



„Danke für das nette Treffen“

Autoren Bei Burger King enthüllte Günther Wallraff Missstände. McDonald's beschneigt er „bessere Standards“ – weil er mit dem Konzern kooperiert hat?

Günther Wallraff stand auf einer Bühne in der Essener Fußgängerzone und wippte ungeduldig von einem Fuß auf den anderen. Er wollte jetzt loslegen, erzählen, wie er die Missstände bei Burger King aufgedeckt hatte. Der Schauplatz für die Anklage war perfekt gewählt, Gewerkschafter hatten das Podium direkt vor einer Filiale der Fast-Food-Kette aufgebaut. Auch Burger-King-Mitarbeiter standen zwischen den Demonstranten.

Als Wallraff endlich das Mikrofon bekam, prangerte er „Menschenrechtsverletzungen“ bei Burger King an. Er sprach von dem Selbstmordversuch eines Angestellten und von Mitarbeitern, die in die Psychiatrie getrieben worden seien. „Danke, dass ihr da reingegangen seid“, sagte ein Gewerkschafter auf der Bühne und klopfte Wallraff auf die Schulter.

Mit „da reingegangen“ meinte der Arbeitnehmervertreter die Undercover-Recherchen bei Burger King. Vor zwei Wochen berichtete das „Team Wallraff“ beim TV-Sender RTL über die miesen Arbeitsbedingungen in Filialen der Yi-Ko Holding, dem größten deutschen Franchisepartner des Konzerns. Ein Reporter hatte sich verdeckt in das Restaurant eingeschlichen, Wallraff kommentierte das Geschehen.

Der Bericht sorgte für Schlagzeilen, in sozialen Netzwerken riefen Nutzer zum Boykott auf. Der Geschäftsführer der Yi-Ko Holding musste schließlich zurücktreten.

Einmal mehr hatte Wallraff einem dubiosen Kapitalisten ins Handwerk gepfuscht. Bei der Demo am vorigen Mittwoch feierten ihn die Leute wie einen Sheriff, der für Gerechtigkeit gesorgt hatte. Aber manche waren auch irritiert. Nach dem Auftritt stellte ihn eine Frau zur Rede: Sie arbeite bei einer anderen großen Fast-Food-Kette, dort sei es „mindestens genauso ekelhaft“. Warum also, wollte sie wissen, ein Bericht nur über Burger King?

Eine befriedigende Antwort bekam sie nicht. Irgendwo müsse man ja mal anfangen, entgegnete Wallraff.

Interne Unterlagen legen jetzt nahe, dass Wallraff womöglich nicht ganz unbefangenen recherchierte. Der Enthüller hat vor ein paar Jahren eine erstaunliche Zu-



Autor Wallraff als „Ali“ bei McDonald's um 1984
„Rotze auf dem Grill“

Journalist Wallraff vor Burger-King-Filiale in Essen
„Träumen Sie von McDonald's?“

sammenarbeit mit McDonald's gepflegt, dem größten Konkurrenten von Burger King. Wallraff stellte sich für ein Schulungsvideo von McDonald's zur Verfügung, half bei einer Mitarbeiterbefragung und trat bei Veranstaltungen des Konzerns und dessen PR-Firma auf. Hierfür flossen Spenden an die Stiftung des Kölner Rechercheurs.

Die Partnerschaft wirft peinliche Fragen an Wallraff auf: Spielte sein Engagement für McDonald's eine Rolle bei den Recherchen zu Burger King? Und wie hat es McDonald's geschafft, den ehemals größten Kritiker auf seine Seite zu ziehen? Bei der Veranstaltung in Essen am Mittwoch nahm Wallraff McDonald's in Schutz. Er wolle „keine Marktverzerrung betreiben“, rief er von der Bühne. Aber McDonald's habe seit Jahren „die besseren Standards“.

Solche Aussagen Wallraffs wären früher undenkbar gewesen. In seinem Bestsellerbuch „Ganz unten“ schleuste er sich in den Achtzigerjahren in die Küche einer McDonald's-Filiale ein, verkleidet als türkischer Arbeiter „Ali“. Sein Bericht über „Rotze auf dem Grill“ bescherte dem Konzern einen anhaltenden Imageschaden. Wallraff erhielt Hausverbot und lieferte sich juristische Scharmützel mit dem Big-Mac-Restaurant. Noch 2007 beklagte er sich über die Arbeit der „Frankfurter Rundschau“, die „Nachwuchsjournalisten Schleichwerbung für McDonald's“ produzieren lasse. Die Zeitung hatte mit Schulklassen eine Beilage über McDonald's verfasst, die der Konzern mitfinanziert hatte.

Danach versuchte sich die Firma allerdings an einem Imagewandel. Seit 2007 bezahlt sie ihre Mitarbeiter nach Tarifvertrag. Die Gewerkschaft Nahrung, Genuss, Gaststätten (NGG) durfte in den folgenden Jahren Mitglieder in den Filialen werben. Schon bald verzichtete sie darauf, McDonald's den „schlimmsten Arbeitgeber der Branche“ zu nennen.

Im Jahr 2009 suchte das Unternehmen das Gespräch mit Wallraff. Es ging darum, den Kritiker für die Interessen des Konzerns zu gewinnen. Der Kontakt verlief über Karl-Heinz Heuser, er ist Chef der PR-Agentur Burson-Marsteller und betreut McDonald's seit Jahrzehnten. Ende 2009 traf man sich im Haus von Wallraff. „Danke nochmals für das nette Treffen bei Kaffee und Whiskey in Ihrer Küche“, schrieb Heuser danach per E-Mail. Wallraff erkundigte sich in dem Gespräch nach dem Todesfall einer Filialeiterin von McDonald's in Japan, die nach vielen Überstunden verstorben war. Heuser besorgte die Infos und freute sich, wie er per Mail an den ehemaligen Kritiker schrieb, auf weitere Treffen.

In den folgenden Monaten nahm Wallraff an zwei Veranstaltungen teil. Einmal

traf er sich im Mai 2010 mit Leuten von McDonald's und dem damaligen NGG-Chef Franz-Josef Möllenberg in München. Thema des internen Meetings: die Arbeitsbedingungen in der Branche. „Für seine Teilnahme hat die Stiftung von Günter Wallraff über uns eine Zuwendung in Höhe von 5000 Euro erhalten“, erklärt Burson-Marsteller. Beim zweiten Mal sprach er für die Agentur in Frankfurt über „PR und investigativen Journalismus“. Hierfür gab es 3000 Euro für die Stiftung.

Im Februar 2010 stellte sich Wallraff sogar für ein internes Schulungsvideo von McDonald's zur Verfügung. Nur allzu gern hätte man gesehen, wie der Mann, der die Kette einst als „Ali“ bloßstellte, in einem Filmchen des Milliardenkonzerns zu Wort

Misstände wollte Wallraff bei McDonald's offenbar nicht mehr mittels harter Recherche bekämpfen, sondern durch sanfte Reformen von innen, ganz ohne Image-schäden.

So unterstützte Wallraff McDonald's 2011 beim Entwurf einer Mitarbeiterstudie, die das Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest erarbeiten sollte. Er schrieb am Fragebogen mit, schickte den Forschern Vorschläge, welche Themen in den Interviews unbedingt angesprochen werden sollten: „Sind Ihnen Fälle von Mobbing bekannt?“, solle beispielsweise gefragt werden. Weitere Themen seien: Gesundheitsschutz, Hygiene und Betriebsrat. „Träumen Sie schon mal nachts von McDonald's?“, wollte Wallraff sogar wissen.

sich im Namen von McDonald's für das Vertrauen und kündigte an, die Vorwürfe würden untersucht. Der Personalvorstand Wolfgang Goebel werde „den Kreis der Personen, die von dem Vorgang Kenntnis bekommen, sehr klein halten“ und Wallraff persönlich über das Ergebnis informieren.

Die ehemaligen Kriegsparteien arbeiteten jetzt also vertrauensvoll zusammen. Die Öffentlichkeit wurde nicht informiert.

Der Kontakt zwischen Wallraff und PR-Mann Heuser ließ in den folgenden Jahren nach. Mitte 2013 rückte dann der McDonald's-Konkurrent Burger King ins öffentliche Interesse. Wallraff sagt, seine Recherchen über Burger King hätten selbstverständlich nichts mit seiner Kooperation mit dem Konkurrenten McDonald's zu tun.

kommt. Die Aufnahmen wurden zwar gemacht, am Ende aber nicht verwendet. „Es sind hierfür 5000 Euro gezahlt worden“, bestätigt McDonald's. Das Honorar sei auf Wunsch von Wallraff an eine „hilfsbedürftige Person“ überwiesen worden.

Anlass für den Kontakt zu Wallraff sei das 25-jährige Jubiläum von dessen Buch „Ganz unten“ gewesen, erklärt das Unternehmen: „Wir haben zu diesem Zeitpunkt begonnen, aktiv den Dialog mit Kritikern unseres Unternehmens zu suchen.“ Wallraff sagt, er habe zugesagt, da er „grundsätzlich“ direktem Kontakt zu Unternehmen nicht ablehnend gegenüberstehe, um „gemeinsam nach Verbesserungen der von mir kritisierten Zustände zu suchen“.

Die Frage ist, ob er sich dabei irgendwann von den PR-Profis einlullen ließ. Zumindest ließ er die Öffentlichkeit im Unklaren über seinen Strategiewandel:

McDonald's und Burger King stützen sich auf das gleiche Geschäftsmodell; ihre Filialen werden meistens von Franchisenehmern geführt, die für Hygienestandards und den Umgang mit dem Personal verantwortlich sind. Es wäre interessant zu wissen, was die von Wallraff mitentworfene Umfrage zutage förderte. Aber: „Diese Mitarbeiterbefragung war von Beginn an für interne Zwecke angelegt“, sagt dazu McDonald's.

Die Firma hätte dem Autor sicherlich Anlässe zur Berichterstattung liefern können. Als sich ein Informant 2011 an Wallraff wandte und über Probleme bei dem Konzern berichtete, verzichtete der Journalist jedoch auf eine Enthüllung – und meldete sich stattdessen bei McDonald's.

Er würde gern versuchen, die Parteien an einen Tisch zu bringen und als Mediator zu schlichten, schrieb sein Büro an Burson-Marsteller. PR-Mann Heuser bedankte

Das Thema sei von einem Kollegen im Team vorgeschlagen worden. Er selbst sei eingestiegen, weil der Franchisepartner Yi-Ko Holding mit dem Anwalt Helmut Naujoks, den er für fragwürdig halte, gegen Betriebsräte vorgegangen sei.

Bei Burger King wurden unterdessen Konsequenzen aus der Affäre gezogen. Für die 91 Filialen der Yi-Ko Holding ist nun Nicole Gottschalk verantwortlich. Sie arbeitet bereits seit 20 Jahren in der Systemgastronomie. Man werde alles tun, um das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen, erklärte das Unternehmen.

Vielleicht sollte sich Burger King möglichst bald mal mit Günter Wallraff und Karl-Heinz Heuser von Burson-Marsteller zusammensetzen. Die beiden PR-Profis wüssten bestimmt, wie man das ramponierte Image wieder aufpoliert. Sven Becker,

Sebastian Kempkens, Fidelius Schmid