

Schriftenreihe der Hochschule Speyer

Band 63

Die Selbstdarstellung des Staates

Vorträge und Diskussionsbeiträge
der 44. Staatswissenschaftlichen Fortbildungstagung 1976
der Hochschule für Verwaltungswissenschaften Speyer

Herausgegeben von

Helmut Quaritsch



Duncker & Humblot · Berlin

Die Selbstdarstellung des Staates

Schriftenreihe der Hochschule Speyer

Band 63

Die Selbstdarstellung des Staates

Vorträge und Diskussionsbeiträge
der 44. Staatswissenschaftlichen Fortbildungstagung 1976
der Hochschule für Verwaltungswissenschaften Speyer

herausgegeben von

Professor Dr. Helmut Quaritsch



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

Alle Rechte vorbehalten
© 1977 Duncker & Humblot, Berlin 41
Gedruckt 1977 bei Buchdruckerei A. Sayffaerth - E. L. Krohn, Berlin 61
Printed in Germany
ISBN 3 428 09859 2

Inhalt

Vorwort des Tagungsleiters, Prof Dr. <i>Helmut Quartsch</i>	3
Begrüßungsansprache des Prorektors, Prof. Dr. <i>Frido Wagener</i>	9
Eröffnung durch den Justizminister des Landes Rheinland-Pfalz, <i>Otto Theisen</i> , Mainz	13
Von der Staatspflege überhaupt	
Von Prof. Dr. <i>Herbert Krüger</i> , Hamburg	21
Der symbolische Aspekt des Staatsdienstes in der Demokratie	
Von Prof. Dr. <i>Harry Pross</i> , Berlin	51
Aussprache zu den Referaten von Herbert Krüger und Harry Pross	
Bericht von Assessor <i>Ulrich Storost</i> , Speyer	64
Unbeabsichtigte Folgen staatlicher Selbstdarstellung als gesellschaftliches Stabilitätsrisiko	
Von Prof. Dr. <i>Helmut Klages</i> , Speyer	73
Kulturelle Außenpolitik und Wirtschaftsstaat — Aspekte und Methoden auswärtiger Kulturpolitik	
Von <i>Rüdiger Altmann</i> , Bonn	93
Aussprache zu den Referaten von Helmut Klages und Rüdiger Altmann	
Bericht von Dipl.-Polit. <i>Marie-Therese Junkers</i> , Speyer	104
Sporterfolge als Mittel der Selbstdarstellung des Staates	
Von Prof. Dr. <i>Hans-Joachim Winkler</i> , Hagen	109
Aussprache zum Referat von Hans-Joachim Winkler	
Bericht von Dipl.-Polit. Dr. <i>Albrecht Nagel</i> , Speyer	133
Ein Januskopf sucht ein Gesicht — Die Rationalisierung des visuellen Erscheinungsbildes der Deutschen Bundespost	
Von Prof. <i>Kurt Weidemann</i> , Stuttgart	137

Aussprache zum Referat von Kurt Weidemann	
Bericht von Dipl.-Polit. Dr. <i>Albrecht Nagel</i> , Speyer	141
Bemerkungen zur Öffentlichkeitsarbeit der Regierung	
Von Staatssekretär a. D. <i>Conrad Ahlers</i> , Mitglied des Deutschen Bundestages, Bonn	145
Aussprache zum Referat von Conrad Ahlers und zum Gesamtthema	
Bericht von Assessor <i>Ulrich Storost</i> , Speyer	158

Vorwort des Tagungsleiters

Um die richtige Selbstdarstellung bemühen sich die Staaten, solange es Staaten gibt. Dennoch läßt sich bis heute nichts finden, was einer „Theorie der staatlichen Selbstdarstellung“ auch nur ähnelte; es fehlt schon eine Schilderung ihrer Erscheinungsformen. Das mag seine Gründe haben: Selbstdarstellung ist eine Aufgabe, die jeder Mensch wahrnimmt, um sich in seiner Umwelt als Person zu behaupten, ist also eine Sache von Psychologie und Verhaltensforschung. Selbstdarstellung betreibt indes auch jede soziale Organisation; sie muß ihr Dasein, ihre Ziele und ihre Zielverwirklichungen dauernd vorweisen, um sich gegenüber Mitgliedern und Umwelt als sinnvoll, vertrauenswürdig und erfolgreich zu präsentieren. Dieses Organisationsinteresse ist kongruent den Interessen der Mitglieder, denen Ansehen und Erfolg ihrer Organisation in aller Regel nicht gleichgültig ist. Hinzu tritt das Interesse der jeweiligen Führungsgarnitur, die persönlichen Verdienste und Leistungen zu demonstrieren, ein Bestreben, das insbesondere dann realisiert wird, wenn der Besitz der Führungspositionen von dem Wohlwollen Dritter abhängt, mögen das Aktionäre, Vereinsmitglieder oder Wahlbürger sein. Diese Gemeinsamkeiten und Verschiedenheiten gehören mit der ganzen Komplexität ihrer Erscheinungsweisen in den Bereich der Organisationssoziologie, ihre Ursachen sind aber wohl nicht weniger komplex in einem Bereich verwurzelt, für den die Sozialpsychologie zuständig ist. Die einschlägigen Wissenschaften sind noch wenig entwickelt, man wird daher keine zusammenfassenden Auskünfte zu unserem Thema erwarten können. Außerdem: Die Interessen, Anlässe und Mittel der Selbstdarstellung sozialer Einheiten sind zwar strukturell weithin gleich oder doch ähnlich, inhaltlich jedoch zu verschieden, daß eine gemeinsame Beschreibung schwer fallen dürfte.

Die Technik der Selbstdarstellung gehört daher immer noch zu den *arcana imperii*, nimmt man die aus der Wirtschaft bekannte Imagepflege durch Werbung und sog. Public Relations einmal aus. Die Fortbildungstagung konnte unter diesen Umständen schwerlich mehr erbringen als Einführungen in das Allgemeine und das Besondere, die Formen und die Probleme der staatlichen Selbstdarstellung. Meinungsverschiedenheiten waren zu erwarten, sie wurden auch nicht aufgelöst. Wer gehört z. B. zu den Trägern staatlicher Selbstdarstellung? Ein deutscher Kulturpolitiker fragt in der „Äußeren Mongolei“, was dort

mit dem Stichwort „Bundesrepublik Deutschland“ verbunden werde. Der Gastgeber nennt drei Namen: *Mercedes*, *Beckenbauer* und den eines deutschen Schriftstellers, der kurz vorher via Goethe-Institut aus seinem Werk gelesen hatte. Kein Zweifel, das Bild eines Staates kann der auswärtigen Umwelt stärker vermittelt sein durch Automarken, Sportler, Dichter oder andere Eigenheiten als durch Staatsbesuche und offiziöse Rundfunksendungen. Dennoch wird man die Erörterung generell auf die Aktivitäten der staatlichen Instanzen selbst beschränken müssen. Touristen, Monteure und Missionare, prominente Gewerkschaftler und Unternehmer, vor allem die Führer politischer Parteien mögen nach außen wie nach innen noch so bunte Farben zum Gesamtbild „Bundesrepublik“ beitragen: Der Staat kann diese Repräsentanten des Privaten und des Öffentlichen allenfalls mittelbar beeinflussen oder steuern, ihr Darstellungsverhalten bleibt außerhalb der staatlichen „Wirkungs- und Entscheidungseinheit“, wie *H. Heller* den Staat in einer Weise definierte, die gerade in diesem Zusammenhang ihren Wert bestätigt. Die Grenze zwischen staatlicher Selbstdarstellung und derjenigen, die dem öffentlichen und privaten Bereich entfließt, muß jedoch der Sache wegen gelegentlich aufgehoben werden. Das ist z. B. dann notwendig, wenn sich Staat, Privates und Öffentliches gegenseitig so in Dienst nehmen, wie es der Fall ist beim Hochleistungssport und seinen Institutionen (s. *Hans Joachim Winkler*, S. 109 ff.).

Zur „Selbstdarstellung des Staates“ rechnen nur solche Erscheinungen, die zu diesem Zweck bewußt als Mittel eingesetzt werden. Der Staat stellt sich immer irgendwie dar, ob er will oder nicht. Aber das eigentliche Thema läßt sich nicht mehr greifen, wenn die Erörterung über die „Selbst“-Darstellung hinausgeht. Wer sich hier nicht auf die bewußte Präsentation des gewünschten eigenen Seins beschränkt, verliert sich in der Fülle und Vielfalt aller staatlichen Äußerungen. Die *Folgen* von Selbstdarstellungen gehören indes unmittelbar zum Untersuchungsgegenstand, mögen sie einkalkuliert sein oder überraschen. Den Überraschungsfall hat *Helmut Klages* am Beispiel der Selbstdarstellung als „Sozialstaat“ geschildert (S. 73 ff.). — Den Unterschied zur „Staatspflege“ sieht *Herbert Krüger* u. a. im Adressaten: Selbstdarstellung wolle über die Anschauung und auf das animal emotionale wirken, Staatspflege hingegen habe das animal rationale im Visier (S. 21 ff., 25, 27). Oft werden diese Empfänger gleichzeitig angezielt, semantische und ästhetische Informationen laufen parallel. Die rationale Botschaft wird emotional so eingekleidet, daß Aufmerksamkeit und Sympathie gesichert sind. — Es läßt sich weiter nach symbolischen und nichtsymbolischen Darstellungen fragen. Eine solche Unterscheidung stößt freilich auf Schwierigkeiten, weil die Kommunikationswissenschaft eine allgemeine Zeichenhaftigkeit des sozialen Lebens ent-

deckt hat (s. *Harry Pross*, S. 51 ff.). — An „Auswärtiger Kulturpolitik“ lassen sich die verschiedenen Arten der Selbstdarstellung aufzeigen, z. B. direkter und indirekter Präsentation, wie sie etwa tendenziell typisch ist für französische und deutsche Kulturpolitik im Ausland (s. *Rüdiger Altmann*, S. 93 ff., 98).

Selbstdarstellung hat viele Objekte. Die Auswärtige Kulturpolitik präsentiert die geistige Seite von Staat und Gesellschaft in der Bundesrepublik, der Bundespräsident steht für den Gesamtstaat, weiß-blaue Grenzpfähle künden vom Freistaat Bayern, das Rathaus ist für den Bürger seine Gemeinde. Der geographische Umkreis bestimmt die Möglichkeiten der Darstellung, mehr noch die verschiedenen Aufgaben. Die Probleme kommunaler Selbstdarstellung wurden in der Diskussion mehrfach angesprochen (S. 104 ff., 158 ff.). — Begrenzung und Bestimmung durch die Aufgaben gelten vor allem für die sachspezifischen Institutionen. Die Selbstdarstellung der Bundespost ist dafür exemplarisch (s. *Kurt Weidemann*, S. 137 ff.). Freilich hat es die Bundespost mit ihrer visuellen Tradition leichter. Dasselbe gilt für die Armee, seit altersher Instrument gesamtstaatlicher Repräsentation, aber auch gewohnt, sich selbst in Szene zu setzen. Die allgemeine Verwaltung erscheint demgegenüber gehandicapt: ihr fehlt das Posthorn, sie besitzt nicht einmal ein Musikkorps. Die Finanzämter präsentieren durch Ärmelschoner und Billigmöbel öffentliche Armut. (Der Steuerzahler, der durch seinen ältesten Anzug individuelle Armut vorzeigen will, macht den Betrugsversuch gegenseitig). „Florentinische Großzügigkeit“, die *R. Altmann* für das Verhältnis des Wirtschaftsstaates zur Kultur fordert (S. 103), ist eher in modernen Schulzentren anzutreffen.

Presse- und Informationsämter der Regierungen sind die bekanntesten Träger von Selbstdarstellungen. In dieser Institution muß der organisationssoziologisch vorprogrammierte Konflikt zwischen Darstellung der Organisation selbst und den Verdiensten seiner jeweiligen Führungsgarnitur immer wieder ausgetragen werden. Aber das ist sicher nur eines seiner vielen Probleme (s. *Conrad Ahlers*, S. 145 ff.). Der „Öffentlichkeitsarbeit“ werden zahlreiche Aktivitäten zugerechnet, viele dienen unmittelbar der Selbstdarstellung, manche nur mittelbar. Bei der „Verbraucheraufklärung“ z. B. ist dieser Charakter zweifelhaft wie überhaupt bei allen Aufklärungen, die zur Annahme konkreter Verhaltensweisen überreden sollen, die staatlich verordnet oder empfohlen worden sind.

Ein Mittel, das seit Jahrtausenden der Selbstdarstellung diene, die *Staatsarchitektur*, blieb auf der Tagung unerörtert, wenn auch, im Zusammenhang mit dem gerade aktuellen Einzug in das neue Kanzleramt, nicht unerwähnt; in ihm hätte nach Meinung des Kanzlers „auch eine rheinische Sparkasse residieren können“ (S. 11). Offenkundig ist