

Steffen Roski

Vom Nützlichen – und Gemeinen: Ein Konzern und seine Stiftung. Vortrag auf der vierten Bertelsmann-kritischen Tagung in Gütersloh am 24. Januar 2009

Ende November vergangenen Jahres stellte mir Rudolph Bauer eine „ernst gemeinte Frage“: „Ist ein/e Jurist/in in Sicht, der/die darangeht, die Frage der Gemeinnützigkeit [der Bertelsmann Stiftung] einer rechtlichen Prüfung zu unterziehen und die notwendigen Schritte zu planen?“ In der Tat: Hier scheint das Gütersloher Medien- und Dienstleistungsimperium verwundbar. Ich weiß nicht, ob unter den TeilnehmerInnen des 4. Anti-Bertelsmann-Kongresses, der gleichsam „in der Höhle des Löwen“ stattfindet, sich jemand befindet, die oder der sich gleichermaßen auf den verschlungenen Pfaden des Stiftungsrechts und der Finanzwissenschaften bewegt.

Als Soziologe in politischer Absicht geht es mir heute Abend darum, vor dem Hintergrund meines in mehrjähriger Auseinandersetzung mit dem Thema „Bertelsmann“ erarbeiteten Verständnishintergrunds darzulegen: Es ist ein gesellschaftspolitischer Skandal, dass ein milliardenschwerer Medien- und Dienstleistungskonzern im Gewand einer vorgeblich gemeinnützigen Stiftung, die mehr als Dreiviertel seines Kapitals hält und aufs Engste personell mit ihm verflochten ist, das hohe Lied der „Corporate Social Responsibility“ singt - und dabei von politisch-administrativen und teilweise auch zivilgesellschaftlichen Akteuren willfährig sekundiert wird.

Bereits Mitte der achtziger Jahre kam Jörg Becker (1985) in einer medienwissenschaftlichen Analyse zu folgenden Ergebnissen:

1. Der Bertelsmann-Konzern ist weder ein Verlag noch ein Medienproduzent; vielmehr ist er ein Informationskonzern.
2. Die Begrenztheit des bundesdeutschen Marktes [...] zwingen den Konzern zu einer doppelten Wachstumsstrategie in Richtung a) Auslandsmärkte und b) neue Technologien. Beide Wachstumsstrategien bedingen einander gegenseitig.
3. Im Bereich neuer Technologien erschließt sich der Konzern neuartige Tätigkeitsfelder in aller Regel mit folgender Unternehmensstrategie: Zu Anfang neuer technischer Produktzyklen [...] verharret der Konzern in der Position eines aufmerksamen Beobachters. Erst wenn sich Klärungen über Zahl und Qualität neuer Marktakteure verlässlich abzeichnen, wird der Bertelsmann-Konzern am Markt aktiv. Der Markteintritt vollzieht sich normalerweise nach folgendem Muster: Der Konzern schließt mit einem in einem neuartigen Tätigkeitsfeld ausgesprochen versierten und kenntnisreichen Akteur einen Kooperationsvertrag ab oder beteiligt sich mit einer Minderheit bei diesem neuen Akteur. Hat man dessen Erfahrung und Know-how nach einer Einführungsphase übernommen, wird dieser Akteur aufgekauft. Als neue Tochterfirma kann nun der alte-neue Akteur voll von den Synergieeffekten des Gesamtkonzerns profitieren; mit zusätzlichem Kapital ausgestattet und in neue, gewinnbringende Arbeitsteilungen des Gesamtkonzerns integriert, kann dieser alte-neue Akteur – falls erfolgreich – ein weiteres Teilgebiet des Sektors Wissensproduktion monopolistisch oder oligopolistisch besetzen.
4. Der Bertelsmann-Konzern besitzt eine politische Affinität zur Sozialdemokratie.
5. Je größer der Konzern wird, desto größer resp. sichtbarer wird das Konfliktpotential mit anderen, gesellschaftlichen Machtformationen (z.B. Dritte Welt, öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, elektronische Industrie).“ (Becker & Bickel 1992:107-110)

Die Einzigartigkeit der Bertelsmannschen Unternehmenskonstruktion, die darin ihren Ausdruck

findet, dass – je nach gewählter Perspektive – der „medial-politische Komplex aus Gütersloh“ mal als Konzernstiftung, mal als Stiftungskonzern betrachtet werden kann, wird m.E. nur vor dem Hintergrund des regulationstheoretischen Basiskonzepts verständlich, das die Wechselwirkungen von gesellschaftlicher Regulation und wirtschaftlicher Akkumulation paradigmatisch in den Blick nimmt. Seit spätestens den 1980er Jahren geriet der *Fordismus* in die Krise: Der gesellschaftliche Korporatismus erodierte, die Gewerkschaften gerieten immer mehr in die Defensive, Arbeitsmärkte wurden Schritt für Schritt dereguliert. Der 1983/84 erfolgte Einstieg ins Privatfernsehen durch Bertelsmann führte zu einem „Konzentrationschub im Medien- und Informationsmarkt der Bundesrepublik.“ (Becker 1985:70) Der Anstieg der Zahl der „working poor“ fand somit ihre Entsprechung in der Zunahme kommerzieller Massenkommunikation, die „eine kulturelle Homogenisierung historisch bislang unbekanntes Ausmaßes gerade für die 'information poor'“ (Becker 1985:67) erzwang.

Im *Postfordismus* sind neue kommunikative Kompetenzen erforderlich. Segmentarisierte und flexibilisierte Aushandlungsprozesse sind wie geschaffen für die „information rich“, die als Moderatoren der Informationswirtschaft Stiftungen in Think-Tanks verwandeln, den Staat zum Unternehmer machen und den Bürger zu einem bloßen Kunden degradieren, der Leistungen auf Märkten für z.B. Bildung, Gesundheit, Vorsorge und Arbeit nachfragt. Mediengesteuerte Kommunikation sowie eine zunehmende Umwandlung von Staatsfunktionen in private Dienstleistungen bestimmen das Bild einer dezentralen und marktorientierten Regulation auf der Basis flexibler Akkumulation.

Vor diesem Hintergrund erscheint Bertelsmann als *das* postfordistische Unternehmen par excellence. Der Konzern vereint Medienmacht mit einer informationsbasierten Dienstleistungspalette. Es mutet zirkulär an, zu sagen, dass Bertelsmann als „Informationskonzern“ (Becker & Bickel 1992:132), will er wirtschaftlich erfolgreich sein, aus nichts mehr Wert schöpft als eben aus: Information. Dazu bedarf es eines Sensoriums, das bis in die feinsten Verästelungen der Gesellschaft reicht, um auch ja jeden „Trend“ zu registrieren, der dem Konzern neue Tätigkeitsfelder erschließen hilft.

Und hier kommt die Stiftung ins Spiel. Mit ihr gelingt dem Konzern das Kunststück, im Sinne einer propagierten „Gemeinnützigkeit“ der Zivilgesellschaft gegenüber als verantwortungsbewusster, dem Gemeinwohl verpflichteter Eigentümer zu erscheinen, der ohne Beanstandungen „regelmäßig vom Finanzamt geprüft“ wird, von der AG unabhängig und parteipolitisch neutral sei. (Neue Westfälische vom 6. Januar 2009) Dass es der Bertelsmann Stiftung gelingt, gleichsam als idealer Gesamtdemokrat zu erscheinen, gehört zu den Eigenheiten eines politischen Regimes, in dem es einer Konzernstiftung gelungen ist, das „Politische“ betriebswissenschaftlich zu neutralisieren und damit in einer perfiden Uminterpretation der Artikel 14 und 15 GG im Gewand der Stiftung als Sachwalter des „Demokratischen“ schlechthin zu erscheinen und als Dienstleister an der stiftungsseitig inszenierten Vertriebswirtschaftlichung politisch-staatlicher Prozesse – an Private Public Partnerships und New Public Management - kräftig zu verdienen.

Dass die Bertelsmann Stiftung vom Finanzamt regelmäßig geprüft wird, nun, dies entspricht wohl den Tatsachen. Dass dies „ohne Beanstandungen“ geschieht, zeigt m.E. die Bedenklichkeit eines stetig zugunsten der Kapitaleseite reformierten Stiftungsrechts. Dass die Bertelsmann Stiftung politisch unabhängig sei – auch diese Behauptung mag ich hinnehmen angesichts einer neoliberalen Hegemonie, die jedwede politische Frage nach einer Alternative zum vorherrschenden Wirtschaftssystem zu einem staatsfeindlichen Akt stempelt. Dass aber die Bertelsmann Stiftung von der AG unabhängig sein soll, ist eine falsche Tatsachenbehauptung der PR-Abteilung. Kann ich das zeigen? Ja, gewiss.

In meinem Beitrag zum „Netzwerk der Macht“-Band (Roski 2007:80-82) lasse ich Jürgen Turek, stellvertretender Direktor des mit der Bertelsmann Stiftung verflochtenen Centrums für angewandte Politikforschung (CAP), zu Wort kommen. Klar umreißt Turek die Aufgabenverteilung zwischen Konzern und Stiftung, wenn er die Bertelsmann AG als ein Kompetenzzentrum im Wandlungsprozess beschreibt und ausführt: „Durch die Übernahme sozialer Verantwortung [!] über gesellschaftlich ausgerichtete Public Relations oder eine geschickte Instrumentalisierung von Stiftungen [!] definieren [Unternehmen wie Bertelsmann] gleichermaßen politische Positionen und bestimmen die Themen der internationalen Politik zunehmend mit.“ (Turek 2001:218)

Auf insgesamt acht Foren ist heute deutlich geworden, *was* die Bertelsmann Stiftung unter „sozialer Verantwortung“ versteht, wenn sie etwa der Militarisierung Europas Vorschub leistet. Auch liegen inzwischen zahlreiche wissenschaftliche Studien vor, die zeigen, *wie* die AG ihre Stiftung instrumentalisiert, um etwa Bildungseinrichtungen, Krankenhäuser und Kommunalverwaltungen im Sinne des Profits zu schleifen. Lügen haben eben kurze Beine.

Literatur

Jörg Becker (1985): „Der Bertelsmann-Konzern. Nationale und internationale Standortbestimmung“, in: Dieter Prokop (Hrsg.): *Medienforschung*. Band 1: Konzerne, Macher, Kontrolleure, Frankfurt/M., S. 48-82

Jörg Becker & Susanne Bickel (1992): *Datenbanken und Macht*, Opladen

Steffen Roski (2007): „Konzern – Macht – Politik – Wissen. Sozialwissenschaften als Hilfskräfte in Bertelsmanns 'Reformwerkstatt'“, in: Jens Wernicke & Torsten Bultmann (Hrsg.): *Netzwerk der Macht – Bertelsmann*. Der medial-politische Komplex aus Gütersloh, Marburg, S. 75-84

Jürgen Turek (2001): „Technologiesgesellschaft“, in: Werner Weidenfeld & Karl-Rudolf Korte (Hrsg.): *Deutschland-Trendbuch*. Fakten und Orientierungen, Opladen, S. 212-244