

Aktuelle Themen des Mittelstandes für die Politikberatung

Inhaltsübersicht

1. Zusammenfassung
2. Einleitung
3. Grundlagen
 - 3.1. Politikberatung
 - 3.2. Aktuelle Themen
4. Modell zur Entstehung von Themen für die Politikberatung
 - 4.1. Ausgewählte Ansatzpunkte
 - 4.1.1. Ansätze der Kommunikationstheorie
 - 4.1.2. Ansätze der Psychologie
 - 4.1.3. Politikzyklus
 - 4.1.4. Verhältnis von Wissenschaft und Politik
 - 4.2. Modell „Entstehung von Themen“
 - 4.2.1. Problementstehung
 - 4.2.2. Öffentlichkeitsbewusstsein
 - 4.2.3. Kampf um die politische Agenda
 - 4.2.4. Politische Entscheidung
 - 4.3. Schwächen
 - 4.4. Dauerbrennerproblematik
5. Diskussion & Fazit
6. Literaturverzeichnis

- Julia Kappenhagen (Punkte 1.; 4.1.3.; 4.1.4.; 4.2.1.; 4.2.2.; 4.4.; 5.)
- Janick Pape (Punkte 2.; 3.; 4.1.1.; 4.1.2.; 4.2.3.; 4.2.4.; 4.3.)

Zusammenfassung

Politikberatung spielt in der heutigen dynamischen Umwelt politischer Entscheidungen eine immer größere Rolle (Vgl. Zimmermann (2008), S. 101). Die wissenschaftliche Politikberatung dient dabei insbesondere als „Anker“ der Objektivität und berät die Politik nach besten Wissen und Gewissen in ihren Entscheidungen (Vgl. bpb (2014), o.s.). Überlegt man wie (mittelstandsbezogene) Themen für die Politikberatung zustande kommen, findet sich trotz zahlreicher wissenschaftlicher Auseinandersetzungen mit dem Thema „Politikberatung“ keine befriedigende Lösung (Vgl. Blackburn, Kovalainen (2009), S. 127 ff.). Ein Versuch diesen Prozess abzubilden beginnt, in dem hier entwickelten Modell, bei dem Auftreten eines Problems als Einzelfall. Durch Kommunikation der Problematik vergrößert sich der Radius und mündet in einem allgemeinen Öffentlichkeitsbewusstsein. Im Zuge dessen kann das Thema Teil der politischen Agenda und damit gleichzeitig für die Politikberatung relevant werden. Unter Einbezug aller Akteure (Politik, Politikberatung, Öffentlichkeit) kommt es abschließend zu einer politischen Entscheidung. Diese versuchen unterschiedliche Interessengruppen zu ihrem Nutzen zu beeinflussen. Die wissenschaftliche Politikberatung nimmt dabei die Rolle des objektiven Ratgebers ein.

Einleitung

In Zeiten der Globalisierung, in der die Welt zunehmend vernetzter wird, werden auch Entscheidungen für die Politik immer komplexer. Entwicklungen in anderen Ländern können sich in kürzester Zeit auch auf die Wirtschaft und die Gesellschaft im eigenen Land auswirken (Vgl. Zoll (2003), S. 1; Vgl. Friedman (2006), S. 531 ff.). Die Politik sieht sich in dieser Situation vielschichtigen Problemen gegenüber, welche sie bewältigen muss. Hier greift die Politikberatung, insbesondere die Wissenschaftliche, unterstützend ein. Ziel ist es hierbei über Sachverhalte, politische Handlungsoptionen und wirtschaftliche Konsequenzen zu informieren. Im Wesentlichen hat die Politikberatung die Funktion der Legitimation und Beseitigung von Informationsdefiziten (Vgl. bpb (2014), o.S.).

Die bestehende Literatur beschäftigt sich oftmals eingehend mit den Akteuren der Politikberatung, wenig bis gar nicht erforscht ist die Frage woher mittelstandsbezogene Themen für die Politikberatung stammen. In diesem Zusammenhang ist zu klären wie sich aus einem Sachverhalt ein Aufgabenfeld für die Politikberatung ergibt. Ziel ist es, unter Einbezug verschiedenster Theorien und Ansätze, diesen Prozess modelhaft abzubilden. Daher bildet das Modell der Themenentstehung für die Politikberatung den zentralen Punkt dieser Arbeit. In diesem fließen verschiedene zuvor dargestellte Bereiche diverser wissenschaftlicher Disziplinen zusammen, denen eine Bedeutung in Bezug auf die Fragestellung beigemessen wird (Vgl. Blackburn, Kovalainen (2009), S. 127 ff.). Das Modell soll als Ausgangspunkt für weitere Forschungstätigkeiten dienen und erfüllt daher nicht einen allumfassenden Erklärungsanspruch.

Grundlagen

Politikberatung

„Politikberatung ist ein Sammelbegriff für unterschiedliche Formen der Unterstützung und Absicherung politischer Entscheidungen und der hierfür politisch Beauftragten“ (bpb 2014, o.S.). Hierbei handelt es sich nicht um einen geschützten Begriff, so dass sich Lobbyismus, Public Affairs, Politikvermittlung und Beratung oftmals nicht trennscharf abgrenzen lassen (Vgl. Falk, Römmele (2009), S. 9). In einer weit gefassten Definition können diejenigen als Berater gesehen werden, die politischen Entscheidungsträgern oder Parteien in irgendeiner Art und Weise Rat erteilen (Vgl. Falk, Römmele (2009), S. 9). Eine herausgehobene Stellung hat die wissenschaftliche Politikberatung inne. Sie unterliegt objektiven Kriterien, wie die theoretische und methodische Fundierung der Arbeiten und höchsten Ansprüchen bezüglich ihrer Objektivität (Vgl. Schmidt (2005), S. 3). Lompe definiert wissenschaftliche Politikberatung auf zwei Wegen. Demnach handelt es sich bei dieser im weiteren Sinne um eine Beratung durch Personen, die der wissenschaftlichen Methoden und Denkweisen mächtig sind (Vgl. Lompe (2006), S. 25). Im engeren Sinne versteht Lompe hingegen die oftmals institutionalisierte Beratung durch diejenigen, die in der Forschung arbeiten und durch neue wissenschaftliche Ergebnisse in der Lage sind politische Akteure zu beraten (Vgl. Lompe (2006), S. 25).

siehe hierzu auch wissenschaftliche Politikberatung (Mittelständische Politikberatung im Bereich Nachhaltigkeit)

Box 1: Expertenmeinung - Wie funktioniert eigentlich gute Politikberatung?

Interviewpartner (3) (Wissenschaftliche) Politikberatung beschreibt der befragte Politikberater dann als gut, „wenn der Politiker nichts damit anfangen kann“. Gemeint ist damit, dass er sie nicht direkt und vollständig zur Stützung seines Standpunktes heranziehen kann. Weiterhin sei sie ein „Schutzraum“ in dem wissenschaftliche Kriterien (Objektivität, Reliabilität, Validität, transparente Herleitung, Breite der Quellen, Eindeutigkeit der Zitate, etc.) statt politischer oder sozialer Erwünschtheit dominieren. Dennoch lassen nach der Erfahrung des politischen Beraters die meisten Gutachten einen Schluss auf die Meinung des Gutachters zu. Dies sei insbesondere bei Arbeiten mit einem Lobby-Hintergrund oftmals anzunehmen, auch wenn die Gutachten wissenschaftlichen Kriterien standhielten. Politikberatung könne in diesem Zusammenhang jedoch auch die Anregung zu einem Perspektivwechsel sein, womit ein Blick auf „das Ganze“ ermöglicht würde.

Interviewpartner (1) Neben wissenschaftlichen Gutachten und Forschungsarbeiten von Universitäten und Instituten bezieht der befragte Politiker ebenfalls bewusst das Anhören unterschiedlicher Interessengruppen und Lobbyisten gegensätzlicher Parteien mit in die Meinungsbildung ein. Ein wichtiger Punkt sei es aber auch eigene Erfahrungen mit verschiedensten Themen und den Beteiligten zu machen.

Interviewpartner (2) Dass die Politik jedoch auf mittelständische Unternehmen zugehe, die von Problemen oder Entscheidungen betroffen sind, sieht der befragte Unternehmer als illusorisch an. Die Auswirkungen politischen Handelns auf mittelständische Unternehmen

könne nur kompetent durch Unternehmer vermittelt werden, die selbst den Schritt in die Politik wagten.

Aktuelle Themen

Als aktuelles Thema kann einerseits eine Problematik gelten, für die ein akuter Lösungsbedarf besteht um einen Missstand zu beheben oder ein reibungsloseres Funktionieren eines Vorgangs zu ermöglichen (Vgl. Noelle-Neumann (2004), S. 378). Denkbar ist dies beispielsweise aufgrund technischer Innovationen oder der Konfrontation mit neuartigen Problemen in den unterschiedlichsten Bereichen (Arbeitsmarkt, Sozialwesen, Fiskalpolitik, Umwelt) sowie der Folgen aus unvorhersehbaren Ereignissen wie Naturkatastrophen oder globalen Ereignissen wie Finanzkrisen. Andererseits können solche Notwendigkeiten auch durch ein gezieltes Themensetzen einer Interessensgruppe eine fingierte Aktualität erhalten, wobei machtpolitische, wirtschaftliche oder sozialpolitische Ziele dieser Gruppe meist eine Rolle spielen (Vgl. Noelle-Neumann (2004), S. 118). Vielleicht lässt sich festhalten, dass ein ichbezogenes, irrationales Handeln, wie es dem Charakter des Menschen zu eigen ist, das Auftreten von Problemen unterschiedlichster Art fördert, die wiederum durch die Gesellschaft im öffentlichen Diskurs und der Politik als letztem Entscheider zu bewältigen sind (Vgl. Ferguson (2010), S. 283). In diesem Zusammenhang ist es wichtig anzumerken, dass in kapitalistischen Wirtschaftssystemen die Gesellschaft nie als starr anzusehen ist und ein stetiger Wandel zur Erneuerung beiträgt und Aufstiegschancen bietet (Vgl. Schumpeter (1947), S. 134 ff.). Dieser "kreative Zerstörungsprozess" muss aber auf der anderen Seite zu einem Niedergang von Institutionen der Gesellschaft (wie beispielsweise Holzmann, Quelle oder Schlecker, aber auch der Verfall einiger großer deutscher Zeitungsmarken) führen, die sich in der veränderten Umwelt nicht zurecht finden und die Grundlage ihrer Existenz (meist ist dies mit Geschäftsmodellen gleichzusetzen) als verschwindend erkennen müssen. Parallelen mit der Darwin'schen Evolutionstheorie sind hierbei sicherlich zu erkennen. Von möglichen Unternehmensauflösungen sind hierbei nicht nur die Arbeitnehmer und deren Familien, sondern auch Gläubiger und Kunden betroffen, so dass sich bei größeren Unternehmen schnell, im Gegensatz zu kleineren Unternehmen, eine breite Öffentlichkeit findet, die für eine staatliche Rettung der Konzerne plädiert. Grundsätzlich ist jedoch ein gewisses Maß an Öffentlichkeit in einer Gemeinschaft vorauszusetzen, damit der Handlungsbedarf kommuniziert und Lösungsmöglichkeiten diskutiert werden können (Vgl. Montenbruck (2010), S. 292). Dies wiederum verlangt nach einem öffentlichen Interesse an der Lösung des Problems. Am Ende dieses Prozesses soll der Sachverhalt durch eine politische Entscheidung gelöst werden. Dieser Regelungsdruck oder Liberalisierungswunsch an einen letzten Entscheider in Form der Politik scheint den Themen dabei gemein.

siehe hierzu auch Grasrootslobbying (Lobbyarbeit, Krieg der Lobbyisten)

Modell zur Entstehung von Themen für die Politikberatung

Ausgewählte Ansatzpunkte

Ansätze der Kommunikationstheorie

Im weiteren Verlauf des Textes wird es notwendig sein auf verschiedene kommunikationstheoretische Konstrukte zurückzugreifen. In Grundzügen sollen diese im Folgenden umrissen und deren Aussage im Hinblick auf das weiter unten vorgestellte Modell erklärt werden. Zunächst ist das Gebilde "Gesellschaft" zu definieren. Dabei lässt sich festhalten, dass die Gesellschaft ein soziales System darstellt, welches seinerseits in weitere Subsysteme (den Organisationen) unterteilt ist. Diese wiederum bestehen aus einzelnen Interaktionen oder Kontakten (Vgl. Luhmann (2008), S. 33). Die Untersysteme lassen sich dabei nicht trennscharf voneinander abgrenzen sondern weisen zahlreiche Überlappungen auf. Aus der Sicht Luhmanns lässt sich dabei das Gesamtsystem Gesellschaft nicht in territorialen Grenzen sehen, sondern ist einzig durch die Grenzen der Kommunikation beschränkt. Dies wird auch dadurch unterstrichen, dass Systeme nicht aus Menschen, sondern aus Kommunikation (als kleinstmögliche Einheit) bestehen. Der Mensch nimmt dabei nur an der Kommunikation teil und stellt durch seine physischen Voraussetzungen und sein Bewusstsein, als Bestandteile eines biologischen und psychischen Systems, die Bedingung für die Existenz eines sozialen Systems dar. Für dieses kann er aber nur einen Teil seiner Umwelt darstellen (Vgl. Luhmann (2008), S. 288). Die Gesellschaft als System ist also aus der Summe der in erfolgreichen Kommunikation zu sehen und nicht als Ansammlung von Menschen. Die hier dargestellte und ungewohnte Denkweise lässt sich dadurch alltagstauglicher machen, hält man sich die Aussagen des sogenannten metakommunikativen Axiom vor Augen. Dieses besagt, dass Individuen, die einander wahrnehmen können, ohnehin unablässig durch ihr Verhalten miteinander kommunizieren (Vgl. Beavin, Watzlawick, Jackson (2007) S. 60).

Als weitere Dimension ist schließlich der Begriff der "Rolle" hinzuzufügen und zu erläutern. Individuen sind nicht auf ein Subsystem der Gesellschaft (oder richtig: die Kommunikation darin) beschränkt, sondern können an einer unendlich hohen Anzahl davon teilnehmen. Die Interaktion mit anderen Teilnehmern in diesem Subsystem erfordert jedoch auch das Erfüllen der Vorgaben dieses Kreises, was die persönliche Freiheit insofern einschränkt indem die zugewiesene Rolle mehr oder weniger verbindlich zu erfüllen ist. Die Erwartungen an den Rolleninhaber sind jedoch nicht eindeutig formuliert. Dies führt einerseits dazu, dass durch eine Person gleichzeitig mehrere Rollen positionsbezogen wahrgenommen werden. Eine Person ist also zur gleichen Zeit "Kollegin", "Chefin", "Freundin", "Soziologin", "Stadträtin", andererseits entstehen durch diesen Umstand Rollenkonflikte und -belastungen (Vgl. Kahn, Quinn, Rosenthal, Snoek, Wolfe (1964), o.S.).

Der Vollständigkeit wegen sollte hier auch erwähnt werden, dass die Kommunikation von Individuen stark von der Einnahme verschiedener Ich-Zustände abhängen kann. So können Ich-Zustände eingenommen werden, die an Elternfiguren erinnern (Eltern-Ich), Zustände, die möglichst objektiv sind (Erwachsenen-Ich) und Zustände, die durch Innovation, Spontaneität und Kreativität gekennzeichnet sind (Kindheits-Ich). Die Ergebnisse von Kommunikation können jeweils durch Einnahme eines solchen Zustandes (und der Einnahme eines eventuell widersprechenden Zustandes des Kommunikationspartners) stark beeinflusst werden (Vgl. Berne (2013) S. 29).

Ansätze der Psychologie

Es lassen sich noch weitere Aspekte bei der Entstehung von Themen und deren Verdichtung zu Meinungen erkennen. Als wichtiger Ansatzpunkt sollen im Folgenden ausgewählte Sichtweisen der Psychologie angesprochen werden, die zur Entstehung von Meinungen oder dem Treffen von Entscheidungen innerhalb von Gruppen führen. Bereits am Ende des vorhergehenden Absatzes wurde die Annahme von sozialen Rollen angesprochen (Vgl. Kap. 4.1.1). Normalerweise hat der Mensch das Bedürfnis den Erwartungen der Gruppe an seine Rolle zu entsprechen. Diese geht meist damit einher die Meinungen und Verhaltensweisen anderer Gruppenmitglieder zu übernehmen. Erklärbar ist dies durch den Wunsch bei Unsicherheit "richtig" zu handeln, sowie durch das Streben nach Akzeptanz durch die anderen Gruppenmitglieder aufgrund der Normensprechung (Vgl. Gerrig, Zimbardo (2008) S. 674 ff). Dabei ist anzumerken, dass sich diese Normen nur durch die Interaktion der Gruppenmitglieder herausbilden und sich, nach ihrer Etablierung, als erstaunlich langlebig herausstellen können. Es ist sogar möglich, dass Personen aufgrund dieses Konformitätsdrucks ihre eigene Meinung (auch in unzweifelhaften Situationen) ändern und sich der Mehrheitsmeinung anschließen. Allerdings bestehen auch Untersuchungen nach denen eine couragierte Minderheit die Meinung einer trägen Mehrheit in ihre Richtung ziehen kann, was unter anderem daran liegt, dass die Anhänger der Mehrheitsmeinung zur Einnahme anderer Perspektiven gezwungen werden (Vgl. Gerrig, Zimbardo (2008) S. 674 ff).

Ein darauf aufbauender Effekt ist in der Neigung von Gruppenentscheidungen zu Extremen zu sehen. Dies entsteht zum einen durch die Aufsummierung von verschiedenen Gründen mit der gleichen Meinungstendenz, die sich gegenseitig verstärken oder zum anderen dadurch, dass einzelne Mitglieder in ihrem Streben nach Anerkennung die Meinung extremer darstellen als die eigentliche Konsensmeinung. Versuchen alle Personen des Kreises so ihr Ansehen zu mehren, ergibt sich eine Potenzierung der Gruppenmeinung in Richtung eines Extrems (Vgl. Gerrig, Zimbardo (2008) S. 678).

Ein weiterer Aspekt, der hier angesprochen werden soll, ist das Phänomen des sogenannten Groupthinkings. Dieses beschreibt das Ausblenden von unerwünschten Informationen, die der Gruppenmeinung entgegenstehen um den Konsens aufrechtzuhalten. Insbesondere Gruppen mit starken Führern, festgelegten Zielen oder den Wunsch nach der Aufrechterhaltung der positiven Stimmung innerhalb der Gruppe sind für Groupthinking anfällig. Wichtig ist es daher immer auf die positive Kraft von Diskussionen und dem Wettbewerb der Ideen sowie das vorurteilsfreie Anhören von Expertenmeinungen zu verweisen (Vgl. Gerrig, Zimbardo (2008) S. 678). Allerdings erscheint es oftmals schwierig solche heterogenen Gruppen zu formen, da Menschen dazu neigen sich mit Personen zu umgeben, die ihre Meinungen, aber auch bereits Kommunikationsstrukturen (Vgl. Kapitel 4.1) teilen (Vgl. Berne (2013) S. 274).

siehe hierzu auch Grassrootslobbying (Lobbyarbeit, Krieg der Lobbyisten)

Politikzyklus

Der Politikzyklus ist ein Phasenmodell, welches die Dynamiken und Abläufe eines politischen Prozesses abbildet. Formuliert wurde es im Jahre 1956 zum ersten Mal von Harold Dwight Lasswell und dient seitdem als Grundstein für zahlreiche andere Modelle, die sich dem Prozess widmen (Vgl. Jann, Wegrich (2007), S. 43). Ausgangspunkt der Modelle liefert Lasswells Überlegung, dass politische Prozesse bestimmte Stadien durchlaufen. In der heutigen Literatur hat sich dabei eine Unterteilung von sechs Phasen als Gebräuchlichste durchgesetzt (Vgl. Blum, Schubert (2009), S. 104f.). Die erste Phase des Politikzyklus bildet

die Problemdefinition bzw. Problemwahrnehmung. Dieses Stadium bezieht sich dabei auf den Teil des Prozesses, in dem ein soziales Problem öffentliches Bewusstsein erlangt und die Notwendigkeit eines politischen Eingriffs festgestellt bzw. offensichtlich wird (Vgl. Janning, Schneider (2006), S. 51).

Die zweite Phase, die eng mit der Problemwahrnehmung verbunden ist, ist das „Agenda Setting“ oder auch die Problemthematisierung genannt. In diesem Stadium wird die Problematik auf die politische Agenda gesetzt. Laut John Kingdon, welcher sich in seinen Arbeiten insbesondere diesem Stadium des Politikzyklus widmete, handelt es sich dabei um eine Liste von Themen, welcher die Politik und ihr weiteres Umfeld zu einer bestimmten Zeit besondere Aufmerksamkeit widmet (Vgl. Kingdon (1984), S. 3f.). Hat es ein Thema auf die Agenda der Politik geschafft, folgt in der dritten Phase die Politikformulierung. Ziel ist es hierbei zu einer Entscheidungsfindung zu gelangen und die Vielzahl geäußerter Forderungen und Ideen in politische Programme umzuwandeln (Vgl. Jann, Wegrich (2009), S. 89). Nach wie vor können bei diesem Prozess zahlreiche Akteure, die auch an früheren Phasen des Politikzyklus beteiligt waren, mitwirken. In der Regel verdichtet sich diese Anzahl jedoch (Vgl. Blum, Schubert (2009), S. 113).

Die vierte Phase „Implementierung“ des Politikzyklus bildet die Transformierung der Entscheidung in einen rechtlichen Rahmen und insbesondere deren Anwendung in der Praxis. Neben der Implementierung der neuen Regelungen, sind auch Anpassungen an bestehende Gesetze Teil dieser Stufe (Vgl. Jänicke, Kuning, Stitzel (2003), S. 63).

Im Zuge der fünften Phase kommt es zu einer „Evaluation“ der gesetzlichen Regelungen. Ziel ist es die Wirkungsweisen und die Zielerreichung der politischen Maßnahmen zu erfassen bzw. zu bewerten (Vgl. Blum, Schubert (2009), S. 126).

Die sechste Phase, welche eng mit dem Prozess der Evaluation verbunden ist, beinhaltet die Entscheidung, ob ein Politikzyklus beendet werden kann oder auf Grund von Unzufriedenheit neu reformiert werden muss. Überwiegt der Eindruck, dass die neue Regelung zufriedenstellend ist, kann der politische Zyklus beendet werden. Andernfalls beginnt er von neuem (Vgl. Blum, Schubert (2009), S. 128f.). Hier befindet sich auch der Ansatzpunkt zur weiter unten beschriebenen "Dauerbrennerproblematik".

Verhältnis von Wissenschaft und Politik

Das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Politik ist insbesondere seit den 60er Jahre Teil der sozialwissenschaftlichen Diskussion (Vgl. Mai (2008), S. 458). Als Ergebnis lassen sich drei Modelle wissenschaftlicher Politikberatung anführen: das dezisionistische, das technokratische und das pragmatische Modell. Geprägt wurden diese durch Habermas und Schelsky. Die Diskussion um die Modelle als auch deren zugrundeliegende Auffassung über Wissenschaft und Politik befruchtete die Debatte um das Verhältnis zwischen diesen beiden Akteuren bis heute nachhaltig (Vgl. bpb (2014), o.S.). Einen Ausgangspunkt traditioneller Denkschemata liefert die Betrachtung der Beziehung als voneinander getrennte Teilsysteme, die jeweils einer unterschiedlichen Logik folgen. Die sich daraus ergebende „Orientierungsdifferenz“ zwischen dem Streben nach Wahrheit seitens der Wissenschaft und einer nach Macht trachtenden Politik, führt zu einer grundsätzlich eher problematischen Beziehung (Vgl. Mayntz (2009), S. 6). Extreme dieses Verhältnisses stellen das technokratische und das dezisionistische Modell dar, welche jedoch von Habermas ablehnt werden. Stattdessen vertritt er die Auffassung des Pragmatismus (Vgl. Habermas (1968), S. 126f). Außerhalb theoretischer Betrachtungen konnten die Modelle aufgrund verschiedenster

Schwächen nie ganzheitlich in der Praxis realisiert werden. Dennoch werden die Ausführungen in der Literatur als Grundlage weiterer Betrachtung verwendet (Vgl. Lompe (1966), S. 27).

Das dezisionistische Modell

Dem dezisionistischen Modell, welches auf Habermas zurückzuführen ist, liegen die Vorstellungen Max Webers zu Grunde, nachdem zwischen Werten und Wissen scharf unterschieden werden muss (Vgl. Habermas (1968), S. 121). Die Aufgabe der Wissenschaft ist es dabei der Politik ihr wertfreies Expertenwissen zur Verfügung zu stellen. Auf Grundlage dieser Informationen trifft die Politik ihre Entscheidungen. Dabei ist es ihr selbst überlassen in welchem Umfang sie sich der wissenschaftlichen Erkenntnisse bedient (Vgl. Lompe (2006), S. 28). Habermas sieht in seinem Modell die Politik der Wissenschaft klar übergeordnet, da nur ihr die Kompetenz zur Wertentscheidung obliegt (Fleischer, Hustedt, Veit (2010), S.16). Nichtsdestotrotz ist die Einflussnahme der Wissenschaft generell möglich, jedoch entschließt sich die Politik nach politischem Kalkül und bleibt die äußerste Entscheidungsinstanz (Vgl. Lompe (2006), S. 28).

Das technokratische Modell

Das technokratische Modell von Schelsky ist durch eine eindeutige Dominanz der Wissenschaft und Technik gegenüber der Politik gekennzeichnet und dreht folglich das Verhältnis des dezisionistischen Modells um (Vgl. Habermas (1968), S. 122). Ausgangspunkt liefert die Überlegung, dass in einer technisch-wissenschaftlichen Zivilisation Sachgesetzmäßigkeiten und Sachzwänge die ursprünglichen wertbasierten Entscheidungen ersetzen (Vgl. Schelsky (1965), S. 453). In einem derartigen Modell avanciert die Politik zum Exekutivorgan von wissenschaftlicher Rationalität, deren Entscheidungsspielraum bei zunehmender Konvergenz wissenschaftlicher Ergebnisse und technischer Entwicklungen, immer weiter eingeengt und fiktiv wird (Vgl. Schelsky (1965), S. 458).

Das pragmatische Modell

Das pragmatische Modell von Habermas, in Auseinandersetzung mit den vorherigen Modellen, beruht auf der Auffassung, dass wissenschaftliche Politikberatung nicht durch einen linearen Prozess abgebildet werden kann. So ersetzt Habermas die strikte Trennung zwischen Wissenschaft und Politik durch eine wechselseitige Abhängigkeit beider Akteure (Vgl. Lompe (2006), S. 30). In diesem Verhältnis ist es die Aufgabe der Wissenschaft die entscheidungsfällende Instanz zu beraten. Diese wiederum beauftragt die Wissenschaft zielgerichtet (Vgl. Habermas (1968), S. 126). Problemlösungen sind demnach Resultat eines gemeinschaftlichen Prozesses und einer wechselseitigen, wissenschaftlich fundierten Kommunikation (Vgl. Lompe (2006), S. 30). Begleitet wird die Interaktion durch einen öffentlichen Diskurs (Legitimationsfunktion) (Vgl. Fleischer, Hustedt, Veit (2010), S. 18).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Auffassung zur Analyse wissenschaftlicher Politikberatung unter dem Blickwinkel von zwei gegensätzlichen Handlungssystemen, die einer unterschiedlichen Logik folgen, als rückständig angesehen werden kann. An ihre Stelle tritt die Vorstellung einer „komplexen Abhängigkeitsbeziehung“ (Fleischer, Hustedt, Veit (2010), S.18). Derartige Modelle jüngerer Politikberatungsforschung, wie von Renn (2002), Weingart (2001), Heinrichs (2002) und Krevert (1993) aufgestellt, bauen auf den linearen Modellen auf und ergänzen sie um zusätzliche Akteure (Öffentlichkeit, Medien,

der Lösung auf übergeordneter, politischer Ebene gemein. Seinen Ursprung findet ein solches Thema in einem konkreten Einzelfall, wobei noch kein verbreitetes Öffentlichkeitsbewusstsein über diese Problematik vorhanden ist. Kritisch ist in diesem Kontext die Aussage eines Experten nachdem Probleme in KMUs trotz eines politischen Handlungsbedarfs oftmals im Unternehmen verbleibe (vgl. Kasten 1). Als Resultat würde eine solche Thematik erst gar nicht in den weiteren Prozessablauf gelangen und kein Öffentlichkeitsbewusstsein entstehen.

Box 2: Expertenmeinung - Problemstellung

Interviewpartner (2) Laut der Aussage des mittelständischen Unternehmers können Probleme an den unterschiedlichsten Stellen im Unternehmen registriert werden. Im Normalfall können diese in den jeweiligen Abteilungen durch die Ausarbeitung von Lösungsansätzen schnell und pragmatisch im Unternehmen selbst gelöst werden. Darüber hinaus tauchen jedoch immer wieder Problematiken auf, die nur schwer innerhalb des Unternehmens beseitigt werden können. Als Entstehungsursache für derartige Probleme sieht der Unternehmer oftmals die Politik selbst, die mit neuen Regelungen Erschwernisse bei den KMUs hervorrufen, wie beispielsweise die Rente mit 63 Jahren, die den Fachkräftemangel verstärkt. Trotz der Notwendigkeit eines politischen Handlungsbedarfs, verbleiben diese Probleme nach der Auffassung des Experten oftmals im Unternehmen selbst. „Es besteht das Problem, dass kleine und mittelständische Unternehmen ihre Probleme immer für sich lösen möchten.“ Gründe für ein solches Verhalten sieht der Unternehmer insbesondere in der Angst und den Hemmungen der KMUs sich an die Öffentlichkeit zu wenden und die Thematik zunächst als Einzelner laut publik zu machen.

Öffentlichkeitsbewusstsein

Nachdem ein Thema aufgetreten ist, kann es zu einem größeren Öffentlichkeitsbewusstsein kommen, indem die Aufmerksamkeit der Gesellschaft darauf gelenkt wird. Dies kann aktiv initiiert oder ungewollt geschehen. Verursacht durch eine zunehmende Kommunikation des Problems durch den Betroffenen bzw. der direkt Beteiligten kann es zu einer sukzessiven Ausweitung des Interesses bezogen auf das Thema kommen (zu einzelnen Wirkungsweisen und Kommunikationsbeziehungen siehe auch Kommunikationstheorie in Kapitel 4.1.1.). Ähnlich eines Schneeballeffektes erweitert sich dabei der Radius der Individuen, die mit der Thematik in Berührung kommen. Die Geschwindigkeit der Verbreitung scheint von der Brisanz des Themas abzuhängen und der Anzahl derer, die sich damit identifizieren können. So führt laut Bourdieu ein hohes Involvement zu einem stärkeren Einbringen in den öffentlichen Diskurs, während bei niedrigem Involvement eher ein gleichgültiges Verhalten zu erwarten ist. Erreichen Auswirkungen einer folgenden politischen Entscheidung jedoch das persönliche Umfeld, so kann sich dies ändern (Vgl. Bourdieu (1993), S. 212 ff.).

Der Prozess dauert solange fort, bis er in einem breiten Öffentlichkeitsbewusstsein mündet, wobei dabei insbesondere den Massenmedien eine bedeutende Rolle zukommt. Öffentlichkeit

zeichnet sich durch die Wahrnehmbarkeit des dortigen Sprechens und Handelns aus. Des Weiteren kann Öffentlichkeit unabhängig von der Ortsgebundenheit der Handelnden und Rezipienten angesehen werden. Durch die Medien erfolgt vielmehr die Ansprache eines breiten Publikums (Vgl. Jäckel (2011), S. 265). Im Zuge eines öffentlichen Diskurses verdichten sich schließlich die einzelnen Ansichten zu Meinungen, die von einer größeren Gruppe vertreten werden, was insbesondere durch die oben beschriebenen Effekte der Normenentsprechung und später des Groupthinks zusätzlich befeuert wird. Nichtsdestotrotz bestehen neben den breiten Meinungsströmungen auch weiterhin Auffassungen, die von einer Minderheit getragen werden (Vgl. Noelle-Neumann (2004), S. 381). Es ist allerdings anzunehmen, dass ein gewisser Druck auf das Individuum besteht sich einer Meinung anzuschließen, die bereits von einer größeren Gruppe geteilt wird (Vgl. Kap. 4.1.2). Diese als Konformitätsdruck bekannte Reaktion begünstigt den Prozess des Herauskristallisierens von wenigen Meinungsströmungen (Vgl. Noelle-Neumann (2004), S. 374).

Box 3: Expertenmeinung - Öffentlichkeitsbewusstsein

Interviewpartner (2) Nach den Aussagen des Unternehmers sind die Problematiken des Mittelstandes oftmals zu speziell um eine breite Öffentlichkeit herzustellen. Darüber hinaus sind sie meist nicht geeignet um durch Massenmedien kommuniziert und multipliziert zu werden (hierfür eignen sich eher branchen- und fachspezifische Medien). Dies behindert, neben der Präferenz zur eigenständigen Problemlösung (Vgl. Kasten 1), die Entstehung eines breiten öffentlichen Interesses. Ebenso fehlen seiner Aussage nach KMUs die Machtpositionen im Vergleich zu Großkonzernen, da die Anzahl der Betroffenen geringer ist. Eine dortige Rationalisierungsmaßnahme um wenige Prozente erreiche eine höhere Aufmerksamkeit als die umfangreiche Stellenkürzung eines Mittelständlers. Auch mit der Drohung einer Verlagerung der Unternehmenszentrale und damit verbundenen Einbußen bei der Gewerbesteuer ließen sich (Lokal-)Politik und Öffentlichkeit von Konzernen „erpressen“. Eine Ausnahme bieten Themen, die akut und von starker regionaler Bedeutung sind, sowie bereits durch ihre Eigenart eine große Zahl Multiplikatoren vereinen können. Als Beispiel hierfür führt der Unternehmer, außerhalb des Geschäftslebens, den Bau eines Kunstrasenplatzes an, der zunächst nicht mit öffentlichen Geldern gefördert werden sollte. Durch die Vielzahl von Multiplikatoren (Fußballer, Jugendmannschaften, Angehörige, Pressevertreter, etc.) gelang es den Beteiligten jedoch starken Druck auf die Verantwortlichen auszuüben und letztlich eine Förderung des Projekts zu erreichen. In diesem Zusammenhang fällt den Medien aus Sicht des Unternehmers größtenteils die Rolle des Multiplikators zu, während in sozialen Netzwerken Themen groß, aber auch oftmals kleingeredet werden können. Gezielt zu steuern sei ein solcher Prozess für KMUs jedoch nicht, insbesondere da sich Presseorgane nicht zum „Sprachrohr einzelner machen lassen“.

Interviewpartner (1) Im Gegensatz zu den Aussagen des Unternehmers sieht der befragte Politiker sehr wohl eine Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch die Medien sowie die Arbeit von Interessensgruppen und Verbänden. Dies sei zum einen dadurch gegeben, da eine 100%ig objektive, journalistische Berichterstattung nicht erreicht werden könne, zum anderen durch den Versuch der Betroffenen „Stimmung“ für ihr Anliegen zu erzeugen. Eine steigende Tendenz bei der Nutzung des Web 2.0 ist nach seinen Aussagen deutlich zu erkennen. Dieses eigne sich bestens um einer verhältnismäßig kleinen Gruppierung schnell Aufmerksamkeit zu verschaffen. Eine gezielte Nutzung durch KMUs war jedoch auch hier nicht bekannt.

Interviewpartner (3) Die Notwendigkeit einer bestimmten Anzahl von Diskussionsteilnehmern bestätigte auch das Gespräch mit dem Politikberater. Themen bedürften im Bereich Politik der politisch multiplizierenden Klasse, die etwa 5-10% der Bevölkerung umfasse. Dabei stellt der Experte die These auf, dass die Debatte durch das Beherrschen der „ersten dreißig Minuten“ geprägt wird. Wer zu Beginn die richtigen Assoziationen in den Köpfen der Öffentlichkeit platziert und das Vokabular „Gute Dinge brauchen gute Namen, böse Dinge böse!“ einführt, könne eine Thematik gezielt zu seinen Gunsten bestimmen. Besonders erfolgreich sind laut Aussage des Beraters auch Themen, die der Öffentlichkeit suggerierten eine Lösung in einer bestimmten Art und Weise läge im allgemeinen Interesse (auch wenn dem oft nicht so sei) und alle anderen Ziele seien diesem Thema unterzuordnen. Die Herstellung einer Öffentlichkeit ist jedoch nach Meinung des politischen Beraters meist durch die Arbeit von Spin-Doctoren, PR-Agenten und Lobbyisten beeinflusst (siehe Macht der Lobbyisten). Diese versuchen die den Nachrichtenagenturen anzusetzen, die als eigentliche Meinungsbildungsmedien anzusehen sind. Alle anderen Medien drücken laut der Aussage des Experten „den immer gleichen Nachrichtenwurstbrei in immer neue Wursthüllen“.

Kampf um die politische Agenda

Im Zuge eines breiten Öffentlichkeitsbewusstseins wird zunehmend auch die Politik aufmerksam auf die aktuelle Problematik. Dieses Bewusstsein ist als Grundstein für eine politische Entscheidung zu sehen. Abgeleitet aus den Erkenntnissen des Kapitels 4.1.1. ist an dieser Stelle festzuhalten, dass ein Politiker sehr wohl schon in der Phase "Öffentlichkeitsbewusstsein" in die Problemmunikation und den öffentlichen Diskurs eingebunden sein kann. Dies geschieht jedoch in seiner Rolle als "Bürger", "Experte" oder ähnlichem, nicht in der Rolle als "Politischer Entscheider". Entsprechend dem Politikzyklus, kann auch hier angenommen werden, dass nicht jedes Thema Teil der politischen Agenda wird (Vgl. Kap. 4.1.3). Besteht aus Sicht der politischen Ebene bei einer bestimmten Thematik „zur Zeit kein Handlungsbedarf“, so sagt dies wenig über die tatsächliche Existenz des Problems aus. Eine sogenannte Ignoranz des gesellschaftlichen Diskurses durch das politische System, kann beispielsweise ein Ergebnis von Machtpositionen sein und dazu führen, dass ein Thema zwar in der Öffentlichkeit diskutiert wird, nicht aber Teil der politischen Agenda wird (Vgl. Jann, Wegrich (2009), 86f.). In diesem Fall würde der Aspekt auch nicht zu einem Thema für die Politikberatung werden. Im Zuge des Kampfs um die politische Agenda trifft folglich die zu einem Öffentlichkeitsbewusstsein erlangte Thematik auf alle derzeit in der Öffentlichkeit diskutierten Probleme. Unterschiedliche Interessensgruppen versuchen nun die Politik zu einer Intervention bezüglich ihrer Problematik bzw. zur Unterlassung einer solchen zu bewegen. Derartige Vorgehensweisen können hierbei vielschichtig sein und reichen beispielsweise von der Erzeugung öffentlichen Drucks durch Unterstützer über Lobbying bis zu unlauteren Methoden wie Bestechung. Selbstverständlich sind auch positive Aspekte wie das Einbringen von Erfahrungen und Kompetenzen vorstellbar. Insbesondere KMUs können es in diesem Zusammenhang schwer haben ihre Probleme an die Politik erfolgreich heranzutragen. Im Vergleich zu großen Unternehmen verfügen diese Firmen oftmals nicht über die Ressourcen und die Macht eine Interaktion der Politik bezüglich ihrer Anliegen und Probleme zu erwirken. So können sich beispielsweise viele große Unternehmen aufgrund ihrer oftmals ausgeklügelte Lobbying-Strategien sehr viel häufiger durchsetzen (Vgl. De Figueiredo, Tiller (2001), S.118ff.).

siehe hierzu auch Macht von KMU (Angebotsseite des Lobbyismus) siehe hierzu auch Lobbying (Angebotsseite des Lobbyismus)

Box 4: Expertenmeinung - Kampf um die politische Agenda

Interviewpartner (1) In den Interviews wurden die theoretischen Überlegungen des Modells in dieser Phase weitestgehend bestätigt. So wird, nach Aussage des politischen Experten, die Politik in erster Linie dann auf ein Thema aufmerksam, wenn dieses in der Öffentlichkeit große Beachtung generiert. Da jedoch nicht jedes Thema auf die politische Agenda kommen kann, konkurrieren laut dem Experten verschiedene Themen um die größte Aufmerksamkeit der Politik. Damit sieht er einen Kampf um die politische Agenda als gegeben an, der insbesondere dadurch entstehe, dass unterschiedliche Interessengruppen versuchen ihre Thematik in der Politik zu platzieren. Besonders erfolgreich seien dabei insbesondere diese Gruppen, die eine große öffentliche Aufregung erzeugen können und nach Aussage des Politikers „am lautesten trommeln“. In diesem Zusammenhang seien KMUs jedoch benachteiligt gegenüber großen Unternehmen, die ihre Interessen meist vehementer durchsetzen können und über ein größeres Machtpotenzial verfügen. Nach Meinung des Experten können Verbände der KMUs, wie z.B. der Bauernverband, nur in einigen Bereichen diesen Nachteil aufheben. Gegenüber einem Global Player, wie das BASF-Unternehmen, sieht der Experte dennoch kein Durchsetzungspotenzial. Der Politiker betont darüber hinaus im Interview, dass diese Unterschiede auf regionaler Ebene weitaus weniger bestehen. Gründe sieht der Experte in der besseren Vernetzung der KMUs, aber auch auf Grund von unterschiedlichen Zuständigkeiten, nach dem Regelungen für KMUs meist auf regionaler Ebene, für große Unternehmen meist auf überregionaler Ebene nötig seien.

Interviewpartner (2) Im Gegensatz zu den Aussagen des Politikers führt der mittelständische Unternehmer eine weitere Überlegung an. Neben der Brisanz des Themas in der Öffentlichkeit, würde die Politik insbesondere auch dann aufmerksam werden, wenn sie ein Thema für sich selbst nutzen könne. Im Kampf um die größte Aufmerksamkeit entsprechen die Aussagen des Unternehmers dem des Politikers. Auch dieser sieht große Unternehmen im Vorteil gegenüber KMUs, da die Anzahl der Betroffenen meist höher sei. „Ein Problem, dass sich bei Daimler auf den Weltmarkt durchschlagen würde, generiert viel mehr Aufmerksamkeit als ein Mitarbeiterentlassung bei der mittelständischen Firma XY“, so der Unternehmer. Um etwas in der Politik verändern zu können, sieht der Experte die kleinen und mittelständischen Unternehmer selbst in der Pflicht sich zu engagieren. Auf diesem Wege sei es möglich ein Problembewusstsein zu generieren und Themen von KMUs auf die politische Agenda zu bringen.

Interviewpartner (3) Laut dem befragten Politikberater wird der Kampf um die politische Agenda hauptsächlich durch den öffentlichen Druck entschieden. Dabei sei die Größe der subjektiv wahrgenommenen Mehrheit entscheidend. „Nicht die eine Million Menschen auf der Straße können etwas bewegen, sondern die 400, die so gefilmt werden als wären sie eine Million!“, so der Experte. Wer darüber hinaus durch die geschickte Kommunikation einer Notlage oder eines Handlungsbedarfs die Schlagzeilen beherrsche, hat auch die Aufmerksamkeit der Politik. Insbesondere erfolgreicher Lobbyismus verstehe es ehemals wichtige Prioritäten zu verschieben und diese durch einen neuen Handlungsbedarf zu überdecken. Übereinstimmend mit den anderen geführten Interviews, sieht der Politikberater KMUs in diesem Zusammenhang jedoch ebenfalls als benachteiligt gegenüber großen

Unternehmen an. Erfolgreich seien diese lediglich durch die Nutzung eines Trends. Die Möglichkeit der Einflussnahme durch Verbände sei hingegen oftmals aufgrund der divergierenden Interessen der Mitglieder wenig erfolgreich. Oftmals seien diese Verbände zerstritten oder letztendlich von Großunternehmen dominiert, wie der Interessenverband Lebensmittelindustrie, der sowohl kleine Bäckerbetriebe als auch Dr. Oetker vertritt. Als Gegenbeispiel nennt der Experte den Verband der Familienunternehmen, der sich durch kluges politisches Handeln reichlich Gehör in der Politik verschaffe.

Politische Entscheidung

Hat sich die politische Ebene dazu entschieden das Thema auf die Agenda zu setzen, so steht am Ende des Prozesses die politische Entscheidungsfindung, welche mit der dritten Stufe des Politikzyklus verglichen werden kann. Als Erweiterung des pragmatischen Modells von Habermas (Vgl. Kap. 4.1.4), wird dieser Ablauf idealtypisch als eine Entscheidung unter Einbezug aller beteiligten Akteure (Öffentlichkeit, Politikberatung, Politik) verstanden. Auch in dieser Phase versuchen die beteiligten Interessensgruppen (Stakeholder) die Politik zu Gunsten ihres Vorteils und ihrer Meinungen zu beeinflussen. Ein in diesem Zusammenhang wichtiger Aspekt ist die Gewichtung der Meinungen nach der gesellschaftlichen Macht. Dies bedeutet, dass oftmals derjenige seine Ansichten im gesellschaftlichen Diskurs stärker durchsetzen kann, der über mehr Einfluss verfügt (Vgl. Blumer (1948), S. 554). Wie bereits bei der Problembewältigung erläutert, kann es auch hier wieder zu einer Benachteiligung kleiner und mittelständischer Unternehmen aufgrund ihrer geringeren Ressourcen verglichen mit anderen Stakeholdern kommen. In der Konsequenz ist es daher möglich, dass kleine und mittlere Unternehmen ihre Interessen nicht stark genug geltend machen können und somit das Problem aus ihrer Sicht nicht optimal gelöst wird. Auf regionaler Ebene scheint sich dieses Verhältnisses jedoch umzudrehen. Mittelständler, die oftmals stark mit der Region verbunden sind, können auf diese Weise beachtliche Machtpositionen aufbauen. Während der Phase der Problembewältigung ist es die Aufgabe der wissenschaftliche Politikberatung als „Anker“ der Objektivität zu fungieren und unter Umständen das politische Ergebnis zu legitimieren (Vgl. bpb (2014), o.S.).

Box 5: Expertenmeinung - politische Entscheidung

Interviewpartner (1) Laut des Politikers sind an der endgültigen politischen Entscheidung letztendlich nur die frei gewählten und ihrem Gewissen unterworfenen Abgeordneten beteiligt. Der Entscheidung gehe jedoch ein Meinungsbildungsprozess voraus, an dem unterschiedliche Gruppen beteiligt seien. Insbesondere Interessengruppen, wie die Lobbyisten, versuchen nach Ansicht des Experten in dieser Phase Einfluss auf die politische Entscheidung zu nehmen. Im Interview betont der Politiker, dass man sich zugegebenermaßen nicht vollständig von der vorhergehenden Diskussion in der Öffentlichkeit freimachen könne und darüber hinaus aufgrund von Mehrheitsverhältnissen Kompromisse gefunden werden müssten, die wiederum von den Ansichten verschiedener Interessengruppen geprägt seien.

Aus diesen Gründen sei eine Einarbeitung in die Thematiken durch Gespräche mit Experten und Vertreter unterschiedlicher Meinungen seitens der politischen Entscheider erforderlich.

Interviewpartner (2) Ein Ausloten der politischen Entscheidung unter allen Beteiligten sieht auch der befragte Unternehmer als gegeben an. So seien an dem Entscheidungsprozess nicht nur Mitarbeiter und Staatssekretäre der jeweils zuständigen Ministerien beteiligt, sondern auch Experten und verschiedenste Interessengruppen, wie Verbände und Lobbyisten. KMUs sieht der Unternehmer in diesem Zusammenhang und in Bezug zur Lobbyarbeit nur bedingt als durchsetzungsfähig an. „Wir als Mittelständler haben keine Lobby und müssen uns selbst helfen.“, so der Unternehmer. Auch Kammern und Verbände würden diesem Sachverhalt nur bedingt (meist regional) abhelfen. Aus diesem Grund sei es oftmals schwierig aus Sicht der kleinen und mittelständischen Unternehmen Einfluss auf die politische Entscheidung zu nehmen. Dafür verantwortlich seien insbesondere die fehlende Machtposition und die geringe bundespolitische Bedeutung der einzelnen Probleme von KMUs. Allgemein sieht der Unternehmer ein großes Problem für KMUs darin die „nächsthöher gelegene Stufe“ im politischen Betrieb zu erreichen. Ein starkes Netzwerk in der Region und ein enges Verhältnis zu politischen Vertretern nütze daher oft nichts wenn kein überregionales Problembewusstsein bestünde.

Interviewpartner (3) Laut dem befragten Politikberater stehen den politischen Entscheidern die „Mächte von Exekutive, Lobbying und medialem Mainstream“ entgegen. Sich von deren Beeinflussung freizumachen sei die Hauptaufgabe der Parlamentsabgeordnete. Hilfe erhielten sie dabei von den Akteuren der wissenschaftlichen Politikberatung, die darauf bedacht seien Objektivität herzustellen. Trotz alledem sei der Einfluss der Lobbyisten auf die politische Entscheidung enorm. Meist setze die Beeinflussung schon in den einzelnen Ausschüssen und Fraktionsgremien ein. Alleine die Größe von einzelnen Lobbyorganisationen, die es an „Manpower“ leicht mit kleineren Ministerien aufnehmen könnten, sei dabei beeindruckend. Nicht zuletzt aus diesem Grund sei die Möglichkeit der Einflussnahme von KMUs auf die politische Entscheidung beschränkt, zumal zahlreiche Verbände, in denen Mittelständler organisiert sind, von Großkonzernen dominiert werden.

Schwächen

Das oben vorgestellte Modell beschreibt nur einen möglichen, idealtypischen Verlauf. Wie bereits zu Beginn festgestellt lassen sich noch weitere Entstehungswege von aktuellen Themen für die Politikberatung feststellen. Auch sollten verschiedene Phänomene angesprochen werden, die einen idealtypischen Durchlauf stören oder verzerren können. Es ist beispielsweise denkbar, dass die öffentliche Diskussion auf Thematiken gelenkt wird, die aufgrund zeitlicher Nähe oder der Emotionalität des Themas zwar jedermann geläufig sind, aber in der Realität nur eine verschwindende Anzahl von Einzelfällen betreffen (Verfügbarkeitsheuristiken). Die Lösungsnotwendigkeit dieser Themen wird also im Vergleich zu anderen überschätzt und der öffentliche Diskurs bindet Ressourcen (in allen Bereichen des Modells von Aufmerksamkeit bis Forschung), die eventuell im Zusammenhang mit einer adäquaten Problemlösung in anderen Bereichen als bedeutender zu sehen sind (Vgl. Zoll (2003), S. 175). Oftmals lässt sich dieser Vorgang bei einfacheren, plakativen Themen wie z.B. das "Kopftuchverbot an Schulen" gegenüber sehr komplexen Themen wie beispielsweise "Eurobonds", "Eurorettungsschirm" beobachten. Allerdings sind oftmals auch

plakative Themen auf den zweiten Blick vielschichtiger und ziehen durch versteckte Kausalbeziehungen ungewollte Folgewirkungen nach sich.

Weitere Schwächen sind in den Schlussfolgerungen aus der Principal-Agent-Problematik und dem damit einhergehenden Moral Hazard zu sehen. Für die Gesellschaft optimale Lösungen sind nur zu finden, wenn alle Ebenen die ihnen zur Verfügung stehenden Informationen weitergeben. Oftmals liegt dies aber nicht im Interesse der Handelnden, da ein Sachverhalt beispielsweise dramatischer oder unspektakulärer dargestellt werden soll um den Handlungsdruck zu manipulieren. Auch können die einzelnen Interessen der Handelnden im komplexen Gebilde "Gesellschaft" nicht vollständig erfasst und die Handlungsweisen der Akteure damit erklärt werden (Vgl. Zoll (2003), S. 318 ff.; Vgl. Mankiw, Taylor (2008), S. 538 ff.). Beispielsweise verfolgen auch Politiker nicht einzig und allein Ziele zum Wohle der Gesellschaft, sondern haben auch ein starkes Interesse an ihrer Wiederwahl. Dies könnte im Sinne der Principal-Agent-Theorie dazu führen, dass sie tendenziell eher die Forderungen ihrer "Stammwählerschaft" durchsetzen statt die Gesamtsituation der Gesellschaft zu verbessern (Vgl. Mankiw, Taylor (2008), S. 550). Weiterführend sind hierbei auch Ansatzpunkte zu den Erkenntnissen der Spieltheorie zu erkennen.

siehe hierzu auch Spieltheorie

Eine im Zusammenhang des Modells weitere Problematik ist darin zu sehen, dass die Handelnden das Feld der Themenentstehung nicht überblicken können und keine feststehenden Ziele definiert haben. Hinzu kommt, dass die Teilnehmer in den verschiedenen Organisationen und Ebenen der Gesellschaft oftmals wechseln bzw. ebenso gleichzeitig in allen Ebenen (soziale Rollen) und vielen Organisationen sein können (Vgl. Kap. 4.1.1). Darüber hinaus sind sie durch ihre (zeitlichen) Ressourcen beschränkt. Entscheidungen entstehen somit nicht durch einen rationalen Problemlösungsprozess, sondern als Ergebnis eines zufälligen Aufeinandertreffens von Problemen, Lösungen, Teilnehmern und Entscheidungsgelegenheiten (Garbage Can Modell) (Vgl. Cohen, March, Olsen (1972), S. 1 ff.).

Dauerbrennerproblematik

Erfahrungen der Vergangenheit zeigen immer wieder, dass manche Themen scheinbar nie wirklich abschließend gelöst werden, sondern immer wieder ins Öffentlichkeitsbewusstsein getragen werden. Beispielhaft kann hier das Thema „Bürokratieabbau“ genannt werden, welches insbesondere die wissenschaftliche Politikberatung stets wiederkehrend beschäftigt. So stellt beispielsweise das IfM Bonn die enormen Fortschritte der letzten Jahre in diesem Bereich fest, sieht aber weiterhin Verbesserungspotenziale in Bezug auf kleine und mittlere Unternehmen (Holz, Icks, Welter (2013), S. 621ff.). Ansatzpunkte für die Erklärung der Dauerbrennerproblematik wurden in das Modell zur Entstehung von Themen für die Politikberatung integriert und lassen sich durch allgemeine Erkenntnisse der Literatur untermauern. Dennoch besteht in diesem Zusammenhang keine Sicherheit, dass nicht auch andere Argumentationen vorherrschen können und zur Erläuterung des Phänomens beitragen.

Dem hier beschriebenen Modell zur Folge können zwei Anhaltspunkte unterschieden werden. Ausgangspunkt beider Betrachtungen ist der abgeschlossene Prozess von der Problemstellung bis hin zur Intervention der wissenschaftlichen Politikberatung und einer Entscheidung auf politischer Ebene. Wie bereits die Erläuterung des Politikzyklus gezeigt hat, kommt es nach einer gesetzlichen Implementierung zu einer Evaluation der Regelung (Vgl. Kap. 4.1.3). Herrscht in der Gesellschaft allgemeine Zufriedenheit über das Gesetz, wird

damit der politische Zyklus als beendet betrachtet. Kommt es jedoch zu einer vermehrten Unzufriedenheit, kann sich daraus eine erneute Problemwahrnehmung entwickeln (Vgl. Blum, Schubert (2009), S. 128f.). Angenommen wird hierbei, dass sich diese nicht zwingend wieder von einem kleinen Punkt der Gesellschaft aufbauen muss, sondern ebenso aufgrund des vorherigen öffentlichen Bewusstseins gleich die Schwelle eines breiten Interesses erreicht. Die Thematik wäre in diesem Fall durchgehend Teil des öffentlichen Diskurses und würde trotz einer vorherigen Regelung erneut zu einem Thema für die Politik und die wissenschaftliche Politikberatung werden.

Einen weiteren Ansatzpunkt liefert die Überlegung, dass sich aus einer politischen Regelung an irgendeiner Stelle in der Gesellschaft ein weiteres Problem ergeben kann. Zwar wurde in diesem Rahmen die Evaluation der Regelung als positiv erachtet und damit der Politikzyklus abgeschlossen, dennoch tauchen sich daraus ergebene Schwierigkeiten auf.

Einen Erklärungsansatz kann auch die Überlegung liefern, dass bekannte Probleme durch bewährte Lösungen standardisiert und somit erfolgreich gelöst werden können. Die im Sinne dieses Modells besprochenen Probleme sind allerdings meist mehr oder weniger neuauftretend und darüber hinaus in sehr komplexen, vernetzten, intransparenten und auch sehr dynamischen Umfeldern zu bewältigen. Wird nun versucht eine bekannte Lösung auf ein solches Problem zu übertragen, führt dies beinahe zwangsläufig zu Konflikten und neuen Problemen (Vgl. Dörner (2014), S.58). Ein solches „Trial and Error-Verhalten“ lässt sich dadurch kritisieren, dass aufgrund der fehlenden Deckungsgleichheit neue Probleme an anderer Stelle auftreten, die wiederum Anpassungen erfordern, die -ihrerseits wieder mit „bewährten“ Lösungen behandelt- zu neuerlichen Fehlwirkungen führen (dieses Phänomen ist auch unter dem Namen „Reparaturdienstverhalten“ bekannt) (Vgl. Zoll (2003), S.175; Vgl. Dörner (2014), S.87). Hinzukommt, dass die Systeme, in die durch politische Entscheidungen eingegriffen wird, meist aus einer beinahe unendlichen Anzahl von untereinander vernetzten Variablen bestehen, wobei die Stärke der Verbindungen dem Entscheider im Regelfall nicht bekannt sind. Aufgrund dessen müssen sich die Akteure mit Vermutungen über das Verhalten des Systems nach dem Eingriff (der Entscheidung) behelfen, was allerdings oftmals falsche Hypothesen hervorbringt. Zusätzlich muss der Entscheider auch die Dynamik des laufenden Systems beachten, wodurch auch Entwicklungstendenzen mit einzubeziehen sind, die eventuell noch nicht abschätzbar sind. Diese Systemkomplexität, in die der politische Entscheider eingreift, kann mit ihrer Vielzahl an Variablen und intransparenten Informationen als weiterer Punkt für die Entstehung von Dauerbrennerthemen gesehen werden (Dörner (2014), S.59).

Box 6: Expertenmeinung - Dauerbrennerproblematik

Interviewpartner (2) Eine Dauerbrennerproblematik ergibt sich nach Meinung des Unternehmer aus unterschiedlichen Gründen. Allgemein bezeichnet der Unternehmer ein Problem dann als gelöst, wenn es zu seiner Zufriedenheit entschieden worden ist. Sei die Lösung nicht praktikabel oder verursache neuer Probleme, so könne man dies bis zu einem gewissen Punkt tolerieren. Andernfalls sieht der Unternehmer die Notwendigkeit zu versuchen die Problematik erneut zu thematisieren. Fern- und Nebenwirkungen, die aufgrund einer politischen Entscheidung entstünden, seien oftmals ebenfalls als Ursache eines immer wiederkehrenden Themas zu identifizieren. Als Beispiel führt der Unternehmer das Thema Energiewende an, welches eine Regelungsdefizit in der Kostenübernahme aufweise und einer

gesetzlichen Anpassung bedürfe. Viele politische Entscheidungen würden jedoch auch gezielt durch Juristen nach Schwachstellen und Gesetzeslücken untersucht werden, wodurch Themen wieder auf die Agenda gesetzt werden müssten. Allgemein sei jedoch den meisten Themen gemein, dass sie mit der Zeit angepasst werden müssten, da sich Ansprüche und Gegebenheiten verändern.

Interviewpartner (1) Weitergehend zu den Aussagen des Unternehmers erklärt der Politiker jovial ein Problem sei dann gelöst, wenn es zur Zufriedenheit aller entschieden sei. Dies sei in der Praxis jedoch kaum denkbar, da jede Interessengruppe wichtige Argumente anführen könne warum eine andere Lösung besser gewesen wäre. Oftmals seien diese unterlegene Interessengruppen Auslöser einer erneuten öffentlichen Diskussion. Als eine weitere Ursache erwähnt der Politiker Probleme, die im Nachhinein an anderer Stelle auftauchen und in dieser Art und Weise zuvor nicht bedacht worden seien. Umso wichtiger sei es zuvor den Fachleuten „vor Ort“ genügend Aufmerksamkeit zu schenken und breitgefächerte Expertenmeinungen einzuholen. Im Grunde könne man jedoch nicht jeden einzelnen Aspekt in die Entscheidung miteinfließen lassen und müsse daher gegebenenfalls nachsteuern wenn Gesetzeslücken oder anderweitige Probleme auftreten.

Interviewpartner (3) Nach Meinung des Politikberaters könne man den Eindruck erlangen, ein Problem sei dann gelöst, wenn niemand mehr drüber spreche und es aus der öffentlichen Debatte verschwinde. Wenn die Berichterstattung und damit die Öffentlichkeit zurückginge könnten Themen somit „implodieren“. Oftmals könne hierbei im Nachhinein auch festgestellt werden, dass für ein Problem trotz hohem Öffentlichkeitsbewusstsein und Engagement verschiedener Interessenverbände gar kein politischer Handlungsbedarf bestanden hätte. Ebenso wie die beiden anderen Experten sieht der Politikberater unbedachte Fern- und Nebenwirkungen als Gründe für ein Wiederkehren von Themen. Darüber hinaus seien öffentliche Diskussionen auch Moden unterworfen, so sei beispielsweise die „große Zeit“ der Umweltthemen vorbei. Ein weiterer Grund für das fortwährende Auftauchen bestimmter Themen sei, dass diese von der Öffentlichkeit, Interessengruppen und Politik nicht gewollt seien, jedoch aufgrund von sehr akutem Handlungsbedarf in das allgemeine Bewusstsein drängen (z.B. Flüchtlingsströme nach Europa).

Diskussion & Fazit

Das oben beschriebene Entstehungsmodell von Themen der Politikberatung mit Bezug zum Mittelstand soll nicht als das einzig gültige dargestellt werden, es erscheint wahrscheinlich, dass auch andere Ansätze Erklärungen zum Entstehungswesen von Themen beitragen und gegebenenfalls auch in dieser Arbeit ausgeklammerte Aspekte mit einbeziehen und näher beleuchten.

Unter anderem kritisch betrachtet werden kann an dieser Stelle der Aspekt, dass das Modell annimmt, dass sich ein Thema infolge von Unzufriedenheit oder aufgrund von neuen Schwierigkeiten in Verbindung mit der gesetzlichen Regelung zu einem Dauerbrennerthema entwickeln kann. Nicht beachtet wurde beispielsweise der Aspekt unter wirtschaftlichen Zusammenhängen. So zeigt sich zum Beispiel immer wieder, dass insbesondere in Zeiten einer Rezession Themen wie der Abbau der Arbeitslosigkeit und das „Ankurbeln“ der Wirtschaft die gesellschaftliche Debatte prägen. Darüber hinaus ist es ebenso denkbar, dass

regelmäßige Statistiken und Forschungsberichte Ursache einer zyklischen Wiederkehr von Themen darstellen. Beispielhaft sei der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung genannt, der seit den 1950er Jahren mit Hilfe von Prognosen der Politik Entscheidungsgrundlagen liefert und in die öffentliche Diskussion einbringt (Vgl. Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (2014), o.S). In Bezug zu kleinen und mittleren Unternehmen kann das ifM Bonn genannt werden (Vgl. ifM Bonn (2014), o.S.).

Des Weiteren ist kritisch anzumerken, dass sich die Arbeit oftmals im Grenzgebiet zwischen mehreren sozial- und geisteswissenschaftlichen Teildisziplinen bewegt, was die Autoren mit einem betriebswirtschaftlichen Hintergrund oftmals vor Probleme stellte. Zugleich betritt das Modell teilweise Neuland, indem versucht wurde Theorien und Thesen in neuen Zusammenhängen darzustellen um befriedigende Erklärungsansätze zu liefern. Ob diese Interpretationen zulässig oder zweckmäßig sind kann prinzipiell aber nur durch weitergehende empirische Forschung (sowohl quantitativer als auch qualitativer Art) aufgezeigt werden.

Die praxisbezogenen Inhalte der Textboxen 1-6 sind den Gesprächsinhalten von drei Interviews entnommen, die im Frühsommer 2014 geführt wurden. Den Autoren war hierbei wichtig die Thematik aus unterschiedlichen Blickwinkeln und von Teilnehmer aus allen Phasen des oben besprochenen Modells beleuchten zu lassen. Dies ist durch die Auswahl von Experten mit unterschiedlichen Hintergründen versucht worden.

Zum einen konnte der Inhaber eines mittelständischen Unternehmens im ländlichen Bereich gewonnen werden, der über die Art und Weise der Problemstellung vor Ort, die Auswirkungen von politischen Entscheidungen auf die Praxis und unterschiedliche Arten von Einflussnahme von Interessengruppen auf regionaler und überregionaler Ebene Auskunft gab. Als kommunalpolitisch Aktiver konnte er jedoch auch die Perspektive der Politik einnehmen. Aus derselben Region konnte auch ein Kommunal- und Landespolitiker befragt werden, der insbesondere den Umgang mit Interessengruppen und den politischen Betrieb als Ganzes beschreiben konnte. Abschließend illustrierte ein politischer Berater die verschiedenen Vorgehensweisen bei der Herstellung und Beeinflussung von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung, sein journalistischer Hintergrund war dabei sicherlich auch zusätzlich hilfreich. Befragt wurden die drei Experten allerdings zu allen oben diskutierten Thematiken, was zum einen die Antworten der beiden anderen Experten validierte und zusätzlich einen „Blick über den Tellerrand“ der jeweiligen Schwerpunktthemen ermöglichte. Obwohl durch die Gespräche auch teils andere Entstehungsmöglichkeiten von aktuellen Themen als existent angesehen werden können, stimmten die Aussagen der Interviewpartner zu einem Großteil mit den theoretisch erarbeiteten Erkenntnissen des Modells „Entstehung von Themen“ überein, wobei festzuhalten ist, dass sich aus den Angaben -unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Blickwinkel- meist gegenseitig bestätigten. Um eine größere Validierung und der gezogenen Schlüsse herzustellen, sind jedoch weitere empirische Arbeiten notwendig.

siehe hierzu auch Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (Mittelständische Politikberatung im Bereich Nachhaltigkeit)

Schlagwörter: Politikberatung, kommunikationstheoretische Konstrukte, Groupthinking, Politikzyklus, Verhältnis von Wissenschaft und Politik, Entstehung von Themen für die Politikberatung

Interviews	Beschreibung
Interviewpartner 1	Politiker
Interviewpartner 2	Mittelständischer Unternehmer
Interviewpartner 3	Politikberater

Tabelle 1: Expertenübersicht Quelle: eigene Darstellung

Literaturverzeichnis

- Beavin, Janet H.; Jackson, Don D.; Watzlawick, Paul (2007): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, 11. Aufl., Bern: Huber.
- Berne, Eric (2013): Spiele der Erwachsenen. Psychologie der menschlichen Beziehungen, 14. Aufl., Hamburg: Rowohlt.
- Blackburn, Robert; Kovalainen Anne (2009): Researching small firms and entrepreneurship: Past, present and future. *International Journal of Management Reviews*, 11 (2), 127-148.
- Blum, Sonja.; Schubert, Klaus (2009): Politikfeldanalyse, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Blumer, Herbert (1948): Public Opinion and Public Polling. *American Sociological Review*, 13 (5), 542-554.
- Bourdieu, Pierre (1993): Soziologische Fragen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (2014): Politikberatung, verfügbar unter: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/handwoerterbuch-politisches-system/40352/politikberatung?p=all>, Abruf am 17.01.2014.
- Cohen, Michael; March James; Olsen, Johan (1972): A Garbage Can Model of Organizational Choice. *Administrative Science Quarterly*, 17 (1), 1-26.
- De Figueiredo, John M.; Tiller, Emerson H. (2001): The Structure and Conduct of Corporate Lobbying: How Firms Lobby the Federal Communications Commission. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10 (1), 91-122.
- Dörner, Dietrich (2014): Die Logik des Misslingens. Strategisches Denken in komplexen Situationen, Reinbeck: Rowohlt.
- Falk, Svenja; Römmele, Andrea (2009): Der Markt für Politikberatung, Wiesbaden: VS Verlag.
- Ferguson, Niall (2010): Der Aufstieg des Geldes. Die Währung der Geschichte, Berlin: Econ.
- Fleischer, Julia; Hustedt, Thuriid; Veit, Sylvia (2010): Wissen ist Macht? Wissenschaftliche Politikberatung der Bundesregierung, *Aus Politik und Zeitgeschichte*, o. Jg. (19), 15-21.
- Friedman, Thomas L. (2006): Die Welt ist flach - Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhunderts, 2. Aufl., Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gerring, Richard J; Zimbardo, Philip G. (2008): Psychologie, 18. Aufl., München: Pearson.
- Habermas, Jürgen (1968): Verwissenschaftlichte Politik und öffentliche Meinung. In: Habermas, Jürgen (Hrsg.): Technik und Wissenschaft als Ideologie, Frankfurt am Main, 120-145.

Heinrichs, Harald (2002): Politikberatung in der Wissensgesellschaft. Eine Analyse wissenschaftlicher Politikberatungssysteme, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Holz, Michael; Icks, Annette; Welter, Friederike (2013): Bürokratiekosten für kleine und mittlere Unternehmen. *Wirtschaftspolitische Blätter*, o. Jg. (4), 621-632.

IfM Bonn (2014): Über uns, verfügbar unter: <http://www.ifm-bonn.org/ueber-uns/>, Abruf am 17.01.2014.

Jann, Werner; Wegrich, Kai (2009): Phasenmodelle und Politikprozesse. Der Policy Cycle. In: Bandelow, Nils C.; Schubert, Klaus (Hrsg.): Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0, 2. Aufl., München, 74-113.

Jann, Werner; Wegrich, Kai (2007): Theories of the Policy Cycle. In: Fischer, Frank; Miller, Gerald; Sidney, Mara S. (Hrsg.): Handbook of Public Policy Analysis. Theory, politics, and methods, Boca Raton, 43- 62.

Jäckel, Michael (2011): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und die Bedeutung der Medien. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Medienwirkungen, 5. Aufl., Wiesbaden, 263-300.

Jänicke, Martin; Kunig, Philip; Stitzel, Michael (2003): Lern- und Arbeitsbuch Umweltpolitik. Politik, Recht und Management des Umweltschutzes in Staat und Unternehmen, 2. Aufl., Bonn: Dietz.

Kahn, Robert L.; Quinn, Robert P.; Rosenthal, Robert A.; Snoek, Diedrick J.; Wolfe, Donald M. (1964): Organizational Stress. Studies in Role Conflict and Ambiguity, New York: Wiley.

Kingdon, John W. (1984): Agendas, alternatives, and public policies. Boston: Little, Brown & Company.

Krevert, Peter (1993): Funktionswandel der wissenschaftlichen Politikberatung in der Bundesrepublik Deutschland, Hamburg-Münster: Univ., Diss.

Lompe, Klaus (2006): Traditionelle Modelle der Politikberatung. In: Falk, Svenja; Rehfeld, Dieter; Römmele, Andrea; Thunert, Martin (Hrsg.): Handbuch Politikberatung, Wiesbaden, 25-34.

Lompe, Klaus (1966): Wissenschaftliche Beratung der Politik. Ein Beitrag zur Theorie anwendender Sozialwissenschaft, Göttingen.

Luhmann, Niklas (2008): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Mai, Manfred (2008): Wissenschaft, Politik und Beratung. Zur Soziologie der wissenschaftlichen Politikberatung. *Zeitschrift für Politikberatung*, o. Jg. (4), 457-472.

Mankiw, Gregory N.; Taylor, Mark P. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer.

Mayntz, Renate (2009): Speaking Truth to Power. Leitlinien für die Regelung wissenschaftlicher Politikberatung. *Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management* o. Jg. (1), 5–16.

Montenbruck, Axel (2010): Zivilisation - Eine Rechtsanthropologie - Staat und Mensch, Gewalt und Recht, Kultur und Natur, 2. Aufl., Berlin.

Noelle-Neumann, Elisabeth (2004): Öffentliche Meinung. In: Neumann, Elisabeth; Schulz, Wilfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), *Publizistik Massenkommunikation*, 3. Aufl., Frankfurt am Main, 366-382.

Renn, Ortwin (1985): Sozialwissenschaftliche Politikberatung im Spannungsfeld von Wertwandel und Legitimationskrise. In: Klages, Helmut. (Hrsg.): *Arbeitsperspektiven angewandter Sozialwissenschaft*, Opladen, 112-154.

Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (2014): Über uns, verfügbar unter: <http://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/ziele.html?&L=0>, Abruf am 20.01.2014.

Schelsky, Helmut (1965): Der Mensch in der wissenschaftlichen Zivilisation. In: Schelsky, Helmut (Hrsg.): *Auf der Suche nach Wirklichkeit*, Düsseldorf-Köln, 439-480.

Schmidt, Christoph M. (2005): Das RWI Essen als Hort unabhängiger Wissenschaft. Essen: RWI Essen.

Schumpeter, Joseph A. (2005): *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, 8. Aufl., Tübingen: UTB

Weingart, Peter (2001): *Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*, Weilerswist: Velbrück.

Zimmerman, Klaus F. (2008): Politikberatung. Der Berater als Störenfried: wirtschaftswissenschaftliche Politikberatung. *Wirtschaftsdienst*, 88 (2), 101-107.

Zoll, Ingrid (2003): *Öffentliche Meinung und politisches Handeln. Eine ordnungsökonomische Analyse der öffentlichen Wahrnehmung von Wettbewerb und Globalisierung*, Bern: Haupt.