
Leistungsfähigkeit politischer PR. Eine mikropolitische Analyse der Machtquellen politischer PR auf Bundesebene

Ulrike Röttger

Zusammenfassung

Akteure des politischen Systems sind in ausdifferenzierten Gesellschaften zunehmend auf die (medien-)öffentliche Darstellung ihrer Entscheidungsprozesse und Entscheidungen angewiesen. Sie richten in der Folge in steigendem Umfang Arbeitsbereiche ein, die auf die professionelle Gestaltung kommunikativer Umfeldbeziehungen und die Herstellung von Publizität spezialisiert sind. Unbestritten sind die PR-Funktionsstellen in der politischen Kommunikation von großer Bedeutung und ihre Arbeit ist aus dem politischen Alltag heute nicht mehr wegzudenken. Welcher konkrete Stellenwert PR in politischen Organisationen zukommt und wie leistungsfähig politische PR auf Bundesebene ist, wurde bislang nicht umfassend analysiert. Im Mittelpunkt des Beitrags stehen die Machtquellen politischer PR auf Bundesebene, die als Voraussetzung für deren Leistungsfähigkeit betrachtet werden. Am Beispiel von Bundesministerien und Bundesparteien wird konkret aufgezeigt, welchen Einfluss formale und informale organisationale Strukturen und die Einstellungen, Fähigkeiten und Interessen der involvierten Akteure auf die Leistungsfähigkeit der PR und die konkret erbrachten PR-Leistungen haben. Die Analyse basiert auf 69 Leitfadenterviews mit unterschiedlichen Akteuren der Bundespolitik (Öffentlichkeitsarbeiter, Pressesprecher, PR-Berater und Partei-Geschäftsführer), die im Rahmen von zwei Forschungsprojekten zur politischen PR auf Bundesebene durchgeführt wurden.

U. Röttger (✉)

Institut für Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU Münster), Bispinghof 9-14, 48143 Münster, Deutschland

E-Mail: ulrike.roettger@uni-muenster.de

1 Einleitung

Die Feststellung, dass Akteure des politischen Systems in ausdifferenzierten Gesellschaften zunehmend auf die (medien-)öffentliche Darstellung ihrer Entscheidungsprozesse und Entscheidungen angewiesen sind, ist nicht neu. So beschreibt das in der Literatur inzwischen umfassend erörterte Konzept der Medialisierung u. a. einen Wandel durch den zunehmenden Einfluss von Massenmedien auf politische Akteure und Prozesse (vgl. u. a. Reinemann 2010; Donges 2008; Schulz 2004). Zentral ist die Annahme, dass politische Akteure sich nicht nur in Bezug auf die Inhalte und die Art und Weise ihrer Kommunikation, sondern auch in Bezug auf ihre Organisationsstrukturen einer ‚Medienlogik‘ anpassen, um so besseren Zugang zur medialen Öffentlichkeit zu erhalten.

Die Einrichtung von Arbeitsbereichen, die auf die professionelle Gestaltung kommunikativer Umfeldbeziehungen und die Herstellung von Publizität spezialisiert sind, kann als ein Medialisierungseffekt beschrieben werden. Diese Funktionsstellen sind in der politischen Kommunikation heute ohne Frage von Relevanz. Die Forschung analysierte die PR politischer Organisationen in Deutschland bislang allerdings nur vereinzelt und zumeist unter sehr spezifischer Fragestellung (siehe u. a. Vogel 2010; Opitz und Vowe 2009; Donges 2008; Hoffmann et al. 2007; Tenscher 2003). Die sehr unterschiedlichen Erkenntnisinteressen, die den Studien zu Grunde liegen, und die teils heterogenen Begriffsbildungen und Definitionen führen dazu, dass die verschiedenen Befunde kaum kombinierbar oder vergleichbar geschweige denn übertragbar sind. Ein übergreifendes Bild des Stellenwerts und der Funktion von Public Relations für politische Organisationen liegt somit derzeit für Deutschland nicht vor.

Im Mittelpunkt des folgenden Beitrags stehen die Machtquellen politischer PR auf Bundesebene, die als Voraussetzung für deren Leistungsfähigkeit betrachtet werden. Am Beispiel von Bundesministerien und Bundesparteien wird konkret aufgezeigt, welchen Einfluss formale und informale organisationale Strukturen und die Einstellungen, Fähigkeiten und Interessen der involvierten Akteure auf die Leistungsfähigkeit der PR und die konkret erbrachten PR-Leistungen haben. Das Zusammenspiel von strukturellen und handlungsspezifischen Aspekten wird dabei unter Rückgriff auf mikropolitische Ansätze (siehe Abschn. 3) analysiert. Sie bieten ein angemessenes begriffliches und konzeptionelles Instrumentarium, um zu untersuchen, inwieweit es PR-Praktikern als Organisationsmitgliedern gelingt, unter den strukturellen Bedingungen ihrer Auftrag gebenden Organisation die der PR idealtypisch zugeschriebenen Leistungen der Selbst- und Fremdbeobachtung, der internen und externen Steuerung sowie der Steigerung der Reflexionsfähigkeit der Organisation (siehe Abschn. 2) auszuüben.

Die hier vorgestellte Analyse basiert auf 69 Leitfadeninterviews mit unterschiedlichen Akteuren der Bundespolitik (Öffentlichkeitsarbeiter, Pressesprecher, PR-Berater und Partei-Geschäftsführer), die im Rahmen von zwei Forschungsprojekten zur politischen PR auf Bundesebene durchgeführt wurden (siehe dazu ausführlich Abschn. 4).

2 Funktionen von (politischer) PR

Die Funktion des politischen Systems besteht in der Herstellung und Durchsetzung kollektiv verbindlicher Entscheidungen. Akteure des politischen Systems sind in ausdifferenzierten demokratischen Gesellschaften auf die öffentliche Darstellung dieser Entscheidungsprozesse angewiesen. Sie sind permanent legitimationsbedürftig und produzieren regelmäßige Kommunikationsangebote, um politische Ideen in politische Entscheidungen überführen zu können und diese Entscheidungen zu rechtfertigen (vgl. Pfetsch 2003, S. 37 ff.). Die Darstellung von Politik ist nicht nur ein Anhängsel politischer Entscheidungen, sondern integraler Bestandteil des politischen Prozesses selbst. Um die vielfältigen Beziehungen zur Öffentlichkeit und den Massenmedien dauerhaft sicherstellen und gestalten zu können, haben die Akteure des politischen Systems spezialisierte Funktionsrollen ausgebildet: PR-Experten, die insbesondere die Kommunikationsbeziehungen zwischen politischen Akteuren und Journalisten herstellen, managen und stabilisieren sollen. Politische PR als ein Teilbereich der politischen Kommunikation kann dabei definiert werden

als das Management von Interdependenzbeziehungen zwischen einzelnen politischen Organisationen und ihren Umwelten mit dem Ziel einer permanenten Reproduktion von Strukturen als organisationalen Handlungsvoraussetzungen von politischen Akteuren im Prozess der Herstellung allgemein verbindlicher Entscheidungen. Politische Öffentlichkeitsarbeit hätte also dazu beizutragen, in den jeweiligen Phasen des politischen Prozesses Unsicherheitszonen zu erkennen, Ressourcen zur informationellen Problemlösung – ggf. unter Beteiligung der jeweils von politischen Prozessen betroffenen Personen wie Gruppen – bereitzustellen und dadurch den Akteuren politische Handlungsspielräume zu verschaffen. (Jarren 1994, S. 673)

2.1 Legitimation als Schlüsselbegriff und Zielgröße der PR

Politische Organisationen als kollektive Akteure stehen in zahlreichen Beziehungen zu anderen (kollektiven) Akteuren. Damit gehen vielfältige wechselseitige

Beobachtungs- und Interaktionsprozesse zwischen einer Organisation und verschiedenen Umweltsystemen einher. Organisationen sind kontinuierlich mit einer Vielzahl unterschiedlicher und teils unvereinbarer Fremdbeobachtungen und Fremdbeschreibungen konfrontiert, denn alle Fremdbeobachtungen und darauf aufbauende Fremdbeschreibungen sind jeweils systemspezifisch gebunden und erfolgen ausschließlich aus der Logik des beobachtenden Systems. Damit kann man also regelmäßig davon ausgehen, dass Selbstbeschreibung und Fremdbeschreibungen nicht identisch sind (vgl. Preusse et al. 2013, S. 122 ff.).

Organisationen haben ein existenzielles Interesse daran, dass die unterschiedlichen Fremdbeobachtungen und -beschreibungen die eigenen Handlungsspielräume und die Realisierung ihrer Ziele nicht negativ tangieren und bestenfalls positive Effekte auf die eigene Interessenrealisierung zeigen. Die intendierte Beeinflussung von Beobachtungs- und Interaktionsprozessen gemäß der organisationalen Ziele und Interessen obliegt insbesondere dem organisationalen Subsystem PR, das versucht, „je bestimmte Beobachtungs- und Interaktionsprozesse mit der Umwelt bzw. als relevant erachteten Umweltsystemen zu etablieren, zu fördern und zu stabilisieren, andere hingegen zu vermeiden oder nach Möglichkeit zu beenden.“ (Preusse et al. 2013, S. 121). Legitimität, d. h. die möglichst weitreichende Akzeptanz der Ziele und Interessen einer Organisation in relevanten Umweltsystemen, ist in diesem Zusammenhang eine Schlüsselgröße, denn sie ist eine wesentliche Voraussetzung für Beobachtungs- und Interaktionsprozesse, die im Interesse der Organisation liegen (vgl. ähnlich z. B. Jarren und Röttger 2009; Röttger et al. 2011, S. 113 ff.; Hoffmann 2007, S. 128).

Die Legitimation der Organisation, ihrer Ziele und Interessen ist somit die abstrakte Zielgröße aller PR-Aktivitäten und kann als übergeordnete Funktion der PR für Organisationen bezeichnet werden. Dies gilt für Organisationen unterschiedlichster Art und aus allen gesellschaftlichen Handlungsfeldern und schließt politische Organisationen ein. Denn politische PR unterstützt politische Akteure bei der Erzeugung und Durchsetzung kollektiv verbindlicher Entscheidungen sowie der Legitimation der Herrschaftsausübung. Legitimität bezeichnet im Staatsrecht die Anerkennungswürdigkeit einer Herrschaftsordnung (vgl. Szyszka und Bentele 2005, S. 592). Der Begriff Legitimität im Zusammenhang mit politischer Kommunikation zeigt auf, dass politische Akteure – insbesondere die Regierung – keine unkontrollierte Entscheidungsfreiheit genießen, sondern sich gegenüber dem Souverän rechtfertigen müssen.

Innerhalb des politischen Systems in Deutschland kommt der Bundesregierung eine besonders hohe Bedeutung zu, da sie es ist, die Rechtsverordnungen von nationaler Bedeutung erlässt und beschlossene Gesetze ausführt. Es gilt, mittels diverser Informations- und Kommunikationsaktivitäten Entscheidungen transparent

zu machen und überzeugend zu begründen. Legitimität resultiert aus permanenter politischer Kommunikation und beeinflusst diese zugleich (vgl. Scheufele und Gassteiger 2007, S. 534 f.). Darüber hinaus hat die Regierung ein Interesse daran, die eigenen Entscheidungen den Bürgern positiv darzustellen, um darüber ihre Arbeit und damit ihre Machtposition zu legitimieren.

2.2 „Beobachtung“, „Reflexion“ und „Steuerung“ als zentrale PR-Modi

Die unterschiedlichen Operationsweisen der PR können mit den drei Modi „Beobachtung“, „Reflexion“ und „Steuerung“ abstrakt beschrieben werden (vgl. dazu ausführlicher Preusse et al. 2013). Beobachtungen, Reflexionsleistungen und Steuerungsversuche dienen aus analytischer Perspektive der Schaffung, Stabilisierung und dem Ausbau von Legitimation und damit der Funktionserfüllung der PR.

PR-Stellen als Beobachter zweiter Ordnung setzen sich im Rahmen bewusst vorgenommener Beobachtungsvorgänge „mit den aus Prozessen der Selbst- und Fremdbeobachtung und -beschreibung resultierenden Differenzen und Diskrepanzen sowie den daraus ableitbaren organisationalen Konsequenzen“ (Szyszka 2009, S. 145) auseinander und speisen die Beobachtungsergebnisse so in die Organisation ein, dass sie als entscheidungsrelevante Informationen erkannt und dann verarbeitet werden können (vgl. Jarren und Röttger 2009).

PR leistet zudem als für die reflexive Selbstbeobachtung zuständiger Strukturbereich einen wesentlichen Beitrag zur Reflexionssteigerung von Organisationen. Reflexion bezeichnet die Fähigkeit sozialer Systeme „sich selbst zu thematisieren und sich selbst als (geeignete) Umwelt anderer sozialer Systeme zu verstehen“ (Willke 2000, S. 97). Kussin (2009, S. 117) beschreibt PR-Stellen als „Reflexionszentren multireferentieller Organisationen“, die „in besonderer Weise Beobachtungsleistungen für die Organisation [erbringen], in dem sie Divergenzen zwischen Selbst- und Fremdbeschreibungen für die Organisation beobachtbar machen und damit Orientierungspunkte für die Modifikation von Entscheidungen und Selbstbeschreibungen zur Verfügung stellen.“ (ebd., S. 118)

Steuerung bezeichnet im Sinne einer sozialwissenschaftlichen Steuerungstheorie ganz allgemein das „Einwirken eines Systems auf ein anderes, wodurch dessen Verhalten, Struktur, Funktion oder Eigenschaften entsprechend dem Programm oder Algorithmus des steuernden Systems festgelegt oder verändert werden“ (Haufe 1989, S. 993). Externe Steuerungsleistungen der PR stehen in der managementorientierten und auch in der praxisnahen PR-Literatur oftmals im Zentrum der Beschreibung. Dies ist häufig mit einem unterkomplexen Steuerungsbegriff im

Sinne einer simplen Input-Output-Kausallogik verbunden (vgl. dazu ausführlich Nothhaft und Wehmeier 2009, S. 162). Weiterführende Ansätze überwinden dieses Denken in direkten Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen zugunsten des Konzepts der Kontextkontrolle bzw. Kontextsteuerung: „Unter Kontextkontrolle ist kontinuierliches, kreatives Arbeiten an Bedingungen zu verstehen, die dazu führen, dass sich günstige, im besten Fall sogar die gewünschten Resultate nach und nach von selbst, auf Grund der Eigendynamiken des Systems einstellen.“ (Nothhaft und Wehmeier 2009, S. 163). Neben der externen Kontextsteuerung, die sich in erster Linie auf Wissen, Meinungen und Einstellungen in der Umwelt bezieht, versucht PR im Zuge der internen Steuerung, die Organisationspolitik zu beeinflussen, d. h., auf die Organisationsleitung und organisationspolitische Entscheidungen Einfluss zu nehmen (vgl. Preusse et al. 2013, S. 135 f.; Hoffjann 2009, S. 304 ff.).

Die drei Modi „Beobachtung“, „Reflexion“ und „Steuerung“ beschreiben als generalisierte Sammelbegriffe die theoretisch ermittelten Operationsweisen von PR für unterschiedliche Organisationen und gelten prinzipiell auch für politische Organisationen. PR-Stellen in politischen Organisationen fällt aus dieser Perspektive die Aufgabe zu, relevante Umweltbereiche und hier insbesondere die mediale Öffentlichkeit und die dort vorhandenen auf die eigene Organisation bezogenen Fremdbeobachtungen und -beschreibungen zu beobachten. Festgestellte Differenzen und Diskrepanzen zwischen Selbst- und Fremdbeschreibungen sind in der Regel der Ausgangspunkt für Steuerungsversuche, z. B. in Form von Kampagnen oder Pressearbeit. Politische Repräsentation erfordert in demokratischen Gesellschaften die Berücksichtigung des Wählerwillens durch die gewählten politischen Repräsentanten, d. h. eine fortlaufende Rückkopplung zwischen den Positionen und Interessen der Wähler und den Entscheidungen der Gewählten (vgl. Rhomberg 2008, S. 86). PR als eine Grenzstelle von politischen Organisationen kann auf Basis ihrer Umweltbeobachtungen einen wesentlichen Beitrag zur Rückkopplung leisten, indem sie z. B. öffentliche Meinungen in die politischen Entscheidungsprozesse einspeist.

3 Organisationen als mikropolitische Arenen

Damit PR einen konstruktiven Beitrag zur Legitimation von Organisationszielen und -handeln und zur Steigerung der Reflexionsfähigkeit der Organisation leisten kann, ist es unverzichtbar, dass der PR in der Organisation auch tatsächlich Einflussnahme – z. B. auf organisationspolitische Entscheidungen – zugestanden wird, sie mithin Macht in der Organisation hat. Macht ist insofern eine Voraussetzung für

die Erfüllung der skizzierten Funktion von Public Relations für (politische) Organisationen. Die Analyse der Leistungsfähigkeit politischer PR und der Bedingungen, unter denen PR in Bundesministerien und -parteien agiert, erfolgt daher im Folgenden unter Rückgriff auf politische Organisationskonzepte, die Machtphänomene in Organisationen fokussieren.

Fragen der Macht, des Machtaufbaus und -einsatzes spielen in Organisationen jedweder Art unweigerlich eine Rolle. Macht wird in Anlehnung an Max Weber (1921/1980) ganz allgemein als Möglichkeit verstanden, in sozialen Beziehungen die eigenen Interessen – gegebenenfalls auch gegen die Interessen Dritter – durchzusetzen. Macht ermöglicht es, zur Erreichung der eigenen Ziele in die Handlungsräume anderer einzugreifen. In Organisationen stellen beispielsweise hierarchische Strukturen und definierte Funktionsrollen mit festgelegten spezifischen Entscheidungs- und Weisungsbefugnissen eine Manifestation von Macht dar. Neben formal definierten Machtkonstellationen existieren zudem vielfältige informale Machtrelationen. Organisationsmitglieder verfügen unabhängig von ihrer formalen Machtposition fallweise oder dauerhaft über Ressourcen (z. B. spezifisches Fachwissen, Informationen und Arbeitsleistung), die für die Organisation oder einzelne Organisationseinheiten bedeutsam sind und deren Kontrolle daher eine Basis von Macht ist. Als zentrale Triebfeder für politische Prozesse, d. h. von machtbefugten Aushandlungsprozessen in Organisationen, werden zum einen divergierende Interessen der Organisationsmitglieder und -einheiten und zum anderen knappe Ressourcen, die verhindern, dass alle Interessen gleichermaßen realisiert werden können, identifiziert (vgl. Schreyögg 2008, S. 349).

Obwohl Machtaspekte also unweigerlich in Organisationen eingewoben sind, hat eine explizite Auseinandersetzung mit organisationsbezogenen Machtfragen in der Organisationsforschung und -theorie bislang nicht sehr intensiv stattgefunden. Eine Ausnahme stellen in diesem Zusammenhang Ansätze dar, die politische Prozesse in Organisationen analysieren (vgl. u. a. Ortmann 1995) bzw. Organisationen als Gesamtheit aneinander gegliederter „Machtspiele“ betrachten (Crozier und Friedberg 1979). Bei aller Unterschiedlichkeit in der Beschreibung politischer Prozesse in Organisationen (für einen Überblick siehe Elsik 1999; Saam 2002; Neuberger 1995) ist ihnen gemeinsam, dass sie sich vom strukturfokussierten Rationalmodell der Organisation und damit der Maxime der Zweckrationalität distanzieren und demgegenüber das auf die Durchsetzung eigener, individueller Ziele und Interessen ausgerichtete Handeln der Organisationsmitglieder ins Zentrum rücken. Formale Strukturen stellen lediglich den festgeschriebenen, kodifizierten und sichtbaren Teil von Struktur dar. Jenseits formalstruktureller Aspekte richtet sich der Blick daher vor allem auf symbolische und informelle Prozesse, die einen er-

heblichen Einfluss auf Entscheidungen in Organisationen und auf die Handlungen der Organisationsmitglieder ausüben.

Organisationsmitglieder werden in politischen Organisationskonzepten als grundsätzlich handlungsmächtig und relativ autonom angesehen: Zwar beschränken Regeln und Ressourcenverteilung ihre Handlungsspielräume, dennoch ist ihr Handeln weder vollständig durch Strukturen determiniert, noch ist es völlig frei (vgl. Elsik 1999, S. 88). Die grundsätzlich existenten Freiräume ermöglichen es den Akteuren strategisch zu handeln und sich an Aushandlungsprozessen um Macht und Einfluss zu beteiligen.

Crozier und Friedberg (1979) beschreiben in ihrem viel beachteten Ansatz, der im deutschsprachigen Raum insbesondere im Rahmen der strategischen Organisationsanalyse von Ortmann und Küpper (Küpper und Ortmann 1986; siehe auch Ortmann 1995) aufgegriffen und weiterentwickelt wurde, vier zentrale innerorganisationale Ungewissheitszonen, durch deren Kontrolle Organisationsmitglieder Macht erhalten oder ausbauen können (vgl. Crozier und Friedberg 1979, S. 49 ff.):

- Spezifisches *Expertenwissen*, das im Rahmen einer funktionalen Spezialisierung für den reibungslosen Ablauf der Organisationsprozesse erforderlich ist
- *Kontaktstellen zur Umwelt*, die für die Organisation bedeutsame Austauschprozesse mit der Umwelt gestalten
- Kontrolle von *Kommunikations- und Informationsflüssen* in der Organisation
- Nutzung und (selektive) Anwendung von *Organisationsregeln*

Die Kontrolle einer oder mehrerer dieser vier zentralen Ungewissheitszonen kann Akteuren Macht in der Organisation verschaffen. Die Existenz von Unsicherheitszonen ist aber lediglich Voraussetzung und nicht hinreichende Bedingung für tatsächliche Macht. Es ist daher zwischen Macht und Machtquellen zu unterscheiden: Organisationsmitglieder, die beispielsweise über relevantes und schwer austauschbares Expertenwissen verfügen, haben damit noch nicht per se Macht. Entscheidend ist vielmehr die Frage, ob und inwieweit sie ihr Expertenwissen, das für andere Organisationsmitglieder eine Ungewissheitszone darstellt, nutzen, um eigene Handlungsspielräume auszubauen, um eigene Interessen zu realisieren und zugleich die Durchsetzung konkurrierender Interessen und damit die Handlungsspielräume anderer Akteure zu begrenzen (vgl. Crozier und Friedberg 1979, S. 45 f.). Ob und inwieweit die Kontrolle von Ungewissheitszonen zum Aufbau und Erhalt von Macht genutzt wird, wird durch spezifische Kontextfaktoren – Interdependenzen, Heterogenität, Problemrelevanz, Ressourcenknappheit, Machtverteilung – gefördert (vgl. Elsik 1999, S. 80), und wird letztlich auch von der Bereitschaft der involvierten Akteure, politisch zu handeln, beeinflusst.

Die in der Literatur vielfach zu findende Forderung, dass PR Teil der „dominant coalition“ (d. h. des Top Managements; Grunig et al. 2002, S. 140 ff.) sein muss, um im Sinne eines strategischen Kommunikationsmanagements agieren zu können, bezieht sich indirekt auf die Machtquellen der PR-Akteure. Dabei bedeutet die Zugehörigkeit der PR zur „dominant coalition“ im hier zugrunde liegenden Verständnis nicht, dass PR-Akteure damit per se mächtig sind und über umfangreiche Macht in der Organisation verfügen. Denn zum einen entspricht die formale Struktur nicht der tatsächlichen Machtstruktur der Organisation und formale Positionen sind nicht mit den tatsächlichen Positionen in den politischen Organisationsprozessen identisch. Zum anderen gilt, dass Akteure nur Macht ausüben können, wenn sie die Kontrolle der Ungewissheitszonen tatsächlich als Machtquelle nutzen. Das verdeutlicht, dass die Machtstruktur in Organisationen nicht durch die Formalstruktur determiniert wird.

4 Analyse der Machtquellen politischer PR

Um der bislang wenig beachteten Frage nach den Machtquellen der PR und danach, inwiefern diese zur Einflussnahme auf organisationspolitische Entscheidungsprozesse seitens der PR-Experten eingesetzt werden, nachzugehen, wurden die Daten aus zwei Studien aus dem Bereich der politischen Kommunikation bzw. politischen PR diesbezüglich neu ausgewertet.

4.1 Studiendesign und zugrunde liegende Datenbasis

4.1.1 Studie „Regierungs-PR“

Die von Sarah Zielmann durchgeführte Studie „Regierungs-PR. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung unter besonderer Berücksichtigung ihrer dezentralen Organisation“¹ analysiert u. a. die formale und informale organisationsinterne Stellung der PR-Verantwortlichen und deren Möglichkeiten, im Sinne der Regierung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu leisten. Die empirische Analyse umfasst Leitfadenterviews mit 39 PR-Verantwortlichen aus der 15. (Bundeskanzler Schröder) und 16. (Bundeskanzlerin Merkel) Legislaturperiode. Die Leitfadengespräche wurden zwischen August 2005 und Oktober 2006 mit leitenden Pressesprechern und Öffentlichkeitsarbeitern aus dem Bundeskanzleramt,

¹ Die Studie wurde bislang noch nicht veröffentlicht.

	Anzahl befragter PR-Experten		
	Regierung Schröder	Regierung Merkel	GESAMT
Bundeskanzleramt	2	2	4
Bundespresseamt	6	4	10
Auswärtiges Amt	2	3	5
Bundesministerium des Innern	2	1	3
BMin der Finanzen	2	1	3
BMin für Wirtschaft und Arbeit	2	aufgelöst	2
BMin für Wirtschaft u. Technologie	existierte nicht	2	2
BMin für Arbeit und Soziales	existierte nicht	2	2
BMin der Verteidigung	3	2	5
BMin für Gesundheit	1	1	2
BMin für Umwelt, Naturschutz u. RS	-	1	1
GESAMT	20	19	39

Abb. 1 Studie „Regierungs-PR in Deutschland“: Überblick über die berücksichtigten Ämter und Ministerien

Bundespresseamt und neun verschiedenen Bundesministerien durchgeführt (siehe Abb. 1).

4.1.2 DFG-Studie „PR-Beratung in der Politik“

Ziel des Forschungsprojekts „PR-Beratung in der Politik“ (Röttger und Zielmann 2012)² ist es, auf Grundlage einer systematischen Analyse der Interaktion und Perzeption zwischen politischen Akteuren und PR-Beratern Hinweise zur Rolle und zum Stellenwert externer PR-Berater in der politischen Kommunikation zu liefern. Im Zentrum steht die Frage, wie die konkreten Beratungsbeziehungen zwischen den Bundesministerien sowie Bundesparteien und ‚ihren‘ PR-Beratern ausgestaltet sind.

Im Frühjahr 2009 wurden 30 Leitfadeninterviews sowohl mit externen PR-Beratern als auch mit politischen Akteuren aus ausgewählten Bundesministerien³ und allen sechs großen im Bundestag vertretenen Parteien, die für die Auswahl

² Das Forschungsprojekt Projekt „PR-Beratung in der politischen Kommunikation“ (RO 3060/2-1) wurde von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziert

³ Bundesministerium des Innern, BMin für Finanzen, BMin für Arbeit und Soziales, BMin für Bildung und Forschung, BMin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; siehe zur Auswahl ausführlicher Röttger und Zielmann 2012, S. 105 ff.)

Politik - PR - Persuasion

Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer
Öffentlichkeitsarbeit

Fröhlich, R.; Koch, Th. (Hrsg.)

2015, XIII, 303 S. 37 Abb. Book + eBook., Softcover

ISBN: 978-3-658-01682-1