwertungsprozesse eingebunden; mehr noch: Die Zuschauer konnten Tag für Tag beobachten, ob die “Pioniere” kreativ, diszipliniert und fleißig genug sind, um dort zu bestehen.

- Das ZDF (seltener die ARD) sendet regelmäßig romantisierende Schmonzetten mit fast immer gleicher Handlung: Eine Frau (jung, gutaussehend, anständig, selbständig und/oder mit kreativem Beruf) mit Freund (jung, gutaussehend, moralisch verlottert, selbständig und/oder mit kreativem Beruf) kommt aus einer Großstadt alleine aufs Land, wo sie einen anderen Mann (jung, gutaussehend, zunächst scheinbar einfach gestrickt, am Ende aber tatsächlich vermögend und/oder sehr gebildet) kennenlernt. Für den “neuen” Mann verlässt sie den “alten”. In diesen Serien finden sich durchaus sozialkritische Anklänge, etwa Kritik an Großstädten und Großkonzernen, bisweilen sogar an übertriebenem Arbeitsfleiß und veralteten Geschlechterrollen. Diese “Sozialkritik” aber wird zugleich mit neoliberaler Ideologie versöhnt: Die Serienfiguren bemühen sich aktiv um Anerkennung und einen hohen sozialen Status, sie zeigen sich trotz aller Gefühle als zielstrebig, kreativ und diszipliniert. Das “Happy End” bedeutet für die Frauen regelmäßig nicht nur eine neue Liebesbeziehung, sondern dank eigener Anstrengungen auch beruflichen Erfolg bzw. Erfolg am Markt.

- Seit Beginn der 1990er Jahre (genauer: seit “Gute Zeiten, schlechte Zeiten”) haben sich Seifenopern radikal gewandelt. Serien der 1980er Jahre waren noch sozialkritisch und konnten gar in der Arbeiterklasse spielen (“Lindenstraße”), oder sie waren traditionell-konservativ mit einem Patriarchen im Zentrum der Handlung (“Schwarzwaldklinik”). Seit “Gute Zeiten, schlechte Zeiten” aber zeigen “Seifenopern” “ideale” neoliberale Lebensverhältnisse: Die Serienfiguren sind jung und gutaussehend, haben kreative Berufe und folgen stets den neuesten Moden und Trends. Sie tun dies, um Anerkennung und soziale Bindungen zu erlangen – was ihnen aber stets nur auf Zeit gelingt. Das Leben erscheint so als eine permanente Bewährungsprobe, als permanenter Wettlauf um einen hohen sozialen Status, als permanentes Sich-Thematisieren, Sich-Optimieren, Sich-Darstellen. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund konnte “Marienhof” für die INSM so attraktiv sein.

Diese Beispiele zeigen: Vom Ende des Neoliberalismus in TV-Serien kann auch zehn Jahre nach dem “Marienhof”-Skandal und acht Jahre nach Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise nicht die Rede sein.

[«*] Patrick Schreiner lebt und arbeitet als hauptamtlicher Gewerkschafter in Hannover. Er schreibt regelmäßig für die NachDenkSeiten zu wirtschafts-, sozial- und verteilungspolitischen Themen.