

Von Heuschrecken, Aussaugern und Plünderern

Matthias Stern untersucht, wie man einen publizistischen Konflikt schürt

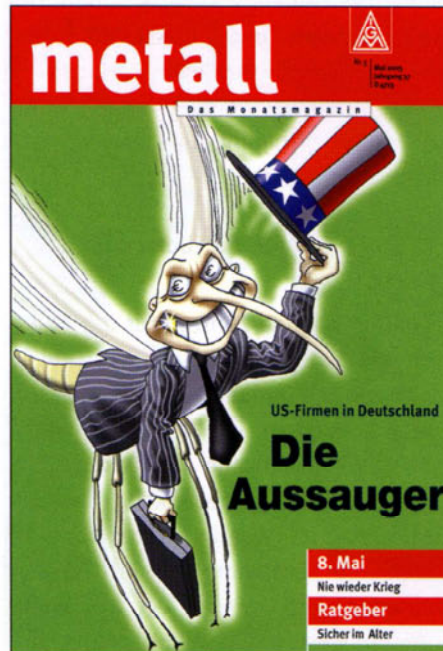
VON VICTORIA MEINSCHÄFER

Benötigt wurde im April 2005 „ein Herzblutthema“. Die Zahlen der SPD waren schlecht, kurz vor der Landtagswahl in NRW brauchte man etwas, das die Menschen emotional aufrüttelte. Und zwar nicht nur einige wenige, sondern ein Thema, das ganz unterschiedliche Akteure auf den Plan rufen konnte. Mit den „Private Equity“-Gesellschaften war es gefunden.

Matthias Stern hat in seiner von Prof. Dr. Ralph Weiß und Dr. Astrid Zipfel betreuten Arbeit „Erfolgskritische Faktoren im publizistischen Konflikt“ untersucht. In einer Fallstudie hat er sich der „Heuschrecken-Debatte“ gewidmet. „Publizistischer Konflikt meint eine politische oder gesellschaftliche Debatte, die über Medien vor den Augen der Öffentlichkeit ausgetragen wird“, erklärt er.

Gewählt wurde das Thema Private Equity mit Sicherheit nicht zufällig, davon ist Matthias Stern überzeugt. „Sachlich gibt es hier ein hohes Maß an Unwissen, das konnte für die eigenen Zwecke genutzt werden. Müntefering hat geschickt ein Thema gesetzt, das sich zur generalisierten Kapitalismuskritik erweitern ließ.“

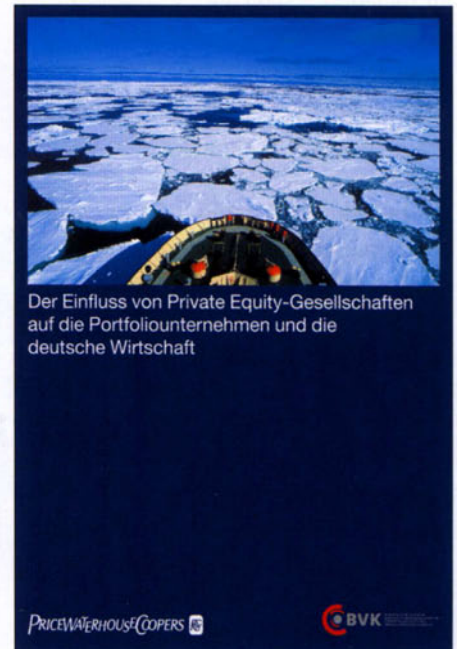
Es begann mit einem Interview in der „Bild am Sonntag“ Mitte April 2005, das die offensichtlich beabsichtigte Welle lostrat. Fast jeder konnte etwas dazu sagen, die Kirchen ebenso wie die Gewerkschaften, Nicht-Regierungsorganisationen wie Attac ebenso wie die Bundesvereinigung der Arbeitgeberverbände. Stern: „Es war ein ganz typischer Verlauf einer solchen Debatte. Die Leitmedien beginnen und ganz schnell treten auch alle anderen Akteure in die Arena ein.“ Plötzlich vertraten gesellschaftliche Gruppen die gleiche Mei-



Dieses Bild wurde bekannt: Die Heuschrecke mit Uncle-Sams-Hat emotionalisierte in der Debatte. Erstmals erschien es auf dem Titelblatt der Verbandszeitschrift der IG-Metall im Mai 2005

nung, die sonst eher auseinander liegen; typische spontane, diskursgebundene Koalitionen entstanden. „Das Thema war ideal, weil es so viele Anknüpfungspunkte bot“, erklärt Stern. „Es konnte sowohl auf den einzelnen Arbeitnehmer und dessen Schicksal herunter gebrochen werden, als auch der Beginn einer nationalen Systemdebatte sein.“

Stern listet in seiner Master-Arbeit eine Vielzahl von Akteuren und Motivationen auf und stellt fest: Diejenigen, die versuchten, die Debatte zu versachlichen, blieben ungehört. Der Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK) etwa war bemüht, sachlich über den Sinn und die volkswirtschaftliche Funktion von Private Equity aufzuklären, wurde jedoch kaum gehört.



Wenig Emotionen, aber auch wenig Resonanz: Hedge-Fonds als Eisbrecher, so die Darstellung des Bundesverbandes Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften

Spannend auch, wie die einzelnen Akteure ihre Meinungen bebilderten. Die IG Metall etwa zeigte eine Heuschrecke im Anzug mit Uncle-Sams-Hat in der Hand, Finanzinvestoren wurden als Aussauger und Plünderer dargestellt. Der BVK und die Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers dagegen wählten das Bild eines Eisbrechers, mit dessen Hilfe verkrustete Strukturen aufgebrochen werden sollen, versuchten gar, die Debatte durch Schaubilder und Grafiken zu versachlichen. Doch der Hingucker blieb das Bild der IG-Metall.

Interessant auch die Rolle, die die Medien in der Debatte spielten: Sie mischten sich kaum inhaltlich ein, sondern berichteten über die Debatte als Wahlkampfthema als solches. Eine solche Art von Metaberichterstattung nimmt in den letzten Jahren deutlich zu. „Die

Bild: BVK / PricewaterhouseCoopers

Heuschrecken-Debatte ist ein gutes Beispiel dafür, dass sich politische Akteure auf einem schmalen Grat bewegen“, so Dr. Astrid Zipfel. „Einerseits ist die strategische Planung und professionelle Umsetzung einer Kommunikationsstrategie im Wahlkampf unabdingbar, andererseits laufen die Akteure schnell Gefahr, in der Wählerschaft an Glaubwürdigkeit einzubüßen, wenn diese Strategie – z.B. mit Hilfe der Medienberichterstattung – durchschaubar wird.“

Wie man ein Thema so setzt, dass es in den Medien nicht (nur) strategisch wahrgenommen wird, das sei sicher noch eine weitere so spannende Frage für die Wissenschaft, so Zipfel. Sicher

Matthias Stern gehört zum ersten Absolventen-Jahrgang des Masterstudiengangs „Politische Kommunikation“. Im Wintersemester 2005/06 gestartet, beschäftigt sich dieser u. a. damit, wie Politiker sich und ihre Politik über die Medien darstellen, auf welche Weise die Medien über Politik berichten und welche Wirkung dies auf die Wahrnehmung der Bevölkerung hat. Damit werden die Absolventen auf eine berufliche Tätigkeit in der politischen Öffentlichkeitsarbeit, der Politik- und Kommunikationsberatung und im Journalismus vorbereitet. Sterns Arbeit wurde mit dem Gertrud-Kubetschek-Preis ausgezeichnet, den der Förderverein des Sozialwissenschaftlichen Instituts „VERSO“ jährlich für die beste Masterarbeit vergibt.

ist: Das gewählte Thema muss möglichst von in den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen anschlussfähig sein – und das war Münteferings „Heuschrecken-Debatte“ ganz sicher.

Weitere Informationen:

Dr. Astrid Zipfel,
(0211) 81-12941
Matthias Stern,
mail@matthias-stern.de

387 Examensurkunden übergeben!

Am 14. Juli fand im Konrad-Henkel-Hörsaal die Examensfeier der Philosophischen Fakultät statt. Eröffnet wurde die Veranstaltung traditionsgemäß vom Dekan, Prof. Dr. Ulrich von Alemann. Den Festvortrag hielt Prof. Dr. Ulrich Lehner, Präsident der IHK Düsseldorf.

Neben der Übergabe der Urkunden wurden auch wieder mehrere Preise verliehen. Marion Schotsch erhielt den Preis für das beste Diplom im Studiengang Literaturübersetzen, überreicht wurde die Auszeichnung von Sabine Bellert (Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer).

Matthias Stern bekam den Gertrud-Kubetschek-Preis für die beste Masterarbeit im Sozialwissenschaftlichen Institut aus dem Studienjahr 2007/08, gestiftet vom Verein der Freunde und Förderer des Sozialwissenschaftlichen Instituts. Dessen Vorsitzender, Prof. Dr. Hartwig Hummel, überreichte die Auszeichnung (siehe Artikel „Von Heuschrecken...“).

Juliane Schulze wurde mit dem Carl-Wambach-Preis für die sprachlich beste Magisterarbeit des Faches Germanistik geehrt. Die Auszeichnung überreichte der Dekan.

Im Zentrum der festlichen Veranstaltung, zu der auch wieder die Familien-



Dekan Prof. Dr. Ulrich von Alemann (links) und Festredner Prof. Dr. Ulrich Lehner, Präsident der IHK Düsseldorf.

angehörigen und Freunde der Absolventen geladen waren, stand natürlich die Übergabe der Examensurkunden. Als Vertreter der Examinierten sprach Frank Meier, Absolvent des Magisterstudienganges Philosophie.

Insgesamt haben an der Philosophischen Fakultät 387 Jungakademiker im Sommersemester 2008 ihr Studium beendet. Acht schlossen ihr Erziehungswissenschaftliches Studium mit dem Diplom ab, ebenfalls mit einem Diplom (in Literaturübersetzen) verließen neun

Absolventen die Universität. Das erste Staatsexamen für das Lehramt legten 30 ab, den Dokortitel erwarben 31, den Magister 165, den Bachelor 100 und 44 den Master.

Den musikalischen Ausklang der Feier gestaltet der Chor der Universität unter der Leitung von Silke Löhr, Akademische Musikdirektorin, mit Liedern aus Italien und Frankreich zum Thema „Liebe und Tanz“. Ein Empfang in der Roy-Lichtenstein-Halle schloss sich an.

R. W.

Foto: Pressestelle