Im Auftrag der Initiative „Partner für Innovation“ entwickeln die beiden Hamburger Werbeagenturen Jung von Matt und Kempertrautmann eine Kampagne „Ich bin Deutschland“.

Im vorausgegangenen Beitrag „Befreiungsschlag für die neoliberale Ideolgie“ vom 23.5.05 haben wir beschrieben, wie die Politik – in diesem Fall der Bundeskanzler und der SPD-Vorsitzende – den Mehrheitswillen der Bevölkerung auszumanöverieren versucht. Wir haben sogar die Vermutung angestellt, dass der Bundeskanzler selbst in die neoliberale Bewegung eingebunden ist. Albrecht Müller hat um Hinweise gebeten, die diese Vermutung entkräften könnten.
Ein Leser hat uns darauf einen Hinweis auf die Website des „business & people magazins“ „W&V“ gegeben, da findet sich aber eher eine Bestätigung dieser Vermutung.

Dort können Sie folgende Meldung lesen:

> Im Auftrag der Initiative „Partner für Innovation“ entwickelten die Hamburger Agenturen Jung von Matt und Kempertrautmann eine Kampagne „Ich bin Deutschland“. Ziel des Auftritt sei es „die Stimmung im Land zu drehen und für ein innovationsfreudiges Klima zu sorgen“.

Die Kampagne soll von der zweiten Junihälfte an breit in TV, Print, Internet etc. geschaltet werden. In einer Gemeinschaftsaktion stellten über 20 Medienunternehmen Werberaum im Wert von angeblich 30 Millionen Euro zur Verfügung.

Auch der Bundeskanzler sei eingebunden: Die Initiative „Partner für Innovation“ sei im Januar 2004 auf Einladung des Bundeskanzlers gegründet worden. Zu den Partnern gehörten 17 Spitzenmanager namhafter Unternehmen und Forschungseinrichtungen, darunter BASF, Deutsche Telekom, Lufthansa, Siemens und – wie immer dabei – Roland Berger.

Roland Bergers Credo: „Für zwei Jahre alle Regeln aussetzen“. „Viele Reformen müssen folgen – von der weiteren Entlastung von Sozialausgaben über zusätzliche Steuersenkungen und die Öffnung der Arbeitsmärkte bis zum Abbau von Bürokratie“. (Süddeutsche Zeitung v. 8./9.01.05)

Den bisher größten Auftritt der Initiative soll Gunter Thielen, Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG, koordinieren. Die Ziele der Bertelsmann AG sind ausführlich in dem Buch

„Bertelsmann, Hinter der Fassade des Medienimperiums“ von Frank Böckelmann und Hersch Fischler dargestellt. Zu den „Innovations“-Zielen von Bertelsmann gehören u.a. mehr Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt und in den sozialen Systemen, Abschaffung der Arbeitslosenversicherung, Halbierung der Sozialabgaben, unternehmerische Führungsformen auch im staatlichen Bereich oder Privatisierung der Bildung durch Studiengebühren. Bertelsmann hat schon der Agenda 2010 ihren Stempel aufgedrückt und Gerhard Schröder, aber auch vielen anderen Bundes- und Landesministerien unmittelbar zugearbeitet.

Wir berichten Ihnen das so ausführlich, damit Sie Bescheid wissen, wer dahinter steht, welche Interessen da im Spiel sind und worauf Sie „eingestimmt“ werden sollen, wenn Sie von der Initiative „Partner für Innovation“ aufgefordert werden, endlich auch auf deren Reformvorstellungen einzuschwenken und in den Ruf „einzustimmen“: „Ich bin Deutschland“.
Wenn wir dann wieder einmal von einem „Putschversuch von oben“ sprechen, brauchen wir uns wohl nicht mehr den Vorwurf gefallen lassen, wir seien „Verschwörungstheoretiker“: Es ist eine Verschwörung gegen die Mehrheit, die hier mit viel Geld und Propaganda geplant wird.