

Kirstin Schönfeld (Berlin)

Von Freunden, Feinden, dem Kampf um Einfluss und Macht, der wahren großen Liebe und kleinen hilfreichen Heinzelmännchen

Es war einmal, mit diesen drei Worten beginnen gemeinhin Märchen aus langer Vorzeit. Mit *Sehr geehrte Damen und Herren, liebes Publikum*, oder mit *haben Sie / hast Du schon gehört*, findet man als eifriger TV-Konsument, fleißiger Netzwerk-Strategie und nimmermüder Informationssammler den Einlass in die spannendsten Geschichten der Gegenwart.

Einer der beständigsten Lieferanten von großen und kleinen Geschichten, wenn es um den spannungsgeladenen Kampf um Einfluss und Macht geht, ist die Politik. Nicht umsonst wird von Politikern gern selbst kolportiert, dass die Steigerung des Wortes „Feind“ nicht „Erzfeind“, sondern „Parteifreund“ sei. Was uns die Vertreter der politischen Zunft nicht ohne Galgenhumor damit sagen wollen, ist: Wahre Freundschaft in der Politik gibt es nicht! Aufmerksame Beobachter von sozio-ökonomischen Phänomenen und Politik-Experten gehen sogar noch einen Schritt weiter und sagen, eine aufrichtige und völlig selbstlose Freundschaft zwischen Politikern kann gegenwärtig gar nicht möglich sein.

Der Hauptgrund: Machtsysteme und Machtbeziehungen werden immer instabiler. Schnelle Machtwechsel sind meist mit anfänglichen Führungspersonal-Engpässen verbunden, die Personen aus der zweiten, dritten, ja sogar vierten Reihe plötzlich in Spitzenpositionen katapultieren. Das führt zu Irritationen und Konflikten, da es oftmals keine klassischen (vertikalen) „Chef-Untergebenen-Konstellationen“ mehr gibt.

Man kann seine Mitmenschen nicht mehr problemlos in die klassische Freund- oder Feindschublade stecken und auf Dauer dort belassen, denn eindeutige Gegnerschaft gibt es immer seltener. An ihre Stelle tritt zunehmend ein fluktuierendes Spiel von Distanz und Nähe, von Abgrenzung und Einflussnahme. Insider des Chaos-Macht-Pokers unserer Zeit raten dazu, nicht den öffentlich formulierten Absichten und Zielen eines Partners bzw. Freundes zu glauben, sondern eher zu analysieren, wozu er fähig ist.

So äußerte sich Horst Seehofer in der ARD-Talkshow Reinhold Beckmanns am 15.10.2001 sinngemäß, dass er sich eher als Beta-Typ der zweiten oder dritten Reihe, denn als parteipolitisches Alpha-Tier der CSU sehe. Vom selben Moderator im Februar 2007, also sechs Jahre später auf seinen öffentlich eindeutig geäußerten Anspruch auf den CSU-Vorsitz angesprochen und konfrontiert mit seiner ursprünglichen Verlautbarung von 2001, antwortete Horst Seehofer auf die Frage Reinhold Beckmanns, wie denn sein Motivationswechsel vom Beta- zum Alpha-Tier zu erklären sei, mit einem vieldeutig interpretierbaren Lächeln: „Älter werden, heißt sehend werden.“

Eine der entscheidenden Trumpfkarten im Chaos-Macht-Poker unserer Zeit ist die clevere öffentliche Selbstinszenierung: Selbstdarstellung als „öffentliche Person“ als Mittel der Einflussnahme, der Machterlangung und des Machterhalts wird immer wichtiger. Das kann in der *kleinen* als

auch der *GROSSEN* Öffentlichkeit erfolgen. Erst wenn man sich ein in der Öffentlichkeit wahrgenommenes Prestige erarbeitet hat, sind die anderen bereit, dieses Prestige und die damit verbundene Überlegenheit anzuerkennen und für den Einfluss der öffentlich inszenierten Person offen zu sein.

Die zielgerichtete öffentliche Selbstinszenierung im Bereich von Politik und Wirtschaft ist inzwischen Gang und Gäbe. Doch beruflich-geschäftliche sowie private Beziehungen durchmischen sich immer mehr, so dass diese Trumpfkarte selbst im intimsten Bereich unseres Lebens, der Liebe, vermehrt zum Einsatz kommt.

Ein Paradebeispiel, wie eine von ihrem Mann betrogene und verlassene Ehefrau, trotz des als Verrat empfundenen Ehebruchs ihres Mannes, der öffentlichen Häme und des Jobverlusts, denn ihr Mann war gleichzeitig ihr Chef, die Trumpfkarte der selbstlos Liebenden ungeachtet aller Verletzungen in aller Öffentlichkeit strategisch meisterhaft und vor allem siegreich ausspielte, ist Daniele Thoma. Der teuflischste Schachzug war ihr 2001 veröffentlichtes Buch *Hochexplosiv – Mein Leben mit Mister RTL*. Die Medienbranche frohlockte, als durchsickerte, dass Daniele Thoma ein Buch über ihr Leben mit dem RTL-Gründer plante. Man rechnete mit der Generalabrechnung einer betrogenen Ehefrau und dem Beginn eines der schmutzigsten Rosenkriege, den die Öffentlichkeit je gesehen hatte.

Doch es passierte etwas völlig Unfassbares, das Buch las und liest sich auch heute noch wie eine über 300-seitige Liebeserklärung an den ehemaligen RTL-Chef und heutigen Medienberater, Helmut Thoma. Man kann nur vermuten, dass Daniele Thoma irgendwann trotz aller emotional-

persönlichen Verletzungen erkannt hat, dass sie eine Generalabrechnung ihrem eigentlichen Ziel, ihren Mann wieder zurück zu gewinnen, keinen Millimeter näher gebracht hätte. Ganz nebenbei, liebe Leser, Daniele und Helmut Thoma sind mittlerweile wieder ein Paar.

Daniele Thoma kämpfte nach zwei Hauptregeln des Chaos-Macht-Pokers unserer Zeit und siegte:

- **Lasse deine wahre Motivation nicht erkennen.**
- **Zügle deine persönliche Eitelkeit, denn geringere persönliche Eitelkeit verschafft dir individual-psychologische Sicherheit, die dich angstfrei, überlegt und erfolgreicher als deine Konkurrenten und Gegner (und sei es der Mann, den du liebst) agieren lässt.**

Es gibt auch noch eine andere mächtige und einflussreiche Persönlichkeit, übrigens auch eine Frau, die nach diesem Prinzip kämpfte und auf ganzer Linie siegte. Na, ahnen Sie, wen ich meine?

Die Berufsgruppe, die still und leise und vor allem unauffällig die alten und neuen Regeln des Chaos-Macht-Pokers unserer Zeit schneller als andere erkannt und in erfolgreiche Handlungsstrategien umgesetzt hat, sind *kleine* hilfreiche Heinzelmännchen der besonderen Art: Es sind die oftmals gescholtenen und vielfach geschmähten Lobbyisten. Für Lobbyisten ist es ein offenes Geheimnis, dass direkter oder indirekter Einfluss bzw. Einflussnahme eines der Hauptmittel zum Zweck der Machterlangung und Machtausübung in den sozialen Beziehungen demokratischer Gesellschaftsstrukturen ist, denn Macht wird hier nur noch sehr selten per Dekret durchgesetzt.

Sie verschenken, wenn auch nicht ganz uneigennützig, die meistbegehrten Güter unserer sich immer komplexer gestaltenden Medien-/Wissens- und Informationsgesellschaft:

- exklusive Informationen,
- exklusive Kontakte,
- menschliche Anerkennung und
- Imagegewinn.

Übrigens: Nicht nur der Lobbyist verfolgt oftmals eigennützige Motive! Die fachliche Hilfestellung und die guten Kontakte von Lobbyisten auf der einen Seite sowie Bequemlichkeit, Geiz und mehr oder weniger offen gehegte Karriereambitionen der Empfänger lobbyistischer Dienstleistungen auf der anderen Seite können eine äußerst unheilige Allianz eingehen.

Doch auch wenn man persönlich den Aktivitäten von Lobbyisten im großen politisch-wirtschaftlichen Kontext kritisch gegenüber stehen mag, an den wichtigsten Lobbyisten-Spielregeln kommt man mittlerweile auch im ganz persönlichen Karriere-Poker nicht mehr vorbei, die da wären:

- Sei ein wichtiger Informant und kein „Laberer“, verschaff’ deinen Kommunikationspartnern einen wirklichen Informationsvorsprung und verhilf ihnen dadurch zu einem wirklichen Wettbewerbsvorteil.
- Sei ein guter Zuhörer, denn menschliche Nähe wird dem Anderen in erster Linie durch dein aufmerksames Zuhören vermittelt.
- Kümmere dich auch um die, die z.Zt. nicht mehr oder noch nicht das Sagen haben und beobachte aufmerksam Statik und Chaos in den Systemen, zu denen du beruflich-geschäftliche Kontakte unter-

hältst. Ganz wichtig dabei: Unterhalte auch möglichst gute Kontakte zu den dienstbaren Geistern der Macht (Sekretärin, Assistent usw.), sie sind zumeist die ersten, die spüren, wenn ein Machtwechsel ansteht.

- Btreibe ein professionelles Profiling in eigener Sache. Baue einen persönlichen Fachexpertenstatus auf: Fachkompetenz + Fachprominenz = Fachexperte.
- Recherchiere und kontaktiere die wichtigen und „richtigen“ offiziellen großen Foren und vielmehr noch die kleinen aber entscheidenden Insider-Zirkel.
- Argumentiere überzeugend, d.h. möglichst eingängig und kurz mit einer Prise Dramatik und Emotionalität gewürzt.
- Sei sparsam mit Gefälligkeiten (Angemessenes Essen, „Ja“, aber keine Geschenke, sondern nur Aufmerksamkeiten), denn schon die alten Chinesen sagten:

„Wer ein Rind zum Geschenk erhält, muss ein Pferd zurückgeben.“

Zur Person:

Kirstin Schönfeld, Marketing-Expertin in Berlin, berät Manager, Politiker, Unternehmer, Wissenschaftler sowie kreative Freiberufler aus dem In- und Ausland zu Fragen der internen und öffentlich-strategischen Positionierung.

Als gefragte Vortragsrednerin und Autorin von Fachartikeln informiert sie die Fachöffentlichkeit sowie Entscheider-Zirkel regelmäßig über brisante sozio-ökonomische Phänomene und zeigt auf, wie sich diese auf das klassische Produkt-Marketing als auch die strategische Positionierung von Entscheider-Persönlichkeiten auswirken.