

Stephanie Opitz/Gerhard Vowe

Entscheidung, Expertise, Öffentlichkeit.
Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt

Bericht über eine Fachtagung vom 12. bis 14.02.09 in Düsseldorf

(Stand: 11.03.09, 11 TZ)

„**Man muß immer die klugen Leute um Rat fragen und das Gegenteil von dem tun, was sie raten, dann kann man es weit in der Welt bringen.**“ Dieser Satz des Namenspatrons der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf prangte auf den Mappen einer Fachtagung, zu der die Fachgruppe *Kommunikation und Politik* der *Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft* und die Arbeitskreise *Politik und Kommunikation* sowie *Politikberatung* der *Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft* gemeinsam nach Düsseldorf in die Landesanstalt für Medien eingeladen hatten. An den drei Tagen sollte Politikberatung unter einem dreifachen Kommunikationsaspekt beleuchtet werden, und zwar (1) im Hinblick auf Politikberatung als einem Kommunikationsprozess zwischen Entscheidern und Experten; (2) im Hinblick auf die Beratung der Politik in Fragen der Kommunikation zwischen Entscheidern und Anspruchsgruppen; (3) im Hinblick auf Experten in der öffentlichen Kommunikation. Rund 100 Teilnehmer nahmen am Programm mit 14 Vorträgen und drei Podiumsdiskussionen teil, das von *Stephanie Opitz* und *Gerhard Vowe* mit Unterstützung der Fritz-Thyssen-Stiftung organisiert worden war.

Werner Jann (Universität Potsdam) machte gleich zu Beginn deutlich, dass die im Titel genannten drei Prozesse keine Kommunikationskette bilden, bei der erst die fachliche Expertise, dann die politische Entscheidung und dann die öffentliche Erörterung erfolgt; vielmehr bilden sie ein **Dreieck** mit jeweils zweiseitigen Kommunikationsbeziehungen. Für jede Seite dieses Dreiecks schälte sich im Laufe der Tagung eine Tendenz heraus.

Klar zu Tage trat, wie weit die **Verwissenschaftlichung der Entscheidung** gediehen ist. Dies ist nicht sonderlich verblüffend, aber die Breite und Tiefe dieser Tendenz überraschten sehr wohl. So zeigte *Andreas Hensel* (Bundesinstitut für Risikobewertung) an vielen Beispielen, wie stark etwa das Regelwerk der Lebensmittelüberwachung sich verwissenschaftlicht hat; oder *Timo S. Werner* und *Torsten Stollen* (Universität Koblenz-Landau) machten deutlich, wie sehr auch die Veränderung der politischen Ordnung von Experten bestimmt wird (z.B. in Gestalt der Föderalismuskommission); auch *Werner Jann* zeigte, wie sich über Begriffsbildungen ein wissenschaftliches *Framing* von Problemen in der Politik durchsetzt. Die Verwissenschaftlichung stellt eine enorme Herausforderung für die Leistungsfähigkeit der Kommunikation dar. Zwischen den beiden Bereichen mit ihrer je eigenen Logik müssen kommunikative Brücken geschlagen werden. Als erfahrene Brückenbauer erwiesen sich bei einer Podiumsdiskussion zu diesem Aspekt *Martin Jänicke* (ehemals Umweltsachverständigenrat und FU Berlin), *Wolf R. Dombrowsky* (Katastrophenforschungsstelle an der Universität Kiel) und *Andreas Hensel*. Es hat sich eine große Vielfalt von institutionalisierten Kommunikationsformen herausgebildet. Das Spektrum auf der Tagung reichte von den Jahresgutachten der Wirtschaftsweisen mit ihren zumeist umstrittenen Empfehlungen (*Nico Koppo*, Universität Bielefeld) bis zu neuen Versuchen, auch die Beratung durch Bürger-Experten zu institutionalisieren und zu evaluieren: *Torsten Stollen*, *Mathias König* und *Wolfgang König* (Universität Koblenz-Landau) berichteten über wissenschaftlich begleitete Feldversuche. Dazu passte auch das Plädoyer von *Hans J. Kleinsteuber* (Universität Hamburg) für eine stärkere Präsenz von Experten aus der Zivilgesellschaft in den Aufsichtsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

mit der Aussicht auf größere Vernunft in der Medienpolitik. Deutlich wurde, dass man genau hinschauen muss: Politikberatung differiert von Politikfeld zu Politikfeld.

Ging es in diesem Teil der Tagung um Politikberatung als *policy advice*, so wechselte der Fokus im zweiten Teil auf Politikberatung als *politics consulting*. Dort wurde als Tendenz eine **Professionalisierung der Politikvermittlung** ausgemacht. Damit ist ein Kontrollversprechen verbunden: Die Kommunikation über Themen und Kandidaten im Wahlkampf muss gesteuert werden, wenn man gewinnen will, und sie kann es, so das Credo der beiden Key-Note-Speakers aus der Kommunikationspraxis, *Matt Carter (Penn Schoen and Berland Associates, London)* und *Louis Perron (Perron Campaigns, Zürich)*, die ihr „winning knowledge“ und entsprechende Rezepte priesen, um Wahlkämpfe zu gestalten und „proaktives“ Kommunikationsmanagement zu betreiben. Ein gut Teil zur Kontrolle trägt auch hier wissenschaftliches Wissen bei. Die Kette reicht von demoskopischen Methoden (Micro Targeting) über die Evaluation von Wahlwerbung (*Nicole Podschuweit, Universität Mainz*) bis zum technischen Support von Online-Kommunikation, über deren Verbreitung bei Landtagsabgeordneten *Martin Emmer, Anja Schmolinsky* und *Jens Wolling (TU Ilmenau)* berichteten. Dennoch wurde klar: Forschung blickt in den „Rückspiegel“ (*Matt Carter*), sie kann den Blick nach vorne nicht ersetzen, mit dem vor allem die politische Auseinandersetzung zu steuern ist. Ob eine professionelle Politikvermittlung überhaupt erforderlich ist, darüber gingen die Meinungen aber im Streitgespräch zwischen *Nils Bandelow (TU Braunschweig)* und *Tobias Korenke (Deekeling Arndt Advisors)* unter der Leitung von *Ulrich Sarcinelli (Universität Koblenz-Landau)* weit auseinander: Der Wissenschaftler meinte, man brauche sie nicht nur nicht, sie schade sogar, und zwar im Hinblick auf Entscheidungsfindung im Sinne des Gemeinwohls; der Berater meinte, es bedürfe gerade mit Blick auf das Gemeinwohl einer Vermittlung von Politik und Interessengruppen, und die bedürfe der professionellen Übersetzer, denn die eine Seite spreche nicht die Sprache der anderen.

Im dritten Teil der Tagung ging es um die Frage, ob von einer **Instrumentalisierung der öffentlichen Expertise** durch die Medien, durch politische Akteure und durch die Wissenschaftler selbst die Rede sein kann. In der Podiumsdiskussion zwischen *Jürgen W. Falter (Universität Mainz)*, *Thomas Leif (SWR)* und *Hans Peter Peters (Forschungszentrum Jülich)* unter der Leitung von *Karl-Rudolf Korte (Universität Duisburg-Essen)* wurde deutlich, welchen Nutzen Wissenschaftler selbst aus einer starken medialen Präsenz ziehen können, aber auch, welche Risiken sie damit eingehen: Kollegenneid, Reputationsverlust, Instrumentalisierung. Dieses – im „Bologna-Sprech“ – „Praxismodul der Tagung“ (*Korte*) lieferte farbige Typologien von medialen Experten, darunter der „Hausmeister“ (der Experte, der von „seiner“ Sender immer herangezogen wird, wenn es etwas zu kommentieren gilt), der „Partygast“ (der alle Probleme auf Small-Talk-Niveau abhandeln kann) und der „DvD“, der Dissident vom Dienst (so *Thomas Leif*); und es lieferte Regeln für den Umgang mit Medien, wie z.B. den mit Nachdruck vorgebrachten Rat von *Jürgen W. Falter*, dass sich öffentliche Expertise nur auf eigene langjährige Forschung gründen solle. Substanz entscheide: Man solle sich nur zu den Problemen äußern, von denen man mehr weiß als 99,9 % der Bevölkerung. Auch das eine Spielart der „goldenen Regel“ für Experten: „Schuster bleib´ bei deinem Leisten!“ (*Hensel*).

In den Vorträgen zu diesem Tagungsteil wurden andere Akzente gesetzt. *Helmut Scherer (HfMT Hannover)*, *Benjamin Krämer (Universität München)* und *Thorsten Schroll (Universität Mainz)* setzten sich mit der Funktion von Beratern in der Medienberichterstattung auseinander: sie seien eher neutrale Sachverständige als politische Symbole. *Mirella Schütz-Ierace (Universität Zürich)* machte deutlich, dass wissenschaftliche Expertise in der Medienberichterstattung insbesondere im Kontext der Stärkung oder Schwächung politischer Positionen verwendet wird (und dies wurde vom Publikum als bester Vortrag ausgezeichnet).

Alle drei Tendenzen durchdringen und beeinflussen sich, und auch dadurch verlaufen sie keineswegs linear und einheitlich, sondern **widersprüchlich** und gebrochen. So zeigten *Kathleen Arendt* und *Patrick Rössler (Universität Erfurt)*, dass die wissenschaftliche Evaluation einer Gesundheitskampagne keine Änderungen bei der Fortführung der Kampagne zur Folge hatte, von Verwissenschaftlichung und Professionalisierung in diesem Fall also nicht die Rede sein kann. Oder *Jens Adam, Regina Bossert* und *Barbara Pfetsch (FU Berlin)* zeigten am Beispiel Polens, wie starke Relikte aus der sozialistischen Ära eine Professionalisierung der politischen PR nach westlichem Muster konterkarieren. Es gab auch immer wieder Beispiele dafür, wie Wissenschaftler etwa in der Klimadebatte „über Bande spielen“, also z.B. die öffentliche Präsenz nutzen, um ihre Position gegenüber der Politik zur Geltung zu bringen. Alles das macht die Entwicklung unübersichtlich und erschwert leichtgängige Urteile.

Um die Komplexität und Verknüpfung der Prozesse angemessen untersuchen zu können, sind leistungsfähige **Methoden** erforderlich. Die Tagung wies ein breites Spektrum an Methoden auf – von Untersuchungen, bei denen der Respondent nach eigenem Bekunden keine Anzeichen für Methode entdecken konnte, bis zu Untersuchungen, die mit multivariater Datenanalyse arbeiteten. Längsschnittdesigns machten sich rar: eines der wenigen Beispiele waren *Peter Maurer* und *Eva Mayerhöffer (FU Berlin)*, die eine Befragung von Regierungssprechern und Politikberatern in Deutschland vor 10 Jahren replizierten. Ebenso selten sind internationale Vergleiche. In methodischer Hinsicht ist eindeutig Handlungsbedarf gegeben: Die übliche Form der Datengewinnung sind Interviews mit mehr oder weniger systematisch rekrutierten Experten, die dann zusammengefasst und interpretiert werden. Es ist sehr fraglich, ob dies geeignet ist, um den Prozessen auf die Spur zu kommen, die sich zu einem großen Teil hinter dem Rücken der Akteure vollziehen – wie z.B. die Verwissenschaftlichung der Politik durch ein entsprechendes Framing.

Als hilfreich für die Lernprozesse in der Tagung erwiesen sich einige **Irritationen**. So plädierte *Hagen Schölzel (Universität Leipzig)* mit einem Vortrag zur „Guerillakommunikation“ für eine Politikberatung, die mehr verwirrt als klärt und die öffentlich mehr verunsichert als beruhigt. Und *Jürgen Schulz (UdK Berlin)* und *Natascha Zowislo-Grünewald (International University Bruchsal)* gaben nicht unwidersprochen zu bedenken, dass (pseudo-)wissenschaftliche Politikberatung nur wenig an den kognitiven Mustern verändern könne und dies allenfalls zur nachträglichen Legitimierung genutzt werde.

Alles in allem hat sich der Kommunikationsaspekt in allen drei Varianten als fruchtbar erwiesen – man hat dadurch ein dichteres und plastischeres Bild von Politikberatung gewonnen. Einige der Vorträge werden in ausgearbeiteter Form in der *Zeitschrift für Politikberatung* erscheinen. Das Programm mit allen Beteiligten findet sich unter www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/kmw-vowe/tagung/. Es bleibt nachzutragen, dass das Düsseldorfer Flair dem gewichtigen Thema eine leichte Note gab – und das nicht nur beim abendlichen Altstadttrudgang auf den Spuren Heinrich Heines unter dem Motto „(H)eine geht noch, (H)eine geht noch rein.“