

Stefanie Molthagen-Schnöring
Dietmar Mothagen

Lasst uns reden!

Wie Kommunikation in Politik, Wirtschaft
und Gesellschaft gelingen kann



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8012-0560-7

1. Auflage 2019

Copyright © 2019 by

Verlag J. H. W. Dietz Nachf. GmbH

Dreizehnmorgenweg 24, 53175 Bonn

Umschlag: Petra Böhner, Köln

Gestaltung und Satz: TypoGraphik Anette Bernbeck, Gelnhausen

Druck und Verarbeitung: CPI books, Leck

Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany 2019

Besuchen Sie uns im Internet: www.dietz-verlag.de

Inhalt

Lasst uns reden – Eine Einleitung	6
Raus aus der Echokammer – Mit und über Politik reden	10
Vom Anheizen zum Anstiften – Die Rolle der Medien in gesellschaftlichen Debatten	33
»Mehr Kontroverse wagen« – Interview über Dialoge in der Wissenschaft mit Manuel J. Hartung	52
Mehr als Marketing?! – Wie sich die Wirtschaft in gesellschaftspolitischen Debatten positioniert	63
»In der Kunst geht es darum Spannungen zu gestalten« – Interview über Dialoge im Kulturbetrieb mit Ulrich Khuon	83
Die Rückkehr der Salonkultur – Debatten im privaten Raum führen	94
»Religion kann das Beste im Menschen aktivieren« – Interview über Dialoge und Religion mit Christina Brudereck	110
Das wird man ja wohl noch sagen dürfen – Rhetorische Strategien für Dialog über Meinungsgrenzen hinweg	117
Die Autorin, der Autor	143

LASST UNS REDEN – EINE EINLEITUNG

In den 1980er-Jahren wurde ein Bestseller der Kommunikationslehre publiziert: die ersten beiden Bände von »Miteinander reden« des Hamburger Kommunikationspsychologen Friedemann Schulz von Thun. Noch heute finden seine Modelle und Werkzeuge zur Verbesserung der zwischenmenschlichen Kommunikation Verwendung in Seminaren und Trainings – es wird kaum einen Studenten¹ der Kommunikationswissenschaft geben, der nicht von ihnen gehört hat. Das Bestechende an Modellen wie dem »Vier-Seiten-Modell« oder dem »Inneren Team« ist gerade die Reduktion von Komplexität und die Konzentration auf einige wenige Regelmäßigkeiten menschlicher Kommunikation. Schulz von Thun ist dabei von der Prämisse ausgegangen, dass Kommunikation störanfällig ist, dass also gelingende Kommunikation eher die Ausnahme als die Regel darstellt.

Legt man diesen Ansatz zugrunde, verwundert es nicht, dass wir rund 30 Jahre später, mit viel mehr Medien und Möglichkeiten der Information und Kommunikation konfrontiert, neu darüber nachdenken, warum es uns so schwer fällt, miteinander zu reden und ob und wie man dies ändern kann. Unter dem gleichen Titel wie Schulz von Thuns Trilogie rief Ende 2018 die Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) Kleinstädte und Gemeinden zu einem Ideenwettbewerb auf, um die »Gestaltung neuer Formen von lebendiger und streitbarer Gesprächskultur« auszuloten. In einem begleitenden

1 Die Autorin und der Autor verwenden im Interesse von Lesbarkeit und Prägnanz des Textes die männliche Schreibweise. Dabei sind stets Angehörige aller Geschlechter inkludiert.

Magazin versammelte die BpB Beiträge rund um das Thema »Reden wir!?!«, die die Rolle des persönlichen Gesprächs in Zeiten der Digitalisierung betonten.

Derzeit zeigt sich allerorts eine Sehnsucht nach analogen Orten, an denen Menschen zusammenkommen, um mal wieder »richtig« miteinander zu reden. Wobei die Frage, was richtig ist, in guter konstruktivistischer Manier im Auge (oder besser im Mund und Ohr) des Betrachters liegt. Dies macht bereits auf eine Grundannahme dieses Buches aufmerksam: Es mag Wahrscheinlichkeitsprinzipien für das Gelingen von Kommunikation geben, aber es gibt keine Gesetzmäßigkeiten dafür. Zu vielfältig sind die Kommunikationssituationen, zu individuell die Akteure. Daher findet sich in diesem Buch auch kein Patentrezept für die perfekte Diskussion in fünf Schritten. Stattdessen tragen die Autoren der genannten Vielfalt Rechnung, indem sie Kommunikation aus verschiedenen Perspektiven und in verschiedenen Gesellschaftsbereichen betrachten und jeweils spezifische Empfehlungen abgeben. Diese Perspektiven sind zum einen die eines Politikwissenschaftlers mit langjähriger Erfahrung in der politischen Bildungsarbeit und zum anderen die einer Kommunikationswissenschaftlerin, die nach mehrjähriger Tätigkeit in der Kommunikationsberatung zu den Themengebieten Medien und Wirtschaftskommunikation lehrt und forscht. Beide Autoren verfügen darüber hinaus über jahrelange Erfahrung in der Dialogorganisation für verschiedene Auftraggeber, Kooperationspartner und Zielgruppen.

Als Bereiche, in denen heute diskutiert und gestritten wird, stehen der private Raum, Politik, Medien und Wirtschaft im Zentrum der Betrachtung jeweils eines Kapitels. Ergänzt werden diese Beiträge durch drei Interviews, die Debatten in Kultur, Wissenschaft und Religion beleuchten. Wir danken Ulrich Khuon, Intendant des Deutschen Theaters Berlin und Präsident des Deutschen Bühnenvereins, Manuel J. Hartung, Ressortleiter Chancen bei der Wochenzeitung »Die ZEIT«, sowie Christina Brudereck, Theologin und Schriftstellerin, für die inspirierenden Gespräche.

Sowohl bei den Interviews als auch bei der Recherche hat sich gezeigt, dass derzeit sehr bewusst über zwischenmenschliche Kommunikation und gesellschaftliche Debatten nachgedacht wird. Dieser Befund steht im Einklang mit einer zunehmenden Politisierung, die in Anbetracht der jahrelang beklagten Politikverdrossenheit zunächst einmal positiv zu werten ist. Menschen scheinen ein Hallo-Wach-Moment zu benötigen, dies gilt aktuell in Bezug auf die Klima-Debatte genauso wie vor einigen Jahren für die ersten Wahlerfolge rechtspopulistischer Parteien. Doch gleichzeitig droht nach dem gesellschaftspolitischen Erwachen auch eine gewisse Sprachlosigkeit. Die Beiträge in diesem Band wollen aufzeigen, wie sie überwunden werden kann. Viele Beispiele verdeutlichen, wie die verschiedenen gesellschaftlichen Akteure sich in Debatten positionieren und mit welchen Herausforderungen sie dabei zu kämpfen haben. Überall zeigt sich das Spannungsfeld zwischen dem Wohl des Ganzen und eigenen Interessen, zwischen strategischen Überlegungen und praktischem Tun. Bezieht ein Unternehmen, eine Partei oder auch eine Privatperson Position, wird ihr häufig unterstellt, eine spezifische Agenda zu verfolgen; Aussagen werden in einem größeren Kontext beurteilt und auf Authentizität und Glaubwürdigkeit hinterfragt. Gleichzeitig werden viele Debatten stark emotionalisiert geführt; es gewinnt nicht das bessere Argument, sondern die beste Performanz.

Und trotzdem stellen sich Menschen und Institutionen der Debatte und suchen Anlässe, um mit anderen ins Gespräch zu kommen. Man trifft sich zu Salonabenden, diskutiert in der Kantine oder bei politischen Veranstaltungen. Auch die sozialen Medien scheinen neue Debattenräume zu eröffnen, was jedoch – so viel kann hier schon gesagt werden – derzeit mehr Illusion als Wirklichkeit ist. Illusorisch ist es auch zu glauben, dass ein gut geführtes Gespräch oder eine Dialogveranstaltung ausreiche, um andere Menschen von einer bestimmten Position zu überzeugen. Dies geschieht erst recht nicht, wenn dieses strategisch-instrumentelle Ziel im Gespräch allzu deutlich wird. Wer für das Miteinander-Reden

streitet, weil er sich davon die Durchsetzung der eigenen Meinung erträumt, sucht keinen Dialog, sondern Überwältigung. Damit der Dialog über Meinungsgrenzen hinweg gelingen kann, ist die tatsächliche Offenheit für andere Meinungen eine Grundvoraussetzung.

Die Erfahrungen, die wir mit der Konzeption und Organisation von Dialogen gemacht haben – im privaten genauso wie im politischen oder wirtschaftlichen Kontext – haben uns gelehrt, dass Ort und Zeitpunkt einer Debatte entscheidend zu ihrem Gelingen beitragen. Daher gibt dieser Band viele Hinweise zum Setting einer Diskussion über politische und gesellschaftliche Themen. Der Fokus der Überlegungen dieses Buches ist auf organisierte Dialoge gerichtet, weniger auf das spontane, zwischenmenschliche Gespräch. Wer sich vor allem dafür interessiert, wie er oder sie in zufälligen Begegnungen mit Andersdenkenden argumentieren kann, der sei in erster Linie auf das Kapitel zu »Rhetorischen Strategien« verwiesen.

Die Kapitel folgen grundsätzlich einem ähnlichen Aufbau: Zunächst werden Rahmenbedingungen und Herausforderungen dargestellt, die sich für Debatten im jeweiligen Bereich ergeben. Aus einschlägiger Literatur ebenso wie aus konkreten Beispielen werden im Weiteren die Bedingungen und Faktoren für Gelingen und Erfolg herausgearbeitet. Die Kapitel schließen mit praxisorientierten Empfehlungen, die außerdem die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen.

Der Schreibprozess dieses Buches war dabei auch für uns erkenntnisreich: So hat sich bestätigt, dass die analoge Kommunikation wichtiger ist denn je – auch für zwei Menschen, die zum ersten Mal miteinander ein Buch schreiben.

RAUS AUS DER ECHOKAMMER – MIT UND ÜBER POLITIK REDEN

»Ich habe den Eindruck, wir Deutschen sprechen immer seltener miteinander. (...) Wir haben es, Sie haben es in der Hand: Sprechen Sie mit Menschen, die nicht Ihrer Meinung sind! Sprechen Sie ganz bewusst mal mit jemandem, über den Sie vielleicht schon eine Meinung haben, mit dem Sie aber sonst kein Wort gewechselt hätten.« Dies schlug Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier den Deutschen in seiner Weihnachtsansprache 2018 vor (Der Bundespräsident 2019). Auch Angela Merkel thematisiert das Miteinander-Reden: »Darüber müssen wir reden«, lautete eine leicht variiert mehrfach verwendete Aussage in der viel gelobten Rede der Bundeskanzlerin bei der Münchner Sicherheitskonferenz im März 2019, die als dialogorientierte Absage an den Unilateralismus des US-Präsidenten in der internationalen Politik gedeutet wurde (Die Bundeskanzlerin 2019). Der Grünen-Vorsitzende Robert Habeck (2018) denkt in seinem aktuellen Buch über politische Sprache an vielen Stellen ebenfalls darüber nach, wie das Gespräch zwischen Politiker und Bürger gelingen kann, bzw. wo es seine Grenze hat.

Dies sind nur drei Beispiele dafür, dass Spitzenpolitiker verschiedener Parteien zu einem Gespräch einladen. Sie wollen reden – miteinander, mit den Medien, mit Bürgern – und sie müssen reden, denn das ist der zentrale Bestandteil des politischen Prozesses in einer Demokratie. Wer ein Amt oder Mandat nur auf Zeit verliehen bekommen hat, ist gegenüber dem Bürger als Souverän rechenschaftspflichtig und muss zugleich um dessen Gunst werben, damit die Chance auf eine Wiederwahl besteht.

Dieser Dialog gelingt aber nicht automatisch. Es lassen sich leicht Belege dafür finden, dass das Gespräch zwischen Politik und

Bürgerschaft gerade nicht funktioniert. Um dies ebenfalls exemplarisch an zwei medial bundesweit beachteten Ereignissen zu verdeutlichen: Beim Festakt zum 3. Oktober 2016 protestierten in Dresden zahlreiche Demonstranten unter anderem von der Pegida-Bewegung. Die zum Festakt in der Semperoper geladenen Politiker wurden ausgepiffen und beschimpft. Als Bundestagsvizepräsidentin Claudia Roth das Gespräch mit den Demonstranten suchte, wurde ihr »Hau ab!« entgegen gebrüllt. An einem Gespräch bestand offenkundig kein Interesse (vgl. Meiritz/Gruber 2016). Das zweite aktuelle Beispiel ist die kommunikative Hilflosigkeit, mit der die CDU im Mai 2019 auf ein Video des YouTubers Rezo mit dem Titel »Die Zerstörung der CDU« reagierte. Hier offenbarte sich die Schwierigkeit einer Partei, den Dialog über ihre Politik in einem bestimmten Medium (in diesem Fall YouTube) und mit einer bestimmten Zielgruppe (in diesem Fall netzaffine junge Menschen) zu führen (vgl. die Analyse von Schmoll 2019). Das Gesprächsangebot der Partei wurde von Rezo wiederum zunächst nicht angenommen, sondern an Bedingungen geknüpft.

Herausforderungen für das Gespräch

Was genau belastet den Dialog zwischen Politikern und Bürgern? Unter welchen Bedingungen kann er dennoch gelingen? Auf diese beiden Fragen gibt der vorliegende Artikel Antworten. In einem ersten Schritt werden dazu die Herausforderungen eines Dialogs *mit* der Politik und *über* Politik in den Blick genommen.

Widersprüchliche Erwartungen an Professionalität und Authentizität

Eine erste Herausforderung sind die widersprüchlichen Erwartungen, die an die Professionalität und Authentizität von Politikern gestellt werden. Fraglos hat in den vergangenen Jahren eine Professionalisierung der politischen Kommunikation stattgefunden. Schon vor rund 15 Jahren beklagte der britische Politikwissenschaftler Colin Crouch in seinem viel diskutierten Buch »Postde-

mokratie« (in Deutschland 2008 erschienen), dass von PR-Teams beratene Parteien und Politiker zwar eine professionelle, aber inhaltsarme Kommunikation betrieben. Für Crouch (2008, S. 10) bedeutet Postdemokratie, dass »zwar nach wie vor Wahlen abgehalten werden [...], allerdings konkurrierende Teams professioneller PR-Experten die öffentliche Debatte während der Wahlkämpfe so stark kontrollieren, daß [sic] sie zu einem reinen Spektakel verkommt, bei dem man nur über eine Reihe von Problemen diskutiert, die die Experten zuvor ausgewählt haben.« Diese Theorie misst der Politik als Sender von Informationen große Bedeutung bei und kritisiert die Professionalisierung politischer Kommunikation. Fraglos ist eine solche Professionalisierung zu beobachten. Parteien lassen sich von PR-Agenturen und erfahrenen Journalisten beraten, sie testen ihre Botschaften, bevor sie im Wahlkampf veröffentlicht werden, sie machen sich intensiv Gedanken über Texte und Bilder. Ein berühmtes Beispiel ist der Auftritt Angela Merkels im TV-Duell mit dem SPD-Kanzlerkandidaten Peer Steinbrück vor der Bundestagswahl 2013. Heute wissen wir, dass sowohl die Halskette in den Farben der deutschen Fahne als auch der Schlusssatz »Sie kennen mich!« eine sorgfältig komponierte Inszenierung war (vgl. Hans 2017), die angesichts der positiven medialen Berichterstattung über das Duell sicherlich einen Teil zum Wahlerfolg der Union beigetragen hat. Beispiele lassen sich auch in anderen Ländern finden, wobei immer wieder die USA eine Vorreiter-Rolle eingenommen haben. Speziell US-Präsident Barak Obama hat es in seiner Amtszeit verstanden, eine eigene, weitgehend konsistente Bildsprache zu entwickeln und von seinem Chef-Fotografen Peter Souza festhalten zu lassen. Der Präsident wusste sich dabei nahezu perfekt als entscheidungsfreudige Führungskraft, sportlich-dynamischer Amerikaner, liebevoller Ehemann und Tierfreund zu inszenieren (vgl. Heck 2014).

Die beschriebene Professionalisierung der Kommunikation von Politikern folgt einer entsprechenden Erwartungshaltung. Insbesondere Medienvertreter, aber auch viele Bürger wollen seriöse und

professionell kommunizierende Politiker. Dies zeigt sich etwa an der lang anhaltenden Kritik an der ehemaligen SPD-Vorsitzenden Andrea Nahles. Ihre Aussagen »Ab morgen gibt es auf die Fresse« (zur damals erwarteten künftigen Oppositionsrolle der SPD-Fraktion gegenüber der Unionsfraktion im Bundestag) sowie »Die SPD wird gebraucht – Bätschi« (nach dem Scheitern der Sondierungsgespräche zu einer möglichen schwarz-grün-gelben Regierungskoalition) wurden als Beleg für mangelnde Seriosität bewertet. Dies ist insofern bemerkenswert, als dass Medien und Bürger neben Professionalität zugleich auch Authentizität einfordern. Politiker sollen ehrlich und authentisch kommunizieren, dabei keine komplizierte Sprache verwenden, zugleich aber Experten in ihrem Thema auf Augenhöhe mit der Wissenschaft sein und sich professionell auf dem Parkett der Öffentlichkeit bewegen. Dies sind durchaus komplexe Erwartungen. Wenn jemand seine ehrliche Meinung sagt, ist der mediale Aufschrei groß. Dies zeigte sich z.B. bei der Ablehnung der »Ehe für alle« durch Annegret Kramp-Karrenbauer zur Zeit ihrer Bewerbung um den CDU-Vorsitz. Wie die Wirkung eines saloppen Sprachgebrauchs vom jeweiligen Image der sprechenden Person abhängt, zeigt der Vergleich zwischen Andrea Nahles und Gerhard Schröder, dessen profane Aussage »Hol mir mal ´ne Flasche Bier« seinerzeit als Beweis für Volksnähe gedeutet und sogar in einem Popsong als Sample verwendet wurde.

Hohe Zahl von Akteuren

Eine weitere Herausforderung für den Dialog mit der und über die Politik ist die hohe Zahl politischer Akteure. Dadurch entsteht eine Vielstimmigkeit, die eine klare Positionierung einer Partei oder auch einer aus verschiedenen Ministern bestehenden Regierung nur schwer erkennen lässt. So ist das Ergebnis einer Umfrage im Herbst 2015 nicht verwunderlich: Über die Hälfte (53%) der Befragten kritisieren, sie wüssten nicht, wofür eine Partei stünde. Außerdem hätten sie den Eindruck, Parteien würden sich immer weniger voneinander unterscheiden (vgl. Faus u. a. 2015, S. 33). Die

Pluralisierung der Medienlandschaft und der rund um die Uhr laufende Online-Journalismus haben zu einer quantitativen Zunahme von Politikeräußerungen geführt, die das Auftreten widersprüchlicher Aussagen erhöht.

Neben dieser individuellen Dimension des Phänomens gibt es aber auch eine strukturelle: Das deutsche föderale System mit seiner vielfältigen Verschränkung und Gewaltenteilung erschwert die Zuordnung von Kompetenzen und erfordert eine Vielzahl verschiedener Akteure. Es ist nicht verwunderlich, dass im Ergebnis gerade Parteien vielstimmig auftreten, in denen Kommunal-, Landes-, Bundes- und Europapolitiker zusammenkommen. Sie agieren dazu an einem Ort in Regierungsverantwortung, am anderen Ort in der Opposition. Aus Sicht des Bürgers ist jedoch ebenso verständlich, dass er bei einem Anliegen nicht mit dem Argument fehlender Zuständigkeit abgespeist werden will, sondern von Parteien und Politikern erwartet, institutionell zu funktionieren.

Zeitdruck und Gleichzeitigkeit

Es gibt nicht nur verschiedene Ebenen von Politik, sondern zugleich verschiedene Ebenen von Öffentlichkeit. Das klassische kommunikationswissenschaftliche Modell von Gerhards und Neidhard (1990, S. 19ff.) unterscheidet drei Ebenen von Öffentlichkeit:

1. die Encounter-Öffentlichkeit, in der öffentliche Kommunikation spontan und ungeplant stattfindet (zum Beispiel in der Nachbarschaft),
2. die Themen- oder Organisationsöffentlichkeit, die bedeutet, dass innerhalb eines Interaktionssystems kommuniziert wird (zum Beispiel in einem Betrieb oder bei einer Veranstaltung) sowie
3. die Medienöffentlichkeit, in der öffentliche Kommunikation dauerhaft medial vermittelt stattfindet.

Bezogen auf das Thema dieses Artikels bedeutet dies, dass jeder Mensch gleichzeitig auf verschiedenen Ebenen von Öffentlichkeit

Informationen über Politik erhält und über sie spricht. Vergleichsweise selten kommt es dabei jedoch zum direkten Gespräch mit einem Politiker, das kaum jemals zufällig (auf Ebene 1) und auch nicht auf Ebene der medialen Öffentlichkeit (Ebene 3), sondern am ehesten im Rahmen von Veranstaltungen (Ebene 2) stattfindet. Wenn es dann zum direkten Gespräch kommt, sind aber Vorprägungen durch Kommunikation auf den anderen Ebenen vorhanden, die das direkte Gespräch beeinflussen.

Ein anderer Faktor in Dialogen mit Politikern ist der Zeitdruck, unter dem Berufspolitiker nahezu permanent stehen. Die Kalender von Abgeordneten oder Amtsinhabern sind stets prall erfüllt, denn erstens bedeutet der politische Betrieb zahlreiche feste Termine (Parlamentsdebatten, Fraktionssitzungen, Arbeitsgruppen, Parteitermine, Dienstreisen) und zweitens möchten viele Akteure mit ihnen kommunizieren. Meist sind Gespräche zwischen Politiker und Bürger daher zeitlich stark begrenzt, was einen Dialog auf Augenhöhe belastet. Schließlich denken und kommunizieren sowohl Politiker als auch Bürger immer in verschiedenen thematischen Kontexten. Neben dem politischen Thema einer Veranstaltung oder eines Dialogs beschäftigen jeden Mensch immer auch andere Fragen, die Einfluss auf den Gesprächsverlauf nehmen.

Heterogene Zielgruppen

Die nächste Herausforderung, die bedacht werden will, ist die gesellschaftliche Pluralisierung. Es ist viel dazu geforscht und geschrieben worden, dass sich moderne Gesellschaften ausdifferenzieren, ehemals klassische Milieus an Bindungskraft verlieren und Lebensstile individueller werden (um nur einen klassischen und einen aktuellen Verweis zu geben vgl. Beck 1986 und Reckwitz 2018). Verschieden lebende Menschen gleichzeitig zu erreichen, ist dadurch schwieriger geworden. Verstärkt wird dies, seitdem soziale Medien das Entstehen immer neuer Teilöffentlichkeiten ermöglicht haben (ausführlicher dazu im Medienkapitel dieses Buches). Konnte der damalige Bundeskanzler Gerhard Schröder noch behaupten, zum Regieren brau-