



Künstlerisches Wort/Literatur

SWR2 Feature

Sendung: 12.01.2011, 22.05 – 23.00 Uhr

Redaktion: Wolfram Wessels

Spin

Oder: Die Industrialisierung der Meinungsproduktion
von Tom Schimmeck

**Diese Kopie wird nur zur rein persönlichen Information überlassen.
Jede Form der Vervielfältigung oder Verwertung bedarf der ausdrücklichen
vorherigen Genehmigung des Urhebers.**

© by the author

**Einen Mitschnitt dieser Sendung können Sie unter der Telefonnummer 07221/929-6030
bestellen.**

Atmo**100 Radio WTOP1 0:11 (0:22)**

81 at Reagan National. We are going up to the mid-eighties today. *Fanfare*
 This is Washington 24 hour breaking news, traffic and weather station
 WTOP radio...
(hier blenden)

101 Radio2 WTOP2 0:10 (0:39)

Good Monday morning I am Mike Moss. And I'm Bruce Allan...

102 Radio3 WKYS (0:33)

Washington's Football team beats the saints...
Kaffeewerbung (auch damit kann man einsteigen), Wetter

103 Radio4 WKYS Verkehr (0:44) (schließt an 102 an, muss aber nicht)

Verkehrsfunk: Good morning Math, this traffic update is brought to you by
 your local Toyota dealers, inner loop of the beltway already slow
 approaching the Wilson bridge... *(hübsche Jingles am Ende)*

104 Radio5 WKYS black (0:32)

Did I miss something? 939 WKYS *Stakkatomusik* It's the morning show two minutes
 after the hour. *Auf Rap* You're ready? We have to do it. Get up, man. Come on.
 Brush teeth! Wash your face! Hey. Let's go. Wake up! Out of bed...

105 Radio6 WTOP (0:23)

This is Washington's most listened to radio station. 103.5 WTOP radio.
 Here are Mike Moss and Bruce Allen. So this collective thing out there if
 you're driving around this morning...

Erzähler

auf Atmo-Collage

Washington. Montagmorgen. Heerscharen brechen auf aus den
 Vororten, nehmen das Zentrum ins Visier, drängen in die U-Bahnen
 und Busse, verstopfen die Highways. Auf dem Beltway, dem
 Autobahnring, wird es eng. Auf den Brücken über dem Potomac
 River herrscht Stop and Go.

Washington, das Hauptquartier der Weltmacht. Hier treffen all die
 großen und kleinen Interessen der Vereinigten Staaten aufeinander.
 Im Anzug. Mit blitzblanken Schuhen. Hier fallen milliardenschwere
 Entscheidungen. Hier tobt die politische Schlacht. Hier werden
 Stimmungen gemacht, Meinungen fabriziert.

Sprecherin

Spin

oder: Die Industrialisierung der Meinungsproduktion
 Feature von Tom Schimmeck

- O-Ton** **106 Ad Reagan It's morning again 0:10 (0:59)**
 It's morning again in America. Today more men and women will got to work then ever before in our countries history ...
danach zügig blenden mit
- Atmo** **110 Metroankunft 1:02**
Lautsprecherstimme: Door is opening, step back to allow customers to exit, dann U-Bahnsteig-Akustik
 + (optional): **111 Metrostation Zugrumpeln, Schritte 0:41**
Metroaufgang Ferragut Square
- 112 Zeitungsverteiler 1:04**
Viele „Good mornings“ eines Zeitungsverteilers an der Metrostation Ferragut Square. zum Ende hin Ambulanzsirene (blendbar mit 120)
- Erzähler** *auf Atmos (nach „Square“ ein erstes klares „Good Morning“ aus 112)*
 U-Bahnhof Farragut [värugut] Square. Mitten in Washington.
 Am oberen Ende der Rolltreppe verteilen zwei Schwarze Gratiszeitungen. Jeder heranbrausende Zug drückt einen Schwall schwülwarmer Luft aus dem Schacht nach oben.
- Atmo** **113 Straßengeräusche 2:17**
Verkehr, Polizistenpfeife, Bremsen, Busse
- Erzähler** Farragut Square – ein bisschen Grün inmitten der Häuserschluchten.
 Auf den Parkbänken kauern Obdachlose. Schlafen noch, ihre paar Tüten und Taschen nah am Körper. Bewacht von der Statue des Admirals David G. Farragut; umringt von vier Kanonen; mit Vogelkot garniert. Seine Bürgerkriegs-Flotte trieb er einst mit dem Kommando an: „Zum Teufel mit den Torpedos! Volle Kraft voraus!“
- O-Ton** **300 Tel Berman Monica speaking 0:02**
Telefonistin: Berman and Company, Monica speaking
- Erzähler** Ich versuche es bei Berman and Company.
- O-Ton** **301 Tel Berman Monica2 (0:08)**
Wählen, Klingeln – unter vorherigen Erzähler ziehen
Telefonistin: Berman and Company, Monica speaking...
- Erzähler** Immer wieder. Rick Berman gilt als einer der abgebrühtesten „Spin Master“ auf der K Street. Ein Meister der Verdrehung .
- O-Ton** **302 Tel Berman OK 0:02**
Telefonistin: OK, ahem, hold on just a minute.

Atmo	303 U-Bahn (außen dezent) (1:52)
Erzähler	<i>auf Atmo</i> Bermans Spin ist überall. Vor allem in der U-Bahn. Über einer Rolltreppe am Kapitol hängt ein Riesentransparent. Es zeigt 30 Frösche, einer leuchtet rot. „Lassen Sie Ihre Botschaft herausragen!“, steht darüber. „Berman and Company“. In einem illuminierten Schaukasten auf dem Bahnsteig wirbt „mercuryfacts.org“. Ganz groß steht da:
Sprecherin	„Tuna Meltdown!“ Fisch ist gesunde Nahrung. Aber eine unsinnige Angst vor Dosen-Tunfisch schadet Amerikas ärmsten Kindern! Finden Sie heraus, wer daran schuld ist!
Erzähler	Auf der Website lernt der Konsument:
Sprecherin	<i>leicht empört, zackig</i> Eine wachsende Clique von Umweltaktivisten, Gesundheitsforschern und Bürokraten versucht den Amerikanern mit Ramsch-Wissenschaft sinnlos Angst zu machen vor dem Fisch, den sie essen.
Erzähler	Sie haben vor erhöhten Quecksilber-Konzentrationen gewarnt.
Sprecherin	Dosentunfisch ist die einzige Quelle von Omega-3-Fettsäuren, den diese Mütter sich leisten können. Ihre Kinder sind Opfer grüner Gruppierungen und der Bundesregierung. Diese missbrauchen das Gesundheitswesen und verbreiten übertriebene Warnungen vor völlig harmlosen Mengen von Quecksilber.
Erzähler	Gleich auf dem nächsten Bahnhof hängt ein großes Plakat von „unionfacts.com“: „Das neue Aushängeschild der Gewerkschaften“ steht da in Riesenlettern. Ein Schwarzweiß-Foto zeigt ein mit einer Kette verschlossenes Werkstor mit einem Schild: „Geschlossen“.
O-Ton	304 Tel Berman It is 0:09 <i>Telefonistin:</i> Tom? It is actually Tim you would need to speak to. And he is, ahem, in a meeting right now. Can I give you his voice mail and he will give you a call back?

- Erzähler** Bermans Telefonistin verweist mich schließlich an einen Tim. Ich hänge mich die Befehlskette hoch.
- O-Ton** **305 Tel Berman OK2 0:01**
Telefonistin: OK, hold on.
- Erzähler** Tim hat die kürzeste Anrufbeantworter-Ansage der Welt:
- O-Ton** **306 Tel Berman Miller voicemail 0:03**
Millers Anrufbeantworter: Tim Miller (peep)...
- Erzähler** Der Politberater und Kampagnero Berman hat den Charme einer Dampftramme. Attackiert alle, die der Industrie irgendwo im Weg stehen: Umweltschützer; Tierschützer, unabhängige Wissenschaftler, Gewerkschafter, sogar Mütter, die sich gegen Autofahren unter Alkoholeinfluss stark machen. Große Zeitungen nennen ihn "Dr. Evil". Dr. Böse. Er genießt es. Lässt sich feiern als tapferer Widerpart all dieser, wie Berman es nennt, „Amok laufenden Gutmenschen“.
- O-Ton** **307 Ad Unionfacts Lehrer (0:30) (bitte verdichten)**
Kinderstimme: Teacher pay dews to union bosses...
Frauenstimme (bei ca 0:20): Education union bosses are bleeding taxpayers, blocking reforms and spending dues money on politicians
- Sprecher** (Kind) *auf O-Ton*
 Lehrer zahlen Beiträge an Gewerkschaftsbossen, damit die Bildungsreformen blockieren.
- Erzähler** *auf O-Ton*
 Lehrgewerkschaften sind ein beliebtes Ziel von Bermans TV-Werbespots.
- Sprecherin** *auf O-Ton*
 Gewerkschaftsbosse bluten die Steuerzahler aus und verschwenden Beiträge an Politiker.
- Erzähler** Auf einer Konferenz konservativer Führer in Nevada legte Rick Berman im Herbst 2007 seine Strategie dar: Lehrer kennt jeder. Wer es schafft, ihre Gewerkschaft zu diskreditieren, ruiniert den Ruf aller

Gewerkschaften. Darum geht es ihm: Die „Vergewerkschaftung Amerikas“ zu verhindern.

- Zitator** *(Bermans Overvoice-Stimme, Zitat Berman)*
 „Dies ist eine kleine Front in einer viel größeren Schlacht um die Zukunft der Arbeiterbewegung und ihre Rolle in der amerikanischen Politik.“
- Erzähler** Zur Erläuterung seiner Strategie bediente er sich einer alten Weisheit des Mafioso Al Capone:
- Zitator** „Mit netten Worten und einer Waffe erreichst Du weit mehr als nur mit netten Worten.“
- Atmo** **114 Prediger (1:32)**
Verkehr, Prediger durch Megaphon
optional: 114B Prediger2 (1:21)
- Erzähler** Auf dem Rasen an der K Street stehen drei Männer. Sie predigen, abwechselnd. Per Megaphon rufen sie den Vorbeihastenden Botschaften hinterher. Von Gott ist die Rede, vom Höllenfeuer und dem ewigen Leben.
- O-Ton** **115 Prediger K Street 0:15**
 Why K Street? This is probably one of the busiest intersections in Downtown DC. You get a lot of people coming by. So we come here because we figure that gives us the opportunity to speak to the most people at one time .
- Sprecher 2** *auf O-Ton*
 Warum K Street? Weil hier die meisten Menschen vorbeilaufen. Also kommen wir hierher. Hier können wir möglichst viele zu erreichen.
- Erzähler** Doch diese Botschaft dringt kaum durch.
- O-Ton** **116 Prediger K Street2 0:14 (0:16)**
 You have people yell at you. We've had people come up here and get in your face and say "Shut up" blabla. We just let it go. You have to have a really thick skin if you come out here .
- Sprecher 2** *auf O-Ton*
 Manchmal schreien die Leute einen an. "Halt den Mund", brüllen sie dir ins Gesicht. Aber wir kümmern uns nicht darum.

- Erzähler** *auf Straßenatmo*
Auf der K Street, weiß der Prediger, braucht man eine dicke Haut .

REGIE: Soundreserve: 117 Muellabfuhr, 118 Muellabfuhr2, 119 Strasse leiser
- O-Ton** **120 Ad Clinton 0:09 (0:30)**
Straßenatmo ganz leise drunter?
Schmalzmusik, Kinderstimmen: I want to be a civil engineer / astronaut / an orthopaedic surgeon / an airline pilot.
Werbestimme: President Clinton, creating opportunity for our children...
danach Erzähler und schnell raus
- Erzähler** *auf 120, Straßenatmo (119?) zublenden, dann mit Vorlauf 121*
Im Mittelpunkt der Stadt ragt das Kapitol auf, das
Parlamentsgebäude. Insider sagen schlicht „the hill“ – der Hügel.
Von hier aus sind die Straßen nach Norden und Süden
durchbuchstabiert. Nach Westen und Osten hin tragen sie Nummern.
Diagonal laufen ein paar große Avenues, mit Namen der
Bundesstaaten: Pennsylvania, Massachusetts, New York, Rhode
Island, New Hampshire, Florida Avenue. Die K Street verläuft drei
Blocks nördlich vom Weißen Haus.
- O-Ton** **121 Carpinelli1 0:50 (1:04)**
mit kräftiger Atmo (Vorlauf 0:12, Straßenlärm, Polizeisirene)
So this is the vaunted K Street. Runs through the main downtown section of
DC. It's the crossroads for your lobbyist, special interest, influential
business and other organizational interests in Washington DC.
- Sprecher 3** *auf O-Ton*
Das ist die berühmte K Street. Sie läuft quer durch die Innenstadt.
Sie ist der Brennpunkt für alle Lobbyisten, Sonderinteressen,
einflussreiche Industrie- und sonstige Organisationen in Washington
DC .
- Erzähler** *auf O-Ton in Pause (0:03)*
Die ungewählte Macht. Mein Begleiter schiebt mich weiter.
- O-Ton** *Forts 121*
It's grown considerably. You don't just have small players. You have a
cross-section of lobbyists that spend hundreds of thousands or millions of
Dollars. And all that adds up to more than a billion dollars. Obviously the top
lobby spenders are going to be your large corporations, your large labour
unions. But you have lobbyists that cut a cross-section of groups. It's a
billion-dollar-industry.

Sprecher 3 *auf O-Ton*

Sie ist mächtig gewachsen. Das sind nicht mehr nur kleine Fische. Hier sitzen Lobbyisten, die hunderttausende oder Millionen kosten. Natürlich sind die größten Geldgeber Konzerne, auch Gewerkschaften. Aber man findet hier Lobbyisten für ganz verschiedene Gruppierungen. Es ist jetzt eine Milliardenindustrie.

Erzähler *auf Atmo*

REGIE: Diesen und den weitere Erzähler unterlegen mit Atmos 128/128/130

Steve Carpinelli hat sein Büro am Ferragut Square, 17. Straße Ecke K Street. Sein Job? Gänzlich untypisch für diese Gegend: Steve schaut dem großen Geld auf die Finger. Er arbeitet beim Center for Public Integrity, einer gemeinnützigen Stiftung, die sich bemüht, politisches Geschehen transparenter zu machen. Unparteiisch und akkurat.

O-Ton **122 Carpinelli2 0:45**

mit Atmo

One that the Center has covered and is certainly one of the largest if not the largest depending on what legislative activity is going on the Hill is the pharmaceutical lobby. Which in the last ten years has spend more than a billion dollars to lobby. You also have groups like the American Chamber of Commerce, which represents small businesses and large businesses throughout the US. They spend hundreds of million of dollars lobbying. Labor unions: The AFL-CIO, teamsters, steel workers unions, all of these are very large lobby groups. And your insurance, real estate, finance lobbyists...

Sprecher 3 *auf O-Ton*

Wir haben uns viel um die Pharmaindustrie gekümmert, die den stärksten Einfluss auf die Gesetzgebung nimmt. Sie allein hat im letzten Jahrzehnt über eine Milliarde Dollar für Lobbyarbeit ausgegeben. Wichtig ist zum Beispiel auch die Amerikanische Handelskammer, die große und kleine Firmen im ganzen Land vertritt und hunderte Millionen für Lobbying ausgibt. Oder große Gewerkschaften: Transport- und Stahlarbeiter etwa. Und natürlich Lobbyisten für Versicherungen, Immobilien, Finanzen.

Erzähler *auf Atmo, anfüttern mit 127 / 128*

Endlose Büro-Quader. Die Architektur eckig, nüchtern. Wie laufen an

glattglänzenden Fassaden entlang, Marmor und Glas. Im Eingang der spiegelblanken Empfangshallen stehen Ständer mit Plastiktüten – für nasse Regenschirme. Und einem Schild: „Halten sie unsere Lobby trocken.“

In Bronze und Edelstahl prangen die Namen von Marketing- und Public Relations-Firmen, Industrieverbänden, Konzernvertretungen und „law firms“ – riesigen Anwaltskanzleien: Winston & Strawn, Hunton & Williams, Arnold & Porter. „Law firms“ bieten ihren Kunden hunderte Experten, sind eng verzahnt mit dem Politbetrieb. Dicht am Puls des Weltgeschehens. Sie werkeln mit an Gesetzen und Handelsabkommen; kämpfen für Regierungsaufträge. Mit Filialen in Schanghai, Brüssel, Moskau und Abu Dhabi. Sie bieten potenten Kunden eine Rundumversorgung für die globale Schlacht ums beste Geschäft.

Und die sind verdammt teuer .

O-Ton

123 Carpinelli3 0:24 (0:26)

mit Atmo

Well, if you look at the return of investment than it certainly is a good bang for your buck. I mean these are groups that are obviously spending money for a purpose. That may be for a particular set of legislation or the attention of particular members of Congress. So if that's their goal then they have succeeded. And that's why they spend that money. It's a business investment. It's obviously to get a return.

Sprecher 3

auf O-Ton

Wenn du dir die Rendite anguckst, bekommst Du wirklich was fürs Geld. Es fließt ja für einen bestimmten Zweck: Für ein passendes Gesetz, für die Aufmerksamkeit bestimmter Abgeordneter. So erreichen sie ihr Ziel. Das ist eine geschäftliche Investition. Dabei soll offensichtlich ein Gewinn herauspringen

Erzähler

auf Atmo

Wir kommen vorbei an Fitnessclubs, Sushi-Bars, vielen Cafés. Mein Klischee ist dahin: Vom Geschäftsmann im Nadelstreifenanzug, der im holzgetäfelten Restaurant üppig speist und hernach seinen Brandy und die Zigarre genießt. Steve lächelt.

O-Ton

124 Carpinelli4 0:32

mit Atmo

I think that probably has been supplemented by Starbucks, lounges, Internet cafes. You whip out your computer, your laptop, more casual and more in tune as far as your Internet access. They're online, they stay on top of the latest press reports. They want to be tuned in to the reporters. Lobbyists don't just stay in touch with members of congress, They also stay in touch with the press. Because: What better way to influence congress not just directly but also through the media?

Sprecher 3 *auf O-Ton*

Heute sind es wohl eher Starbucks, Lounges, Internetcafés. Sie zücken ihr Laptop, ganz lässig und immer online. Sie brauchen die neusten Nachrichten. Und den Kontakt zu den Reportern. Lobbyisten brauchen nicht nur den Draht zu den Abgeordneten, sondern auch zur Presse. Wie könnte man den Kongress besser beeinflussen als über die Medien?

Erzähler *auf Atmo*

Auf Bundesebene gibt es in den USA heute etwa 25 000 aktive und registrierte Lobbyisten. Beständig wächst das Heer der Verpackungskünstler – der Lobbyisten, Meinungsforscher, Medienberater, Spin Doktoren und Public Relations Profis, die für Geld Stimmung machen, den Worten jenen Spin geben, der dem Kunden nützt. Die Kräfteverhältnisse verrutschen. Die Medien bekommen eine immer wichtigere Rolle im großen Spiel: Als Spielball. Die Redaktionen der Zeitungen und Sender sind notorisch unterbesetzt, heruntergespart bis auf die Knochen. Kaum mehr in der Lage, die wachsende Menge der Statements und Storys zu verdauen. Auch der direkte Wege in die Köpfe wird bei den Meinungsmachern immer beliebter: Per Anzeige, Plakat oder Website. In Washington wimmelt es etwa von Werbung für Kampfflugzeuge und Panzer.

O-Ton 3 **126 Carpinelli6 0:28**

Even though you advertise a product that the average person is certainly not going to buy – I mean: You are not going to buy an aircraft or a tank or a ballistic missile any time soon – what they are selling is a public perception. And a public opinion: That this is a company that is viable, that is an active player, that's participating in the national security. So you're going to see a company that is proactive and it's concerned about the public interest .

unter O-Ton zu 127 blenden

Sprecher 3 *über O-Ton*

Da werden Produkte beworben, die der Durchschnittsmensch sicher nicht kauft. Ich meine: Du wirst in nächster Zeit sicher keinen Bomber, Panzer und keine Rakete erwerben. Sie verkaufen damit Wahrnehmung, öffentliche Meinung. Sie wollen zeigen, dass *ihre* Firma aktiv mitwirkt an der nationalen Sicherheit, dass sie sich ums Gemeinwohl kümmert.

Erzähler *auf Atmo von 127*

Steve muss zurück in seine Büroetage. Im Fahrstuhl frage ich ihn, ob das System noch funktioniert.

O-Ton 3 **127 Carpinelli 7 0:59 (1:13)**

Nun leise Atmo, im Flur, Lift, dann oben, Vorlauf 0:13

It's working as long as anyone here in the US has the ability to find out: What these groups are doing? Who are they meeting with? Where they are spending their money? But another important question is: Even with all the new ethic laws and changes you still have record amounts of money being spent. And you still have the revolving door on both ends. From members of Congress who then become lobbyists themselves. It is still quite significant. *(Pause 0:03)* You know everyone in politics who plays by the same rules has equal benefits when it comes to the representation of their chances having their views being heard. What lobbying does: It throws money into the equation. So it obviously is not so much who has the loudest voice, it's who has the deepest pockets.

Sprecher 3 Das System funktioniert, solange jeder im Land herausfinden kann: Was tun diese Gruppen? Wie hängen sie zusammen? Wo geben sie ihr Geld aus? Trotz vieler neuer Ethik-Bestimmungen werden Rekordsummen ausgegeben. Und auch die Drehtür funktioniert weiter: Aus dem Kongress in die Lobbyfirmen und zurück. Wenn alle in der Politik nach gleichen Regeln spielen, haben sie auch die gleiche Chance gehört zu werden. Lobbyismus wirft viel Geld in die Waagschale. Plötzlich geht es nicht mehr darum, wer die kräftigste Stimme, sondern wer den prallsten Geldbeutel hat .

O-Ton **200 Ad Ike for president**

Musik und Gesang: Ike for president, Ike for president...

Atmo **200A Williard Intercontinental**

Erzähler	<i>über Atmo + schwindende Musik</i> Die „Drehtür“? Dreht sich kräftig. Bei Republikanern wie Demokraten. Das Center for Public Integrity hat die Dimensionen erforscht: Zwischen 1998 und 2004 zum Beispiel registrierten sich über 2200 ehemalige Beschäftigte der Bundesregierung und an die 250 ehemalige Kongressmitglieder als Lobbyisten. Von den 100 wichtigsten Leuten im Weißen Haus der Ära Bill Clinton arbeiteten zwei Jahre nach dem Machtwechsel zu George Bush mehr als die Hälfte für Firmen, die in ihrem politischen „Fachgebiet“ Geschäfte machten. 82 Lobbyfirmen können auf die Dienste von vier oder mehr Kongressmitgliedern zählen. Mehr als so mancher amerikanische Bundesstaat. Ich sitze in der Lobby des feinen Hotel Willard Intercontinental. Hier wurde der Begriff Lobbyist geboren. Um 1860. Die Gattin von Präsident Ulysses Grant, so geht die Legende, mochte es nicht, wenn er daheim im Weißen Haus trank. Also ging er oft auf einen Schluck um die Ecke ins Willard. Und bald hing jeder, der etwas vom Präsidenten wollte, in der Lobby herum.
O-Ton	201 Telefon Besetzt
Erzähler	Es ist mühsam. So emsig Lobbyisten und PR-Leute ihre Botschaft verbreiten, so lustlos sind sie, wenn es um Fragen zu ihrer Zunft geht.
O-Ton	202 Telefon Predial (oder 210 nochmal)
Erzähler	Vorab habe ich Dutzende Emails verschickt. Keine Antwort .
Atmo	204 Caféatmo <i>unter Erzähler aufziehen</i>
O-Ton	202B Tel Wartemusik <i>Bandstimme:</i> Please enjoy the music while your party is reached...
Erzähler	<i>auf Atmo</i> In einem Cafe auf der K Street traktiere ich das Telefon.
O-Ton	203 Telefon We are sorry, your call...

Bandstimme: We are sorry, your call can not be completed as...

- Erzähler** Ich probiere es beim Nuclear Energy Institute. Eine Lobbyorganisation der Atomindustrie.
- O-Ton** **205 Tel NEI Good morning 0:04 (0:11)**
Läuten. (Unter Erzähler ziehen)
Telefonistin: Good morning, Nuclear Energy Institute. How may I direct your call?
- Erzähler** Ich möchte den Admiral treffen: Frank Bowman aus Chattanooga, Tennessee. Freunde nennen ihn „Skip“. Bis November 2005 diente er der Marine, zuletzt als Direktor für Atomantriebe. Nun ist er Präsident des Nuclear Energy Institute, kurz NEI (*sprich: enn, ii, ei*). Ein wackerer Botschafter der Atomkraft. Aber für mich leider nicht zu sprechen.
- O-Ton** **206 Bowman Ansprache des Admirals (optional)**
- Erzähler** Das NEI entstand 1994 bei der Verschmelzung von vier Pro-Atom-Organisationen. Die Linie geht zurück bis zum „Atomindustrie Forum“ von 1953, aus der Zeit von Präsident Eisenhower.
- O-Ton** **207 Eisenhower Atoms1 0:21 (vor der UN Vollversammlung 1953)**
REGIE: Alternativ gibt es noch einen kurzen Clip Atoms2
- Erzähler** *auf O-Ton*
 Eisenhower entwarf damals vor der Generalversammlung der Vereinten Nationen eine Vision von Frieden und Glück in der Welt; versprach, die tödlichen Waffen abzubauen und die Energie für das Wohlergehen der Menschheit zu nutzen.
- O-Ton hoch, dann weg*
- Bekanntlich gibt es die Waffen immer noch. Dazu allerlei Probleme mit den Kraftwerken und dem anfallenden Müll. Die Euphorie ist dahin.
- O-Ton** **208 Tel NEI hold please 0:02**
Telefonistin: OK, hold please

- Erzähler** Seit zehn Jahren macht das Nuclear Energy Institute verstärkt Werbung für Atomkraft. Mit so viel Elan, dass die National Advertising Division schon 1998 einschritt. Die Aufseher empfanden die Behauptung, Atomkraft sei rundum sauber und gut für die Umwelt, als ein wenig „unqualifiziert“.
- O-Ton** **209 Tel NEI I havent heard**
Telefonstimme: I haven't heard anything. I was hoping somebody would get to you. But I still have your number here....
- Erzähler** 132 Angestellte arbeiten in NEI. Ein 47köpfiges Direktorat lenkt die Geschicke. Konzerne aus aller Welt tragen die Kosten.
- O-Ton** **210 Tel NEI OK 0:01**
Sekretärin: Ok, and your name again?
- Erzähler** Das Institut kämpft für eine Atom-Renaissance. 2001 startete es in der „Washington Post“ und Polit-Fachblättern wie „CongressDaily und „The Hill“ eine Anzeigenserie. Um das geplante Atommülllager in den Yucca Mountains von Nevada zu pushen. Atomkraft ist nun die „Clean Air Energy“ – die „Saubere-Luft-Energie“.
- O-Ton** **211 Nuclear Ad 0:03**
Frauenstimme auf Musik: Nuclear – Clean Air Energy!
- Erzähler** 2004 deckte in Texas ein Reporter des „Austin Chronicle“ auf, dass so manche begeisterte Wortmeldung Atomkraft-freundlicher Professoren in amerikanischen Zeitungen gar nicht aus deren Feder stammte.
- O-Ton** **212 Tel NEI Buero Bowman (0:23)**
Sekretärin: What I'd like to do, Sir, ...transfer you to his executive assistant... it's not going to be easy to arrange something with Mister, ahem, with Admiral Bowman...
- Erzähler** *über Telefongebrabbel*
 Über Jahre bekamen die Herren solche Hymnen fix und fertig geliefert, setzten nur ihren Namen und Titel ein und schickten sie weiter. Die Adressen der Zeitungen standen auch schon dabei. Die Ghostwriter kamen von der Potomac Communications Group, einer PR-Firma in Downtown Washington. Ihr Auftraggeber saß wenige

Blocks entfernt: Das NEI.

- O-Ton** **213 TEL NEI transfer 0:03**
Sekretärin: OK, I am going to transfer you to his extension right now.
- O-Ton** **214 NEI Ad Radio 0:04**
Männerstimme: You may already know, that nuclear power is a clean and safe energy alternative that produces no greenhouse gases...
- Erzähler** *auf O-Ton (ab „gases“)*
 Seit 2006 macht das NEI richtig ernst. Der PR-Gigant Hill & Knowlton verbreitet jetzt die frohe Kunde von der „nuklearen Renaissance“. Die Industrie will bald Vorschläge für neue Kraftwerke präsentieren. Und endlich ein Lager für den Strahlen-Müll. Und Wiederaufarbeitungsanlagen. Man braucht mehr Begeisterung bei Gesetzgebern und beim Volk. Die Regierung ist schon überzeugt.
- O-Ton** **215 Tel NEI2 how can I help 0:03**
Telefonistin: Good morning, NEI, this is ... speaking, how can I help you?
- Erzähler** Die Atomlobby und ihre PR-Profis bauen einen neuen Tarnkappenbomber: die „Clean and Safe Energy Coalition“. An die Spitze kommen frische Kronzeugen: Die Republikanerin Christine Todd Whitman, einst Chefin der US-Umweltbehörde EPA. Und Patrick Moore, ein Greenpeace-Veteran, der die Seiten wechselte, nun für genveränderte Pflanzen, Pestizide, PVC et cetera wirbt und gerne gegen das Kyoto-Protokoll und die alten Gefährten wettet. Der Trick funktioniert. Viele Zeitungen zitieren Moore schlicht als „Umweltschützer“. Für Atomkraft.
- O-Ton** **216 TEL NEI3 Good afternoon 0:02**
Telefonist: Good afternoon, Nuclear Energy Institute...
- Erzähler** Im September die nächste Stufe der Werbekampagne. Die Rüstungskonzerne Lockheed Martin und Northrop Grumman sind jetzt mit an Bord der Atom-Allianz. Admiral Bowman ist erfreut.
- O-Ton** **217 Ad NEI Clean1 0:26**
Frauenstimme: Electricity – you flip a switch, the lights go on...Today nuclear energy...
REGIE: Sollte dies zu eng sein: Das Original 213A hat 0:30

- Erzähler** *ab hier auf O-Ton*
 Neue Fernsehspots zeigen blaue Himmel, grüne Wiesen, hübsche Frauen und viele, viele fröhliche Kinder. Blitzsaubere Energie.
- O-Ton** *Forts. frei: ...We need to reduce our...*
- Sprecherin** *auf O-Ton, mit Werber-Enthusiasmus*
 Wir müssen unsere Abhängigkeit von ausländischer Energie senken. Und wir brauchen saubere Luft. Mit Kernenergie schaffen wir beides. Kernenergie. Saubere-Luft-Energie.
- Erzähler** Die Saat geht auf. Im Frühjahr 2007 bearbeiten das NEI und Banken gemeinsam die Regierung. Die Industrie will das Risiko abwälzen. Der Staat soll den Löwenanteil der Investitionen für neue Atomkraftwerke absichern. Das Ministerium bietet schließlich 90 Prozent Deckung. Insgesamt 18,5 Milliarden Dollar.
- O-Ton** **218 Ad NEI Radiospot 0:05 (0:14) (alternativ: 217B)**
Sprecher: Americas 104 commercial nuclear plants are reliably producing electricity...
- Erzähler** Sofort schickt das NEI die nächste Front Group ins Feld: Clean Energy America. Sie sendet junge Ingenieure und Wissenschaftler als Botschafter der Atomkraft aus.
- O-Ton** **219 Tel Smith&Harroff 0:03 (0:12)**
Bandstimme (verwaschen): You've reached Smith & Harrow, if you know...
- Erzähler** Die Adresse führt zu Werbern auf der anderen Seite des Potomac: Smith & Harroff, gestählt in politischen Kampagnen. Dutzenden Republikanern stand die Agentur in Wahlkämpfen bei. Ihre vielseitigen Spezialisten machen Image-Kampagnen für Sprühflaschen und Weihnachtsbäume. Und für Atomkraft. Schon 1982 trainierte die Firma „Wahrheitsschwadronen“ – so die interne Bezeichnung – und schickte sie durchs Land. Westinghouse und das NEI zahlten.
- O-Ton** **220 Tel Smith&Harroff2 0:04 (0:14)**
Bandstimme: The party you have called is not available...

- Erzähler** Aber leider ist nirgendwo irgendwer zu sprechen
- O-Ton** **221 Tel NEI Bye 0:01**
Sekretärin: Bye, bye.
Regie: Es gibt zum Einbauen noch die Telefonschnipsel 222-225
- 17:20**
Musik **Jump Down Spin Around 2:15** Harry Belafonte / Belafonte Returns to Carnegie Hall Comp: William Attaway/Harry Belafonte
- O-Ton** **230 Siegel Spin 0:05**
 Spin – creates the atmosphere you work in.
- Erzähler** Robert Siegel arbeitet seit 30 Jahren in Washington. Er ist ein politischer Kopf von NPR, dem nationalen Radio. Spin – für ihn ist das der anschwellende Lärm auf der politischen Baustelle.
- O-Ton** **231 Siegel out there 0:36**
 We now have any number of cable television channels, which are actually viewed by very few Americans. But among those few are all the people in journalism. So what is being spun and what the political partisans are saying is what you inhale in the morning along with your newspaper; the arguments, the polemics. And if they make enough noise, it reaches a point, where you feel as a journalist: It's out there. People are saying all this. We must address it.
- Sprecher 5** *auf O-Ton*
 Wir haben jede Menge Nachrichten-TV-Sender. Die übrigens wenige Amerikaner gucken. Aber alle Journalisten. Was dort gesponnen wird – argumentiert, polemisiert wird – inhalierst du morgens zusammen mit den Zeitungen. Und wenn sie genug Lärm machen, denkst du irgendwann: Da draußen geschieht etwas. Wir müssen auch etwas machen.
- Erzähler** Dazu kämen die Talk Radio Shows, sagt Siegel. Und jetzt die Blogs.
- O-Ton** **232 Siegel Blogs 0:04**
 And of course the blogs, which are the latest component of this.
- Erzähler** Siegel lehnt sich zurück, schmunzelt, krault die Bartstoppeln.
- O-Ton** **233 Siegel debased 0:35**
 The level of discourse in our politics – it is debased. I don't want to get too rhapsodic about what it was in some earlier time, because we come out of a rip-roaring tradition of libel and smear that's been going on for a long time. But at this moment we've reached a point where, I think, the most

striking thing is, that out-and-out falsehoods can be launched into the air and then be repeated. Even after they've been debunked. Even after that .

Sprecher 5 *auf O-Ton*

Der politische Diskurs hier ist verdorben. Ich will jetzt nicht begeistert von alten Zeiten schwärmen, denn Verleumdung und Diffamierung haben bei uns eine enorme Tradition. Das erstaunlichste heute ist, dass man komplette Lügen abfeuern – und ständig wiederholen kann. Auch nachdem sie längst entlarvt sind.

Erzähler Vielleicht, weil im Reigen der Dampfplauderer und TV-Agitatoren, bezahlten Pseudoexperten, erregten Blogger und willfährigen Kommentatoren allein Lautstärke zählt?

O-Ton 5 **235 Siegel red-handed 0:28**

Yeah, you know, you're right. Someone says something, everyone takes a look at it and says: It is not true. And they come back and say it again. That's a little worrying. I'm not goanna be so self-righteous as to say political campaigns don't try to stretch the truth. But when you're caught red-handed doing it and it's debunked, you should back off. Let's be realistic about these things. It used to be, I think, it used to be like that .

Sprecher 5 Genau. Jemand sagt etwas, alle schauen sich das an und erkennen: Das ist nicht wahr. Aber es wird einfach weiter behauptet. Das ist beunruhigend. Natürlich strapazieren politische Kampagnen immer die Wahrheit. Aber wenn du in flagranti erwischt und bloßgestellt wirst, solltest du aufhören. So war es jedenfalls früher üblich.

20:05

O-Ton

240 Ad Lucky Strike

alte Lucky Strike Radio-Werbung, kurzer Brecher, schnell unter 241 ziehen

alternativ: 240B kurze Auskoppelung: There's never a rough puff in a Lucky

O-Ton

241 Bernays on PR (6:15)

lausige Qualität, aber hübsch, kurz anspielen, dann unter Erzähler

One day, MR George Hill, president of the American Tobacco Company, called me in and said: We are loosing half our market. And I said: Why, MR Hill?

Erzähler *auf O-Ton*

Eine simple Geschichte zu erzählen, ein Bild zu erzeugen, das ist die große Kunst. Man muss Ereignisse kreieren, das Medienbiest füttern, das Kundeninteresse in den Nachrichtenstrom rühren. Schon 1929

schickte der PR-Pionier Edward Bernays Frauen auf eine Osterparade in Manhattan. Mit Zigaretten im Mund. Rauchende Frauen mitten auf der 5th Avenue! Damals ein Tabubruch. Bernays taufte die Glimmstengel „Fackeln der Freiheit“. Und ließ das „Ereignis“ ausgiebig fotografieren. Die Sensationsbilder erschienen im ganzen Land. Frauenbefreiung war nicht sein Motiv. Die Tabakindustrie hatte ihn beauftragt, etwas gegen den schwindenden Absatz zu tun.

Musik	Spin Me Around (3:25) Kip Boardman (Hello, I Must Be...) <i>ab 1:13 sehr kurz (Walzermusik schon unter Capone?)</i>
Atmo	309 Halle Monica 0:44
Erzähler	<i>auf Atmo</i> Und dann ist es so weit: Audienz bei Rick Berman. Vermont Avenue, Ecke K Street. Telefonistin Monica treffe ich in der Halle. Sie nimmt mich im Aufzug mit. Die Höhle des Löwen liegt im 8. Stock. Ich muss warten. Darf eine ganze Wand voller Auszeichnungen bewundern. „Polly Awards“ für furchtlose Propaganda, verliehen von der „American Association of Political Consultants“. „Telly awards“ für herausragende Fernsehspots. „Bulldog Awards“ – Tapferkeitsmedaillen für tollkühne Feldzüge.
O-Ton	310 Tim Hallo 0:09 Hey Tom, what's going? Nice to meet you. Rick is doing an interview with the Washington Post right now. When he's ready we'll bring you in there.
Erzähler	Tim nimmt mich in Empfang. Der schlaksige Assistent. Er hat mal bei John McCain gearbeitet. Sein Chef steckt noch in einem anderen Interview.
Atmo	311 Berman Büroatmo 1:04
Erzähler	<i>auf Atmo</i> Ich bekomme ein Glas Wasser. Und, nach artigem Bitten, einen kleinen Bürorundgang. Tim erzählt von den vielen Front-Organisationen, die seine Firma erfunden hat. Das American

Beverages Institute etwa, das amerikanische Getränkeinstitut. Das kämpft gerade gegen eine neue Technik, die bei Alkohol-Wiederholungstätern Anwendung finden soll: Ein im Auto eingebautes Gerät, in das der Fahrer pusten muss, bevor sein Auto anspringt. Die Getränkeindustrie ist dagegen. Bermans Pseudo-Institut produziert passende Argumente.

- O-Ton** **312 Tim unions 0:25**
brabbelt im Hintergrund über die Gewerkschaften
- Erzähler** Institut klingt immer gut. Das “Employment Policy Institute”, das Institut für Beschäftigungspolitik, war eine frühe Kreation Bermans. Dazu kam die „Minimum Wage Coalition to Save Jobs“ – die Mindestlohn-Koalition zur Arbeitsplatzrettung. Die natürlich für sehr, sehr niedrige Mindestlöhne streitet. Tim erklärt mir begeistert, wie sie jetzt die neuen Gewerkschaftsgesetze attackieren, die gerade im Parlament zur Abstimmung stehen. Und mit denen es für Gewerkschaften deutlich einfacher würde, sich in Betrieben zu organisieren.
- O-Ton** **314 Ad Unionfacts 0:17 (1:00)**
Kernige Stimme: Labor union bosses have a new scheme to effectively eliminate secret ballot votes in the union organizing campaigns. They call it: “the employee free choice act”. But it’s not about freedom. Or choice. It’s about hijacking workplace democracy...
- Sprecher 6** *auf O-Ton*
 Gewerkschaftsbosse haben einen neuen Trick, geheime Wahlen zu unterwandern.
- Atmo/O-Ton** **313 Tim allerlei**
- Erzähler** Bei den Anti-Gewerkschafts-Spots sind Berman and Company besonders kreativ. Außerdem gibt es hier viel zahlende Kundschaft. Über Auftraggeber spricht man nicht gern. Und der Clou: Die Frontorganisationen sind meist steuerbefreit. Dienen sie doch „wohlthätigen und erzieherischen Zwecken“.
- Musik** **Spin Me Around (3:25) Kip Boardman** (Hello, I Must Be...)
Ende (ab 2:55)

- O-Ton** **320 Berman**
Rick Berman!
- Erzähler** Und dann taucht Rick Berman auf. Reckt mir die Pranke entgegen.
- O-Ton** **321 Berman How 0:02**
How are you, Tom Schimmeck?
- Erzähler** Man hat ihn mit dem Tabak-Mann aus der schönen PR-Komödie "Thank You for Smoking" verglichen. Aber Berman ist besser.
- O-Ton** **322 Berman I never sleep**
I never sleep
- Erzähler** Ein Stier.
- O-Ton** **323 Berman answers**
You want short answers or long answers?
- Erzähler** Ein Profi.
- O-Ton** **324 Berman Lachen 0:01**
- Erzähler** Das Büro ist riesig. Ich frage ihn erst einmal artig, was er seiner Ansicht nach eigentlich tut.
- O-Ton** **330 Berman What 0:10**
What we do is: We advocate on behalf of points of view that my clients have and which I agree with .
- Sprecher 1** (*danach?*)
Wir vertreten die Sichtweisen unserer Kunden. Sofern ich mit ihnen übereinstimme.
- Erzähler** Rick Berman, der Anwalt. Er guckt jetzt wie ein Wohltäter. Aber sein Lächeln zeigt den bösen Wolf.
- O-Ton** **331 Berman balance 0:16**
There are people that are trying to change the world in their image and they are trying to convince the public of a certain point of view. And sometimes they are excessive in what it is what they say in order to chance people's opinion. And I try to balance that unbalanced opinion .
- Sprecher 1** *auf O-Ton*
Es gibt Leute, die die Welt verändern und die Öffentlichkeit unbedingt

überzeugen wollen. Manchmal sind ihre Ansichten exzessiv. Ich versuche, diese einseitigen Ansichten auszubalancieren.

Erzähler Der Retter der ausgewogenen Debatte. Und sonst?

O-Ton **332 Berman I am 0:15**

Well, I'm a lawyer. I'm interested in public opinion so I guess I'm a public relations executive. I'm also interested in private opinions, which are opinions of legislatures and so I'm a lobbyist on some days .

Sprecher 1 *auf O-Ton*

Ich bin Anwalt. Mich interessiert die öffentliche Meinung. Da bin ich Public Relations Manager. Mich interessiert auch die private Meinung von Abgeordneten. Also bin ich an manchen Tagen Lobbyist.

Erzähler Außerdem, das ist unbezahlbar, glaubt er sich meistens, was er sagt.

O-Ton **333 Berman passion 0:10**

I bring a lot of passion to what it is that I do. And you can't be passionate about something when you're only getting paid to do it. You have to believe in it.

Sprecher 1 *auf O-Ton*

Ich bringe eine Menge Leidenschaft ein. Und das geht nicht, wenn Du einfach nur dafür bezahlt wirst. Du musst daran glauben.

Erzähler Ein Veteran. Mitte 60. Vor gut 20 Jahren hat er seinen eigenen Laden aufgemacht. Sich das meiste selbst ausgedacht. Er sei zu den Firmen gelaufen, erzählt er, und habe die Chefs gefragt: Wie könnt Ihr das geschehen lassen? Er plant die Schlacht. Sie geben ihm Geld. Er sagt nie, wer und wie viel.

O-Ton **334 Berman broadly 0:08**

The major change is how rapidly information gets distributed and how broadly it gets distributed with absolutely no cost .

Sprecher 1 *auf O-Ton*

Der größte Wandel besteht darin, dass heute jeder Informationen schnell und weit verbreiten kann – ohne jede Kosten.

O-Ton **335 Berman underwear 0:36**

Whether you want to look at the internet, at the proliferation of cable television channels, email – there are an enormous number of groups that

can operate on a budget of almost zero. So there are people sitting in their bedroom in their underwear on the internet and they name themselves some group. And the next thing you know you're dealing with some group with a high-minded sounding name and it's just one fellow with a keyboard ginning up all sorts of activity and anxiety on the part of his own personal agenda .

Sprecher 1 *auf O-Ton*

Ob Du Dir das Internet, die vielen Kabelkanäle oder Email anguckst: Da draußen gibt es jede Menge Leute, die fast ohne Budget agieren. Leute gehen in ihrem Schlafzimmer online, in Unterwäsche. Und plötzlich hasst Du da eine Gruppe mit einem hochtrabender Namen. Dabei ist es nur ein Bursche mit einer Tastatur. Der mit seinen Ideen Ängste auslöst.

Erzähler

Der Horror der Industrie: Ungewaschene, langhaarige Linksradikale, die ihre Produkte mies machen. In Unterhosen. Berman tut etwas dagegen. Er geht ebenfalls online. Im Anzug. Und massiv. Mit noch hochtrabenderen Namen. Sein „Center for Consumer Freedom“ etwa kämpft seit Jahren gegen Ökos aller Art. Derzeit zum Beispiel für die Fastfood Restaurants, die lieber keine Kalorienangaben auf ihre Schachteln schreiben möchten. Das Zentrum betreibt eine eigene Website, um Prominente anzuschwärzen, die sich für grüne Belange stark machen: Activistcash.com. Bond-Darsteller Pierce Brosnan findet sich dort, Robert Redford und die Tierschützerinnen Pamela Anderson und Kim Basinger. „Zentrum für Verbrauchersfreiheit“. Das klingt fast schon nach Orwell. Berman weicht aus.

O-Ton

336 Berman millions 0:14

The Center For Consumer Freedom is quiet big. And it has a lot of support. We get millions of people coming to our Internet site because we put information, new information on there every day.

Sprecher 1 *auf O-Ton*

Das Zentrum für Verbrauchersfreiheit ist ziemlich groß. Es hat viel Unterstützung. Millionen klicken es an, weil wir da jeden Tag neue Informationen bieten.

- Erzähler** Noch einmal: „Zentrum für Verbraucherverfreiheit“ – das klingt doch, als würden hier Heerscharen von Konsumenten für ihre Selbstbestimmung kämpfen. Und gar nicht wie eine von Restaurant-Ketten und der Nahrungs- und Getränkeindustrie bezahlte Kampagne. Das ist doch mindestens Irreführung.
- O-Ton** **338 Berman misleading 0:08**
No it's not misleading. Because if you go to the Internet site consumerfreedom.com, it will tell you who we are.
- Sprecher 1** *auf O-Ton*
Nein, das ist nicht irreführend. Auf unserer Internetsite erfahren sie doch, wer wir sind.
- Erzähler** Zitat von der Website:
- Sprecher 3** „Das Center ist eine gemeinnützige Organisation zum Schutz der freien Wahl des Konsumenten.“
- O-Ton** **339 Berman forever 0:10**
I don't know that there is any campaign that I'm engaged in that has a conclusion. Because the other side doesn't ever go away.
- Sprecher 1** *auf O-Ton*
Ich weiß nicht, ob irgendeine meiner Kampagnen je zu Ende gehen wird. Weil die andere Seite ja nie verschwindet.
- Erzähler** Eigentlich ein tolles Geschäftsmodell: Einmal Berman, immer Berman. Eigentlich sollte er die Aktivisten bezahlen .
- O-Ton** **340 Berman military 0:26**
It's almost like a military operation where two sides are standing on either side of the border and neither one wants to back down. Often times the proponents are such ideological warriors that they wear down either the business community or someone else on the other side. And that is also why having some passion for the issue becomes a very great asset. Because I don't get worn down.
- Sprecher 1** *auf O-Ton*
Es ist fast wie eine Militäroperation: Die Kämpfer stehen an der Grenze und keiner gibt nach. Oft sind die Gegner derart ideologische Krieger, dass sie die Geschäftswelt zermürben. Da ist es von

großem Wert, dass ich Leidenschaft einbringe. Mich kann man nicht zermürben.

Erzähler Der tapfere Soldat. Speer und Schild der Wirtschaft. Doch selbst Berman plagen manchmal Zweifel, ob die immer potenteren Propagandapanzer der K Street nicht irgendwann im Schlamm landen. Oder sich gegenseitig zermalmen.

O-Ton **342 Berman expensive 0:03**
It becomes ever more expensive to get the message out.

Erzähler Ein verbal-monetäres Wettrüsten.

O-Ton **343 Berman arms race 0:08**
There is an escalating arms race when it comes to money. So as one party gets more the other party needs more.

Erzähler Das sagen sie auch beim Center for Public Integrity: Geld spielt eine immer prominentere Rolle. Politischer Erfolg könnte bald allein von der Mobilisierung immer gewaltigerer Spendensummen abhängen. Nur: Rick Berman zieht völlig andere Schlüsse: Freie Rede ist für ihn freies Kapital.

O-Ton **344 Berman invest 0:06**
At the end if people want to invest money in someone else's ability to communicate I think they ought to be able to do that.

Sprecher 1 *danach*
Wenn Leute Geld in die Kommunikationsfähigkeit anderer investieren wollen, sollten sie das dürfen.

Regie Toneserve für Schluss:

O-Ton 350 Berman pleasure - My pleasure
Atmo 351 Berman lift

33:25 (34:15)

O-Ton **360 K street Picket line (4:50)**
Baustellen und Straßengeräusche, dann immer deutlicher und klarer das Trommeln und Singen der protestierenden Arbeiter, ab ca. 2:20 klar und konstant
Optional für Anfang: 361 Baugeräusche (1:41)

Erzähler Die K Street wächst und wächst. An der Kreuzung K und 11th Street ziehen Bauarbeiter gerade den nächsten Büroklötz hoch. Ein Block

weiter, Ecke 19th Street, entsteht der Komplex „901 K“ (*sprich:Nein-ou-wuan-Keij*). Über 23 000 Quadratmeter „feinste Bürofläche“, lobt die Werbetafel. Auf dem Fußweg davor laufen etwa 30 Arbeiter im Kreis. Es sind Tischler. Sie protestieren gegen Lohndumping.

- O-Ton** **400 Ad Nixon (0:07)**
Trommeln, Marschmusik, Sprecher: President Nixon doesn't believe we should play games with our national security. He believes in a strong America...
- O-Ton** **401 Radio noon (0:08)**
Sprecherin: WTOP News times, money news every half hour at 25 and 55...
- (Atmo** **402 Irish Times (1:02) Pubgeräusche)**
- O-Ton** **403 Miller Club1 0:35**
Tischgespräch Pub,
- Erzähler** *auf Atmo*
 Ein paar Blöcke entfernt Richtung Union Station. Im hinteren Winkel eines ziemlich düsteren, aber geräumigen irischen Pubs treffen sich Polit-Rentner zum Lunch. Jede Woche, seit 20 Jahren.
- O-Ton** *Forts.*
bei 0:18 ältere Männerstimme: Spin is spin. I don't care, whether it's in Washington or in Hollywood. You have to sell a product. And, whatever they say, it's dedicated to selling a product.
- Sprecher 2** *auf Stimme*
 Spin bleibt Spin, egal ob in Washington oder Hollywood. Und egal was sie sagen: Es geht darum, ein Produkt zu verkaufen.
- Atmo** *ranblenden:*
404 Miller Club Tischatmo 0:50
verlängerbar mit 405 Miller Club Tischatmo2 1:17
alternativ: 406 Miller Club Tischatmo3 1:59 (Qualität soso, aber lebendig)
- Erzähler** *auf Atmo, langsam schwindend, am Ende auf Kennedy still*
 Die Herren sind guter Dinge. Tauschen neueste Nachrichten aus, tratschen über alte Bekannte.
 An der Stirnseite des Tisches thront das Oberhaupt der Runde: Ein weißhaariger Senior: Joseph S. Miller, 87 Jahre alt. Aufgewachsen in New York. Als Kind hat er erlebt, wie die Weltwirtschaftskrise die

Familie arm machte. Als junger Mann wurde er Journalist, an der Westküste. 1956 kam er nach Washington, als Kampagnenmanager, diente Demokraten der 50er: Jackson, Church, John F. Kennedy .

O-Ton

REGIE: Atmo endet bald, Wechsel zu Miller daheim

410 Miller game 0:38

I just love the game. I love the game. And I made money at it. I made a lot more money than I made as a newspaperman. I compounded that money by some pretty skilful betting. People get emotional in politics and they'll vote for losers. And at the Washington Athletic Club bar I caught my share of those. So, politics was really good to me. It always has been good to be. And I love the game. It's just a lot of fun.

Sprecher 4

auf O-Ton

Ich liebe dieses Spiel. Und ich habe Geld damit gemacht. Viel mehr als ein Zeitungsmann. Es begann mit ziemlich geschickten Wetten, in der Bar des Washington Athletic Club. Die Leute werden emotional in der Politik und setzen auf Verlierer. An denen habe ich viel verdient. Politik war immer gut zu mir. Und ich liebe das Spiel. Es bringt einfach Spaß .

Erzähler

Als Athlet blieb er eine Niete. Sein politischer Instinkt aber war erstklassig. 'Smilin' Joe' Miller sitzt zuhause in seinem Lieblingssessel, zu seinen Füßen Fotos und allerlei Papierhaufen. Die Fernbedienung der Glotze griffbereit. Er hat immer noch Spaß am Politbetrieb. Und eigentlich, findet er, habe sich daran nicht allzu viel geändert, seit die ersten Herrscher Befehl gaben, ihr Antlitz auf Münzen zu prägen.

O-Ton

411 Miller well 0:04

Well, I don't think it's all that different.

Erzähler

Miller half übrigens nicht nur sein Instinkt. Er beschäftigte damals den allerersten Meinungsforscher.

O-Ton

412 Miller pollster 1:00

It was a guy name Charlie Parker from Shanadoo, Iowa. He polled for the private power companies throughout the country. The private power people were trying to court Magnuson. And they offered him the services of Charlie Parker. So we took it, because it was free. And, wow, this was something new. It was like... No major football team would play another without a thorough scouting report. What polling meant to be originally was a very detailed football scouting report: The weakness of the opposition, our own

weaknesses that maybe we didn't know about. And we tailored our campaign to the poll. That's how Jack Kennedy won in 1960. Nixon had lousy polling.

Sprecher 4

auf O-Ton

Das war eine Typ namens Charlie Parker, aus Shanadoo, Iowa. Er machte Umfragen für die privaten Stromkonzerne im ganzen Land. Die Stromleute umwarben Senator Magnuson und boten ihm Parkers Dienste an. Wir nahmen an. Es war umsonst; und, wow, etwas ganz neues.

Kein größeres Football Team würde ohne einen Bericht über die gegnerische Mannschaft in ein Spiel gehen. Umfragen waren ursprünglich genau dasselbe: Man erfuhr etwas über die Schwächen des Gegners. Und auch über eigene, von denen man womöglich gar nichts wusste. Wir haben unser Kampagne auf diese Umfragen zugeschnitten. So gewann später auch Jack Kennedy. Nixon hatte einfach lausige Meinungsforscher.

Erzähler

Fragt sich, ob in diesem Gewerbe noch irgendwo Platz ist für einen Rest Moral, für ein paar Prinzipien. Miller schüttelt sich.

O-Ton

413 Miller Hell 0:16

Hell, no. I mean: Yes and no. Baseball, football, boxing – getting the edge, the advantage, is a primary part of the game.

Sprecher 4

auf O-Ton

Nein, zum Teufel. Ich meine: Ja und Nein. Egal ob Baseball, Football, Boxen – einen Vorteil zu kriegen ist einfach das wichtigste beim Spiel.

Erzähler

Und natürlich wird geschummelt und gefoult. Hat er auch gemacht. So viel, wie möglich war, ohne erwischt zu werden.

O-Ton

414 Miller cheating 0:02

As much as I could get away with.

REGIE: Soundreserve: **417 Miller Lachen 0:02**

4:25 / 39:15

Atmo

optional: **499 Bus**

500 War Room AU (0:39)

Professor Steinhorn; Filmclip aus Computerlautsprecher

- Erzähler** American University, Hurst Hall. Unten die Biologie. Im 1. Stock der „War Room“, der Kriegeraum. Einmal die Woche treffen sich Professor Leonard Steinhorn und seine Studenten hier, um die Wahlkampf-Lage zu sezieren. Die Debatte wird im Internet live übertragen, auf Myfox, einem Webauftritt von Rupert Murdochs Nachrichtenkanal Fox News.
- Atmo** **501 War Room2 AU (1:28)**
Steinhorn und Studenten debattieren – im Raum aufgenommen
REGIE: eventuell einsteigen bei Studentin bei 0:28
Verlängerbar mit 502 War Room3 AU Robin 0:31
Als mögliche Unterlage für alles: 502B War Room4 6:29
- Erzähler** Wer transportiert welche Themen? Worauf springen die Medien an? Wie sieht der nächste Schritt der Kandidaten aus? Welche Strategie führt sie dorthin?
 Sie tasten die aktuelle Stimmung bei US-Standardthemen ab: Steuern, Wirtschaftslage, Abtreibung, Waffen.
- O-Ton** **504 Robin2 0:06**
 You can't be passive *James*: Yeah. *Robin*: Just life in general, you can't be passive in learning about these things.
- Erzähler** Man müsse Politik kapieren, meint die Studentin Robin, dürfe da nicht passiv bleiben. Sie stammt aus Pennsylvania. Ist Republikanerin. Aber eine sehr moderate, meint Robin. James aus Michigan pflichtet ihr bei.
- O-Ton** **505 James1 0:08**
 I kind of grew up with it my whole life – following elections, following campaigns, you know, putting signs out, wearing buttons, which is kind of always part of my life. So this is a natural fit for me.
- Erzähler** Schilder aufstellen, Buttons tragen – das hat er schon als Kind gemacht. Die Eltern sind Republikaner, er auch. Aber kein glücklicher. Die Macht habe sie korrumpiert.
- O-Ton** **507 James3 0:09 (0:11, 2 Sek Vorlauf)**
 I think the Republicans fell victim to corruption to being in power They saw a chance to enact their agenda and to do away with their principles. It was really offensive to me.

- Sprecher 3** *auf O-Ton (möglichst spät)*
Sie sahen eine Chance, ihr Programm durchzusetzen und vergaßen dabei ihre Prinzipien. Das fand ich scheußlich.
- Erzähler** Die kolossale Staatsverschuldung für den Irak-Krieg und die Rettung der Banken gefallen James überhaupt nicht. Und dieser Lobbyismus. Aber er will nicht jammern.
- O-Ton** **506 James2 0:07** (0:11, 4 Sek Vorlauf)
Unless we, who are disgusted and those of us who don't like what's going on get up and do something about it and we have no reason to complain, we have no reason to expect that things will ever change .
- Sprecher 3** *auf O-Ton*
Wenn wir, die davon angewidert sind, nichts tun, können wir uns auch nicht beklagen. Und nicht erwarten, dass jemals etwas anders wird.
- O-Ton** **508 Robin3 0:15** (0:18, 3 Sek Nachlauf)
I think what happened is that people stopped questioning. So early in the Bush term we had 9/11 and all these issues and people decided: OK, we need to be loyal to the leader. But then we went on way too long just being blindly loyal to the government.
- Sprecherin** *auf O-Ton*
Ich glaube die Leute haben gleich am Anfang der Bush-Ära aufgehört zu fragen. Sie dachten, sie müssten wegen des 11. September loyal zur Führung stehen. Aber wir waren viel zu lange blindlings loyal.
- Erzähler** Was sie abstößt: Dass immer mehr Geld fließt.
- O-Ton** **510 James4 0:02**
Yeah. You do have to have money to play. That's for sure.
- O-Ton** **512 Robin5 0:02**
Oh, yes, politics are dirty.
- Erzähler** Robin würde die Wahlkampfspenden gerne kappen. Sie strebt auch nicht ins harte Wahlkampfgeräusch, will keinen Spin produzieren. Lieber ins Ausland gehen – um Menschen wirklich zu helfen, sagt sie.

- O-Ton** **513 Robin6 0:10** (0:12 2 Sek Nachlauf)
Working on the more down-to-earth level of helping people directly. Rather than just putting out spin and trying to get people elected.
- O-Ton** **520 Vote Stevenson 0:40**
Wahlkampfsong 1952 (auf die Melodie von "O Tannenbaum")
Sängerin: Vote Stevenson, vote Stevenson, a man you can believe in...
- O-Ton** *schnell aufziehen:*
530 Steinhorn1 0:27
Pull away the curtain and expose the wizard of Oz for who he is. It doesn't mean that they are not fascinated by the spin or that their emotional connection to the campaign isn't driven by the media narrative, but they are able cognitively and intellectually to see what the message masters are doing in this campaign, what the image masters are doing.
- Sprecher 6** *auf O-Ton*
Ich will den Vorhang wegziehen und ihnen den Zauberer von Oz zeigen. Es mag sein, dass die Studenten fasziniert sind vom Spin und dass die mediale Aufbereitung der Kampagne sie emotionalisiert. Aber sie sind intellektuell in der Lage zu sehen, was die Meister der Botschaft und der Bilder da treiben.
- Erzähler** Professor Steinhorn ist keiner, der sich groß empört über Spin.
- O-Ton** **531 Steinhorn2 0:10**
You know, you go back 150, 160 years and you see campaign managers and campaigns creating narratives and myths about their candidates.
- Erzähler** Schon vor 150 Jahren habe es Kampagnenmanager gegeben, die Mythen um ihre Kandidaten rankten. Nur sind Geschichtenerzähler heute viel zahlreicher und professioneller. Und permanent im Einsatz.
- O-Ton** **532 Steinhorn3 0:06**
The storytelling is more permanent, more professional, more pervasive. And more sophisticated.
- Atmo** **600 RNC Convention**
blenden mit ineinander gestaffelten Atmos **601 / 602 / 603 Beifall nah**
- 42:55**
Erzähler *auf Atmo*
Steinhorn arbeitet über die Grundmythen der US-Politik, die stets neu improvisierten Urlegenden, immer hart am amerikanischen

Traum. Vom Held aus kleinen Verhältnissen, der sich hoch geschuftet hat gegen Widrigkeiten und ein großer Führer wurde. Der einsam schwere Entscheidungen fällen muss, aber sein Herz für den einfachen Mann behält, für Joe Sixpack. Der betet und in einem Krieg gekämpft hat. Sogar Millionäre verkaufen sich in Wahlkämpfen gern als einfache Durchschnittsbürger.

Atmo

steht kurz frei

1700 Kilometer nordwestlich der Universität geht jenes Ereignis über die Bühne, das die Studenten im "War Room" derzeit analysieren: Der 39. Parteitag der "Grand Old Party", der großen alten Partei, wie die Republikaner sagen. Die Bühne ist gewaltig. Eine Sportarena mit 18000 Plätzen. Jahrelang haben die Strategen die viertägige Show vorbereitet. Die Farben, die Slogans, die Musik, der Ablauf. Alles ist minutiös und sekundengenau festgelegt. Über 80 Millionen Dollar kostet die Inszenierung des Präsidentschaftskandidaten: Die enormen Aufbauten, die Technik, die Sicherheit, die Filme, die Luftballons, die Räume für über zehntausend Delegierte, Helfer, Medienleute, Ehrengäste. Sogar den Anpfiff der Nationalen Football Liga wurde für die Versammlung verschoben.

Atmo

607 RNC Vorhalle (2:00)

Atmo

608 RNC Radio Row

*geblendete Live-Berichterstattung vieler Radiostimmen –
Background für den ganzen folgenden Block*

O-Ton

610 Adam1 0:16

Since so much of the game now is about coverage this is a way for them to put themselves on every major American TV network for four nights straight. And you can't blame them. I mean, if half the game is name recognition, who doesn't want four nights of free press and prime time coverage?

Sprecher 3

auf O-Ton + Atmo

Der Partei geht es vor allem um viel Berichterstattung – so sind sie ständig im Fernsehen. Wer wollte ihr das vorwerfen? Sie muss den Namen verbreiten. Vier Tage kostenlose Werbung sind hilfreich.

- Erzähler** *auf Atmo*
- Adam B. Kushner ist 27. Und schon „Seniorschreiber“ von Newsweek. Ein Spezialist für globale Ideen. Und deshalb hier eher gelangweilt. Ein echter New Yorker: Cool, spöttisch, ein wenig dandyhaft. Er grinst. Der Gedanke, dass hier tausende Journalisten die kunstvoll gedrechselten Slogans von Parteistrategen und Kommunikationsberatern nachbeten, amüsiert ihn.
- O-Ton** **611 Adam2 0:27**
- I think that's exactly right. That's exactly right. So what happens is that everybody reports the same speech and then they try to give it their own little dash of color. They use whatever adjectives they might be able to think of themselves or they do it in the first person: I watched this, I saw this at this location. Or: I saw it after I had spoken to this person who said that. But mostly it's the same story getting covered in a zillion different media.
- Sprecher 3** *auf O-Ton*
- So ist es, genau so. Jeder berichtet über die gleiche Rede und tut seinen kleinen Farbtupfer dazu. Ein paar Adjektive. Oder die Ich-Form: Ich sah dies oder ich hörte das, nachdem ich mit dem und dem sprach. Aber im Grunde ist es die gleiche Geschichte. In Tausenden von Medien.
- Erzähler**
- Die amerikanischen Medien machen sich eine Menge Vorwürfe. Vor allem im Vorfeld des Irak-Krieges, so die fast einhellige Selbsterkenntnis, haben sie versagt. Sich mit Halbwahrheiten und Lügen abfüttern lassen und kaum nachzufragen gewagt. Weil das als unpatriotisch gehalten hätte. Eine Recherche des Center for Public Integrity offenbarte, dass Präsident Bush und seine sieben Spitzenkräfte zwischen September 2001 und September 2003 zu Massenvernichtungswaffen und al-Qaida-Verbindungen im Irak 935 Falschaussagen gemacht hatten. Eigentlich genug Zündstoff für eine funktionierende kritische Öffentlichkeit. Aber Kushner ist da ganz nüchtern.
- O-Ton** **612 Adam3 0:12**
- Presidential politics, congressional politics everywhere – in this country or any other country, as far as I can tell, where press conferences are given – have largely become manufactured news.

- Sprecher 3** *auf O-Ton*
Hohe Politik hier – und in jedem anderen Land, wo
Presskonferenzen abgehalten werden – besteht heute vor allem aus
fabrizierten Nachrichten.
- Atmo** *608 steht noch kurz frei,*
- Collage** **620 Collage Praesidentenwahlkampfe 1:12**
Eisenhower, Johnson, Nixon, Carter, Bush, Reagan, McCain, Obama
- Atmo** **630 Greener Lift (0:25)**
Lifftür, Piepen, Lifftür
- O-Ton** **631 Greener1 0:01**
I couldn't find honest work
- Erzähler** Bob Greener macht Witze. "Ich konnte keine anständige Arbeit
finden" sagt er auf die Frage, wie er eigentlich politischer Berater
geworden sei. Ich treffe ihn nach der Convention in seinem
Washingtoner Büro. Er war der Koordinator der Bühne. Steuerte,
was da lief und wie es lief.
- O-Ton** **632 Greener2 0:23**
Well, it's everything. Everything from: Making sure that people actually
have an airplane ticket, that they get to the Xcel Centre and are able to
rehearse their speeches, to the content of those speeches, to the staging of
those speeches, putting together a program that is broadcast-friendly. In
fact: You make it possible for them to do it.
- Sprecher 2** *auf O-Ton*
Man muss gucken, dass jeder sein Flugticket hat und rechtzeitig
kommt, um seine Rede zu üben. Man kümmert sich um Inhalt und
Darbietung und sorgt für ein sende-freundliches Programm und dass
die ihre Arbeit machen können.
- Erzähler** Da geht es um Sekunden, eng abgestimmt mit den Produzenten der
TV-Sender. Selbst die Werbepausen sind schon eingerechnet.
- O-Ton** **633 Greener3 0:33**
We would say now look; We want Mrs McCain to toemark at 8:34, we want
her to be done at 8:58, we want to give you 'til 9:04 to come back, then
that's when the video is going to show. Then Senator McCain will come out.
We expect that to take two to three minutes of extended applause and then
we expect him to toemark at 9.15 and be up there for approximately 53

minutes. So your broadcast will be over at 10:08.

Sprecher 2 *auf O-Ton*

Wir sagen: Frau McCain muss um 8 Uhr 34 starten und um 8 Uhr 58 fertig sein. Dann habt ihr bis 9 Uhr 4 Zeit, da zeigen wir das Video. Dann kommt Senator McCain raus. Wir planen zwei bis drei Minuten ausgedehnten Applaus. Er startet um 9 Uhr 15 wird etwa 53 Minuten da oben sein. Dann ist eure Sendung um 10 Uhr 08 zu Ende.

Erzähler

Das ist für ihn effektiv und richtig und wichtig. Das ist sein Job. Er sagt, er sei ein Fulltime-Republikaner. Seine Firma, Greener and Hook, arbeitet viel für Republikaner, aber auch für Frontgruppen und Stiftungen, für Banken Versicherungen, Telefonfirmen und Bierbrauer.

O-Ton

634 Greener4 0:13

Basically we try to put together winning arguments, put together the arguments and then deliver them in a strategically sound fashion. Through the execution of the most effective tactics.

Sprecher 2

Im Grunde sammeln wir überzeugende Argumente und versuchen sie mit der effektivsten Taktik, strategisch vernünftig rüberzubringen.

50:30

Atmo

700 Abendrushhour K Street

O-Ton

701 Arterton1 0:05

We take no offense at the fact that warfare characterizes politics.

Erzähler

Am westlichen Ende der K Street liegt die George Washington University. Ihre Graduate School of Political Management gilt als Top-Kaderschmiede. Direktor Christopher Arterton lächelt huldvoll, als ich ihm mit Moral komme. Redet von Clausewitz, von Machiavelli. Weit über tausend Politprofis wurden hier schon ausgebildet. Ethik sei da immer ein Thema. Und dann erzählt er mir die Geschichte von einem Absolventen, der für die Republikaner arbeitete und rausflog, als die Bush-Leute übernahmen. Einige Zeit später bekam er wieder ein Jobangebot von der Partei.

O-Ton

702 Arterton the job 0:22

And the job was to set up a computer system which would call repeatedly

the telephone numbers of the Democratic party headquarters in Concord, new Hampshire on election day in order to tie up their phone lines so that they could not engage their voter identification and voter turnout apparatus.

Sprecher 6 *über O-Ton*

Der Job war, ein Computersystem aufzubauen, das am Wahltag alle Telefonnummern des Hauptquartiers der Demokraten in Concord, New Hampshire anruft und so die Leitungen blockiert. um deren Wählerbetreuung lahmzulegen.

Erzähler Der junge Mann erkundigte sich bei einem Anwalt. Der ihm erklärte, das all dies legal sei. Also tat er es. Und dann kam die Sache raus.

O-Ton **703 Arterton the job2 0:20**

There was of course a huge scandal about this. And the FBI came after him and prosecuted him for telephone harassment which he freely said: OK, I'm guilty, I did it. Here is what I did. Then he served six months in a federal jail for this. He is now a felon and is no longer working in politics.

Sprecher 6 *über O-Ton*

Das gab natürlich einen Rieseskandal. Das FBI verfolgte ihn wegen telefonischer Belästigung, was er offen zugab. Es saß sechs Monate im Gefängnis, ist jetzt vorbestraft und arbeitet nicht mehr in der Politik.

Erzähler Aber seine Universität lädt ihn immer wieder gerne ein – um ihn im Ethik-Unterricht über seine Erfahrungen sprechen zu lassen.

O-Ton **704 Arterton the job3 0:05**

But now this young person comes in and talks to our classes, in ethics, and talks about what happened to him.

O-Ton **710 Ad Anti-Obama**

Sprecher: Beyond the speeches how much do you really know about Barack Obama?

Atmo **711 Lobbyklasse**

Erzähler Es ist spät geworden. Aber ich habe noch Unterricht an der Graduate School. Eine Probestunde Lobbying bei Julius W. Hobson junior. Die Abendklasse. Von 19 Uhr bis spät. Neun weibliche, sechs männliche Studenten sitzen da. Auch schon ein bisschen müde. Die meisten arbeiten tagsüber in Downtown Washington.

Dozent Hobson spricht über die genauen Abläufe im Parlament, erzählt von Glanzfällen und Fehlschlägen des Lobbyismus. Dass man heute mit moderner Technik innerhalb von 48 Stunden eine Massenbewegung inszenieren könne. Zuviel Lobbying aber völligen Stillstand bewirke.

- O-Ton** **712 Hobson1 0:09**
 There is so much noise that nothing gets done. Because there is noise on both sides of the issue. And everybody who has that capability is doing it.
- Sprecher 5** Manchmal geschieht gar nichts – weil auf beiden Seiten so viel Lärm gemacht wird.
- Atmo** **700 leise**
- Erzähler** Wir stehen auf der Treppe vor der Uni. Es ist schon dunkel. Hobson ist seit vielen Jahren dabei. Eigentlich, sagt der Lobbyist, sei es ein ehrenwerter Beruf. Nur dass leider nicht einmal seine Familie diese Ansicht teilt.
- O-Ton** **713 Hobson2 0:21**
 I don't think there is anything we can do to solve that. You know, there is no way that there will ever be a situation where people think nice things about lobbyists. That's just never going to happen. And that's why I say: If that's what you want, if you want to be in a profession where people respect you and think you're doing wonderful things, being a lobbyist is not it.
- Sprecher 5** Ich glaube da kann man nichts machen. Die Leute werden niemals etwas Nettes über Lobbyisten denken. Niemals. Deshalb sage ich den Studenten: Wenn sie einen Beruf wollen, in dem sie respektiert werden und die Leute sie wunderbar finden – werden sie nicht Lobbyist.
- O-Ton** **720 Ad Kennedy**
Wahlkampfsong 1960
Chorus: Kennedy, Kennedy, Kennedy, Kennedy, Kennedy, can. Kenney, Kennedy
Sänger: Do you want a man for president who's seasoned through and through...
- Sprecherin** Spin oder: Die Industrialisierung der Meinungsproduktion
 Feature von Tom Schimmeck.
 Es sprachen: Christian Redl, Lennardt Krüger, Peter Jordan, Volker

Hanisch, Stephan Schad, Wolf-Dietrich Sprenger, Philipp Baltus und Anna-Maria-Kuricova.

Technische Realisation: Kerstin Heikamp und Dietmar Fuchs.

Regie: Nikolai von Koslowski.

Redaktion: Ulrike Toma.

Eine Produktion des Norddeutschen Rundfunks mit dem Deutschlandfunk und dem Saarländischen Rundfunk 2008.