

Astroturfing

Unter **Astroturfing** versteht man das künstliche Nachahmen einer Bürgerbewegung oder Bürgerinitiative im Auftrag von Unternehmen, PR-Firmen oder politischen Institutionen. Durch die Illusion einer unabhängigen Massenbewegung soll den eigenen Interessen Legitimität verschafft werden. Bei den künstlich initiierten Bürgerinitiativen werden Unterstützer meist unter falschen Voraussetzungen und ohne Wissen um die wahren Drahtzieher akquiriert. Es handelt sich also um intransparente Kommunikation einer Interessenkoalition von vermeintlich selbstbestimmten, vermeintlich unabhängigen und vermeintlich real existierenden Unterstützern. Insofern der Auftraggeber oder Finanzier offen benannt wird und mit tatsächlich Engagierten gearbeitet wird, gilt das strategische Einbinden von Bürgern in die politische Interessenvertretung als Strategie des [Grassroots-Lobbying](#).^[1] Astroturfstrategien haben ihren Ursprung in den 1970er Jahren in den USA und finden seit Ende der 1990er Jahre vermehrt in Europa Anwendung.

Inhaltsverzeichnis

1	Wortherkunft	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
3	Fallbeispiele EU	3
3.1	Campaign for Creativity (C4C)	3
3.2	Edelman The Centre und Grassroots Enterprise	4
4	Astroturfing im Internet	4
4.1	Monsanto und die Bivings Group	4
5	Weiterführende Informationen	4
6	Einzelnachweise	4

Wortherkunft

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 - Astroturf.

Fallbeispiele Deutschland

Unser Revier - Unsere Zukunft - An Rur und Erft

Der Verein [Unser Revier](#) ist 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 Bewegungen 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. Letztlich ist die GSV eine Vorfeldorganisation der Asphalt- und Baulobby, um lokale Initiativen für mehr Straßen aufzubauen. 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" 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]

Fallbeispiele EU

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 Grassrootsbewegung.

Die C4C gab vor, eine **Grassroots-Lobbyinginitiative** 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 wird 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 weist 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 CompTIA für die Kampagne.^[11]

Edelman The Centre und Grassroots Enterprise

[Edelman The Centre](#) ist eine der weltweit größten PR-Agenturen. Grassroots Enterprise 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.^[12] 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 Finanziers.

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.^[13]

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 handelt es sich um eine PR-Firma, die sich auf Internetlobbyismus spezialisiert hat. 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.^[14]

Weiterführende Informationen

- [These astroturf libertarians are the real threat to internet democracy](#) The Guardian, 13.12.2010.
- [\(Astro\)Turf Wars](#) (Film)
- [The Tea Party movement and the oil billionaire](#) The Guardian. Ausschnitt aus (Astro)Turf Wars.
- [The billionaire brothers who are waging a war against Obama](#). The New Yorker, 30.08.2010.
- [Fallstudie "Unser Revier": Eine "Bürgerinitiative" der Braunkohlelobby](#) LobbyControl, 11. Mai 2016
- Robin Wood, Linke Medienakademie, LobbyControl, klimaretter.info: [Tagungsdokumentation "Wenn Konzerne den Protest managen"](#), pdf, 20 Seiten, 2015

Einzelnachweise

- ↑ A. Irmisch: Astroturf. Eine neue Lobbyingstrategie in Deutschland?, Wiesbaden 2011, S. 23ff.

2. ↑ [Satzung](#), Webseite von Unser Revier, abgerufen am 20.05.2016
3. ↑ [Wir über uns](#), Webseite des GSV, abgerufen am 13.06.2016
4. ↑ [Versteckspiel der Asphaltlobby](#), lobbycontrol.de vom 28.04.2009, abgerufen am 13.06.2016
5. ↑ [Wer wir sind](#), schilderueberwachungsverein.de, abgerufen am 13.06.2016
6. ↑ [Was wir tun](#), schilderueberwachungsverein.de, abgerufen am 13.06.2016
7. ↑ [„Glaubt den Narren nicht“](#), Spiegel vom 28.08.1995, abgerufen am 14.06.2016
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 13.06.2016
10. ↑ [Impressum](#) bls-landschaftsschutz.de, abgerufen am 13.06.2016
11. ↑ [“Campaign for Creativity” erhält “Worst EU Lobbying Award”](#), LobbyControl vom 16.12.2005, abgerufen am 13.06.2016
12. ↑ [About](#), Webseite Grassroots Enterprise, abgerufen am 13.06.2016
13. ↑ [EuropaBio: Gentechnik-Verband blamiert sich mit Pannen-PR](#), Spiegel vom 21.10.2011, abgerufen am 13.06.2016
14. ↑ [These astroturf libertarians are the real threat to internet democracy](#), The Guardian vom 13.12.2010, abgerufen am 13.06.2016