

Sehr schräge Manöver

Die Übernahme der US-Firma *Monsanto* lohnt sich für die *Bayer AG* nur, wenn das Pestizid Glyphosat nicht verboten wird. PR-Firmen werden in Stellung gebracht: Sie amseln und nachtigallen aus allen Rohren.

Ein *Traité* von **Bernd Ziese**

Seit die 62,5 Milliarden Dollar teure Übernahme der US-Saatgutfirma *Monsanto* läuft (nach der EU müssen auch die USA noch den Handel genehmigen), gehört es zu den Pflichten der *Bayer AG*, sich in der Öffentlichkeit für das Unkrautvernichtungsmittel „Roundup“ und seinen Wirkstoff Glyphosat zu verwenden: Denn das ist *Monsantos* Verkaufsschlager.

Indes, Verbraucherschützer und Umweltverbände, Sozialdemokraten, Grüne und Öko-Institute sonder Zahl haben sich geradezu verschworen gegen das „Totalherbizid“ (so der Fachjargon), das sie für hochgefährlich halten. Schon 2015 hatte die Weltgesundheitsorganisation (WHO) den Unkrautvernichter als „wahrscheinlich krebserregend“ bezeichnet.

Werner Baumann (55), Vorstandschef der *Bayer AG* (Umsatz 35 Mrd. Euro), lässt gleich drei PR-Firmen beschäftigen, um die Vorzüge eines Zusammen-

schlusses mit *Monsanto* (Umsatz: ca. zwölf Mrd. Euro) im Allgemeinen und von Glyphosat im Besonderen den Zielgruppen klarzumachen. Zu Unrecht, sagt der Konzernstratege, gelte der US-Pestizid- und Saatguthersteller hierzulande als „die Inkarnation des Bösen“.

Auch Bayers Börsenwert hat gelitten

Nun, darüber gehen die Meinungen auseinander. Der Saatgutkonzern aus St. Louis im US-Bundesstaat Missouri steht seit vielen Jahren auf der ganzen Welt in der Kritik wegen seiner angriffigen und nicht selten zweifelhaften Geschäftspraktiken, wegen seiner gentechnisch veränderten Produkte und vor allen Dingen wegen des Pestizids Glyphosat, dessen Gesundheitsgefahren

dem amerikanischen Hersteller bekannt und von diesem vertuscht worden sein sollen – was dieser allerdings feierlich bestreitet.

Für *Bayer* stellt das hundsmiserable Image von *Monsanto* ein ernstes Problem dar. Denn der US-Gentechnik- und Pestizidgigant gilt allenthalben als Symbol für das Schlechte und Durchtriebene im Kapitalismus.

Auch das Ansehen der *Bayer AG* selbst steht nun auf dem Spiel – genau wie der Ruf von Werner Baumann, der das rheinische Traditionsunternehmen in ein Abenteuer führt und dessen Vorgänger Marijn Dekkers 2016 vorzeitig zurücktrat, weil er gegen eine *Monsanto*-Übernahme gewesen war.

Mit der Aneignung würde *Bayer* zum weltgrößten Agrochemie-Unternehmen aufsteigen, mehr als 30 Prozent des Saatgut- und ungefähr ein Viertel des Pestizidmarkts sowie ebenfalls ein ▶





Da bleibt kein Auge trocken „Roundup“ blitzt und ätzt laut Werbung alles weg.

Viertel aller Patente kontrollieren. Kritik an der Neu-Eroberung hört man nicht gern, zumal auch der Börsenwert der Bayer AG in den vergangenen zwölf Monaten um mehr als rapide zehn Prozent auf 84 Mrd. Euro abgeknickt ist.

Zehn Millionen Euro im Jahr soll Bayer bereitgestellt haben für den Psychokampf gegen den grünen Zeitgeist. Eingeweihte behaupten dies. Der Konzern erklärt, dass es kein „ausschließlich auf Glyphosat bezogenes Budget“ gebe.

Sei dem, wie ihm wolle: In der öffentlichen Meinung steht Bayer auf verlorenem Posten. Nur selten hört oder liest man in Leverkusen Gutes über Monsanto und Glyphosat, dem meistverkauften Unkrautvernichtungsmittel der Welt. Umso größer ist die Genugtuung, wenn sich einmal irgendjemand irgendwo in dieser Sache auf die Seite von Bayer schlägt.

Besondere Freude erregten in diesem Betracht die verbreiteten Ansichten der

Redaktion Novo in Berlin: Gleich 18 Mal in den vergangenen fünf Jahren fanden sich Freundlichkeiten unter Überschriften wie „Die Heuchelei der Bio-Lobby“, „Wenn Pflanzenschutzmittel nicht krank machen“ oder „Lasst Glyphosat in Ruhe!“ Auf Twitter nachtigallte Bayer-Pressechef Christian Maertin jüngst über das Novo-Team: „Besser kann man es nicht auf den Punkt bringen.“

Was der Bayer-Mann ungezwitschert ließ: Die Novo-Schreibkräfte bilden eine der heißesten Krawalltruppen der politischen Debatte – und sie veröffentlichen ihre Traktate mittelbar auch mit dem Geld von Bayer und anderen Konzernen.

Hatten trotz kommunistischer Studenten und Revolutionäre der Gruppe Linkswende 1992 mit der Gründung ihrer Zeitschrift ein antikapitalistisches, antirassistisches Forum schaffen wollen, verteidigen die Novo-Redakteure heute u. a. die Chemiebranche mit ähnlicher Vehemenz wie einst das Proletariat.

Gründungs-Chefredakteur und Herausgeber war Thomas Deichmann, 2011 wurde er Pressesprecher in der BASF-Pflanzenschutzsparte. Heute arbeitet der Mittfünfziger für die Brain AG, die Auftragsforschung für die Pharma-, Lebensmittel- und Chemieindustrie betreibt, auch für Bayer.

Mehrere Autoren waren oder sind direkt oder indirekt mit der Pflanzenschutzindustrie verbandelt – und keineswegs unabhängige Experten, wie der Bayer-Sprecher Maertin nahelegt.

Chefredakteur Johannes Richardt, Gründungsmitglied des Vereins Freiblickinstitut, räumte schon vor dreieinhalb Jahren ein, dass seine Zeitschrift sich nicht zuletzt durch die Zusammenarbeit mit „externen Kooperationspartnern“ finanziere, wie dem Industrieverband Agrar – eine Lobbyorganisation für 54 Unternehmen der agrochemischen Industrie.

Sein Haus stehe für „größtmögliche Transparenz“, sagt Bayer-Sprecher

Maertin auf Anfrage von BILANZ. Bayer veröffentliche grundsätzlich keine Beiträge im Internet, deren „Absender nicht klar erkennbar sind“.

In einem internen Papier mit der Überschrift „Social Media Guidance @ Bayer“ listet der Konzern „goldene Regeln“ für den Umgang mit der Öffentlichkeit auf. Eine davon: „Wenn Du Kommentare über Bayer machst, identifiziere Dich selbst, damit die Leute wissen, dass Du über Deinen Arbeitgeber schreibst.“

Doch im Zuge der Übernahme von Monsanto und im Toben um den Unkrautvernichter Glyphosat, dem ein Totalverbot in Europa droht, geraten diese Grundsätze offensichtlich schnell in Vergessenheit. Die Verbindung mit Novo ist kein Einzelfall:

- Bayer-Mitarbeiter verknüpfen ihre Thesen zur Bestätigung gern mit Pro-Glyphosat-Lobbyisten, die auf den ersten Blick nicht als solche zu erkennen sind, zum Beispiel mit Martin May („Glyphosat ist weniger giftig als Kochsalz!“), Sprecher des Industrieverbands Agrar. Auf der Start-Seite der Lobbyisten fehlt der Hinweis auf die Unternehmen, die hinter der Veranstaltung stehen.

- Der Konzern betreibt Diskussionsseiten im Internet, auf denen die Beiträge von Mitarbeitern nicht ausdrücklich als solche gekennzeichnet werden. Bestes Beispiel: eine Debatte über die Glyphosat-Kritik des WWF, bei der fast die Hälfte aller Beiträge aus dem Konzern oder der mit ihm verbundenen Firmen stammten, ohne dass dies ersichtlich gemacht wurde.

- Behauptungen ihrer Kritiker zufolge soll die Bayer AG in den Sozialen Medien auch fingierte Konten eröffnet haben, um ihre Botschaften automatisiert unters Volks zu bringen. Mindestens ein Fall wurde dokumentiert: Mit dem

Computerprogramm „RobBay25“ positionierte Bayer seine Glyphosat-Botschaft auf Twitter zielgerichtet gegen Kritiker. Das Unternehmen arbeitet seit Langem gemeinsam mit Microsoft am Einsatz solcher Automaten („Bots“), die menschliches Verhalten simulieren – zum Beispiel in der Personalwerbung.

- Erst in letzter Minute verhinderte der Konzern die Verbreitung von „Infografiken“ zum Thema Glyphosat, die unabhängige Medien in ihre Berichterstattung einbauen sollten. Die Idee stammte laut Bayer von der PR-Agentur Hering Schuppener. Die redaktionellen Angebote seien jedoch „nie zum Einsatz“ gekommen. Externe Kritiker

Von verdeckter PR-Arbeit hat Bayer keine Ahnung

wollen jedoch wissen, dass dennoch einige Redaktionen von Bayer-Unterstützern mit einschlägigem Material beliefert worden seien.

Michael Preuss, Chef der Bayer-Gesamtkommunikation, wurde im vergangenen Jahr als „PR-Manager des Jahres 2016“ ausgezeichnet. Bayer habe schon vor der Bekanntgabe der Übernahme von Monsanto, hieß es bei der Preisverleihung in Koblenz, mit Hilfe der Agenturen CNC, Brunswick und Hering Schuppener ein „minutiöses Drehbuch“ für die folgende PR-Schlacht entwickelt.

Bayer stellt dies in Abrede und legt Wert auf die Feststellung, es gebe kein spezielles Kommunikationskonzept zum Thema Glyphosat.

Nach dem Abschluss der Vereinbarung mit Monsanto hatte Bayer-Chef Baumann die Skeptiker noch mit dem Argument zu besänftigen versucht, dass der US-Konzern nach seiner Einverleibung durch die Leverkusener die „Bayer-Kultur“ übernehmen werde. Jetzt

sieht es so aus, als ob eher Bayer die zweifelhaften Methoden von Monsanto übernimmt.

Monsanto beschäftigt in Europa – zusätzlich zu den drei PR-Agenturen von Bayer – mindestens vier weitere Propagandisten. Dazu gehört auch die sogenannte „Glyphosate Task Force“ (GTF), die aus dem Brüsseler Büro der PR-Firma Hume Brophy operiert.

Zuletzt machte Monsanto dort negative Schlagzeilen, als der Konzern im Herbst 2017 die Teilnahme an einer öffentlichen Anhörung zu seinen Geschäftspraktiken in der Vergangenheit verweigerte.

Das Europäische Parlament entzog daraufhin den Mitarbeitern des Konzerns die Zugangsausweise zu den Büros der Abgeordneten – eine Katastrophe für jeden Lobbyisten.

Bayer selbst fiel in der Vergangenheit nur relativ selten durch verdeckte PR-Arbeit auf. Ende 2015 kassierte der Konzern eine offizielle Rüge des Ethikrats in Österreich wegen „planmäßiger Täuschung“ durch gefälschte Beiträge im Internet.

Damals ging es um die umstrittene Hormonspirale „Mirena“, die eine PR-Agentur im Auftrag des Konzerns verdeckt als völlig ungefährlich vermarktet hatte. Und im Dezember 2017 enthüllte die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ den fragwürdigen Umgang von Bayer mit dem „obskuren politischen Blog“ Sciencefiles, der sich zur Freude des Konzerns über das Insektensterben in der Landwirtschaft lustig macht.

Gelernt haben die Öffentlichkeitsarbeiter aus der Kritik der Zeitung offenbar wenig: Sciencefiles gehört exakt in den gleichen politischen Dunstkreis wie Novo. Der Blog-Betreiber Michael Klein schreibt regelmäßig für Novo, das Magazin verknüpft im Gegenzug auf seine Seite Sciencefiles. Hier schließt sich der Kreis – und Bayer tanzt mittendrin im politischen Sektenreigen. □