Sprache des Neoliberalismus:

Schlagwörter und Argumentationsmuster der Bertelsmann-Stiftung

Ein Arbeitsmaterial als Hintergrund für Textanalysen (2. Entwurf – SM 30.11.09/ 9.1.10)

Vorbemerkung *(mit erweiterten Literaturangaben!)*

Diese vorläufige Zusammenstellung von Schlagwörtern und Argumentationsmustern fußt auf Notizen von Vorträgen über Konzepte der Bertelsmann-Stiftung, die Peter Börtzler vor dem Attac-Berlin-Plenum (16.6.09; 21.7.09) gehalten hat. Sie dient zunächst nur als **Hintergrund** für eine Analyse von Texten aus dem Sonderheft "change" 1/2009 der Bertelsmann-Stiftung. Eine kritische Erörterung der zusammengestellten Schlagwörter und Argumentationsmuster ist also nicht des Anliegen dieses Arbeitsmaterials! Für die weitere Auseinandersetzung mit dieser Thematik sind die Literaturquellen, die auch den Vorträgen zugrunde lagen, sowie neueste Analysen heranzuziehen, u.a.

- Wikipedia: Bertelsmann Stiftung [http://de.wikipedia.org/wiki/Bertelsmann-Stiftung]
- Wiki: Bertelsmann-kritische Informationen und Materialien [http://wiki.bildung-schadet-nicht.de]
- Jens Wernicke, Torsten Bultmann (Hg.): Netzwerk der Macht - Bertelsmann. Der medial-politische Komplex aus Gütersloh. Forum Wissenschaft Studien 54. 2. erw. Aufl., Oktober 2007;
- NachDenkSeiten: Die kritische Website > "Krake Bertelsmann" [ttp://www.nachdenkseiten.de/?cat=27]
- Anti-Bertelsmann *(Webseite der Anti-Bertelsmann-Initiativen)* [http://www.anti-bertelsmann.de/]

Schlagwörter und Argumentationsmuster (aus der Perspektive der Bertelsmann-Stiftung!)

Tiefgreifender gesellschaftlicher Wandel – Herausforderung – grundlegende Reformen erforderlich. Probleme des Gemeinwohls sind zu identifizieren. Ziel ist eine zukunftsfähige Gesellschaft.

Staat überfordert/ überreguliert/ verkrustet/ leere Kassen; Demokratie funktioniert nicht; Politik ist nicht transparent genug.

Unternehmen verkörpern wesentliche **Werte**: Freiheit des Handelns/ Initiative/ Flexibilität/ Kreativität/ Führung/ Führungskompetenz/ Transparenz; Unternehmer übernimmt gesellschaftliche Verantwortung (corporate social responsibility), auch im Bereich der Daseinsfürsorge; "Eigentum verpflichtet" (lt. Verfassung) heißt: die Gesellschaft ist nach dem Muster von Unternehmen zu organisieren; Fragestellung: wie kann gesellschaftliches Engagement von Unternehmen zu einem Werte-Treiber werden.

Erforderlich ist eine **Zivilgesellschaft**, die partnerschaftliche Beziehungen zwischen Unternehmen, Staat und Privatpersonen ermöglicht; in der Zivilgesellschaft agieren Verbände, NGOs, Beiräte und Stiftungen; Ziel ist die Einbindung des Einzelnen in gesellschaftliche Entscheidungsprozesse, damit das kreative Potential der Gesellschaft mobilisiert werden kann; maßgeblich für das Handeln der Bürger sind Werte des Unternehmertums (s.o.).

Bildungswesen: ein grundlegender Umbau ist anzustreben: Schulen sind staatlich finanziert, aber unternehmerisch zu leiten; größere Autonomie der Schulen; Direktor als Manager; leistungsbezogene Bezahlung der Lehrer, befristet zu beschäftigen; Ausrichtung von Schülerleistungen an internationalen Anforderungen (PISA etc).

Kommunikation: Reformen sind zu kommunizieren; Defizite im Funktionieren der Demokratie sind kein inhaltlich-sachliches Problem, sondern auf unzureichende Kommunikation zurückzuführen; der Demokratieprozess muss beschleunigt werden – dazu ist Kommunikationsfähigkeit als Kernkompetenz zu entwickeln [siehe auch: Werner Weidenfeld (Hrsg.), Reformen kommunizieren, Gütersloh/ Bertelsmann 2007].