



**„Wahlkampf und Reformen – Politische  
Kommunikation im Hartetest“**

**Berlin, 05.04.2004**



## **Statements:**

# **Wahlkampf und Reformen – Politische Kommunikation im Händertest**

- Moderne politische Kommunikation fokussiert drei Grundansatzpunkte: niedrige Informationskosten und das Streben der Akteure nach Konformität und Konsistenz ihrer Wahrnehmung und ihres Verhaltens.
- Informationskosten, Konformität und Konsistenz sind bei sämtliche Akteuren – sowohl Anbieter von Informationen als auch Rezipienten – im Prozess politischer Kommunikation relevant.
- Das Verhältnis zwischen reaktiver und aktiver politischer Kommunikation soll zugunsten eines Agenda-Settings verschoben werden, welches Kommunikation als Gestaltungsinstrument begreift.
- Politische Akteure, die die Spielregeln der Medien verstehen, können die Medien für sich gewinnen, wenn sie einerseits die Grundansatzpunkte moderner politischer Kommunikation beachten und andererseits Neues (Reformen) anbieten und so ihren Aktualitätswert steigern.
- Die Kommunikation neuer politischer Inhalte bietet auch die Möglichkeit für Parteien sich aus dem eng gewordenen Raum rund um den Medianwähler herauszupositionieren.
- Die Bereitschaft für Reformen nimmt bei der politischen Elite und der Bevölkerung zu, wenn einerseits deutlich und frühzeitig ein Reformbedarf und mögliche politische Handlungsoptionen klar kommuniziert werden und andererseits die Notwendigkeit eines kontinuierlichen Reformprozesses in einer stetig wandelnden Welt verinnerlicht wird.

## **Wahlkampf und Reformen – Politische Kommunikation im Hörtetest**

Wahlkämpfe und Reformen stellen einen Hörtetest für politische Kommunikation dar. Kristallisationspunkte sind hierbei Möglichkeiten und Grenzen des Agenda-Settings und der Erzeugung politischer Images.

Die Theorie der Schweigespirale von Elisabeth Noelle-Neumann fokussiert den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung und geht davon aus, dass sich wirkliche und öffentlich geäußerte Meinung unterscheiden können. Menschen passen sich eher einer vermeintlichen Mehrheitsmeinung an, statt ihre eigene zu vertreten. Ansatzpunkt ist so die Irrationalität und Emotionalität der Wirklichkeitswahrnehmung und -verarbeitung.

Moderne politische Kommunikation beachtet das individuelle Konformitätsstreben sowohl bei den Anbietern von Informationen als auch bei den Rezipienten. So kann es zu einer besonderen Form der Schweigespirale kommen, wenn die Informationen und Themen, die schnell und leicht verfügbar sind, in den Medien und auch bei den Rezipienten wahrgenommen werden – im Gegensatz zu den Informationen und Themen, denen eine defizitäre Verfügbarkeit und Präsentation anhaftet.

Denkt man sich in die Situation einer Medienredaktion, so wird deutlich wie relevant dieser Ansatz für die Alltagspraxis ist. Neben Konformität in Bezug auf ihr Umfeld suchen Journalisten nach Konsistenz in ihrer Darstellung. Dementsprechend „inszenieren“ sie die Wahrheit. Die „inszenierte“ Wahrheit wird in der Regel nur gering von ihrer üblichen Sicht der Dinge abweichen. Wer über zehn Jahre eine Meinung vertritt, wird gute Gründe finden müssen, von ihr abzuweichen, oder – und das ist der wahrscheinlichere Fall – er weicht eben nicht ab.

Dieser Trend zum Konservatismus in der Berichterstattung senkt aber andererseits auch die Informationskosten, denn er erleichtert die Orientierung und die Auswahl von Informationen und Themen. Haben also etwa Parteien ein Interesse ihre Themen auf die Agenda zu setzen, müssen sie im Umgang mit den Medien drei Grundansatzpunkte politischer Kommunikation beachten: niedrige Informationskosten und das Streben der Akteure nach Konformität und Konsistenz ihres Verhaltens.

Welche Themen sind es aber, die die politische Debatte bestimmen? Aktuell dominieren noch externe Ereignisse, die eine politische Reaktion erfordern. Da diese oft nicht beeinflussbar und schon gar nicht planbar sind, wird politische Kommunikation zur rein reaktiven Größe. Moderne politische Kommunikation hingegen setzt politische Themen und wird so zu einem aktiven Gestaltungsinstrument. Das Verhältnis zwischen reaktiver und aktiver politischer Kommunikation soll hierbei deutlich zugunsten eines Agenda-Settings verschoben werden, das Kommunikation als Gestaltungsinstrument begreift.

Bei der Wahrnehmung und Verarbeitung von Information wird allerdings nicht nur ein rationales Nutzenkalkül herangezogen, sondern gleichwertig beeinflussen auch Emotionalität und Irrationalitäten die Wahrnehmung. Dies hat zum Beispiel zur Folge, dass Individuen systematisch den Status Quo einer veränderten Situation vorziehen, selbst wenn letztgenannte vorteilhaft für sie wäre. Hier offenbart sich ein Dilemma: Kommunikationsprobleme können etwa entstehen, wenn Individuen mit ihrer aktuellen Situation zufrieden sind, weil sie in ihrem Streben nach Konformität, Konsistenz und niedrigen Informationskosten relativ befriedigt sind. Politische Reformen aber stellen oft einen Angriff auf diese Motive dar, was zu Irritation auch auf emotionaler Ebene führt.

Interessant ist hierbei der Zusammenhang zwischen politischen Reformen und Wahlkampf. Wird unter dem Druck bevorstehender Wahlen oftmals gänzlich auf eine Kommunikation politischer Inhalte in Sinne von Reformen zugunsten emotionalisierter Imagekampagnen verzichtet, so werden selbst während der Legislaturperiode zumeist ausschließlich politische Handlungsoptionen in Betracht gezogen, die marginale Veränderungen beinhalten und somit als kommunizierbar angesehen werden. Oftmals notwendige, deutliche Veränderungen werden als nicht-kommunizierbar angesehen und sind daher politisch irrelevant. So vergeben Parteien oft auch die Chance sich auch dem eng gewordenen Raum rund um den Medianwähler herauszupositionieren.

Hier zeigt sich eine der großen Herausforderungen für die politische Kommunikation gerade in Deutschland: Die Reichweite und Frequenz mit der Reformen kommuniziert und durchgeführt werden ist offensichtlich zu niedrig – so wird immer wieder das Heil in der Vermittlung einer vermeintlichen Sicherheit gesucht, was zu einer faktischen

Reformsklerose führt. Beispiele aus anderen Ländern, wie Großbritannien, Schweden und Finnland hingegen zeigen, dass die Bereitschaft für Reformen bei der politischen Elite und der Bevölkerung zunimmt, wenn einerseits deutlich und frühzeitig ein Reformbedarf und mögliche politische Handlungsoptionen kommuniziert werden und andererseits die Notwendigkeit eines kontinuierlichen Reformprozesses in einer stetig wandelnden Welt verinnerlicht wird.

Berlin, 05. April 2004