

Selbstverschuldete Geiselnahme der Politik durch die Medien

Operation Balkan: Werbung für Krieg und Tod

von Prof. Dr. Norman Paech

Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit ist schon längst zum Bestandteil des politischen Lebens geworden und wird von Politikern und Parteien zur Imagepflege genutzt. Neu ist auch nicht, dass Regierungen PR-Unternehmen damit beauftragen, ihr Image in anderen Ländern aufzubessern. Wenig bekannt ist allerdings, dass es seit langem von sehr unterschiedlichen Regierungen in Auftrag gegebene und bezahlte PR-Kampagnen gibt, um Feindbilder aufzubauen, Kriege vorzubereiten oder Diktaturen zu beschönigen.

Der vorliegende Band zeigt anhand der Balkan-Kriege und auf der Grundlage der Analyse von 157 Verträgen zwischen exjugoslawischen Kunden und amerikanischen PR-Agenturen exemplarisch, wie mit Hilfe von Public Relations Krisen- und Kriegskommunikation betrieben wird. Dabei untersuchen die Autoren, wie es mittels PR-Strategien als quasi privatisierter Propaganda gelingt, geschlossene Kommunikationskreisläufe zwischen Politik, Militär, Medien, NGOs und Think tanks herzustellen, in denen die immer gleichen Kernbotschaften zirkulieren. Diskutiert werden auch die Konsequenzen dieser Privatisierung von (Kriegs-)Kommunikation (aus dem Klappentext).

In den Kriegen von heute wird nicht mehr nur mit hochmodernen Waffen gekämpft, sondern auch mit ausgefeilten Kommunikations- und Werbestrategien. Waffen und Werbung entscheiden gemeinsam über den Kriegsausgang. Das Medienzeitalter hat uns also einen neuen Kriegsschauplatz beschert: Neben dem blutigen Schlachtfeld finden die modernen Kriege nun auch in den Think tanks der grossen und renommierten PR-Firmen statt.

PR-Berater als strategische Kriegsführer? Dass dies schon lange keine blosse Verschwörungstheorie mehr ist, zeigt uns das aufwendig recherchierte und sehr wichtige Buch von Jörg Becker und Mira Beham. Es ist ein Blick hinter die Kulissen, und nach der Lektüre dieses Buches weiss der Leser einmal mehr: Nichts ist, wie es scheint.

Für ihr Buch haben die Autoren die Rolle der US-amerikanischen PR-Firmen in den Balkan-Kriegen untersucht und ausgewertet. Eine solche Recherche ist möglich, da eine US-Gesetzgebung vorschreibt, dass einheimische PR-Firmen öffentlich machen müssen, wenn sie für ausländische Auftraggeber arbeiten. Alle kriegführenden Parteien leisteten sich demnach kostspielige PR-Beratung, um die Weltöffentlichkeit zu beeinflussen bzw. zu manipulieren und um Betroffenheit und Aufmerksamkeit für die eigene Sache zu gewinnen.

Die Balkan-Kriege waren im besonderen Masse Kommunikationskriege, um das offensichtliche Defizit an Legitimation auszugleichen. PR-Firmen konstruierten Feindbilder, manipulierte Informationen und kontrollierten die Informationskanäle zwischen Front und Medienberichterstattung. Die besonders guten Kontakte der involvierten PR-Berater zu Politik, Wirtschaft und Militär kamen ihnen hierbei zugute. So informieren Becker und Beham darüber, dass in den grossen PR-Firmen der USA auffallend viele ehemalige Kongressabgeordnete, Senatoren und Mitarbeiter der US-Regierung und der Geheimdienste sowie ehemalige Führungskräfte aus der Wirtschaft arbeiten.

Das Netz aus PR-Branche, Politik, Militär und Wirtschaft arbeitete äusserst effektiv und erfolgreich, und so waren die medialen Sympathien in den Balkan-Kriegen der 90er Jahre schnell geklärt: Die Serben waren die Bösen. Sie und ihr nationalistischer und sozialistischer Führer Slobodan Milosevic wollten ein Grossserbien errichten und griffen alle nicht serbischen Regierungen an. Diese wiederum waren extrem friedliebend und demokratisch und mussten von der internationalen Staatengemeinschaft unterstützt und geschützt werden. Dieses Freund-Feind-Bild wurde schliesslich von den antiserbischen Spin-Doktoren in dem Vergleich der serbischen Kriegsführung mit dem Holocaust fest zementiert. Durch die strategische Platzierung von emotional aufgeladenen Begriffen, wie etwa «ethnische Säuberung», «Völkermord» und «Konzentrationslager», wurde bewusst der Vergleich mit Nazi-Deutschland, Gaskammern und Auschwitz hergestellt und eine Stimmung geschaffen, die aus Pazifisten Kriegsbeifürworter machte. Dass es den PR-Söldnern gelang, die Diskussion derart emotional aufzuladen, dass kaum jemand es mehr wagte, dem zu widersprechen, um nicht als Revisionist gebrandmarkt zu werden, wurde von ihnen als der «Schuss ins Schwarze» gefeiert. Und so wurde und wird noch heute beständig der völkerrechtswidrige Angriffskrieg der Nato auf das damalige Jugoslawien als «humanitäre Intervention» gerechtfertigt. Die Autoren widmen dem Holocaust-Vergleich ein eigenes Kapitel und zeigen sehr präzise, wie die Medien und letztlich die Öffentlichkeit durch Lügen und Manipulationen zu ihren Einschätzungen von gut und böse kamen. Sie kritisieren zu Recht, dass der Bundestag ebenfalls den Lügen aufgesessen ist und in seiner Kontrollfunktion kläglich versagt hat, da er weder eine Plenardebatte noch einen Untersuchungsausschuss zu Scharpings gefälschtem «Hufeisenplan» einberufen hat.

Becker und Beham verweisen in ihrem Buch auf einen weiteren besonders interessanten Aspekt: die Privatisierung der Diplomatie. Eines der wichtigsten Instrumente der Aussenpolitik wird ausgelagert und von PR-Firmen übernommen. Was früher die Aufgabe von Politikern und Diplomaten war, übernehmen heute von den Regierungen bezahlte private Berater. In den Balkan-Kriegen wurden diese somit zu Schlüsselfiguren bei wichtigen und folgenschweren aussenpolitischen Verhandlungen. Die angeheuerten privaten Beratungsfirmen betrieben ferner Lobbying in den Zentren der Macht und formulierten politische Programme sowie internationale Resolutionen. Sie verkauften je nach Bedarf Krieg oder Frieden, vorzugsweise aber den Krieg.

Und so kommen die Autoren schliesslich zu dem leider richtigen und erschütternden Schluss, dass Diplomatie, die von ihrem Grundsatz her auf völkerrechtliche Verträge zielt, nunmehr zu einer blossen Handelsware verkommt.

Becker und Beham legen mit ihrem Buch eine interessante und anschauliche Forschungsarbeit zur selbstverschuldeten Geiselnahme der Politik durch die Medien vor. Gerade im Hinblick auf die immer undurchschaubareren und ausgefeilteren Verflechtungen dieser beiden Bereiche und das Verschwimmen der Grenzen zwischen Journalismus und PR sind kritische Bücher dieser Art von höchster Wichtigkeit. Journalisten greifen heute in ihrer Arbeit immer öfter auf PR-Meldungen zurück. Die Vorstellung von Journalisten als unabhängige und kritische Berichtersteller ist leider eine Illusion – bedauerlicherweise werden sie statt dessen immer mehr zu Dienstleistern der Politiker und Hofberichterstellern ihrer Regierungen. Mit einer unbestechlichen, demokratischen Presse hat das schon lange nichts mehr zu tun.

Auch in den aktuellen Kriegen in Afghanistan und im Irak findet eine einseitige und propagandistische Kriegsberichterstattung statt. Wenn Politiker das Scheitern ihrer Kriegs- und Friedensbemühungen nicht in ihren politischen Konzepten selbst, sondern lediglich in den Defiziten ihrer «Vermittlung» und ihrer Begründung bei ihrem Wahlvolk sehen, dann sind die

PR-Firmen zur Stelle. Sie müssen dann die verunsicherte Bevölkerung mit abgemilderten und manipulierten Informationen von der Front auf Kriegskurs halten und in ihnen Verständnis für die Kriege wecken. Von den Besatzungsmächten getötete Zivilisten in Afghanistan und im Irak werden als «Kollateralschäden» bezeichnet oder völlig verschwiegen. Es werden dort nicht Dörfer und Städte zerbombt, sondern Schulen gebaut und «aktive Aufbauhilfe geleistet». Der «embedded journalist» ist die PR-Firma im Panzer-Cockpit. Und während die Menschen ums Überleben kämpfen, wird der Weltöffentlichkeit mit Hilfe der Medien vorgegaukelt, dass in Afghanistan und im Irak nun endlich die Demokratie Einzug hält. In der Berichterstattung dieser beiden Kriege geht es ebenso wie in den Balkan-Kriegen letztlich nur noch um die Herstellung von Konsens.

Es ist erfreulich, dass «Operation Balkan: Werbung für Krieg und Tod» so erfolgreich ist, dass nun die zweite und in vielerlei Hinsicht hochaktuelle Auflage vorliegt. So ist davon auszugehen, dass die Sezession Kosovos im Frühjahr 2008 von den gleichen PR-Firmen vorangetrieben wurde, die auch während der Balkan-Kriege an den Sezessionen der anderen Teilstaaten beteiligt waren. Auch die selektive Strafverfolgung der an den Balkan-Kriegen beteiligten Kriegsverbrecher wird von PR-Firmen und Medien begleitet und angeheizt – gefasste Kriegsführer werden von allen Seiten ausgeleuchtet und an den medialen Pranger gestellt. Dass die Verantwortlichen verfolgt und bestraft werden, steht selbstverständlich ausser Frage, jedoch sollte dies mit allen Verantwortlichen aller am Krieg beteiligten Parteien passieren. Doch nach wie vor wird zwischen den Guten, die sich nur verteidigt haben, und den Bösen, die massakriert und gemordet haben, unterschieden. Die Aktualität des Buches von Becker und Beham zeigt sich so auch darin, dass der ehemalige bosnische Präsident Radovan Karadzic nach seiner Verhaftung im Sommer 2008 von einem US-Politiker als «guter Nazi» bezeichnet wird – und dies in einem vielgelesenen und renommierten deutschen Magazin veröffentlicht wird.

Fazit: Wer sich 1998/99 von den Beschwörungen einer «humanitären Katastrophe» in Kosovo hat überzeugen lassen, um einem völkerrechtswidrigen Krieg gegen Ex-Jugoslawien seine Unterstützung zu geben, möge die damaligen Argumente auf der Basis dieses Buches noch einmal überdenken und in Zukunft all die Aufrufe zu den Waffen – ob im Sudan, im Kongo oder in Somalia – mit Sorgfalt prüfen.

Norman Paech war bis 2001 Professor für öffentliches Recht an der Hochschule für Wirtschaft und Politik, jetzt Universität Hamburg. Seit 2005 ist er Mitglied des Deutschen Bundestages und aussenpolitischer Sprecher der Fraktion DIE LINKE. Der obige Text ist das Vorwort zur 2. Auflage des Buches von Jörg Becker und Mira Beham.

ZEITFRAGEN Nr.4 vom 26.1.2009