

Hirschen Group GmbH
Gruppen, Mitglieder, Ideologie

Inhaltsverzeichnis

- I. Allgemeine Fakten zur Hirschen Group GmbH – S. 3
- II. Struktur: Gruppen, Untergruppen, Partnerschaften – S. 4
- III. Staatliche Kunden und Lobbyismus – S. 6
- IV. Mitglieder und Vernetzungen – S. 8
- V. Ideologie – S. 11
- VI. Schlussbemerkungen – S. 12

I. Allgemeines

- Der Vorläufer der Hirschen Group GmbH wurde 1995 als „Zum goldenen Hirschen“ in Hamburg gegründet. Gründer waren Bernd Heusinger und Marcel Loko. Beide sind Geschäftsführer, seit 2004 zusätzlich Martin Blach.
- Gehört zu den fünf größten Werbeagenturen in Deutschland.
- Umsatz von über 50 Millionen Euro jährlich.¹ Das gesamte Billingvolumen beträgt 300 Millionen Euro.²
- 600 Mitarbeiter mit Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, Dresden, Stuttgart, München, Frankfurt und Wien.
- Mehr als 120 Kunden, darunter Marken wie BMW, Pernod Ricard, Ferrero, der Axel Springer Verlag, Hapag-Lloyd-Kreuzfahrten, LIDL, MediaMarkt/Saturn, Bauhaus, OBI, C&A, KBV, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, das Bundesministerium für Wirtschaft und das Staatsministerium Baden-Württemberg.
- Bis 2016³ jahrelanger Partner bei den Wahlkampagnen der Grünen auf Bundes- und Landesebene,⁴ darunter für Joschka Fischer den Slogan „Außen Minister, innen grün“.⁵
- Die britischen WPP von Martin Sorrell, die weltweit größten Werbeholding, ist mit 49 % der größte Anteilseigner an der Hirschen Group.⁶

¹ <http://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/Hirschen-Group-Cornelius-Winter-und-Philipp-Keller-werden-Gesellschafter-165602>.

² <http://www.hirschen-group.com/about.html>.

³ https://www.wuv.de/agenturen/die_gruenen_gehen_ohne_hirschen_in_den_wahlkampf.

⁴ https://www.wuv.de/agenturen/so_werben_die_hirschen_fuer_die_gruenen.

⁵ <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.kampagne-zur-energiewende-hirschen-machen-das-rennen.3c746c7b-ce88-45d8-b92c-a152a5cdf94b.html>.

⁶ <http://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/Hirschen-CEO-Martin-Blach-Wir-sind-keine-Sekte-164045>.

II. Struktur: Gruppen, Untergruppen, Partnerschaften

II.1 Untergruppen der Hirschen Group

- *Zum Goldenen Hirschen*. Herzstück des Konzerns mit 300 Mitarbeitern und einem Etatvolumen von 150 Millionen Euro.⁷
- *Freunde des Hauses*. Agentur für langfristige Kampagnen und langjährige Kundenbeziehungen. Brüstet sich mit der Image-Überholung Lidl's („Lidl lohnt sich“) innerhalb eines Jahrzehnts, für welche die Agentur 2008 eigens ins Leben gerufen wurde.⁸
- *365 Sherpas*. „365 Sherpas ist die politisch-strategische Beratung für Unternehmen und Institutionen mit Standorten in Berlin und Wien. Unsere Arbeit beginnt weit im Vorfeld einer öffentlichen Kommunikation und konzentriert sich auf die Bereiche Corporate Affairs und Policy Advice.“⁹ Gegründet 2013.
- *Ressourcenmangel*. Agentur mit Schwerpunkt auf Onlinepräsentation- und kommunikation. Nicht „hip“ wie der Rest von Hirschen, sondern auf „seriöse“ Kunden bedacht, darunter Bertelsmann-Stiftung, Ministerien und Kassenärztliche Bundesvereinigung.¹⁰
- *Vorn Strategy Consulting*. Konzentriert sich auf Unternehmensberatung bei Markenpositionierung und Markenstrategie.¹¹
- *TraDeers*. Spezialisiert auf digitales Marketing. Kunden u. a.: Plus, Simyo, Babymarkt, Bofrost.¹²
- *And courage!* Medienkampagnen für den Vertrieb von Print- und Digitalmarken, Magazinprojekte, digitale Formate, Bücher und Verlagsgruppen. Kunden u. a. Johann Lafer und style journey.¹³
- *Holy Moly*. Marketing im Bereich Immobilien.¹⁴
- *Health Angels*. Pharmaagentur, 2018 gegründet. Kunde: AbbVie.¹⁵
- *029*. Agentur für Events und Markenwahrnehmung. 2018 von Hirschen übernommen.¹⁶

II.2 Partnerschaften

- *J. Walter Thompson (JWT)*. Älteste Werbeagentur der Welt (seit 1864). Weltweites Agenturnetz mit 12.000 Markenspezialisten und mehr als 200 Büros in über 90 Ländern.¹⁷ Bekannteste Kunden: Kellogg's, Nestlé, Kraft, Ford. Seit 1987 im Besitz der britischen WPP.

⁷ <https://www.hirschen.de/agentur/ueber-uns.html>.

⁸ <http://www.freundeshauses.eu/warum-freunde-des-hauses.html>.

⁹ <https://365sherpas.com/de/#wer-wir-sind>.

¹⁰ <https://www.ressourcenmangel.de/startseite.html#rsm-cases>.

¹¹ <https://vornconsulting.com/>.

¹² <https://www.tradeers.de/leistungen/>.

¹³ <http://www.andcourage.de/#uberuns>.

¹⁴ <http://www.holy-moly.net/>.

¹⁵ <http://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/Hirschen-Group-Neue-Pharmaagentur-heisst-Health-Angels-164020>.

¹⁶ <http://www.new-business.de/kommunikation/detail.php?rubric=KOMMUNIKATION&nr=717603>.

¹⁷ <https://www.jwt.com/de/%C3%BCber-uns>.

- *Golden Dudes*. Internationale Allianz inhabergeführter und unabhängiger Kommunikationsagenturen.¹⁸

II.3 Die WPP

- Größte Werbeholding der Welt.
- 200.000 Mitarbeiter mit 3.000 Büros in 113 Ländern.¹⁹
- Über 15 Milliarden Euro Umsatz.²⁰
- Neben den 49 % Anteil an der Hirschen Group besitzt die WPP ein weiteres Standbein in Deutschland: Scholz & Friends, das als Sub-Unternehmen agiert.²¹ Neben hochkarätigen Kunden (FAZ, Deutsche Bahn, Siemens) fiel die Agentur in den späten 2000ern aufgrund ihrer CDU-Nähe auf.²² Im Winter 2016/2017 startete der S&F-Mitarbeiter Gerald Hensel die private Kampagne #KeinGeldfürRechts, die sich gegen den Onlineauftritt von u. a. Tichys Einblick, der Jungen Freiheit und der Achse des Guten richtete. Ziel war es, die Bannerschaltungen Werbetreibender abubrechen und alternative Medien ihrer Einnahmen zu berauben.²³
- Zwischen Scholz & Friends und Hirschen gab es in der Vergangenheit Personalverschiebungen, so wechselte der Gründer und Geschäftsleiter von S&F, Vincent Schmidlin, als Chief Strategy Officer zur Hirschen Group.²⁴

II.4 Zusammenfassung

- Die Hirschen Group verfügt über eine breit aufgestellte Palette von Agenturen, die verschiedene Bereiche und Kunden im Marketing- und Werbebereich abdecken. Zum Goldenen Hirschen, 365 Sherpas und Ressourcenmangel verdienen eine nähere Betrachtung, da sie mit der Politik verbandelt sind.
- Auffällig ist die starke Präsenz der britischen WPP im deutschen Raum. Sie arbeitet mit der Hirschen Group auf internationalem Feld über die JWT-Agentur zusammen, dazu gehört ihr ein 49%iger Anteil an Hirschen sowie das Subunternehmen Scholz & Friends. Nach Aussagen der drei Agenturen lässt WPP diesen große Freiheiten.

¹⁸ <https://kress.de/news/detail/beitrag/128062-ehemaliger-scholz-friends-manager-vincent-schmidlin-neuer-cso-der-hirschen-group.html>.

¹⁹ <http://www.wpp.com/wpp/about/whoweare/>.

²⁰ <http://www.wpp.com/~media/pressreleases/assets/wpp%202017%20preliminary%20results.pdf>.

²¹ <http://www.wpp.com/wpp/companies/scholz-friends/>.

²² <https://www.stern.de/politik/deutschland/werbekampagnen-scholz---friends---cdu-3436444.html>.

²³ <https://www.tichyseinblick.de/kolumnen/alexander-wallasch-heute/gerald-hensel-ich-bin-wahrscheinlich-nicht-gott/>.

²⁴ <https://kress.de/news/detail/beitrag/128062-ehemaliger-scholz-friends-manager-vincent-schmidlin-neuer-cso-der-hirschen-group.html>.

III. Staatliche Kunden und Lobbyismus

III.1 Zum Goldenen Hirschen

- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie („Wir sind das Wir in Wirtschaft“). „Umfassende Aufklärungs- und Informationsarbeit in der deutschen Bevölkerung zu den Projekten des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie“.²⁵
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie („Wir machen es effizient“). „Ziel ist es, einen Bewusstseinswandel beim Thema Energieeffizienz in der Bevölkerung anzuregen.“²⁶
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales („Wir sind sozial engagiert“). „Ergebnis: Alle Vorhaben und Maßnahmen gegen teils erhebliche politische Widerstände erfolgreich kommuniziert und die Ministerin als überzeugte und überzeugende Politikerin gezeigt.“²⁷
- Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg (gut-ausgebildet.de).²⁸
- Staatsministerium Baden-Württemberg (Mauszeiger über Stuttgart).²⁹
- Staatsministerium Baden-Württemberg (Wer einmal hier lebt, will nie wieder weg). Fortsetzung der von Scholz & Friends initiierten „Wir können alles. Außer Hochdeutsch“-Sympathiekampagne für das Bundesland.³⁰

III.2 Ressourcenmangel

- Bundesministerium für Arbeit und Soziales („Neustart in Deutschland – Gemeinsam stark“). Initiative für Asylsuchende zum Neustart in Deutschland. „Für Asylsuchende, die alles verloren haben und bei uns eine Chance bekommen sollen. Genau so, wie auch Menschen in Deutschland nach langer Arbeitslosigkeit eine Chance erhalten sollen.“ Des Weiteren: „Für das Bundesministerium für Arbeit und Soziales arbeiten wir gemeinsam mit unser Schwesteragentur 365Sherpas schon seit dem Jahr 2014 und begleiten politische Projekte wie das Rentenpaket, die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns oder die „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ mit der Planung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen.“
- Bayerische Staatskanzlei („Welcome Dahoam“). „Landesmarketing“ für den Freistaat Bayern. Internetauftritt.³¹
- Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege („Masern sind kein Kinderkram“). Aufklärungskampagne zum Masernvirus. Öffentlichkeitsarbeit, TV- bzw. Kino-Spot und Print.³²
- Staatsministerium Baden-Württemberg (Fachkräfteportal). Internetauftritt.³³
- Allianz für die Region Braunschweig-Wolfsburg. Getragen von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Kampagne zur Stärkung der Region.³⁴

²⁵ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/wir-sind-das-wir-in-wirtschaft.html>.

²⁶ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/wir-machens-effizient.html>.

²⁷ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/wir-sind-sozial-engagiert.html>.

²⁸ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/gut-ausgebildetde.html>.

²⁹ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/mauszeiger-ueber-stuttgart.html>.

³⁰ <https://www.hirschen.de/agentur/arbeiten/wir-koennen-alles-ausser-hochdeutsch.html>.

³¹ <https://www.ressourcenmangel.de/welcome-dahoam.html?ms=startseite>.

³² <https://www.ressourcenmangel.de/masern-final.html?ms=startseite>.

³³ <https://www.ressourcenmangel.de/startseite.html#!rsm-cases/bwjetzt.html>.

III.3 365 Sherpas

- Sherpas gibt im Gegensatz zu anderen Gruppen von Hirschen nicht die Kunden an.
- Zielgruppe der Sherpas sind nicht etwa Politiker oder Parteien, sondern Unternehmen, die sich mit der Politik vernetzen wollen.
- „Das Angebot von 365 Sherpas richtet sich in erster Linie an Unternehmen und Verbände, aber auch an Auftraggeber aus dem öffentlichen Sektor. Dabei reicht das Leistungsspektrum von Beratungsleistungen in Krisensituationen über die politische Interessenvertretung bis hin zu Stakeholder- und Umfeldanalysen sowie Monitoring und politischem Kontaktmanagement. Darüber hinaus umfasst das Angebot die Entwicklung von strategischen Konzepten für Kommunikationslösungen wie Kampagnen, wenn diese Teil einer Beratungslösung sind. Und wenn es der Kunde wünscht, dann übernimmt 365 Sherpas auch die Umsetzung der Dialog- und Kampagnenaktivitäten.“³⁵
- „Dem Beratungsmarkt fehlt es an Fokus auf die strategischen Fragen und die Zukunft von verantwortlicher Interessenvertretung der Wirtschaft und dialogorientierter Kommunikation der Politik. Politische und kommunikative Herausforderungen reizen uns. Mit einem Team aus erfahrenen und spezialisierten Generalisten begleiten wir unsere Auftraggeber aus Wirtschaft und Politik in erfolgskritischen Situationen.“³⁶
- Übersetzt: Sherpas wirkt als Lobbyvermittler.

III.4 Unregelmäßigkeiten und Kritik

- 2013 wurde die Vergabe der Energiewenden-Kampagne an Hirschen kritisiert. In Baden-Württemberg wurde Hirschen mit zwei „Großaufträgen“ versorgt, neben der Energiewenden-Kampagne zuvor bereits mit der „Alles außer Hochdeutsch“-Kampagne, die von Scholz & Friends übernommen wurde.³⁷ Lokale, baden-württembergische Agenturen fühlten sich übergangen, es wurde über eine Verwebung zwischen der grünen Landesregierung und Hirschen (Langzeitpartner der Grünen bei Wahlkampagnen) spekuliert. Umweltminister Franz Untersteller dementierte diese Gerüchte.³⁸

³⁴ <https://www.ressourcenmangel.de/allianz-fuer-die-region.html?ms=startseite>.

³⁵ <http://www.publicmarketing.eu/news/detail.php?rubric=News&nr=6035>.

³⁶ <https://365sherpas.com/de/#was-wir-machen>.

³⁷ <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/agentur-zum-goldenen-hirschen-wirbt-fuer-baden-wuerttemberg/>.

³⁸ <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.kampagne-zur-energiewende-hirschen-machen-das-rennen.3c746c7b-ce88-45d8-b92c-a152a5cdf94b.html>.

IV. Mitglieder und Vernetzungen

Bernd Heusinger

- Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter Hirschen Group.³⁹
- Journalist und Konzeptionist für den Bayerischen Rundfunk, die Abendzeitung, Tempo, Theater heute, SAT.1 und RTL.
- Keine offensichtlichen Verbindungen zu Parteien, jedoch ideologisch eindeutig einzuordnen (siehe Ideologie).

Hans Langguth

- Geschäftsführer zum Goldenen Hirschen, Gesellschafter Hirschen Group.⁴⁰
- Journalist, 1999 Pressesprecher des Bundesvorstandes der Grünen.
- Ab 2000 Leiter der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Wahlkampf-Kommunikation der Grünen.
- 2002-2005 erster Stellvertretender Sprecher der Bundesregierung. Zugleich stellvertretender Leiter des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung.
- Seit 2006 Geschäftsführer, 2008 Gesellschafter.

365 Sherpas⁴¹

- Der Geschäftsführer Cornelius Winter war vor seiner Karriere in der politischen Beratung zuerst politischer Berater von Dagmar Roth-Berendt (MdEP) und anschließend von Wolfgang Behrendt (MdB), beide SPD.
- Laut Webseite arbeitete Managing Partner (Sherpas-Vize) Jan Böttger während seines Studiums im „Wahlkreisbüro eines Bundestagsabgeordneten“ und „war im Bundestagswahlkampf aktiv“, ohne dabei die Partei zu nennen. Ein Artikel des Spiegels aus dem Jahr 2002 verrät, dass der Student aus Jena für die SPD-Kampa arbeitete und die Anti-Stoiber-Webseite nicht-regierungsfaehig.de mit Material fütterte.⁴²
- Partner Heiko Wiese, „arbeitete im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung, des Europäischen Parlamentes und der Europäischen Kommission im Auftrag der Agentur Euro-Informationen zwei Jahre für die Bekanntmachung und Einführung des Euro in Deutschland“.
- Senior Associate Birthe März „sammelte sie praktische Erfahrungen im Bundesministerium der Justiz sowie bei der Friedrich-Naumann-Stiftung in Potsdam“.

³⁹ <https://www.hirschen.de/agentur/koeefe/bernd-marcel.html>.

⁴⁰ <https://www.hirschen.de/agentur/koeefe/berlin.html>.

⁴¹ Alle Informationen – wenn nicht anders verlinkt – von <https://365sherpas.com/de/#wer-wir-sind>.

⁴² <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/studenten-und-politik-die-wahlfaenger-a-211116.html>.

- Managing Director Klaus Harbers war von 1998 bis 2005 Büroleiterin der SPD-Bundestagsabgeordneten Angelika Mertens. Später Berater des DGB-Vorsitzenden Michael Sommer, 2011 Pressesprecher der DGB Bundesvorstandsverwaltung.
- Associate Fieta Starck arbeitete nach seinem Studium neun Monate lang im Büro der Europaabgeordneten Britta Reimers (FDP).
- Director Daniel Enke „sammelte Erfahrungen im Deutschen Bundestag, in der Parteizentrale einer Bundestagspartei sowie in der Politikberatung“. Trotz Recherche konnte nicht herausgefunden werden, welche Bundestagspartei gemeint ist.
- Über Associate Ruben Siemers lesen wir: „Während seines Bachelorstudiums sammelte er erste praktische Erfahrungen als Praktikant und studentische Hilfskraft im Thüringer Landtag. Während seines Masterstudiums arbeitete er als Praktikant bei mehreren Bundestagsabgeordneten“. Auch hier ist nicht klar, wer gemeint ist, jedoch ist der Twitteraccount von Siemers eindeutig affin bezüglich SPD⁴³ und Grünen.⁴⁴ Starker Drang zum „virtue signaling“, was Anti-AfD und Rassismus/Rechtsextremismus angeht. Gegen CSU.
- Consultant Angelika el Noshokaty: „Ihre berufliche Laufbahn begann Angelika el Noshokaty 2011 im Hauptstadtbüro einer politischen Stiftung, ehe sie 2012 eine Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Deutschen Bundestag aufnahm. Dort unterstützte sie zunächst Bundestagspräsident Prof. Dr. Norbert Lammert. Ab Herbst 2013 war sie hauptverantwortlich für das Abgeordnetenbüro der CSU-Landesgruppenvorsitzenden Gerda Hasselfeldt.“
- Associate director Roman Godau: „Seine berufliche Tätigkeit im Deutschen Bundestag begann 2008 bei dem Bundestagsabgeordneten Ralf Göbel (CDU) bevor er 2009 als wissenschaftlicher Mitarbeiter zu Stephan Mayer, MdB, dem damaligen Sprecher der CSU-Landesgruppe für Inneres, Recht, Kultur und Ehrenamt wechselte. Als Mitarbeiter und Büroleiter des ab 2013 innenpolitischen Sprechers der CDU/CSU-Bundestagsfraktion verantwortete er die Arbeit des Berliner Abgeordnetenbüros. Zudem begleitet er seit 2014 als Geschäftsführer den Berliner Kreis in der Union e.V.“
- Associate director Daniel Mack war Landtagsabgeordneter der Grünen in Hessen. Er beklagte 2017 die gescheiterte Jamaika-Koalition als vertane Chance, Ökonomie und Ökologie zu vereinen.⁴⁵

⁴³ <https://twitter.com/RobertHabeck/status/961301724324679681>.

⁴⁴ <https://twitter.com/rusiemers/status/957358900294176772>.

⁴⁵ <http://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/gastbeitrag-zum-jamaika-aus-warum-das-scheitern-so-bitter-ist/20605700.html>.

V. Ideologie

V. I Allgemeine Äußerungen

- Heusinger behauptet im Interview, man drücke niemanden sein Weltbild auf, sei nicht parteiaffin, nur um andererseits zu sagen: *„Wir sind als Agentur weder SPD, noch Grüne, noch CDU, sondern es gibt in der Mitarbeiterschaft die unterschiedlichsten Farben. Es würde nicht funktionieren und auch keinen Spaß machen, wenn wir da auf eine konkrete Richtung festgelegt wären. Wir würden definitiv nicht für die AfD werben, never ever, aber im demokratischen Spektrum können wir Kampagnen mit den jeweils passenden Leuten besetzen.“*⁴⁶
- Auf der Hauptseite von „Zum Goldenen Hirschen“ prangt die Überschrift „Alles Lüge“. Abgebildet sind drei Emoticons: Der Weihnachtsmann, der Osterhase und Donald Trump.⁴⁷ Zitat: *»Ein Jahr Trump: Politik als Provokation und eine eigene Wahrheit als Mittel zum Zweck! Doch Lügen kursieren im Netz nicht erst seit Donald Trump US-Präsident ist. Ein Mann wie er kann nicht allein die Menschheit verblöden. Seine Lügen brauchen Medien, Multiplikatoren und Kommunikatoren um zu voller Entfaltung zu kommen. Ist die Lüge also schuld an der bevorstehenden Apokalypse? Wir müssen Sie enttäuschen: Der Weltuntergang ist ein Hype! Die Lüge aber, die gibt es wirklich. Deshalb erklären wir, die Hirschen, der Lüge den Krieg. Unsere Wahl der Waffen: Gegen den Verlust an Glaubwürdigkeit sollten wir in unserer Branche auf Vertrauen setzten. Wir glauben an Schönheit, Tugend und Ethik.«*
- Abseits des satirischen Werbeaufhängers wird allerdings Trump immer wieder zum Ziel der Agentur im Strategiepapier. Er ist Verbreiter von Verblödung und Fake News. Die Träger der Wahrheit sind andere (Hirschen geht hier kein Stück auf die Skandale und Lügen Clintons ein). Hans Langguth, Politikstratege von Hirschen, weiß, wer hierzulande das Übel ist: *»Die AfD. Das Bewusstsein, auch das Selbstbewusstsein ihrer Aktivisten, Mitglieder und Mitläufer speist sich aus einem eigenen informellen Mikrokosmos, in dem vieles unwidersprochen kursiert, was nicht der Wahrheit entspricht. Wer sich in diese Lügenwelt hat hineinziehen lassen, kommt aus ihr schwer wieder heraus.«*
- Auf seinem Twitter-Kanal spricht Hirschen-Chef Heusinger von der „Unredlichkeit der Rechten in der Debatte um Meinungsfreiheit“ in der Causa Tellkamp.⁴⁸ Auch ansonsten liegt der Anteil der Retweets mit AfD-Kritik,⁴⁹ Obamaverherrlichung⁵⁰ bzw. Trumpabneigung⁵¹ und Migrantenfreundlichkeit⁵² für einen seriösen Account sehr hoch. In vielen Dingen entspricht er dem „Social Justice Warrior“-Klischee. Ähnliches gilt für den Account von 365-Sherpas-Geschäftsführer Cornelius Winter.⁵³
- Bei 365 Sherpas findet sich ein Blogeintrag zu „Hass und Lärm im Netz. Was jetzt zu tun ist“.⁵⁴ Darin heißt es: *Es ist egal was ich schreibe. Ob für Freiheit und Demokratie, was in unserem*

⁴⁶ <http://www.planet-interview.de/interviews/zum-goldenen-hirschen/48312/>.

⁴⁷ <https://www.hirschen.de/agentur/ueber-uns/alles-luege.html>.

⁴⁸ <https://twitter.com/berndheusinger/status/975338027286519809>.

⁴⁹ <https://twitter.com/BuzzFeedNewsDE/status/974687296082595842>.

⁵⁰ <https://twitter.com/BarackObama/status/973936533320413184>.

⁵¹ <https://twitter.com/siegstyle/status/960156659506180097>.

⁵² <https://twitter.com/kleeblattfuerth/status/973208517749432323>.

⁵³ https://twitter.com/winter_corn/status/967069157341716480.

⁵⁴ <https://365sherpas.com/de/2017/09/28/hass-und-laerm-im-netz-was-jetzt-zu-tun-ist/>.

Grundgesetz steht, dafür, dass Menschen, die zu uns geflohen sind bestmöglich integriert werden müssen oder über 70 Jahre Frieden in Europa. Nicht selten stehen unter diesen Tweets innerhalb von wenigen Minuten anonymer Hass, Hetze und persönliche Beleidigungen gegen meine Person. [...] Nein, ich lasse mich für meine Haltung nicht kleinkriegen. [...] Es ist ein ständiger Hass auf politische Statements der Mitte unserer Gesellschaft. Hass, der zum Ziel hat, anderen die Freude am Leben zu nehmen und dafür zu sorgen, dass sich junge Menschen, die die Facebook-Seiten von Merkel oder Özdemir kennen, eben nicht in Parteien engagieren. Wieso sollten sie auch? Wenn sie vom rechten Mob überrollt werden. [...] Nicht zuletzt schafft es der Revisionist, Nationalist und Rassist Gauland gerade in diesen TV-Auftritten, sich als politischer Outlaw und Wahloption für diejenigen zu positionieren, die die politischen Eliten oder sowieso das ganze demokratische System ablehnen. Die Ausgrenzung und Gewalt [sic!], die mit seiner Politik einhergeht, bekommt eine gefährlich große Bühne.

V.II Causa „Mathias Richel“

- Mathias Richel war 2006 bis 2007 als Texter beim „Goldenen Hirschen“, 2010 bis 2011 bei „Ressourcenmangel“.⁵⁵ Seit 1998 SPD-Mitglied, beriet er die Partei beim Wahlkampf 2013 und war federführend beim Onlinewahlkampf.⁵⁶
- Im Januar 2017 denunzierte Richel Roland Tichy und behauptete, dort erschienen Artikel mit „neurechtem Denken“. Zudem löschte er seinen XING-Account und rief andere User auf, dasselbe zu tun. Dies richtete sich gegen Tichys Mitwirkung bei „XING Klartext“. Es entwickelte sich eine Boykottaktion, an deren Ende Roland Tichy von seiner Position als Herausgeber von „XING Klartext“ zurücktrat. Außerdem zog Tichys Einblick einen Artikel von Jürgen Fritz zurück, der – so Richel – „Andersdenkende pathologisiert“.⁵⁷ Richels Strategie ähnelte jener seines Scholz & Friends Kollegen Hensel.
- Richel wechselte im April 2017 zu Jung von Matt und ist seitdem Geschäftsführer jener Agentur, die Angela Merkel und die CDU im Wahlkampf 2017 beriet. Nach eigenen Angaben hielt sich Richel aus der Beratung zum Wahlkampf heraus.⁵⁸

⁵⁵ <https://de.linkedin.com/in/mathiasrichel>.

⁵⁶ <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/wahlkampf-der-werber-wie-private-agenturen-die-parteien-beraten/8356192.html>.

⁵⁷ <http://www.marcogallina.de/2017/01/09/es-richelt-nach-denunziant/>.

⁵⁸ <https://omr.com/de/bundestagswahlkampf-2017-facebook-afd/>.

VI. Schlussbemerkungen

Die Hirschen Group GmbH besteht aus einer breit gefächerten Landschaft aus verschiedenen Werbeagenturen, die auf ihren jeweiligen Bereich spezialisiert sind. Das Unternehmen gehört zu den größten seiner Art in Deutschland und hat Kunden in Wirtschaft und Politik. Über die WPP, die 49% an Hirschen hält, bestehen Kontakte in den internationalen Raum. Die Hauptseiten sind daher auf Englisch gehalten.

Neben der eigentlichen Arbeit fällt bei Hirschen ein enormes Sendungsbewusstsein auf, das politisch vom linksliberalen bis linksextremen Rand reicht. Hirschen hat nicht nur jahrelang den Wahlkampf der Grünen betreut, sondern mit Hans Langguth auch einen grünen Parteipolitiker an der Spitze seiner wichtigsten Gruppe (Zum Goldenen Hirschen). Dass ein Unternehmen ein „Manifest“ schreibt, um gegen Donald Trump vorzugehen, erscheint ebenso merkwürdig wie die Äußerungen der Firmenchefs zu politischen Inhalten auf Twitter. Im Gegensatz zu den Äußerungen in Interviews wird sehr wohl eine politische Agenda betrieben, auch durch den Ausschluss der AfD.

Ob die Vergabe von Ministerienaufträgen mit parteipolitischen Vernetzungen zusammenhängen, kann nicht mit letzter Sicherheit gesagt werden. Sicher ist, dass der Verdacht bereits 2013 in Baden-Württemberg laut wurde. Die Agentur 365 Sherpas weist eine ganze Reihe von Mitarbeitern auf – die absolute Mehrheit – die in ihrer Anfangszeit im politischen Betrieb (meistens SPD) involviert war. Für den Aufbau einer Agentur, die Unternehmen an politische Institutionen vermitteln soll, erscheint diese Auswahl als logisch; es bedeutet allerdings auch eine starke Vernetzung des Hirschen-Ablegers mit neuralgischen Punkten des politischen Systems. Dass die Kunden der Sherpas auf der Webseite nicht auffindbar sind, wirkt ebenso wenig transparent. Dafür wissen die Sherpas sehr genau, was passieren muss: der rechte Mob muss aufgehalten, der Hass bekämpft, die Parteien der alten Republik gestärkt und erneuert werden.

In diesem Zusammenhang fallen auch andere Agenturen auf, sowie der Fall Mathias Richel. Letzterer ist ein Vorzeigebispiel der Agitation der Mitarbeiter der Werbebranche, die sich auf einem Höhenflug glauben und die vermeintliche rechte Bedrohung im Alleingang aufhalten wollen, indem sie vor allem alternative Medienportale angreifen. Das Pendant ist der Fall Gerald Hensel beim Unternehmen Scholz & Friends.

Es fällt zudem der sehr fluide Austausch zwischen den Werbeagenturen auf, deren „Associates“ ideologisch wohl auf einer Wellenlänge liegen. Mitarbeiter der Werbeagenturen Hirschen, Scholz & Friends sowie Jung von Matt wechseln wie Fische das Wasser. Demnach sind persönliche Verbindungen hier wichtiger als Kontakte zu Agenturen, da die Werbeexperten oftmals nicht lange bei einem Arbeitgeber bleiben.