



Akademie Management und Politik

Politik und Glaubwürdigkeit

So können Parteien und politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen!

Katrin Matuschek und Valerie Lange

MUP
MANAGEMENT UND POLITIK

**FRIEDRICH
EBERT**
STIFTUNG





Inhaltsübersicht

Vorwort Katrin Matuschek	3
Politik in der Vertrauenskrise: Bestandsaufnahme und erste Ansätze zur Wiederherstellung von Vertrauen	4
Was lässt uns vertrauen? Einflussfaktoren für Vertrauen in die Politik ..	10
Politische Meinungsbildung: So informiert sich Gesellschaft über Politik ..	11
Wie Parteien und politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen können	13
1 Sinn stiften	14
Parteien und ihre wichtige Funktion als Sinnstifter	16
☕ Ergebnisse: Parteien, werdet endlich wieder unterscheidbarer!	17
Politik, Werte und Framing: Wie mit politischem Framing Werte vermittelt, emotionalisiert und mobilisiert werden kann	18
2 Orientierung geben	20
Parteien und ihre Orientierungsfunktion: Wege der Erneuerung	20
Politik und der Umgang mit antidemokratischen/populistischen Strömungen ..	21
3 Politik verständlich vermitteln	24
Politiker_innen: Authentisch, verständlich, gut	24
Transparenz und beteiligungsorientierte Politik	26
☕ Ergebnisse: Vertrauenskrise der Politik als Repräsentationskrise	27
4 In den ehrlichen Dialog mit den Bürger_innen treten	28
Direkte Politikkommunikation zwischen Abgeordneten und Bürger_innen über Soziale Medien	29
☕ Ergebnisse: Was Wähler_innen wollen!	30
Politik und der gute Ruf: Wie Reputationsmanagement helfen kann, Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Politik herzustellen und zu pflegen	32
☕ Ergebnisse: Politik und zivilgesellschaftliche Organisationen als Partner	33
☕ Lesung: Eine „Anleitung“ zum Politiker-Sein	36
Ist die Politik noch zu retten? Politik, Medien und Zivilgesellschaft für eine politische Kultur des Vertrauens	37
Mehr davon: Das schafft Vertrauen in die Politik	40
Weg damit: Das schürt Misstrauen in die Politik	41

Impressum:

Herausgeber:

Friedrich-Ebert-Stiftung
Abteilung Politische Akademie
Akademie Management und Politik
Godesberger Allee 149, 53170 Bonn

Texte und Redaktion: Katrin Matuschek und Valerie Lange

Fotos: Rainard Zensen; Coloures-pic, Ravil Sayfullin, detshana, fotogestoeber – Fotolia.de

Graphisches Konzept und Gestaltung:

DIE.PROJEKTOREN – www.dieprojektoren.de

Druck:

Brandt GmbH Druckerei und Verlag, Bonn

1. Auflage: November 2016

ISBN: 978-3-95861-653-0

Grundlage dieser Veröffentlichung ist die Veranstaltung „Politik und Glaubwürdigkeit: So können Parteien und politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen!“ der Akademie Management und Politik. Die Texte können jedoch nicht als Namensbeiträge zitiert werden.

Geäußerte Meinungen müssen nicht in allen Teilen der Meinung der Friedrich-Ebert-Stiftung entsprechen.

Vorwort



„Hier muss die Politik doch tätig werden!“. Solche oder ähnlich Aussagen sind fast täglich zu hören. An „die Politik“ werden große Erwartungen gestellt. Auf der anderen Seite genießen Politiker_innen, Parteien oder „die Politik“ in Deutschland keinen guten Ruf. Wer über sie schimpft, erntet in fast jeder Runde Beifall und immer mehr Menschen zweifeln, ob „die Politik“ die drängenden Probleme der Gesellschaft noch lösen kann.

Diese zunehmende Distanz und Skepsis gegenüber den etablierten Parteien und ihren politischen Akteuren, wie sie beispielsweise auch bei der US-Präsidentenwahl zu Tage traten, sowie die Erfolge europa-skeptischer und rechtspopulistischer Parteien zeigen, dass das für unsere Demokratie so notwendige Vertrauen in die Politik schwindet.

Doch was kann dagegen und für eine politische Kultur des Vertrauens getan werden?

Ein Allheilmittel für einen erfolgreichen Vertrauensaufbau in „die Politik“ und ihre Akteure gibt es leider nicht, wohl aber Strategien, die helfen können, Vertrauen zu gewinnen und Unsicherheiten bei den Bürger_innen abzubauen.

Diese werden in der vorliegenden Broschüre „Politik und Glaubwürdigkeit: Wie Politik das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen kann“ der Akademie Management und Politik (MuP) der Friedrich-Ebert-Stiftung vorgestellt. Sie fasst die wichtigsten Erkenntnisse der gleichnamigen Fachtagung zusammen und findet Antworten auf folgende Fragen: Was sind die Ursachen für den Vertrauensverlust? Was genau lässt Menschen (in die Politik) vertrauen? Und wie kann das Vertrauen der Bürger_innen in die Politik zurückgewonnen werden?

Im Fokus dieser Betrachtung stehen praktische Handlungsansätze für Politiker_innen und Parteien – als Schlüsselakteure im politischen Prozess.

Die Politik agiert jedoch nicht im luftleeren Raum. Auch die Medien – die in großem Maße zur Meinungsbildung über Politik beitragen – sowie zivilgesellschaftliche Organisationen und die Bürger_innen selbst haben eine politische Verantwortung. Wie ihr Beitrag für eine politische Kultur des Vertrauens aussehen kann, ist im letzten Teil der Broschüre beschrieben.

Ist die Politik noch zu retten?

Wenn Parteien, politische Akteure, die Medien sowie zivilgesellschaftliche Organisationen und die Bürger_innen sich gemeinsam für eine politische Kultur des Vertrauens einsetzen und Demokratie auch klar gegen antidemokratische Strömungen verteidigen, kann dies gelingen. Die vorliegende Broschüre liefert Ihnen wertvolle praxisnahe Informationen, Ansätze und Tipps, damit Sie das Vertrauen in Ihre Person oder Ihre Partei wieder stärken können.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und viel Erfolg bei der Umsetzung der Anregungen in die politische Praxis!

Ihre

Katrin Matuschek
Leiterin der Akademie Management und Politik

„Wenn Politik nur noch das tut, was im Augenblick politisch durchsetzbar scheint, aber zu selten einfach das, was richtig ist, wenn sie zu oft sagt, was politisch korrekt ist, aber zu selten, was ist, dann verliert sie an Gefolgschaft.“

Aus dem Artikel „Alles ist möglich“, in Die Welt kompakt vom 10.11.2016

MEHR ZUM THEMA

Das Highlight-Video zur MuP-Fachtagung „Politik und Glaubwürdigkeit“ ist zu finden unter:
www.fes-mup.de/fachtagung_2016.html

Vertrauen in die Politik



„Wenn es ernst wird, muss man lügen.“ Dieses Zitat wird Jean-Claude Juncker, Präsident der Europäischen Kommission, zugeschrieben – und es fasst zusammen, wovon so viele Bürger_innen überzeugt sind: Der Politik ist nicht zu trauen. Wie äußert sich dieses Misstrauen in die Politik und welche Folgen hat das für die Demokratie? Was ist unter „Vertrauen“ genau zu verstehen? Und wie gewinnt und behält man es?

Politik in der Vertrauenskrise: Bestandsaufnahme und erste Ansätze zur Wiederherstellung von Vertrauen

IMPULSGEBER



Prof. Dr. Frank Decker ist seit 2001 Professor am Institut für Politische Wissenschaft und Soziologie der Universität Bonn und seit 2011 wissenschaftlicher Leiter der „Bonner Akademie für Forschung und Lehre praktischer Politik“. Seine derzeitigen Forschungsschwerpunkte sind: Westliche Regierungssysteme, Parteien, Rechtspopulismus im internationalen Vergleich, Föderalismus und Demokratiereform.



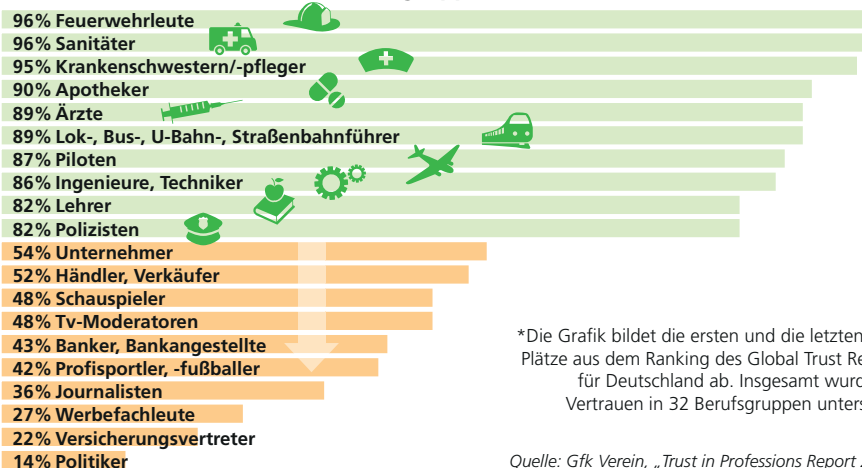
Demokratie braucht Vertrauen.

Vertrauen der Bürger_innen in die Politik, ihre Akteure und demokratischen Institutionen ist unabdingbar für eine funktionierende und lebendige Demokratie. Nur wer darin vertraut, dass das politische System zu einem Mindestmaß funktioniert, fühlt sich von den Repräsentant_innen des Volkes tatsächlich vertreten und beteiligt sich selbst.

Doch immer mehr Menschen zweifeln, ob „die Politik“ die drängenden Probleme der Gesellschaft noch lösen kann und Distanz und Skepsis gegenüber den etablierten Parteien und ihren politischen Akteuren nehmen zu.

Vertrauen der Deutschen in Berufsgruppen*

Basis 2016: 1.978 Befragte



*Die Grafik bildet die ersten und die letzten zehn Plätze aus dem Ranking des Global Trust Reports für Deutschland ab. Insgesamt wurde das Vertrauen in 32 Berufsgruppen untersucht.

Quelle: GfK Verein, „Trust in Professions Report 2016“

Politiker_innen stehen nach der Studie „Trust in Professions“ des GfK Vereins an letzter Stelle der vertrauenswürdigen Berufsgruppen. Und auch die politischen Parteien liegen, was das Vertrauen der Deutschen in Institutionen angeht, an letzter Stelle. Nur 19 Prozent haben noch Vertrauen in die Parteien. Selbst internationalen Konzernen wird von 8 Prozent der Befragten mehr Vertrauen geschenkt. In den letzten Jahren hat das Vertrauen in die politischen Akteure demnach noch einmal abgenommen. Unzufriedenheit mit den gegenwärtigen Volksvertreter_innen findet sich über alle Gesellschaftsschichten hinweg, so das Ergebnis einer Studie der Stiftung für Zukunftsfragen.

Konsequenz aus diesem Gefühl der Unzufriedenheit ist eine politische Kultur des Misstrauens, in der sich immer weniger Menschen an der politischen Willensbildung beteiligen. Wenn die Menschen dem politischen System und den handelnden Personen nicht mehr vertrauen, ist die Stabilität der Demokratie in Gefahr.

Das machen auch die Ergebnisse der Studie „Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände“ der Friedrich-Ebert-Stiftung 2016 deutlich. Rechtsextreme und menschenfeindliche Orientierungen gehen mit Zweifeln an Demokratie einher.

Trifft ...	überhaupt nicht zu	eher nicht zu	eher zu	voll und ganz zu
Demokratiemisstrauen (M=2.79; SD= .87; n=1.892; α .79)				
Die demokratischen Parteien zerreden alles und lösen die Probleme nicht.	15,2	26,5	32,6	25,7
Politiker umgehen die bestehenden Gesetze, wenn es um ihre eigenen Vorteile geht.	11,9	24,7	30,0	33,5
Politiker nehmen sich mehr Rechte heraus als normale Bürger.	15,2	21,5	27,3	36,0

Quelle: FES-Studie: *Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016*, S. 117

Die Ursachen für den Vertrauensverlust sind vielfältig.

Zu den Ursachen zählen:

- ▶ Unsicherheiten und Ängste vor der Zukunft, die fehlende Vision einer lebenswerten Zukunft und soziale Ungerechtigkeiten.
- ▶ Komplexe politische Zusammenhänge oder Sachverhalte, die nur schwer durchschaubar sind oder von den Wähler_innen nicht verstanden werden.
- ▶ Das Gefühl, die klassischen Parteien unterscheiden sich nicht in ihren Inhalten.
- ▶ Fehlende Transparenz bei politischen Entscheidungsprozessen.
- ▶ Wiederholte ‚Vertrauensbrüche‘, etwa durch Wahlversprechen, die nicht eingehalten werden.
- ▶ Der Eindruck, dass Klientelpolitik (Politik im Sinne der Bessergestellten) betrieben oder vordringlich eigene Interessen verfolgt werden.
- ▶ Persönliche Verfehlungen von Politiker_innen (wie z.B. plagiierte Doktorarbeiten).
- ▶ Geringe Partizipations- und Mitgestaltungsmöglichkeiten der Bürger_innen bzw. mangelnde Information darüber, wie Bürger_innen sich einbringen können.
- ▶ Die mediale Berichterstattung, die sich zunehmend auf Personen, Machtkonstellationen und Skandale und weniger auf Inhalte, Positionen und Sachfragen konzentriert.

Die wahrgenommenen Defizite, die den Vertrauensverlust nach sich ziehen, dienen als Ausgangspunkt für Überlegungen, wie wieder Vertrauen in Politik und ihre Akteure aufgebaut werden kann. Was bedeutet jedoch Vertrauen in die Politik?

„Während Gerichte, die Polizei, die öffentliche Verwaltung oder der sich als ‚überparteilich‘ verstehende Bundespräsident hohes Ansehen genießen, ist das Vertrauen in Parteien, Parlament und Regierung stetig gesunken. Auch die Journalisten stehen in der Glaubwürdigkeitsskala weit unten – Stichwort ‚Lügenpresse‘. Es gibt also keine allgemeine Demokratieverdrossenheit, wohl aber eine Parteien- und Politikerverdrossenheit (...).“

Prof Frank Decker,
Universität Bonn

MEHR ZUM THEMA



Demokratiemisstrauen und menschenfeindliche Orientierung finden Sie in: Andreas Zick/Beate Küpper/Daniela Krause (2016): *Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016*, hrsg. für die Friedrich-Ebert-Stiftung von Ralf Melzer, Bonn, unter: www.fes.de/de/gespaltene-mitte-rechtsextreme-einstellungen-2016

Stiftung für Zukunftsfragen (2015): Was die Bundesbürger für 2016 erwarten. Rückkehr der „German Angst“. Unter: www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/fileadmin/_migrated/media/Forschung-Aktuell-265-Mehrheit-der-Deutschen-blickt-sorgenvoll-auf-2016.pdf

„Die SPD hat in den letzten 15 Jahren von 20 Millionen Wähler_innen 10 Millionen verloren. Das hat auch etwas mit Glaubwürdigkeit zu tun und damit, dass es keine eindeutigen Botschaften mehr gibt. Im politischen Alltag an der Basis merkt man, dass die Bürger_innen sehr kritisch fragen und gerade den etablierten Parteien mit großer Skepsis begegnen.“

Dr. Karl Bronke,
SPD-Landesvorstand Bremen

Vertrauen ist ein Vorschuss auf noch zu erbringende Leistungen.

Vertrauen in die Politik und die politisch Handelnden gehört zu den Grundpfeilern einer funktionierenden demokratischen Gesellschaft. Der massive Vertrauensverlust, der sich belegen lässt, ist also Grund zur Besorgnis.

So gefährdet politisches Misstrauen unsere Demokratie:

- ▶ steigender Vertrauens- und Ansehensverlust von Parteien und Politiker_innen in der Öffentlichkeit
- ▶ schwindende Mitgliederzahlen bei den großen Parteien/Verlust der Stammwählerschaft
- ▶ Verlust an Repräsentations- und Organisationskraft von Parteien (soziale Zusammensetzung der Parteien spiegelt nicht mehr die Sozialstruktur der Bevölkerung wider)
- ▶ Exklusion und ein Anstieg der sozialen Ungleichheit der Beteiligung
- ▶ niedrige Wahlbeteiligung → Exklusion
- ▶ vermehrt abweichendes Stimmverhalten bei Wahlen, was sich in Wahlerfolgen rechts- und linkspopulistischer „Protestparteien“ ausdrückt
- ▶ starker Zulauf für populistische/antidemokratische Strömungen
- ▶ Zunahme von extremistischen Übergriffen

Wie aber entsteht Vertrauen? Zur Beantwortung dieser Frage hilft ein Exkurs in die Systemtheorie: Der Soziologe Niklas Luhmann betrachtet Vertrauen als einen Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität. Die soziale Komplexität besteht darin, dass wir trotz aller Bemühungen um Organisation und rationale Planung niemals genau wissen können, wie sich unser Handeln auswirkt. Diese Unsicherheiten müssen absorbiert werden. In Unternehmen wird diese Aufgabe typischerweise von Manager_innen übernommen, im Staat von Politiker_innen.

Das Vertrauen besteht darin, dass wir den politischen Repräsentant_innen im Voraus vertrauen müssen, die ihnen zugedachten Aufgaben erfolgreich zu erfüllen. Vertrauen ist also im Grunde eine Vorschusszahlung auf noch zu erbringende Leistungen. Vertrauen baut sich auf, etwa durch gute Erfahrungen mit einer Person in der Vergangenheit die auch für zukünftige Interaktionen angenommen werden oder durch persönlichen Kontakt mit den Handelnden (Vertrautheit). Das stellt ein Problem dar, wenn es um das politische System geht: Denn hier müssen die Bürger_innen Fremden, den Politiker_innen, vertrauen können. Das hier notwendige Vertrauen ist folglich nicht durch Vertrautheit gestützt.

Gelöst werden kann dieses Dilemma durch das Vertrauen in Institutionen. Wenn die Bürger_innen davon ausgehen können, dass etwa das Parlament oder Gerichte nach gesellschaftlich ausgehandelten und geteilten Werten und Normen handeln, dann entsteht Vertrauen in diese Institutionen – und damit in die in und für diese Institutionen tätigen Entscheidungsträger_innen.

Um Vertrauen in politisches Handeln herzustellen, muss Responsivität erzeugt werden.

Voraussetzung dafür, dass Vertrauen in die Regierung entsteht, ist also, dass das wahrgenommene Regierungshandeln mit den Präferenzen der Bürger_innen übereinstimmt. Das nennt man in der Demokratieforschung Responsivität. Das eigentliche Problem ist demzufolge, dass die Bürger_innen sich von den demokratischen Institutionen und ihren Repräsentant_innen nicht mehr gut genug vertreten fühlen.

Wie kann dieser Repräsentationsschwäche entgegengetreten werden? **Gutes Regierungshandeln, verbesserte und einfachere Mitwirkungsmöglichkeiten der Bürger_innen und glaubwürdige politische Akteure helfen, Vertrauen aufzubauen.**

1. Politiker_innen und Parteien können sich über **gutes Regierungshandeln** (einen verbesserten Output) legitimieren. Das hört sich einfacher an als getan: Denn zum guten Regieren, das von der Mehrheit als ein solches angesehen wird, die Vereinigung von Partikularinteressen, gehört die Stärkung des kulturellen und sozialen Zusammenhalts in einer Gesellschaft u.a. durch die Herstellung von Verteilungsgerechtigkeit. Und diese Aufgabe ist nicht nationalstaatlich, sondern nur im europäischen oder transnationalen Rahmen zu lösen.
2. Ein anderer Weg ist die **Stärkung der Input-Legitimation** durch:
 - ▶ eine Ausweitung von Verfahren direkter Demokratie. Diese dürfen jedoch nicht die Strukturen und Entscheidungen der repräsentativen Demokratie aushebeln oder umgehen.
 - ▶ Elemente direkter Demokratie, die die Legitimation der Parteien festigen können, wenn sie Grundlage für parteiinterne Richtungsentscheidungen werden. Dazu bedarf es einer Öffnung der Parteien nach innen und außen und einem neuen Repräsentations- und Organisationsverständnis, das mit dem heutigen Modell der von oben gesteuerten Funktionärs- und Mitgliederparteien bricht.
 - ▶ eine Kultur der Offenheit in den staatlichen Institutionen, die zu mehr Transparenz und, das zeigen Untersuchungen, zu einer höheren Qualität der Entscheidungen führt. In der Konsequenz nimmt in Staaten wie etwa den skandinavischen Ländern, die auf diese Kultur setzen, das Vertrauen der Bürger_innen in Staat und Regierung zu.
3. Bei den **politischen Akteuren** lässt sich Vertrauen mit Glaubwürdigkeit gleichsetzen. Um diese zu erlangen, bedarf es:
 - ▶ Politikinhalten, die abgeleitet sind aus zugrunde liegenden Werten, formulierten Zielen und Beschreibungen, wie diese Ziele erreicht werden sollen.
 - ▶ einer gewissen Beständigkeit und Konsistenz in den politischen Positionen, auch gegen Widerstände.
 - ▶ der Einhaltung von Versprechen.
 - ▶ einer ehrlichen Kommunikation bzgl. der Zwänge in der Politik und der Grenzen des eigenen Tuns.
 - ▶ kontinuierlicher Kontakte zu den Bürger_innen auch außerhalb von Wahlkampfzeiten, bei denen man ihnen auch Gehör schenkt.
 - ▶ ein Mindestmaß an moralischer Integrität.

MEHR ZUM THEMA



Vertrauen in die Politik finden Sie in der Arbeitshilfe „Vertrauen schaffen: Politik und Glaubwürdigkeit“ im gleichnamigen Thema im Fokus der Akademie Management und Politik der Friedrich-Ebert-Stiftung unter: www.fes-mup.de/themen/thema-im-fokus.html

Wichtig bei allen Überlegungen dazu, wie Vertrauen in Politiker_innen und politische Institutionen hergestellt werden kann, ist die Erkenntnis, dass die häufig behauptete und beklagte „Politikverdrossenheit“ nicht mit Apathie oder politischem Desinteresse gleichgesetzt werden darf. Umfragen belegen für die Bundesrepublik einen deutlichen Anstieg des politischen Interesses seit den sechziger Jahren. Damit einher ging ein wachsendes staatsbürgerschaftliches Selbstbewusstsein: Der Eindruck, dass man als Bürger_in auf die politischen Verhältnisse Einfluss nehmen könne, und die Überzeugung, dass die Regierenden die Bürger_innen in ihren Entscheidungen berücksichtigen würden, nahmen ebenfalls zu und erreichten gegen Mitte der siebziger Jahre ihren Höhepunkt. Danach fielen die Werte kontinuierlich ab, während der Anteil der politisch Interessierten trotz gelegentlicher Schwankungen konstant blieb.

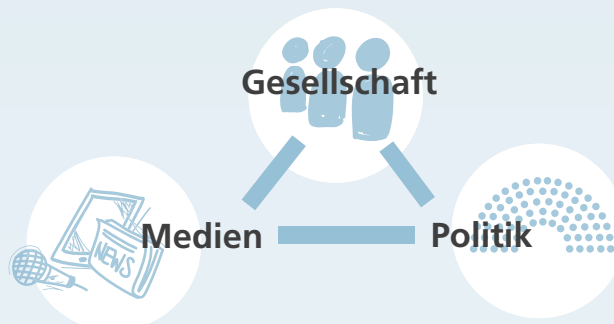
Es gibt also keine allgemeine Demokratieverdrossenheit, wohl aber eine Parteien- und Politiker_innenverdrossenheit. In den folgenden Kapiteln wird genau an dieser Stelle angesetzt und näher untersucht, wie Parteien und Politiker_innen Vertrauen wieder aufbauen können.

MEHR ZUM THEMA



individualisierte Gesellschaft in Deutschland und deren Blick auf Politik, Staat und demokratisches System finden Sie in: Jana Faus/Rainer Faus/Alexandra Gloger (2016): Kartografie der politischen Landschaft in Deutschland. Qualitativ-quantitative Studie im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin, unter: <http://library.fes.de/pdf-files/dialog/12764.pdf>

Exkurs: Politik als Herausforderung: Deshalb ist es so schwierig geworden Politik zu gestalten



- ▶ Die **Individualisierung der Gesellschaft** und die Entwicklung der Industrie- zu einer wissensbasierten Informationsgesellschaft ermöglicht vielen Menschen eine selbstbestimmte individuelle Lebensgestaltung, die zu deutlichen Freiheitsgewinnen führt, befördert aber auch:
 - ▶ eine Vielfalt an Interessen, die sich ideologisch und sozialstrukturell kaum noch auf einen Nenner bringen lassen,
 - ▶ eine steigende Kritikbereitschaft der Bürger_innen,
 - ▶ Wut politischer „Ich-AGen“, die sich keinem demokratischen Verfahren mehr unterordnen wollen.
- ▶ Die **Lebens- und Arbeitswelten haben sich grundlegend geändert** und sind flexibler geworden. Vielfache Reaktion auf die Anforderungen einer veränderten Arbeitswelt ist der Rückzug der Menschen ins Private und das Abwenden von der Politik. Damit driften die Möglichkeiten der öffentlichen Teilhabe weiter auseinander.
- ▶ Die **Zunahme der sozialen Ungleichheit/Ungerechtigkeiten** und die damit einhergehenden Ängste der Menschen in verschiedenen Milieus führen zu starkem Misstrauen und einer Abwendung von der Politik. Diese führt zu einer sozialen Spaltung der Gesellschaft und spiegelt sich in einer demokratischen Kluft wider.
- ▶ Wachstumseinbrüche seit den 70ern und **finanzielle Überbeanspruchung des Staates** ließen Verteilungsspielräume sinken. Zudem befördert die **ökonomische Entgrenzung** die Wohlstandsentwicklung in verschiedenen Regionen der Erde und führt gleichzeitig zu einer Ungleichverteilung von Wohlstand, gegen die die nationalen Demokratien nicht viel entgegensetzen können.



- ▶ Die **komplexere Gesellschaft und kompliziertere Probleme erfordern höheren politischen Steuerungsbedarf**, aber die Steuerungsfähigkeit auf nationaler Ebene nimmt im Zuge von Europäisierung und einer globalisierten Ökonomie immer mehr ab. Viele Probleme sind häufig nicht mehr allein auf nationaler Ebene zu lösen.
- ▶ Die **durch transnationale Verflechtungen geprägten Zwänge an verantwortliches Regieren und die Ansprüche der Bürger_innen stehen oftmals im Widerspruch zueinander**.
- ▶ **Politische Zwänge in Koalitionen, zwischen Fraktion und Partei oder durch Zielkonflikte zwischen Wahlkreis-, Landes- und Bundesinteressen** erfordern in der Politik immer öfter Kompromisse zu finden, die politische Positionen verwässern, unscharf werden lassen.
- ▶ Die **starke Entgegensetzung direkter Beteiligung und repräsentativer Demokratie** führt zu einem Gegeneinander dieser und verhindert die Reflexion über neue Beteiligungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Repräsentation.
- ▶ Eine **extrem beschleunigte (und auf Einschaltquoten fixierte) Mediengesellschaft**

erschwert für die Politik dringend erforderliche nachhaltige politische Debatten, kontroverse Diskurse und die Vermittlung politischer Inhalte, weil u.a.:

- ▶ Kontroversen in der medialen Öffentlichkeit häufig als Orientierungslosigkeit (der Parteien/politischen Akteure) gewertet und mit Handlungs- und Führungsschwäche gleichgesetzt werden.
- ▶ die mediale Aufmerksamkeit auf Personen und Machtkonstellationen fokussiert ist und immer weniger auf politische Positionen.
- ▶ Politiker_innen sich scheuen, klare Kante zu zeigen, da sie mediale Angriffsfläche bieten und Wähler_innen vor den Kopf stoßen könnten, wenn sie sich inhaltlich scharf positionieren.
- ▶ jede/r Bürger_in politische Äußerungen via Smartphone und Sozialen Medien aufgreifen und zu einem politischen Skandal machen kann.
- ▶ es durch den digitalen Strukturwandel zu einer Zersplitterung des medialen Raumes (Kommunikation innerhalb geschlossener Meinungszirkel/Filterblasen) gekommen ist. In der Folge treffen gegensätzliche Positionen kaum mehr aufeinander und die Kultur der politischen Debatte im öffentlichen Raum verschwindet.
- ▶ der Geschwindigkeitswettbewerb der Nachrichten dazu führt, dass Politiker_innen und ihre Teams immer mehr zu Allround-Reaktionen imstande sein müssen und immer weniger Spezialistinnen sein können, die sich mit Politikfeldern wirklich auskennen.



„Je größer und komplexer das Gemeinwesen, je unübersichtlicher die Zahl der beteiligten Bürger, desto vielfältiger sind Interessen und Bedürfnisse, ihre Neigungen und Meinungen. Und desto komplizierter wird es, allen Gehör zu verschaffen und einen allseits akzeptierten Weg zu finden, Interessen zusammenzubinden oder auszugleichen.“

*Uwe Knüpfer,
in: „Du bist das Volk“
(2015), S. 13*

Vertrauen & Politik

Es gibt eine Reihe von Einflussfaktoren, die sich auf das Vertrauensverhältnis zwischen Bürger_innen und Politiker_innen oder Parteien auswirken – und die für eine Verbesserung dieses Verhältnisses genutzt werden können. Dazu gehören Emotionen und Gefühle, Logik und Denken sowie Werte und Normen.

Was lässt uns vertrauen? Einflussfaktoren für Vertrauen in die Politik

MEHR ZUM THEMA



Vertrauen und Reputation finden Sie im Artikel „Integrated Reputation Management System (IReMS)“ von Diana Ingenhoff im prmagazin. Das Magazin der Kommunikationsbranche. Jg. 38, Nr. 7, 2007.

„Vertrauen bildet sich v.a. über eine positive emotionale Einstellung in Form von Sympathie aus, die wiederum auf die Erfüllung von Kompetenz und sozialer Verantwortung gründet.“

Ingenhoff, 2007: S. 56

Nachhaltiges Vertrauen ist eine Lernerfahrung, die durch Erfahrungen mit dem Akteur auf verschiedenen Ebenen basiert.

Die Einflussfaktoren auf das Vertrauen in die Politik und die politisch Handelnden lassen sich verschiedenen Ebenen zuordnen: der funktional-kognitiven Ebene, der normativ-kognitiven Ebene und der durch die anderen beiden Ebenen beeinflussten affektiv-emotionalen Ebene.

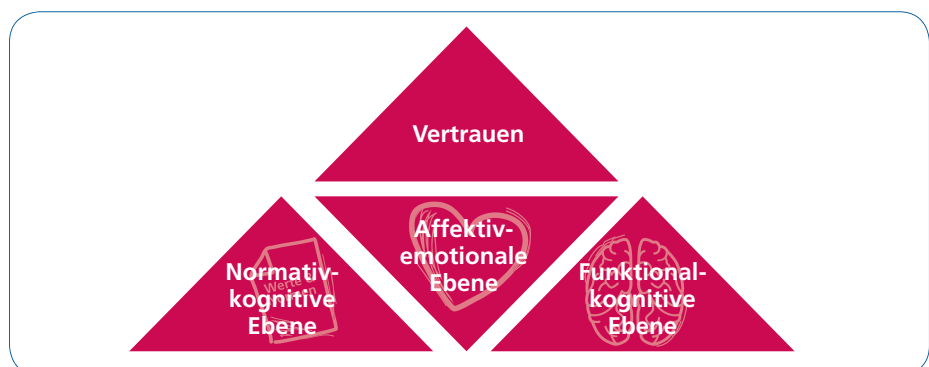


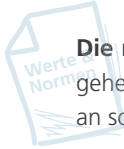
Abb. 2: Ebenen des Vertrauens: In Anlehnung an Pellarin, Oliver (2015): Zur Reputation von Parteien: Reputationsmanagement deutscher Parteien in der Mediengesellschaft, S. 129



Die funktional-kognitive Ebene wird angesprochen, wenn den politischen Akteuren Kompetenz und Sachverstand zugeschrieben werden kann. Dabei stellt sich der Bürger oder die Bürgerin die Frage, inwieweit der politisch Handelnde oder die Partei die geeignete Kompetenz besitzt, um den ihm oder ihr zugedachten gesellschaftspolitischen Auftrag zu erfüllen.

Die Bewertung der Kompetenz wird v.a. an folgenden Faktoren festgemacht:

- ▶ politischer Erfolg (Erreichen der Ziele, ausgeübter Einfluss)
- ▶ Qualität der Arbeit (inhaltliche Expertise, Kompetenz, Wirkung)
- ▶ Sinnstiftung (programmatisches Leitbild/Vision, Tradition)
- ▶ Führungsstärke (Charakter, Kompetenz, Eindruck)
- ▶ Kommunikation und Medienkompetenz (Ästhetik, Identität, Kommunikation)
- ▶ Eingehen auf Anliegen der Anspruchsgruppen/Betroffenen und deren Teilhabe



Die normativ-kognitive Ebene wird angesprochen, wenn die Bürger_innen davon ausgehen können, dass die politischen Akteure gemeinsame Werte einhalten und ihr Handeln an sozialen Aspekten ausrichten.

Das Handeln der Akteure und Partei wird anhand folgender Kriterien gemessen:

- ▶ Orientierung am Gemeinwohl (Handeln im Einklang mit gesellschaftlichen Normen, an sittlichen Idealen orientiert, Prinzipientreue)
- ▶ Verantwortungsvolles Handeln (verantwortungsbewusst, solidarisch, fair, korrekter Umgang mit Finanzen, transparentes Handeln)
- ▶ Integrität (moralische Kompetenz, Skandalfreiheit, ethische Überzeugungen)



Die affektiv-emotionale Ebene wird angesprochen, wenn den politisch Handelnden Sympathie entgegengebracht werden kann und wenn sie über Charisma verfügen. Hier ist es entscheidend, welche Attraktivität und Wirkung der Politiker, die Politikerin oder die politische Organisation auf außenstehende Dritte hat.

Dabei spielen die folgenden Aspekte eine Rolle:

- ▶ Sympathie (ansprechend und angenehm)
- ▶ Authentizität (Werte, Botschaften, Handeln im Einklang)
- ▶ Faszination (ansprechend, mitreißend, attraktiv)

Vertrauen ist nicht gleich Vertrauen.

Das Ebenenmodell der Einflussfaktoren für Vertrauen in die Politik zeigt, wie komplex die Vertrauensbeziehung zwischen Bürger_innen und Politik aufgebaut ist. Gerade wenn es darum geht, verloren gegangenes Vertrauen wieder aufzubauen und eine neue Vertrauensbasis zu schaffen, müssen alle Ebenen des Vertrauens angesprochen werden.

Ein Allheilmittel für einen erfolgreichen Vertrauensaufbau gibt es nicht, wohl aber Strategien, die helfen können, Vertrauen zu gewinnen und Unsicherheiten bei den Bürger_innen abzubauen. **Bei der Strategiefindung ist auf die Perspektive der Handelnden zu achten:** Wer ist derjenige, dem vertraut werden soll – die Regierung, Parteien oder Politiker_innen? Denn da die Bürger_innen an die unterschiedlichen Ebenen der Politik unterschiedliche Erwartungshaltungen haben, müssen auch die Strategien zur Vertrauensbildung unterschiedlich ausfallen. Im Folgenden liegt der Fokus auf Parteien oder Politiker_innen.

Exkurs: Politische Meinungsbildung: So informiert sich Gesellschaft über Politik

Die Darstellung in den Medien beeinflusst die Meinungsbildung der Bürger_innen über politische Entscheidungen und das politische Geschehen. Die Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahrzehnten verändert. Neben den klassischen Medien wie Zeitungen, Radio oder Fernsehen ist das Internet und hier insbesondere die Sozialen Medien Informationsquelle geworden. Mit den aktuellen Ergebnissen des **Reuters Institute Digital News Survey 2016** können Erkenntnisse über die Art und Häufigkeit der Mediennutzung für Information über Politik gewonnen werden.

MEHR ZUM THEMA



Die gesamten Ergebnisse des *Reuters Institute Digital News Survey 2016 für Deutschland* finden Sie unter:
www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/1135

IMPULSGEBER

Dr. Sascha Hölig ist seit 2013 Senior Researcher am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung. Seine Forschungsschwerpunkte liegen vor allem in den Bereichen Mediennutzung in neuen Medienumgebungen. In aktuellen Projekten beschäftigt er sich u.a. im Rahmen des Reuters Institute Digital News Survey mit der Nutzung von Nachrichten.



Nachrichtennutzung:

- ▶ 71 Prozent der Befragten sind überaus an Nachrichten interessiert.
- ▶ Männer sind mit 77 Prozent etwas interessierter als Frauen mit 66 Prozent.
- ▶ 94 Prozent der Befragten nutzen Nachrichten mindestens mehrmals die Woche.
- ▶ Das Interesse und die Frequenz der Nachrichtennutzung steigt mit dem Alter.
- ▶ Politische Themen gelten neben regional und international relevanten Ereignissen im Rahmen der Nachrichtennutzung als am interessantesten.

Nachrichtenquellen:

- ▶ Nachrichten im klassischen, linearen Programmfernsehen sind als Nachrichtenquelle dominant (72 Prozent), gefolgt von Radionachrichten (46 Prozent) und Nachrichten auf 24-Stundennachrichtensendern (38 Prozent).
- ▶ 31 Prozent der Befragten nutzt Soziale Netzwerke als Nachrichtenquelle, mit ansteigender Tendenz (v.a. dann, wenn nach einer speziellen Information gesucht wird).
- ▶ 29 Prozent nutzen Zeitungen als Nachrichtenquelle, mit sinkender Tendenz, gefolgt von Online-Nachrichtenmagazinen, Onlinezeitungen und Onlineradiosendern.
- ▶ Fernsehen ist in den Altersgruppen ab 35 Jahre die am weitesten verbreitete Nachrichtenquelle. In den Gruppen bis 35 Jahre dominieren Online-Nachrichten, aber mindestens jeder Zweite schaut auch regelmäßig Nachrichten im TV.



Vertrauen und Unabhängigkeit:

- ▶ Über die Hälfte der Befragten vertraut ganz allgemein dem Großteil der Nachrichten.
- ▶ Nur 37 Prozent der Befragten halten Nachrichtenmedien für unabhängig von Politik und Regierung.
- ▶ Auffällig ist der große Anteil an Unentschiedenen und damit Unsicheren.
- ▶ Junge Nutzergruppen sind skeptischer als ältere.
- ▶ Menschen an den politischen Rändern und mit geringerem Interesse sind skeptischer.
- ▶ Menschen mit hauptsächlich traditioneller Nachrichtennutzung vertrauen Nachrichten eher als Onliner, die Soziale Medien als Hauptquelle nennen.
- ▶ Soziale Medien genießen das geringste Quellenvertrauen.

Nachrichtennutzung und Soziale Netzwerke:

- ▶ Die Nutzung von Nachrichten im Kontext sozialer Netzwerke ist vergleichsweise gering.
- ▶ Facebook ist das am häufigsten genutzte Soziale Netzwerk für Nachrichten.
- ▶ In der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen ist die Rolle von Facebook und YouTube im Vergleich zu den anderen Altersgruppen deutlich größer.
- ▶ Soziale Netzwerke beeinflussen die Meinung über politische Prozesse besonders, weil sie Nachrichten und Stimmungsbilder selektiv verbreiten.



„Man muss von Politikern erwarten können, dass Wort und Tat übereinstimmen“, so der frühere SPD-Vorsitzende Hans-Jochen Vogel. Dieser Leitsatz ist ein wichtiges Rezept, um Vertrauen in die Arbeit von Parteien und politischen Akteuren zu erhalten. Welche weiteren Regeln gibt es, an denen es sich zu orientieren gilt?

Wie Parteien und politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen können

Bei der Beschäftigung mit der Frage, ob und wie politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen können, mag es auf den ersten Blick darum gehen, Mehrheiten zu gewinnen. Tatsächlich steht aber viel mehr auf dem Spiel – nämlich die Zukunft unserer Demokratie.

Globalisierung, der digitale Strukturwandel und die Flexibilisierung der Arbeitswelt haben in den letzten Jahrzehnten zu einem tiefgreifenden Wandel unserer Gesellschaft geführt. Diesen Wandel aktiv und sozial gerecht zu gestalten stellt die Politik vor große Herausforderungen.

Um diesen Herausforderungen sowie der Parteien- und Politikerverdrossenheit zu begegnen, gilt es, sich dem Wandel zu stellen und ihn aktiv zu gestalten.

Folgende Schritte können – **neben der erfolgreichen Umsetzung von Politik** – für die aktive politische Gestaltung des Wandels und den Aufbau von Vertrauen für politische Akteure nützlich sein:

1. **Sinn stiften** und einen Gesellschaftsentwurf von einer lebenswerten Zukunft skizzieren,
2. trotz diagnostizierter Unübersichtlichkeit **Orientierung geben**,
3. **Politik verständlich vermitteln**,
4. in den ehrlichen **Dialog mit den betroffenen Bürger_innen** treten.

„Es gehört zu den vordringlichsten Aufgaben sozialdemokratischer Politik, das Vertrauen der Menschen in die Veränderbarkeit und Gestaltbarkeit der eigenen Lebensverhältnisse wiederherzustellen und sie zu vielfältigem politischen Engagement zu ermutigen!“

Wolfgang Thierse, in einem Beitrag für den FES-Kongress „Werte und Politik“ (2012)

1 Sinn stiften

„**Parteien** sind Vereinigungen von Bürgern, die dauernd oder für längere Zeit für den Bereich des Bundes oder eines Landes auf die politische Willensbildung Einfluss nehmen und an der Vertretung des Volkes im Deutschen Bundestag oder einem Landtag mitwirken wollen ...“

§ 2 Abs. 1 des Parteiengesetzes

Es braucht eine „gute, progressive Politik, der die Bürger zutrauen, dass sie die Welt besser, das Leben sicherer, die Wirtschaft gerechter, die Ungerechtigkeiten geringer, die Fallhöhe zwischen Privilegierten und Unterprivilegierten kleiner macht und die denen, die sich – meist zurecht – als zu kurz gekommen empfinden, zumindest das Gefühl gibt, einen Fürsprecher zu haben (...).“ So fasst Robert Misik (2015, S. 172) die Anforderungen zusammen, die erfüllt sein müssen, um Zusammenhalt in der Gesellschaft zu stärken und eine politische Kultur des Vertrauens zu schaffen. Es geht darum, den Menschen wieder Sinn zu vermitteln und ein Bild von einer lebenswerten Zukunft zu zeichnen, in der die Anliegen und Interessen verschiedener Schichten und Milieus Berücksichtigung finden. Parteien sind hierbei eine der Schlüsselakteure.

Sie spielen – trotz aller Kritik und Parteienressentiments bis tief in die Mitte der Gesellschaft hinein – eine Schlüsselrolle für unsere Demokratie, weil sie vielfältige Funktionen im demokratischen Willensbildungsprozess erfüllen. Sie bilden die Brücke zwischen Gesellschaft und Legislative.

Zu den demokratischen Aufgaben von Parteien gehören die drei wichtigen Repräsentativfunktionen **Orientierung bieten**, **Diskurse** zu politischen Fragen **führen** und **repräsentative Entscheidungen treffen**.

Exkurs: Darum brauchen wir Parteien!

Parteien ...

Damit Parteien ihre Kernfunktionen in der Demokratie erfüllen können, müssen sie ...

... haben eine **gesellschaftliche Orientierungsfunktion**.

- ▶ eine an den eigenen Werten orientierte Vision von einer lebenswerten Zukunft skizzieren (Sinn stiften).
- ▶ sich immer wieder ein klar abgrenzbares Profil und einen wiedererkennbaren Markenkern erarbeiten und nach außen hin deutlich machen.
- ▶ politische Fragen in unterscheidbare gesellschaftliche Positionen aufarbeiten und so repräsentativ wie möglich spezifische Auffassungen des Allgemeinen bündeln, um echte politische Alternativen anzubieten.
- ▶ daraus konkrete politische Handlungskonzepte und -vorschläge ableiten.
- ▶ aufzeigen, welche Werte und welcher Gesellschaftsentwurf den Politikinhalten und -konzepten zugrunde liegen (Orientierung am großen Ganzen).
- ▶ Wege beschreiben, wie man die Ziele erreichen kann.
- ▶ Defizite der Demokratie und die Zwänge und Herausforderungen des politischen Entscheidungsprozesses ansprechen.

IMPULSGEBER



Peter Siller ist Leiter der Inlandsabteilung der Heinrich-Böll-Stiftung. Er ist leitender Redakteur von polar, Zeitschrift für politische Philosophie und Kultur, und hat zahlreiche Publikationen zu politischer Theorie und Praxis veröffentlicht.



... sind Orte, an denen grundsätzliche gesellschaftliche Debatten über grundsätzliche Fragen in der Gesellschaft geführt werden. Sie schaffen damit erst einen Raum der demokratischen Entscheidungen.	▶ Räume für nachhaltige Debatten schaffen. ▶ politische Kontroversen austragen.
... sind Protagonisten unterschiedlicher Auffassungen vom Allgemeinwohl .	▶ interne Divergenzen exemplarisch für die Gesellschaft austragen. ▶ verallgemeinerbare und von anderen Parteien unterscheidbare Vorschläge vertreten.
... sind Interessenvertretung .	▶ unterschiedliche Interessenlagen in der Gesellschaft kennen und für unterschiedliche Interessen durchlässig sein.
... sind Organe einer möglichst repräsentativen Willensbildung .	▶ in höherem Maße als Protagonisten der sozialen und politischen Inklusion agieren. ▶ überlegen, wie sie wieder zu einem öffentlichen, allgemein zugänglichen Raum werden und auch die „abgehängten“ Milieus wieder in die gemeinsame Formulierung und Vertretung politischer Orientierungsangebote einbeziehen können. ▶ soziale Ungerechtigkeiten bekämpfen, um möglichst vielen Menschen politische Teilhabe zu ermöglichen.
... sind Politikvermittler und wirken so an der Meinungsbildung mit.	▶ (komplexe) politische Zusammenhänge/ Sachverhalte verständlich vermitteln. ▶ erklären, warum die Entscheidung so getroffen wurde und wer wie welchen Einfluss auf Entscheidungen ausübt. ▶ auf Zwänge/Dilemmata in der Politik und die Grenzen des eigenen Tuns hinweisen.
... sind Übersetzer der gesellschaftlichen Willensbildung in Gesetzgebung und politisches Handeln , indem sie an der demokratisch-legislativen Beschlussfassung mitwirken.	▶ Einfluss an den richtigen Stellen ausüben. ▶ alles daran setzen, die Politikentwürfe auch umzusetzen (repräsentative Entscheidungen). ▶ einen klaren Kurs/eine klare Linie vertreten, die auch gegen Widerstände durchgehalten wird. ▶ Abweichungen erklären, politische Zwänge aufzeigen.

„Das Entscheidende ist, eine politische Botschaft mit einem politischen Kern zu haben. Entscheidend ist der Inhalt, die eigene Vorstellung von Gesellschaft und ein realistischer Plan, diese zu erreichen.“

*Tom Schimmeck,
Journalist und Publizist*

Parteien und ihre wichtige Funktion als Sinnstifter

Um als Schlüsselakteur in der Demokratie diesen wichtigen Repräsentativfunktionen wieder gerecht werden zu können, müssen Parteien Menschen, die sich von der jetzigen Politik nicht mehr vertreten fühlen, wieder ein „geistiges Obdach“ bieten und eine Vision einer lebenswerten Zukunft entwerfen, die Sinn stiftet. Es gilt, politische Anliegen mit gesellschaftlichen Sinn- und Wertzusammenhängen zu verknüpfen und den Bürger_innen die Möglichkeit zu geben, zu entscheiden, welchen Werten sie sich verpflichtet fühlen. Bieten Parteien eine solche Leitidee nicht, verlieren sie an Identifikationspotenzial – und damit an Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Denn: Die Qualität ihrer Repräsentation, die Frage, wie gut sie die mit ihren Wähler_innen ausgehandelten Interessen, Normen und Werte vertreten, kann dann nicht an einem verbindlichen Maßstab gemessen werden.

„Wir brauchen Politik als Verständigung über unser Dasein. Parteien und ihre Vertreter_innen müssen es schaffen, glaubwürdig an den Verhältnissen entlang argumentierend mit einer klaren Vorstellung von Gesellschaft, wie sie sein sollte, mit einem klaren Befund, wie sie derzeit ist, zu sagen, was sie wollen.“

Tom Schimmeck,
Journalist und Publizist

Parteien müssen wieder zu Foren politischer Willensbildung werden, denn politischer Diskurs ist eine Voraussetzung, um Sinn zu stiften.

Unsere demokratische Grundüberzeugung gründet darauf, dass wir als politisch Gleiche auf der Grundlage der verfassungsrechtlichen Gewährleistung von Demokratie und Menschenrechten im Gespräch bzw. in der diskursiven Auseinandersetzung über unsere unterschiedlichen Auffassungen vom Für-alle-Richtigen (des Allgemeinwohls, der Gerechtigkeit) am Ende über eine Mehrheitsentscheidung zu besseren Ergebnissen kommen.

Die unterschiedlichen gesellschaftlichen Auffassungen darüber, was für alle das Richtige ist, werden von Parteien gebündelt und vertreten. Sie müssen nach außen deutlich machen, für welche der unterschiedlichen gesellschaftlichen Auffassungen sie stehen. Ihr verfassungsrechtlicher Auftrag, an der demokratischen Willensbildung mitzuwirken, lässt sich nur in einem Raum politischer Alternativen einlösen. Hierfür ist es notwendig, dass Parteien die diagnostizierte Unübersichtlichkeit als Aufforderung nehmen, sich regelmäßig und diskursiv über ihre Werte, Grundsätze und ihre jeweiligen Interpretationen des Allgemeinen zu verständigen. Was es dafür braucht, ist eine gemeinsame, klare und eindeutig zuordnenbare Position der Partei, die durch den klärenden und kompromisshaften Diskurs nach innen hergestellt werden muss, um auch nach außen in die Gesellschaft Wirkung zu entfalten und Sinn zu stiften. Für diesen nachhaltigen Diskurs müssen in Parteien Debattenräume geschaffen werden, die eine engagierte und nachvollziehbare Auseinandersetzung verschiedener Argumente und Auffassungen ermöglichen.

Parteien können wieder zu Foren politischer Willensbildung werden, indem sie ...

- ▶ Orientierungsalternativen bündeln inkl. einer Offenlegung konkurrierender Argumente und Abwägungen als Voraussetzung für die Diskussion politischer Möglichkeiten.
- ▶ unterschiedliche Positionen und Argumente verständlich aufbereiten.
- ▶ Debatten organisieren, die genügend Raum für Auseinandersetzung über unterschiedliche Grundpositionen (nicht über Einzelmeinungen) bieten.
- ▶ dabei verstärkt den Dialog mit anderen gesellschaftlichen Sphären suchen, um Impulse und Themen aufzugreifen und mit in die Debatten aufzunehmen.
- ▶ gemeinsame analoge und digitale Plattformen bereitstellen, auf denen divergierende Positionen aufeinandertreffen können
- ▶ innerparteiliche Gruppen und Netzwerke, die im Vorfeld einer übergreifenden Debatte in der Lage sind, Orientierungsvorschläge und Konzepte zu entwickeln, fördern.
- ▶ auf eine angemessene Repräsentation der verschiedenen Akteure im Diskurs achten.
- ▶ Akteure zum Diskurs motivieren und klar aufzeigen, dass unterschiedliche Standpunkte erwünscht sind und nicht zum Nachteil der Akteure ausgelegt werden.

Zusammenfassung aus: Peter Siller: Parteien, werdet endlich wieder normativ!, in: Berliner Republik, 1/2016.

Die Verbindung von Gruppen von Bürger_innen durch einen gemeinsamen Zukunftsentwurf, gebündelt in den programmatischen Entwürfen von Parteien, stärkt den gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhalt. Dabei ist das Verständnis darüber, dass die Quintessenz der Demokratie aus der Aushandlung unterschiedlicher Interessen und Meinungen, aus der Auswahl aus verschiedenen Wegen besteht, entscheidend. Es braucht klare Alternativen, denn eine Politik der Alternativlosigkeit kann ihre sinnstiftende Funktion nicht erfüllen und negiert das Wesen der Demokratie.

Ergebnisse: Parteien, werdet endlich wieder unterscheidbarer!



Demokratische Parteien stehen untereinander im Wettbewerb der Ideen und Ideologien. Nur über diesen Wettbewerb entstehen Identifikation, Mobilisierung und belastbare Bindungen mit einer Partei. Deshalb gehört es zu einer gesunden Demokratie, dass sich die politischen Parteien unterscheiden.

In den folgenden Thesen ist zusammengefasst, wie das gelingen kann:

1. Die Abgrenzung von anderen politischen Einstellungen und Konzepten und die Erklärung, warum man anderer Meinung ist, ist eine Grundvoraussetzung dafür, dass Wähler_innen eine Alternative für ihre Wahlentscheidung haben. Es ist grundlegende Aufgabe von Parteien und Politiker_innen, verschiedene Möglichkeiten/Alternativen der gesellschaftlichen Gestaltung aufzuzeigen.
2. Vertreter_innen einer Partei müssen deutlich machen, dass ihre Politik einem übergeordneten Ziel/Gesellschaftsentwurf folgt, der auf grundlegenden Werten basiert. Innerparteilicher Diskurs ist Voraussetzung dafür. Dieses Ziel muss klar formuliert und erklärt werden. Es muss erkennbar sein, dass Politik keine bloße Ansammlung von Einzelmaßnahmen ist, sondern einem großen Ganzen folgt und aus Überzeugung vertreten wird.
3. Ob ein politisches Konzept als positiv wahrgenommen wird, hängt auch damit zusammen, inwieweit der jeweiligen Partei zugetraut wird, dieses Konzept auch umzusetzen und Kurs zu halten.
4. Politische Konzepte und damit die sie vertretenden Parteien werden dann wahrgenommen, wenn sie auf die Lebensrealität von Menschen eingehen und diese verbessert. Gerade junge Menschen schauen sehr genau auf die Inhalte der Parteien. Ihre Lebenswirklichkeit sollte sich in den Programmen widerspiegeln.
5. Voraussetzung hierfür ist, dass Parteien ihre Aufgabe der politischen Willensbildung ernst nehmen und in einen möglichst repräsentativen Dialog mit den Menschen treten, die sie vertreten möchten. Betroffene müssen am politischen Prozess beteiligt werden.
6. Möglichkeiten zur Mitarbeit müssen auch für diejenigen geschaffen werden, die weniger flexibel in der Zeiteinteilung sind.
7. Mehr Repräsentation von verschiedenen Menschen in Parteien und im politischen Willensbildungsprozess erhöht die Glaubwürdigkeit in den jeweiligen Zielgruppen.
8. Politische Konzepte können nur dann auch als unterscheidbar von anderen wahrgenommen werden, wenn sie so formuliert sind, dass jede und jeder die Botschaft versteht.
9. Wähler_innen erwarten eine klare Haltung von Politiker_innen und ein mit dieser Haltung übereinstimmendes Handeln.

Jeder, der in der Praxis politisch tätig ist, wird einwenden, dass die klare Herausstellung einer Leitidee und die daraus abgeleiteten Politikkonzepte nicht ausreichen, um das Vertrauen der Bürger_innen zu gewinnen. Es gilt Menschen auch emotional anzusprechen.

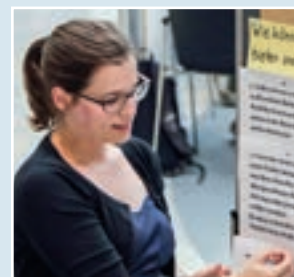
„Argumentieren in Sachzwängen und Alternativlosigkeit sind die Negation des Politischen. (...) Das Wesen der Demokratie liegt nicht im Konsens, sondern im Wettbewerb der Ideen.“

Dr. Leonard Novy,
Institut für Medien- und
Kommunikationspolitik

IMPULSGEBERIN



Julia Maas ist Politikwissenschaftlerin und seit 2013 Bundesgeschäftsführerin der JUSO. Sie beschäftigt sich insbesondere mit der Frage, wie junge Menschen an politischen Prozessen teilhaben können und welchen Beitrag Parteien, insbesondere die Sozialdemokratie, leisten können.



Politik, Werte, Framing: Wie mit politischem Framing Werte vermittelt, emotionalisiert und mobilisiert werden kann

Ressentiments gegen Parteien sind bis tief in die Mitte der Gesellschaft verwurzelt. Parteien haben durch veränderte Lebens- und Arbeitsgewohnheiten ihre Bindungskraft verloren. Unsicherheit über die eigene Zukunft begünstigt Protestgruppierungen, die vermeintliche Sicherheiten versprechen. Umso wichtiger ist es, in der Kommunikation konsistent und konsequent deutlich zu machen, welche Normen und Werte hinter politischen Entscheidungen oder Programmatiken stehen und Menschen das Gefühl zu vermitteln, dass die politischen Vorhaben eine Konsequenz der – aus ihrer Sicht – richtigen Ideologie sind. Im politischen Tagesgeschäft wird dies häufig vergessen.

Wenn Parteien/Politiker_innen wirksam kommunizieren und mobilisieren wollen, müssen sie der normativen und emotionalen Dimension von Sprache mehr Beachtung schenken, denn das „politische Gehirn“ ist ein emotionales.

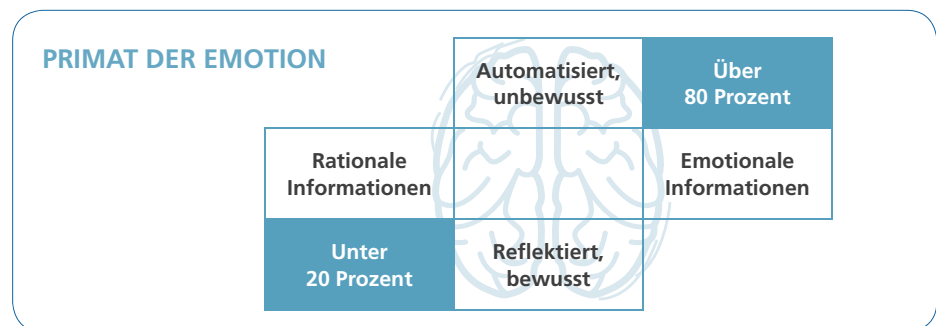


Abb. 3: Primat der Emotion, aus der Präsentation des Einführungsvortrags „Politik, Werte, Framing“, Dr. Leonard Novy

Die besten Fakten, das rational beste Angebot reichen allein nicht aus, um Menschen von einem politischen Programm zu überzeugen. Nur ein geringer Teil der Informationsverarbeitung findet bewusst statt. Rund 80 Prozent der Informationen, die uns erreichen, sind emotionale Informationen – und diese werden unbewusst verarbeitet. Stimmungen spielen somit beim Verarbeiten von Informationen eine große Rolle.

Hier gilt es, in der Kommunikation anzudocken und mit Framing Menschen emotional anzusprechen, Bilder im Kopf entstehen zu lassen und aus dem Bündel an politischen Einzelmaßnahmen ein konsistentes Ganzes zu machen.

Politisches Framing ist nicht mit Populismus gleichzusetzen. Es geht vielmehr darum, die eigenen politischen Anliegen, Botschaften sprachlich in Bezug zu setzen zu gesellschaftlichen Sinn- und Wertezusammenhängen und der eigenen Ideologie, damit sie sich beim Rezipienten festsetzen.

Framing liegen folgende Prinzipien zugrunde:

- 1. Wir denken immer in Bildern und Metaphern.** Jedes Wort, das wir denken, lesen oder hören, aktiviert ein Bild in unseren Köpfen. D.h. man kann nicht nicht framen.
- 2. Sprache aktiviert und festigt Frames (kognitive Deutungsrahmen) – und bestimmt somit, wie wir Fakten wahrnehmen.** Frames machen Sachverhalte erst vorstellbar, heben bestimmte Punkte hervor oder blenden andere aus.
- 3. Begriffe sind nie wertneutral, sie prägen das Spielfeld der Diskussion.** Ein Beispiel: Mit dem Begriff „Steuern“ verbinden wir eher eine Transaktion, eine Last, als einen positiven Beitrag zu unserer Gesellschaft. Wir assoziieren „Steuern zahlen“, „Steuerlast“, „Steuerflüchtling“ oder „Steueroase“ eher negativ als mit der Finanzierung von „Schulen“ oder der Sicherung der „Rentenversorgung“. Der Frame für den Begriff „Steuern“ ist also ein negativer.

IMPULSGEBER



Dr. Leonard Novy ist Ko-Direktor des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik. Er ist Gastdozent an verschiedenen Hochschulen und verzeichnet eine regelmäßige Publikations- und Vortragstätigkeit zu den Themen Governance, Demokratie und Öffentlichkeit sowie zu den Auswirkungen des Internet auf Politik und Medien.



Das sind Voraussetzungen für ein erfolgreiches Framing und Sinnstiftung:

- ▶ Parteien müssen sich mit ihren eigenen Werten systematisch auseinandersetzen. Werte sind keine in Parteiprogrammen aufgeführten abstrakten Lehrformeln, sie sind die politische Kernbotschaft.
- ▶ Alle politischen Vorhaben müssen mit diesem Wertesystem in Bezug gesetzt und an ihm gemessen werden.
- ▶ Es gilt für die Kernbotschaft Narrative zu entwickeln sowie Argumente (statistische Zahlen, empirische Erkenntnisse) und Beispiele aufzubereiten.
- ▶ Wichtig ist dabei auch, dass diese Botschaften konsistent und konsequent nach außen getragen werden (Botschaftsdisziplin).

Politisch erfolgreich ist nicht nur der mit der besten Botschaft, sondern derjenige, der mit dieser am besten mobilisieren kann – Kommunikationsfähigkeit und Gestaltungsfähigkeit bedingen sich dabei wechselseitig. Glaubwürdigkeit und damit verbundene Mobilisierung und Wahlerfolge erfordern also neben den „Warenhauskatalogen“ voller toller politischer Projekte auch und v.a. ein übergeordnetes Framing, das aus dem Bündel an Einzelmaßnahmen ein konsistentes Ganzes macht, emotionalisiert und damit Orientierung gibt.

Exkurs: Framing am Beispiel der SPD

Die SPD sollte ihre Werte wie Gerechtigkeit, Fortschritt und das Ziel einer offenen liberalen Gesellschaft für ein attraktives Framing sozialdemokratischer Politik nutzen, indem sie ...

- ▶ den Gerechtigkeitsbegriff für sich proklamiert, ihn neu auflädt und als Leitmotiv für eine moderne zukunftsorientierte Politik etabliert.
- ▶ klar aufzeigt, was auch internationale Vergleichsstudien zeigen, nämlich dass:
 - ▶ Soziale Gerechtigkeit (Investition in Anerkennungs- und Teilhabechancen der Menschen) zentrale Voraussetzung für Zusammenhalt, Wachstum und Wohlstand in einer Gesellschaft ist und nicht umgekehrt.
 - ▶ Offene Gesellschaften mit einem hohen Maß an Inklusion, Zusammenhalt und Demokratiequalität besonders erfolgreich darin sind, Antworten auf neue Problemlagen zu finden, nachhaltige Reformen auf den Weg zu bringen und damit auch sozio-ökonomisch leistungsfähiger sind, weil sie sich die Fähigkeit zur permanenten Erneuerung bewahren.
- ▶ einen sozialdemokratischen Frame für ihre Politik entwickelt, der Gerechtigkeit als Schlüssel für gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit denkt und nicht als staatliche Alimentierung und Versprechen auf Sicherheit, z.B. mit der Kernbotschaft (Frame):
„Das Streben nach sozialer Gerechtigkeit macht unsere Gesellschaft reicher!“
d.h. Armutsbekämpfung, Arbeitsmarktzugang, Bildung und Nicht-Diskriminierung

„Menschen (...) begeistern sich dann für eine Partei, wenn sie sich emotional auch in ihrer moralischen Weltsicht angesprochen fühlen und sich mit den Werten der politischen Partei identifizieren.“

Dr. Leonard Novy,
Institut für Medien- und
Kommunikationspolitik

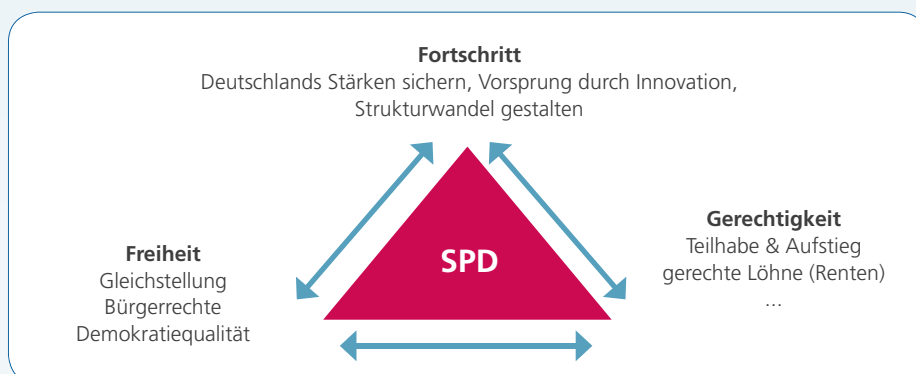


Abb. 4: Botschaftendreieck, aus der Präsentation des Einführungsvortrags „Politik, Werte, Framing“, Dr. Leonard Novy

sind Voraussetzung für eine zukunftsfähige, resiliente Gesellschaft und ökonomische Leistungsfähigkeit.

- ▶ die Kernbotschaft mit Argumenten unterlegt, mit Beispielen und Stories illustriert und diese in konsistente und vom gesamten Parteipersonal kommunizierbare Botschaften übersetzt und nach innen und außen trägt.
- ▶ ihre Inhalte und Politikvorhaben in diesen großen Frame einbettet und immer wieder mit ihren Werten in Bezug setzt (ein konsistentes Ganzes schafft).

Zusammenfassung aus: Leonard Novy: Auf der Suche nach dem verlorenen Ethos der SPD, in: Neue Gesellschaft Frankfurter Hefte, 5/2016

2 Orientierung geben

Eine sinnstiftende politische Botschaft, das Entstehen für Werte und Normen, die mit dem richtigen „Frame“ nach außen getragen werden, ist Voraussetzung, um die zweite Leitlinie für eine Kultur des politischen Vertrauens einhalten zu können: Orientierung geben.

Parteien und ihre Orientierungsfunktion: Wege der Erneuerung

Genau diese Orientierungsfunktion, die ihnen früher wie selbstverständlich zugeschrieben war, haben die klassischen Parteien in der individualisierten, von Globalisierung und Digitalisierung betroffenen Welt zunehmend verloren. Es ist notwendig, dass sie Wege der Erneuerung einschlagen, um ihre Orientierungsfunktion wieder wahrnehmen zu können.

Ein erster Schritt dazu ist der schon beschriebene beständige parteiinterne Diskurs, das **systematische Verständigen auf gemeinsame Werte**, die den unterschiedlichen Positionen und Argumenten zugrunde liegen. Der Diskurs dient dazu, politische Fragen in unterscheidbare gesellschaftliche Positionen aufzuarbeiten und so repräsentativ wie möglich spezifische Auffassungen des Allgemeinen zu bündeln, und daraus konkrete politische Handlungskonzepte und -vorschläge abzuleiten. Dieser parteiinterne Diskurs ist keine einmalige Verständigung, sondern ein beständiger Prozess der Erneuerung, der dafür geeignete Strukturen braucht. Es müssen also – **digitale und analoge – Plattformen innerhalb der Parteien** etabliert werden, die eine solche Auseinandersetzung ermöglichen. Hierfür müssen auch **neue Beteiligungsformen** entwickelt werden, die den Lebens- und Arbeitswelten mit sehr unterschiedlichen Zeitressourcen Rechnung tragen.

Die **gemeinsame Orientierung**, auf die sich parteiintern verständigt wurde, muss gerade von den Persönlichkeiten der parteilichen Führung auch gegen Widerstände nach außen hin beständig, konsistent und gemeinsam vertreten werden.

Auch wenn Geschlossenheit ein wichtiges Element politischer Glaubwürdigkeit ist, muss die Scheu vor politischen Kontroversen abgelegt werden. Politischer Diskurs ist Voraussetzung für demokratische Willensbildung. **Politische Führung** nimmt hierbei eine wichtige Rolle ein. Sie muss anstatt potenzielle Meinungsunterschiede abzumoderieren, als **Diskurs-öffner und Vertrauensstifter** fungieren und Orientierung geben.

„Als Politikerin muss man klare Ziele formulieren und diese verfolgen. Wichtig ist auch eine Werteorientierung.“

Julia Maas, JUSO-Vorstand

IMPULSGEBER



Peter Siller

Zusammenfassend können für Parteien und ihre politischen Akteure als wichtige Ansätze zur Wahrnehmung ihrer Orientierungsfunktion gelten:

- ▶ Regelmäßige Verständigung/Diskurse über ihre Grundsätze und ihre jeweilige Interpretation des Allgemeinen sowie Erarbeitung eines sich klar abgrenzbaren Profils und eines „sinnstiftenden“ wiedererkennbaren Markenkerns, der konsistent und mit den passenden Frames nach außen kommuniziert wird.
- ▶ Politische Positionen, Ziele und Handlungskonzepte formulieren, die aus den Werten/erarbeiteten Grundsätzen abgeleitet sind.
- ▶ Verdeutlichen, welche Werte und welcher Gesellschaftsentwurf den Politikinhalten und -konzepten zugrunde liegen.
- ▶ Wege zur Zielerreichung aufzeigen und sich dafür im politischen Alltag einsetzen.
- ▶ Beständigkeit und Konsistenz in den politischen Positionen einnehmen.
- ▶ Der eingeschlagene Kurs muss klar sein und auch gegen Widerstände durchgehalten werden.
- ▶ Die Defizite der Demokratie und die Zwänge des politischen Entscheidungsprozesses müssen offen thematisiert werden.
- ▶ Verdeutlichen, dass politische Kontroversen erwünscht sind, denn Politik ist nichts anderes als die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Konzepten.

Politik und der Umgang mit antidemokratischen/populistischen Strömungen

Während klassische Parteien ihre Orientierungsfunktion zunehmend verlieren, gelingt es rechtspopulistischen Parteien wie der AfD oder rechtspopulistischen Strömungen wie PEGIDA an Zulauf zu gewinnen.

Rechtspopulismus ist eine antidemokratische, antielitäre, antipluralistische, auf menschenfeindlichen und verschwörungstheoretischen Einstellungen beruhende Bewegung oder Argumentationsstrategie. Rechtspopulisten markieren die Grauzone zwischen demokratisch-konservativ und rechtsextrem.

Die Gründe für das Erstarken des Rechtspopulismus in unserer Gesellschaft sind vielfältig. Rechtspopulisten:

- ▶ pflegen das Misstrauen und die Verachtung der Bevölkerung gegenüber politischen und medialen Eliten in der Demokratie und docken damit gut an den Ressentiments der Menschen an.
- ▶ bedienen sich in ihrer Argumentation geschickt den Ängsten und Unsicherheiten in der Bevölkerung (Angst vor einem relativen sozialen, beruflichen und wirtschaftlichen Abstieg; Angst vor politischem Kontrollverlust; Angst vor dem Verlust identitätsstiftender Lebensverhältnisse und -umstände), die durch den gesellschaftlichen Wandel entstanden sind, und die sich in einer gemeinsamen Ablehnung von Geflüchteten, Fremden- und Islamfeindlichkeit manifestiert.
- ▶ propagieren vermeintlich einfache Lösungen für komplexe Probleme, die es in einer offenen und pluralistischen Gesellschaft so nicht gibt.
- ▶ inszenieren sich als Außenseiter, als auf der Seite des Volkes Stehende, die als einzige Alternative zu den etablierten Parteien für das Volk eintreten.

„Der Aufstieg des Populismus ist ja primär ein Symptom für die geistige Obdachlosigkeit vieler Bürger, dafür, dass sie sich von der Politik-Politik nicht mehr repräsentiert fühlen, dass sie ihr nichts mehr zutrauen, dass sie durch die Art, wie heute politisch gesprochen wird, nicht mehr erreicht werden.“

Robert Misik, in: „Progressive Gegenstrategien gegen den Populismus“ (2015), S. 170/171

IMPULSGEBER



Dr. Christian Demuth ist Politikwissenschaftler und Historiker. Bis 2013 war er im SPD-Parteivorstand als Referent für Konkurrenzbeobachtung und Strategie zuständig. Er ist Vorsitzender von Bürger Courage e.V. und veröffentlichte u.a. „Politische Bildung nach Pegida“ und „Demokratie ist keine Komfortzone – Die Politik muss aktiv den Herausforderungen durch Pegida und AfD begegnen“.



Quelle der Ressentiments und Triebkraft für Populismus ist das sogenannte „Wir gegen die-Setting“.

Es wird eine homogene Gruppe (die Deutschen, wir einfachen Leute da unten, das „wahre“ Volk, die Steuerzahler) beschworen, die von ebenfalls homogenen Gruppen bedroht werden:

- ▶ „von oben“, von „Politikern“, „Eliten“ und „Medien“ (*die abgehobenen politischen Eliten, denen die Interessen und Probleme der kleinen Leute egal sind und die Staat und Gemeinwesen ausplündern und nur darauf aus sind, ihre Privilegien zu erhalten ...*),
- ▶ „von unten“, z.B. von „Asylanten“, „Sozialschmarotzern“ oder
- ▶ von außen z.B. von „Griechen“ oder „Geflüchteten“.

Und das ist die logische Folge einer solchen Ideologie:

- ➔ Alle anderen Parteien sind scheinbar illegitim und moralisch verwerflich.
- ➔ Es gibt „wahre“ und „falsche“ Eliten (= Volksverräter).
- ➔ Die „bedrohenden Gruppen“ gehören nicht zum „Volk“.
- ➔ Wir – und nur wir d.h. die Populisten – repräsentieren das „Volk“.

Moderne Rechtspopulisten präsentieren sich somit als Resonanzkörper des Denkens der kleinen Leute, die von den machtbesessenen politischen Eliten nicht mehr gehört werden und somit als „Korrektiv“ defekter Demokratien. Sie schüren Misstrauen gegen die Demokratie, gegen Pluralismus, Parlamentarismus und liberale Grundrechte und zerstören aktiv die demokratische Kultur. Wenn Ängste durch Populisten befeuert werden und in Wut und Hass umschlagen, dann ist der Weg von Worten zu Taten nicht mehr weit.

Hinzu kommen verschiedene **Dilemmata, die ausschließlich den Rechtspopulisten nützen** und eine sachliche Argumentation mit ihnen unmöglich machen.

Dilemma 1:

Positionierung gegen rechte Hetze, die notwendig ist, nutzt erst einmal den Rechtspopulisten. Weil man sie als gesellschaftliche Outsider behandelt, wirkt ihre Inszenierung als Gegner des „Alt-Parteiensystems“ glaubwürdig. Populisten wollen Gegenrede von den Medien und etablierten Parteien erhalten, weil es ihnen nutzt. Sie provozieren deshalb regelmäßig am Rande der Verfassungsfeindlichkeit, um Reaktionen der etablierten Parteien und ihrer Vertreter_innen zu provozieren und sich dann als Opfer der „Altparteien“ präsentieren zu können.

Dilemma 2:

Ein Dialog mit den Rechtspopulisten funktioniert in der Regel nicht.

Rechtspopulisten geht es darum, Leute für ihre Bewegung zu mobilisieren. Sie wollen nicht argumentieren und auch keinen sachlichen Dialog, denn dieser würde ihnen schaden! Stattdessen scheint jegliche Kritik an ihnen abzurallen, was mit Dilemma 3 zu tun hat.

Dilemma 3:

Rechtspopulisten hebeln Kritik einfach aus, indem sie:

- ▶ sich als Märtyrer und Tabubrecher darstellen, den die Herrschenden mundtot machen/das Wort verbieten wollen, um die Wahrheit zu verschleiern.
- ▶ den Anschein erwecken, dass Kritik am Populist/an der Populistin Kritik am ganzen Volk sei.
- ▶ vorgeben, dass Kritiker_innen gekauft oder manipuliert seien (Verschwörungstheorie).

Hat sich eine populistische Konstellation erst etabliert, kann man nur noch schwer argumentativ dagegen ankommen. Das populistische Element ist evident und gilt als Klartext, den die anderen nicht hören wollen. Gegenargumente sind nicht erwünscht: „Wir lassen uns doch nicht das Wort verbieten!“

Dilemma 4:

Ignorieren nützt den Rechtspopulisten.

Rechtspopulisten zu ignorieren funktioniert auch nicht. Man kann ihre Aussagen nicht unkommentiert stehen lassen. Hinzu kommt, dass sich Sympathisanten zunehmend in virtuellen Parallelöffentlichkeiten, d.h. in isolierten Sphären v.a. in den Sozialen Netzwerken, bewegen, in denen Diskussionen abgekoppelt von der Öffentlichkeit stattfinden. Sie werden dadurch permanent mit Informationen versorgt, die zu ihrer Weltsicht passen und ihre Meinung bestärken (Nährboden für populistische Ideologien). Grenzt man Populisten und ihre Anhänger aus, wird ihnen erst Recht das Gefühl vermittelt, es gebe nur ihre Meinung und ihre Bewegung sei groß!

Trotz aller Schwierigkeiten im Umgang mit Rechtspopulisten darf Rassismus und Rechtspopulismus nicht nachgegeben werden!

Es ist wichtig, herabwürdigende Worte nicht unwidersprochen wirken und in die Denkweise anderer hineinsickern zu lassen. In der Argumentation und Reaktion auf rechtspopulistische Äußerungen gibt es jedoch kein Patentrezept. Es gilt zu differenzieren, ob man jemanden vor sich hat, der bereit ist zu diskutieren, oder jemanden, der das nicht ist oder gar rechtsextreme Ansichten vertritt. Die Argumentation muss auch dem Kontext angemessen sein. In einer Fernsehdebatte, im Wahlkampf oder in der politischen Bildung gilt es jeweils andere Punkte zu berücksichtigen als in Alltagsdiskussionen. Eines ist in jedem Fall ratsam, sich – wenn möglich – situationsspezifisch und gut auf eine solche Argumentation vorzubereiten. Sprachlich gibt es hierbei Folgendes zu beachten:

- ▶ **Beziehen Sie klar Stellung (glaubwürdiger eigener Standpunkt) und bleiben Sie respektvoll!**
- ▶ **Vermeiden Sie Negationen** und kommunizieren Sie Richtigstellung nicht als Verneinung und in der Sprache des „Gegners“. Das schwächt die Korrektur ab und ruft die ursprüngliche populistische Aussage in Erinnerung und macht sie noch bekannter.
- ▶ **Seien Sie sprachlich achtsam** und suchen Sie Worte, die das eigene Anliegen anschaulicher machen.
- ▶ **Appellieren Sie in Ihrer Argumentation an Werte**, die Menschen teilen wie z.B. die Sinnhaftigkeit von Toleranz und Mitgefühl, weil die Argumente dann besonders überzeugend sind.
- ▶ **Sprechen Sie in Ihrer Argumentation proaktiv soziale Ängste** (Leistungsungerechtigkeit, geringe Löhne, Altersarmut) **an, die hinter der Hetze liegen**, anstatt defensiv die Argumente des Gegenübers zu entkräften.
- ▶ **Brechen Sie das Argumentationsschema der Populisten „Wir gegen die anderen“ auf**, indem Sie differenzieren z.B. Es sind nicht die Fehler `der Politik`, sondern z.B. die einer Regierungskoalition.
- ▶ **Legen Sie unfaire Gesprächsstrategien/Diskussionsstile offen und fordern Sie die Einhaltung von Diskussionsregeln.** Sollten diese wiederholt nicht eingehalten werden, brechen Sie die Diskussion mit einer kurzen Begründung ab.
- ▶ **Setzen Sie Humor aktiv ein**, denn dieser kann die Absurdität von Argumenten aufzeigen, einen Perspektivwechsel in der Diskussion ermöglichen und dazu führen, Debatten zu beruhigen.

Gerade traditionelle Parteien und politische Akteure müssen Gesicht zeigen und Lügen und Hetze der Populist_innen stark entgegen treten. Dabei ist es entscheidend, dass sie nicht auf die Strategien der Rechtspopulisten zurückgreifen und sich mit ihnen gemein machen, sondern einen Gegenpol setzen. Es geht wieder klar darum, Demokratie aktiv zu verteidigen! Zudem gilt es, der Bevölkerung in turbulenten Zeiten gesellschaftlichen Wandels Orientierung zu bieten, um Glaubwürdigkeit und Vertrauen zurückzuerlangen.

MEHR ZUM THEMA



finden Sie im Thema im Fokus
„Populisten Paroli bieten! Aktiv
für Demokratie und Toleranz“
der Akademie Management
und Politik der Friedrich-Ebert-
Stiftung unter:

[www.fes-mup.de/themen/
thema-im-fokus.html](http://www.fes-mup.de/themen/thema-im-fokus.html)

IMPULSGEBER



Prof. Dr. Thomas Griebßbach

unterrichtet an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart das Fach Rhetorische Kommunikation. Neben der Lehrtätigkeit an weiteren Hochschulen (Berlin, Münster, Regensburg) ist er freiberuflicher Trainer, Coach und Wirtschaftsmediator in Politik, Wohlfahrtspflege, Kirche und Wirtschaft, u.a. für die Boston Consulting Group GmbH.



So können insbesondere Parteien und politische Akteure den Herausforderung des Rechtspopulismus aktiv begegnen:

- ▶ **die Demokratie aktiv verteidigen**, wieder mehr über die Grundsätze der Demokratie diskutieren und aufzeigen, was diese für das Zusammenleben in unserer Gesellschaft bedeuten.
- ▶ **darüber aufklären, was hinter den Ideologien und Zielen der Rechtspopulisten steckt**, Dilemmata aufzeigen und die Rolle und Funktion etwa der AfD erklären.
- ▶ **das Gefühl der „einfachen Leute“ beseitigen, dass die Politik der „Etablierten“ sie nicht mehr repräsentiere**, ihre Stimme nicht zähle. Dafür braucht es:
 - ▶ ... eine profilscharfe Idee von einer lebenswerten Zukunft, die Sinn stiftet.
 - ▶ ... eine progressive Politik, die das Thema Unsicherheit und Leistungsgerechtigkeit angeht, die ein glaubwürdiges Aufstiegsversprechen gibt und der die Menschen wieder zutrauen, dass sie das Leben besser macht (Akzeptanz, Gerechtigkeit und Sicherheit als emotionales Angebot vorhalten).
 - ▶ ... eine Politik, die eine klare Linie fährt und Abweichungen erklärt, sowie politische Akteure, die ihren Überzeugungen treu bleiben.
 - ▶ ... persönliche Vorbilder, die in unsicheren Zeiten Autorität und Führung ausstrahlen.
 - ▶ ... eine Politik der Anerkennung, die es schafft, dass Menschen sich respektiert und ernst genommen fühlen mit ihren Ängsten, Sorgen und Gefühlen.
 - ▶ ... eine emotionale Ansprache, die Menschen bewegt und Orientierung bietet.
 - ▶ ... eine einfache, verständliche Sprache in der Politikvermittlung sowie in der Ansprache und im Dialog mit den Bürger_innen, die an ihren Lebenswirklichkeiten anknüpft.
 - ▶ ... einen vermehrten Dialog mit den Bürger_innen (Hausbesuche, Präsenz auf den Straßen ...) – auch in abgelegenen Landstrichen.
 - ▶ ... das Aufbrechen von Milieugrenzen, um neue Zielgruppen (z.B. Dienstleistungsproletariat und formal gering Gebildete, die sich kulturell und finanziell als Verlierer fühlen) mit neuen Anspracheformen zu erreichen.
- ▶ **... vorhandene Missstände in der Gesellschaft nicht verschweigen** und aufzeigen, was die eigene Partei tut, um diese Missstände zu beseitigen.
- ▶ **... klar aufzeigen, was Parteien und politische Akteure leisten können und was nicht.**
- ▶ **... die politische Bildung stärken.**

3 Politik verständlich vermitteln

Orientierung kann nur geben, wer seine Botschaften so vermitteln kann, dass die Bürger_innen sie verstehen und nachvollziehen können. Verstanden werden ist zudem Voraussetzung, andere im politischen Diskurs vom eigenen Standpunkt zu überzeugen. Das ist nicht leicht, es gibt jedoch rhetorische Strategien, die dabei helfen können. Und diese sollte jeder Politiker, jede Politikerin kennen.

Politiker_innen: Authentisch, verständlich, gut

Die richtige politische Botschaft ist nur die halbe Miete. Wie das Gesagte angenommen wird, wie es wirkt, ist davon abhängig, ob mit der Rede Zuhörende erreicht und glaubhaft Emotionen vermittelt werden können. Damit dies gelingen kann, ist es zunächst einmal wichtig, sich zu verdeutlichen, wie eine Redesituation funktioniert.

So funktionieren Redesituationen:

Es gibt einen Sender, den Redner oder die Rednerin, und eine Empfängerin, den Zuhörer oder die Zuhörerin. Die Gegenstände und Sachverhalte übermitteln der Sender mittels Zeichen (Z) – also Wörtern und Sätzen – an den Empfänger.

Ziel der politischen Rede ist es, die Inhalte so zu kommunizieren, dass die Zuhörenden die Inhalte verstehen und akzeptieren und diese bei ihm/ihr zu einer emotionalen Betroffenheit, einem Erkenntniszuwachs, einer Einstellungsänderung bzw. Handlungsauslösung führen.

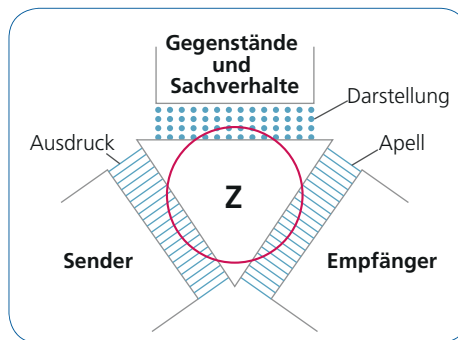


Abb. 5: Das Organon-Modell nach Karl Bühler (1982). Abbildung: Quiethoo – Eigenes Werk, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=24927203>

Gute Redner_innen nutzen Zeichen, mit denen sie ihre Überzeugungen schlüssig und sachlich darstellen können. Sie können sich nicht nur in die Verstandeswelt, sondern auch in die Gefühlswelt der Zuhörenden hineinversetzen und damit Emotionen authentisch und glaubwürdig kommunizieren.

Für das rhetorische Verhalten bedeutet das:

▶ Stehen Sie stets in Beziehung zu Ihrer Hörerschaft.

Zeigen Sie, dass Sie die Anliegen Ihrer Zuhörer_innen verstehen.

→ „Ich kann verstehen, dass Sie verärgert sind darüber, dass (...)“

▶ Sprechen Sie mit Menschen und nicht an ihnen vorbei.

Appelle verfehlen häufig ihre Wirkung, denn Menschen wollen nicht belehrt oder beschult werden.

▶ Vermeiden Sie „Ich-Perspektiven“.

▶ Übernehmen Sie die Perspektive der Gesprächspartner_innen.

Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Zuhörerschaft. Zeigen Sie, dass Sie sie in ihrer Lebenswirklichkeit mit ihren Ängsten und Wünschen wahr- und ernstnehmen.

→ z.B. „Sie machen sich sicherlich Sorgen, darüber, was mit Ihren Gartengrundstücken passiert nach der Verabschiedung des Gesetzes ...“

▶ Nutzen Sie wörtliche Rede.

Wörtliche Rede kann die Sichtweisen und Perspektiven der Zuhörer_innen gut verdeutlichen. Fragen Sie sich: Was würde die andere Person jetzt entgegnen/denken? Geben Sie das in wörtlicher Rede wieder. → z.B. „Wie lange werden die Arbeiten dauern? Kann ich danach mein Gartengrundstück wieder ganz normal nutzen?“, das werden sie sich sicherlich fragen (...)“

▶ Verwenden Sie keine Substantivierungen (z.B. Verantwortungsübernahme, stattdessen Verantwortung übernehmen)! Substantivierungen sind abstrakt, klingen bürokratisch und verdecken oft Zusammenhänge.

▶ Benutzen Sie Verben und sprechen Sie im Aktiv.

So werden Sie besser verstanden. Verdeutlichen Sie wer was wann warum und mit wem tut, sagt oder macht.

▶ Seien Sie transparent.

Denn Transparenz schafft Vertrauen: Zeigen Sie, warum welche politischen Entscheidungen getroffen wurden und wer wie welchen Einfluss auf diese Entscheidungen ausübte.

▶ Stiften Sie Sinn und verfolgen Sie eine Vision, ein Ziel.

Zeigen Sie auf, wie sich die Entscheidung am Gemeinwohl orientiert und welchen gesellschaftlichen, sozialen o. ä. Mehrwert die Entscheidung bringt.

„Ich glaube, dass die Politik häufig an den Menschen vorbei redet und sich von der Basis entfernt hat.“

Barbara Etz,
Barbara Etz Filmproduktion und
Mitarbeiterin im Abgeordneten-
Büro Brigitte Zypries

MEHR ZUM THEMA



finden Sie in der FES-Studie „Sprichst du Politik?“ (2011). Darin wurde u.a. untersucht, wie die Sprache von Politiker_innen und politischen Institutionen sein muss, die jungen Bürger_innen ein Verstehen des Inhalts ermöglicht und den Austausch über politische Themen zwischen allen Beteiligten fördert. Mehr unter: www.sprichst-du-politik.de

„Es ist ganz wichtig, dass Politik und Wähler_innen auf einer Ebene zu sprechen. Dafür müssen Politiker_innen eine Sprache finden, die auch der Lebenswelt der Wähler_innen entspricht.“

Sebastian Forck,
Referent für Öffentlichkeitsarbeit
der NRW-Landesgruppe in der
SPD-Bundestagsfraktion

„Politik muss Angebote für unterschiedliche Zielgruppen machen. Viele aktuell diskutierte Themen kommen etwa bei der Bevölkerung auf dem Land nicht an, weil es nicht ihre Probleme sind, die diskutiert werden.“

Stephan Franczak, Bürgermeister der Gemeinde Eberstadt

Auch wenn die politische Rede bzw. der politische Dialog überzeugen soll: Es geht nicht darum, das Gegenüber zu überreden. Im Gegenteil: Überzeugen kann nur, wer den anderen ernst nimmt, und zwar nicht nur als Person, sondern auch in seiner Urteilsfähigkeit und eigenen politischen Handlungsfähigkeit. Es muss also aus der eigenen Überzeugung, der eigenen Perspektive, in die des anderen gewechselt und diese wahr- und ernst genommen werden. Bei diesem **Perspektivwechsel** erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Sicht des Gegenübers (Wie wirkt sich unser Gesetzesvorhaben auf die Bürger_innen aus? Welche Fragen und Ängste sind damit verbunden?). Das hilft nicht nur, die richtigen Argumente zu finden, um mögliche Kritikpunkte zu entkräften und den anderen zu überzeugen, sondern auch dabei, die eigene Sicht kritisch zu hinterfragen. Denn es gibt keine absoluten Positionen – auch nicht die eigenen. Jedes politische Konzept hat Stärken und Schwächen. Diese einzugestehen und offen zu legen fördert Glaubwürdigkeit und den Aufbau vertrauensvoller Beziehungen zwischen politischen Redner_innen und den Zuhörenden.

Transparenz und beteiligungsorientierte Politik: Wie mehr Durchsichtigkeit politischer Entscheidungsprozesse erreicht werden kann!

Transparenz und eine beteiligungsorientierte Politik gehören zusammen, denn ein Verstehen politischer Prozesse und Entscheidungen sowie echte Beteiligung können nur da stattfinden, wo politische Prozesse für den Bürger, die Bürgerin einsichtig, transparent und verständlich sind. Das ist zudem Voraussetzung, damit die Bürger_innen der Politik Vertrauen schenken.

Hier herrscht jedoch bei den politischen Institutionen und Organisationen sowie in politischen Verfahren in der Bundesrepublik Nachholbedarf. Die skandinavischen Länder etwa gelten als deutlich transparenter als Deutschland.

IMPULSGEBER



Dr. Rudolf Speth ist Politikwissenschaftler. Seine Schwerpunkte sind Lobbying, Zivilgesellschaft und politische Beteiligung. Zum Thema Lobbying hat er eine Reihe von Publikationen verfasst und betreibt einen Blog. Dort nimmt er zu aktuellen Ereignissen Stellung. Er kommentiert im Nachrichtendienst der Aktiven Bürgerschaft Themen aus dem Bereich Zivilgesellschaft und bürgerschaftliches Engagement.



So können politische Prozesse und Entscheidungen besser nachvollzogen werden.

Es muss offengelegt werden:

- ▶ wie Entscheidungen zustande kamen.
- ▶ welche Akteure an der Entscheidung beteiligt waren.
- ▶ wer für welche Interessen steht und mit welchen Mitteln diese durchgesetzt wurden (Registrierung von Interessengruppen).
- ▶ wer für die Entscheidung verantwortlich ist (Zurechenbarkeit von Entscheidungen).
- ▶ wie die Interessen unterrepräsentierter (schwacher) Gruppen Eingang in die Entscheidung gefunden haben.

Instrumente, um mehr Transparenz zu schaffen, sind:

- ▶ Transparenzbeauftragte und Lobbykontrollen,
- ▶ ein verpflichtendes Lobbyisten-Register,
- ▶ Transparenz bei der Besetzung von Beratungsgremien,
- ▶ eine Regulierung des Zugangs von Interessengruppen zum politischen Prozess sowie
- ▶ einen legislativen Fußabdruck bei der Erstellung von Gesetzesentwürfen.

Gerade die Politik muss den eigenen Gestaltungsanspruch deutlich machen und sich gegenüber machtvollen Interessen (Lobbygruppen) behaupten. Eine wichtige Rolle spielen – gerade was Transparenz und Einbezug aller Interessen angeht – die Parteien.

Parteien sollten, um mehr Transparenz herzustellen und Beteiligung zu fördern:

- ▶ selbst Nebeneinkünfte ihrer Mandatsträger_innen und Spenden transparent machen.
- ▶ sich gerade auch in Kommunen als Beteiligungsagenturen (Bürger_innenplattformen) mit politischem Profil verstehen (Angebot neuer Wege und Formate der Beteiligung), die eine Verbindung zu den Lebenswelten der Bürger_innen schaffen.
- ▶ sich stärker als Konfliktmanager_innen begreifen, vergessene Themen aufgreifen, Interessenausgleich fördern sowie Lösungen und Kompromisse suchen.
- ▶ Beteiligung fördern, indem sie die Zugänge zur Partei so niedrigschwellig wie möglich gestalten.
- ▶ sich der Zivilgesellschaft öffnen, zuhören und ihre Impulse in die Politik aufnehmen.
- ▶ komplexe Themen so aufbereiten, dass sie verstanden werden und zum Mitmachen einladen.
- ▶ Kontakt zu unterrepräsentierten Gruppen/„politikfernen“ Bürger_innen herstellen, z.B. durch Vernetzung und/oder Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Organisationen wie Selbstorganisationen von Migrant_innen oder Tafeln, durch Kontakte zu Schuldnerberatungsstellen oder durch Parteibüros in prekären Stadtteilen, und diese Gruppen mit der richtigen Ansprache (Stil und Kanal) beteiligen.
- ▶ sich bemühen, dass ihre Amts- und Mandatsträger_innen einen repräsentativen Querschnitt der von ihnen Vertretenen darstellen (parteiinterne Quoten- und Quorenregeln)

Ergebnisse: Vertrauenskrise der Politik als Repräsentationskrise



Politiker_innen sind die Vertreter_innen des Volkes. Rekrutiert sich die politische Klasse aus allen Gruppen des Volkes, ist sie also ein tatsächlich repräsentativer Schnitt, wird Vertrauen hergestellt, weil die Wähler_innen Politiker_innen nicht als von ihnen unabhängig betrachten. Vertrauen entsteht dann durch Identifikation.

Es gibt eine Reihe von Gruppen, die in der Politik unterrepräsentiert sind. Dazu gehören junge Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund, aber auch Frauen. Ein erster wichtiger Schritt, die Repräsentationskrise zu lösen, ist, sich ihr bewusst zu werden. Erst wenn diese Bewusstwerdung vollzogen ist, haben Maßnahmen zu einer Einbindung von bislang unterrepräsentierten Gruppen mehr als eine Alibifunktion und können die Kultur einer Organisation verändern. Vielfalt kann Politik bereichern und wertet demokratische Prozesse auf.

So kann politisches Engagement die gesellschaftliche Vielfalt besser abbilden:

- ▶ niedrigschwellige Angebote
- ▶ Quotensysteme
- ▶ direkte Ansprache
- ▶ Berücksichtigung der unterschiedlichen Ressourcen (zeitlich, finanziell) der verschiedenen Gruppen
- ▶ Nachteilsausgleich
- ▶ Minderheiten sollten nicht auf ‚ihre‘ Themen festgelegt werden, sondern sich nach ihren Interessen engagieren können
- ▶ Mentoringprogramme
- ▶ Netzwerke

„Mangelnde Transparenz und Informationen, die nicht gefunden werden können, erzeugen Misstrauen. Wer heute die Rolläden nicht öffnet, Dinge versteckt und verheimlicht und sich nicht dem öffentlichen Diskurs stellt, wirkt nicht vertrauensvoll.“

Denis Kittl,
Managementtrainer

MEHR ZUM THEMA



Frauen in die Politik finden Sie im Wegweiser für Frauen in die Kommunalpolitik der Europäischen Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft in Berlin unter:

<http://frauen-macht-politik.de/infothek/schritte-in-die-politik.html>

IMPULSGEBERIN



Uta Kletzing ist Leiterin des Geschäftsfeldes Politik und Verwaltung an der EAF | Europäische Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft in Berlin. Sie berät und forscht zur Umsetzung von Gleichstellung in Politik und Verwaltung.



Die ‚Politik‘ kann einiges tun, um transparenter zu werden und die Bürger_innen mehr an politischen Prozessen zu beteiligen. Mehr Beteiligung kann jedoch, bedingt durch die Komplexität politischer Zusammenhänge, nicht auf allen politischen Ebenen gleich gut funktionieren. Gerade auf der Ebene der Kommune gibt es aber vielfältige Möglichkeiten für ein Mehr an Bürgerbeteiligung und Formen direkter Demokratie.

Dabei ist die kommunale Verwaltung in der Pflicht. Ihre Aufgabe ist es:

- ▶ sich bewusst zu machen, dass die öffentliche Verwaltung im Auftrag der Bürger_innen handelt, und eine Kultur der Offenheit für alle Bevölkerungsgruppen und Transparenz zu fördern.
- ▶ Bürger_innen frühzeitig und verständlich über Vorhaben und Projekte zu informieren.
- ▶ Daten und Prozesse offenzulegen.
- ▶ deliberative Arenen zu schaffen, um das Für und Wider vor einer zu treffenden Entscheidung abzuwägen.
- ▶ Bürger_innen an kommunalen Entscheidungsprozessen zu beteiligen.

Nimmt man die Bürger_innen ernst, dann traut man ihnen politisches Entscheidungsvermögen und Handlungsfähigkeit zu. In der Konsequenz bedeutet das, dass Möglichkeiten der Beteiligungen geschaffen werden müssen. Formen direkter Demokratie erfordern jedoch, dass sich alle an ihnen beteiligen können, auch die sogenannten politikfernen Bürger_innen. Dafür sind zum einen Verfahren notwendig, die das sicherstellen. Planungszellen und andere repräsentative Beteiligungsverfahren stellen hier eine gute Möglichkeit dar und führen gleichzeitig zu einem besseren Verständnis für Politik. Zum anderen müssen hierzu verstärkt Angebote der politischen Bildung in Schulen und vor allem auch in der Erwachsenenbildung geboten werden, die an die Lebenswelten der Betroffenen anknüpfen.

MEHR ZUM THEMA



Rhetorik und Vertrauen finden Sie im Lehr- und Arbeitsbuch „Rhetorik der Rede“ von Thomas Griebbach und Annette Lepschy, 2015.

4 In den ehrlichen Dialog mit den Bürger_innen treten

„Dort, wo ein Mensch sich verstanden und ernst genommen fühlt, kann Vertrauen entstehen.“

Lepschy/Griebbach, 2015: S. 23

Eine repräsentative Demokratie erfordert es, dass die Vertreter_innen, also die Politiker_innen, wissen, welche Anliegen denjenigen wichtig sind, die sie vertreten sollen. Hierfür ist ein regelmäßiger Dialog – auch außerhalb von Wahlkampfzeiten – zwischen Bürger_innen und Politik notwendig.

Damit dieser Dialog gelingt und dabei Vertrauensbeziehungen zwischen Bürger_innen und Politiker_innen aufgebaut werden können, gilt es einiges zu beachten.

IMPULSGEBER



Prof. Dr. Thomas Griebbach

So können Politiker_innen einen erfolgreichen Dialog mit den Bürger_innen führen

- ▶ **Seien Sie immer zum Gespräch bereit und sprechen Sie verständlich.**
- ▶ **Das A und O eines erfolgreichen politischen Dialogs ist die Perspektivübernahme.** Hören Sie zu, versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Gesprächspartner_innen und zeigen Sie, dass Sie Verständnis für deren Probleme und Anliegen haben.

- ▶ **Haben Sie Interesse an Ihrem Gegenüber.** Fragen Sie: Welche Geschichten liegen hinter den Anliegen? Wenn Sie Interesse an der Position des anderen haben, können Sie seine oder ihre Bedenken adressieren. Ihr Gegenüber fühlt sich ernst genommen, da eine Auseinandersetzung mit seinen oder ihren Bedenken stattfindet.
- ▶ **Verhalten Sie sich wertschätzend gegenüber Ihren Gesprächspartner_innen,** selbst wenn Sie inhaltlich nicht einer Meinung sind. Versuchen Sie das strittige Thema zur gemeinsamen Sache zu machen.
- ▶ **Zeigen Sie, dass Politiker_innen auch „nur“ Menschen sind,** denn Menschen vertrauen Menschen und nicht Funktionsträgern. Sympathie entsteht nicht durch Ihre politische Funktion, sondern durch Ihre Persönlichkeit.
- ▶ **Haben Sie eine eigene politische Haltung, an der Sie Ihr Handeln, Ihre Inhalte und Ihre Rhetorik ausrichten.** Es gilt der Leitsatz von Thomas von Aquin:

„Das Handeln folgt dem Sein.“

Politiker_innen auf der kommunalen Ebene spielen – was den Dialog mit den Bürger_innen angeht – eine Schlüsselrolle. Sie stehen direkt in Kontakt mit den Bürger_innen vor Ort und sind für sie häufig der erste Kontakt zur Politik. Schaffen Kommunalpolitiker_innen es, einen guten Dialog mit den Bürger_innen zu gestalten und Vertrauensbeziehungen aufzubauen, kann der Politikmüdigkeit vieler Menschen entgegengewirkt werden.

Direkte Politikkommunikation zwischen Abgeordneten und Bürger_innen über Soziale Medien

Mit den Sozialen Medien bieten sich Politiker_innen neue Möglichkeiten, in Kontakt mit den Bürger_innen zu treten, diese am politischen Diskurs teilhaben zu lassen und ihnen einen Blick hinter die Kulissen der Politik zu ermöglichen. Durch diese Art der direkten Kommunikation können soziale Hürden abgebaut werden. Sie bietet die Chance, dass sich ein anderes Bild über Politiker_innen eröffnet: Weg von dem Gefühl von „denen da oben“ und „uns hier unten“ hin zu einer kommunikativen Beziehung zwischen Bürger_innen und Politiker_innen. Denn ein richtig genutztes Profil in den Sozialen Netzwerken kann dazu beitragen, dass Politiker_innen nicht nur über die Inhalte oder das oft schwer vermittelbare politische Tagesgeschäft wahrgenommen werden, sondern über ihre Persönlichkeit (der Politiker/die Politikerin als Mensch in der Politik) einen Zugang zu den Bürger_innen finden. Außerdem hilft es, mit den Menschen, die sich für die eigenen politischen Inhalte interessieren, im Austausch zu bleiben, diese miteinander zu vernetzen, Feedback zu Themen einzuholen und Themen zu verbreiten.

„Politische Repräsentanz beginnt in der Alltagserfahrung.“

*Stefan Stache,
Publizist und Berater*

IMPULSGEBERIN



Teresa Bucker ist seit 2014 bei EDITION F Redaktionsleiterin und baut eine Online-Community für mutige und inspirierende Frauen auf. Die ehemalige Ressortleiterin Community für „der Freitag“ hat von 2010–2014 in verschiedenen Positionen die SPD und ihre Spitzenpolitiker_innen in Fragen der digitalen Kommunikation beraten. Sie ist Gründungsmitglied des netzpolitischen Thinktanks D64 und spricht regelmäßig auf Konferenzen über digitalen Wandel, soziale und politische Bewegungen im Netz, Neue Arbeit und feministische Themen.



So können Politiker_innen erfolgreich direkte Politikkommunikation über Soziale Netzwerke gestalten:

- 1. Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation über Soziale Netzwerke ist, dass die Politikerin, der Politiker Freude an der Arbeit mit Sozialen Medien hat.** Denn eine ablehnende Haltung gegenüber diesen Medienformen stört die Kommunikation mit den Bürger_innen.
- 2. Bevor Politiker_innen sich in Sozialen Medien engagieren, müssen sie sich darüber im Klaren sein, dass digitale Kommunikation Zeit kostet.**
- 3. Politische Kommunikation über Soziale Medien darf nicht zufällig, sie muss strategisch erfolgen.** Dabei steht nicht die hohe Reichweite im Vordergrund, sondern das Ziel, das mit der Onlinepräsenz umgesetzt werden soll. Es muss also zunächst Folgendes festgelegt werden:
 - ▶ Was ist das Ziel meines Auftritts in den Sozialen Medien?
 - ▶ Wie möchte ich als Politiker_in in den Sozialen Medien wahrgenommen werden (Stimme, Tonalität)? Was möchte ich über mich vermitteln?
 - ▶ Für welche Themen möchte ich als Politiker_in in den Sozialen Medien ansprechbar sein (eigenes Themenprofil)?
 - ▶ Wie viel Dialog kann ich leisten und warum ist mir der Dialog so wichtig?
 - ▶ Welche Zielgruppen sollen zu welchen Themen erreicht werden?
 - ▶ Mit welchem Netzwerk erreiche ich meine Zielgruppen und wie bespiele ich diese am sinnvollsten?
 - ▶ Wie kann ein gutes Zusammenspiel mit den anderen Medienpräsenzen erreicht werden?

IMPULSGEBER



Dr. Max Reinhardt ist Politikwissenschaftler und SPD-Experte. Er ist zudem von Prof. Dr. Claas Triebel ausgebildeter Kompetenzcoach nach der Methode der Kompetenzenbilanz von Perform-Partner.

Stefan Stache (MA) ist Politikwissenschaftler und Chefredakteur der Zeitschrift für Sozialistische Politik und Wirtschaft (spw), Mitgeschäftsführer der spw-Verlags GmbH und politischer Berater. Beide sind Experten in der Analyse politischer Entscheidungsprozesse, von Habitus, sozialen Milieus und gesellschaftspolitischen Lagern.



Was Wähler_innen wollen



Treten Politiker_innen mit den Bürger_innen in den direkten Dialog, dann müssen sie sich zuvor mit deren Erwartungshaltung auseinandersetzen. Dabei unterscheiden sich die Erwartungshaltung und Wünsche der Wähler_innen in Abhängigkeit von ihrem sozialen Umfeld, ihrem Bildungshintergrund oder ihrer Lebenssituation. Zu einer Auseinandersetzung mit den Wünschen der Wähler_innen gehört es, sich darüber klar zu werden, welche Wählergruppen man vertritt – und welche man vertreten möchte. Dafür eignet sich eine Analyse der eigenen Person und Wahrnehmungen sowie eine Analyse der sozialen Milieus und gesellschaftspolitischen Lager (z.B. nach Michael Vester u.a.). Erst mit dieser Vorarbeit ist es möglich, eine eigene, geeignete politische Botschaft zu setzen und sie authentisch zu vertreten.

- 4. Zu Beginn sollte eine eigene Stimme und Tonalität herausgearbeitet werden, die auch von den Mitarbeiter_innen getroffen werden kann.** Das ist umso wichtiger, wenn man als Politiker_in die Kommunikation über Soziale Medien nicht ausschließlich selbst übernehmen kann, sondern auch an Mitarbeiter_innen delegiert. Nur unter diesen Voraussetzungen können politische Akteure mit einem Engagement in Sozialen Medien an Glaubwürdigkeit und damit an Vertrauen gewinnen.

5. Zu diesen strategischen Festlegungen gehört es, ein eigenes Themenprofil zu erarbeiten und festzulegen, zu welchen Themen man Ansprechpartner oder Ansprechpartnerin sein will. Es gilt, Themen und Inhalte zu analysieren, die für Soziale Netzwerke passen – auch diejenigen der Konkurrenz –, und daraus eigene Ideen für den Sozialen-Medien-Auftritt zu entwickeln (z.B. Politik in ansprechenden Bildern zu vermitteln). Kommunikation über Soziale Medien ist kein Selbstzweck. Soziale Medien sollten gezielt bei Themen genutzt werden, zu denen man sich ein Feedback der Netzgemeinde verspricht.

6. Zu einer strategischen Nutzung sozialer Medien gehört die Auswahl des richtigen Sozialen Netzwerks, um die gewünschten Zielgruppen zu erreichen. Denn ein echter Diskurs kann erst dann stattfinden, wenn über die Vermittlung interessanter Inhalte bereits Menschen erreicht wurden.

- Twitter etwa wird weniger von Wähler_innen genutzt, ist aber das wichtigste Netzwerk für die mediale Rezeption.
- Über Facebook hingegen lässt sich ein Dialog mit den Bürger_innen leichter gestalten.
- Auch Instagram (ein kostenloser Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos) bietet interessante Möglichkeiten, gerade auch junge Leute und Frauen zu erreichen.
- ...

So kann eine direkte Kommunikation über Soziale Medien helfen, Glaubwürdigkeit zu erlangen:

- ▶ Über Soziale Medien können Kontakte im Wahlkreis gepflegt und damit Online- und Offline-Sphären zusammengebracht werden.
- ▶ Um verschiedene Wählergruppen anzusprechen, sollten die Mitarbeiter_innen, die das Social-Media-Profil gestalten, die Diversität der Bevölkerung widerspiegeln.
- ▶ Die eigene Persönlichkeit kann über ein Profil in Sozialen Netzwerken für die Bürger_innen erkennbar und damit fassbarer gemacht werden. Achtung: Persönlichkeit zu zeigen heißt nicht, alle persönlichen Daten von sich selbst preiszugeben.
- ▶ Über Soziale Medien ist eine offene Kommunikation und ein direkter Austausch möglich. Das schafft Transparenz und Vertrauen. Verwenden Sie hierbei eine einfache, verständliche Sprache und treten Sie in den ehrlichen Dialog mit den Nutzer_innen.
- ▶ Dieser direkte Austausch ermöglicht den Bürger_innen Zugang zu Informationen, an die sie sonst nicht so leicht gelangen. Deshalb ist es wichtig, in den Sozialen Medien nicht Themen zu wiederholen, die bereits in den Medien breitgetreten wurden, sondern stattdessen auch mit kreativen Mitteln eigene Themen zu setzen. Transportieren Sie politische Themen in Bildern, Videos, Geschichten und Zeigen Sie den Menschen, was Politik gestalten praktisch bedeutet. Scheuen Sie sich nicht vor Emotionalität, sondern nutzen Sie diese bewusst, um Menschen von Ihrem Anliegen zu überzeugen.

„Es ist schwierig mit seinen politischen Themen in der Masse der Informationen wahrgenommen zu werden. Gerade die Sozialen Medien bieten hier eine Chance.“

Stefan Jurisch,
Mitarbeiter Deutscher Bundestag

MEHR ZUM THEMA



Netzwerke gewinnen und Kommunikation in den Sozialen Medien gestalten finden Sie in der Broschüre „Non-Profits und Social Media“ der Akademie Management und Politik der Friedrich Ebert-Stiftung unter www.fes-mup.de

→ Veröffentlichungen → Broschüren



Sinn stiften, Orientierung geben, Politik verständlich vermitteln und in den Dialog mit den Bürger_innen treten: Das sind – wird die Politik dann auch erfolgreich umgesetzt – die Erfolgsfaktoren für eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Bürger_innen und den politischen Akteuren. Für sich genommen sorgen sie aber noch nicht für eine glaubwürdige Politik. Sie müssen zusammengeführt und strategisch eingesetzt werden. Reputationsmanagement bietet hierfür einige Ansätze.

Politik und der gute Ruf: Wie Reputationsmanagement helfen kann Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Politik herzustellen und zu pflegen

IMPULSGEBER



Dennis Kittl ist gelernter Kaufmann für Marketing und Kommunikation und studierte Soziologie und Politik. Er ist freiberuflicher Trainer und Coach u.a. für den Myers-Briggs-Typenindikator (MBTI), das Team-Management-System (TMS) und das Belbin Teamrollenmodell sowie die Themen Verhandlungsführung, Reputations- und Beziehungsmanagement.



Die Ergebnisse einer Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen 2009 ergaben, dass Glaubwürdigkeit die wichtigste Eigenschaft in der Politik ist. Mit 71 Prozent maßen die Befragten Glaubwürdigkeit eine weit höhere Bedeutung bei als etwa Sachverstand (53 Prozent), Bürgernähe (36 Prozent), Tatkraft (26 Prozent) oder Sympathie (9 Prozent).

Diese Zahlen zeigen: Jede noch so gut gestaltete politische Kampagne ist aussichtslos, wenn die Bürger_innen den politischen Akteur/die Partei als nicht glaubwürdig einschätzen. Deshalb ist ein professionelles und kontinuierliches Reputationsmanagement (der strategische Aufbau und die Pflege eines guten Rufes) entscheidend für den politischen Erfolg. Nach dem Soziologen Pierre Bourdieu ist die **Reputation** das symbolische Kapital, das auf kollektiver Anerkennung des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals des Reputationsträgers basiert.

In der Politik wird Reputation über die Funktion und über die Persönlichkeit des Politikers, der Politikerin und seine oder ihre gesellschaftliche Anerkennung gewonnen. Reputation ist so etwas wie die Marke der Politikerin, des Politikers, der politischen Organisation und stellt die Einzigartigkeit der Trägerin/des Trägers heraus. Sie ist maßgeblich extern vertortet und beschreibt den „Ruf“ – oder schlicht das, was die Menschen über die Politikerin, den Politiker denken.

Wird das Reputationskonstrukt in Beziehung zu den Ebenen des Vertrauens gesetzt, so wird deutlich, dass ein guter Ruf Voraussetzung für Vertrauen in die Person/Organisation ist.

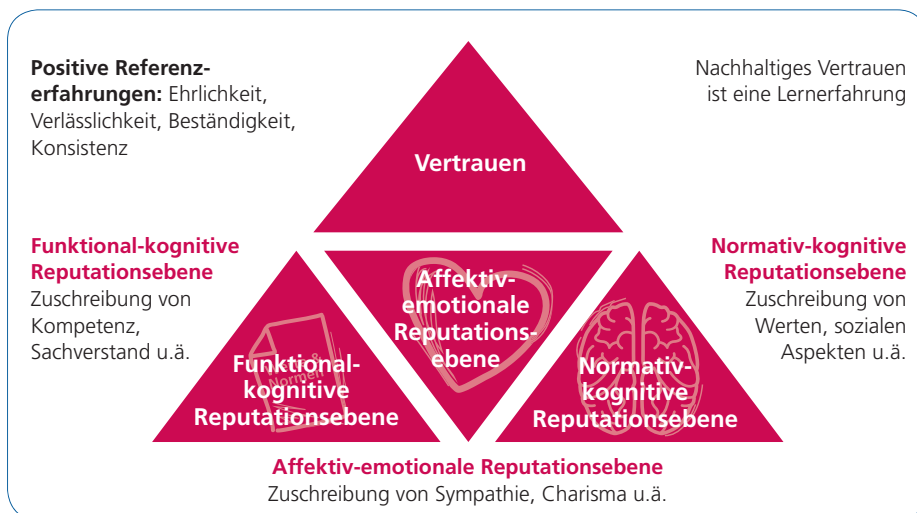


Abb. 5: Reputationskonstrukt und Beziehung zu Vertrauen. In Anlehnung an Pellarin, Oliver (2015): Zur Reputation von Parteien: Reputationsmanagement deutscher Parteien in der Mediengesellschaft, S. 129

„Reputation beeinflusst Vertrauen, das wiederum beeinflusst positive Unterstützung. Vertrauen und Reputation sind ein Kapital, das Organisationen zuerst einmal verdienen müssen.

(...)

Reputationsmanagement

bedeutet hier, die eigene Leistung und deren Wahrnehmung bewusst so zu beeinflussen und einander anzunähern, damit möglichst viel Vertrauen entstehen kann.“

Prof. Rodolfo Ciucci,
(Fachhochschule Nordwest-
schweiz) im MuP-Interview

Eine gute Reputation, ein guter Ruf entsteht, wenn:

- ▶ mit der Politikerin, dem Politiker, der Partei positive Erfahrungen gesammelt wurden (z.B. Sie tun, was sie sagen!),
- ▶ ihnen Kompetenz und Sachverstand zugeschrieben wird,
- ▶ sie sozial verantwortlich handeln und sich an anerkannten Werten und Normen orientieren und
- ▶ sie auch aufgrund oben genannter Aspekte sympathisch erscheinen.

Zur Ausbildung des „Rufes“ spielen also sowohl die Erfahrungen, die mit den Personen, der Partei gesammelt wurden, als auch die Berichterstattung über diese in den Medien eine Rolle.

Ergebnisse: Politik und zivilgesellschaftliche Organisationen als Partner



Eine wichtige Erkenntnis ist, dass ein guter Ruf und Vertrauen über Vertrautheit entsteht. Deshalb ist es für Parteien und politische Akteure so wichtig, sich in die Zivilgesellschaft zu öffnen und mit ihren Akteuren in Kontakt und in Diskussion über wichtige gesellschaftspolitische Themen zu treten, um die Vertrauenskrise überwinden zu können. Eine Öffnung in die Zivilgesellschaft kann außerdem bei der Rekrutierung von politischem Nachwuchs und der Mobilisierung von Mehrheiten helfen, da man sich Verbündete schafft. Die Parteien profitieren darüber hinaus von dem Themen-Input von außen.

Zu einer Öffnung der Parteien in die Zivilgesellschaft gehört es:

- ▶ ehrliche Dialoge mit Vertreter_innen der Zivilgesellschaft zu führen (z.B. Fragen zu Themen zu stellen/sich in die zivilgesellschaftlichen Akteure hineinzusetzen, ...).
- ▶ Themen aus der Zivilgesellschaft wahrzunehmen und wertzuschätzen.
- ▶ zivilgesellschaftliche Akteure zur Lösung von Problemen heranzuziehen.
- ▶ einen Wissens- und Erfahrungstransfer aus der Zivilgesellschaft in die Parteien stattfinden zu lassen.
- ▶ sich als Politiker_in oder Partei nicht über die Zivilgesellschaft zu stellen.
- ▶ die Parteien für Nichtmitglieder zu öffnen.
- ▶ ein kurzfristiges und an die Bedingungen der heutigen Arbeitswelt angepasstes Engagement in Parteien zuzulassen und entsprechende Engagementformen zu entwickeln.

IMPULSGEBER



Dr. Rudolf Speth

Wie geht man nun vor, um eine gute Reputation zu erlangen? Hierfür müssen Politiker_innen und Parteien durch die richtigen Taten – hier helfen die vorgestellten Grundsätze der politischen Arbeit *Sinn stiften, Orientierung geben, Politik verständlich vermitteln und in den Dialog mit den Bürger_innen treten* – eine positive Berichterstattung erzeugen.

Der wichtigste Grundsatz hierbei:

Wort und Tat müssen eine Einheit bilden, die durch Kommunikation und/oder Medienberichterstattung demonstriert werden muss.

Ein professionelles Reputationsmanagement hilft dabei, die eigene Leistung und deren Wahrnehmung bewusst – ohne zu manipulieren – einander anzunähern, damit möglichst viel Vertrauen entstehen kann.

Beantworten Sie sich deshalb zunächst folgende Fragen:

- ▶ Wie wollen Sie selbst oder Ihre Partei von anderen wahrgenommen werden (Image)?
- ▶ Wie werden Sie oder Ihre Partei tatsächlich wahrgenommen?
- ▶ Wer sind die Gruppen, deren Unterstützung Sie benötigen, und welche Erwartungen haben sie an Sie?
- ▶ Wer hat außer Ihnen noch Einfluss darauf, wie Sie wahrgenommen werden (z.B. Partner in der Zivilgesellschaft ...)?

Sind diese Fragen beantwortet, muss die Kommunikation – unter Einbindung von Unterstützer_innen (Antworten aus Frage 4) – so ausgerichtet werden, dass das beabsichtigte Image auch so von den wichtigen Zielgruppen wahrgenommen wird.

Aber Achtung: Politik und Reputationsmanagement stehen – aufgrund einiger Besonderheiten im politischen Betrieb – in einem Spannungsverhältnis – teilweise sogar im Widerspruch zueinander.

Widerspruch 1: Gerade in Zeiten des Wahlkampfes besteht Politik aus einem Wettbewerb um Versprechen, die später nicht immer eingehalten werden können.

Wenn die politische Kommunikation – wie im Reputationsmanagement gefordert – an den Wünschen der Bezugsgruppen ausgerichtet wird, dann kann es zu politischen Versprechungen kommen, die später nicht eingehalten werden. Das wiederum führt zu einem Verlust von Vertrauen und Reputation.

Folgende Grundregeln helfen politischen Akteuren dabei, diesen Widerspruch zu überwinden:

- ▶ Ihre Versprechen sollten ehrgeizig, aber machbar sein.
- ▶ Erklären Sie die Gesamtzusammenhänge und mögliche Zielkonflikte und Zwänge.
- ▶ Generieren Sie positive Zielbilder, und zwar auch für kleine Schritte.
- ▶ Seien Sie beständig in Ihren Zielen.
- ▶ Fordern Sie gegenüber dem politischen Gegner Erläuterungen bei unrealistischen Versprechungen ein.
- ▶ Zeigen Sie Luftschlösser auf.

„Ich stelle gern die Behauptung in den Raum, dass Politik und Reputation aus systemimmanenten Gründen Feinde sind.“

*Prof. Rodolfo Ciucci,
(Fachhochschule Nordwestschweiz) im MuP-Interview*

Widerspruch 2: Auch wenn die im Wahlkampf getroffenen Versprechungen noch so realistisch sind: Wesen demokratischer Politik ist, dass ein Interessenausgleich stattfindet. Oftmals sind Kompromisse notwendig aufgrund von Zwängen durch Koalitionen, durch die eigene Fraktion/Partei, durch Zielkonflikte des eigenen Wahlkreises mit Interessen des Landes und/oder des Bundes oder Zielkonflikte unterschiedlicher Zielgruppen, die man erreichen möchte. Das bedeutet, dass es unumgänglich ist, die eigenen Wähler_innen früher oder später zu enttäuschen.

Das können Sie tun, um diesen Widerspruch zumindest teilweise aufzulösen:

- ▶ Kommunizieren Sie offen und erklären Sie Zwänge.
- ▶ Seien Sie nachvollziehbar und transparent, selbst wenn ein konsistentes Handeln nicht möglich ist.

Widerspruch 3: Politiker_innen starten – was Vertrauen in sie angeht – aufgrund der Vertrauenskrise in die Politik im Minus. Deshalb stehen sie beim Aufbau einer guten Reputation vor besonderen Herausforderungen. Hinzu kommt, dass Medien nach Fehlern oder Widersprüchen suchen, weil sich gerade negative Schlagzeilen verkaufen und in der digitalisierten Welt schnell verbreiten sowie leicht zugänglich sind. Ist eine schlechte Nachricht erst einmal in der Welt, ist es im Nachhinein in der Regel unerheblich, ob sie der Wahrheit entsprach oder nicht – der Reputationsschaden ist bereits entstanden.

Diesem Widerspruch kann wie folgt begegnet werden:

- ▶ Seien Sie konsistent in Ihrem Handeln.
- ▶ Seien Sie konsistent in Wort und Tat.
- ▶ Heben Sie sich von anderen ab und demonstrieren Sie Unterschiede zum politischen Gegner durch eine gezielte Inszenierung.
- ▶ Stellen Sie in der Kommunikation und Ihrem Handeln das Gemeinwohl über die eigenen Interessen.

Auf den ersten Blick mag Reputationsmanagement, das gezielte Hinarbeiten auf einen guten Ruf, in Konflikt stehen mit einem der wichtigsten Grundsätze für eine politische Kultur des Vertrauens: Authentizität und Ehrlichkeit. Tatsächlich geht es beim Reputationsmanagement aber darum, diese Werte in Balance zu bringen.

MEHR ZUM THEMA

Reputationsmanagement finden Sie im MuP-Thema im Fokus „Reputation und Vertrauen für NPO und Parteien“ unter:
www.fes-mup.de/themen/thema-im-fokus.html

Lesung: Eine „Anleitung“ zum Politiker-Sein



Erfolgreiche Politiker_in gesucht!

Wir suchen Dich:

„Du bist gescheit und eloquent. Liebst Menschen und Macht. Kannst Geschwafel ertragen, ohne zu gähnen. Hältst Attacken stand, ohne einzuknicken. Hast stahlharte Nerven, auch wenn Hohn und Spott auf dich niederprasseln.“ *Knüpfer, 2015: Umschlagtext*

Deine Motivation:

Du hast Interesse an Politik, es geht dir um das große Ganze und du möchtest die Welt verändern.

Diese Eigenschaften solltest Du auf jeden Fall mitbringen:

Ausdauer, Ehrgeiz, Hartnäckigkeit, Sitzfleisch, Geduld, ein unerschütterliches Selbstvertrauen, eine gewisse Schlitzohrigkeit, Selbstbeherrschung, Pünktlichkeit und Ordnungsliebe.

Diese Fähigkeiten und Kompetenzen sind Grundvoraussetzung für Deinen politischen Erfolg:

- ▶ Du weißt, wie du vor Publikum aufzutreten hast. Du bist ein/e sehr gute/r Redner_in, die/der klar, verständlich, strukturiert und pointiert Argumente vorbringen kann und dabei das Publikum im Blick hält.
- ▶ Du bist ein/e gute/r Netzwerker_in und verstehst es, Menschen in deinen Bann zu ziehen und für dich und die gute Sache zu gewinnen.
- ▶ Du verstehst es, wertschätzend mit anderen umzugehen, auch wenn sie nicht deine Meinung teilen.
- ▶ Du weißt die Medien zu nutzen.
- ▶ Du bist sehr gut organisiert und besitzt Geschick beim Leiten von Sitzungen und Versammlungen.
- ▶ Du kannst gelassen, schnell und zielstrebig auch unangenehme Entscheidungen treffen und bist dabei klar und direkt.
- ▶ Du kannst witzig und humorvoll sein – auch und gerade, wenn andere dich mit Kritik, Hohn und Spott überschütten – und hast das Talent, aus Niederlagen Siege zu machen.
- ▶ Du hast ein gutes Gedächtnis, was Inhalte, Personen und Geschichten betrifft.

Was sonst noch wichtig ist:

- ▶ Politik ist für dich eine Berufung.
- ▶ Du bist bereits in einer Partei aktiv, hast den „Stallgeruch“ und setzt dich immer wieder leidenschaftlich ohne zu übertreiben für die gemeinsame Sache ein.
- ▶ Du bist bereit, viele Jahre ehrenamtliche Basisarbeit als Politiker_in zu betreiben und hast einen Beruf, eine Ausbildung neben der Politik.
- ▶ Du kannst dir vorstellen, Verantwortung in verschiedenen Ämtern und Funktionen zu übernehmen.
- ▶ Du weißt, dass Politik immer Vorrang vor deinen eigenen Bedürfnissen, vor Familie und Freunden hat.

Wir bieten Dir: Einen anstrengenden aber auch phantastischen, aufregenden Job als Politiker_in, in dem du – solltest du keine Fehler machen – wirklich etwas in der Gesellschaft verändern kannst!

In Anlehnung an: Uwe Knüpfer: Du bist das Volk – Eine Anleitung zum Politiker-Sein in zwölf Ermunterungen, 2015.

IMPULSGEBER



Uwe Knüpfer ist Historiker, Journalist, Dozent und Buchautor. Derzeit verantwortet er als Chefredakteur die Fachzeitschrift und deren Online-Auftritt der Deutschen Cochlea Implantat Gesellschaft.





Gesellschaft

Vertrauen



Medien



Politik

Für die Vertrauenskrise in die Politik wird in der Regel ein Verantwortlicher ausgemacht: die Politik. Die politischen Akteure und Parteien sollen endlich glaubwürdiger werden, Strukturen und Verhalten anpassen, um das Vertrauen der Wähler_innen zurückzugewinnen. Das ist jedoch zu kurz gedacht. Denn neben der Politik gibt es noch andere, die ihren Teil zu einer politischen Kultur des Vertrauens beitragen müssen.

Ist die Politik noch zu retten? Politik, Medien und Zivilgesellschaft für eine politische Kultur des Vertrauens

Politik konstituiert unsere Gesellschaft. Nur über eine politische Aushandlung dessen, was richtig ist, über die Richtung, die unsere Gesellschaft einschlagen soll, ist ein friedliches Zusammenleben in Vielfalt mit unterschiedlichen, teils divergierenden Interessen möglich.



In den vorangegangenen Kapiteln haben wir ausführlich dargestellt, was **Politiker_innen und Parteien** tun können, um das Vertrauen in die Politik zurückzugewinnen. Sinn stiften und das politische Handeln an Werten orientieren, verlässlich, verständlich und authentisch sein, transparent agieren, Beteiligung und Austausch ermöglichen sowie die politische Bildung stärken – das sind die wichtigsten Mittel gegen die Vertrauenskrise.

Die institutionalisierte Politik, Politiker_innen, Parteien und Regierung, agieren jedoch nicht im luftleeren Raum. Medien sind genauso ein Teil des politischen Prozesses wie zivilgesellschaftliche Organisationen und die Bürger_innen selbst. Sie alle haben eine Verantwortung für die Schaffung einer politischen Kultur des Vertrauens und unsere Demokratie. Das Schimpfen auf „die Politik“ ist immer leicht, der eigenen Verantwortung gerecht zu werden ist hingegen bedeutend schwerer.



Demokratie ist ohne **Medien** nicht vorstellbar. Sie transportieren öffentliche Meinung und tragen im großen Maße zur politischen Meinungsbildung bei. Medien bestimmen das Bild, das wir von Politiker_innen und von ihrem politischen Handeln haben und beeinflussen maßgeblich, ob Bürger_innen Parteien, der Regierung oder einzelnen Politiker_innen vertrauen oder sie als glaubwürdig einstufen. Sie haben, und das darf bei allen wirtschaftlichen Zwängen und dem Kampf um Auflage nicht vergessen werden, eine demokratische Verantwortung. An diese gilt es sich zu erinnern.

„Vertrauen entsteht durch politische Verlässlichkeit. Das ist die Basis dafür, dass die Menschen einem Politiker, einer Politikerin Zukunftskompetenz zutrauen, die Fähigkeit, zukünftige Probleme lösen zu können.“

Juliane Seifert,
Bundesgeschäftsführerin der SPD

IMPULSE ABSCHLUSSRUNDE

Juliane Seifert,
Bundesgeschäftsführerin der SPD
Tom Schimmeck,
Journalist und Publizist
Rudolf Speth, Privatdozent
Simone von Stosch, freie
Journalistin und Moderatorin



„Wir kennen Politiker nur aus der medialen Präsentation. Wenn wir über Glaubwürdigkeit und Vertrauen reden, müssen wir immer deutlich machen, dass dieses Bild und unser Urteil über diese Personen von den Medien beeinflusst wird.“

Dr. Rudolf Speth, Privatdozent

„Die Medien sind von einer ähnlichen Glaubwürdigkeitskrise und der Konfrontation mit einem Generalverdacht betroffen wie die Politik.“

*Tom Schimmeck,
Journalist und Publizist*

Exkurs: Politiker und Journalisten – Eine antagonistische Symbiose

Ein Kommentar von Prof. Dr. Thomas Meyer

(Chefredakteur Neue Gesellschaft Frankfurter Hefte)

Die zunehmende Überlagerung des Politischen durch das Mediensystem in der Mediengesellschaft hat ironische Pointen. Eine davon ergibt sich aus dem Umstand, dass die Medienleute nach wie vor die entscheidenden Gatekeeper sind. Wer auf der großen Medien-Bühne, der eigentlichen Öffentlichkeit unserer Zeit, brillieren darf, wer kritisch zerlegt wird, gar der Lächerlichkeit preisgegeben wird oder womöglich überhaupt nicht vorkommt, bestimmen die leitenden Journalisten letztendlich immer allein.

In der Mediendemokratie leben Journalisten und Politiker in einer antagonistischen Symbiose, sie können nicht ohneeinander, aber auch nicht gut miteinander. Die Politiker brauchen die öffentliche Wahrnehmung, um besten Reputation, um gewählt zu werden; die Journalisten benötigen Informationen und Geschichten, Hintergründe und Vertrauliches, um von ihrem Beruf leben zu können. Beide sind gleichermaßen, aber aus entgegengesetzten Gründen zur Kooperation verdammt. Daraus erwächst kein Vertrauen, sondern tendenziell eher das Gegenteil: ein fortwährender wechselseitiger Belagerungszustand. Im großen Inszenierungsgerangel verlieren alle rasch den Überblick, die Politiker misstrauen den Journalisten, weil sie stets die Gefahr des Existenz bedrohenden Kontrollverlustes wittern; gar nicht so wenige Journalisten verachten die Politiker, deren Inszenierungen sie durchschauen. Nur bei den ganz großen Metainszenierungen, wie etwa dem von der deutschen Kanzlerin Merkel konstruierten Mutti-Mythos, spielen sie gerne mit, zumindest solange sie annehmen müssen, dass sie im Publikum damit Anklang finden.

Das ist ein Dilemma struktureller Natur. Wie damit umgehen? Wie das immer bedrohte Vertrauen, wie die Glaubwürdigkeit trotz alledem in dem notwendigen und für das Gemeinwesen förderlichen Maß wahren oder neu gewinnen? Das beste Rezept scheint eine klare Trennung der Aufgaben und die Verbreitung des Verständnisses für die tiefgreifenden Unterschiede auf beiden Seiten: Die Politiker machen und begründen redlich, ohne allzu viel blendende Inszenierung, ihre Politik und die Journalisten beschränken sich, möglichst ohne Übergriffe in das Politische (sozusagen als nichtlegitimierte Mit-Politiker, die sie dann wären), auf ihr eigenes Mandat, nämlich die objektive Berichterstattung über den Kern des politischen Geschehens, gleichsam als Treuhänder einer demokratischen Bürgeröffentlichkeit. Dann ist allen gedient, vor allem dem Vertrauen beider Seiten zueinander und der Gesellschaft in sie. Die Defizite in dieser Hinsicht sind heute groß und sie scheinen zu wachsen. Zeit für eine gründlich Besinnung: so oft es geht, am besten gemeinsam.

Medien werden dann ihrer demokratischen Verantwortung gerecht, wenn sie sachgerecht, verständlich und neutral berichten. Das bedeutet, den Fokus auf Inhalte, Positionen und Sachfragen zu richten und Skandalisierungen zu vermeiden. Gleichzeitig sind die Medien



dazu angehalten, ihre Kontrollfunktion wahrzunehmen: Durch kritisches Hinterfragen und das Aufdecken von politischen Fehlentscheidungen oder dem Fehlverhalten einzelner.

Eine funktionierende Demokratie braucht zudem eine lebendige Zivilgesellschaft mit zivilgesellschaftlichen Organisationen und Bürger_innen, die ihre politische Verantwortung wahrnehmen.

Zivilgesellschaftliche Organisationen werden gebraucht, um wichtige Themen in die Politik tragen. Sie sind es, die durch politische Bildung Verständnis für politische Prozesse und den Wert unserer Demokratie an sich fördern. Sie können darüber hinaus Transparenz in politischen Entscheidungsprozessen einfordern – und selbst herstellen. Ebenso können zivilgesellschaftliche Organisationen politische Beteiligungsverfahren einfordern oder fördern.

Die demokratische Gesellschaft verlangt auch von den **Bürger_innen** mehr ab, als in regelmäßigen Abständen ihre Repräsentant_innen zu wählen. Jeder einzelne Bürger, jede einzelne Bürgerin ist angehalten, die Demokratie nicht als selbstverständlich zu begreifen. Das bedeutet, dass man für sie eintreten und sie auch gegen Populist_innen verteidigen muss. Bürger_innen sollten sich informieren, sich mit gesellschaftlichen und politischen Themen befassen und ihre Anliegen einbringen. Denn wir haben eine ganze Reihe an politischen Rechten und Möglichkeiten der Beteiligung – wir müssen diese aber auch wahrnehmen. Schließlich können Bürger_innen dazu beitragen, die Kluft zwischen Wähler_innen und Politiker_innen zu überwinden, indem sie der harten, oft ehrenamtlichen Arbeit von Politiker_innen Wertschätzung entgegen bringen.

Ist die Politik noch zu retten? Diese Frage ist eindeutig mit „Ja“ zu beantworten, wenn sich politische Akteure, Parteien, die Medien sowie die Zivilgesellschaft gemeinsam für eine politische Kultur des Vertrauens und die Demokratie einsetzen. Die politische Vertrauenskrise ist nicht auf die leichte Schulter zu nehmen. Das Erstarken rechtspopulistischer Strömungen in ganz Europa, zunehmende Ressentiments gegenüber politisch etablierten Kräften (siehe auch die US-Präsidentschaftswahl) und eine wachsende Europa-Skepsis zeigen, dass Demokratie keine Selbstverständlichkeit ist! Das vielfältige zivilgesellschaftliche Engagement gerade für Geflüchtete zeigt jedoch, dass wir eine starke Zivilgesellschaft haben, dass demokratisches Bewusstsein lebt und aktiviert werden kann, wenn es darauf ankommt. In diesem Sinne sollten institutionalisierte Politik, Medien und Bürger_innen aufeinander zugehen – für eine politische Kultur des Vertrauens.

„Denn wir brauchen Dich [Politiker_in]. Wir, die Mehrheit der Staatsbürger, die gern möchte, dass ‚die Politik funktioniert‘, ansonsten aber damit nicht belästigt werden will. Und die wir, nicht zu vergessen, jemanden brauchen, über den wir meckern, den wir für all das Elend um uns herum verantwortlich machen können (...).“

Uwe Knüpfer, in: „Du bist das Volk“ (2015), S. 15



Mehr davon:

Das schafft Vertrauen in die Politik



+ Politisches Handeln an Werten ausrichten, Sinn stiften.
Vertrauen entsteht, wenn Bürger_innen wissen, für was ein Politiker, eine Politikerin oder eine Partei steht und sich vorstellen können, wie die Gesellschaft aussehen wird, wenn diese ihr Ziel erreicht haben. Deshalb müssen politische Akteure ein Bild einer lebenswerten Zukunft skizzieren und eindeutige Werthaltungen entwickeln, an denen sich ihre politische Arbeit und die Argumentation im politischen Diskurs orientiert.

+ Tun was man sagt und sagen was man tut.
Wichtige Voraussetzungen für Vertrauen sind in der Umsetzung der Politik Beständigkeit, Verlässlichkeit und eine klare politische Linie. Die Politik sollte sich klare und realistische Ziele setzen und auch die Grenzen ihres Handelns aufzeigen. Die politischen Ziele müssen sorgfältig gewählt werden, denn einmal öffentlich gemacht, müssen sie auch eingehalten, Abweichungen zumindest erklärt werden, um Orientierung zu bieten.

+ Auf Augenhöhe der Bürger_innen kommunizieren.
Bürger_innen wollen nicht, dass man über sie redet, sie wollen, dass man mit ihnen redet. Das schulden die Repräsentant_innen des Volkes ihren Wähler_innen. Mit ‚Politikersprech‘ kann aber keine Vertrautheit entstehen. Stattdessen ist es notwendig, sich in die Bürger_innen hineinzuversetzen (Perspektivwechsel), um ihre Erwartungen mit einzubeziehen und verständlich an ihre Lebenswelt und Sprache anzuknüpfen. Stellen die Repräsentant_innen des Volkes tatsächlich einen Querschnitt der Bevölkerung dar, kann dies leichter gelingen.

+ Transparenz schaffen.
Vertrauen wird nur denjenigen geschenkt, die transparent handeln. Deshalb ist Transparenz sowohl von Parteien als auch von politischen Institutionen wichtig. Sie verhindert zudem skandalöse mediale Mutmaßungen und Enthüllungen, die Glaubwürdigkeit und Vertrauen beschädigen.

+ Diskurs und Beteiligung zulassen.
Vertrauen entsteht durch Vertrautheit. Und vertraut sein kann nur, was auch selbst erfahren werden kann. Deshalb ist es wichtig Bürger_innen, wo es Sinn macht, repräsentativ an politischen Aushandlungsprozessen zu beteiligen. Das fördert Verständnis für politische Prozesse und Engagement. Zudem stärkt es die demokratische Kultur, weil Entscheidungen auf eine breitere Basis gestellt werden und so besser gesellschaftliche Akzeptanz finden.

Weg damit: Das schürt Misstrauen in die Politik



— **Falsche Versprechungen machen.**

Schnell ist es versprochen: Steuersenkungen, mehr Geld für Kinder, für Bildung, für alle! Aber wer nicht hält, was er verspricht, kann zwar kurzfristige Erfolge erzielen, setzt aber langfristig sein wichtigstes Kapital aufs Spiel: die Glaubwürdigkeit.

— **Phrasen dreschen.**

Wir leben in einer komplexen Welt. Politiker_innen müssen deshalb vielschichtige Probleme einfach darstellen und schnelle Lösungen bieten. Das verleitet dazu, sich mit Phrasen und Floskeln zu behelfen. Und auch Politiker_innen wissen nicht auf jede Frage eine Antwort. Das zuzugeben hilft eher Vertrauen zu schaffen als die Flucht in Allgemeinplätze.

— **Die Schuld auf andere schieben.**

Kein Politiker, keine Politikerin wird seine/ihre Laufbahn ohne Fehler beenden. Fehlentscheidungen gehören zum politischen Tagesgeschäft – schon allein deshalb, weil komplexe Zusammenhänge auch für Politiker_innen oft undurchsichtig sind oder Entscheidungen schnell getroffen werden müssen. Glaubwürdig ist, wer eigene Fehler zugeben kann und nicht die Schuld für eine Fehlentwicklung, die er verantwortet, auf andere schiebt – etwa den politischen Gegner.

— **Ich habe die Lösung für alles, und das zu jeder Zeit.**

Politik soll Antworten auf gesellschaftliche Fragen geben. Viele Probleme kann die Politik, insbesondere die nationale Politik, in einer immer komplexeren und globalisierten Welt aber gar nicht alleine lösen. Auch hier ist Ehrlichkeit gefragt, indem die Zusammenhänge aufgezeigt werden, sonst sind Enttäuschungen der Wähler_innen und damit ein Vertrauensverlust vorprogrammiert.

— **Meine Politik ist alternativlos.**

„Es gibt keine Alternative zu dieser Entscheidung/unserer Politik!“ – solche Aussagen stehen dem Wesen von Politik und Demokratie – Diskurs und Aushandlung der besten Alternative – entgegen. Deshalb: Es braucht einen Wettbewerb der Ideen. Es müssen alle Argumente zusammengetragen und auch aufgezeigt werden und anhand der unterschiedlichen Optionen erklärt werden, warum gerade diese Lösung/Vorgehensweise die richtige ist.

Ihre Notizen



Wir danken allen Impulsgeberinnen und Impulsgebern der Einführungsinputs, der Fachforen und Praxis-Cafés der Fachtagung sowie den Moderatorinnen und Moderatoren der Fachforen und der Gesamtmoderation der Fachtagung.

Außerdem danken wir den Gästen der Abschlussgesprächsrunde sowie allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Fachtagung, die sich mit ihren Erfahrungen und Ideen eingebracht haben.

Texte und Artikel zum Thema

- ▶ Grießbach, Thomas; Lepschy, Annette (2015): **Rhetorik der Rede. Ein Lehr- und Arbeitsbuch**, St. Ingbert.
- ▶ Hölzig, Sascha; Hasebrink, Uwe (2016): **Reuters Institute Digital News Survey 2016 – Ergebnisse für Deutschland**, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg, unter: www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/1135
- ▶ Knüpfer, Uwe (2015): **Du bist das Volk. Eine Anleitung zum Politiker-Sein. In zwölf Ermunterungen**, Hamburg.
- ▶ Pellarin, Oliver (2015): **Zur Reputation von Parteien: Reputationsmanagement deutscher Parteien in der Mediengesellschaft**, Marburg.
- ▶ Siller, Peter (2016): **Parteien, werdet endlich wieder normativ!**, in: Berliner Republik, 1/2016.

Veröffentlichungen der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) zum Thema

- ▶ Demuth, Christian (2015): **Demokratie ist keine Komfortzone – Die Politik muss aktiv den Herausforderungen durch Pegida und AfD begegnen (Politik und Inklusion)**, in Frankfurter Hefte, 12/2015, unter: www.frankfurter-hefte.de/Archiv/2015
- ▶ Faus, Jana; Faus, Rainer; Gloger, Alexandra (2016): **Kartografie der politischen Landschaft in Deutschland**. Qualitativ-quantitative Studie im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin, unter: <http://library.fes.de/pdf-files/dialog/12764.pdf>
- ▶ Fritz-Erler-Forum in Baden-Württemberg der Friedrich-Ebert-Stiftung in Kooperation mit Mehr Demokratie e.V. Baden-Württemberg (2016): **Politische Kultur im Umbruch?: Quergedacht in Baden-Württemberg: Dokumentation der Veranstaltungsreihe Mehr Demokratie!**, unter: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/stuttgart/12656.pdf>
- ▶ Misik, Robert (2015): **Progressive Gegenstrategien gegen den Populismus**, in: Ernst Hillebrand (Hrsg.), Rechtspopulismus in Europa, Bonn.
- ▶ Novy, Leonard (2016): **Ganz unten: Auf der Suche nach dem verlorenen Ethos der SPD**, in Neue Gesellschaft Frankfurter Hefte, 5/2016, unter: www.frankfurter-hefte.de/Archiv/2016
- ▶ Zick, Andreas (2016): **Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016**, hrsg. für die Friedrich-Ebert-Stiftung von Ralf Melzer, Bonn, unter: www.fes.de/de/gespaltene-mitte-rechtsextreme-einstellungen-2016
- ▶ Zick, Andreas; Küpper, Beate (2014): **Der Dreiklang um Wut, Verachtung und Abwertung**, in: Melzer/Molthagen (Hrsg.): Wut Verachtung, Abwertung. Rechtspopulismus in Deutschland, Bonn.

Veröffentlichungen der Akademie Management und Politik der FES

MuP-Themen im Fokus:

u.a. zu „Vertrauen schaffen! Politik und Glaubwürdigkeit“, „Reputation und Vertrauen für NPO und Parteien“ sowie „Populisten Paroli bieten! Aktiv für Demokratie und Toleranz“ mit zahlreichen Praxistipps.

MuP-Broschüren und -Trainingsbücher



Informationen sowie Download- und Bestellmöglichkeiten zu allen Veröffentlichungen finden Sie unter www.fes-mup.de ▶ Veröffentlichungen