

Die Bedeutung politischer Kommunikation hat in den letzten Jahren spürbar zugenommen. Denn: «Eine gute politische Kommunikation bietet Orientierung und ermöglicht den Menschen, an politischen Prozessen teilzunehmen», sagt Valerio Stallone, Departementsleiter Marketing & Digital an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ). Die HWZ lanciert das neu gestaltete CAS Politische Kommunikation, denn diese Kommunikation ist weit mehr als ein reiner Informationsaustausch. «Sie ist ein strukturierter Wettkampf um Aufmerksamkeit, Interpretationshoheit und Legitimität von Kommunikationsinhalten», definiert Stallone das Thema. Dabei verfolgen die unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure auch unterschiedliche Interessen. Zu den Akteuren zählen Behörden, Parteien, Verbände, Unternehmen, Medien und die Zivilgesellschaft. Entsprechend richtet sich der Studiengang an Fach- und Führungspersonen aus Politik, Verwaltung und Kommunikation.

Navigieren statt kontrollieren

Im CAS erwerben Teilnehmende einerseits ein grundlegendes Verständnis für politische Mechanismen in der Schweiz. Andererseits lernen sie, kommunikative Massnahmen in komplexen politischen Situationen zu planen und umzusetzen. «Gleichzeitig vermitteln wir, dass die vollständige Kontrollierbarkeit von Narrativen eine Illusion ist», sagt Stallone. «Unser Fokus liegt deshalb weniger auf Kontrollkompetenzen als auf Navigationskompetenzen.» Wie man sich kompetent und professionell durch komplexe Situationen navigiert, lernen die Teilnehmenden anhand zentraler Themenfelder der politischen Kommunikation. So geht es beispielsweise im Themenblock «Lobbyismus» darum, seine Interessen strukturiert einzubringen und gleichzeitig zu verstehen, wie politische Entscheidungen getroffen werden und welche Rollen andere Interessengruppen im Entscheidungsprozess spielen.

Weitere Themenfelder sind Campaigning, Verhandlung, Rhetorik und

«In einer direkten Demokratie brauchen politische Akteure besondere kommunikative Kompetenzen.»

Valerio Stallone, Departementsleiter Marketing & Digital an der HWZ

Politische Kommunikation als Grundpfeiler der Demokratie

Ob Krisen oder Kampagnen: Politische Kommunikation ist komplex und voller Fallstricke. Die Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) bietet deshalb eine praxisorientierte Weiterbildung zu diesem Thema an.

Wahlkampf sowie politische PR und Self Branding. «In einer direkten Demokratie brauchen politische Akteurinnen besondere kommunikative Kompetenzen, weil sie häufiger reagieren und Stellung beziehen müssen. Entsprechend steigt das Risiko, Kommunikationsfehler zu machen», sagt Stallone. «Im CAS werden daher strategische, operative und performative Elemente miteinander verbunden, damit die Teilnehmenden lernen, zwischen diesen Fähigkeiten je nach Situation zu jonglieren.» Absol-

ventinnen und Absolventen des CAS können Positionen in Public Affairs, Gemeindeverwaltungen, Verbänden, Parteien, NGOs oder in Beratungsunternehmen übernehmen. «Man trifft sie überall dort an, wo politische Prozesse eine Rolle spielen und erhöhte Glaubwürdigkeit und Anschlussfähigkeit an Netzwerke gefragt sind», präzisiert Stallone.

Die Herausforderungen

Die HWZ legt grossen Wert darauf, Theorie und Praxis zu verbinden. So

kommen viele Dozierende selbst aus der Praxis: Sie sind etwa Lobbyisten, Campaigning-Spezialistinnen oder Verhandlungsexperten und vermitteln ihre Erfahrungen den Studierenden. Die Teilnehmenden üben die gelernten Methoden und Strategien zielgruppenorientiert anhand konkreter Praxisbeispiele. Als Ausgangssituation wird etwa vorgegeben, dass ein Bundesamt kurzfristig eine neue Verordnung publiziert, die erhebliche Auswirkungen auf eine zentrale Branche hat. In ert Stunden reagieren Verbände, Parteien, kantonale Akteur:innen und Medien mit widersprüchlichen Einschätzungen; in den sozialen Medien kursieren verkürzte oder falsche Interpretationen. In dieser politischen Stresssituation müssen Kommunikationsverantwortliche präzise entscheiden, welche Position ihr Verband, Unternehmen oder ihre Organisation einnimmt, welche Stakeholder prioritär zu informieren sind und wie die Kommunikationssequenz gestaltet wird, um sowohl politisch tragfähig als auch öffentlich anschlussfähig zu bleiben.

Drei häufige Fehler

In der politischen Kommunikation treten gemäss Stallone drei Fehler besonders häufig auf: Erstens die Inkonsequenz zwischen Positionierung und Verhalten, zweitens die fehlende Zielgruppenorientierung der Botschaften und drittens die Unkenntnis darüber, wie Algorithmen funktionieren und Informationen auf digitalen Plattformen filtern. «Die heutige Kommunikation verlagert sich zunehmend auf digitale Plattformen, die algorithmisch steuern, welche Inhalte sichtbar werden. Dadurch interpretieren verschiedene Gruppen – sogenannte Bubbles oder Clusters – die Themen unterschiedlich», erläutert Stallone. Das führe zu einer «Fragmentierung der Öffentlichkeit», weil ein gemeinsamer Referenzrahmen, ein gemeinsames Verständnis und eine gemeinsame Orientierung verloren gehen.

Erschwerend kommen die Beschleunigung und die Verdichtung der Debatten in Echtzeit hinzu. «Die digitale Informationsflut verschlechtert die Kommunikation, gleichzeitig wird mehr Transparenz erwartet und gefordert», sagt Stallone. «Die Professionalisierung der politischen Kommunikation ist daher fundamental, um der Bevölkerung zu ermöglichen, sich zu orientieren und zu partizipieren. Denn Orientierung und Teilhabe gehören zu den Grundpfeilern einer Demokratie.»

Marianne Rupp



An der Hochschule für Wirtschaft Zürich startet im Herbst das neu konzipierte, 16-tägige CAS Politische Kommunikation. Bild: zvg