

Berufsfeld Politikberatung

Sven Braune

Sven Braune studierte an der TU Dresden Politikwissenschaft und Geschichte. In einer Berliner Agentur für strategische Kommunikation absolvierte er ein Volontariat. Zuletzt arbeitete er als Vorstandsreferent bei der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung e.V.

Die Vielgestaltigkeit der Politikberatung lässt das Berufsfeld häufig etwas diffus erscheinen. „Politikberater“ ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Feste Zugangsvoraussetzungen zum Berufsfeld existieren nicht, wenngleich in den letzten Jahren immer mehr Universitäten und private Bildungsanbieter spezifische Studiengänge und Zertifikate zu Politikmanagement oder Public Affairs eingeführt haben. Vor allem die Frage, ob und wo Grenzen der Politikberatung zur politischen Kommunikation und Interessenvertretung zu ziehen sind, ist umstritten. Drei grundsätzliche inhaltliche und strukturelle Unterscheidungen scheinen mir jedoch zur groben Strukturierung sinnvoll:

Erstens lässt sich Politikberatung in drei Aufgabenbereiche untergliedern, die sich in der Berufspraxis vieler Berater meistens überschneiden. In der *Politikfeldberatung* stellen Organisationen oder Einzelpersonen ihre methodische und inhaltliche Expertise zu einzelnen Politikfeldern zur Verfügung, z.B. in der Klima- oder der Finanzpolitik. Beispiele dafür wären die Berufung von Wissenschaftlern in die Enquetekommissionen des Bundestags, die Arbeit der Fachreferate in Ministerien oder politische Empfehlungen von Think Tanks oder Stiftungen. In der Politikfeldberatung liegt der Kernbereich der (politik-)wissenschaftlichen Politikberatung, wobei nicht nur Theoretiker mit Kontextwissen gefragt sind, sondern auch Praktiker. So bringen unter anderem Ex-Politiker oder Verbandsvertreter ihr „Betriebswissen“ aus den jeweils eigenen Bereichen ein. Ein zweites Aufgabenfeld ist die *Kampagnenberatung*. Politikberater planen politische Kampagnen, und sie diskutieren mit ihren Klienten bzw. Arbeitgebern, welche Kommunikationsstrategie zur Durchsetzung von politischen Zielen erfolgsversprechend ist und welche Netzwerke dazu wie aufgebaut und bedient werden sollten. Ein drittes, sich damit überschneidendes Aufgabenfeld ist *Public Affairs (PA)*, also die Interessenvertretung im politischen Kontext gegenüber Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit, zu denen eine Organisation Beziehungen aufbauen und pflegen muss. Als Teilbereich der Public Affairs wird unter Government Relations bzw. Lobbying der Versuch verstanden, auf Entscheidungen der Legislative und Exekutive direkt beim Gesetzgeber Einfluss zu nehmen. Die Zuordnung des Lobbyismus zur Politikberatung ist umstritten, da Lobbyisten vorrangig nicht Politiker beraten wollen, sondern versuchen im eigenen Interesse (In-House-Lobbyisten) oder im Auftrag Dritter (PA-Agenturen, Kanzleien) politische Entscheidungen zu beeinflussen. Abgesehen davon, dass sich politische Entscheidungsträger im Vorfeld einer Entscheidung einen breiten Überblick über die verschiedenen Interessenkonstellationen verschaffen sollten, können Entscheidungsträger in Politik und Verwaltung durch den Kontakt mit Interessenvertretern auf das spezifische Wissen einzelner Branchen und Bereiche zugreifen. Und so leisten Lobbyisten, wenigstens als „Nebeneffekt“ der

Interessenvertretung, häufig auch konkrete Politikfeldberatung für ihre Adressaten.¹

Zweitens meint Politikberatung zum einen die Beratung von politischen Entscheidungsträgern, z.B. Mandatsträger, Minister, Fraktionen und Parteien. Zum anderen kann sie auch auf die Beratung von Organisationen zielen, welche von politischen Entscheidungen betroffen sind bzw. ein bestimmtes politisches Interesse verfolgen und dieses gegenüber Politik und Öffentlichkeit artikulieren wollen.

Drittens finden Politikberatungsprozesse entweder dauerhaft innerhalb einer Institution statt. Beispiele dafür sind die wissenschaftlichen Dienste in Parlamenten, die Fachreferenten in Ministerien, wissenschaftliche Mitarbeiter in Bundestagsabgeordnetenbüros, Strategieabteilungen im Parteivorstand, Public-Affairs-Verantwortliche in Unternehmen, Referenten in Verbänden oder Campaigner in NGOs. Oder Politikberatung wird mit einem zeitlich begrenzten, klar definierten Auftrag bei Externen als moderne Dienstleistung im politischen Raum eingekauft: bei Kommunikations- und Public Affairs-Agenturen, Rechtsanwaltskanzleien oder wissenschaftlichen Institutionen, die Auftragsforschung betreiben.

Politikberater arbeiten also in allen Bereichen, in denen politische Entscheidungen getroffen werden sowie dort, wo politische Interessen bestehen und Akteure von staatlichem Handeln oder politischen Entscheidungen betroffen sind. Politikberater sind festangestellt oder freiberuflich tätig, sie agieren im Hintergrund oder repräsentativ gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Trotz dieser Bandbreite haben sie gemeinsam, dass ihnen im politischen Betrieb immer eine zentrale Vermittlerfunktion zwischen den Bereichen Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit zukommt. Sie leisten einen Beitrag zur Vorbereitung, Steuerung und Vermittlung politischer Entscheidungen, indem sie Wissen weitergeben und Beziehungen managen. Die (politik-)wissenschaftliche Politikberatung schlägt insbesondere eine Brücke zwischen Wissenschaft und politischer Praxis. Politikberater sind in der Regel über die eigene Organisation und Branche hinaus gut vernetzt, um die komplexen Wege der politischen Entscheidungsfindung jederzeit nachvollziehen zu können und um als „Lotse“ ihre Kunden oder Auftraggeber zu den relevanten Stakeholdern zu navigieren.

Einstiegsmöglichkeiten für Politikwissenschaftler

Wer sich Stellenausschreibungen im Bereich Politikberatung, Public Affairs, Politische Kommunikation o.ä. anschaut, wird schnell feststellen, dass selten ausschließlich nach Politikwissenschaftlern gesucht wird. Das grundlegende Verständnis des Zusammenspiels politischer Strukturen, Prozesse und Inhalte sowie politischer Kommunikation gehört sicherlich zum Einmaleins des Politikberaters. Politikwissenschaftler bringen insofern gute Voraussetzungen mit, um einmal professionell beraten zu können. Das Berufsfeld steht aber auch Juristen und Kommunikations-, Geistes- und Kulturwissenschaftlern, Soziologen, „Quereinsteigern“ mit Spezialwissen aus Bereichen wie den Naturwissenschaften sowie auch ehemaligen Politikern offen. Interdisziplinarität ist eine Selbstverständlichkeit im Berufsfeld und im Beratungsprozess schlichtweg unersetzbar. Vor allem zeigt sich dies in Public-Affairs-Agenturen bzw. Kommunikationsagenturen, welche komplexe Beratungsprozesse von der Analyse, über die Entwicklung der Strategie bis zur Planung von Maßnahmen anbieten. Hier fließen strategische und kommunikative Kompetenzen, Expertenwissen in Politikfeldern und die Kontaktnetzwerke erfahrener Berater zusammen.

Die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (de'ge'pol) beschreibt das Kompetenzprofil eines Politikberaters so: „Politikberater sind in erster Linie Wissensarbeiter. Sie arbeiten mit Informationen, Fachkenntnissen, Ideen und Informationssystemen. Im ständigen Kontakt mit Entscheidungsträgern und Multiplikatoren sind politische Erfahrung und kommunikative Stärken

¹ Die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. hat als Berufsverband der Politikberater in Deutschland einen Verhaltenskodex für Politikberater entwickelt und verabschiedet, welcher ethische Prinzipien als Prämissen im Beratungsprozess festschreibt. Ihre Mitglieder bekennen sich zur Einhaltung des Kodex. Siehe URL: <http://www.degepol.de/grundlagendokumente/verhaltenskodex/>.

unabdingbar.“² Politikberater müssen also Generalisten im politischen Raum sein, mit wachsender Erfahrung dann auch Spezialisten in bestimmten Politikfeldern. Niemand erwartet, dass diese Kompetenzen bei Berufsanfängern ausgeprägt sind, aber der Dreiklang aus strategisch-analytischem Vermögen, kommunikativen Kompetenzen und ersten Erfahrungen im politischen und kommunikativen Bereich müssen sich bereits bei Berufsanfängern andeuten. Wer an einer Arbeit im Berufsfeld Politikberatung interessiert ist, sollte die angesprochene Vermittlungs- und Netzwerkfunktion eines Politikberaters zwischen Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und der Öffentlichkeit mit bedenken. Politikberater haben häufig die Aufgabe, die Beratenen in die Lage zu versetzen, über den Tellerrand der eigenen Institution oder Branche zu schauen. Es ist daher von Vorteil, wenn man schon in der Studienzeit in verschiedene Organisationen und Bereiche hineinblickt. Politikberater Dominik Meier, Chef einer Public-Affairs-Agentur in Berlin, bringt auf den Punkt, was erwartet wird: „Was nützt mir eine Person, die die Verfassungsgeschichte Asiens kennt, aber nicht in der Lage ist, eine Pressemitteilung zu schreiben?“³ Relevante Praktika, ehrenamtliches Engagement oder gar erste Berufserfahrungen im Bereich politischer Organisation und/oder Organisationskommunikation werden schlicht vorausgesetzt.

Da Berufsanfänger aus dem Bereich Politikwissenschaften heute im Regelfall bereits solche erste Erfahrungen im politischen Raum gesammelt haben und über ein kleines Kontaktnetzwerk verfügen, liegt der Einstieg ins Berufsfeld Politikberatung mitunter gar nicht so fern. Wer sich schon während des Studiums z.B. parteipolitisch engagiert hat, könnte als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Bundestagsabgeordneten erste Berufserfahrungen in der politischen Organisation und inhaltlichen Arbeit sammeln. Parteien brauchen Campaigner im Wahlkampf usw. Das gleiche gilt selbstverständlich für Kontakte zu NGOs, Stiftungen, Gewerkschaften, Kirchen, Unternehmen und anderen Institutionen mit politischen Interessen. Klar ist auch: Ein Berufsanfänger wird in die Politikberatung nicht als Fachreferent im Ministerium oder als Lobbyist in der Hauptstadtrepräsentanz eines Unternehmens einsteigen. Dafür braucht es häufig neben der akademischen Qualifikation, langjährige politische Erfahrungen, hohe kommunikative Kompetenzen, fachliche Exzellenz und ein gutes Kontaktnetzwerk zu Medien und Politik.

Abgesehen von der Möglichkeit innerhalb einer beratungsbedürftigen Institution zu arbeiten, sind für Berufseinsteiger aus dem Bereich Politikwissenschaften insbesondere die Formen externer Politikberatung interessant. Je nach persönlicher Interessenlage kommen Agenturen mit den Schwerpunkten Public Affairs und Kommunikationsberatung/PR in Frage. Diese bieten nicht nur klare Aufstiegsperspektiven vom Traineeship bzw. Volontariat zum Junior-Berater, Berater, Seniorberater usw., sie haben auch den Vorteil, dass man in relativ kurzer Zeit eine Vielzahl von Kunden aus allen Bereichen der Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sowie ein großes Set an Beratungstools kennenlernt. Ständig müssen neue Auftraggeber und Themenfelder erschlossen werden sowie Methoden, von denen im Studium nur die wenigsten Politikwissenschaftler gehört haben werden. Im Agenturalltag lassen sich auch gute Kontakte für den weiteren Berufsweg knüpfen. Möglicherweise ist ein ehemaliger Kunde einer Agentur zu einem späteren Zeitpunkt sogar der neue Arbeitgeber. Agenturen sind für viele Berufseinsteiger somit nicht nur gute „Ausbildungsbetriebe“ für die Arbeit im politischen Raum, sondern häufig auch Kontaktplattform und Sprungbrett in lukrative Posten, vor allem in Unternehmen.

Die Arbeitsbelastung in Agenturen ist dafür allerdings beträchtlich. Viele Kunden und Projekte sind unter hohem Zeitdruck gleichzeitig zu betreuen, komplexe Zusammenhänge müssen in kürzester Zeit erfasst werden, Kunden und Agenturen vereinbaren im Regelfall eine exakte Aufschlüsselung der Beratungsleistungen, und dabei muss nicht nur die Qualität der Arbeitsergebnisse, sondern auch die Kundenservicequalität einer modernen Dienstleistung fortlaufend gesichert werden. Auch die Verdienstmöglichkeiten sind kein großer Anreiz. Sie liegen für Volontäre in Berlin bei etwa 1500 bis

² „Was ist Politikberatung?“, hrsg. v. Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V., Neuauflage 2010, S. 7.

³ „Im Hinterzimmer der Macht“ – Berufsreportage Politikberater, UniMagazin 6/2004, S. 8-11.

2000 Euro brutto. Volontariate dauern im Regelfall zwischen 1 und 2 Jahre und werden bei guten Leistungen häufig vorzeitig verkürzt – je nach Erfahrungslevel, persönlicher Leistung und auch dem eigenen Verhandlungsgeschick. Hin und wieder hört man noch von Einstiegsgehältern von 800 bis 1000 Euro brutto im Agenturbereich. Praktika werden von seriösen Agenturen heutzutage mit 400 Euro oder mehr vergütet.

Politikberatung als Studieninhalt

Auch im Rahmen des Studiums können Interessierte den Berufswunsch Politikberatung gezielt verfolgen. Neben den gängigen Karrieremessen innerhalb und außerhalb der Universitäten, bieten immer mehr Universitäten im Studiengang Politikwissenschaften Seminare zur „Politikberatung als Beruf“ an und setzen sich über ein ganzes Semester mit dem Berufsfeld auseinander. Idealerweise findet hier nicht nur eine theoretische Wissensvermittlung statt, sondern Gastdozenten aus verschiedensten Bereichen der Politikberatung geben praktische Einblicke in ihren Berufsalltag. Die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. wird als Berufsverband der Politikberater zum Beispiel regelmäßig an Universitäten eingeladen, bietet einen Überblick über das Berufsfeld und führt mit den Studierenden mitunter auch kleine Übungen zu praxisnahen Beratungssituationen durch. Es ist für viele Studierende das erste Mal, dass sie etwas von Krisen- und Dialogkommunikation, Issues- und Wertemanagement, Methoden aus dem Campaigning und Lobbying hören. Diese praxisnahen Einblicke in die Politikberatung machen das Berufsfeld für viele klarer und interessanter. Aufgrund der Interdisziplinarität der Politikberatung wäre es zudem wünschenswert, wenn im Studiengang Politikwissenschaften medien- und kommunikationswissenschaftlichen Inhalten gezielt mehr Raum eingeräumt würde, denn Politik und Kommunikation sind in der Beratungspraxis nicht voneinander zu trennen.