

Astroturfing

Unter **Astroturfing** versteht man das künstliche Nachahmen einer Bürgerbewegung, die hinter den Kulissen von Unternehmen oder Lobbyorganisationen gesteuert oder finanziert wird. Die Tarnung soll den Geldgebern dazu dienen, von der besonderen Glaubwürdigkeit von Bürgerinitiativen zu profitieren.



Bei solchen künstlichen Bürgerinitiativen werden die Unterstützer meist unter falschen Voraussetzungen und ohne Wissen um die wahren Drahtzieher angeworben. Werden die Auftrag- oder Geldgeber offen benannt und mit tatsächlich Engagierten gearbeitet, bezeichnet man das strategische Einbinden von Bürgerinnen und Bürgern in die politische Interessenvertretung als **Grassroots-Lobbying**.^[1] Astroturfing hat seinen Ursprung in den 1970er Jahren in den USA und finden seit Ende der 1990er Jahre vermehrt in Europa Anwendung.

→ **Überblick LobbyABC: Lobbyismus von A-Z**

Inhaltsverzeichnis

1	Wortherkunft von Astroturfing	1
2	Fallbeispiele Deutschland	2
2.1	Unser Revier - Unsere Zukunft - An Rur und Erft	2
2.2	Gesellschaft zur Förderung umweltgerechter Straßen- und Verkehrsplanung	2
2.3	Schilderüberwachungsverein (SÜV)	2
2.4	Waste Watchers	2
2.5	Bundesverband Landschaftsschutz	3
2.6	Airbnb	3
3	Fallbeispiele EU	4
3.1	Connected Commerce Council (3C)	4
3.2	Campaign for Creativity (C4C)	4
3.3	Edelman The Centre und Grassroots Enterprise	5
3.4	Non-Toxic Solar Alliance	5
4	Astroturfing im Internet: Monsanto und die Bivings Group	5
5	Weiterführende Informationen	6
6	Einzelnachweise	6

Wortherkunft von Astroturfing

Astroturf ist ursprünglich der Name eines Kunstrasenherstellers. Im Englischen ist der Markenname zur allgemeinen Bezeichnung für Kunstrasen geworden. Im Englischen ist der Ausdruck für Bürgerbewegungen aus der gesellschaftlichen Basis *grassroots movement*. Ihr künstliches Nachahmen wird schlicht mit dem Wort für Kunstrasen bezeichnet - Astroturfing.

Fallbeispiele Deutschland

Unser Revier - Unsere Zukunft - An Rur und Erft

Ein Beispiel für Astroturfing ist der Verein [Unser Revier](#). Dabei handelt es sich um eine Bürgerinitiative die sich laut Satzung für die "Nutzung zuverlässiger heimischer Energien" einsetzt.^[2] Gemeint ist damit die Braunkohle, die im rheinischen Braunkohlerevier westlich von Köln in mehreren großen Tagebauen von RWE abgebaut wird. Nach außen betont die Initiative zwar die Unabhängigkeit von RWE, aber es gibt zahlreiche Verbindungen zur Braunkohlelobby. Die relevanten Akteure dabei sind der [Deutsche Braunkohle Industrieverein](#) (DEBRIV) und der [Ring Deutscher Bergingenieure](#) (RDB). Durch die Illusion einer unabhängigen Bewegung soll hier den Interessen der Braunkohlelobby Legitimität verschaffen werden.

Gesellschaft zur Förderung umweltgerechter Straßen- und Verkehrsplanung

Die [Gesellschaft zur Förderung umweltgerechter Straßen- und Verkehrsplanung](#) (GSV) tritt nach außen als neutraler, gemeinnütziger Verein auf und präsentiert sich auf ihrer Webseite als „unabhängig von Parteien und Interessengruppen“,^[3] finanziert sich jedoch u.a. über die Strabag-Tochter Deutsche Asphalt und den ADAC-Südbayern und weist Verbindungen zum Deutschen Asphaltverband und die Asphalt-Mischwerke Oberfranken auf. Pro-Straße-Bürgerinitiativen werden durch die GSV mit professioneller Hilfe bei der Pressearbeit und bei der Strategieentwicklung unterstützt. So findet professionalisierte Lobbyarbeit der Straßenbau- und Automobilbranche hinter dem Deckmantel verschiedener Bürgerbewegungen statt. Durch den Druck dieser Initiativen soll mehr staatliches Geld in den Straßenbau fließen.^[4]

Schilderüberwachungsverein (SÜV)

Der [Schilderüberwachungsverein](#) e.V. (SÜV) wurde im Februar 2014 gegründet und ist nach eigenen Angaben ein Verein „mit dem Zweck, die Verkehrssicherheit in Deutschland durch die qualitative Verbesserung der Verkehrsschilder zu erhöhen“.^[5] Bürger werden u.a. dazu aufgerufen "schlecht erkennbare Verkehrsschilder aufzuspüren [...], die Öffentlichkeit auf diese hinzuweisen und die Erneuerung der Schilder zu forcieren“^[6] Unter anderem aufgrund von personellen Verbindungen mit der Werbeagentur [Die Crew AG](#) und inhaltlicher Übereinstimmung mit dem [Industrieverband Straßenausstattung](#) (IVSt), von dem der SÜV sowohl beratend als auch finanziell unterstützt wird liegt die Vermutung nahe, dass hier eine Bürgerinitiative im Auftrag von Unternehmen künstlich nachgeahmt wird.

Waste Watchers

Waste Watchers war eine vermeintliche NGO im Umweltbereich. Wie der "Spiegel" 1995 enthüllte,^[7] war der Initiator der Organisation jedoch der ehemalige Pressesprecher von Tetra Pak Deutschland. Zudem hatten mindestens vier der sechs Gründungsmitglieder berufliche Verbindungen zu Tetra Pak. Ein weiterer war der Schwiegervater des ehemaligen Pressesprechers. Die Organisation setzte sich mit Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit für den Bau und die Akzeptanz von Müllverbrennungsanlagen ein. Den etablierten Organisationen im Umweltbereich wurde der Vorwurf gemacht, dass ihre Ablehnung von Müllverbrennungsanlagen zu einer Zunahme von Müllbergen im öffentlichen Raum führe. Ziel war die

Diskreditierung der Arbeit von Organisationen wie dem Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND). Dazu kippten sie auf Umweltmessen eimerweise Müll vor die Stände des BUND. Ebenso wurden Desinformationskampagnen initiiert. Darüber hinaus kam es sogar zur persönlichen Verleumdung des Geschäftsführers BUND Baden-Württemberg. Infolge der Veröffentlichungen des "Spiegels" kam es zu einem erheblichen Imageverlust von Waste Watchers. Danach gelang es der Organisation nicht mehr sich öffentlichkeitswirksam zu präsentieren und zu positionieren.

Bundesverband Landschaftsschutz

Der Bundesverband Landschaftsschutz (BLS) wurde 1995 gegründet. Er stellt Argumentationskataloge, fachkundige Referenten und mehr oder weniger wissenschaftliche Untersuchungen zur Verfügung. Dabei wird folgende Argumentation verfolgt: Windkraft zerstöre die Landschaft, sorge für einen Verfall der Grundstückspreise, sei für den Tod von Vögeln verantwortlich und führe zu einer Erhöhung der Energiepreise.^[8]

Nachdem die Vorgehensweise des BLS 1998 in einem Artikel in "Die Tageszeitung" als Astroturfing enttarnt wurde, wurde die Internetpräsenz des BLS aus dem Internet entfernt. Später führte er die Arbeit als Landesverband Landschaftsschutz Niedersachsen fort. Laut BUND handelt es sich dabei um einen "geschickten Schachzug". Den die Bezeichnung als Landesverband deutet darauf hin, dass es in anderen Bundesländern ebenfalls entsprechende Verbände gibt.^[9] Im September 2015 findet sich unter der Web-Adresse bls-landschaftsschutz.de ein "Landesverband Sachsen des Bundesverbandes Landschaftsschutz e. V."^[10]

Airbnb

Der Community-Marktplatz und Onlineübernachtungsdienst Airbnb bietet Privatpersonen die Möglichkeit, ihren Wohnraum zeitweilig gegen ein entsprechendes Entgelt an Gäste zu vermieten.^[11] Im Mai 2014 wurde das Berliner Zweckentfremdungsverbot verabschiedet, nach dem die „Nutzung von Wohnraum zur wiederholten und entgeltlichen Vermietung als Ferienwohnung oder im Rahmen einer gewerblichen Zimmervermietung“ genehmigungspflichtig ist. Damit sollen Wohnraummangel und exponentiellen Mietpreissteigerungen begegnet werden, die Airbnb durch die kurzzeitige Vermittlung von Wohnraum begünstigt.^[12]

Dagegen wehrt sich nun eine durch das Unternehmen im grassroots-Design gegründete Bürgerinitiative. Ihre Anfänge liegen im Berliner Homesharing Club, dessen Mitglieder sich selbst als „Micro-Entrepreneure“ bezeichnen. Ziel ist es, Druck auf regionale Politiker auszuüben und Genehmigungspflichten oder Reglements hinsichtlich der Wohnraumvermietung zu verhindern.^[13] Nach eigenen Angaben von Airbnb sei die Arbeit der inzwischen fast 100 Homesharing Clubs unabhängig.^[14] Ideell sowie finanziell werden sie jedoch durch das Unternehmen unterstützt, das sich um die Gruppenaktivitäten der Aktivisten kümmert, Imagefilme produziert und „Community Organizer“ einstellt, die dabei helfen sollen, weitere Homesharing Clubs in deutschen und amerikanischen Städten aufzubauen.^[15]

Fallbeispiele EU

Connected Commerce Council (3C)

Der Connected Commerce Council mit Sitz in Washington D.C. wurde im August 2021 als gemeinnützige Organisation in das europäische Lobbyregister eingetragen. Als Ziel wurde formuliert, den Zugang von Kleinunternehmen zu wichtigen digitalen Technologien und Tools zu fördern und sich für ein politisches Umfeld einzusetzen, das die Interessen der heutigen kleinen Unternehmen berücksichtigt und respektiert.

Für die Lobbyarbeit stehen 200.000-299.999 Euro/Jahr zur Verfügung.^[16]

3C lässt sich von "Instinctif Partner" unterstützen, ein Unternehmen, das im Hinblick auf strategische und gesellschaftspolitische Kommunikation berät. Zehn Standorte, davon vier in Deutschland, werden ausgewiesen.^[17]

3C trat genau zu dem Zeitpunkt in der EU an, als heftig um den Digital Markets Act und den Digital Service Act gerungen wurde. Eine der weitreichendsten Forderungen war, das "Targeted Advertising", die personalisierte Werbung, zu verbieten oder mindestens abzuschwächen.

Nun kommt der Connected Commerce Council (Partner: Amazone, Google, Square) mit einer Astrosurfing-Kampagne ins Spiel: Kleine Unternehmen, die durch die Corona-Krise in eine schwierige Lage geraten waren und neue Wege finden mussten, ihre Kundschaft anzusprechen, wurden als Partner ausgegeben und tauchen unter "Surviving Coronavirus" auf der Website von 3C auf. Dort werden kleine Unternehmen portraitiert, die durch Google, Amazone, Facebook unterstützt wurden - sehr oft ohne Zustimmung und Wissen der Geschäftsinhaber:innen, laut einer Recherche von Nezik und Wefing für "Die Zeit".

Zum Jahresende 2021 wurde dann durch zwei Briefe an die EU-Parlamentarier Druck aufgebaut:

Kleinunternehmer:innen baten u.a. darum, gegen den Antrag einer Parlamentariergruppe auf Verbot oder Abschwächung der personalisierten Online-Werbung zu stimmen.

Campaign for Creativity (C4C)

Im Jahr 2005 erhielt die Campaign for Creativity (C4C) den erstmals von **Corporate Europe Observatory** in Kooperation mit **LobbyControl**, **Friends of the Earth Europe** und **Spinwatch** verliehenen **Worst EU Lobbying Award**. Hintergrund war die Inzenierung einer politischen Kampagne als Grassroots-Bewegung. Die C4C gab vor, eine **Grassroots-Lobbying-Initiative** von Künstlern, Musikern, Designern, Ingenieuren und Software-Entwicklern zu sein. In Wahrheit handelte es sich jedoch um eine strategische Kommunikationsmaßnahme der Public Affairs Agentur **Campbell Gentry**, deren Auftraggeber einzelne Unternehmen der Software- und Computerbranche, sowie der internationale Verband der Computerindustrie war. Damit bildete er die Speerspitze der Lobby für Software-Patente, die im Europaparlament sehr umstritten waren. Während die grüne Fraktion im Europaparlament im Juni 2005 eine Anhörung mit Patentkritikern zum Patentrecht veranstaltete, verteilte die C4C kostenloses Eis für die Europaabgeordneten. Darauf hatte sie zuvor in einer E-Mail hingewiesen, die an alle Europaabgeordneten verschickt worden war. C4C wurde de facto von Simon Gentry betrieben, der in der Vergangenheit auch Lobbyarbeit für SmithKline Beecham (heute GlaxoSmithKline) zur Biopatent-Richtlinie gemacht hat. Die englische C4C-Webseite verwies vage darauf hin,

dass die Kampagne von Unternehmen wie [Microsoft](#) und SAP und dem internationalen Verband der Computerindustrie ComTIA unterstützt wird. Es gibt auf der Webseite keinen Hinweis darauf, dass der Koordinator der Kampagne, Simon Gentry, von der Lobby-Agentur Campbell Gentry kommt. Die deutsche und französische Fassung der Webseite erwähnen nicht einmal die Unterstützung seitens der Unternehmen und ComTIA für die Kampagne. <ref>"[Campaign for Creativity](#)" erhält "Worst EU Lobbying Award", LobbyControl vom 16.12.2005, abgerufen am 28.10.2016</ref>

Edelman The Centre und Grassroots Enterprise

[Edelman The Centre](#) ist eine der weltweit größten PR-Agenturen. [Grassroots Enterprise](#)^[18] ist eine offizielle Tochter, die die Organisation von Graswurzelbewegungen anbietet. Diese Dienste werden auch in der Filiale von [Edelman The Centre](#) in Brüssel angeboten. [Edelman The Centre](#) und [Grassroots Enterprise](#) agieren dabei als Netzwerkakteur. Laut eigener Angabe schaffen sie Verbindungen zwischen ähnlich Gesinnten um der geplanten Bewegung den nötigen Hintergrund zu geben.^[19] Die Agenturen ermöglichen es Unternehmen, die über die nötige Finanzstärke verfügen, eine Bewegung aus der Gesellschaft zu finanzieren. Diese vertritt dann, wenn der Hintergrund unerkannt bleibt, glaubwürdig die Interessen der Finanziere.

2010 organisierte die Agentur eine Aktion vor dem EU-Parlament in Brüssel, bei der eine Verkostung gentechnisch veränderter Lebensmittel im Mittelpunkt stand. "Farmers Biotech-Network" war die bis dato unbekannte Gruppe, über die die Journalisten als Initiator berichteten. Erst im Nachhinein fand man heraus, dass die Aktion von [EuropaBio](#) finanziert wurde. Dabei handelt es sich um eine Kampagne, die von großen Gentech-Unternehmen, wie z.B. Bayer und [Monsanto](#), finanziert wird. EuropaBio versuchte berühmte Persönlichkeiten, wie Bob Geldorf, Kofi Annan oder den französischen Politiker Claude Allègre als Botschafter zu gewinnen, um die Vorzüge der Gentechnik anzupreisen. Auf Nachfrage bestritten diese Personen jedoch als Botschafter für EuropaBio tätig zu sein. Bob Geldorf erklärte [EuropaBio](#) nicht einmal zu kennen.^[20]

Non-Toxic Solar Alliance

Ende des Jahres 2010 endete in der EU eine Diskussion um die Umweltvorschriften für Solarmodule. Hier nahm die Lobbyorganisation Non-Toxic Solar Alliance (NTSA) Einfluss auf die europäische Gesetzgebung. Gegründet durch die Lobbyagentur Bohnen Kallmorgen und Partner erweckte NTSA den Eindruck eine gemeinnützige Initiative zu sein, bestehend aus Akteuren der Zivilgesellschaft, Wissenschaftlern und Solarunternehmen. Lobbycontrol erarbeitete zur NTSA ein [Dossier](#) und reichte Beschwerde beim deutschen PR-Rat ein. Dieser sprach im Februar 2011 eine Mahnung aus gegen NTSA e.V. sowie gegen Bohnen Kallmorgen und Partner. So wurden die Vorwürfe belegt, dass NTSA sich als „Not-for-Profit-Initiative“ ausgegeben hat um die Produktion von giftstofffreien Photovoltaikmodulen voranzubringen.^{[21][22]}

Astroturfing im Internet: Monsanto und die Bivings Group

Der erste größere Fall von Astroturfing im Internet fand 2002 statt. In verschiedenen Foren kam es zu aggressiven und extremen Kommentaren gegen einen Wissenschaftler, der behauptete, in mexikanischem Mais befinden sich zu großen Teilen genmanipulierte Pollen. Die Schmähkommentare gingen von zwei Personen aus, Mary Murphy und Andura Smetacek. In einer Untersuchung zweier Journalisten kam heraus, dass sich die Kommentare von Mary Murphy auf eine Domain der Bivings Group zurückverfolgen lassen. Dabei handelte es sich um eine PR-Firma, die sich auf Internetlobbyismus spezialisiert hatte. Sie hatte im Auftrag des Biotechnologieriesen [Monsanto](#) gearbeitet - der Firma, die auch AstroTurf™ (Kunstrasen) entwickelt und patentiert hatte. Zudem fanden die Journalisten heraus, dass die IP-Adresse von Andura Smetacek zum Hauptquartier von [Monsanto](#) in St. Louis, Missouri gehörte.^[23]

Weiterführende Informationen

- [Überblick LobbyABC: Lobbyismus von A-Z](#)
- [These astroturf libertarians are the real threat to internet democracy](#) The Guardian vom 13.12.2010, abgerufen am 28.10.2016
- [\(Astro\)Turf Wars \(Film\)](#), abgerufen am 28.10.2016
- [Fallstudie "Unser Revier": Eine "Bürgerinitiative" der Braunkohlelobby](#) LobbyControl vom 11.05.2016, abgerufen am 28.10.2016
- Robin Wood, Linke Medienakademie, LobbyControl, klimaretter.info: [Tagungsdokumentation "Wenn Konzerne den Protest managen"](#), pdf, 20 Seiten, 2015, abgerufen am 28.10.2016

Einzelnachweise

1. ↑ [A. Irmisch: Astroturf. Eine neue Lobbyingstrategie in Deutschland?](#), Wiesbaden 2011, S. 23ff.
2. ↑ [Satzung](#), Webseite von Unser Revier, abgerufen am 28.10.2016
3. ↑ [Wir über uns](#), Webseite des GSV, abgerufen am 28.10.2016
4. ↑ [Versteckspiel der Asphaltlobby](#), lobbycontrol.de vom 28.04.2009, abgerufen am 28.10.2016
5. ↑ [Wer wir sind](#), schilderueberwachungsverein.de, abgerufen am 28.10.2016
6. ↑ [Was wir tun](#), schilderueberwachungsverein.de, abgerufen am 28.10.2016
7. ↑ [„Glaubt den Narren nicht“](#), Spiegel vom 28.08.1995, abgerufen am 28.10.2016
8. ↑ [A. Irmisch: Astroturf. Eine neue Lobbyingstrategie in Deutschland?](#), Wiesbaden 2011, S. 28.
9. ↑ [Tricks der Konzerne](#), bund.net vom 20.01.2013, abgerufen am 28.10.2016
10. ↑ [Impressum](#) bls-landschaftsschutz.de, abgerufen am 28.10.2016
11. ↑ [Airbnb Über uns](#), abgerufen am 11.11.2016
12. ↑ [Serviceportal Berlin: Zweckentfremdung von Wohnraum](#), abgerufen am 11.11.2016
13. ↑ [Bastian Brauns: Lobbyismus mit der Crowd](#), Zeit Online am 04.11.2016, abgerufen am 09.11.2016
14. ↑ [Airbnb Host Movement](#), abgerufen am 11.11.2016
15. ↑ [Erik Peter: Die Zweckentfremdung](#), taz.de am 31.10.2016, abgerufen am 09.11.2016
16. ↑ [Transparenz-Register der EU](#), abgerufen am 25.1.2022
17. ↑ [Instinctif-über uns](#) abgerufen am 25.1.2022
18. ↑ [Webseite der Grassroots Enterprise](#), abgerufen am 28.10.2016
19. ↑ [About](#), Webseite Grassroots Enterprise, abgerufen am 28.10.2016
20. ↑ [EuropaBio: Gentechnik-Verband blamiert sich mit Pannen-PR](#), Spiegel vom 21.10.2011, abgerufen am 28.10.2016
21. ↑ [Ratsspruch des drpr 02/2011](#), abgerufen am 4.4.2017
22. ↑ [lobbycontrol: Die Non Toxic Solar Alliance – fragwürdige Schöpfung einer Lobbyagentur](#), abgerufen am 4.4.2017
23. ↑ [These astroturf libertarians are the real threat to internet democracy](#), The Guardian vom 13.12.2010, abgerufen am 28.10.2016