

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

„Speaking truth to power“. Diese Formulierung, die seit den 1970er Jahren besteht und insbesondere durch ein gleichnamiges Buch des amerikanischen Politologen Aaron Wildavsky weite Verbreitung erfuhr, galt vielen seither als grundlegende Definition von Politikberatung. Die Fragen, die sich damit verbinden, sind vielfältig: Was genau ist unter „truth“ zu verstehen und was unter „power“? Wer spricht mit bzw. zu wem, und wie? Gibt es wirklich einen klar definierten Sender und einen klar definierten Empfänger? Kann eine solche Interaktion evaluiert werden; muss sie reguliert werden?

Die moderne Politikwissenschaft und mit ihr das immer noch als jung zu bezeichnende Feld der Politikberatungsforschung stellen sich zunehmend solchen Themen. Starken Einfluss nehmen dabei Ansätze, die Politik (und das Politische an sich) als Netzwerk von Prozessen begreifen, die eine Vielzahl von Gruppen einbinden. Der Fokus wanderte von „government“, das insbesondere öffentlich-institutionelles Handeln in den Blick nahm, zu „governance“, das auch Interessengruppen, Wissenschaft, Medien, Unternehmen, Vereinen und vielen mehr eine Rolle im politischen Prozess zuweist.

Aus dieser Perspektive lässt sich auch die vorliegende Ausgabe der Zeitschrift für Politikberatung lesen. Schon die wissenschaftlichen Aufsätze nehmen verschiedene Facetten der Politikberatung in den Blick und beschränken sich dabei nicht auf die formalisierte politisch-institutionelle Ebene. Stattdessen besprechen sie Interaktionen zwischen unterschiedlichen Anspruchsgruppen sowie Methoden, um diese zu gestalten und zu analysieren. *Stefan Busse* und *Sebastian H. Schneider* etwa diskutieren die Evaluation von Bürgerbeteiligung am Beispiel von Bürgerhaushalten und berühren mit Partizipation und Evaluation gleich zwei Themenbereiche, die sich in der Politikberatungsforschung immer weiter etablieren und exemplarisch für die Entwicklung des Forschungsfeldes hin zu komplexen, vielschichtigen Analysen stehen. *Stephanie Geise* und *Melanie Leidecker* wiederum besprechen das Verhältnis von Politik zu Bürgerinnen und Bürgern anhand von Strategien in der Plakatkommunikation zur Bundestagswahl 2013. Damit nehmen sie ein Medium in den Blick, dass im Lichte aktueller Social-Media-Debatten oft keine große Rolle spielt, für Wahlkämpfe aber essenziell

ist. *Daniel März* und *Johannes Pütz* betrachten die Beziehungen zwischen Politik und Wirtschaft, zeichnen die Entwicklung der Interessensvertretung von Lobbyismus zu Public-Affairs-Management und beleuchten aktuelle Trends.

Auch in dieser Ausgabe werfen wir zudem wieder einen Blick auf die Politikberatungslandschaft in einem bestimmten politischen System. Dieses Mal gilt unsere Aufmerksamkeit dem Kleinstaat Liechtenstein, dessen Akteure und Prozesse Sebastian Wolf anhand der Verwaltungsreform darstellt. Im Essay von Matteo Garavoglia steht dann eine kommunikative Perspektive im Vordergrund, indem besprochen wird, wie sich öffentliche Aufmerksamkeit für die deutschen Entwicklungshilfe mittels einer weiteren Europäisierung vergrößern lassen könnte.

Die Rubrik Praxis hat wiederum die Verantwortung von Unternehmen im politischen Raum zum Thema. *Johannes Bohnen* bringt in diesem Zusammenhang den Begriff der Corporate Political Responsibility in die Debatte ein. *Dietmar Kokott* beschreibt die Agenda des Wittenberg-Zentrums für Globale Ethik, welches sich mit der ethischen Dimension von Unternehmenshandeln beschäftigt. Im Forum argumentiert *Felix Philipp Lutz*, dass neurowissenschaftliche Erkenntnisse zu Emotionen und Neurosemantik zur Erklärung von Wirkungen politischer Kommunikation beitragen können. *Feri Thierry* wiederum beschreibt – ebenfalls mit starken Bezügen zu Bereich der politischen Kommunikation – die Ansätze und Strategien, welche die österreichischen NEOS zu Erfolgen geführt haben. Am Ende des Heftes finden sich zudem wie gewohnt Kurzbeiträgen in den Corners.

Die Zeitschrift für Politikberatung erscheint derzeit in einem verlangsamten Rhythmus. Der wesentliche Grund hierfür ist, dass wir uns Fragen der Kommunikation im politischen Raum, die in vielen Beiträgen der ZPB behandelt werden, auch selbst stellen. Daher befindet sich die Zeitschrift für Politikberatung derzeit im Prozess einer Neuausrichtung. Dennoch werden wir auch in der Zwischenphase Ausgaben produzieren, um unseren Leserinnen und Lesern sowie den vielen an einer Publikation in der ZPB interessierten Autorinnen und Autoren gerecht werden zu können. Für dieses allseitige Interesse möchten wir uns herzlich bedanken und freuen uns auf weitere anregende Debatten!

Herausgeber und Redaktion der ZPB