
Konrad Adenauer

Stefan Beucke, Jochen Meiring und Maximilian Russ

1 Einleitung

Aus politischer Perspektive kann die 14-jährige Amtszeit Konrad Adenauers mit der Anerkennung der Souveränität der Bundesrepublik Deutschland (BRD), der Gründung der Bundeswehr, Debatten über Notstandsgesetze und Atomwaffenbesitz, dem Bau der Berliner Mauer und dem Kennedy-Besuch als ereignisreich bezeichnet werden. Obwohl sich der erste deutsche Kanzler insbesondere auch in ausländischen Medien geschickt zu inszenieren wusste, sind es besonders die medialen Rahmenbedingungen im eigenen Land, welche für ihn eine maßgebliche Rolle spielten. Adenauers Medienverständnis wird auch darin deutlich, wie er die Rahmenbedingungen mitprägte und im Laufe der Jahre seinen Bedürfnissen anzupassen versuchte.

2 Das Mediensystem der 1950er Jahre

In der Betrachtung bedeutender Veränderungen des Mediensystems der Bundesrepublik ist ein besonders tiefgreifender Einschnitt bereits vor der eigentlichen Gründung der BRD zu verorten. Die auf der Potsdamer Konferenz beschlossenen Ziele der Entmilitarisierung, Entnazifizierung, Demokratisierung und Dezentralisierung spiegeln sich medienpolitisch nicht nur kurzfristig in der alliierten Informations- und Medienkontrolle wider, sondern besitzen auch langfristige Auswirkungen weit über die Zeit der Besatzung selbst hinaus, indem sie die später zu festigende mediale Grundkonstellation überhaupt erst kreierten (Kutsch 1999, S. 59). Ausgehend von der Besatzungszeit mussten sich Presse und Rundfunk zunächst etablieren, um sich anschließend analog zum deutschen Wirtschafts-

wunder kontinuierlich zu entwickeln – was zu einer stetigen Neudefinition der medialen Rahmenbedingungen führte. Eine Betrachtung mithilfe des erweiterten Vergleichs-Ansatzes (Blum 2005) offenbart in jenem Mediensystem, innerhalb dessen der erste deutsche Kanzler agierte, unterschiedliche Linien für Rundfunk und Pressewesen (s. Kapitel Theoretische Rahmung).

2.1 Die Presse

Mit dem *Handbook for the Control of German Information Services* legten die Alliierten bereits vor Ende des Zweiten Weltkrieges, am 16. April 1945, ein Dokument vor, das zunächst alle deutschen Medien verbot und die Genehmigung neuer Lizenzzeitungen ab August 1945 regelte. Das strategische Ziel, ein föderales und pluralistisches Pressesystem in der Bundesrepublik zu etablieren, setzten die westlichen Besatzungsmächte dabei bis 1949 auf unterschiedliche Weise um: Während die Briten ein außenpluralistisches Konzept verfolgten, in welchem sie Lizenzen an Sympathisanten politischer Richtungen vergaben, erteilten die Amerikaner mehreren Personen unterschiedlicher politischer Ausrichtungen eine gemeinsame Lizenz (Binnenpluralismus). In der französischen Zone bekamen erst unabhängige Lokalzeitungen Lizenzen, dann wurden klassische Parteizeitungen entwickelt (Koszyk 1999, S. 41ff.). Unter anderem die *Süddeutsche Zeitung* (1945) sowie die *Zeit* (1946) wurden in diesen Jahren als Lizenzzeitungen gegründet.

Als wirklicher Durchbruch für die deutsche Presselandschaft darf jedoch erst das Inkrafttreten des Gesetzes Nr. 5 der Alliierten Hochkommission von 1949 bezeichnet werden, das eine Generallizenz erteilte. Dies führte zu einem schnellen Anstieg der Zeitungstitel von 165 am Ende der Lizenzierungszeit auf über 600 – u. a. durch die Gründungen der *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (1949) und *Bild* (1952) – sowie einem Konkurrenzkampf zwischen Altverlegern und den mittlerweile etablierten Lizenzverlegern (Pürer und Raabe 1996, S. 108). Besonders Boulevardblätter erreichten in den Folgejahren eine große Leserschaft. So steigerten die populären Magazine *Revue*, *Quick* und *Stern* ihre Auflage von Mitte der 50er bis Anfang der 60er Jahre jeweils von etwa einer halben auf über eine Million (Pawek 1965, S. 152; Glasenapp 2003, S. 132). Insbesondere das Wachstum der *Bild*-Zeitung, die 1957 bereits 25 Millionen Leser erreichte, steht exemplarisch für eine zunehmende Pressekonzentration, die für die Medienarbeit des ersten Kanzlers jedoch noch eine untergeordnete Rolle spielte. Bis Ende der 50er Jahre konnte zudem *Der Spiegel* durch investigative Recherche und z. B. eine Debatte bezüglich der Notstandsgesetze seine Bedeutung als Nachrichtenmagazin ausbauen. Auf institutioneller Ebene kann neben der Etablierung des *Deutschen Presserates* als Selbstkontrollgremium 1956

vor allem die Gründung des *Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)* 1954 als Stärkung des Pressesystems in einer demokratischen Ordnung gewertet werden (Wilke 1999, S. 802f.).

2.2 Der Rundfunk

In den Jahren 1948-1949 wurden in den westlichen Besatzungszonen sechs Rundfunkanstalten gegründet, welche das Fundament für das Rundfunksystem der BRD bilden sollten. Die nach dem Vorbild der BBC geschaffene öffentlich-rechtliche Organisation etablierte selbstverwaltete Anstalten mit Rundfunkrat, Verwaltungsrat sowie Intendanten und garantierte damit die von den Besatzungsmächten erwünschte Staatsferne. Aufgrund der zunächst schlechten wirtschaftlichen Lage, in welcher sich private Sendeanstalten nur sehr schwer hätten etablieren können, scheint dieser Organisationsansatz in den ersten Jahren der BRD folgerichtig (Papier und Möller 1999, S. 457). Bis 1955 hatte gar die Alliierte Hohe Kommission das Recht inne, alle „von der Regierung [...] getroffenen Maßnahmen, die diese Freiheit [des Rundfunks] bedrohen könnten, für ungültig zu erklären oder aufzuheben“ (Gesetz über Presse, Radio, Informationsdienste und Unterhaltung, zit. n. Lüders 1952, S. 101ff.). Die ursprüngliche Skepsis des deutschen Volkes gegenüber der Ausgestaltung des Systems – Gegner bezeichneten diese als Besatzungsdiktat – wird in dessen gesetzlicher Ausgestaltung deutlich. So ist die „Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk“ zwar im Artikel 5 des Grundgesetzes verankert, die öffentlich-rechtliche Organisationsweise wurde vom parlamentarischen Rat dort jedoch nicht festgeschrieben, was das System an sich – mindestens bis zum ersten Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes (s. Abschnitt 4.2.3 in diesem Kapitel) angreifbar machte (Diller 1999, S. 149).

Während mit Bayerischem Rundfunk (BR), Hessischem Rundfunk (HR), Süddeutschem Rundfunk (SDR), Radio Bremen (RB) und Südwestfunk (SWF) fünf der sechs Ur-Anstalten bis weit über die Regierungszeit Adenauers hinaus in ihrer ursprünglichen Organisationsform existierten, nutzen die Länder die Neugründungen des WDR und des NDR, welche 1956 aus dem NWDR hervorgingen, dazu, ihren Einfluss auf die Sender zu erweitern. Dies erreichten sie, indem ihre Rundfunkräte – anders als bei den bisherigen Anstalten öffentlichen Rechts – vom Landtag durch Verhältniswahl zu bestimmen waren und darüber hinaus mit dem Recht ausgestattet wurden, den Verwaltungsrat zu wählen (Diller 1999, S. 150f.). Als weitere Anstalten öffentlichen Rechts sendeten ab 1954 der Sender Freies Berlin (SFB) und ab 1957 der bis dato als GmbH organisierte Saarländische Rundfunk (SR)

ein Programm. Insgesamt waren die direkten Einflussmöglichkeiten der Bundesregierung auf die Sender eher gering (Koch und Glaser 2005, S. 285).

Bis Mitte der 50er Jahre hatte der Hörfunk praktisch eine Monopolstellung unter den elektronischen Medien inne. Obwohl neue Radiogeräte gemessen am Durchschnittseinkommen relativ teuer waren, hörten in der BRD 1951 80 Prozent und bis 1956 gar 93 Prozent aller Erwachsenen Radio (Kiefer 1999, S. 429). Erklärungen für den Erfolg des Hörfunks sind in der Kreation einer Gegenwelt zum tristen Alltag, in der meist häuslichen Abendgestaltung der damaligen Zeit und im Mangel an Unterhaltungsalternativen zu finden (Schildt 1999, S. 635f). Während sich aktuelle Hörfunknachrichten noch bis in die 60er Jahre großer Beliebtheit erfreuten, war der regelmäßige oder gelegentliche Konsum von expliziten Politiksendungen eher die Ausnahme (Meyen 2010, S. 313).

1950 schlossen sich die damaligen sechs Rundfunkanstalten zur ARD zusammen, um ein gemeinsames Fernsehprogramm zu senden – ab 1952 noch unter Regie des NWDR, ab 1954 dann als Gemeinschaftsprojekt *Deutsches Fernsehen*. Nach dem 1. Rundfunkurteil, mit dem die Karlsruher Verfassungsrichter 1961 Adenauers Plänen eines von Regierungsseite kontrollierbaren Rundfunksenders einen Riegel vorschoben (s. Abschnitt 4.2.3 in diesem Kapitel), einigten sich die Länder darauf, eine gemeinnützige öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt zu gründen: 1963 startete das ZDF seinen Dienst und löste damit das seit 1961 sendende zweite Programm der ARD ab. Als echte Alternative zum Hörfunk trat das Fernsehen allerdings erst in den letzten Regierungsjahren Adenauers in Erscheinung. Zwar machte der Fernseher dem Radiogerät ab Mitte der 50er seine herausragende Stellung erfolgreich streitig, den entscheidenden Nutzerschub bekam das neue Medium jedoch erst in der vierten und letzten Amtszeit Adenauers (1961-1963). Damals stieg der Anteil jener Personen, die im eigenen Haushalt Zugriff zu einem TV-Gerät hatten, von 32 Prozent auf 50 Prozent an und machte das Fernsehen damit erst zu einem wirklich bedeutenden Medium dieser Zeit (Meyen 2010, S. 309). Obwohl ab Anfang der 1960er Jahre kritische Magazine wie *Panorama* und *Report* gesendet wurden, erlebte Politikberichterstattung fernab bloßer Nachrichtensendungen selbst 1964 noch ein Nischendasein (Meyen 2010, S. 318).

2.3 Systematische Analyse des Mediensystems

Der Rundfunk der jungen BRD wird von einer regulierten Linie (s. Abschnitt 2.3 im Kapitel Theoretische Rahmung) bestimmt: Er ist in öffentlichem Besitz, folgt einem Public-Service-Auftrag und wird durch den Staat finanziert. Die Presse hingegen ist – gerade mit dem Untergang der Parteiblätter – vorwiegend in Privat-

besitz, kommerziell orientiert und wird durch den Markt finanziert. Während das Regierungssystem von Adenauer bis Merkel konstant demokratisch bleibt, hat sich die politische Kultur im Land erst in den letzten Jahren in Richtung Konkordanz entwickelt – was sich anschaulich mit dem Beispiel der Diskussion um eine neue Rundfunkordnung belegen lässt. Zensur findet nach Auflösung der Alliierten Hohen Kommission und durch das in §5 GG festgeschriebene Zensurverbot praktisch nicht mehr statt – die Medienfreiheit des Systems folgt fortan einer liberalen Linie, wenngleich wenige Zensur-Ausnahmen existieren. Zudem blockt das liberale System Versuche direkter staatlicher Medienkontrolle ab, was insbesondere an der Reaktion auf den Versuch der Gründung einer Adenauer unterstellten Rundfunkanstalt deutlich wird (s. Abschnitt 4.2.3 in diesem Kapitel). Mit dem vom Staat unabhängigen Presserat wird 1956 sogar ein liberales Werkzeug zur Selbstkontrolle etabliert. Obwohl Adenauer die Rundfunk- und Presselandschaft in der Öffentlichkeit als überwiegend sozialdemokratisch dominiert bezeichnet, scheint die Berichterstattung schon zu Beginn der Bonner Zeiten als ausgeglichen – die öffentlich-rechtlichen Anstalten sowie das Pressewesen skizzieren eine ambivalente Linie der Medienkultur (Neuberger und Kapern 2013, S. 72). Das von den Besatzungsmächten langfristig erreichte Ziel des Pluralismus deutet einen schwachen politischen Parallelismus an. Zwar prägten in den 1940er Jahren noch die Besatzer selbst und zu Beginn der 1950 Jahre die Parteien das Pressewesen, in den 1950ern jedoch erfolgte eine zunehmende Verschiebung in Richtung kommerzieller Presse.

3 Von Köln nach Bonn – Adenauers Medienerfahrung vor der Kanzlerschaft

Über Adenauers Umgang mit den Medien vor seiner Kanzlerschaft ist wenig bekannt. Der Forschungsstand ist hier, trotz der umfassenden Adenauer-Forschung, recht dürrtig. Neben zwei Studien zur Informationspolitik in der Adenauer-Zeit (Buchwald 1991; Hoffmann 1995) beschäftigt sich ein Band der Rhöndorfer Gespräche explizit mit Adenauer und den Medien (Appel 1988; Holzamer 1988; Krueger 1988; Küsters 1988; Schulze-Vorberg 1988). Ansonsten finden sich hierzu in eigenen Briefen und Aufzeichnungen von Adenauer (Adenauer 1986; Adenauer 2004; Vollhardt 2004), die im Nachhinein bearbeitet und veröffentlicht wurden, sowie von einigen wenigen weiteren Adenauerforschern (Gottschalk 2013; Koch 1985; Luchsinger 1988; Maier 2007; Mensing 2007; Schwarz 2000; Schwarz 1991; Schwarz 1986) vereinzelt Informationen. Küsters bemerkt in seinen Ausführungen bei einem der Rhöndorfer Gespräche einleitend, dass „sich in den ‚Erinnerungen‘

[Adenauers] nur vereinzelt Gedanken über die Presse finden“. Lediglich in den „Teegesprächen“, in Briefen und Reden Adenauers und in Erinnerungen ehemaliger Mitarbeiter eröffnen sich etwas tiefere Einblicke in sein Verhältnis zu den Medien. Aufgrund des Mangels an empirischen Studien und Veröffentlichungen über dieses Spannungsfeld muss jedoch von einem wenig erschlossenen Forschungsfeld gesprochen werden (Küsters 1988, S. 13ff.).

Es ist davon auszugehen, dass sich Adenauer durch sein hohes Alter zum Antrittsbeginn seiner Kanzlerschaft auf einen breiten Fundus von Medienerfahrungen stützen konnte. Er ist im wilhelminischen Kaiserreich groß geworden, hat beide Weltkriege miterlebt, die Epoche der Weimarer Republik mit ihrer Meinungspressen kennengelernt und hatte schon während seiner Bürgermeisterzeit in Köln eine politische Funktion inne, die ihm erhebliche Erfahrungen im Umgang mit den Medien vermittelte. Koch stellt dar, dass Adenauer „in der Mitte seines Lebens, ohne allzu viel damit anfangen zu können [...] Arnold Schönbergs musikalische Revolution des Zwölftonsystems, Alban Bergs Oper ‚Wozzeck‘, den Expressionismus [und] mit Thomas Mann den letzten großen deutschen Romanautor“ kennenlernte (Koch 1985, S. 20f.). So wusste Adenauer – später beständiger Zeitungsleser – vermutlich bereits vor seiner Kanzlerzeit die damals noch dominanten Printmedien zu schätzen (Küsters 1988, S. 20f.). „Als Adenauer im Herbst 1949 das Kanzleramt übernahm, stützte sich sein Bild von der Presse im Wesentlichen auf Erfahrungen aus der Oberbürgermeisterzeit in der Weimarer Republik.“ (Küsters 1988, S. 16) Weiter führt Küsters aus, dass Adenauer in dieser Zeit die wichtige Stellung der Zeitung im öffentlichen Leben erkannte und dass er für sich Überzeugungen und ein Funktionsverständnis bezüglich der Printmedien entwickelte, das auch schon in früherer Zeit von Verantwortung auf Seiten der Presse gekennzeichnet war (Küsters 1988, S. 16). Dem widerspricht im Interview mit Rosumek Klaus Otto Skibowski, der überzeugt davon ist, dass Adenauers Bild auch maßgeblich durch die Besatzungsjahre von 1945 bis 1949 mitgeprägt wurde, als er Mitglied des Zonenbeirats für die britische Zone war und häufig mit selbst gewählten Zwischenstationen nach Hamburg reiste. Der damalige Mitarbeiter in Adenauers PR-Stab erinnert weiterhin, dass sich der spätere Kanzler 1946 intensiv über die technische Entwicklung des Rundfunks informierte (Rosumek 2007, S. 79ff.). Dies kann als interessanter Punkt in Bezug auf die folgenden Ausführungen gewertet werden, in denen klar wird, dass Adenauer eine direkte Ansprache (mit nur geringer Beeinträchtigung von Medienvertretern) an die Öffentlichkeit bevorzugte (Appel 1988, S. 51).

4 Adenauer – der Prototyp eines starken Kanzlers

4.1 Entstehung und Nutzung des PR-Apparates

Die Neuordnung des politischen Systems nach 1945 erforderte neben dem Aufbau eines Mediensystems auch eine Neugestaltung der Öffentlichkeitsarbeit der Regierung und des Kanzlers. Die Bonner Regierungsstrukturen waren „bis weit in die fünfziger Jahre hinein noch ungefestigt“ (Niclaß 2004, S. 49). Dieser Umstand erlaubte es Adenauer, Gestaltungspotentiale zu nutzen, die jene seiner Nachfolger bei weitem überstiegen (Rosumek 2007, S. 49). Ein erstes Indiz für die Professionalität der Adenauer-PR ist der bloße Umfang der Öffentlichkeitsarbeit, der sich auf diverse Einrichtungen verteilte: So gründete der Kanzler in den Anfangsjahren der BRD nicht nur das Bundespresseamt, das bis heute das zentrale PR-Instrument des Kanzlers darstellt, sondern einen ganzen Apparat von offiziellen und inoffiziellen Organisationen, die ebenfalls PR-Aufgaben übernahmen.

4.1.1 Der Aufbau des Bundespresseamtes

Bereits am ersten Tag nach seiner Wahl rief Adenauer das Bundespresseamt ins Leben, indem er – ohne offiziellen Organisationserlass – dem vor vollendete Tatsachen gestellten Bundesfinanzminister mitteilen ließ, dass „auf Weisung des Bundeskanzlers ein eigenes Presse- und Informationsamt der Bundesregierung eingerichtet worden sei“ (Krueger 1988, S. 34f.). Das Presseamt wurde 1950 als Abteilung II zunächst in das Bundeskanzleramt eingegliedert, bevor es 1958 schließlich direkt dem Regierungschef unterstellt wurde. Seitdem fungiert es für den ersten und alle weiteren Kanzler als Mediensprachrohr und -gehör, indem es einerseits nach außen über alle Tätigkeiten der Bundesregierung, andererseits nach innen über die politische Berichterstattung im In- und Ausland informiert. Werner Krüger, 1956 bis 1966 stellvertretender Regierungssprecher, beschreibt zwei Aspekte, die Adenauer in der Bildung des Presseamtes

„insbesondere interessiert [haben], nämlich erstens – und das sagte er [Adenauer] immer wieder –, welches Instrumentarium notwendig sei, um Pressepolitik überhaupt betreiben zu können, und zweitens, welche Personen man mit einer solchen Tätigkeit beauftragen könne“ (Krueger 1988, S. 33).

Bezogen auf die konkrete personelle Besetzung des Pressechefs betonte Adenauer: „Einen neuen Goebbels brauchen wir nicht und wollen wir nicht; aber ein wirksamer Apparat mit einem presseerfahrenen Mann an der Spitze, das muß unbedingt sein!“ (Gedächtnisprotokoll des Wortlauts Adenauer, zit. n. Krueger

1988, S. 34) Die Suche nach einem geeigneten Mitarbeiter gestaltete sich dabei für Adenauer als eine durchaus problembehaftete Aufgabe, da – abgesehen von Adenauers Wunsch, dass eine geeignete Person journalistische Erfahrung mitbringen sollte – keine explizite Definition eines entsprechenden Berufsbildes existierte. Dieser Umstand führte dazu, dass der Kanzler mit Heinrich Böx, Paul Bourdin, Heinrich Brandt und Fritz von Twardowski bis 1952 ganze vier Regierungssprecher verschliss (Holzapfel und Holzapfel 1992, S. 155; Krueger 1988, S. 37). Mit Fritz von Eckhardt fand Adenauer 1952 dann jenen Mann, der nicht nur eine ausreichende journalistische Berufserfahrung mitbrachte, sondern auch dazu bereit war, sein journalistisches Rollenverständnis für ein politisches aufzugeben. Darüber hinaus hegte er eine durchaus förderliche, enge persönliche Verbindung zu Adenauer (Rosumek 2007, S. 53).

Gemäß Adenauers Vorstellungen wurde das Bundespresseamt personell weitaus umfangreicher ausgestattet als alle Presseabteilungen vor 1933 (Niclauß 2004, S. 47). Zum Zentrum der Öffentlichkeitsarbeit des Kanzlers entwickelte es sich jedoch erst Mitte der 1950er Jahre. Während 1950 176 Personen ihren Dienst dort verrichteten, steigerte sich die Zahl der Angestellten bis 1960 auf 424 (Rosumek 2007, S. 53).

4.1.2 PR-Einrichtungen außerhalb des Presseamtes

Da Adenauer auch das Bundeskanzleramt unmittelbar nach der Wahl ins Leben rief, konnte er dieses nach seinen eigenen Vorstellungen besetzen – womit er sein Verständnis des Amtes als Regierungs- und nicht als Kabinettsbehörde unterstrich (Niclauß 2004, S. 42). Die Unzufriedenheit mit der Arbeit des Presseamtes bis von Eckhardts Amtsantritt äußerte sich vor allem in der Tatsache, dass Adenauer wesentliche Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit an den dritten Chef des Bundeskanzleramtes, Otto Lenz, übertrug (Rosumek 2007, S. 54). Dieser war zwar lediglich von Januar 1951 bis 1953 im Amt, prägte die PR des Bundeskanzlers jedoch maßgeblich. Während Adenauer-Biograph Hans-Peter Schwarz von einem Ausbau des Bundespresseamtes durch Lenz spricht (1986, S. 524), relativiert Werner Krueger diese Aussage insofern, als dass er den „Propagandaapparat“ – und diese Bezeichnung für die Bündelung der Werbe- und PR-Aktivitäten wurde in den ersten Adenauer-Jahren trotz aller Distanzierung vom NS-Regime auch im offiziellen Kontext verwendet – „deutlich getrennt vom Presseamt und selbständig errichtet“ verortet (Krueger 1988, S. 36). Fest steht jedenfalls, dass Lenz wesentliche Impulse für den Aufbau der Adenauer-PR setzte. So war er für die Gründung scheinbar unabhängiger Organisationen verantwortlich, die zumeist versteckt finanziert wurden: Das *Europa-Bildungsnetzwerk*, die *Deutsche Atlantische Gesellschaft*, der *Bund aktiver Demokraten*, das *Institut zur Förderung der freien Wirtschaft*, die *Bundeszentrale für Heimatdienst* (heute: *Bundeszentrale für politische Bildung*) sind nur einige Beispiele

für die auf den starken Mann im Kanzleramt zurückzuführenden Organisationen, die die öffentliche Meinung im Sinne Adenauers beeinflussen sollten (Rosumek 2007, S. 55). Mit zeitweise etwa 17.000 Mitarbeitern war die *Arbeitsgemeinschaft Demokratischer Kreise* (ADK) die weitaus größte von Lenz ins Leben gerufene PR-Organisation, über ihre tatsächliche Rolle für die Adenauer-PR existieren allerdings verschiedene Meinungen. Obwohl der Einfluss der ADK oftmals überschätzt wird, kristallisiert sich heraus, dass sie zumindest mehr war als ein reines Betätigungsfeld zur Eingliederung ehemaliger NSDAP-Angehöriger. So war die als überparteilicher Verein auftretende Organisation vor allem nützlich um „Sympathisanten aus dem vorpolitischen Raum zu mobilisieren, die die CDU als Partei nicht erreichen konnte“ und um Networking zu betreiben (Rosumek 2007, S. 56). Als drittes Element der Adenauer-PR existierten neben den offiziellen Regierungsämtern und den formal unabhängigen Organisationen Firmen, die versteckt finanziell vom Bundespresseamt abhängig waren. Als Beispiel für die enge Verstrickung zwischen Ämtern und Firmen ist die *Mobilwerbung GmbH* zu nennen, die vor dem Durchbruch des TV-Apparates mit Filmwagen durch die Bundesrepublik zog und politische Filme an Hauswände projizierte. Möglich wurde das, durch die Bereitstellung von Projektoren durch das Bundespresseamt als kostenlose Dauerleihgabe (Rosumek 2007, S. 57). Die für die Rehabilitierung Deutschlands nötige Auslands-PR wurde vor allem von Agenturen vor Ort übernommen (Rosumek 2007, S. 74). In Deutschland wurde das Outsourcing politischer PR Anfang der 60er Jahre immer weiter zurückgefahren, da sich die Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Parteien langsam etablierte. Die Auflösung der ADK 1969 stellte eine logische Konsequenz dar.

4.1.3 Einsatz von Beratern / Offenheit für Beratung

Obwohl Adenauer sich bereits zu seiner Zeit als parlamentarischer Rat mit möglichen Ausgestaltungsformen der Pressearbeit beschäftigte, finden sich in seinen „Erinnerungen“ nur vereinzelte Gedanken zur Presse und den Umgang mit dieser (Krueger 1988, S. 33; Küsters 1988, S. 15). Letztlich hatte Adenauer in der Planung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit nicht jene Allmacht, die ihm oftmals nachgesagt wird. Sicherlich kam es immer wieder zu Meinungsverschiedenheiten, z. B. hinsichtlich des Zeitpunktes, ein politisches Thema vor der Öffentlichkeit zu behandeln. Allerdings überließ er die Entscheidung darüber dann meist doch den Pressesprechern (Krueger 1988, S. 39), seit 1962 Karl-Günther von Hase.

In der Besetzung der Posten in Kanzler- und Presseamt wird deutlich, dass Adenauer sehr wohl wusste, das Kanzlerprinzip im Sinne funktionierender PR-Arbeit auszuschöpfen. Fähigen Personen gestand er durchaus eine weitreichende Entscheidungsfreiheit ein: „Konkrete Weisungen in Einzelfragen, sei es informationspolitischer Art, sei es die Behandlung pressepolitischer Themen in der

Öffentlichkeit, hat er mit ganz wenigen Ausnahmen eigentlich nie gegeben“ (Krueger 1988, S. 40). Da der Kanzler z. B. nicht mit Aufbau, Verwaltung, Personal und Geldangelegenheiten bezüglich des Presseamtes belästigt werden wollte, übertrug er jene Vollmacht Hans Globke, den er ab 1949 als Ministerialdirigent einsetzte und 1953 bis zum Ende seiner Kanzlerschaft als Nachfolger von Lenz an der Spitze des Bundeskanzleramtes installierte (Krueger 1988, S. 36). Gemeinsam mit Felix von Eckhardt, Heinrich Krone, Walter Hallstein und Herbert Blankenhorn gehörte er dem informellen „Küchenkabinett“ Adenauers an, mit dem sich der Kanzler regelmäßig beriet (Rosumek 2007, S. 54). Die Tatsache, dass gleich zwei PR-Experten in diesem inoffiziellen Gremium saßen, unterstreicht die Rolle, die Adenauer der Öffentlichkeitsarbeit beimaß. Darüber hinaus etablierte Adenauer einen persönlichen PR-Stab, der von Eckhardt zuarbeitete, u. a. bestehend aus Werner Krüger und Klaus Otto Skibowski, welcher für Strategie und die Umsetzung von Veranstaltungen zuständig war (Rosumek 2007, S. 80).

Missglückte Personalentscheidungen hinderten den Kanzler dabei nicht daran, weiterhin diejenigen Personen mit Aufgaben zu betrauen, von deren Fähigkeiten er persönlich überzeugt war. Ein besonderes Beispiel für die Durchsetzungsfähigkeit Adenauers stellt besagter Globke dar, der trotz massiver öffentlicher Vorwürfe, die sich auf seine Tätigkeit im Reichsinnenministerium in der Zeit des Nationalsozialismus bezogen, Chef des Kanzleramtes wurde (Niclauß 2004, S. 44f.). Das Ausscheiden seines Vorgängers Lenz zeigt darüber hinaus auf, dass Adenauer bis zu einem gewissen Grad auch Personen in seinem unmittelbaren Umfeld akzeptierte, die offen eigene politische Ambitionen hegten. Das von Lenz angestrebte Ziel der Etablierung eines Informationsministeriums, welches Öffentlichkeitsarbeit von Presse und Rundfunkanstalten koordinieren und groß angelegte Meinungsforschung umsetzen sollte, zog allerdings eine Protestwelle der Presse gegen das neue „Propagandaministerium“ nach sich, weshalb sich Adenauer öffentlich gegen diese Pläne positionierte. Mit der für Adenauer sicherlich gelegen kommenden Berufung von Lenz in den Bundestag endete seine Amtszeit als Kanzleramtschef (Niclauß 2004, S. 44).

4.1.4 Meinungsforschung: Von verachteter Hellseherei zum nützlichen Wahlkampfmittel

Ab 1950 nahm die Regierung für Meinungsumfragen vor allem die Dienste des *Allensbacher Instituts für Demoskopie* in Anspruch, das von Adenauers Beraterin Elisabeth Noelle-Neumann neu gegründet wurde. Die Beratungsoffenheit des Kanzlers spiegelt sich besonders in seiner Einschätzung der Meinungsforschung wider. So erinnert sich Krueger an Adenauers Worte zu Beginn der Kanzlerschaft: „Das ist doch Teufelswerk mit der Demoskopie! Wie will man denn das so genau

Medienkanzler

Politische Kommunikation in der Kanzlerdemokratie

Birkner, Th. (Hrsg.)

2016, X, 302 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-07599-6