

Reformkommunikation

Gürtel enger und durch!

Deutschland braucht weitere Reformen, das Geld ist knapp, und es gibt immer weniger zu verteilen, sagen Politiker und Experten unisono. p&k geht der Frage nach, wie die Bald-Kanzlerin Merkel kommunizieren und zwei Regierungslager auf eine Linie trimmen muss, um nicht im Wirbelsturm des Machtgezerres unterzugehen.

■ „Wir leiden nicht an dem Mangel der Erkenntnis und der Diskussion, sondern am Mangel der Entscheidung“, stellte Hans-Martin Kepplinger, Professor für Publizistik, jüngst auf einer Fachtagung in Mainz fest. Ein Satz, der treffend die Situation in Berlin widerspiegelt. Zögern ist momentan angesagt: Sowohl in der Aufarbeitung des Wahlkampfs als auch in der Frage der Kompetenzverteilung.

Doch abwarten heißt, Probleme anzuhäufen und weitere Ängste in der Bevölkerung zu schüren. Davon zumindest ist **Tasso Enzweiler** von der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) überzeugt. Enzweiler fordert, sich an den Reform Erfahrungen aus Neuseeland, Schweden oder Finnland ein Beispiel zu nehmen: „Beeilt euch und schaut nicht auf die Meinungsfragen.“ Je mehr Zeit man sich mit den notwendigen Veränderungen lasse, umso mehr Angst könne sich entwickeln. „Die allermeisten Menschen sehnen sich nach Stabilität und nicht nach Veränderungen“, sagt Enzweiler. „Wenn aber nun mal Wandel notwendig ist, kann eine solche Haltung zum Problem werden.“ Theoretisch ist die Formel also ganz einfach: Das übergeordnete Ziel in zwei bis drei Sätzen formulieren. Dabei die eine Frage beantworten, die sich jeder Bürger bei der Ankündigung von neuen Reformen stellt, ob Intellektueller oder Langzeitarbeitsloser: Was bringt mir das?

Enzweiler vertritt diese Position nicht ohne Grund. Die INSM hat zwei Rollen, in die sie gegenüber der Bundesregierung schlüpfen kann. Wenn eine Regierung die aus Sicht der Initiative notwendigen Reformen, wie Föderalismusreform und die Haushaltssanierung anpackt, klatscht die INSM medial Beifall. Enzweiler fügt

aber hinzu: „Die nächste Aufgabe ist freilich, dass die Bevölkerung diese Schritte nicht nur zähneknirschend akzeptiert, sondern auch inhaltlich versteht und mitträgt.“ Die Initiative geht in die Erklärerrolle. Sollten die Vorhaben der Regierung nicht konform gehen mit den Erwartungen der Initiative, dann „werden wir eher die Position eines Antreibers für Reformen einnehmen“, sagt Enzweiler. Naturgemäß bringt diese mahnende Haltung der Initiative stets auch Kritik ein. Damit aber kann sie leben.

Im Auge des Hurrikans

Viele Experten glauben, bevor die Vielzahl der weiteren Reformen angepackt werden kann, gilt es, eine der wichtigsten kulturellen Änderungen im Land umzusetzen. Man müsse dringend den Bürgersinn und die Gefühlslage der Deutschen stärken sowie einen neuen Enthusiasmus entflammen. Benötigt werde ein nachholender Wahlkampf, sagte **Matthias Machnig** bereits im September in p&k. Es müsse noch einmal „argumentativ und kommunikativ“ an der Reformpolitik gearbeitet werden. Das hieße: Die Große Koalition muss sich nach dem 18. November mit den geplanten Reformvorhaben erneut ans Volk wenden und einen weiteren Wahlkampf, einen Reform-Wahlkampf absolvieren. Da besitzt eine Große Koalition einen enormen Vorteil: Die Menschen werden sehr viel leichter eine Entscheidung der Regierung akzeptieren, da beide großen Volksparteien gemeinsam den Kurs beschließen.

Die koalitionsinterne Kommunikation wird bei allem eine sehr wichtige Rolle spielen. Doch die Probleme sind bereits vorprogrammiert, meint **Richard**

Schütze, Geschäftsführer von ipse Communication: „Die Koalition wollen zwei Parteien bilden, die sich in unterschiedlichen gesellschaftspolitischen Ansätzen und Tendenzen um eine gemeinsame Mitte drehen.“ Angela Merkel befände sich dabei im Auge eines Hurrikans und stehe in der Mitte dieser rotierenden Bewegung. Eine gefährliche Situation: „Wenn sie sich zu sehr einer Tendenz verschreibt, droht sie durch die Fliehkräfte an den Rand katapultiert zu werden und damit die ordnende Kraft über das große Ganze zu verlieren.“

Du bist Deutschland

Hinzu kommen die Herausforderungen bei der Außenkommunikation. Dass sich die Politik bei einer erfolgreich laufenden Kampagne und Idee namens „Du bist Deutschland“ (DbD) bedient, die den Leuten die Identifikation mit ihrem Heimatland vor Augen führt, kann zwar keine politische Grundlage sein. Für einen Energieschub und Rückenwind ist sie jedoch ein guter Anhaltspunkt. Das was mit der Kampagne „Du bist Deutschland“ herausgekitzelt werden solle, sei an einen berühmten Kennedy-Slogan angelehnt, erklärt Berater **Schütze**: „Frage nicht, was dein Land für dich tun kann, sondern, was du für dein Land tun kannst.“ **Olaf Hoffjann**, Leiter der Kommunikationsabteilung bei der verantwortlichen Agentur fischerAppelt, ist überzeugt, dass man auch für die Reformkommunikation von der DbD-Kampagne lernen kann: „Was die politische Kommunikation von unserer Kampagne

ne mitnehmen kann, ist, das große Ziel zu vermitteln. In vielen Kampagnen in der Vergangenheit wurden häufig nur die Details erklärt.“ Auch von dem Optimismus der Kampagne könnten sich die Regierungskommunikatoren ein wenig anstecken lassen, meint Hoffjann, wenngleich die Herausforderung an die Kommunikation schwer sei. Eine nur auf gute Laune getrimmte Kampagne, in der Stars für Reformen werben, empfindet er für die kommende Regierung unangemessen. „Das ist mit der politischen Kultur in Deutschland nicht vereinbar“, so Hoffjann.

Sprecher gesucht

Sachlichkeit und Mut zur Schlichtheit sei ohnehin die Maxime der Stunde, meinen Experten wie Politikwissenschaftler **Karl-Rudolf Korte**. Notwendig sei eine stilsichere politische Führung; gepaart mit Zurückhaltung und schüchterner Gestik könne die Regierungskommunikation an Chance gewinnen. **Lars Rademacher**, Kommunikationsexperte und Herausgeber des Buchs „Politik nach Drehbuch“ plädiert gar dafür, dass die Medien für einen gewissen Zeitraum eine zurückhaltende Rolle einnehmen: „In den nächsten einhundert Tagen sollten

sie den Reformprozess konstruktiv begleiten und nicht mehr versuchen, die politischen Prozesse zu beeinflussen.“

Klar ist: **Angela Merkel** tritt gegenüber den Medien zurückhaltender auf als Vorgänger und Medienprofi **Gerhard Schröder**. Da ist es zwingend erforderlich, dass sie sich ein professionelles Kommunikationsteam zur Seite stellt. Ein brillanter Regierungssprecher allein reicht natürlich nicht. Dennoch ist seine Funktion als Erzähler gefragt. Doch wer soll es machen? Zahlreiche Namen geistern durchs politische Berlin. Über die langjährige Weggefährtin und Merkel-Sprecherin **Eva Christiansen** wird vermutet, sie setze fortan eher aufs eigene

Familienleben. Auf der Liste der Möglichen steht zum Beispiel **Michael Inacker**, langjähriger Redakteur bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ und derzeit bei DaimlerChrysler Leiter des Bereichs External Affairs.

Nikolaus Blome und **Johann Michael Möller** von der Zeitung „Die Welt“ werden genannt. Die Namen von N24-Chefredakteur **Peter Limbourg** und ZDF-Mann **Peter Hahne** sind ebenfalls gefallen. „Ich könnte mir **Dirk Metz**, den Sprecher von **Roland Koch**, als Regierungssprecher vorstellen“, sagt Lars Rademacher. „Der ist kantig. Der könnte den Job gut machen. Allerdings kann ein Kommunikator auch immer nur so gut sein, wie das Produkt.“ Wenn der Inhalt nicht stimmt, nütze auch die beste Kommunikation nichts, glaubt er. Der enge Kontakt von Metz zum Merkel-Rivalen Roland Koch wird aber wohl keine gute Basis für ein gesundes Vertrauensverhältnis darstellen. In Regierungskreisen gehen einige davon aus, dass es eine Paketlösung geben wird, in der insgesamt drei Sprecher unter einem Leiter die öffentliche Kommunikation verantworten werden. Fest steht: sowohl Merkel, als auch Müntefering müssen ihr „Okay“ zu den Personalentscheidungen geben. Vielleicht zieht Frau Merkel aber einen erneuten Überraschungs-Joker aus dem Ärmel – ganz ähnlich, wie es ihr mit dem designierten Kanzleramtschef **Thomas de Maizière** gelang. Unterschätzt wurde Angela Merkel oft, das ist vielleicht ihre große Chance.

Patrick Weisbrod, Birgit Lüke ■



Archiv (M)

Merkel-Sprecher gesucht

Die Gerüchteküche kocht seit Wochen. Wer wird neuer Regierungssprecher? p&k hörte sich um und stellt die heißesten Kandidaten für die Anda-Nachfolge vor.

Bundespressekonferenz

Peter Hahne alias „Frau Bundeskanzlerin“ ist seit 1999 Moderator von „Berlin direkt“ und stellvertretender Leiter des ZDF-Hauptstadtstudios. Der studierte Theologe könnte der Politik den Glauben zurückgeben – und den Glauben in die Politik. Sein Chef Nikolaus Brender formulierte einen charmanten Vergleich, falls Hahne den Posten bekommt: Regierungskommunikation als Himmelfahrtskommando. Hahne dementiert, Sprecher werden zu wollen.



Nikolaus Blome will den Job wahrscheinlich gar nicht, gilt aber als Leiter des Parlamentsbüros und des Ressorts Innenpolitik bei „Welt“ und „Berliner Morgenpost“ als Auskenner und politjournalistischer Superman. Exzellent vernetzt und am Puls der Macht, müsste der ruhelose Blome nur die Seiten wechseln. Der Gewinn für die Regierungsseite wäre ein Verlust für viele Leser.

Peter Limbourg ist seit Jahren im Zentrum der Macht. Er kennt nicht alle, aber fast. Der Diplomatensohn ist seit 1999 Chefredakteur und Leiter der Parlamentsredaktion von N24. Internationale Erfahrung sammelte er unter anderem als Korrespondent in Brüssel. Sprecherkompetenz beweist er regelmäßig als Moderator. Sein Auftritt in einer Wahlsendung von Stefan Raab war leider nicht komisch.



Eva Christiansen gehört zu Merkels Girlgroup. Die 36-Jährige begleitet ihre Chefin, seit sie 1998 in die Pressestelle der CDU kam, von der Generalsekretärin bis zur Kanzlerkandidaten. Es wäre gerecht, wenn sie jetzt ran dürfte. Da gibt es nur ein kleines wachsendes Problem. Sie ist im siebten Monat schwanger und erwartet ein Mädchen. Ob sich das mit dem Sprecherposten vereinbaren lässt? Wohl nur wenn ihr Ehemann die Elternzeit übernimmt.



Dirk Metz informiert bereits seit 1992 enthusiastisch Fans der Deutschen Handballnationalmannschaft als Hallensprecher, da wäre das Bundespresseamt ein Klacks. Seit 1999 ist er Staatssekretär und Sprecher der Hessischen Landesregierung und gilt als hervorragender Kommunikator. Einzig das gute Verhältnis zu seinem jetzigen Chef Roland Koch dürfte Angela Merkel nicht gefallen.

Johann Michael Möller ist Meinungsmacher in Perfektion. Als Kommentator ein ganz Großer, wird ihm auch persönlich eine politische Nähe zum Unionskonzept nachgesagt. Schaden kann das ja nicht. Seit 1998 ist der Schwabe bei „Die Welt“ und inzwischen stellvertretender Chefredakteur des Blatts.



Michael Inacker ist krisensicher. Berichterstattung während des Golfkriegs, aus Somalia, Bosnien und Kroatien, alles für die „Welt am Sonntag“. Im Kriegsschauplatz Bundespresseamt sicher von großem Vorteil. Überhaupt gilt der seit 2004 als Leiter des Bereichs Politik und Außenbeziehungen für die DaimlerChrysler arbeitende Inacker als Geheimwaffe. Er dementiert die Gerüchte jedoch energisch.