

Schwere Kost

[Lesestoff, der nicht leicht zu verdauen ist.]

LIES, INC.

[LÜGEN GMBH & CO. KG]

Wie in der Dienstleistungsgesellschaft selbst die Lüge zum Produkt hoch spezialisierter Agenturen geworden ist.

[von Matthias Müller]

Wir wollen uns heute einmal den Spaß machen, einen kleinen Beitrag zum Thema Medienkompetenz auf den Weg zu bringen. Es ist ja gerade in den letzten Monaten zu einem wirren Durcheinander im Bereich der Information gekommen – irgendwer oder irgendwas hat für mächtig Unordnung in unserem doch so lieb gewonnenen Schubladendenken gesorgt und viele wissen gar nicht mehr so recht, was denn nun eigentlich die „guten“ von den „bösen“ Medien unterscheidet. Sind es die Verbreiter von „Fake News“? Nun, wenn man die Verbreiter von „Fake News“ abschaffen wollte, so gäbe es weltweit keinen einzigen Radiosender, keine TV-Station und auch keinen Zeitungsverlag mehr. Egal ob groß oder klein, egal ob Newcomer oder alteingesessenes Traditionsblatt, egal ob bunt oder mit Bleiletern gedruckt – kaum ein Medium dieser Erde würde übrig bleiben, wenn man den Fake News Filter über sie hinweg laufen ließe. Und „das Internet“ sowieso – dieser gärende Morast von faulig stinkenden Halbwahrheiten, Verdrehungen und Verschwörungstheorien, pfui Teufel!

Dennoch sind manche „Verschwörungstheorien“ durchaus eine spannende Sache, zumindest, wenn sie sich im Nachhinein als wahr heraus gestellt haben. Jeder aufgedeckte Skandal der Geschichte, egal ob politisch oder wirtschaftlich, nahm seinen Anfang, indem irgendjemand, ein Ermittler, ein Journalist oder auch nur eine kritische Öffentlichkeit eine Theorie zu einem verdächtigen Sachverhalt

entwickelt und daraufhin genauer hingesehen hat. Es gibt tatsächlich viele, viele spannende Geschichten von Verschwörungen, die später zu handfesten Skandalen wurden. Es gibt tonnenweise Bücher darüber, sie alle lesen sich besser als die besten Romane. Das Leben schreibt immer noch die besten Geschichten. Eine dieser köstlichen Geschichten möchten wir Ihnen heute erzählen.

Es ist eine Geschichte, wie sie nur die Realität schreiben kann. Eine Geschichte von einer Firma, die sich über fast 100 Jahre ihres Bestehens auf ein offenbar höchst lukratives Geschäftsfeld konzentriert hat und damit zu einem der größten und erfolgreichsten Unternehmen der ganzen Branche wurde: ihr Produkt, ihre Dienstleistung ist die professionelle Lüge. Tatsächlich ist auch das Lügen im großen Stil keine einfache Aufgabe. Politiker und Wirtschaftsbosse, die es auf eigene Faust versuchen, fliegen oftmals unverhofft zügig auf. Gerade Politiker wissen, dass man die Entwicklung einer wirklich guten Lüge nicht in die Hände von Anfängern legen sollte. Deswegen gibt es Agenturen, die sich darauf spezialisiert haben. Und die, von der wir heute erzählen wollen sind die mit Abstand Besten ihres Fachs. Ihre größten Lügen, Vertuschungen, Medienmanipulationen und Desinformationskampagnen sind allesamt in die Geschichte eingegangen. Natürlich bezeichnet dieses Unternehmen seine Dienstleistungen nicht mit solch schäbigen Vokabeln. Man nennt es, hübsch verpackt in einen

geschmeidigen Businessbegriff „Kommunikationsmanagement“ oder auch „Public Relations“ – PR.

Es begab sich, dass im Jahre 1927 sich ein gewisser John W. Hill anschickte, seine berufliche Zukunft in der Werbeindustrie zu suchen. Er gründete im beschaulichen Cleveland, Ohio, USA seine PR-Agentur, die sich in den folgenden fast 100 Jahren zu einem der größten und erfolgreichsten Player im internationalen PR- und Propagandageschäft entwickeln sollte. Heute nennt sich die Agentur Hill + Knowlton, ihr Hauptsitz ist das schicke, geschäftige New York, zusätzlich dazu betreibt die Agentur, die zur WPP-Gruppe gehört, Geschäftsstellen in 88 Ländern der Erde.

FACKELN DER FREIHEIT

Schon in den 50er Jahren hatte die Agentur große und wichtige Kunden gewonnen und lukrative Aufträge an Land gezogen. Die Agentur hatte in gewissen Kreisen mittlerweile einen einschlägigen Ruf – immer wenn es galt, gewisse „Probleme“ zu bewältigen oder irgendein dampfendes Fäkalprodukt unter den Teppich zu kehren, holte man Hill + Knowlton. Und so dauerte es auch nicht lange, bis eine der größten und kapitalstärksten Branchen das Gespräch mit den New Yorker Propaganda-Profis suchte. Die Gespräche waren offensichtlich erfolgreich. Sie waren der Ausgangspunkt für die jahrzehntelange Kooperation von Hill + Knowlton mit der US-Tabakindustrie.

Das Problem der Tabakindustrie war ein massives. Dieser milliarden-

schwere Industriezweig fürchtete buchstäblich darum, von der Bildfläche verschwinden zu müssen. Auslöser der existenziellen Ängste der Kippen-Kapitalisten waren erste medizinische Studien aus den USA, die einen Zusammenhang zwischen Rauchen und dem tödlichen, bösartigen Lungenkrebs herstellten. Sollten sich diese Studien bewahrheiten und weitere Studien die gesundheitsschädigende Wirkung des Rauchens beweisen, so hätte es passieren können, dass man das Rauchen eventuell verboten hätte – zumindest aber befürchtete man massive Umsatzeinbußen und das Einschmelzen der beinahe schon obszönen Gewinne aus dem Zigarettengeschäft. Man brauchte Lösungen.

Hill + Knowlton machte sich umgehend an die Arbeit und zeigte damit, aus welchem Holz man geschnitzt war. Die New Yorker Kommunikationsprofis erfanden in der Zusammenarbeit mit der Tabakindustrie erstmals eine Strategie, die bis heute angewandt wird: „Science-Twisting“ – „Wissenschafts-Verdrehung“ professionell, im ganz großen Stil.

Zu jeder Studie, die die Gefährlichkeit des Rauchens belegen und einen Zusammenhang mit Lungenerkrankungen herstellen wollte, veranlasste Hill + Knowlton gleich eine ganze Handvoll von Gegenstudien. Zu diesem Zweck gründete man sogar ein eigenes Forschungsinstitut, das „Tobacco Industry Research Committee“. Ihm kam die Aufgabe zu, Befürchtungen zu Gesundheitsrisiken durch Tabak-

Schwere Kost

[Lesestoff, der nicht leicht zu verdauen ist.]

konsum infrage zu stellen und zu schmälern. Später ging man dazu über, Forschungsgelder an wohlgesonnene Universitätsprofessoren zu verteilen. Zusätzlich begann man damit, gezielt hochdotierte Forschungsprojekte - auch und insbesondere zu weitaus unverfänglichen Themen, sogar zu Themen die gar nichts mit dem Rauchen zu tun hatten, an wichtige, meinungsführende Universitäten und Institute zu vergeben. Dies führte dazu, dass die Wissenschaft die Tabakindustrie zunehmend mit Samthandschuhen anfasste. Jeder aufstrebende Wissenschaftler wusste, wie er an Forschungsgelder kommen konnte - er musste sich lediglich ein klein wenig prostituieren und sich durch „Gefälligkeitsstudien“ der Tabakindustrie als verlässlicher wissenschaftlicher Partner andienen - und schon konnte er sich sicher sein, dass seine eigenen Forschungen stets zahlungskräftige Unterstützer haben würden. Es war die offizielle Geburtsstunde der „science whores“, der Wissenschaftshuren, die für Forschungsgelder gerne mal bei der Industrie anschaffen gingen.

Gleichzeitig ging Hill + Knowlton massiv gegen die medizinischen und wissenschaftlichen Kritiker des Rauchens vor. Man stöberte unangenehme Geschichten aus dem Privatleben kritischer Wissenschaftler hervor oder versuchte die wissenschaftliche Reputation bestimmter Wortführer gezielt zu sabotieren, indem man eine ganze Armada an bezahlten Wissenschaftlern auffuhr, die den Dissidenten scheinbar widerlegten. Gleichzeitig setzte man alles daran, die Mittelzuwendung für Universitäten an die Bedingung zu knüpfen, bestimmte Querulanten nicht mehr zu beschäftigen. Es galt in den 50er und 60 Jahren als „gefährlich“ als Wissenschaftler gegen die Tabaklobby zu forschen. So sorgte Hill + Knowlton dafür, dass sich jahrzehntelang keine wirklich unabhängige Wissenschaft zu den wahren Gefahren des Tabakkonsums etablieren

konnte. Die Botschaft an die Politik sollte lauten, dass es für gesetzliche Maßnahmen zum Gesundheitsschutz zu früh ist, solange sich die Experten darüber streiten, ob es überhaupt ein Gesundheitsproblem gibt. Dieses von Hill + Knowlton entworfene Strategiekonzept erwies sich in der Folgezeit als äußerst wirkungsvoll. Es wurde von vielen anderen Branchen kopiert, sobald sie öffentlich in die Kritik gerieten. Das eigentlich geniale an dieser Strategie ist, dass man, ist das Netzwerk erst einmal etabliert, den eigentlichen Korruptionsvorgang gar nicht mehr identifizieren kann, weil der gesamte Prozess sich von innen heraus reguliert - es bildet sich ein „wissenschaftlicher Konsens“. Dieser „wissenschaftliche Konsens“ besteht nicht darin, dass man sich darüber einig wäre, dass Rauchen ungefährlich sei - sondern vielmehr, dass man sich darüber einig ist, bestimmte wissenschaftliche Themen nicht näher zu untersuchen, weil dies zum Versiegen bestimmter Geldquellen führen könnte. Man fasst das Thema einfach nicht mehr an und alle sind glücklich. So einfach ist das.

Die gezielte Beeinflussung von Medien und Wissenschaft war jedoch nicht auf die USA beschränkt. Die Science-Twisting Operationen wurden weltweit durchgeführt, auch in Deutschland. Der „Stern“ berichtete darüber 2005 in einem Artikel: „1998 wurden die Tabakkonzerne im Zuge der großen Schadensersatzprozesse von US-Gerichten dazu gezwungen, ihre gesamten internen Dokumente öffentlich zugänglich zu machen. Auf Seiten wie www.tobaccodocuments.org oder www.legacy.library.ucsf.edu kann jeder in den insgesamt 40 Millionen Seiten stöbern.

Thilo Grüning von der London School of Hygiene & Tropical Medicine hat mit einigen Kollegen die Dokumente systematisch ausgewertet und untersucht. Dabei fand er Beweise dafür, wie die Tabakindustrie hochrangige deutsche

Ärzte und Wissenschaftler über Jahrzehnte hinweg mithilfe von Geld zu ihren Gunsten beeinflusst und die Forschung manipuliert hat. Die Ergebnisse sind erschreckend: Führende Köpfe in Medizin und Forschung standen über Jahre hinweg auf den Gehaltslisten der Tabakkonzerne. Von 1950 an baute die Tabakindustrie ein Netzwerk von Forschungsinstitutionen und Wissenschaftlern auf, die finanziell von ihr abhängig waren. Im Gegenzug verschleierten und manipulierten diese Wissenschaftler jahrzehntelang Erkenntnisse über die Gefährlichkeit des Rauchens und lieferten zahlreiche tendenziöse Gegenstudien, die das Rauchen als harmlos darstellten.“

Gleichzeitig machte Hill + Knowlton natürlich auch auf der Seite der Verbraucher einen formidablen Job. Man nutzte das Gewicht der Tabakindustrie, um die Medien zu einer positiven - zumindest aber nicht negativen - Haltung gegenüber Tabakkonsum zu bringen. Dies war nicht besonders schwierig, denn immerhin war die Tabakbranche einer der umsatzstärksten Werbekunden überhaupt. Die Beeinflussung war subtil, aber wirkungsvoll. So wurden in Fotostrecken und Interviews der Lifestylemagazine prominente Persönlichkeiten vorzugsweise rauchend dargestellt. Hollywood brauchte für seine Filmprojekte ohnehin ständig potente Kapitalgeber, Hill + Knowlton verstand es, dies zu organisieren. Zum Dank waren die Actionhelden in den Streifen dieser Zeit selbstverständlich Raucher. Es versteht sich von selbst, dass Kritiker des Rauchens es sehr schwer hatten, ihren Wissensstand zu den Gesundheitsrisiken über die konventionellen Medien zu verbreiten. Auf dem Höhepunkt der Kampagne verstand es Hill + Knowlton sogar, die Zigarette zum Wegbereiter der Gleichberechtigung zu stilisieren. Als „Fackel der Freiheit“ war die Zigarette das Symbol der Frauenbewegung - ein Geniestreich. Damit

war Hill + Knowlton in den Olymp der PR-Beratungsfirmen der Welt aufgestiegen.

Doch nun zu einer anderen Geschichte.

GIFTMÜLL IST HARMLOS

Donald ist Repräsentant der „Union der Betroffenen der Ölförderung durch Texaco“ (UDAPT). Mittlerweile mehrmals im Monat führt er durch den Regenwald rund um Lago Agrio und erzählt die Geschichte der Betroffenen. Prominente wie Brad Pitt, Angelina Jolie oder Trudie Styler mit ihrem Mann Sting waren seine Besucher, berichtet Donald. Dann beschreibt er, wie sie als Kinder lernten, mit eingeseiften Händen kurzzeitig den Ölfilm von der Wasseroberfläche zu vertreiben, um im Fluss baden zu können.

Der Fall Chevron/Texaco in Ecuador zählt zweifellos zu den größten Umweltkatastrophen weltweit. Von 1964 bis 1992 förderte die US-amerikanische Firma Öl im Amazonasgebiet Ecuadors. Um Kosten zu sparen, verwendete Texaco veraltete Fördertechnologien oder verzichtete gänzlich auf Sicherheitsvorkehrungen und Umweltstandards. Reste des Schweröls und Giftstoffe wurden in ungesicherte Erdbecken verfrachtet, in denen sie sich mit dem Regenwasser mischten. Systematisch leitet man dieses Giftgemisch in die umliegenden Sümpfe und Flüsse ab.

Schätzungen gehen davon aus, dass Chevron/Texaco in jenen Jahren mehr als 60 Milliarden Liter an toxischen Flüssigkeiten in die Umwelt abgelassen und mehr als 45.000 Hektar an Regenwald zerstört hat. Das Desaster kann man an den Ölschächten und -becken sehen und riechen. Unter der Oberfläche vergiften die Stoffe im Boden und im Wasser seit Jahrzehnten Pflanzen, Tiere und Menschen. Laut einer jüngst gemeinsam mit der Centrale Sanitaire Suisse veröffentlichten Studie haben vier von zehn Familien einen Krebsfall zu

Schwere Kost

[Lesestoff, der nicht leicht zu verdauen ist.]

beklagen. Besonders betroffen sind Frauen: Die Rate an Gebärmutterkrebs ist achtmal höher als im Durchschnitt. Obwohl das Problem bekannt ist, bleibt den betroffenen Bauern und Naturstämmen vor Ort nichts anderes übrig, als das verseuchte Wasser weiterhin für den alltäglichen Gebrauch zu nutzen und sich den Giftstoffen in Boden und Wasser auszusetzen.

Der Fall Chevron/Texaco ist nicht nur eine soziale und ökologische Katastrophe, sondern auch ein juristischer Skandal. Seit 1993 wird die Klage der Betroffenen gegen den US-Multi verschleppt. Der Prozess füllt bereits ganze Räume mit Aktenbergen. Hinzu kommen drei Schiedsverfahren von Chevron gegen den ecuadorianischen Staat, sowie eine Klage vor dem Internationalen Strafgerichtshof gegen John Watson, den CEO von Chevron, wegen Verbrechen gegen die Menschlichkeit. Während Chevron/Texaco auf juristische Tricks setzt, leiden die Menschen vor Ort weiterhin an den Schäden, die der multinationale Konzern verursacht hat.

Eigentlich wäre die seit nunmehr fast 30 Jahren andauernde Geschichte eine ausgezeichnete Vorlage für eine Netflix-Serie: Von Bestechung und Erpressung bis zu möglichen Morden ist alles dabei. Nachdem die Betroffenen 1993 in New York Klage eingereicht hatten, dauerte es alleine neun Jahre, bis der Fall schließlich auf Druck von Chevron nach Ecuador überwiesen wurde. Der OI-Konzern hatte sich bessere Einflussmöglichkeiten auf die lokalen Gerichte in Ecuador ausgerechnet.

Allerdings drehte sich der politische Wind in Lateinamerika in den folgenden Jahren. Die Regierung unter Rafael Correa (2007-2017) inszenierte sich als Kämpferin gegen den Neoliberalismus und transnationale Unternehmen (auch wenn sie weiterhin auf die Förderung von fossilen Brennstoffen setzte). 2011

verurteilte das zuständige Gericht in Ecuador Chevron/Texaco schließlich zu einer kollektiven Entschädigungszahlung von 9,5 Milliarden, die zur Sanierung der Schäden aufgewendet werden muss. Nachdem das Urteil in zweiter und dritter Instanz bestätigt wurde, liegt es nun seit fast sechs Jahren beim ecuadorianischen Verfassungsgerichtshof. Geld ist immer noch nicht geflossen. Einiges deutet derzeit darauf hin, dass das Gericht sein Urteil aktuell noch zurückhält und Entscheidungen auf internationaler Ebene sowie die Marschroute der neuen Regierung unter Lenin Moreno abwartet.

Nun, Sie wundern sich, warum diese Geschichte, deren juristische Aufdeckung ja noch gar nicht so lange her und deren Aufarbeitung noch voll im Gange ist, von den Medien noch nicht thematisiert wurde? Immerhin handelt es sich um den größten Umweltskandal in der Geschichte Südamerikas und wahrscheinlich auch der ganzen Welt. Wir sind doch eine so umweltbewusste Gesellschaft, setzen uns vorzugsweise Freitags für das Klima und gegen SUVs ein, gegen Meeresplastik und natürlich für die süßen Delfine? Warum also hören wir in den Medien nichts von 45.000 Hektar Regenwald der mit voller Absicht auf Jahrhunderte hinaus zerstört und deren Bewohner vergiftet wurden?

Die Antwort lautet: weil Chevron/Texaco sich in Sachen PR von absoluten Profis beraten lässt. Niemand geringeres als Hill & Knowlton regelt die Kommunikation des Unternehmens mit der Außenwelt und natürlich haben sich die Super-Propagandisten für den Umweltsünder voll ins Zeug gelegt. Als erstes gab man – wie immer – „wissenschaftliche Studien“ in Auftrag. Mit diesen Studien behauptete man, dass alles nur halb so schlimm sei. So untersuchte eine Studie Lungenkrankheiten in der Bevölkerung der

betroffenen Gebiete – die natürlich durch Trinkwasser und Nahrungsvergiftungen nur wenig in Mitleidenschaft gezogen wurden. Eine andere Studie konzentrierte sich auf Gebiete, die nicht betroffen waren, verschwieg dies aber bei der Verbreitung der Studienergebnisse. Ein großes Medienspektakel wurde inszeniert, als Chevron eine winzig kleine Betriebsdeponie ausgrub und mit sauberem Erdreich wieder zuschüttete – eine völlig unbedeutende Einzelmaßnahme (bei der es bis heute auch bleiben sollte), die in den Medien jedoch als „Beseitigung der unbedeutenden Kollateralschäden eines verantwortungsvollen Strukturprojektes für das Land“ gefeiert wurde. Man analysierte zudem aufwendig Bodenproben, die gar nicht aus Ecuador stammten um zu behaupten, es gäbe gar keine Verschmutzung. Keine Möglichkeit wurde ausgelassen, um die wahren Fakten zu vertuschen und durch eine verdrehte Version der Wahrheit zu ersetzen.

Hill + Knowlton fuhr gegen die Wissenschaftler, die Chevron durch ihre gerichtlichen Aussagen und wissenschaftlichen Studien in Schwierigkeiten brachten, persönliche und berufliche Diffamierungskampagnen und setzte die Universitäten finanziell unter Druck, bei denen die jeweiligen Wissenschaftler angestellt waren. Gleichzeitig wurde die Rolle Chevrons als Wohlstandsstifter und Initiator heilsbringender Infrastrukturprojekte mit TV-Dokumentationen und Imagefilmchen gelobt. Selbstverständlich versteht Hill + Knowlton auch das Spiel auf der politischen Klaviatur. Man förderte gezielt die politische Karriere von Richtern und Politikern, die Chevron wohlgesonnen waren und schaffte es damit, die Prozesse nun schon seit fast 30 Jahren in die Länge zu ziehen. Wieder einmal bewiesen die New Yorker PR-Experten, wie man die öffentliche Meinung beinahe nach Belieben kontrollieren kann,

wenn man weiß welche Knöpfe man drücken muss.

STRAHLENDE ZUKUNFT FÜR PR-STRATEGEN

Welche Knöpfe man drücken muss, wenn ein Großkonzern Menschen und Umwelt in tödliche Gefahr bringt, hatte man bei einem anderen Vorfall ein paar Jahre zuvor gelernt. Dieser Vorfall sollte als eine der Sternstunden der Medienmanipulation in die Geschichte der PR-Branche eingehen – bis heute weiß die Öffentlichkeit praktisch nichts davon. Oder kennen Sie den ersten großen Atomkraft-GAU (GAU=Größter Anzunehmender Unfall) der Geschichte? Oh, Sie meinen Tschernobyl? Nein, falsch geraten. Der erste wirklich große Reaktorunfall ereignete sich bereits einige Jahre zuvor in den USA. Dass Sie nichts davon wissen, spricht Bände.

In den Morgenstunden des 27. März 1979 kam es in USA zu dem bis dahin größten Unfall in der Geschichte der sogenannten zivilen Atomenergienutzung. Im Block 2 des Atomkraftwerks „Three Mile Island“, in der Nähe von Harrisburg, Pennsylvania, geschah das, was die gesamte Atomzunft bislang für ausgeschlossen hielt: Aufgrund zahlreicher Pannen und Defekte, in einer verhängnisvollen Melange mit menschlichem Versagen in den Sicherheitssystemen der Anlagen versagte die Kühlung des Reaktors, die hochradioaktiven Brennelemente des Reaktorkerns wurden freigelegt und schmolzen. Tagelang drohte der Reaktor zu explodieren, große Mengen radioaktiver Gase und Flüssigkeiten wurden freigesetzt.

Die Katastrophe begann mitten in der Nacht. Um 7.20 Uhr wurden innerhalb des Containments extreme Strahlungswerte von 800 Rem gemessen – unmittelbar tödlich für jedermann. Hilfskräfte wurden deshalb mit Messgeräten in die Umgebung und in die Städte Goldsboro, Middletown und Harrisburg

Schwere Kost

[Lesestoff, der nicht leicht zu verdauen ist.]

geschickt. Noch waren die Werte um 0,1 Millirem normal, noch hielt die Gebäudeabschirmung scheinbar stand.

Um 12.45 wurde in den Hilfsgebäuden der Anlage eine Strahlungsdosis bis zu 1000 Rem festgestellt, Hubschrauber begannen regelmäßig die Strahlungswerte über dem Reaktorgebäude zu messen. Am nächsten Morgen lagen die Messwerte zwischen einem und zehn Millirem am Susquehanna-Fluss – mit steigender Tendenz.

Der Katastrophenstab stand unter massivem Druck: Evakuierung ja oder nein? Wenn ja, wann? In welchem Umkreis? Nur in Windrichtung? Eventuell nur schwangere Frauen und Kleinkinder? Je nach Befinden des tollwütigen Reaktors wurden Evakuierungspläne besprochen und wieder verworfen. Erst fünf Meilen um das AKW, dann 10 Meilen. Was tun mit den Krankenhäusern? Plötzlich stand die Evakuierung von 650.000 Menschen, dreizehn Krankenhäusern und einem Gefängnis bevor. Dann doch nur fünf Meilen, da gab es keine Krankenhäuser. Schließlich einigte man sich auf eine 5-Meilen-Empfehlung für schwangere Frauen und Kinder. Innerhalb von zehn Meilen sollte man Fenster und Türen geschlossen halten und Jodtabletten einnehmen. Aber Jodtabletten waren nirgends zu bekommen. Erst nach sechs Tagen hatte man eine Pharmafirma gefunden und konnte die Jodtabletten austeilen. Die letzten Ortschaften erhielten die Jodtabletten weitere fünf Tage später. Im Landkreis Goldsboro hatten schon drei Tage nach dem Unfall 90 Prozent aller Einwohner fluchtartig die Gegend verlassen.

Zehn Stunden nach Beginn der Katastrophe wurde das gesamte AKW-Gebäude durch eine heftige Explosion erschüttert. Sie war vergleichbar mit der Stärke einer 500-Kilo-Bombe. Ausgelöst wurde sie durch eine Wasserstoff-Sauer-

stoff Reaktion innerhalb des Containments. Immerhin hielten die Betonstrukturen dieser Explosion stand, sie war auf die doppelte Stärke ausgelegt. Verniedlichend sprach man später nur noch von einem „Bump“, einem Bums. Das Phänomen war neu und gehörte nicht zu den Sicherheitsszenarien der AKW-Betreiber. Hilflös stand man dem Fakt nun gegenüber.

Es war klar, dass dieser Vorfall nicht nur dem Betreiberkonzern Metropolitan Edison schwer zu schaffen machen würde, sondern das Konzept der Kernenergie grundsätzlich zum kippen bringen könnte. Die gesamten Vereinigten Staaten, mit ihrem unersättlichen Hunger nach Energie könnten in eine Energiekrise schlittern – ja, der gesamte Westen, einschließlich Europa mit seinem Atomenergieprogramm, könnte durch diesen Vorfall in Bedrängnis geraten. Man musste um jeden Preis verhindern, dass die Öffentlichkeit eine kritische Einstellung zur Atomenergie entwickeln würde, nur weil es in Harrisburg einen „Bums“ gab. Man brauchte die Unterstützung von professionellen Leugnern, Lügnern und Vertuschern. Kurz nach dem Unfall klingelte daher bei Hill + Knowlton das Telefon.

„Es ist alles unter Kontrolle. Es bestand und besteht keinerlei Gefahr für die öffentliche Gesundheit und Sicherheit. Es ist nur eine geringe Menge von Radioaktivität an die Umwelt gelangt“, verkündet nach dem Vorfall im Kernkraftwerk Three Mile Island ein Nachrichtensprecher und fasste damit bereits früh die harte Linie der PR-Profis im Umgang mit dem Unfall zusammen. Bis heute spielen die Verantwortlichen den Unfall herunter, bis heute findet man erst mit professioneller journalistischer Arbeit heraus, wie schwer der Unfall wirklich war. Eine oberflächliche Internetrecherche bringt meist gleichlautende – teilweise voneinander abgeschriebene

– Zusammenfassungen: alles halb so wild, alles unter Kontrolle, nix passiert.

Hill + Knowlton begann seine Arbeit für die US-Atombranche so, wie sie an alle Projekte heran gingen: mit der gezielten Manipulation aller wissenschaftlichen Daten. Bereits sehr früh veranlasste man Studien, die die gesundheitlichen Schäden in der Bevölkerung untersuchten. Man legte großen Wert darauf, dass Personen in den Studien teilnahmen, die möglichst nah am Reaktor wohnten, achtete aber peinlich genau auf die vorherrschende Windrichtung bei Three Mile Island. Personen, die die volle Strahlung abbekommen hatten, wurden systematisch aus den Studien entfernt. Unabhängigen Forschern wurde der Zutritt zum Gelände grundsätzlich verweigert, allein der Konzern, gedeckt von der Politik, entschied über die durchgeführten Studien. Die Radioaktivitätsmessungen der Hubschrauber über dem AKW mit Werten über 3.000 Millirem wurden entweder verworfen oder blieben als nicht repräsentative Einzelwerte unbeachtet.

Auch in Deutschland begannen die Freunde des Urans unverzüglich mit beschwichtigenden Erklärungen: In einem deutschen AKW sei ein solcher Störfall nicht möglich, was insofern stimmte, als es damals in Deutschland ein solches Kraftwerk der Firma Brown Boverie gar nicht gab. Was allerdings verschwiegen wurde: eine direkte Kopie von Three Mile Island 2, das AKW Mühlheim-Kährlich, war seit 1975 im Bau.

Kurz nach der Katastrophe, im Mai 1979, bildete das Landwirtschaftsministerium (DOA) von Pennsylvania unter Kontrolle von Hill + Knowlton eine Ermittlungsgruppe aus 10 Personen, zwei davon Tierärzte. Innerhalb von zwei Tagen wurden 100 Farmen besucht. Der Bericht sprach von fünf Landwirten, die Probleme beklagten. Einer

beispielsweise berichtete, daß zwei Tage nach dem Unfall Hühner wie wild herumflatterten und Schweine nicht mehr aus dem Stall wollten. Zwei Monate später waren 27 Hühner und 11 Schweine gestorben. Diese Berichte wurden als unerklärliche Einzelfälle bewertet – Auswirkungen des Reaktorstörfalls wurden von offizieller Seite für nicht existent erklärt. Drei Monate später war jedoch die Reporterin Laura Hammel von „The News-American“ aus Baltimore der Sache nachgegangen und berichtete, daß der DOA-Report „ungeheuer untertrieben“ hätte. Ihren Nachprüfungen zufolge hatten nicht 5 sondern 40 Bauern über Probleme seit dem Durchbrennen des Reaktors geklagt. Viele der Beschwerden waren als irrational oder nicht nachprüfbar „Horrorstories“ verworfen worden. Manche Farmen wurden trotz mehrerer Meldungen nie besucht. Geschädigte Bewohner, die aus eigenem Antrieb versuchten an die Öffentlichkeit zu gehen, wurden mit rücksichtsloser Härte durch Diffamierungskampagnen bekämpft und wirtschaftlich in den Abgrund gestoßen. Man übte massiven politischen Druck aus, gleichzeitig finanzierte man zahlreiche Studien über die wirtschaftlichen Segnungen der Atomenergie. Hill + Knowlton überzeugte die gesamte Energiebranche zu großen Werbekampagnen in den Medien – man schiss die Medien förmlich mit Geld zu und erkaufte sich damit ihre Kooperation.

Im Frühjahr 1980 wiederholte die Nukleare Regulierungs-Kommission (NRC) eine Schadensbilanz – wiederum mit dem Ergebnis: „keine erkennbaren Zusammenhänge“. Von den aufgezählten 35 Krankheitsfällen auf den Höfen wurden diesmal mehr als die Hälfte „mangels Daten“ oder „unbekannter Ursache“ nicht dem Reaktorunfall zugerechnet. Die Wissenschaftler die in der Kommission beteiligt waren, waren von Hill + Knowlton handverlesen und stammten meist

Schwere Kost

[Lesestoff, der nicht leicht zu verdauen ist.]

von Instituten, die von den Kunden Hill + Knowltons finanziell unterstützt wurden. Insgesamt wurden mehr als 2.200 Klagen betroffener Einwohner bei Gericht eingereicht und mit fadenscheinigen Begründungen trotz erdrückender Beweise abgewiesen. Gleichzeitig bemühte sich der Konzern auf Anraten Hill + Knowltons um außergerichtliche Vergleiche, 55 Millionen Dollar wurden nachweislich an Schweigegegeld ausbezahlt.

Fast 20 Jahre später kam der Epidemiologe Dr. Steven Wing auf Grundlage der offiziellen Daten zu einem sehr viel klareren Bild über die tatsächlichen Schäden des drittgrößten Reaktorunfalls aller Zeiten (nach Tschernobyl und Fukushima). Er stellte fest, dass in den damals vorherrschenden Windrichtungszonen des radioaktiven Fallouts die Leukämierate acht- bis zehnfach erhöht war. Die Wahrscheinlichkeit, an Lungenkrebs zu erkranken, lag vier- bis sechsmal über dem Durchschnitt. Die Säuglingssterblichkeit ist bis heute weit überdurchschnittlich. Wing wies auch nach, dass die Atomindustrie, geleitet von den PR-Profis von Hill + Knowlton alle offiziellen Studien zu den Auswirkungen des Unfalls auf die Bevölkerung beauftragt und bezahlt hatte.

Das Kernkraftwerk Three Mile Island wurde noch bis 2019 weiter betrieben, der geschmolzene Reaktor 2 ist immer noch nicht betretbar. Frühestens 2074 will man mit seinem Rückbau beginnen. Dieser Reaktorunfall war der erste GAU der Atomgeschichte und ist bis heute der Drittgrößte. Trotz massivster Umweltschäden und schwerwiegender gesundheitlicher Schäden in der Bevölkerung mit bis heute weit überdurchschnittlichen Krebsraten ist dieser Vorfall in der Öffentlichkeit nahezu unbekannt. Hill + Knowlton hat ganze Arbeit geleistet - vertuscht, verdreht, gelegnet und totgeschwiegen.

Vollprofis eben.

DAS MEISTERSTÜCK

Das alles ist jedoch nichts gegen den Coup, mit dem Hill + Knowlton endgültig in die Geschichte als genialste Lügenmanufaktur aller Zeiten einging.

Es war ein denkwürdiger Tag, an dem viele Tränen flossen. Nayirah, eine 15jährige Hilfskrankenschwester in einem Kinderkrankenhaus von Kuwait, erzählte am 10. Oktober 1990 im amerikanischen Kongress eine herzerreißende Geschichte. Das arme Mädchen wollte beobachtet haben, wie grausame irakische Soldaten ihr Krankenhaus überfielen. „Sie nahmen die Babys aus den Brutkästen und warfen sie zum Sterben auf den Boden“, erzählte Nayirah bitterlich weinend und selbst hart gesottene Kongressabgeordnete konnten ihre Tränen nicht mehr halten, als Nayirah eindrucksvoll schilderte wie die Soldaten einige der kleinen nackten Säuglingskörper mit ihren groben Kampfstiefeln zertraten.

Die westliche Welt war schockiert. Die irakische Armee galt als brutal und barbarisch. Die amerikanische Öffentlichkeit war entsetzt und verlangte nach einem sofortigen Eingreifen. Die gesamten westlichen Medien verbreiteten die Geschichte, auch die deutschen Medien berichteten über dieses widerwärtigste aller denkbaren Kriegsverbrechen. Und Präsident George Bush senior ließ aufrüsten. Wenig später begann die Operation Desert Storm - und damit der erste Krieg der USA gegen den Irak.

Nayirah war aber gar nicht Nayirah und Krankenschwester war sie auch nicht. In Wirklichkeit heißt sie Nijirah al-Sabah und ist die Tochter des damaligen kuwaitischen Botschafters in den USA. Die ausgefuchsten PR-Profis von Hill & Knowlton hatten von der Regierung der USA zusammen mit der Kuwaitischen Exilregierung 14

Millionen Dollar erhalten, um sich ein Konzept auszudenken, das die Weltöffentlichkeit von der Notwendigkeit eines Krieges gegen den Irak überzeugen sollte. Das Resultat dieser Überlegungen war die geschilderte Geschichte. Frei erfunden, fake news vom Feinsten oder auch eine große „Verschwörung“ um einen Krieg zu führen, im dem es letztlich nur um Öl ging. Ein Meisterstück der Manipulation, das heute als „Brutkastenlüge“ als Paradebeispiel dafür gilt, wie die Welt durch eine banale Lüge in einen Krieg gestürzt wurde, dessen Folgen bis heute andauern und der die Welt für immer verändert hat. Hill + Knowlton hatte das Mädchen als angebliche Zeugin selbst ausgewählt - unterstützt übrigens auch von Craig Fuller, George Bush Seniors ehemaligem Stabschef, der als stellvertretender Agenturchef das Mädchen persönlich für den Auftritt trainiert hatte. Als die Lüge aufflog, war der Golfkrieg schon vorbei, die 14 Millionen waren dem Konto längst gutgeschrieben und die westlichen Medien - die so leicht dem Charme der sensationellen Schlagzeile erliegen und daher so geradezu lächerlich leicht zu manipulieren sind - haben aus Scham über ihr journalistisches Versagen versucht, die ganze Geschichte vergessen zu machen.

KORRUPTION, DIKTATUREN UND KOPFABSCHLÄGER

Hill + Knowlton's Ruf hat sich in der gesamten Welt herum gesprochen. Sie holt man, wenn es darum geht, der Welt die ganz großen Lügen zu verkaufen oder - informationsstrategisch gesprochen - einen Riesenhaufen Exkreme in ein duftendes Blütenmeer zu verwandeln. Dabei zeigen sich die PR-Profis ethisch-moralischen Bedenken gegenüber als bemerkenswert immun. Gut und richtig ist, was richtig gut bezahlt wird und man lebt mittlerweile ausgezeichnet von der Spezialisierung auf heikle Jobs

und zwielichtige Kunden.

So waren es natürlich auch die Strategen von Hill + Knowlton, die den Korruptionsskandal rund um die Bewerbung Salt Lake City's für die Olympischen Spiele 1998 unter die Auslegeware gekehrt haben. Auch die kommunistische Diktatur China, in der Folter und Todesstrafe an der Tagesordnung und Menschenrechte kaum mehr als ein halber Sack Reis wert sind verdanken den Zuschlag für die olympischen Spiele 2008 einer kommunikativen Schönheitsoperation durch Hill + Knowlton.

Saudi Arabien, gleichfalls Diktatur, in der man nicht nur Menschen öffentlich enthauptet, sondern auch mal missliebige Journalisten unverblümt ermordet und zerstückelt, zählt natürlich ebenso zu den Kunden von H+K und lässt sich gerne mal als Veranstalter von OPEC-Vollversammlungen aufhübschen. Natürlich überlässt der russische Gasmonopolist Gazprom den PR-Profis von Hill + Knowlton die virtuose Vertuschung seiner kriminellen Geschäftsmethoden. Und wenn das afrikanische Botswana zugunsten der Förderung von „Blutdiamanten“ die indigene Bevölkerung gewaltsam vertreiben oder gar durch Genozid massenhaft ermorden lässt, dann kommt Hill + Knowlton und verdreht, verbiegt, verfälscht und vertuscht diese Vorfälle mit einem professionellen Lächeln. Die hoch bezahlten Strategen von Hill + Knowlton haben weder Angst noch Skrupel, sich die Hände schmutzig zu machen und ihre professionelle Dienstleistung scheint sich rund um den Globus einer robusten Nachfrage erfreuen zu können.

Im Frühjahr 2020 haben die New Yorker PR-Experten übrigens ein neues, ganz besonders lukratives Projekt an Land ziehen können. Die WHO hat Hill + Knowlton mit der strategischen Kommunikation der Corona-Pandemie beauftragt...