Regierungsforschung.de
Das wissenschaftliche Online-Magazin
der NRW School of Governance

Jan Philipp Burgard

Schweigen ist feige, Reden ist Gold

Ein Essay

11. Oktober 2011

NRW School of Governance
www.nrwschool.de

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN

Redaktion
Matthias Bianchi, M.A.
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 2706
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
matthias.bianchi@uni-due.de

Wissenschaftliche Koordination
Kristina Weissenbach, M.A.
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 3742
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
kristina.weissenbach@uni-due.de

Sekretariat
Anita Weber
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 2045
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
anita.weber@uni-due.de

Herausgeber (V.i.S.d.P.)
Univ.-Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte

Redaktionsanschrift
Redaktion Regierungsforschung.de
NRW School of Governance
Institut für Politikwissenschaft
Lotharstraße 53
47057 Duisburg
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 2706
Fax +49 (0) 203 / 379 – 3179
redaktion@regierungsforschung.de

www.nrwschool.de
www.forschungsgruppe-regieren.de
www.politik.uni-duisburg-essen.de

Schweigen ist feige, Reden ist Gold

Ein Essay von Jan Philipp Burgard[1]

Die deutsche Bevölkerung gleicht in der Euro-Krise einem Patienten, der bei vollem Bewusstsein am offenen Herzen operiert wird. Ein Vorgespräch mit den Ärzten hat nicht stattgefunden. Erst während ihm die Brust aufgeschnitten wird, kann der Patient die Chefärztin fragen, warum dieser schmerzhafte und vor allem risikoreiche Eingriff durchgeführt wird. Übertragen auf die Operation der Bundesregierung in der Eurokrise fragt die Bevölkerung die Bundeskanzlerin: Gibt es überhaupt noch Hoffnung für den Euro? Ist Griechenland noch zu retten? Wird die Währungsunion entgegen aller Versprechen nun doch zur Transferunion? Warum soll der deutsche Steuerzahler im nicht ganz unwahrscheinlichen Ernstfall für Pleitestaaten aufkommen, die jahrelang über ihre Verhältnisse gelebt haben? Wird bald die Inflation steigen, während der Lebensstandard sinkt? Die Fragen im Operationssaal werden immer lauter und nachdrücklicher, doch die Bundeskanzlerin geht mit der Selbstherrlichkeit einer Halbgöttin in Weiß darüber hinweg. Sie schweigt und operiert seelenruhig weiter.

Die Kanzlerin hält es offenbar nicht für nötig, ihrem Volk eine Politik zu erklären, die noch Generationen von Deutschen betreffen wird. Diese Haltung speist sich wohl aus ihrer Überzeugung ganz genau zu wissen, was das Beste für alle ist. „Klug aus der Krise“, mit diesem Slogan hatte sich Angela Merkel bereits im Bundestagswahlkampf 2009 auf Großflächenplakaten inszeniert, die einzig und allein sie selbst zeigten. Doch selbst wenn die Kanzlerin die Rolle der souveränen Krisenmanagerin über weite Strecken ausfüllt - es reicht in diesen Zeiten nicht aus, eine kühle Ingenieurin der Politik zu sein. In der schwersten Wirtschafts- und Finanzkrise seit Ende des Zweiten Weltkriegs sind die Menschen extrem verunsichert. Besonders die Mittelschicht fürchtet um ihre wirtschaftliche Existenz und vertraut vor dem Hintergrund der Eurokrise nicht mehr auf Europas ökonomische Fundamente, wie die panikartigen Goldkäufe und die Flucht der Anleger in Immobilien belegen. Eine junge Generation von Deutschen fürchtet, dass ihre Zukunft unter der Schuldenlast eines ganzen Kontinents zusammenbricht. Doch als im August die internationalen Börsen Achterbahn fuhren und sich das ganze Land fragte, wie die Kanzlerin die Beschlüsse des jüngsten Euro-Gipfels umsetzen wolle (im Klartext: ob der deutsche Steuerzahler nun auch über die Einführung von Euro-Bonds zur Kasse gebeten würde), sagte die Kanzlerin nichts und setzte demonstrativ ihren Urlaub in Südtirol fort.

[1] Als Producer im ARD-Studio Washington erlebte Dr. Jan Philipp Burgard den Präsidentschaftswahlkampf von Barack Obama hautnah. Gerade ist im Nomos-Verlag sein Buch darüber erschienen: Von Obama siegen lernen oder ‘Yes, We Gähn!’? Der Jahrhundertwahlkampf und die Lehren für die politische Kommunikation in Deutschland.

Krisen- und Politikmanagement braucht klare Worte.

Kein Experte kann voraussagen, ob die immer neuen milliardenschweren „Rettungsschirme" ihrem Namen gerecht werden, indem sie tatsächlich Pleitekandidaten und den Euro insgesamt retten. Genauso wenig lässt sich voraussagen, ob Deutschland gestärkt aus der Euro-Krise hervorgeht oder doch mit den Bankrottstaaten in den wirtschaftlichen Abgrund gerissen wird. Umso wichtiger wären große Erklärungen der Bundeskanzlerin. Mit großen Worten müsste sie bei ihrem zutiefst verunsicherten Volk um Vertrauen für ihren Kurs werben. Sie hat nichts als Worte, um Zuversicht zu erzeugen. Aber sie bleibt stumm – und 82 Prozent der Deutschen beurteilen ihr Krisenmanagement als „eher schlecht". Auf dieses Kommunikationsdefizit angesprochen verweist der Regierungssprecher Steffen Seibert auf einen ganzen Stapel von Reden, die Merkel zur Euro-Krise gehalten habe. Aber warum ist keine einzige davon in den Köpfen der Menschen hängen geblieben, wie seinerzeit die „Ruck-Rede" von Roman Herzog? Und wie soll sich das Volk von einer Kanzlerin mitgenommen fühlen, wenn selbst ihre eigene Partei sich übergangen fühlt?

Viele Bundestagsabgeordnete von CDU und CSU hatten in der parlamentarischen Sommerpause zu Hause in den Wahlkreisen das große Unbehagen ihrer Bürger über immer neue so genannte Rettungspakete hautnah zu spüren bekommen. Deshalb wollte eine Reihe von Volksvertretern die Ausweitung des Euro-Rettungsschirms EFSF (Europäische Finanzstabilisierungsfazilität) nicht mehr einfach abnicken. Doch genau das erwartete die Bundesregierung von ihren Abgeordneten. Bundestagspräsident Norbert Lammert musste die Bundesregierung mehrfach zu mehr Respekt vor der Entscheidungshoheit des Parlaments auffordern. Der Bundestag könne sich nicht damit begnügen, sich mit einer einmal ausgesprochenen „Generalermächtigung" für Hilfen aus allen künftigen Entscheidungen herauszuhalten. „Ich gehe davon aus, dass der Deutsche Bundestag […] an jeder neuen Hilfszusage für ein Land wird mitwirken müssen", ermahnte Lammert. Sogar der zuvor eher zurückhaltende Bundespräsident Christian Wulff schaltete sich mit klaren Worten in die Debatte ein: „Es muss ein Ende haben, sich an der jungen Generation zu versündigen". Als Vertreter der jungen Generation forderte der Bundesvorsitzende der Jungen Union, Philipp Mißfelder, einen CDU-Sonderparteitag zur Eurokrise. Die Kanzlerin schwieg.

Merkel kann Kommunikation…eigentlich.

Kommunikation leitet sich vom lateinischen „communicare" ab und bedeutet „teilen, mitteilen, teilnehmen lassen; gemeinsam machen, vereinigen". Die Bundeskanzlerin verweigert sich der Kommunikation im wörtlichen Sinne, obwohl sie noch im Bundestagswahlkampf 2009 „Ein neues Miteinander" zu ihrem Leitmotiv gemacht hatte. Dabei ist Angela Merkel bei Hintergrundkreisen mit Journalisten durchaus in der Lage, anschaulich zu erklären, sie gilt als witzig und charmant. Grundsätzlich hat sie auch die Fähigkeit, eine politische Botschaft mit einer persönlichen Narration zu transportieren, wie sie im November 2009 mit ihrer Rede vor dem US-Kongress unter Beweis gestellt hat. Damals dankte Merkel den USA für deren Rolle bei der Wie-

dervereinigung. Sie erinnerte an ihre Jugend in der DDR hinter der Mauer. Sie habe sich nie vorstellen können, in die USA zu reisen oder gar vor dem amerikanischen Kongress zu stehen. „Niemals werden wir den ersten Blick auf den Pazifischen Ozean vergessen“, erzählte sie von ihrer ersten Reise in die Vereinigten Staaten im Jahr 1990 in Begleitung ihres Ehemanns. Mit ihren persönlichen Erinnerungen an ihre Jugend in der Zeit vor dem Mauerfall erntete sie Lachen („Ich begeisterte mich für eine Jeans einer bestimmten Marke“). Amerika sei für sie vor 1989 „schier unerreichbar“ gewesen. Als die Mauer fiel, seien diese Grenzen gefallen. „Wir Deutschen wissen, wie viel wir Ihnen verdanken“, sagte Merkel. „Niemals werde ich Ihnen das vergessen“.

Warum gelingt es der Kanzlerin nicht, ihr eigenes Volk so emotional anzusprechen? Vielleicht glaubt sie, dass ihre Landsleute Pathos nicht goutieren. Die These, die politische Kultur der Bundesrepublik begünstige eher den rein sachlichen Politikertypus, wird in der deutschen Politik gerne als Ausrede für uninspirierte Rhetorik verwendet. Doch diese These ist widerlegbar. Schließlich zeigten die 200.000 Deutschen, die mit Begeisterung Obamas Rede vor der Berliner Siegessäule verfolgten, dass es auch hierzulande eine Begeisterungsfähigkeit für charismatische Politiker gibt. Dafür sprechen auch die hohen Beliebtheitswerte von Karl-Theodor zu Guttenberg (vor seiner Plagiatsaffäre), dem wohl nicht nur wegen seiner politischen Leistungsbilanz die Herzen der Deutschen zuflogen. Zwar blicken manche deutsche Kommentatoren dieser Tage lustvoll auf Amerika und den „entzauberten“ Obama, den vermeintlichen Blender, dem sein Charisma und seine rhetorische Brillanz auch keine besseren Arbeitslosenzahlen und Wirtschaftsdaten bescherten. Doch bei aller Schadenfreude wird gerne übersehen, dass Obama trotz aller Rückschläge immerhin dem Volk sein Handeln möglichst einfach und bildhaft zu erklären versucht. Als er für seine komplizierte Gesundheitsreform warb wurde er nicht müde von seiner Tante zu erzählen, die ihre Krankheit wohl überlebt hätte, wenn sie besser versichert gewesen wäre. Und als im Sommer die Finanzkrise einem neuen Höhepunkt entgegensteuerte, sprach er in drei Wochen 20 Mal zu seinem Volk – so oft wie kein Präsident vor ihm.

Reden ist Gold: Nicht nur über, sondern mit den Menschen sprechen.

Merkel hingegen spricht immer noch über - und nicht mit den Menschen. Dies ließ sich nicht nur in der Euro-Krise, sondern auch bei ihrer 180-Grad-Wende in der Atompolitik beobachten. Die Menschen fragten sich: Sind die Gefahren in Deutschland wirklich so groß, dass bis 2022 alle Kernkraftwerke vom Netz gehen müssen? Warum gilt plötzlich das Gegenteil vom Herbst 2010, als die Laufzeiten noch verlängert wurden? Wird Deutschland Atomstrom aus ausländischen Kraftwerken importieren, die direkt an unseren Grenzen liegen? Macht sich Deutschland abhängig von Energieexporteuren wie Russland? Es fiel schwer, aus den Reden der Kanzlerin große Linien herauszufiltern. In einer Regierungserklärung sagte sie, die Ereignisse in Fukushima seien ein Einschnitt für die Welt, aber auch „ein Einschnitt für mich […] ganz persönlich“. Das habe die Bewertung des Restrisikos der Kernenergie verändert. „Ich habe für mich eine neue Bewertung vorgenommen“. Es gehe um die Verlässlichkeit von Risikoannahmen und Wahrscheinlich-

keitsanalysen. „Fukushima hat meine Haltung zur Kernenergie verändert“. Das Volk nahm ihr das nicht ab. Laut einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts „forsa“ hielten 62 Prozent der Deutschen die abrupte Kehrtwende der Kanzlerin in der Energiepolitik für ein wahltaktisches Manöver. Nach einer Erhebung von „YouGov“ im Auftrag der „Bild“-Zeitung empfanden rund 81 Prozent der Deutschen den Kurswechsel der Bundesregierung bei der Atompolitik als „nicht glaubwürdig“. Gelungene Regierungskommunikation sieht anders aus. Nicht nur die eigene Partei und das eigene Volk lässt die Bundesregierung immer öfter ratlos zurück, sondern auch Deutschlands wichtigste Verbündete. Bei der Abstimmung über die Libyen-Resolution im UN-Sicherheitsrat fand sich die Bundesrepublik mit ihrer Enthaltung plötzlich in der Gesellschaft von Russland und China wieder. Erstmals stand Deutschland weder an der Seite Frankreichs, noch an der Seite der USA. Diesseits und jenseits des Atlantiks fragte man sich, ob die Bundesregierung die wesentlichen Traditionslinien deutscher Außenpolitik bereitwillig geopfert hatte, weil sie die Landtagswahlen in Baden-Württemberg im Blick hatte. Im Ergebnis verhinderte die NATO ein Massaker Gaddafis am eigenen Volk ohne erwähnenswerte Beteiligung Deutschlands. Berlin konnte nur verschämt zuschauen, als der Diktator vertrieben wurde und man auf den Straßen von Tripolis den Sieg der Freiheit feierte. Der scheidende US-Verteidigungsminister Robert Gates dürfte bei seiner Abschiedsrede in Brüssel vor allem Deutschland adressiert haben, als er eine „Zweiklassengesellschaft“ innerhalb der NATO beklagte und dem wichtigsten Verteidigungsbündnis der Welt eine „düstere, wenn nicht gar trostlose“ Zukunft prophezeite. Wenn sich der Trend zu einer einseitigen Lastenverteilung fortsetze, dürften Staaten wie Deutschland in Zukunft auch nicht mehr auf die Hilfe des „Weltpolizisten“ Amerika zählen, fügte Gates sinngemäß hinzu. Helmut Kohl sprach vielen aus dem Herzen, als er den „fehlenden Kompass“ der Bundesregierung in der Außenpolitik bemängelte.

Egal wie man die Politik der Bundesregierung in der Eurokrise, Atompolitik und bei der Libyen-Befreiung inhaltlich bewertet – im Hinblick auf die Kommunikation ist sie ein Desaster. „Ist der konstante Verzicht auf Diskurs, ja die Unfähigkeit, die langen Linien, das Grundparadigma, die Maßstäbe von Fall zu Fall vermitteln, eine Schutzmaßnahme?“, fragte der Publizist Gunter Hofmann in seiner Cicero-Titelgeschichte über das „Merkel-Syndrom“ und antwortete selbst mit „ja“. Tatsächlich fördert der 24-Stunden-Takt der modernen Berichterstattung eine gewisse Vorsicht der politischen Akteure. Jeder unachtsam geäußerte Halbsatz wird in Sekundenschnelle verbreitet und kann eine ungewollte Dynamik auslösen. Dazu tragen vor allem die Online-Medien mit ihrem Hang zur Zuspitzung bei, der die Leser zu mehr Klicks animieren soll. Aber das Internetzeitalter bietet den Politikern auch Chancen, vorbei an den konventionellen Medien mit den Wählern in einen echten Dialog zu treten.

Lehren für die politische Kommunikation in Deutschland.

Dies demonstrierte eindrucksvoll wie niemand zuvor Barack Obama im Präsidentschaftswahlkampf 2008. Obama gelang es, mit 500 Millionen Dollar einen Großteil seiner Rekord-Spendensumme über das Internet zu sammeln und darüber hinaus auch die Wahlkampforgani-

sation und die Wähleridentifikation zu revolutionieren. Er schuf aus einer virtuellen Internetgemeinde eine reale Feldoperation („on-the-ground-field-operation"). Dabei hat es die Obama-Kampagne geschafft, nicht nur eine nach dem „top-down"-Ansatz von der oberen Hierarchie gesteuerte Armee von freiwilligen Helfern zu rekrutieren. Eine große Zahl von Freiwilligen wurde selbst zu Organisatoren der Kampagne gemacht. Damit wurde eine Verselbstständigung der Kampagne von unten nach dem „bottom-up"-Prinzip herbeigeführt. So war Obama der erste Kandidat überhaupt, der die virtuellen Mobilisierungseffekte des Internets erfolgreich in die Realität übertragen konnte. Zwei Millionen Freiwillige verabredeten sich im Netz, um gemeinsam für „ihren" Kandidaten Spenden zu sammeln, Anrufe zu tätigen oder an Türen zu klopfen. Obama perfektionierte auch die datenbankbasierte Technik der Wähleridentifikation („Microtargeting"), sie bildete die Voraussetzung für die größte Wählermobilisierungsoffensive aller Zeiten. Damit konnte Obama überall im Land Erstwähler registrieren und Unentschlossene werben.

Nicht nur für die Wahlkampf-, sondern ebenso für die Regierungskommunikation bietet das Internet auch hierzulande eine große Chance: In Deutschland nutzen bereits rund 65 Prozent der Bürger das Internet. Potenzial liegt vor allem bei den Erstwählern. Laut Google sieht jeder Dritte der 14- bis 29-Jährigen das Netz als wichtigste politische Informationsquelle. Das Internet bietet die Möglichkeit, solche Zielgruppen direkt und auf unkonventionelle Weise anzusprechen, Inhalte auf Individuen zuzuschneiden und um Unterstützung für die Politik zu werben. Wie unterentwickelt diese Form der Bürgeransprache hierzulande noch ist, zeigt der Bundestagswahlkampf 2009. Zwar adaptierten die Parteien technische Instrumente von Obamas „Wunderwaffe Web", aber dennoch konnten sie online nur relativ wenige freiwillige Helfer rekrutieren. Dies war vor allem der Angst der Parteien geschuldet, Kontrolle an die User abzugeben. Obwohl die technischen Voraussetzungen für „bottom-up" -Kampagnen geschaffen worden waren, blieben die Parteien in der Praxis bei der herkömmlichen „top-down"-Kommunikation. Den Unterstützern wurde nicht das Gefühl gegeben, echten Einfluss auf die Kampagne zu haben. Möglichkeiten der inhaltlichen Mitwirkung (wie etwa Diskussionen oder gar Abstimmungen über das Wahlprogramm) gab es kaum.

Während die User in den USA völlig losgelöst von der Partei agieren konnten, ermutigten die deutschen Parteien ihre Unterstützer nur sehr eingeschränkt zu eigenen Aktionen. Es reicht nicht, als Politiker ein Profil auf Facebook anzulegen und dort Pressemitteilungen hoch zu laden. Die Akteure müssen die Bereitschaft entwickeln, Kontrolle abzugeben und den Usern veritable Partizipationsmöglichkeiten zuzugestehen. Nur so lassen sich wieder mehr Menschen begeistern. Gerade junge Wähler sind mit „Einbahnstraßenkommunikation" über klassische Zeitungslektüre und selbst über das Fernsehen kaum noch erreichbar. Wie ernst es die deutsche Politik mit diesem Dialog meint, wird unter anderem an den zukünftigen Investitionen für den Internetwahlkampf ablesbar sein. Die finanziellen Spielräume durch die staatliche Parteienfinanzierung sind begrenzt. Deshalb wäre es ratsam, weniger Ressourcen in teure Großflächenplakate zu stecken und dafür mehr Geld in die technologische Infrastruktur der Kampagnen zu investieren.

Erste kleine Erfolge beim Online-Fundraising haben gezeigt, dass sich diese Investitionen in bare Münze auszahlen können.

Eine Wählermobilisierung nach US-Vorbild wurde 2009 wohl auch deshalb nicht ausgelöst, weil der fehlende Schlagabtausch zwischen den Spitzenkandidaten die Dynamik des Onlinewahlkampfs bremste. Die Bundeskanzlerin vermied einen breiten Diskurs. Mit solch einem Inhalts-Vermeidungswahlkampf kann eine Partei vielleicht eine Wahl gewinnen, doch langfristig wird sie als Volkspartei an Bedeutung verlieren. Das hat das zweitschlechteste Ergebnis der CDU seit 1949 deutlich gemacht. So empfanden nicht nur Medien und Politikwissenschaft, sondern auch viele Bürger den Bundestagswahlkampf als gähnend langweilig und inhaltsleer, wie auch die niedrige Wahlbeteiligung offenbarte: Mit nur 70,8 Prozent der Wahlberechtigten gaben 2009 so wenige Bürger ihre Stimme ab wie nie zuvor. Obama hingegen konnte eine der höchsten Wahlbeteiligungen seit dem Zweiten Weltkrieg erzielen. Um auch dem demokratischen Prozess in Deutschland neues Leben einzuhauchen, sollte speziell die Bundeskanzlerin nicht erst im nächsten Bundestagswahlkampf, sondern ab sofort als Regierungschefin alle zur Verfügung stehenden Kanäle nutzen, um endlich mit den Bürgern in einen echten Dialog zu treten. Der Patient auf dem OP-Tisch wartet auf Antworten von seiner Chefärztin.