

Der Marketing Approach in den Internationalen Beziehungen

Bachelorarbeit
zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (B.A.)
an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität Augsburg

Eingereicht von: Bernd Simon, Westendstr. 33 a, 86836 Untermeitingen
Matrikelnummer: 1152302
am: 18. Juni 2014

Erstprüfer: Dr. Ulrich Roos
Zweitprüfer: Prof. Dr. Christoph Weller

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
2	Forschungsinteresse	5
3	Stand der Forschung	9
3.1	Politisches Marketing	9
3.2	Internationale Beziehungen in der systemtheoretischen Perspektive	12
4	Marketing	22
4.1	Die Marketingphilosophie	23
4.2	Die Marketinginstrumente oder Aktionsparameter des Marketings	25
5	Methode	28
6	Forschungsgegenstand	30
7	Ergebnisse der Forschung zum Gestaltungsmächtekonzept	31
7.1	Formale Gestaltung der Broschüre zum Gestaltungsmächtekonzept	31
7.2	Die neuen Gestaltungsmächte als Zielgruppe	34
7.3	Umwelt	37
7.4	Ziele	38
7.5	Strategien	54
7.6	Wirkung der Marketing-Entscheidungsvariablen	60
7.7	Die Leistungsbereitschaft	64
7.8	Die Leistungssubstanz	69
7.9	Die Abgeltung von Leistungsbereitschaft und Leistungssubstanz	75
7.10	Kommunikation	86
7.11	Zwischenfazit	90
7.12	GIGA-Analysen vs. Marketingansatz	93
8	Zusammenfassung und Fazit	99
	Literaturverzeichnis	103
	Eidesstattliche Erklärung	110
	Anhang	111

1 Einleitung

Der Titel „Der Marketing Approach in den Internationalen Beziehungen“ ist insofern etwas provokant gewählt, weil in der politikwissenschaftlichen Literatur im Fachbereich Internationale Beziehungen Marketing so gut wie keine Erwähnung findet. Andererseits werden allenthalben die Frage der Wettbewerbsfähigkeit auf dem Weltmarkt und die Folgen für den Nationalstaat breit diskutiert. Markt und Wettbewerb sind jedoch klassische Themen des Marketings und insofern erstaunt dann wiederum, dass die Erkenntnisse, Theorien und Methoden des Marketings mit Blick auf internationale Beziehungen gewissermaßen links liegen gelassen werden. Das heißt aber nicht, dass keine Bezüge zum Marketing zu beobachten sind. Nach Späth „gleicht ein Botschafter dem Leiter einer ‘Agentur für Deutschland-Marketing’, die im Ausland Werbung für die Wirtschaft und Kultur des eigenen Landes macht.“ (Späth 2004: 49)¹ Betrachtet man im Weiteren etwa das Gestaltungsmächtekonzept der Bundesregierung aus dem Jahre 2012, so erinnert dieses sowohl von der Aufmachung als auch von der inhaltlichen Darstellung an Imagebroschüren von Unternehmen, in denen diese ihre Ziele, Leistungen und Kompetenzen darstellen. Dies legt ebenfalls die Frage nahe, was Internationale Beziehungen und Marketing miteinander zu tun haben bzw. was sie verbindet.

Marketing in einem basalen und umfassenden Verständnis hat Kotler wie folgt definiert: „Marketing umfaßt jene menschlichen Tätigkeiten, die darauf abzielen, Austauschprozesse zu erleichtern und durchzuführen.“ (Kotler 1974: 12) Der gemeinsame Nenner folgt aus der Tatsache, dass sowohl in den Internationalen Beziehungen als auch in kommerziellen Marktbeziehungen Austauschprozesse Gegenstand des Interesses sind. Die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung mit internationalen Beziehungen beschäftigt sich vornehmlich mit Konflikten, die im Zuge von internationalen Austauschprozessen entstehen. Konfliktursachen erwachsen aus menschlichem Han-

¹ „Heute gleicht ein Botschafter dem Leiter einer ‘Agentur für Deutschland-Marketing’, die im Ausland Werbung für die Wirtschaft und Kultur des eigenen Landes macht. Diese neue Rolle der Diplomaten, deren Bedeutung weiter zunimmt, wird als ‘Public Diplomacy’ bezeichnet.“ (Späth 2004: 49)

deln (Tätigkeiten) und Lösungen werden durch Handeln und Verhandeln gefunden.

Märkte sind die Form der friedlichen Lösung von Verteilungsproblemen knapper Güter.² Betrachtet man internationale Beziehungen unter dem Aspekt der Problematik der Verteilung bzw. des Zugangs zu öffentlichen Gütern, wie Frieden und Sicherheit, Klimaschutz, Ressourcen usf., dann kann man durchaus von marktähnlichen Verhältnissen ausgehen, es wird ge- und verhandelt.³

Im Gegensatz zur vorwiegend theoretisch analytischen Betrachtung von Konfliktfeldern im wissenschaftlichen Fachbereich der Internationalen Beziehungen nimmt Marketing die konzeptionelle Gestaltung von Austauschprozessen in den Fokus, stellt gewissermaßen einen Werkzeugkasten zur Verfügung. „Marketing (management) is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals.“ (Kotler 2000: 4) Zentral ist dabei die Aufgabe der Entwicklung eines strategischen Marketing-Konzepts, das die Aktionsparameter Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation im Hinblick auf die Zielerreichung optimal auf- und miteinander abstimmt und in Einklang bringt.

In dem Gestaltungsmächtekonzept spricht die Bundesregierung explizit von einem Konzept und einem Angebot: „Das vorliegende Konzept ist ein Dialog- und Kooperationsangebot der Bundesregierung an die neuen Gestaltungsmächte für die gemeinsame, partnerschaftliche und gleichberechtigte Arbeit

² Peter Sloterdijk zitiert Luhmann in seinem Vortrag: Der Anwalt des Teufels vom 7.11.1999 anlässlich der Freiburger Vorträge: „Geld wendet für den Bereich, den es ordnen kann, Gewalt ab. Und insofern dient eine funktionierende Wirtschaft auch immer der Entlastung von Politik. Geld ist der Triumph der Knappheit über die Gewalt.“ (Zugänge zum Denken Niklas Luhmanns – Freiburger Vorträge 1999: 27) vgl. (Luhmann 1988: 253) was durchaus bestritten wird. So kann Geld eben durchaus „zum Gegenstand von [krimineller] Gewalt“ werden oder Gewalt, etwa Krieg, provozieren bzw. ermöglichen. (Bammé 2006: 10f)

³ „Da auf globaler Ebene kein Pendant zum Staat existiert, der als zentrale Lösung der öffentlichen Güterproblematik gesehen wird, stellt sich die Prognose für die Bereitstellung globaler öffentlicher Güter unter der Bedingung der Anarchie umso pessimistischer dar.“ (Kocks 2010: 236)

an einer fairen Globalisierung und an Lösungsansätzen für globale Herausforderungen.“ (G: 6)⁴ Man kann also daran anschließend durchaus fragen, was das Marketingkonzept für die Zielgruppe der dem Status der Entwicklungs- bzw. Schwellenländer erwachsenen Staaten beinhaltet.

Aus der Perspektive des Marketings ist demnach zu fragen welche Leistungen / Produkte angeboten, mit welchem Aufwand die Leistungen bzw. die Produkte erstellt werden und mit welchem Ertrag gerechnet werden kann, wie distribuiert und kommuniziert werden soll.

In dieser Arbeit soll zunächst ein Überblick über die Theorien, Methoden und Erkenntnisse, insbesondere aber über die dem Marketing-Ansatz zu Grunde liegende Philosophie vermittelt werden, soweit dies mit Blick auf Internationale Beziehungen relevant erscheint. Systemtheoretisch wird sodann begründet, warum unter den gegebenen Bedingungen der Weltgesellschaft und ihrer politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Systeme die Einnahme einer Marketingperspektive angebracht ist. Es folgt eine eingehendere Analyse des Gestaltungsmächtekonzepts der Bundesregierung aus dem Jahre 2012 aus der Marketingperspektive. Dieser Analyse wird eine politikwissenschaftliche Analyse des GIGA-Instituts, Hamburg⁵, zum Gestaltungsmächtekonzept gegenüber gestellt, um auf diese Weise deutlich zu machen, worin sich die Ansätze ähneln, unterscheiden oder sich ergänzen. Schließlich soll die der Arbeit zu Grunde liegende Forschungsfrage beantwortet werden, ob und gegebenenfalls inwieweit Marketing geeignet ist als ein Instrument zur Analyse von Phänomenen sowie zur Entwicklung von handlungsleitenden Konzepten in den Internationalen Beziehungen geeignet ist.

⁴ „G“ für Gestaltungsmächtekonzept verweist im Folgenden auf: Die Bundesregierung (2012): Globalisierung gestalten – Partnerschaften ausbauen – Verantwortung teilen. Konzept der Bundesregierung. Auswärtiges Amt. Berlin.

⁵ Binding, Jörg; Kudlimay, Lukas (2013): Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit. Hg. v. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. Hamburg (Focus, 7/2013). Online verfügbar unter http://mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/EINIRAS/168838/ipublicationdocument_singledocument/43baa601-79c8-420c-957a-d5b0d902d188/de/gf_global_1307.pdf%20.pdf, zuletzt geprüft am 26.11.2013.

2 Forschungsinteresse

Auf Heraklits „panta rhei“ (alles fließt) geht letztlich die Aussage zurück, dass nichts so beständig wie der Wechsel ist. So wird auch in den internationalen Beziehungen aktuell ein Wandel der bestehenden Weltordnung beobachtet und vielfach diskutiert. Stellvertretend für diese Diskussion soll hier nur auf Robert Kappels Schrift: „Der Abstieg Europas und der Vereinigten Staaten – Verschiebungen in der Weltwirtschaft und Weltpolitik“ verwiesen werden. (Kappel 2011) Zugleich weist der Titel auf die enge Verflechtung und zunehmende Bedeutung von Weltpolitik und Weltwirtschaft hin. Schimmelfennig spricht deshalb davon, dass „sich das dominante Prozessmuster internationaler Politik von der Machtkonkurrenz zur Wohlfahrtskonkurrenz“ gewandelt habe. (Schimmelfennig 2013: 97)⁶ ⁷ Daraus folgt, dass die Frage der nationalen Wettbewerbsfähigkeit auf den Weltmärkten eine zentrale Bedeutung für die Frage der politischen Einflussnahme auf internationale Entscheidungsprozesse erhält.

Dirk Messner hat die Bedingungen für die Erlangung bzw. Aufrechterhaltung nationaler Weltmarktfähigkeit so beschrieben: „Wettbewerbsfähigkeit entsteht nicht nur auf der Ebene der Unternehmen, unterstützt durch innovationsfördernde Politiken eines leistungsfähigen Staates. [...], Internationale Wettbewerbsfähigkeit basiert vielmehr, aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Industrie-clusters, regionalen Wirtschaftsräumen sowie Verbundstrukturen zwischen Unternehmen und ihrem Umfeld als Basis von collective

⁶ „Wie verändert die internationale Interdependenz nun die Prozesse und Interaktionsmechanismen der internationalen Politik? Zunächst müssen Staaten nicht mehr vorrangig nach Macht, der Vermeidung relativer Verluste und nach Autarkie streben, sondern können sich auf andere Ziele und die Maximierung ihrer absoluten Gewinne konzentrieren. Dadurch verschiebt sich das dominante Prozessmuster internationaler Politik von der Machtkonkurrenz zur Wohlfahrtskonkurrenz. Unter ‚Wohlfahrt‘ soll hier der gesamte Eigennutzen eines Staates verstanden werden; anders als Macht definiert sich Wohlfahrt nicht dadurch, mehr zu haben als andere, sondern möglichst viel für sich selbst zu haben. Allerdings führt auch das Streben nach absoluten Gewinnen oder Wohlfahrt zu internationaler Konkurrenz.“ (Schimmelfennig 2013: 97–98)

⁷ Siehe auch Joschka Fischer zu Putins Strategie: „Das Mittel zur Durchsetzung dieser Ziele sollte allerdings nicht mehr die Rote Armee sein, sondern Russlands wirtschaftliches Potenzial und vor allem mittels seiner großen Öl- und Gasressourcen eine strategische Energiepolitik.“ (Fischer 2014)

efficiency, auf spezifischen gesellschaftlichen Organisations- und Steuerungsmustern, [...] In erfolgreichen Ökonomien scheint es möglich, gesellschaftliche Kreativitäts- und Lernpotentiale besser zu bündeln, als dies in schwächeren Wirtschaftssystemen gelingt.“ (Messner 1996: 2) Das korrespondiert aber mit der Idee von integriertem Marketing. „When all of the company’s departments work together to serve the customers’ interests, the result is integrated marketing.“ (Kotler 2000: 13) Gefordert ist demnach eine Innenpolitik, die die Voraussetzungen für die Weltmarktfähigkeit schafft, damit der Nationalstaat im Gefüge der Weltordnung seine Interessen wirksam vertreten und durchsetzen kann. Im Positiven kann dies am wachsenden Einfluss der BRICS und weiterer Staaten, im Negativen an der Machtlosigkeit Griechenlands in der Krise beobachtet werden. Gerade das Beispiel Griechenland macht deutlich, dass für die Unabhängigkeit und politische Autonomie des Nationalstaates die Aufrechterhaltung einer mittel- / langfristigen ausgeglichenen Zahlungsbilanz von zentraler Bedeutung ist. Solange Nationalstaaten in einer arbeitsteilig globalisierten Welt darauf angewiesen sind, in Austauschprozesse einzutreten, etwa um ihren Ölbedarf zu decken, solange werden sie im Gegenzug für den Weltmarkt attraktive Leistungen anbieten müssen, um ihre Ölrechnungen auch bezahlen zu können. Messner zeigt aber auf, dass weltmarktfähige Leistungen nur in einem komplexen und langfristigen Prozess zu erreichen sind, der ein tragfähiges Konzept voraussetzt, soll er denn erfolgreich sein. Die klassischen makroökonomischen Anpassungsmaßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit, wie Wechselkursänderungen, Subventionen und dergl., reichen nicht mehr aus, sie erweisen sich zunehmend als wirkungslos. Mit dem Naturwissenschaftler Georg Christoph Lichtenberg (1742-1799) kann man insofern übereinstimmen: “Ich kann freilich nicht sagen, ob es besser wird, wenn es anders wird. Aber soviel kann ich sagen: es muss anders werden, wenn es besser werden soll!”

Für die Notwendigkeit in mittel- / langfristigen Weltmarktkonzepten zu denken, sprechen zudem noch weitere Faktoren. Rifkin sieht eine „dritte industrielle Revolution“ kommen, sie „basiert auf dezentral erzeugten erneuerbaren Energien in Verbindung mit internetbasierter Kommunikation. Die öko-

nomischen Strukturen dezentralisieren sich in der Folge und Kollaboration entwickelt sich und wird gefordert. Der Zugang zu globalen Netzen löst die Bedeutung des Eigentums ab." (Rifkin 2011: 235) Das hat gravierende Veränderungen der Wirtschaftsstrukturen zur Folge. "Alle vier Sektoren - Landwirtschaft, Industrie, Dienstleistungen, Sozial- und Erlebnisbereich - ersetzen Massenlohnarbeit durch kleine Hightech-Betriebe und zunehmend komplexe, bewegliche und intelligente Technologien." (Rifkin 2011: 277) Und auch Dirk Baecker erwartet einen tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandel auf Grund der Digitalisierung der Kommunikation. „Die Einführung der Sprache konstituierte die Stammesgesellschaft, die Einführung der Schrift die antike Hochkultur, die Einführung des Buchdrucks die moderne Gesellschaft und die Einführung des Computers die nächste Gesellschaft. Jedes neue Verbreitungsmedium konfrontiert die Gesellschaft mit neuen und überschüssigen Möglichkeiten der Kommunikation, für deren selektive Handhabung die bisherige Struktur und Kultur der Gesellschaft nicht ausreichen.“ (Baecker 2007: 7) zit. n. (Horster 2012b: 114f) Geht man davon aus, dass die Weltgesellschaft vor ähnlichen Umbrüchen steht, wie sie Buchdruck, Dampfmaschine etc. bewirkt haben, und dies vermutlich in einer deutlich beschleunigten Weise vonstatten gehen wird, dann bedarf es neuer politischer Konzepte, um die sich abzeichnenden Anpassungsprozesse unter Unsicherheitsbedingungen zu bewältigen bzw. zu managen. Die BRD verdankt ihren Wohlstandsstatus u. a. zu einem beträchtlichen Teil dem Erfolg der Automobilindustrie auf dem Weltmarkt. Dies wird sich früher oder später mit der Endlichkeit der Ölvorräte in der jetzigen Form ändern. Will die BRD ihren wirtschaftlichen und eng damit verbundenen Status auf der Weltbühne erhalten, so muss beizeiten für Ersatz gesorgt werden, eine Aufgabe, die eingedenk Messners Erkenntnissen nicht kurzfristig zu lösen ist. Hinzu kommen noch die absehbaren Problemstellungen infolge des Weltbevölkerungswachstums, der Umweltbelastung, der Ressourcenknappheit usf. All dies setzt Politiken voraus, die auf zukunftsorientierten Konzepten beruhen, die nur auf unsicheren Annahmen basieren können.⁸

⁸ Kleine-Brockhoff et. al. fordern um Einfluss ausüben zu können: „Deshalb gehört nicht vordergründige Exportförderung ins Zentrum der Außenpolitik, sondern globale Ordnungspolitik. Prosperität und

Holzinger schreibt dazu: „Die Welt zeigt sich nun nicht mehr aufgrund eines Stützwerks von Wesensformen stabil. Diese Instabilität von Welt und von Weltbezügen ruft die Kategorien der Option und der Chance auf den Plan. Die Vergangenheit determiniert hier nicht die Gegenwart und Zukunft, sondern mit jeder Entscheidung wird die Zukunft neu entworfen und in der Tat konstruiert. Gerade das Unbekanntsein der Zukunft erweist sich als unentbehrliche Variable des Entscheiders und ist die Ursache für seinen Optionspielraum.“ (Holzinger 2006: 44) Schließlich bemerkte Fichte um 1800 bereits: „das wahre Paradies sei keine Gnadengabe, die die Menschheit in der fernen Vergangenheit bekommen und genossen habe, sondern ein Gelobtes Land, das die Menschheit sich in der nicht allzu fernen Zukunft durch eigene Anstrengungen erobern müsse.“ (Sedlacek 2012: 291)

Die Forschung und Theoriebildung in den Internationalen Beziehungen nimmt vorwiegend vergangene und gegenwärtige Phänomene in den Blick, sie lassen sich empirisch und methodisch fassen.⁹ Die Zukunft dagegen wird häufig normativ diskutiert. Der Frage, wie Nationalstaaten und nationale Gesellschaften unter Bedingungen strukturellen aber kontingenten Wandels in einer bestehenden Weltordnung agieren und ihre Interessen erfolgreich verfolgen können, erfährt wenig Interesse. Jede Zeit ist mit einer Theorie verknüpft, für die Zukunft kann es angesichts von Kontingenz keine geben. Was gebraucht wird, ist ein Instrumentarium, das uns erlaubt „die Zukunft neu zu entwerfen“ und zu konstruieren. Alte Rezepte mögen hilfreich sein, aber Geschichte wiederholt sich nicht.¹⁰

Sicherheit sind ja nicht zuvörderst das Ergebnis geschickter staatlicher Geschäftsanbahnung in Übersee. Vielmehr sind sie Resultat jahrzehntelanger Bemühungen um eine offene und regelgebundene Weltwirtschaft, um internationale Sicherheit und um eine funktionsfähige europäische und internationale Ordnung. Außenpolitik braucht deshalb langfristige Orientierungen und eine auf Nachhaltigkeit zielende Strategie. Sie benötigt eine Zukunftsvision, um den täglichen Entscheidungen eine Richtung zu geben.“ (Kleine-Brockhoff/Maull 2011: 1)

⁹ „Geschichte ist der Augenblick, alles was danach kommt ist Interpretation (Umberto Eco in das Foucaultsche Pendel)“ (Hermersdörfer 1996: 3)

¹⁰ „Der Charme der Geschichte und ihrer rätselhaften Lektionen ist, dass sich von einer Epoche zur nächsten nichts verändert, und doch alles vollkommen anders ist. (Aldous Huxley, *The Devils of Loudun* (London: Chatto and Windus, 1952), 259.)“ zit. n. (Roubini/Mihm 2011: 51) oder Karl Marx: "Hegel bemerkte irgendwo, dass alle großen weltgeschichtlichen Tatsachen und Personen sich sozusagen zweimal ereignen. Er hat vergessen, hinzuzufügen: das eine Mal als Tragödie, das andere Mal als Farce." - Der achtzehnte Brumaire des Louis Bonaparte. MEW 8, S. 115, 1852

Landes weist darauf eindringlich hin:

„Ein gängiger Fehler der angeblich wissenschaftlichen Historiographie besteht in der Annahme, daß die Werte von heute auch die von morgen sein müssen und daß ein bestimmter Faktor, weil er einmal gewirkt habe, sich immer wieder bezahlt mache. Der Gang der Geschichte ist ein anderer. Ökonomien im Aufbruch oder in der Phase des Durchbruchs haben andere Erfordernisse als Wirtschaftssysteme, die Spitzenreiter sind oder sich im normalen Marschtempo bewegen.“ (Landes 2010: 398)

Unternehmen sind seit langem auf der mikroökonomischen Ebene mit vergleichbaren Problemstellungen konfrontiert. Marketing hat sich als Instrumentarium zum Umgang mit diesen erfolgreich etabliert. Es könnte also lohnend sein, darauf einen Blick zu werfen.

3 Stand der Forschung

Mit der Frage nach dem Stand der Forschung sind bei der gegebenen Fragestellung zwei separate Themenkomplexe angesprochen, Marketing und hier im Speziellen Politisches Marketing als auch Internationale Beziehungen.

3.1 Politisches Marketing

Unter der Bezeichnung politisches Marketing findet sich Literatur vornehmlich zu zwei Themenfeldern, Parteien und Regionen. Generalisierend schreibt Isabel Kusche dazu „von politischen Prozessen in Analogie zu ökonomischen Marktmechanismen. Im Zentrum steht vor allem der Aspekt des ‚Verkaufens‘. Ausgehend von der Überlegung, dass für politische Programme oder Kandidaten ebenso Abnehmer gefunden werden müssen wie für Güter und Dienstleistungen, ergibt sich, dass Marketing-Aktivitäten nicht nur im kommerziellen, sondern auch im politischen Bereich von zentraler Bedeutung sein dürften.“ (Kusche 2006: 281) Und Markus Karp stellt in seiner „Einführung in das Politische Marketing“ fest, dass „‘Politisches Marketing‘ ein vergleichsweise neuartiger Begriff in der europäischen Politikwissenschaft“ sei, der bis vor zehn Jahren vorwiegend in amerikanischen Fachzeitschriften auftauchte.

(Karp/Zolleis 2004: 7) Weiter schreibt er: „Abnehmende ideologische Gegensätze, zunehmende Wählervolatilitäten und die steigende Bedeutung von Massenmedien zwingen die politischen Akteure, neue Wege der Kommunikation mit der Wählerschaft zu gehen.“ (ebd.) Und so hat der überwiegende Teil der Literatur massenmediale Phänomene der Kommunikation zwischen dem politischen System und dem Wahlvolk zum Gegenstand. Mit Blick auf die Internationalen Beziehungen ist das wenig ergiebig. Das politische System der Weltgesellschaft kann nicht im Sinne eines massenmedial ansprechbaren Marktes gesehen werden. Die Kommunikation verläuft auf anderen Kanälen, wie weiter unten noch ausgeführt wird. Anschlußmöglichkeiten an die diversen Campaigning-Arbeiten im Rahmen der Internationalen Beziehungen finden sich bestenfalls für Aktivitäten, die Wahlentscheidungen innerhalb von Gremien internationaler Organisationen beeinflussen sollen, wenn etwa die BRD einen ständigen Sitz im Sicherheitsrat der UNO anstrebt.

Regionales Marketing wird häufig auch als politisches Marketing bezeichnet. Das ist zumindest dann zweifelhaft, wenn es primär um kommerzielle Ziele geht, wie die Werbung um Touristen oder die Ansiedlung von Industrieunternehmen. Hier ist nur der Träger eine politische Organisation, das Marketing ist unternehmerischem gleichzusetzen. Vgl. (Balderjahn 1995)¹¹

Nation Branding ist ein eher exclusives, wenn auch durchaus interessantes Thema insofern, als ganze Nationen sowohl im Hinblick auf die Weltöffentlichkeit als auch zur eigenen Identitätsfindung Public Relation betreiben. Keith Dinnie beschreibt das Konzept u. a. am Beispiel von Süd Afrika. (Dinnie 2007: 3–31)

¹¹ „Regionen-Marketing umfaßt nach Hammann (1995, S. 1167) die Planung, Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur Vermarktung regionaler Standorte. Hierzu muß das für private Unternehmen entwickelte Marketingkonzept auf die spezifischen Problemlagen und Besonderheiten einer „Standortvermarktung“ übertragen werden. Im Konzept eines Regionen-Marketing ist die Region Produkt und Unternehmung gleichermaßen.“ Balderjahn 1995: 5

Politischen Charakter haben zudem die Aktivitäten von NGOs. Zentes et al. meinen zur Funktion von NGOs: „Der globale Bedeutungsanstieg von NGOs wurde besonders durch die Zunahme grenzüberschreitender Kommunikations- und Austauschprozesse im Zuge der Globalisierung auf wirtschaftlicher, politischer und soziokultureller Ebene begünstigt.“ (Zentes et al. 2012: 17) Auch hier stehen massenmediale Aktivitäten im Fokus, die sich zudem an die Weltöffentlichkeit richten.

Im Rahmen dieser Arbeit sollen aber die Austauschbeziehungen der Nationalstaaten in den Blick genommen werden und das ist eine überschaubare Anzahl von ca. 180. Marketing unterscheidet **K**-Märkte (consumer-markets) von **P**(roduktion)- bzw. **W**(eiterverkauf)-Märkten oder b-to-b-markets (business-to-business)¹² und **Ö**(ffentliche Verwaltungen)-Märkte. (Kotler 1974: 85; Kotler 2000: 108ff) Die Herangehensweise an die Markterfordernisse und –bedingungen differieren zwischen diesen Märkten signifikant. (Kotler 2000: 108) Analog dazu gilt dies auch für die bisher zu „Politischem Marketing“ vorgestellten Forschungsschwerpunkte. Zu der hier in den Blick genommenen Perspektive, die Arena der Nationalstaaten der Weltgesellschaft als Markt und unter Marketingaspekten zu betrachten, finden sich jedoch keine beachteten Arbeiten.¹³

Das heißt aber nicht, dass „Politisches Marketing“ noch nicht praktiziert worden wäre. Die Entwicklung Japans zu einer führenden Wirtschaftsmacht nach 1945 ist ein vieldiskutiertes Beispiel. Rohleder spricht hier von „industrial targeting“. (Rohleder 2004: 199–200) „Hierbei handelt es sich um eine global orientierte Marketingstrategie, deren Erfolg auf den Konsens zwischen Akteuren aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Verbänden beruht.“ (ebd.)

¹² Nach Charles Goodman gilt: „Companies don't make purchase; they establish relationship.“ (Kotler 1974: 135)

¹³ Vermutlich müsste man tiefer „graben“ als es im Rahmen dieser Arbeit möglich ist, um fündig zu werden.

3.2 Internationale Beziehungen in der systemtheoretischen Perspektive

Den Stand der aktuellen Forschung in den Internationalen Beziehungen nur annähernd wiederzugeben ist an dieser Stelle angesichts der Vielfalt der Veröffentlichungen mit Blick auf die Problemstellungen aus der Globalisierung und der Global Governance Debatte nicht zielführend. Stattdessen soll mit Hilfe eines systemtheoretischen Ansatzes eine Lagebeschreibung versucht werden, die die Rahmenbedingungen angibt, unter denen Marketing in den Internationalen Beziehungen im Rahmen dieser Arbeit behandelt wird. Die Systemtheorie funktionaler Differenzierung bietet sich als theoretischer Rahmen an, weil sie auf Grund der ihr zugrundeliegenden System/Umwelt-Differenzperspektive einerseits besonders Strukturen sichtbar macht, andererseits erlaubt die binäre Codierung der Funktionssysteme gesellschaftliche Phänomene trennscharf zu analysieren.

Hartmann/Offe skizzieren die Systemtheorie nach Luhmann als eine Verbindung der Theorie "beobachtender Systeme" und der "soziologischen Differenzierungstheorie". Systeme grenzen sich durch ihre Operationen von ihrer Umwelt ab. Die System-Umwelt-Differenz entsteht autopoietisch durch das System selbst. Moderne Gesellschaften sind funktional differenzierte Systeme, die ihre Differenz zur Umwelt mittels eines eigenen binären Codes beobachten. Teilsysteme wurden u. a. für die Politik, die Wirtschaft und das Recht ausgebildet. (Hartmann 2011: 77) Ihre basalen Operationen sind Kommunikationen.¹⁴

¹⁴ „Die Gesellschaft ist ein autopoietisches System auf der Basis von sinnhafter Kommunikation. Sie besteht aus Kommunikationen, sie besteht nur aus Kommunikationen, sie besteht aus allen Kommunikationen. Sie reproduziert Kommunikation durch Kommunikation. Was immer sich als Kommunikation ereignet, ist dadurch Vollzug und zugleich Reproduktion der Gesellschaft. Weder in der Umwelt noch mit der Umwelt der Gesellschaft kann es daher Kommunikation geben. Insofern ist das Kommunikationssystem Gesellschaft ein geschlossenes System. Sie ist aber nur in einer Umwelt, vor allem nur dank psychischen Bewusstseins, dank organischen Lebens, dank physischer Materialisierungen, dank Evolution von Sonnen und Atomen möglich. Die Gesellschaft registriert diese Lage, indem sie sich als offenes System etabliert. Sie kommuniziert *über etwas* - über Themen, die ihre Umwelt oder sie selbst oder die gerade ablaufende Kommunikation betreffen. Gesellschaft ist also ein geschlossenes und ein offenes System zugleich, und Kommunikation ist die Form der elementaren Operation, die diese Kombination laufend leistet und reproduziert.“ (Luhmann 1988: 50)

Die Weltgesellschaft erklärt sich aus dem Verständnis von Gesellschaft als Kommunikationssystem. Kommunikation ist insbesondere in der Moderne weltweit anschlussfähig, über alle Grenzen möglich.¹⁵ Anders ausgedrückt: die Elemente des Systems werden „durch Kommunikation als konstitutives Element des Systems“ integriert. (Stichweh 2000: 31)

Auf der Ebene der Weltgesellschaft ist der Nationalstaat im politischen System der Weltgesellschaft institutionalisiert und repräsentiert politische und kulturelle Individualität. (Stichweh 2000: 40)¹⁶ Die Struktur unterhalb der Ebene der Weltgesellschaft ist segmentär ausgebildet. (ebd.: 42) Der Nationalstaat folgt demnach „aus einer Dekomposition der Weltgesellschaft“, die sie „in territorial eindeutig begrenzte Staaten“ zerlegt und die „gegeneinander geschlossene Systeme“ darstellen. (ebd.: 57) Stichweh folgt John Meyer, der mit Verweis auf die in der Charta der Vereinten Nationen definierten Rechte der Nationalstaaten, diese als konstitutive Bürger im politischen System der Welt sieht. (ebd.: 24)¹⁷ Im Ergebnis ergibt sich eine „egalitäre Basisstruktur nationaler Souveränität[en]“ gleichgestellter Staaten. (ebd.: 59)

Anders als im Nationalstaat ist das politische System der Weltgesellschaft damit nicht in der Lage kollektiv verbindliches Recht im Rahmen von Verfahren, die durch eine Verfassung legitimiert sind, zu setzen, sondern gezwungen, Problemlösungen auf der Weltebene im Wege von zwischenstaatlichen

¹⁵ „Die Weltgesellschaft ist das einzige Sozialsystem, das völlig eindeutige Grenzen aufweist. (Luhmann: 557) Wenn man Gesellschaft als jenes Sozialsystem versteht, das alle kommunikativ füreinander zugänglichen kommunikativen Handlungen einschließt, und wenn man daraus unter spezifischen Bedingungen der modernen Gesellschaft folgert, dass es nur noch ein einziges Gesellschaftssystem gibt, das aus allen Kommunikationen und aus nichts anderem besteht, dann ergibt sich diese Schlußfolgerung, dass unter allen Systemgrenzen vor allem die der Weltgesellschaft bestimmt werden können.“ (Stichweh 2000: 31)

¹⁶ „Zunächst einmal ist zu betonen, daß Nationalstaatlichkeit heute als eine auf der Ebene der Weltgesellschaft institutionalisierte Form betrachtet werden sollte. Das aber heißt, daß von einem politischen System der Weltgesellschaft auszugehen ist, in dem Nationalstaatlichkeit als eine an lokale politische Zusammenhänge zu adressierende Erwartung fungiert und insofern als Struktur dieses politischen Systems der Weltgesellschaft zu verstehen ist. Nationalstaatlichkeit ist dann die Form, in der im politischen System der Weltgesellschaft Individualität institutionalisiert wird.“ (Stichweh 2000: 40)

¹⁷ (Meyer 1987: 50)

Verträgen im Rahmen des Völkerrechts herbeizuführen.¹⁸ Vertragsrecht setzt wechselseitig übereinstimmende Willenserklärungen voraus, was bei annähernd 200 Nationalstaaten ein erhebliches Koordinierungsproblem mit sich bringt und das unter dem Begriff „Global Governance“ oder „Regieren ohne Regierung“ behandelt wird.

Neben dem politischen System der Weltgesellschaft interessiert hier deren Funktionssystem der Wirtschaft, weil mit Streeck: „Niemand kann nach dem, was seit 2008 geschehen ist, Politik und politische Institutionen verstehen, ohne sie in enge Beziehung zu Märkten und wirtschaftlichen Interessen zu setzen.“ (Streeck 2013) zit. n. (Dotzauer 2013) Luhmann weist darauf hin, „... das es gleichwohl ein Wirtschaftssystem gibt, dessen Eigendynamik aller regionalen Willkür Grenzen zieht.“ (Luhmann 1988: 150) Seine Darstellung der „Wirtschaft der Gesellschaft“ hat überwiegend die Volkswirtschaft des Nationalstaats im Blick mit gelegentlichen Verweisen auf weltwirtschaftliche Interdependenzen.¹⁹ Anders als das politische System hat das Wirtschaftssystem keine institutionalisierte Struktur auf der Ebene der Weltgesellschaft ausgebildet, mit Blick auf Stichwehs Strukturbildungskonzept der Weltgesellschaft ist der Rückgriff auf den Netzwerkbegriff angebracht. (Stichweh 2000: 260)

Zur Beantwortung der Frage, welche Mechanismen, hier der Wissenschaft, diese zu „einem globalen Funktionssystem der Weltgesellschaft“ werden ließen, zieht Stichweh die Begriffe „globale Diffusion“ nach John W. Meyer und

¹⁸ Man kann das auch so ausdrücken: „Daher liegt es auf der theoretischen Ebene nahe, von den Akteuren auszugehen, deren Zustimmung zu einer Veränderung des Status quo notwendig ist, also von Vetospielern im Sinne George Tsebelis' (2002). Diese Akteure müssen nämlich auch jeder finanzpolitischen Anpassungsreaktion auf Globalisierung – so notwendig sie aus ökonomischer Sicht auch erscheinen mag – formal zustimmen. Sie sind daher der logisch plausibelste Ausgangspunkt für die Modellierung politischer Willensbildungsprozesse – auch unter Globalisierungsbedingungen. Wenn Globalisierung aber systematisch nationalstaatliche Anpassungsreaktionen induzieren soll, die von den Vetospielern akzeptiert werden müssen, muss Globalisierung sich in erster Linie auf die Präferenzen der Vetospieler auswirken. Daher genügt es nicht, die Akteure, deren Zustimmung zu einer Veränderung des Status quo notwendig ist, zu identifizieren, sondern es müssen auch Bedingungen bestimmt werden, unter denen sie einer Änderung des Status quo tatsächlich zustimmen werden. Dazu müssen die Präferenzen der Vetospieler endogenisiert werden.“ (Zohlhöfer 2009: 4)

¹⁹ „Die Weltgesellschaft wird mehr und mehr ein einheitliches System - und zugleich ein System, das immense Diskrepanzen erzeugt und zu ertragen hat. Das schließt eine politische Vereinheitlichung aus, ohne dafür eine Alternative, ein funktionales Äquivalent zu bieten.“ (Luhmann 1988: 170)

„globale Interrelation“ u. a. nach Niklas Luhmann als zentral heran. (Stichweh 2000: 108) Bei letzterem ist zwischen „lateraler Interaktion (über räumliche Distanzen in einer Netzwerkstruktur) und vertikaler Interrelation (über Systemebenen und Systemgrenzen hinweg)“ zu unterscheiden. (ebd.) Analog zur Wissenschaft ist auch das Wirtschaftssystem nicht räumlich begrenzt. Es bilden sich allerdings „regionale und lokale Milieus“ aus auf Grund von „Interdependenzen oder struktureller Kopplung“ von bzw. mit anderen Funktionssystemen, insbesondere Politik und Recht. Das meint Regionalisierung. (ebd.: 125)²⁰

Nach dieser Logik kann das Weltwirtschaftssystem als ein Netzwerk aufgefasst werden, das sich nur durch regionale Besonderheiten und Eigenschaften innerhalb des Systems auszeichnet, insoweit es eine Binnendifferenzierung aufweist. Luhmann geht allerdings weiter. Er beschreibt das Weltwirtschaftssystem „als eine Differenzierung von Märkten [...], die als Umwelt für Organisationsbildungen (Unternehmen) dienen, die sich ihrerseits durch Blick auf ihren Markt als Konkurrenten wahrnehmen.“ (Luhmann 1997: 761) Er benennt Finanz-, Arbeits-, Rohstoff- und Produktmärkte als Segmente und stellt fest, „dass die eindeutige Festlegung auf den Primat einer bestimmten Differenzierungsform [von Märkten] eher die Ausnahme als die Regel ist.“ (ebd.) Damit ist wohl angesprochen, dass die einzelnen Marktsegmente in höchst unterschiedlicher Weise in die Weltwirtschaft eingebunden sind und wirken, wenn man beispielsweise einerseits etwa an die transnationalen Öl- oder Finanzmärkte, andererseits an die überwiegend lokal verankerten Arbeitsmärkte denkt. Stichweh ergänzt seinen netzwerktheoretischen Ansatz um das „small-world-phenomeneon“. (Stichweh 2000: 233) Aufgegriffen wird dabei die Erkenntnis, dass sich über die Kette „Bekannte von Bekannten von Bekannten“ „bereits nach wenigen Schritten sehr große Zahlen von Personen

²⁰ „Regional differenzierbar in der Form von Staaten ist nur das politische System und mit ihm das Rechtssystem der modernen Gesellschaft. Alle anderen operieren unabhängig von Raumgrenzen ... Die Bedeutung der Raumgrenzen liegt in den Interdependenzen zwischen dem politischen System und dem Rechtssystem auf der einen und den übrigen Funktionssystemen auf der anderen Seite.“ (Luhmann 1997: 166 f)

über indirekte 'ties' miteinander" vernetzen. (ebd.: 234)²¹ Die Auswirkung des Kaufs eines T-shirts in der Boutique um die Ecke auf die Näherei irgendwo in Südostasien wird so deutlich.

Für die Betrachtung der Weltwirtschaft im Sinne der in Rede stehenden Fragestellung sind die Feststellungen sowohl von Luhmann wie von Stichweh nicht sehr hilfreich, sie sind wenig griffig. Aus pragmatischen Gründen soll deshalb im folgenden davon ausgegangen werden, dass in Verbindung mit dem 'small-world-Konzept' und dem der globalen Interrelation Operationen des Weltwirtschaftssystems dann dem Weltmarkt zugeordnet werden, wenn sie die Bedingung der Interrelation erfüllen, also regionale oder lokale Milieus überschreiten. Letztere werden der Einfachheit halber mit den nationalstaatlichen Grenzen gleichgesetzt. Dies entspricht weitgehend auch der Selbstbeobachtung des Wirtschaftssystems, das nach wie vor von Ex- und Importen spricht und währungsbedingte Grenzen berücksichtigen muss.²²

Die Institution, die auf der Ebene der Weltgesellschaft dem allgemeinen Verständnis von Staatlichkeit am nächsten kommt, sind die Vereinten Nationen. Sie erheben jedoch keine Steuern, sie finanzieren sich aus, auf Milieuebene, letztlich steuerfinanzierten Beiträgen der Mitgliedsstaaten. Die von den Vereinten Nationen bereit gestellten öffentlichen Güter betreffen vornehmlich Sicherheit und soziale Aufgaben, zumeist jedoch ebenfalls finanziert von den Mitgliedsstaaten. Als Akteur im volkswirtschaftlichen Sinne, mit einer für das Wirtschaftsgeschehen relevanten Staatstätigkeit in Relation zum Welt-Bruttoinlandsprodukt, tritt der Sektor Staat faktisch nicht in Erscheinung. Folglich entfallen auch alle direkten Steuerungs- und Eingriffsmöglichkeiten in das Wirtschaftsgeschehen. Ersatzweise wurde im Rahmen von Global-

²¹ Für die Anschlussfähigkeit im weltweiten Netz wird so eine Fernverbindung als Voraussetzung der Teilnahme umgangen.

²² Nach Theresa Wobbe könnte man die Weltwirtschaft wie das weltpolitische System auch einfach als territorial zweitdifferenziertes Subsystem der Weltgesellschaft betrachten. „Das weltpolitische System ist, wie auch die Weltwirtschaft, Weltwissenschaft, Weltmedien oder weltweite Familienbeziehungen, auf der Basis von Funktionsdifferenzierungen (als primäre Form der Differenzierung) ein Subsystem des Gesellschaftssystems. Intern differenziert sich das weltpolitische System segmentär (als Zweitdifferenzierung) in Territorialstaaten, d. h. in gleichartige und gleichrangige Teile.“ (Wobbe 2000: 52)

Economic-Governance ein „multilaterales, regelgestütztes Management der Weltwirtschaft“ etabliert. (Schirm 2004: 3)

Die mittlerweile eingetretenen weltweiten wirtschaftlichen Verflechtungen gehen zurück auf die vielfach behauptete und selten bestrittene These von Adam Smiths „absoluten Kostenvorteilen“ und David Ricardos „Komparativen Kostenvorteilen“: Freihandel befördert demnach weltweiten Wohlstand. Die Kritik richtet sich genau genommen ja nicht gegen die von den neoliberalen Vertretern besonders betonte These, sie richtet sich vielmehr gegen die als ungerecht empfundene Verteilung, was an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden kann.

Auf dem Weltmarkt gilt das Prinzip absoluter Konkurrenz, genau genommen ohne jede Ordnung, ohne Regulierung. Jede vom politischen System gesetzte Regel wird beim Verlassen der Systemgrenze wirkungslos. Dies gilt im Prinzip auch für internationale Regime, die dank ihrer vertraglichen Konstruktion nur die beteiligten Staaten zu bestimmten Regulierungen in ihrem Souveränitätsbereich verpflichten. Solche unregulierten Orte finden sich in der Realität zwar auch tatsächlich in Freihäfen, Freihandelszonen, mit unverkauften Waren auf Schiffen in internationalen Gewässern u. ä., die Bedeutung ist jedoch vorwiegend theoretischer Natur, denn so wie unterwegsbefindliche Güter gehandelt werden können, werden auch noch zu produzierende Güter gehandelt. Es bezeichnet also den Handelsraum, der sich zwischen dem Export und dem Import von Gütern und Dienstleistungen eröffnet und in dem bestenfalls im Rahmen der „lex mercatoria“, aus der Praxis entwickeltes Handels- bzw. internationales Privatrecht, Wirkung entfalten kann. Die Akteure auf diesem Weltmarkt treten durchaus vielgestaltig auf, wenngleich üblicherweise nur die Big-Global-Player in den Blick rücken.

Warum funktioniert der Weltmarkt trotz oder gerade wegen fehlender Regulierung? Systemtheoretisch ist der Markt die „wirtschaftsinterne Umwelt der

partizipierenden Systeme des Wirtschaftssystems.“ (Luhmann 1988: 94)²³²⁴
„Mit jeder Operation [wird] zugleich die Möglichkeit der Beobachtung eben dieser Operation und durch entsprechende Einrichtungen, vor allem Preise, darüber hinaus auch die Möglichkeit des Beobachtens von Beobachtungen erzeugt.“ (ebd.: 98) „Am Markt beobachtet man nur mit Hilfe der Preise“ und reduziert insofern Komplexität. (ebd.: 95)²⁵ Zentral für Wirtschaften ist der Umgang mit knappen Gütern. Die mit dem Tausch verbundene Reduzierung von Knappheit auf der einen Seite, erhöht sie auf der anderen. Es zeigt sich ein Knappheitsparadox, das mittels einer Ebenendifferenzierung aufgelöst wird. Man unterscheidet in Mengen- bzw. Allokationsentscheidungen. (ebd.: 99) Das funktioniert nur so lange, wie „die Gesellschaft die notwendige Indifferenz gegen das Unglück der anderen“, sprich soziale Ungleichheit, akzeptiert bzw. garantiert. (ebd.) Die Ebenendifferenzierung korrespondiert mit der klassischen wirtschaftstheoretischen Idee von der „unsichtbaren Hand“ insoweit als sie „an deren Stelle“ gesetzt wurde und „eine Fortschrittsgarantie symbolisiert“, die allerdings, so fand Luhmann, arthritisch geworden ist und durch das „Desiderat des wirtschaftlichen Wachstums“ ersetzt wurde. (ebd.: 99 f)²⁶ Das Wirtschaftssystem sieht nur Zahlungen, die

²³ „Als Markt kann man dann die wirtschaftsinterne Umwelt der partizipierenden Systeme des Wirtschaftssystems ansehen, die für jedes eine andere, zugleich aber auch für alle dieselbe ist. Der Begriff des Marktes bezeichnet also kein System, sondern eine Umwelt - aber eine Umwelt, die nur als System, in diesem Fall also als Wirtschaftssystem, ausdifferenziert werden kann. Als Markt wird mithin das Wirtschaftssystem selbst zur Umwelt seiner eigenen Aktivitäten - und zwar ohne daß irgendwo eine Art »wesentlicher Kern« davon ausgenommen würde.“ (Luhmann 1988: 94)

²⁴ „Wir wählen hier und im folgenden den schwerfälligen Ausdruck »partizipierendes System«, um zum Ausdruck zu bringen, daß es weder um eine begriffliche Zerlegung (divisio) noch um eine Realteilung (partitio) eines vorgegebenen Ganzen geht. Vielmehr differenzieren partizipierende Systeme, vor allem Haushalte und Wirtschaftsunternehmen, sich nach eigenen Systemgesetzmäßigkeiten aus, etwa auf der Basis von Familienbildung oder von Produktionsorganisation, und sind an dem Wirtschaftssystem der Gesellschaft dann nur in der Form von »Interpenetration« beteiligt. Zu Interpenetration ausführlicher: Niklas Luhmann, Soziale Systeme, a. a. O., S. 286 ff. Der Begriff schließt den Fall ein, und es ist dies sogar der typische Fall, daß interpenetrierende Systeme ohne Interpenetration gar nicht existieren könnten (so wie Gehirnzellen nicht ohne Gehirn und umgekehrt).“ (Luhmann 1988: 94 Fußnote 6)

²⁵ „Am Markt beobachtet man nur mit Hilfe der Preise, also mit einem reduzierten, zirkulär geschlossenen Netzwerk von Beeinflussungen. Damit kann man unter Umständen weit sehen, aber im Einzelfalle nicht sehr komplex.“ (Luhmann 1988: 95)

²⁶ „Nachdem sie [die invisible hand] zunehmend unter Arthrose zu leiden begann, übernahm das Desiderat des wirtschaftlichen Wachstums selbst diese Funktion. Man gab die Annahme einer Mengenkonzanz auf, um durch die Art der Allokation ein Mengenwachstum produzieren und zugleich diejenigen, die dabei zu kurz kommen, abfinden zu können. Den Politikern und der öffentlichen Meinung wird folglich suggeriert, Wirtschaftswachstum sei notwendig, sei eine Bedingung gesellschaftlicher Stabilität.“ (Luhmann 1988: 100)

Differenz von Mengen- und Allokationsentscheidungen erkennt es nicht.²⁷ Erst der Markt als „Umwelt der Teilsysteme“ macht die Trennung über „Geldsummenkonstanzen, also über Budgets“ möglich. (ebd.: 100) „Jeder Haushalt und jeder Betrieb kann entscheiden, wie er seine begrenzten Mittel einsetzt.“ (ebd.)

Marktwirtschaft findet unter Konkurrenzbedingungen statt, dabei ist „Konkurrenz [...] Struktur einer Umwelt, nicht Struktur eines Systems.“ (ebd.: 102) Da Konkurrenz konfliktfrei „ohne soziale Interaktion“ in Erscheinung tritt, reagiert das System sehr schnell „durch eine fast gleichzeitige Reaktion vieler auf das, was viele als Reaktion anderer unterstellen“ und nimmt „fast nur noch Ereignisse wahr.“ (ebd.: 102 f) Die Partizipanten am Wirtschaftssystem beobachten sich selbst, ihre Konkurrenz sowie Kunden bzw. Lieferanten im Spiegel des Marktes und handeln oder auch nicht danach. (ebd.: 108) Damit ist sicherlich das wesentliche Moment beschrieben, das die Dynamik des marktwirtschaftlich organisierten Wirtschaftssystems ausmacht.

Diese systemtheoretische Beschreibung des Marktes im Wirtschaftssystem erklärt zwar dessen Funktion unter einer anderen Perspektive als die klassischen Wirtschaftswissenschaften, läuft aber im Ergebnis auf dasselbe hinaus: Angebot und Nachfrage regeln über den Preis die Verteilung knapper Güter, so auch auf dem Weltmarkt.

Obwohl Adam Smith zu seiner Zeit noch keine gesetzlichen Möglichkeiten für Marktregulierungen sah, war ihm doch schon deren Notwendigkeit zur Verhinderung u. a. von Monopolen und Kartellen bewusst, um die Funktionsfähigkeit des Marktes zu erhalten.²⁸ Umso erstaunlicher ist es, dass der Weltmarkt, obgleich weitgehend unreguliert, kaum monopol- oder oligopolartige Strukturen ausgebildet hat. Man findet sie insbesondere in kapitalintensiven

²⁷ Es kommt zu 'tragic choices': "Die Verteilung hat Folgen, die man anhand der geltenden Wertordnung nicht rechtfertigen kann." (Luhmann 1988: 100)

²⁸ "Personen gleichen Handwerks kommen selten, auch bloß ihres Vergnügens wegen, zusammen, ohne dass sich ihr Gespräch zu Verabredungen gegen das Publikum hinlenke, und mit Entwürfen zu Erhöhung der Preise endige. Durch Gesetze lassen sich Zusammenkünfte der Art nicht verbieten,..." (Smith 1776: erstes Buch, Kapitel 10)

Branchen, die für einen Markteintritt hohe Investitionen erfordern, beispielsweise im Ölgeschäft. Gemessen am Welthandelsvolumen dominieren sie jedoch nicht und die Aussage, dass in diesen Branchen der Wettbewerb nicht funktioniert, kann vielfach auch nicht aufrecht erhalten werden. Selbst Microsoft mit seiner herausragenden Marktstellung muss sich ständig Angriffen von den verschiedensten Seiten erwehren, ob Open Source Projekte, Google, uvm.

Kaum beachtet wird zudem, dass dieses immense Welthandelsvolumen auf dem Weltmarkt weitgehend konfliktfrei abgewickelt wird, obwohl doch der Rechtsrahmen eher rudimentär ausgebildet ist. Natürlich kommen im Handelsverkehr zahlreiche rechtliche Absicherungen zum Einsatz, dennoch werden Konflikte überwiegend außerhalb von möglichen Rechtswegen auf dem Verhandlungsweg beigelegt, weil das *Procedere* und der Aufwand eines Rechtsstreits zumeist in keinem Verhältnis stehen. Händler wollen Geschäft machen.²⁹ Grundlage dafür ist das Vertrauen in die wechselseitige Leistungserfüllung. Es gilt das Prinzip des „ehrbaren Kaufmanns“.³⁰ Man trifft sich schließlich immer wieder, auf dem Weltmarkt vermutlich sogar häufiger als auf regional zerstreuten Märkten.

Der Weltmarkt der Weltwirtschaft ist in der hier entwickelten Perspektive freie Marktwirtschaft pur³¹, er funktioniert und ist leistungsfähig. Er kann deshalb auch nicht entfesselt werden, nur reguliert. Dereguliert wurden mit dem WTO- und anderen Regimen lediglich die Handelsbarrieren, die regionale Milieus/Märkte abgeschottet und geschützt haben. Dies gilt im Übrigen auch für die Finanzmärkte, beispielsweise durch den Verzicht auf Kapitalverkehrskontrollen. Dem politischen System stehen demnach nur noch sehr ein-

²⁹ „Adam Smith sah die Neigung zum Handel sogar in der menschlichen Natur begründet. In seinem Klassiker über den Wohlstand der Nationen schreibt er: Sie (die Teilung der Arbeit) ist die notwendige, wenn auch sehr langsame und stufenweise Folge einer gewissen Neigung der menschlichen Natur, die keinen so ausgedehnten Nutzen vor Augen hat: Die Neigung zum Tausch, zum Tauschhandel und zum Umtausch einer Sache gegen eine andere.“ (Luhmann 1988: 220)

³⁰ „Francesco Balducci Pegolotti beschreibt um 1340 explizit, was ein Kaufmann in seinem ehrenwerten Beruf tun und lassen soll: nicht nur fehlerfrei arbeiten, sondern auch gerecht sein, weit-sichtig, Wort halten und niemals Wucher treiben“ (Süddeutsche Zeitung Nr. 290 vom 15.12.2012)

³¹ „Unser Wirtschaftssystem ist ein Gebilde von höchster und subtilster Differenziertheit bei grundsätzlicher Anarchie. (Röpke 1994: 16)

geschränkte Möglichkeiten zur Verfügung um zu reagieren, entweder Importe so weit noch möglich zu erschweren oder Exporte zu fördern. Das Ergebnis hat Karl Marx schon 1848 beschrieben, indem er von einem kosmopolitisch gestalteten Weltmarkt sprach.³²

Aus dieser Darstellung ergibt sich im Hinblick auf das Mit- und Gegeneinander der Nationalstaaten was folgt:

- Unter den Bedingungen einer „egalitären Basisstruktur nationaler Souveränitäten“ (Stichweh 2000: 59) können kollektiv verbindliche Entscheidungen auf der Ebene der Weltgesellschaft nur im Wege von übereinstimmenden Willenserklärungen der knapp 200 Nationalstaaten beschlossen werden. Dies setzt Konsens voraus, der häufig in zähen und langwierigen Verhandlungen herbeigeführt werden muss. Aus der Sicht des einzelnen Nationalstaats, der spezifische eigene Ziele und Interessen verfolgt, bedeutet dies, dass auf vielfältige Weise kommuniziert werden muss, um für diese Ziele zu werben, zu überzeugen oder nach dem Motto: „kratzt Du meinen Rücken, kratz ich Deinen Rücken“ zu handeln und zu feilschen.
- Es wird aber zugleich deutlich, dass das politische System der Weltgesellschaft ineffizient und insbesondere nicht geeignet ist, das Wirtschafts- und Wissenschaftssystem sowie andere Systeme zeitnah zu steuern und zu kontrollieren, da deren systeminterne Steuerungssysteme, wie der Markt oder die Netzwerke, um ein Vielfaches schneller reagieren.³³ Wenn man von der These ausgeht, dass mit der Wirt-

³² „Und als das britische Weltreich das spanische abgelöst hatte, konnte Karl Marx schon 1848 im Kommunistischen Manifest von einem „Weltmarkt“ sprechen, der „die Produktion und Konsumtion aller Länder kosmopolitisch gestaltet“ habe: „Die uralten nationalen Industrien sind vernichtet worden und werden noch täglich vernichtet. Sie werden verdrängt durch neue Industrien (...), die nicht mehr einheimische Rohstoffe, sondern den entlegensten Zonen angehörige Rohstoffe verarbeiten und deren Fabrikate nicht nur im Lande selbst, sondern in allen Weltheilen zugleich verbraucht werden (...) An die Stelle der alten lokalen und nationalen Selbstgenügsamkeit und Abgeschlossenheit tritt (...) eine allseitige Abhängigkeit der Nationen voneinander.“ (Streeck 2004: 15)

³³ „Immer stärker hofft die Politik heute auf segensreiche Wirkungen des freien Wettbewerbs und der Konsumentenentscheidungen. Weniger Bürokratie, demokratische Aktivierung der Bürger, Überforderung der öffentlichen Gewalt in einer komplexen Welt und Nutzung des Wissens der Bürger werden für diesen Pfad angeführt. Vertreter dieser Strategie unterstellen z.T. auch, dass es unter heutigen

schaftskraft eines Staates auch dessen Einflussmöglichkeiten auf die Weltpolitik zunehmen, dann kommt der nationalen Wirtschaftspolitik nicht nur eine ökonomische sondern auch eine Dimension im Hinblick auf die internationalen Beziehungen zu.

- Bi- und multilaterale Beziehungen zwischen Nationalstaaten kommen zustande bzw. bestehen unter Konkurrenzbedingungen, die marktwirtschaftlichen durchaus vergleichbar sind. Der Konflikt zwischen Russland und der EU um die Ukraine im Jahre 2013 belegt dies eindrucksvoll. (Vgl. Fischer 2014)

Akzeptiert man die Bedeutung von Wirtschaft für die Politik sowie die These von der Wohlfahrtskonkurrenz in den internationalen Beziehungen, dann kann das Ausstrahlen von ökonomischem Denken auf politisches Denken und Handeln nicht überraschen. Dann ist es aber auch naheliegend, sich mit Marketing zu befassen.

4 Marketing

Marketing wird häufig mit dem was man gewöhnlich sieht gleichgesetzt, der Werbung. Damit ist Marketing völlig unzureichend erfasst, man sieht nur die Spitze des Eisbergs. Kommunikation erfährt ihren Sinn in der Auswahl der Botschaft.³⁴ Zentral im Marketing ist aber der vorgängige Auswahl- bzw. Gestaltungsprozess. Im Folgenden soll deshalb die dem Marketing zu Grunde liegende Idee, vielfach auch Philosophie genannt, dargestellt und die Grundzüge der Theorie und der Methoden umrissen werden.

Bedingungen überhaupt an einer Steuerbarkeit der „Systeme Wirtschaft und Technik“ durch Recht und Politik fehle.“ (Ekardt 2008: 29)

³⁴ „Geht man vom Sinnbegriff aus, ist als erstes klar, dass Kommunikation immer ein selektives Geschehen ist. Sinn lässt keine andere Wahl als zu wählen. Kommunikation greift aus dem je aktuellen Verweisungshorizont, den sie selbst wählt, etwas heraus und lässt anderes beiseite.“ (Luhmann 1984: 194)

4.1 Die Marketingphilosophie

Marketing beschäftigt sich mit menschlichen Austauschbeziehungen. Nach Kotler: „Marketing umfaßt jene menschlichen Tätigkeiten, die darauf abzielen, Austauschprozesse zu erleichtern und durchzuführen.“ (Kotler 1974: 12)³⁵ Reichling erklärt die Marketing-Philosophie wie folgt:

- ⇒ „Das menschliche Dasein ist durch Austauschbeziehungen geprägt.
- ⇒ Diese Austauschbeziehungen basieren auf den menschlichen Motiven und Bedürfnissen und den daraus abgeleiteten Kommunikations-, Wertfindungs- und Transaktionsstrukturen.
- ⇒ Das Individuum und alle Organisationen existieren in einem Geflecht von Austauschbeziehungen.“

Und schließt daraus: „Alles ist Marketing.“ (Reichling 2003: 41)

Austauschprozesse und mithin Marketing basieren auf „zwei Prinzipien:

- ⇒ „Dem Gratifikationsprinzip, das besagt, dass ein solcher Austausch zwischen Marktpartnern nur stattfindet, wenn dieser für beide Parteien vorteilhaft ist. Dem liegt die Annahme zugrunde, dass Gratifikationen die maßgeblichen Antriebskräfte menschlichen Verhaltens sind.
- ⇒ Dem Knappheitsprinzip, das besagt, dass beim Streben nach Austauschprozessen die Kapazitätsengpasssituation in der Bereitstellung von Tauschobjekten das Verhalten der Parteien bestimmt (z.B. in Form der Preisbildung).“ (Pepels 2012: 11)

Es gibt jeweils mehrere mögliche Tauschpartner, aber nur ein Partner, durchaus auch als Personenmehrheit oder juristische Person, kann Eigentümer werden.“ (ebd.) Pepels spricht damit drei zentrale Punkte an, Austauschprozesse müssen für die Partner vorteilhaft sein, es muss einen Bedarf geben (sonst gibt es keine Knappheit) und es gibt zumeist Konkurrenz. All das ist nicht neu, eher so alt wie die Menschheit. Aber erst mit dem Wandel von der Mangel- zur Überflussgesellschaft in den 1960er Jahren wurde es notwendig, sich Gedanken darüber zu machen, worin denn die Vorteilhaftig-

³⁵ „...“ so herrscht heute eine umfassende bzw. ´genetische´ Sichtweise vor, die Marketing als ein generell anwendbares Konzept zur Analyse und Gestaltung zwischemenschlicher und gesellschaftlicher Austauschprozesse begreift´ (vgl. Nieschlag/ Dichtl/Hörschgen 1994, S. 25; Meffert 1995, Sp. 1472).“ (Froböse/Kaapke 1996: 13)

keit eines Tausches für den Tauschpartner liegen könnte, wenn man einen Tausch anstrebt.³⁶ In der Betriebswirtschaftslehre wandelte sich die Absatzlehre, die vorwiegend die Güterverteilung im Blick hatte, zur Marketinglehre. Es vollzog „sich ein Wandel von einer verstehenden hin zu einer operationalen, d .h. für das praktische Handeln geeigneten Wissenschaft [...]. Das beinhaltet die ´...Abkehr von einer Haltung des Sich-Anpassens zugunsten eines systematischen und fast aggressiven Vorgehens, das weniger Daten registriert als Daten setzt´ (Nieschlag et al. 1969, S. 44 f.)“ zit. n. (Wimmer 2013)

Dieser Paradigmenwechsel ist wohl heute nur noch im historischen Kontext zu verstehen, ist es heute doch beinahe eine Selbstverständlichkeit, die Problemstellung bzw. Bedürfnislage des Austauschpartners in den Fokus zu stellen. Das Motto „der Kunde ist König“, musste damals jedoch erst noch gelernt und verstanden werden. Dies hatte und hat bis heute tiefgreifende gesellschaftlich Folgen. Fromm und mit ihm viele andere haben frühzeitig darauf hingewiesen und kritisch von einem Wandel zu einer Marketing-Gesellschaft bzw. vom „Marketing-Charakter“ der Gesellschaft gesprochen.³⁷

Balderjahn beschreibt die Philosophie des Marketing als „eine Konzeption zur marktorientierten Führung von Organisationen, unabhängig davon, ob diese kommerzielle oder nicht kommerzielle Zwecke verfolgen. Marketing zielt immer auf eine aktive Erschließung und Gestaltung von Märkten unter den Maximen bzw. Grundprinzipien der

- Bedürfnis- bzw. Kundenorientierung und der
- Wettbewerbsorientierung“ (Balderjahn 1994: 3)

Dabei wird der Begriff Bedürfnis weit gefasst. „Er umfasst alle kulturell und gesellschaftlich geformten Grundbedürfnisse.“ (Famos 2005: 130f) Organisa-

³⁶ „Und knapp sind jetzt nicht mehr die in Überfülle vorhandenen Güter, sondern nur noch die zahlungswilligen und zahlungsfähigen Käufer.“ (Luhmann 1988: 227–228)

³⁷ „Ich habe die Bezeichnung ´Marketing-Charakter´ gewählt, weil der einzelne sich selbst als Ware und den eigenen Wert nicht als ´Gebrauchswert´, sondern als ´Tauschwert´ erlebt. Der Mensch wird zur Ware auf dem ´Persönlichkeitsmarkt´. Das Bewertungsprinzip ist dasselbe wie auf dem Warenmarkt, mit dem einzigen Unterschied, daß hier ´Persönlichkeit´ und dort Waren feilgeboten werden. Entscheidend ist in beiden Fällen der Tauschwert, für den der ´Gebrauchswert´ eine notwendige, aber keine ausreichende Voraussetzung ist. (Fromm/Funk 1985: 141)

tionen müssen sich deshalb zur Existenzsicherung an den Interessen ihrer Anspruchsgruppen bzw. Austauschpartner ausrichten. (ebd.) So dringt Marketingdenken zunehmend in außerökonomische Bereiche vor, wie Parteien, Kirchen, NGOs usw.

Marketing als Wissenschaft erfüllt zudem eine Schnittstellen- und eine Transferfunktion. (Froböse/Kaapke 1996: 13) Transferfunktion insofern, als „sich in zunehmendem Maße auch andere Wissenschaften - im Sinne eines interdisziplinären Know-how-Transfers - der Grundprinzipien und Handlungsmuster des Marketing bedienen.“ (ebd.) Schnittstellenfunktion insoweit, als Marketing auf Theorien, Methoden und Erkenntnisobjekte aus anderen Wissenschaftsdisziplinen zurückgreift. (ebd.: 20)

Aus der Vielzahl der umlaufenden, nur geringfügig differierenden Definitionen wird abschließend auf Froböses zurückgegriffen: „ [...], so herrscht heute eine umfassende bzw. ´genetische´ Sichtweise vor, die Marketing als ein generell anwendbares Konzept zur Analyse und Gestaltung zwischenmenschlicher und gesellschaftlicher Austauschprozesse begreift (vgl. Nieschlag/Dichtl/Hörschgen 1994, S. 25; Meffert 1995, Sp. 1472).“ (Froböse/Kaapke 1996: 13)

4.2 Die Marketinginstrumente oder Aktionsparameter des Marketings

Erwünschte Austauschprozesse herbeizuführen oder zu erleichtern ist eine Managementaufgabe. Dem Marketing-Management kommt dabei die Aufgabe zu, die Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle von Programmen vorzunehmen, die darauf gerichtet sind, erwünschte Austauschbeziehungen mit bestimmten Zielgruppen zum Zwecke des eigenen oder beiderseitigen Vorteils herbeizuführen. Diese Programme werden in der Marketingkonzeption beschrieben und festgelegt. Sie ist kundenorientiert, von integriertem Marketing unterstützt, auf die Erzeugung von Kundenzufriedenheit und lang-

fristiger Konsumentenwohlfaht ausgerichtet und dient als Schlüssel zur Erfüllung der Organisationsziele. (Kotler 1974: 12-27)³⁸

Die Marketingkonzeption stellt das Ergebnis eines Optimierungsprozesses dar, in dem die dem Marketing zur Verfügung stehenden Aktionsparameter kreiert oder variiert, kombiniert und aufeinander abgestimmt werden, um ein erwünschtes Ziel zu erreichen. In diesem Prozess sind die Zielsetzung des Unternehmens oder der Organisation, die gegebenen und zu erwartenden Umweltbedingungen, die gewählten Absatzstrategien und die angestrebte oder erwartete Wirkung der zu definierenden Marketingkonzeption zu berücksichtigen. Ziele und Zielbereiche der Marketingaktivitäten werden präzise und in einem zeitlichen Rahmen im Marketingkonzept be- und festgeschrieben.

Die Marketing-Instrumente werden zumeist mit den „vier Ps“ beschrieben: „product, price, place [Distribution] and promotion.“ (Kotler 2000: 9)³⁹ Nieschlag et al. haben diese Klassifikation leicht modifiziert, indem sie die Gruppen Produkt und Distribution aus der Perspektive von Leistungsbereitschaft und –substanz differenzieren. (Nieschlag 1972) Unterschieden wird hiernach die Infrastruktur (beim Bäcker etwa Backstube, Laden, Standort etc.) und die Art der Leistung (was macht der Bäcker daraus). Dieser Ansatz erscheint im Hinblick auf die Bezugnahme zu den Internationalen Beziehungen ergiebiger, wenngleich die „vier Ps“ deshalb nicht gänzlich ausgeblendet werden müssen.

In der folgenden Abbildung 1 ist die zu einem Marketingkonzept führende Systematik und der Entwicklungsprozess in der Terminologie Nieschlags et al dargestellt. Allerdings bildet diese Systematik auch einen Analyserahmen

³⁸ „The American Marketing Association offers this managerial definition: Marketing (management) is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals. [zit. .n.] (Dictionary of Marketing Terms, 2d ed., ed. Peter D. Bennett (Chicago: American Marketing Association, 1995)). (Kotler 2000: 4)

³⁹ „Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market. [...], McCarthy classified these tools into four broad groups that he called the four Ps of marketing: product, price, place, and promotion.“ (Kotler 2000: 9)

für empirisch beobachtbare Marketingkonzeptionen bzw. in einem weit gefassten Verständnis, für alle auf Austauschbeziehungen gerichteten beobachtbaren Aktivitäten. Mit Blick auf das Gebiet der Internationalen Beziehungen gewinnt dieser Aspekt an Bedeutung, wenn man Schimmelfennigs These von der Wohlfahrtskonkurrenz der Nationalstaaten aufgreift. Ökonomische Fragen bestimmen zunehmend die Politik der Staaten im weltpolitischen System.



Abb. 1: Das System des Marketings; Quelle: eigene Darstellung

Das Gestaltungsmächtekonzept „ist ein Dialog- und Kooperationsangebot“ der Bundesregierung, das Austauschprozesse anstrebt. Insofern liegt es nahe und kann Sinn machen, es aus einer Marketing-Perspektive heraus zu analysieren. Die Fragen die sich dabei stellen lauten dann:

- über welche infrastrukturellen Voraussetzungen verfügt die BRD?
- welche Leistungen bietet sie bzw. kann sie erbringen?
- welchen Nutzen kann die BRD erzielen
- wie wird kommuniziert?

Und weiter:

- inwieweit stimmen die angebotenen Leistungen mit den Zielen und Interessen der BRD überein?
- inwieweit sind die gegebenen und zu erwartenden Umfeldbedingungen angemessen und zutreffend berücksichtigt?
- mit welchen Strategien sollen die Ziele erreicht werden?
- welche Ergebnisse können erwartet werden?

Die Beantwortung und Diskussion dieser Fragen wird den zentralen Kern dieser Arbeit darstellen.

5 Methode

Aus der Forschungsfrage, „ob und gegebenenfalls inwieweit Marketing geeignet ist als ein Instrument zur Analyse von Phänomenen sowie zur Entwicklung von handlungsleitenden Konzepten in den Internationalen Beziehungen geeignet ist“, ergibt sich eine deduktive, theoriegeleitete Analyse des exemplarisch genutzten Materials in Form des Gestaltungsmächtekonzepts. Zurückgegriffen wird auf die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse in Anlehnung an Mayring. Er „definiert die Inhaltsanalyse als ein Verfahren, das fixierte Kommunikation analysiert, um Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen, und in der Analyse systematisch, regelgeleitet und theoriegeleitet vorgeht (Mayring 1993: 11-13).“ Zit. n. (Gläser/Laudel 1999: 4) Damit ist allerdings die in dieser Arbeit anzuwendende Methode unzureichend beschrieben. Systematisch wurden dem auszuwertenden Text des vorliegenden Gestaltungsmächtekonzepts relevante Informationen anhand des vorgegebenen Analyserasters des Systems des Marketings „entnommen, zugeordnet und relativ unabhängig vom Text weiterverarbeitet,

d.h. umgewandelt, mit anderen Informationen synthetisiert, verworfen usw.“. (ebd.)⁴⁰

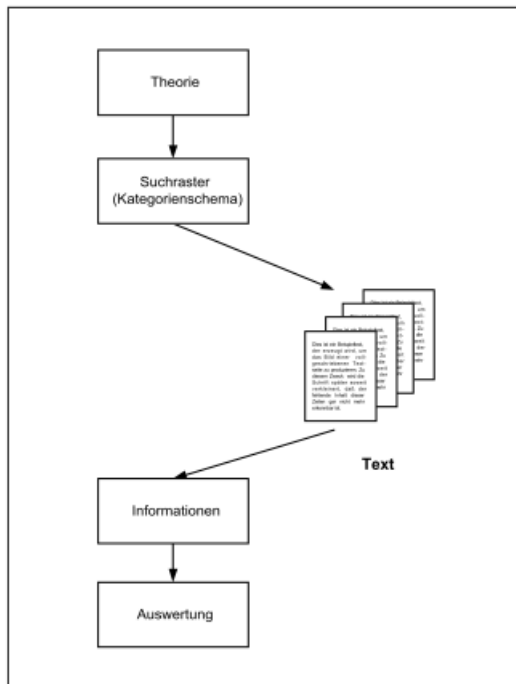


Abbildung 2 Vorgehen der qualitativen Inhaltsanalyse

Quelle: (Gläser/Laudel 1999: 4)

Damit war ein Kategoriensystem ex ante vorgegeben, das die Extraktion der im Text vorliegenden Informationen ordnete. Es sind dies sowohl die Aktionsparameter: Leistungsbereitschaft, –substanz, Abgeltung sowie Information als auch die Stellgrößen: Ziele, Umwelt, Strategien und Wirkung.

Die Analyse des Materials folgte im Prinzip in vereinfachter Form den Mayringschen Analyseverfahren der Zusammenfassung, der Explikation und der Strukturierung.

- Zusammenfassung meint: „Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, daß die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist“ (Mayring 1988, S. 53).“ Zit. n. (Lamnek 1988-1995: 209) „In diesem Verfahren werden durch Auslassungen, Generalisierungen, Konstruktionen, Integrationen, Selektionen und Bündelungen abstrakte Aussagen gewonnen, die das ursprüngliche

⁴⁰ „Die eine Form qualitativer Inhaltsanalyse [...] ist [...] wie die quantitative Datenerhebung: vorher theoretisch entwickelte Analyseeinheiten, -dimensionen und -kategorien werden auf akzidentale und ausgewählte Dokumente angewandt.“ (Lamnek 1988-1995: 197)

Material paraphrasieren. Diese abstrakten Paraphrasen werden unter Kategorien subsumiert und schließlich zur Kennzeichnung und Beschreibung des Einzelfalls herangezogen.“ (ebd.)

- Explikation heißt: „Zu einzelnen interpretationsbedürftigen Textstellen wird zusätzliches Material herangezogen, um diese zu erklären, verständlich zu machen, zu erläutern, zu explizieren“ (Mayring 1988, S .68).“ Zit. n. (Lamnek 1988-1995: 210)
- Strukturierung bedeutet: „Diese wohl zentralste inhaltsanalytische Technik hat zum Ziel, eine bestimmte Struktur aus dem Material herauszufiltern“ (Mayring 1988, S.75), „unter vorher festgelegten Ordnungskriterien einen Querschnitt durch das Material zu legen oder das Material aufgrund bestimmter Kriterien einzuschätzen“ (Mayring 1988, S.53). Zit. n. (Lamnek 1988-1995: 213)

Abgeschlossen wurde die qualitative Inhaltsanalyse mit der Interpretation. Es „werden die Ergebnisse in Richtung der Hauptfragestellung interpretiert“ (Mayring 1988, S .48). Zit. n. (Lamnek 1988-1995: 215)

6 Forschungsgegenstand

Zentral für die Forschungsarbeit ist der Text des sogenannten „Gestaltungsmächtigkeitskonzepts“ der Bundesregierung, herausgegeben vom Auswärtigen Amt am 8. Februar 2012 unter dem Titel: „Globalisierung gestalten – Partnerschaften ausbauen – Verantwortung teilen“. Wie einleitend bereits erwähnt, erinnert die Veröffentlichung in vielen Aspekten an Imagebroschüren von Unternehmen, die diese zur Darstellung ihrer Ziele, Leistungen und Kompetenzen nutzen. Der Text soll inhaltsanalytisch analog zu der unter 5 Methoden beschriebenen Vorgehensweise aufbereitet und abschließend im Sinne einer Marketingkonzeption interpretiert und bewertet werden.

Sowohl zum Kontextwissen als auch zum Vergleich der Analyseansätze werden die folgenden vom GIGA German Institute of Global and Area Studies –

Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien, Hamburg herausgegebenen Papiere herangezogen:

- Binding, Jörg; Kudlimay, Lukas (2013): Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit
- Kappel, Robert (2012): Deutschland und die neuen Gestaltungsmächte.
- Kappel, Robert (2013): Der Aufstieg der BRICS und Europas Zukunft in der Weltwirtschaft. In: Wirtschaftspolitische Blätter 2/2013 S. 193-208.

Einbezogen werden zudem die unterschiedlichen Sichtweisen auf das Gestaltungsmächtekonzept, die aus den Redebeiträgen der Abgeordneten Gernot Erler von der SPD und Ruprecht Polenz für die CDU/CSU anlässlich der 159. Sitzung des Deutschen Bundestages am 10. Februar 2012: „Unterrichtung durch die Bundesregierung: Globalisierung gestalten Partnerschaften ausbauen Verantwortung teilen“ hervorgehen.

7 Ergebnisse der Forschung zum Gestaltungsmächtekonzept

Anlass und Ausgangspunkt für die Idee zu dieser Arbeit war die Broschüre zum Gestaltungsmächtekonzept, die wegen ihrer professionell kommerziellen Machart Ähnlichkeiten mit Imagebroschüren von Unternehmen aufweist. Bevor auf die an sich wesentlichen substantiellen Aspekte eingegangen wird, ist es deshalb naheliegend auch das Formelle anzusprechen.

7.1 Formale Gestaltung der Broschüre zum Gestaltungsmächtekonzept

Die Broschüre zum Gestaltungsmächtekonzept vermittelt in einem ersten und oberflächlichen Eindruck das Bild von einer Bundesregierung, die sich modern, aufgeschlossen und weltoffen präsentiert. Ob mit der Titelseite als Eye-catcher eine mehr oder weniger gelungene Lösung zum Thema Globalisierung und neue Gestaltungsmächte gefunden wurde ist zu einem guten Teil

eine Geschmacks- und Stilfrage, wie im Übrigen auch die weitere Gestaltung, was hier nicht weiter vertieft werden muss, weil sie keinen Anlass für eine grundsätzliche Kritik bietet.

Der Text ist in fünf Hauptteile gegliedert, auf eine Art Vorwort wurde verzichtet. Wer mit dieser Broschüre angesprochen werden soll, bleibt offen. Nun liegt es nahe, dass die Bundesregierung die Broschüre vermutlich eher nicht als Anlage zu einem Mailing an die Zielgruppe der neuen Gestaltungsmächte verschickt oder die/der Bundeskanzler/in sie bei einem Staatsbesuch ihren Gesprächspartnern überreicht. Allerdings kann man annehmen, dass sie von den in Berlin akkreditierten diplomatischen Vertretungen gelesen wird.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass sich Journalisten, Wissenschaftler und weitere an außenpolitischen Fragen interessierte Kreise/Verbände mit der Broschüre befassen. Schließlich bleibt im weitesten Sinne die politisch interessierte Öffentlichkeit. Allerdings erscheint es fragwürdig, ob dieser doch sehr heterogene Leserkreis sinnvoll auf einem einheitlichen Sprach- und Informationsniveau erreicht wird.

Im ersten einleitenden Teil wird sowohl eine Hinführung zur Problemstellung als auch gleichzeitig eine Kurzfassung des Konzepts geliefert, das im anschließenden zweiten Teil ausführlich dargestellt wird. Zunächst wird unter der Überschrift 'Ebenen der Zusammenarbeit' die Einbindung der BRD in die bestehenden internationalen Strukturen und Institutionen betont, um sodann auf die einzelnen Politikfelder einzugehen, für die partnerschaftliche Kooperationen mit den neuen Gestaltungsmächten angestrebt werden. Dieser, auch vom Umfang her, Hauptteil folgt dem Schema: Problembeschreibung (Umwelt), Grundsätze der Bundesregierung, Ziele und Aktivitäten. Dabei nehmen die Aktivitäten einen vergleichsweise geringen Teil ein, während die Leitlinien der deutschen Außenpolitik, wie „Freiheit und Menschenrechte, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit, Frieden und Sicherheit, Wohlstand und nachhaltige Entwicklung, tragfähige bilaterale Beziehungen und effektiver Multilateralismus“ beinahe gebetsmühlenartig in wechselnder Reihenfolge und Zusammensetzung bei jeder sich bietenden Gelegenheit wiederholt werden. (G: 6)

Das vermittelt zuweilen den Eindruck von einem geradezu missionarischen Anliegen, das vermutlich nicht bei allen Entscheidungsträgern der Zielgruppe goutiert wird, wenn man deren aktuelles Verständnis von diesen Wertvorstellungen vor Augen hat.

Aus der Marketingperspektive ist dieses Schema jedoch zu kritisieren, weil es aus der Sicht der BRD beschreibt und argumentiert. Der Marketingansatz nimmt die Problemstellung der Zielgruppe in den Fokus und will über das Angebot zur Problemlösung die eigenen Ziele verfolgen. Aus der Umweltbeschreibung müsste also die Ableitung der von den neuen Gestaltungsmächten zu lösenden Probleme folgen, um dann einen Problemlösungsansatz zu formulieren, für dessen Umsetzung die BRD ein besonderes Angebot auf Grund ihrer Kompetenz unterbreiten kann. Dass dies auch für die BRD von Vorteil sein soll, muss dabei nicht sonderlich betont werden, sie hätte sonst ja keinen Grund, es zu offerieren.

Vor diesem Hintergrund ist man allerdings peinlich überrascht, wenn in dem Konzept beständig darüber gesprochen wird, in Dialogen und Foren gemeinsame Aktivitäten auf der Basis übereinstimmender Ziele zu entwickeln. Sowohl sind die globalen Probleme hinlänglich bekannt, wie auch die neuen Gestaltungsmächte ja nicht aus dem Nichts auftauchen, sondern mit diesen bestehen seit Jahrzehnten vielfältige Beziehungen. Von daher ist die Vagheit in der Frage der konkreten Ausgestaltung der neuen angestrebten Partnerschaften unverständlich. Miteinander reden schadet im Allgemeinen nicht, aber es sollte sich ja auch nicht auf Kaffeeklatsch beschränken.

In den Abschnitten drei 'Abstimmung der Bundesregierung' und vier 'Netzwerkpoltik mit unseren Partnern' werden organisatorische Probleme und Lösungen zur Verbesserung der Kommunikation vorgestellt, die sehr sinnvoll erscheinen, allerdings die Frage aufwerfen, warum man da nicht schon früher drauf gekommen ist. Andererseits verweist die Bundesregierung auf einige bereits etablierte „Formate und Instrumente für unsere Kooperationen“ mit Partnern aus dem Kreis der neuen Gestaltungsmächte, die ausge-

baut werden sollen. (G: 56f.) Das Konzept ist an dieser Stelle wenig innovativ und sieht eher nach business-as-usual aus.

Im abschließenden, recht kurz gefassten, Ausblick findet sich eine Zusammenfassung der zentralen Punkte des Konzepts mit dem Hinweis auf notwendige Anpassungen infolge des schnellen Wandels in den internationalen Beziehungen.

Etwas verkürzt lässt sich auf Grund des formellen Aufbaus und der Argumentationslogik sagen, dass ein Papier, das ernsthaft als „ein Dialog- und Kooperationsangebot“ an die neuen Gestaltungsmächte gedacht ist, die Frage beantworten müsste, worin für die Zielgruppe die Vorteilhaftigkeit (Gratifikationsprinzip) es an- oder aufzunehmen und wo genau der Bedarf (Knappheitsprinzip) besteht. Dagegen sind die eigenen Ziele zweitrangig. Es wirbt ja niemand mit dem Argument: wir wollen viel Geld verdienen, kauft deshalb unser Produkt.

7.2 Die neuen Gestaltungsmächte als Zielgruppe

Märkte werden häufig segmentiert betrachtet und entsprechende Zielgruppen nach relevanten qualitativen und/oder quantitativen Kriterien definiert.⁴¹ Produkt- und Preisgestaltung sowie Vertriebs- und Kommunikationswege werden auf diese mit homogenen Merkmalen ausgestattete Zielgruppe optimal abgestimmt, um bestimmte Erfolge zu erzielen.

⁴¹ „A market segment consists of a large identifiable group within a market, with similar wants, purchasing power, geographical location, buying attitudes, or buying habits.” (Kotler 2000: 144)

Die Bundesregierung ist in ihrem Gestaltungsmächtekonzept analog verfahren und hat ihre Kriterien wie folgt beschrieben:

„Das Konzept „Globalisierung gestalten“ betrifft Länder, mit denen Deutschland nicht schon im Rahmen der Europäischen Union (EU), der G-8 oder der Nordatlantischen Allianz (NATO) zusammenarbeitet und

- die im regionalen oder internationalen Vergleich eine bedeutende Wirtschaftskraft oder hohe wirtschaftliche Wachstumsraten aufweisen,
- die einen starken Gestaltungswillen in verschiedenen Politikbereichen zum Ausdruck bringen und
- denen darüber hinaus entweder durch ihre einflussreiche Rolle oder ihre innerstrukturellen Eigenschaften mittel- bis langfristig eine zentrale Bedeutung für die Gestaltung regionaler Prozesse, internationaler Governance und/oder globaler Ordnungspolitik („Global Governance“) zukommt.“ (G: 5)

Allerdings ergibt sich aus dieser vermutlich bewusst offen gehaltenen Definition ein Identifizierungsproblem, da es die Bundesregierung vermieden hat, die Länder, von denen sie annimmt, dass sie die Kriterien erfüllen, auch zu benennen. Es finden sich zwar insbesondere in den beispielhaft genannten Projekten immer wieder Hinweise auf Länder wie China, Indien, Brasilien, Südafrika usw., klare Grenzen lassen sich jedoch angesichts der Interpretationsbreite nicht ziehen. Erst Westerwelle wird in seiner Rede anlässlich der Pressekonferenz am 8. 2. 2012 in Berlin präziser, indem er neben den BRICS-Staaten eine Reihe weiterer benennt. (Westerwelle 2012) Was aber schon aus den genannten Beispielen offensichtlich wird, ist die mangelnde Homogenität innerhalb der Zielgruppe. Allein die vorgenannten Länder unterscheiden sich signifikant hinsichtlich ihrer politischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Merkmale. Ein einheitlich strukturiertes, sinnvoll gestaltetes Angebot ist unter diesen Voraussetzungen kaum vorstellbar. Das erklärt letztlich auch die Reduktion auf das eher unspezifische Angebot zum offenen Dialog und zur Kooperation.

Damit stellt sich aber die Frage, was die Bundesregierung zu diesem Konzept veranlasst hat. Schließlich war das Erstarken und nachdrücklichere Auftreten der adressierten Schwellenländer bereits seit geraumer Zeit zu beobachten und ist nicht erst im Jahre 2012 entdeckt worden. Zudem bestanden und bestehen langjährige, vielfältige Beziehungen. Eine plausible und nachvoll-

ziehbarer Erklärung findet sich bei Binding et al. Demnach geht es darum, für die, auf Grund des wirtschaftlichen Wachstums erreichten Fortschritte, auslaufenden Programme aus der bisherigen Entwicklungszusammenarbeit (EZ) einen Anschluss bzw. Übergang zu schaffen, der mit Hilfe des neuen Kooperationsmodells Internationale Zusammenarbeit (IZ) erreicht werden soll.⁴² Gesichert werden sollen damit die bisher aufgebauten und entwickelten Strukturen, Kontakte und Verbindungen für die zukünftige Zusammenarbeit und zu etablierende neue Kooperationen.

In diesem Kontext erscheint das Gestaltungsmächtekonzept vornehmlich als ein internes, innerhalb der Organisation der Bundesregierung umzusetzendes Konzept, das Budgetzuständigkeiten und –verantwortlichkeiten zuweist und regelt. Es wird wohl falsch interpretiert, wenn es als ein an die neuen Gestaltungsmächte adressiertes Angebot gesehen wird. Für diese Annahme spricht u. a. auch die von Ruprecht Polenz in seiner Rede zum neuen Gestaltungsmächtekonzept am 10.02.2012 gewählte Bezeichnung als „Positionspapier der Bundesregierung“. (Polenz 2012) Der Rede von Gernot Erler an selber Stelle ist zudem zu entnehmen, dass die Vorlage für die Debatte eine schlichte „Hausgebrauchsversion für Abgeordnete - DIN A4 ohne Bilder - auch schon circa 30 Seiten umfasst[e]“, also einem Arbeitspapier entsprach. (Erler 2012) Das wirft dann aber die Frage auf, warum es dennoch in dieser weitreichenden und aufwendigen Form publiziert wurde.⁴³

⁴² „Seit die klassische EZ mit China eingestellt wurde, stehen die privilegierten Kontakte der Bundesrepublik zu China auf dem Spiel. Die Lage in anderen Gestaltungsmächten ist nicht wesentlich anders, da anhaltendes Wirtschaftswachstum in diesen Staaten mittelfristig das Auslaufen der klassischen EZ nach sich zieht. Daher ist eine rechtzeitige Überführung bestehender BMZ-finanzierter Programme der EZ in Formate der IZ wichtig und im Rahmen einer „Staffelstabübergabe“ an die jeweiligen Fachressorts anzustreben.“ (Binding/Kudlimay 2013: 5)

⁴³ Die Broschüre liegt auch in arabischer, chinesischer, englischer, französischer, spanischer und portugiesischer Übersetzung vor.
(https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Infoservice/Broschueren/Uebersicht_node.html?https=1 vom 08.02.2014)

7.3 Umwelt

Sowohl im Marketing als auch in der Politik gibt die Beschreibung und Analyse der Umwelt- und Umfeldbedingungen den Rahmen vor, der alternative Entscheidungsmöglichkeiten begrenzt. Optimale Entscheidungen können nur dann getroffen werden, wenn dieser Rahmen zutreffend erkannt wurde. Fehlerhafte Einschätzungen führen folglich zu suboptimalen Lösungen.

Die Bundesregierung geht in ihrem Konzept auf alle relevanten Problemstellungen bzw. Baustellen ein, die aktuell die Diskussion um die Gestaltung der Weltordnung bestimmen. Sie spricht vom Wandel in den internationalen Beziehungen infolge des wirtschaftlichen und in Verbindung damit politischen Aufstiegs einiger Schwellenländer, weshalb „neue Kraftzentren“ in der Welt entstanden sind. (Westerwelle 2012)⁴⁴ Problemlösungsbedarf sieht die Bundesregierung bei den Themen Freiheit und Menschenrechte, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit, Frieden und Sicherheit, Wohlstand und nachhaltiger Entwicklung sowie im Ausbau tragfähiger bilaterale Beziehungen und effektivem Multilateralismus vor dem Hintergrund zunehmender Interdependenz infolge der fortschreitenden Globalisierung. (G: 6) Sie verweist zudem auf ihre Einbindung bzw. Verankerung in die zahlreichen internationalen Institutionen, Verträge, Partnerschaften und Allianzen, insbesondere auf die Mitgliedschaft in der EU. Überflüssigerweise stellt sich die Bundesregierung als „verlässlicher Partner und Verbündeter“ dar, was schließlich eine Selbstverständlichkeit ist.⁴⁵

Da in den folgenden Abschnitten noch detaillierter auf Umweltbeschreibungen eingegangen wird, soll an dieser Stelle lediglich festgehalten werden, dass einige wesentliche Momente entweder nur sehr kurz gestreift oder nur indirekt angesprochen werden. Es wird zwar wiederholt von Wandel gesprochen, dennoch wird im Text vornehmlich eine Gegenwartsbeschreibung vor-

⁴⁴ Rede von Außenminister Guido Westerwelle anlässlich der Vorstellung des Konzepts der Bundesregierung "Globalisierung gestalten – Partnerschaften ausbauen – Verantwortung teilen" am 08.02.2012 im Welsaal des Auswärtigen Amts (Hermersdörfer 1996)

⁴⁵ „Die moderne Gesellschaft scheint [mit den neuen Medien dieses Jahrhunderts] eine Grenze erreicht zu haben, an der nichts mehr nicht kommunizierbar ist - mit der einen alten Ausnahme: der Kommunikation von Aufrichtigkeit.“ (Luhmann 1997: 311) zit. n. (Berghaus/Luhmann 2011: 95)

genommen. Auf absehbare bzw. potentielle Änderungsszenarien und deren Folgen wird dagegen kaum eingegangen. So finden sich etwa keine Hinweise darauf, dass der Bundesregierung bewusst geworden ist, dass die Welt vor, oder sich vielleicht auch schon inmitten, einer möglichen, epochalen Umbruchphase befindet, wie sie Rifkin oder Baecker infolge der neuen Informationstechnologien vermuten und mit den Folgen der Erfindung des Buchdrucks vergleichen. (Vgl. Kapitel 2, S. 8) Der technologische Fortschritt, die Beschleunigung in allen Lebensbereichen und die zunehmende globale Vernetzung verlangen nach einer neuen Logik in den internationalen Beziehungen, die nicht erkennbar wird. (Sandschneider 2005: 9)⁴⁶

Nur indirekt angeschnitten wird vor allem die Steuerungsproblematik der funktional differenzierten Systeme der Weltgesellschaft durch das politische System, wenn das Vorhandensein von „Blockademacht“ konzediert wird, die abgebaut werden soll. (G: 6) Angesichts der Vielzahl dringend und rasch auf Weltebene zu lösender Probleme (Klima, Armut und Ungleichheit, Migration, Finanzmärkte etc.) ist die Frage von effizienteren Entscheidungsprozessen und -strukturen zentral.

7.4 Ziele⁴⁷

Zum Akteur wird man, wenn man „Ziele und Interessen“ erreichen bzw. verfolgen will. (Gerhards 1994: 80)⁴⁸ Ein Ziel beschreibt einen zukünftigen Zustand (Soll), der ausgehend von einem bestehenden (Ist) angestrebt wird. „Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg.“ sagt Laotse. Und Kant ergänzt: „Wenn wir die Ziele wollen, wollen wir auch die Mittel.“

⁴⁶ „... sie fragt nicht nach der alten Logik von Machtpolitik, sondern nach den neuen Logiken von Globalisierung, Beschleunigung und Vernetzung.“ (Messner 1996: 9)

⁴⁷ „Vom Ziel haben viele Menschen einen Begriff, nur möchten sie es gerne schlendernd erreichen.“ Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832)

⁴⁸ Akteursstatus setzt „so Schimank (1985: 27) in Anlehnung an Parsens [die Fähigkeit voraus] als Akteur zu handeln. Dazu sind drei Bedingungen erforderlich: a) Ein Akteur muß Ziele und Interessen haben, die er erreichen will. b) Er muß über Mittel verfügen, diese Ziele auch erreichen zu können (Macht, Geld etc.). c) Er muß über eine Strategie verfügen, die die Mittel mit den Zielen kombiniert (vgl. Schimank (1988: 620) im Anschluß an Colemann). (Gerhards 1994: 80)

Grundsätzlich kann man drei Arten von Zielen unterscheiden (wofür im Englischen, feiner differenziert, häufig drei verschiedene Begriffe verwendet werden):

- primäre Ziele => Endziel (goal)
- instrumentelle Ziele => Unterziele um Primärziele zu erreichen (objectives)
- spezifische Ziele => zeitlich und räumlich festgelegte Unterziele (Kotler 1974: 229) (targets)

Ziele sollen schon nach einem allgemeinen Managementverständnis, aber auch im Sinne eines effektiven Marketing-Managements, zudem

- von allgemeinen oder primären Zielen auf spezifische Ziele heruntergebrochen werden
- wann immer möglich quantifiziert werden, um die Erfolgskontrolle zu erleichtern
- realistisch im Sinne von erreichbar und
- konsistent, d.h. in sich schlüssig, widerspruchsfrei formuliert sein. (Kotler 2000: 47)⁴⁹ (siehe auch)⁵⁰

Nun besteht der Hauptteil des Gestaltungsmächtekonzepts aus Zielen der Bundesregierung, die aus Prinzipien abgeleitet werden, um für die einzelnen Politikfelder zu anzustrebenden veränderten Zuständen zu kommen. Die zu verfolgenden Ziele ergeben sich zunächst aus der Aufgabe der Bundesregierung. Diese folgt aus dem Amtseid nach Art. 56 Grundgesetz (GG):

⁴⁹ “Managers use the term goals to describe objectives that are specific with respect to magnitude and time. Turning objectives into measurable goals facilitates management planning, implementation, and control. To be effective, goals must (1) be arranged hierarchically to guide the businesses in moving from broad to specific objectives for departments and individuals; (2) be stated quantitatively whenever possible; (3) be realistic; and (4) be consistent. Other important trade-offs in setting goals include: balancing short-term profit versus long-term growth; balancing deep penetration of existing markets with development of new markets; balancing profit goals versus nonprofit goals; and balancing high growth versus low risk. Each choice in this set of goal trade-offs calls for a different marketing strategy.” (Kotler 2000: 47)

⁵⁰ “The process of management begins with setting of goals, objectives and targets. The goals are long term aims to be achieved by the organization; objective are relatively short term milestones to be accomplished, while the targets generally refer to physical achievements in the organization's business. The goals, objectives and targets are so set that they are consistent with each other and help to achieve each other.” Quelle:

<http://www.openlearningworld.com/books/Fundamentals%20of%20MIS/MANAGEMENT%20PROCESS/Goals%20-%20Objectives%20and%20Targets.html> vom 14.02.2014

„Ich schwöre, dass ich meine Kraft dem Wohle des deutschen Volkes widmen, seinen Nutzen mehren, Schaden von ihm wenden, das Grundgesetz und die Gesetze des Bundes wahren und verteidigen, meine Pflichten gewissenhaft erfüllen und Gerechtigkeit gegen jedermann üben werde. (So wahr mir Gott helfe.)“

Die Bundesregierung ist demnach in ihrem Handeln dem Wohle des deutschen Volkes als Maxime verpflichtet. Ihre Handlungen müssen sich also am Nutzen für Deutschland und seiner Bürger messen lassen.

Betrachtet man nun die im Gestaltungsmächtekonzept genannten Ziele, so fällt zunächst auf, dass es sich dabei vorwiegend um Primärziele handelt, die man wiederum in Querschnitts- und politikfeldspezifische Ziele unterscheiden kann. Die Verfolgung der sich aus den globalen Ansprüchen wie „Freiheit und Menschenrechte[n], Demokratie und Rechtsstaatlichkeit, Frieden und Sicherheit, Wohlstand und nachhaltige[r] Entwicklung, tragfähige[n] bilaterale Beziehungen und effektive[m] Multilateralismus“ ergebenden Ziele ziehen sich mehr oder weniger komplementär durch alle Politikfelder hindurch. (G: 6-7)

Die Politikfelder betreffen die Themen:

- Frieden und Sicherheit
- Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit
- Wirtschaft und Finanzen
- Ressourcen, Ernährung und Energie
- Arbeit, Soziales und Gesundheit
- Entwicklung und Nachhaltigkeit (G: 8)

Insgesamt lassen sich so in dem Gestaltungsmächtekonzept etwa dreißig verschiedene Ziele identifizieren, die in der folgenden Tabelle aufgelistet sind.

Die Tabelle ist kaum lesbar, weshalb sich in der Anlage eine lesbare Vergrößerung findet. Veranschaulicht werden soll an dieser Stelle zunächst einfach nur die „Fülle“ der Zielformulierungen, die mit den neuen Gestaltungsmächten verhandelt werden soll.

Politikfeld	Seite	Ziel	Wie	Problem	Kommentar/Anmerkung
Allgemein	6	GM sollen internat. Verantwortung übernehmen, Blockademach abbauen	konstruktive Mitarbeit und Kooperation		Wo ist das Zucker?
Allgemein	6	Gestaltungskraft in globalen Fragen erhöhen	durch Allianzen	gemeinsame Interessen	
Allgemein	6-7	Ziel- und Wertvorstellungen für globalisierte Wirtschaft etablieren	engagierte Diskussion	Steuerung der Wirtschaft d. politisches System; Wirtschaft und Moral (Vgl. Luhmann)	
Allgemein	6-7	Deutsches Engagement f. Menschenrechte und Gleichberechtigung	Dialog	für wen ist das ein Problem?	Demnach will die BRD normative Werte 'verkaufen'. Die positiven deutschen Erfahrungen sollen überzeugen. (Klingt ein bißchen nach: vom deutschen Wesen soll die Welt oenessen).
Allgemein	8	regelbasierte und multilaterale globale Ordnungspolitik (in 6 Aktionsfeldern)			
Allgemein	8	Durchsetzung europäischer Werte und Interessen	EU einig mit einflussreichen Partnern	Partner mit gemeinsamen Interessen finden	Warum sollten sich einflussreiche Länder für europäische Vorstellungen stark machen? Was haben Sie davon?
Global Governance	11	effektive internationale Institutionen, multilateral ergänzt um plurilaterale sowie bilaterale Kooperationen, um Gestaltungsfähigkeit zu erhalten/erlangen	Werbung bei neuen Gestaltungsmächten :-)	???	dem stimmen wohl die meisten zu, wo ist das Problem? Wenn es um Effektivität geht sind wir wieder beim Systemthema vgl. Luhmann. Wofür genau wird dann geworben?
Global Governance	11-12	Anpassung des VN-Systems an veränderte Realitäten; Sicherheitsrat an die politische Gewichtung der aktuellen Welt anpassen	Gemeinsam mit wichtigen Partnern Reformen vorantreiben	BRD und andere GMs sind nicht angemessen im Sicherheitsrat vertreten	das ist ein heikles Ziel, Vergrößerung vs. Entscheidungsfähigkeit; keinesfalls gesichert, dass BRD profitiert bei der gegebenen Zusammensetzung
Kultur	15 u. 17	kulturelle Vielfalt soll durch Austausch und Sprachkurse gepflegt und Kontakte in die Zivilgesellschaften ausgebaut werden	Dialog und Austausch	Friedens- und Freiheitssicherung durch wechselseitiges Kennenlernen und respektieren	"Ein Wolf ist der Mensch dem Menschen, nicht ein Mensch, wenn man sich nicht kennt..." nach Plautus (ca. 254-184 v. Chr.)
Bildung und Forschung	19-21	verbesserte internat. Kooperationen in Wissenschaft und Forschung	gemeinsam mit GM	nachhaltige Entwicklung	BRD sieht sich hier als kompetenter Partner
Bildung und Forschung	21	Innovationspotentiale freisetzen um Zukunftsmärkte zu erschließen und nachhaltige Nutzung von Rohstoffen und Ressourcen	Forschungs- und Technologiepartnerschaften	globalen Herausforderungen begegnen	BRD mus als rohstoffarmes Land besonderes Interesse an Nachhaltigkeit entwickeln, um Wohlfahrt zu sichern
Global Governance	22	zivile Krisen- und Konfliktprävention im Rahmen der bestehenden globalen Institutionen sowie Gleichstellung von Männern und Frauen	gemeinsame Arbeit in den Gremien der Institutionen an der Lösung von Konfliktfällen im Rahmen von Völkerrecht und GG	regionale Konflikte und Terror mögl. friedlich lösen	hier wäre die Verantwortung und die Einbindung der GM zu betonen, (Was leisten Russland und China in der syrischen Flüchtlingsfrage?)
Global Governance	22 u. 24	Ausbau Rüstungskontrolle und Nichtverbreitung	gemeinsam mit GM; Aufbau effektiver Exportkontrollsysteme	regionale Konflikte und Terror mögl. friedlich lösen	klingt seltsam, wenn die Rüstungsexporte aus der BRD vor Augen hat
Global Governance	25	Kampf gegen Cyber-Gefahren	Kooperation und Information	Cyber-Kriminalität und Terrorismus	
Global Governance	25	GM einbinden in humanitäre Hilfsstrukturen	Werbung bei neuen Gestaltungsmächten :-)	wenig ausgeprägtes karitatives Denken, es gibt im eigenen Land noch genügend Hilfsbedürftige	bedeutet natürlich u.U. eine Entlastung bei den eigenen Aufwendungen; müssen
Global Governance	25 u. 27	Menschenrechte auf der Basis der Wertorientierung der BRD durchsetzen und gegen kulturelle Relativierung des Menschenrechtsbegriffs kämpfen	in der Debatte von der Universalität der Menschenrechte überzeugen, auf der Grundlage gegenseitigen Respekts	unterschiedliche kulturell geprägte Vorstellungen von der Menschenrechtsidee und andere Probleme vorrangig	Umsetzung fehlt, man muss mit dem Fundament beginnen, dh. Menschenrechte müssen einklagbar sein, dazu braucht es einen Rechtsstaat, dazu braucht es Verwaltungsstrukturen, die z.T. erst oder zuerst geschaffen werden müssen
Global Governance	28	Rechtsstaatlichkeit etablieren als Voraussetzung für Menschenrechte	Rechtsdialog	unterschiedliche Auffassungen, Kulturen	das ist schon eine ziemliche Einmischung in die inneren Angelegenheiten anderer Staaten und wird sicherlich nicht überall goutiert
Global Economic Governance	33-36	Marköffnung iVm. multilateralen Regeln	WTO-Handelssystem	Protektionismus überwinden	für die BRD als Exportnation wichtig, für sich entwickelnde Schwellenländer ambivalent
Global Economic Governance	36	Standards für Exportfinanzierung und -förderung; Durchsetzung von Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsstandards	?	fairer Wettbewerb nicht gegeben; Budgetrisiken	für die BRD als Exportnation wichtig, für sich entwickelnde Schwellenländer ambivalent, ihre Wirtschaft ist oft noch nicht leistungsfähig genug, um sich dem internat. Wettbewerb auszusetzen; die Beachtung von sozialen/umwelt Standards verursacht Kosten, r
Global Economic Governance	36-37	effektive Finanzmarktregulierung und Reform der Institutionen Weltbank und IWF entsprechend der veränderten Gewichte innerhalb der Weltwirtschaft	gemeinsame Reformbemühungen mit GM	BRD und andere GMs sind nicht angemessen in den Gremien vertreten	vermutlich unvermeidlich, wie BRD profitieren will ist aber unklar
Global Economic Governance	42	klare, global gültige Regeln für den Zugang zu und den Handel mit Rohstoffen	Schaffung transparenter, gleicher und fairer Rahmenbedingungen	ungleiche Verteilung, Marktmacht bis hin zu monopolartigen Verhältnissen	bietet Konfliktpotential; BRD ist mangels eigener Rohstoffe und Energiequellen abhängig; warum sollen aber die Besitzer ihre Trümpele aus der Hand geben, was bekommen sie dafür?
Global Economic Governance	42 u. 43	Nachhaltiges wirtschaften, Entkopplung von Wirtschaftsleistung und Energie- und Rohstoffverbrauch	Unterstützung bei der Umstellung; energiepolitischer Dialog	Kosten	für BRD wichtig, für Schwellenländer kommt erst die wirtschaftl. Entwicklung
Global Economic Governance	42	globale Regulierung für nachhaltige Erzeugung von Nahrungsgütern und Agrarrohstoffen durchsetzen (Menschenrecht auf Nahrung)	Debatte zur globalen Ernährungssicherung	langfristige globale Interessen gegen kurzfristige nationale durchsetzen bei Wald, Fischgründen, Wasserversorgung, Bodennutzung	Regulierungen sind schon schwierig zu vereinbaren, umsetzen wäre noch viel dringlicher; welche Anreize können geboten werden?
Global Economic Governance	45 u. 47	Mindeststandards für menschenwürdige Arbeitsbedingungen; soziale Marktwirtschaft	Unterstützung	Moral, Wettbewerbsverzerrung	Umsetzung der ILO-Standards setzt Verwaltung voraus; informelle Wirtschaft beseitigen
Global Governance	46-47	Stärkung internat. Gesundheitssystem; (Beitrag zum Wohlstand für alle Menschen !!!)	Wissensstransfer, (Einführung sozialer Basissicherungs-systeme)	Risiko v. Pandemien, ungenügende Sozial- und Gesundheitsstandards	setzt ausreichende finanzielle Mittel voraus, woher sollen die kommen?
Global Economic Governance	49	globale Rahmenbedingungen für nachhaltige Entwicklung	gemeinsames Handeln von Regierungen, Zivilgesellschaften und Privatwirtschaft	knappe Ressourcen behindern wirtschaftliches Wachstum	...können aber auch Innovationen befördern. Soziale Krisen, wenn es nicht gelingt wirtschaftliches Wachstum für alle zu generieren, um soziale Ungleichheiten auf der Ebene der Weltgesellschaft zu reduzieren.
Kommunikation	50	enge Verzahnung der Arbeit von Auslandsvertretungen, Auslandshandelskammern, Germany Trade & Invest GmbH, Privatwirtschaft und Durchführungsorganisationen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ)	interne Reorganisation	unzureichende Koordination der laufenden Aktivitäten vermindert Durchschlagskraft bzw. Erfolgchancen	interne organisatorische und vermutlich dringend notwendige Maßnahmen, um Resort-Chauvinismus zu überwinden. (und sei es nur, um Kostenvorteile durch Gruppentarife bei Auslandsreisen zu nutzen :-)
Umwelt/Klima	50-51	globales Klimaabkommen	Intensivierung der Koordinierung und Kooperation im Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich u.a. der VN	laufende Verhandlungen zu einem effizienten Abschluß bringen	das ist an sich ein sehr konkretes und auch operativ verfolgtes Ziel, aber auch hier werden viele Themen angeschnitten aber wenig konkretes benannt aus dem sich eine zielorientierte Vorgehensweise ableiten ließe
Global Governance	52	Einbindung der GM in die entwicklungspolitische Verantwortung in den diversen Gremien und Institutionen	Werbung und Unterstützung	teilw. Geringes bzw. teilw. Vorwiegend ökonomische Interessen	die GMs sind da sich nicht auf die Unterstützung der BRD angewiesen; z.T. dürfte das Interesse an der Heranführung zur Gruppe der großen VN-Beitragszahler auch verhalten ausfallen, da damit vermutlich auch höhere Leistungserwartungen mit einhergehen
Global Governance	59	regelgeleitete partnerschaftliche Globalisierungspolitik, flexibel, um auf Wandel rasch zu reagieren	Überzeugungsarbeit	vermutlich im Grundsatz kein Problem, der Teufel steckt im Detail	

Die Ziele weisen überwiegend einen idealistischen „heile-Welt-Charakter“ auf. Das gipfelt in Sätzen á la: „Dabei wollen wir zum Wohlstand für alle Menschen beitragen, z. B. durch die Einführung sozialer Basissicherungssysteme.“ (G: 46) Frieden, Sicherheit, Menschenrechte etc. sind zweifellos ehren- und wünschenswerte Ziele bzw. Zustände, die breite Zustimmung bei allen, selbst bei zweifelhaften, Regimes finden, solange sie nicht ausbuchstabiert werden. Insoweit handelt es sich überwiegend um Primärziele, Unterziele bzw. spezifische Ziele finden sich dagegen kaum. Infolgedessen sind auch keine Quantifizierungen möglich oder zumindest die Bestimmung von Meilensteinen, um Fortschritte feststellen und kontrollieren zu können.

Problematisch scheint zunächst die Frage, wie realistisch die genannten Ziele sind, wenn es etwa darum geht den Menschenrechten weltweit Geltung zu verschaffen. Sie ist aber vor dem Hintergrund des Konzepts zu beantworten. Was will die BRD mit dem Gestaltungsmächtekonzept in Bezug auf die Menschenrechte erreichen. In der obigen Tabelle finden sich in der Spalte ‘Wie’ Hinweise. Vornehmlich sollen die Ziele im Wege von Dialogen, Kooperationen, Partnerschaften und dergl. sowie mit Hilfe von Werbung, Unterstützung, Förderung, Überzeugung usf. erreicht werden. Liest und nimmt man das Konzept allerdings wörtlich bzw. genau, dann ist es nichts anderes als ein Angebot zum Dialog über die genannten Themen. Angebote können bekanntlich angenommen, sie müssen aber nicht einmal abgelehnt werden. Ob also China mit der BRD über Fragen der Menschrechtssituation in China einen Dialog führen wird oder nicht, bleibt im Ermessen Chinas. Anreize dafür, diesen Dialog für China attraktiv zu machen, fehlen ebenso, wie erkenn- bzw. greifbare Vorteile, die der BRD aus einem solchen Dialog erwachsen könnten. In dieser Lesart reduziert sich die Idee des Gestaltungsmächtekonzepts im Kern auf das Dialogangebot nach dem Motto: „wir können ja mal über alles schwätzen“, was dann in gewisser Weise verblüfft, weil man mit den hier angesprochenen Ländern bereits seit vielen Jahren im diplomatischen Kontakt steht und sich fragen könnte: was hat man denn bisher gemacht?

Schließlich bleibt die Frage nach der Konsistenz der Zielsetzung oder besser nach möglichen Inkonsistenzen. Geht man dem nach, fallen im Wesentlichen

zwei problematische Komplexe auf, zum einen die parallele Unterstützung von zivilgesellschaftlichen Strukturen in Ländern mit deren Regierungen Partnerschaften angestrebt werden. Das bedeutet aber mit anderen Worten, dass zur gleichen Zeit, in der mit einer Regierung etwa über Handelsabkommen verhandelt wird, deren Opposition beispielsweise in Fragen der Menschenrechte von der BRD unterstützt wird. Dass derartige Konstellationen nicht förderlich sind, liegt auf der Hand und erklärt zudem etwa die zuletzt praktizierten Vorgehensweisen Russlands und Ägyptens gegen die Arbeit ausländischer politischer Stiftungen in diesen Ländern.

Ebenso problematisch und ambivalent ist aber auch die Forderung bzw. der Einsatz der BRD „für die weltweite Umsetzung grundlegender Arbeitsnormen“. (G: 45) So wünschenswert dieses Anliegen erscheint, insbesondere auch nach den dramatischen Unglücken in der Textilindustrie Bangladeshs, so muss eben auch berücksichtigt werden, dass bei Einhaltung erhöhter Standards die Wettbewerbsfähigkeit in den aufholenden Ländern infolge steigender Kosten abnimmt, was bis zum Verlust von Arbeitsplätzen führen kann. Man müsste also das Dilemma auflösen, entweder prekäre und gefährliche Arbeit oder keine. Dazu findet sich jedoch nichts.

Ein weiteres Manko der Zielsetzung stellt das Fehlen von Prioritätssetzungen dar. Ziele sind gleichsam nach dem Schrotflintenprinzip in die Welt gesetzt. Nun sollte ein gewisses Multi-tasking auf dem Feld der Internationalen Beziehungen vorstellbar sein, allerdings gibt es durchaus Bereiche, die ein schrittweise aufbauendes Vorgehen verlangen. Bleiben wir beispielsweise beim Thema Arbeits- und Sozialstandards, denen u. a. entsprechend den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) weltweit Geltung verschafft werden sollen. Wenn man nun aber weiß, dass in manchen Ländern bis zu 92 % der Arbeitnehmer in der informellen Wirtschaft beschäftigt sind, dann ist offensichtlich, dass man bei der ILO in Genf noch ad kalendas Graecas, sprich bis zum Sankt-Nimmerleins-Tag, diskutieren und Vorgaben verabschieden kann, wenn im Land vor Ort nicht Rechtsstaatlichkeit in dem Sinn gewährleistet ist, dass diese Regeln auch eingeklagt werden können sowie Verwaltungsstrukturen existieren, die entsprechend kontrollie-

ren.⁵¹ Wenn man also menschenwürdige Arbeitsbedingungen durchsetzen will, dann betreffen die ersten Umsetzungsschritte die Themen Rechtsstaatlichkeit und Verwaltung auf deren Fundament dann das Menschenrechtsdach auf menschenwürdige Arbeit eingezogen werden kann.

Angesichts der Fülle der, zudem mit universalistischem Anspruch, formulierten Ziele ist es nicht ganz einfach, Ziele zu identifizieren, die spezifisch und exklusiv auf die neuen Gestaltungsmächte ausgerichtet sind. Bei dem überwiegenden Teil der Ziele handelt es sich, wie etwa beim Thema Arbeits- und Sozialstandards, um allgemeine Probleme, die mit jedem beliebigen Staat im Dialog verhandelt werden können. Die neuen Gestaltungsmächte heben sich im Wesentlichen durch ihre Größe, ihre wirtschaftliche Stellung auf dem Weltmarkt und damit verbunden ihrem politischen Gewicht von den übrigen Staaten innerhalb der Weltgesellschaft ab. Neben den BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika) nimmt Westerwelle noch viele weitere zu dieser Gruppe hinzu.⁵² Dabei nehmen sich Russland und China unter dem Rubrum „neue“ Gestaltungsmächte doch merkwürdig aus, da sie als ständige Mitglieder im UN Sicherheitsrat auf der politischen Weltbühne bereits wahrnehmbar waren bzw. sind und gestaltend gewirkt haben.

Kurz gefasst will die BRD die neuen Gestaltungsmächte zur Übernahme von mehr Verantwortung (G: 6) bewegen, stärker in humanitäre Hilfsstrukturen (G: 25) und die Entwicklungshilfe (G: 52) einbinden sowie eine „Anpassung des VN-Systems“ an „veränderte Realitäten“ erreichen (G: 12). Gemessen an dem Anspruch an ein spezifisch auf eine bestimmte Zielgruppe abgestimmtes Konzept verfolgt die BRD damit durchaus überschaubare Intentionen. Lediglich bei dem letzten Punkt wird das Ziel etwas konkreter formuliert, ohne je-

⁵¹ „Mr K.P. Kannan (Fellow (and former Director) of the Centre for Development Studies, Thiruvananthapuram, Kerala, India) focused his presentation on the challenge of employment in India through an informal economy perspective. He began by asserting that policies should put employment first and understand that growth was a derivative of employment. In India, 92 per cent of the workforce was in the informal economy. Informality and crisis were linked.“ (ILO 2009: 40) anlässlich des ILO Summit on the Global Jobs Crisis in Genf vom 15-17. Juni 2009

⁵² „Ich meine dabei nicht nur die viel zitierten „BRICS“. Eine Vielzahl anderer Länder hat sich auf den gleichen Weg gemacht, ob Mexiko, Indonesien, Vietnam, Kolumbien oder viele andere mehr.“ Guido Westerwelle in seiner Rede im Auswärtigen Amt am 8. 12. 2012

doch auch an dieser Stelle eine klare und spezifizierte Vorstellung davon zu geben, welche Zielvorstellungen die BRD damit verbindet. Sonderlich ehrgeizig erscheint die Aufgabenstellung damit nicht.

In ihrem Gestaltungsmächtekonzept lässt die BRD dezent erkennen, dass man sich der Steuerungsproblematik auf der Ebene der Weltgesellschaft bewusst ist, wie sie weiter oben unter 3.2 systemtheoretisch auf Grund funktionaler Differenzierung dargestellt wurde. Sie will im Rahmen einer „regelbasierten und multilateralen Ordnungspolitik“ (G: 8) „Blockademacht“ (G: 6) abbauen. Blockademacht resultiert aus einer auf Konsens und völkerrechtlich bindenden Verträgen basierenden Regelsetzung, die nur dann für die Weltgesellschaft allgemeinverbindlich werden kann, wenn alle Staaten zustimmen. Mithin kann bereits ein einzelner, die Zustimmung verweigernder Staat, eine Regelung blockieren. Allerdings verbirgt sich hinter dem Begriff „Blockademacht“ in dem Kontext eine merkwürdige Vorstellung davon, was Vertragsfreiheit bedeutet. Was bzw. wogegen wird blockiert? Vermutlich etwas, was die BRD gerne realisiert sähe, andere Staaten dagegen eher nicht oder in anderer Form. Um in solchen Situationen zu einer Einigung zu gelangen, sind in der Regel langwierige Abstimmungsprozesse und Verhandlungen erforderlich, die nicht selten zu suboptimalen Ergebnissen führen, da Konsens meist nur auf dem kleinsten gemeinsamen Nenner erzielt wird. Das ist solange kein Problem, wie die Probleme geduldig auf die Problemlösung warten. Das mag etwa bei der Frage des Kulturaustausches ohne dramatische Folgen bleiben, bei der Frage des Klimawandels oder beim Umgang mit Weltwirtschaftskrisen kann dies jedoch verhängnisvolle Konsequenzen nach sich ziehen. Angesichts der Zähigkeit, mit der auf den diversen Klimakonferenzen Fortschritte zur Erreichung von im Grunde minimalen Klimazielen zu verzeichnen sind oder angesichts der im Grunde immer noch unvollständigen Regulierungen der internationalen Finanzmärkte, die im Gefolge der Finanzmarktkrise 2007/08 als notwendig erkannt worden waren, wird sichtbar, dass die Problemlösungskompetenz der gegenwärtigen Global Governance Architektur nicht ausreichend ist, um die Aufgabenstellung angemessen und zeit-

nah zu bewältigen. (Vgl. Mayntz 2008: 57)⁵³ Es ist nicht nur eine grundlegende Erkenntnis der Organisationslehre, dass Aufgabe und Lösungskompetenz in einem adäquaten Verhältnis stehen müssen, für den politischen Raum gilt dies auch nach Holzinger entsprechend: „Ein Merkmal sozialer Steuerung besteht darin, dass der Steuerungsakteur über die Kompetenz verfügen muss, durch den Einsatz bestimmter Verfahren und Instrumente, die Sicherstellung der intendierten Zwecke zu gewährleisten.“ (Holzinger 2006: 16)⁵⁴

Nun sind kompromissbedingt suboptimale Regelsetzungen im Rahmen von Global Governance Entscheidungen insofern schon nicht ideal, als sie nicht selten die Problemlösung zu einer ‘never ending story’ machen, weil unter suboptimalen Bedingungen die angestrebten Ziele zumeist nicht erreicht werden. Genauso, oft aber folgenreicher, ist das ungenügende timing. Entscheidungen werden nicht rechtzeitig getroffen. So stellt Dieter noch 2012 fest, dass die im Gefolge der Finanzkrise 2007/08 entwickelten Pläne zur Regulierung der Finanzmärkte nicht vollkommen umgesetzt worden sind. (Dieter 2012)⁵⁵ Man kann daraus entnehmen, dass die Umsetzung von Problemlösungen im Global Governance Prozess fünf und mehr Jahre Zeit benötigt. Um effiziente Problemlösungen rechtzeitig zur Wirkung zu bringen, müsste man ein problematisches Ereignis also antizipatorisch mindestens fünf Jahre

⁵³ „Die Policy-Forschung hat sich vor allem mit innenpolitischen Problemen in Nationalstaaten beschäftigt, bei denen eine gewisse Kongruenz zwischen Problemreichweite und nationalstaatlicher Regelungskompetenz besteht. Auch innerhalb eines Staates sind Problemverursacher und Problembetroffene oft nicht identisch und nur Letztere an einer Problemlösung interessiert. Entscheidend ist jedoch, dass nationale Regelungsinstanzen auf nationale Problemverursacher einwirken können, während auf der globalen Ebene Problemerzeugung und Regelungskompetenz zunehmend auseinanderfallen. Problembetroffenheit kann zwar helfen, einen Sachverhalt als lösungsbedürftiges „Problem“ zu thematisieren; entscheidend für die Problemlösung ist jedoch, ob es Instanzen gibt, die sowohl motiviert als auch in der Lage sind, Problemverursacher, die selber Nutzen aus ihrem Verhalten ziehen, zur Änderung dieses Verhaltens zu bewegen. Das gelingt schlecht in Verhandlungen, an denen eigeninteressierte Problemverursacher mitwirken und vielleicht sogar durch eine asymmetrische Machtverteilung privilegiert werden. Global Governance jedoch besteht zum großen Teil genau aus solchen Verhandlungssystemen.“ (Mayntz 2008: 57)

⁵⁴ „Der Gedanke der Regierbarkeit läuft permanent mit der Realität um die Wette. Und die Realität ist fast immer schneller.“ (Thadden 2013)

⁵⁵ Vgl. auch: „Governments in the G20 are constrained not just by national interests but also by the path dependency of different variations of capitalism that are interdependent on the global level. This imbalance of capitalisms is an obstacle to international cooperation to improve bank regulation, curb erratic financial flows through capital controls or taxes, reduce exchange rate volatility or stimulate the global economy through fiscal stimulus packages and other reforms discussed in the G20. It is not just the financialized countries but also the export-oriented countries that are responsible for four decades of failed international cooperation to regulate finance.“ (Kalinowski 2011: 2)

vor dessen Eintritt identifizieren und den Problemlösungsprozess einleiten. Sehr realistisch ist das zweifellos nicht, zeigt aber nachdrücklich die systemimmanente Schwäche, die unter der Bedingung des beschleunigten technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Wandels sich weiter verschärfen wird.

Die Bundesregierung sieht das wohl ähnlich und „strebt ein geordnetes und verzahntes Miteinander internationaler Formate und der ‘Global Governance’ an und setzt sich für effektive internationale Institutionen ein.“ (G: 11) Sie setzt ferner auf „konstruktive Mitarbeit und Kooperation“ mit den neuen Gestaltungsmächten. (G: 6) Vermutlich ist die Zeit noch nicht reif oder der Leidensdruck noch nicht groß genug für alternative Vorschläge und Ideen. Das Grundproblem ist mit dem vorliegenden Konzept jedenfalls nicht gelöst.

Breiten Raum nehmen ökonomische Ziele ein, was angesichts des Umfangs der deutschen Aktivitäten auf dem Weltmarkt nicht überrascht. Sie erscheinen zudem konkreter, griffiger, weil das Delta zwischen Ist- und angestrebten Soll-Zuständen überschaubar und damit realisierbar bleibt.⁵⁶ Die BRD folgt insoweit nachvollziehbar dem Freihandelsparadigma und strebt Marktöffnung in Verbindung mit multilateralen Regeln im Rahmen des WTO-Handelssystems zur Überwindung von Protektionismus an. (G: 33-36) In analoge Richtung gehen Regelungen, die ganz allgemein Wettbewerbsverzerrungen eliminieren sollen, wie Exportfinanzierungen bzw. –subventionen (G: 36) als auch Kostenvorteile infolge ungenügend umgesetzter Sozial- und Umweltstandards einebnen. (G: 45/47; 42/43; 49) Bei letzteren werden allerdings Menschenrechte und Umweltschutz in den Vordergrund gerückt.

Mit den neuen Gestaltungsmächten möchte die BRD darüber hinaus in gemeinsamen Reformbemühungen eine effektive Finanzmarktregulierung und Reform der Institutionen Weltbank und IWF erreichen entsprechend der veränderten Gewichte innerhalb der Weltwirtschaft. (G: 36-37) Sie will zudem im Wege engagierter Diskussionen „Ziel- und Wertvorstellungen“ in der glo-

⁵⁶ Zweifellos ist es beispielsweise einfacher mit Saudi Arabien einen Handelsvertrag zu verhandeln als die menschenrechtliche Lage der Frauen und Gastarbeiter daselbst zu verbessern.

balisierten Wirtschaft etablieren. (G: 6) Man muss sich nicht nur die Ereignisse der letzten Finanzkrise von 2007/2008 und die mit ihr einhergehenden Vorhalte an die Akteure des Finanzsystems im Sinne von Gier, unverantwortlichem Marktverhalten, rücksichtslosem Wettbewerb usw.⁵⁷ ins Gedächtnis rufen, sondern kann sich auch an die Geschichte der Wirtschaftskrisen erinnern, wie sie uns Plumpe in der Neuzeit beginnend etwa mit der holländischen Tulpenzwiebelpekulation im 17. Jahrhundert erzählt, um die Forderung nach „Ziel- und Wertvorstellungen“ zu verstehen. (Plumpe 2011)⁵⁸ Gleichwohl erscheint sie im Licht dieser historischen Erfahrungen naiv oder als Ausdruck von Hilflosigkeit. Luhmann spricht gar von „Trivialmoral“.⁵⁹ Zumal auch die Systemtheorie hier wenig Mut macht und bezweifelt, dass das Wirtschaftssystem moralisch ethischen Ansprüchen genügen kann. Was die Wirkung von Moral in einem Funktionssystem angeht, so hat Luhmann festgestellt, dass infolge der Inkongruenz der jeweiligen Codes mit dem Code der Moral von der Moral wenig zu erwarten ist.⁶⁰ Und der bekannte Spekulant George Soros bestätigt dies mit der Aussage, dass, da in einer „auf Tauschakten basierenden Marktwirtschaft [...] jeder [...] seine Interessen wahren“ muss, Finanzmärkte gar „amoralisch“ seien. (Sorf 1998: 9)⁶¹

⁵⁷ „Es war ein einseitiges Vergütungssystem: Bei Kopf gewannen die Banker, bei Zahl verloren alle anderen.“ (Stiglitz/Schmidt 2012: 158)

⁵⁸ „Derartige spekulative Wellen neigen zudem zur Selbstverstärkung, die durch Arbitrageure; also Marktakteure, die nicht an den Geschäften selbst, sondern vor allem an der Nutzung von Preisunterschieden interessiert sind, getragen werden. Spätestens zu dem Zeitpunkt, an dem sich zeigen muss, ob die großen Erwartungen auch gerechtfertigt sind, neigen Spekulationsblasen dazu, zu platzen.“ (Plumpe 2011: 12)

⁵⁹ „Die Position so komplexer, theoretisch ungeklärter Wertverhältnisse [wie Gerechtigkeit S. 79] wird heute faktisch durch eine Trivialmoral und durch Forderungen und Appelle an die Adresse »der Wirtschaft« ausgefüllt. Diese kommt durch »social auditing«, Pflege der »corporate identity«, Festansprachen und auf höchster Ebene vereinbarte Kompromisse entgegen.“ (Luhmann 1988: 80)

⁶⁰ „Die gesellschaftlichen Teilsysteme sind sogar grundsätzlich eher als amoralisch aufzufassen, da aufgrund der typischen Merkmale funktionaler Differenzierung die Codes der Teilsysteme nicht mit dem Code der Moral kongruent sind. Keines der Funktionssysteme der Gesellschaft kann durch Moral in das gesamte Gesellschaftssystem eingebunden werden.“ (Luhmann 1978: 91)

⁶¹ „Eine auf Tauschakten beruhende Gesellschaft, so glaube ich, untergräbt gemeinsame Werte und lockert moralische Hemmungen. Kollektive Werte bringen die Sorge um andere zum Ausdruck. Sie implizieren, daß der einzelne einer Gemeinschaft angehört – sei es eine Familie, ein Stamm, eine Nation oder die Menschheit –, deren Interessen vor den Eigeninteressen des Individuums rangieren. Eine auf Tauschakten basierende Marktwirtschaft ist jedoch alles andere als eine Gemeinschaft. Jeder muß seine Interessen wahren, und in einer wölfischen Welt werden Skrupel zur Belastung. In einer reinen Tauschgesellschaft können Menschen, die keine Rücksicht auf andere nehmen, sich freier bewegen und werden wahrscheinlich als erste durchs Ziel gehen.“ (Soros 1998: 113) zit. n. (Sorf 1998: 9)

Es spricht insofern einiges dafür, dass mit Hilfe dieser Zielsetzung das systemische Problem der asynchronen und unterschiedlichen Entscheidungssysteme von Wirtschaft und Politik, hier Markt und dort konsensuale Vertragsgestaltung, kaum gelöst werden kann. Insoweit geht es dann eben um die Frage, wie realistisch eine Zielsetzung hinsichtlich ihrer Zielerreichung ist. Hinzu kommt die zunehmende Gestaltungsmacht „transnationaler Kapitale“, die die Entscheidungsmöglichkeiten der Nationalstaaten einschränken bzw. unterlaufen, auf die u. a. Scherrer hinweist. (Scherrer 2000: 1)⁶²

Die BRD will aber nicht nur Ziel- und Wertvorstellungen für das Weltwirtschaftssystem diskutieren, sondern ganz generell Werte 'verkaufen', die für den Charakter der Weltgesellschaft bestimmend sein sollen. Zu nennen sind insbesondere die Menschenrechte im Sinne der Wertorientierung der BRD in einem universalistischen Geltungsanspruch, der jegliche kulturelle Relativierung ablehnt. (G: 25 u. 27) Hinzu kommt Rechtsstaatlichkeit, Gleichberechtigung, Nachhaltigkeit, Demokratie usf. „Deutschland möchte von seinen Werten und Interessen überzeugen.“ (G: 7) Obwohl die BRD „kulturelle Vielfalt“ anerkennt und befürwortet und sich bewusst ist, dass „kulturelle Wertvorstellungen Gesellschaften“ prägen (G: 15), tritt die Bundesregierung u. a. für die Menschenrechte „auf der Basis der Werteorientierung der Politik der Bundesregierung“ (G: 27) ein. Das ist insoweit logisch, weil das Eintreten für als richtig erkannte moralisch ethische Werte sinnvoll ist. Andererseits werden davon abweichende Wertvorstellungen damit zwangsläufig als falsch oder zumindest weniger richtig deklariert und abgewertet. Die postkoloniale Kritik an den westlichen, moralisch ethischen Ansprüchen gegenüber dem Rest der

Sowie: „Anonyme Marktteilnehmer bleiben, wie gesagt, von moralischen Fragen weitgehend verschont, solange sie den Spielregeln folgen. Finanzmärkte sind also nicht unmoralisch, sondern amoralisch.“ (S. 246) (Senf 1998: 11)

⁶² „Doch zum einen sind im Schriftwerk der beiden – ganz zu schweigen von anderen Global-Governance-Werken – die Hinweise auf ungleiche Machtverhältnisse sehr spärlich und zum anderen stellt sich die Frage, ob mit der Kennzeichnung der USA als Hegemon die derzeitigen internationalen Machtverhältnisse adäquat erfasst werden. Wohl eher nicht, denn – so meine zweite These – die derzeitige staatliche Stärke der USA wird von einer in der Entstehung befindlichen Hegemonie transnationaler Kapitale überlagert. Ohne eine Analyse dieser komplexen Hegemonie und der Entwicklung einer dieser doppelten Hegemonialstruktur angemessenen politischen Strategie, so lautet meine dritte und letzte These, werden die mit dem formalen Konzept der Global Governance implizit angestrebten inhaltlichen Politikziele unerreichbar bleiben.“ (Scherrer 2000: 1)

Welt wird an diesen Stellen bestätigt. (Vgl. Mouffe 2010: 11-12)⁶³ Aus der Marketingperspektive wird aber hier erneut deutlich, dass sich die BRD nicht darum bemüht, sich in die Schuhe der Zielgruppe zu stellen. Warum sich die chinesische oder russische Elite dafür engagieren sollte, den Menschenrechten in ihren Ländern Geltung zu verschaffen, wird nicht dargelegt. Es scheint vielmehr das humanitäre anwaltschaftliche Eintreten für die Armen, Unterdrückten und Entrechteten durch, auf die klassische Empörungsrhetorik wird jedoch verzichtet. („Wohlstand für alle Menschen“ G: 46) Dagegen werden die Vorteile der Rechtsstaatlichkeit für die Eliten in autoritären Systemen nicht hervorgehoben. Der klassische, liberale Schutz des Eigentums vor Willkür ist aber gerade für die zu Besitz gekommenen Eliten von einiger Bedeutung und bietet sich argumentativ im Hinblick auf die Frage der Zielerreichung wohl als erfolgversprechender an.

Wenn es darum geht, eine Zielgruppe für Ideen zu gewinnen, ist eine andere Qualität gefordert als im üblichen politischen Geschäft, wo es Probleme zu lösen und vorteilhafte Positionen zu erringen gilt. Es ist schlicht einfacher beispielsweise einem Land wie Saudi Arabien Panzer zu verkaufen als es von der Vorteilhaftigkeit der Gleichberechtigung von Mann und Frau zu überzeugen. Letzteres ist eine Form des sozialen Marketings, die - hier nahezu missionarisch - darauf abzielt „die Attitüden und/oder das Verhalten gegenüber einer sozialen Idee bzw. Aufgabe, d. h. einem »guten Zweck« zu gestalten, aufrecht zu erhalten oder zu verändern“. (Kotler 1974: 869) Diese unterschiedlichen Qualitäten erfordern an sich unterschiedliche Konzepte und Strategien, weshalb es zumindest problematisch ist, sie unter einen Hut zu bringen.

Damit soll nicht gesagt sein, dass es keiner idealistischen Leitideen bedarf. Im Gegenteil, sie sind im Sinne des alten Satzes unverzichtbar: „Große Visionen sind wie Sterne, man kann sie (vielleicht) nicht erreichen, aber man

⁶³ „[...] es besteht immer noch in einer Wir-Sie-Unterscheidung, die aber statt in politischen jetzt in moralischen Kategorien definiert wird. Statt mit einem Kampf zwischen »rechts« und »links« haben wir es mit einem Kampf zwischen »richtig« und »falsch« zu tun.“ (Mouffe/Neumeier 2010: 11–12)

kann sich an ihnen orientieren!"⁶⁴ Die Frage ist lediglich, ob die Zielformulierung des Gestaltungsmächtigkeitskonzepts mit Blick auf die Realisierungschancen letztlich nicht besser etwas pragmatischer gewählt werden sollte. Man muss wohl schon Henry Kissinger heißen, um etwas trivialem Gewicht verleihen zu können: „Außenpolitik ist nun einmal die Kunst, Prioritäten zu setzen.“ (Kissinger 2014) Im Gestaltungsmächtigkeitskonzept sind diese auf den ersten Blick nicht zu erkennen. Es bietet sich deshalb der Versuch an, zumindest analytisch nach dem Modell der Zielpyramide eine Struktur in die Zielfülle zu bringen, wie es im Marketing häufig praktiziert wird.

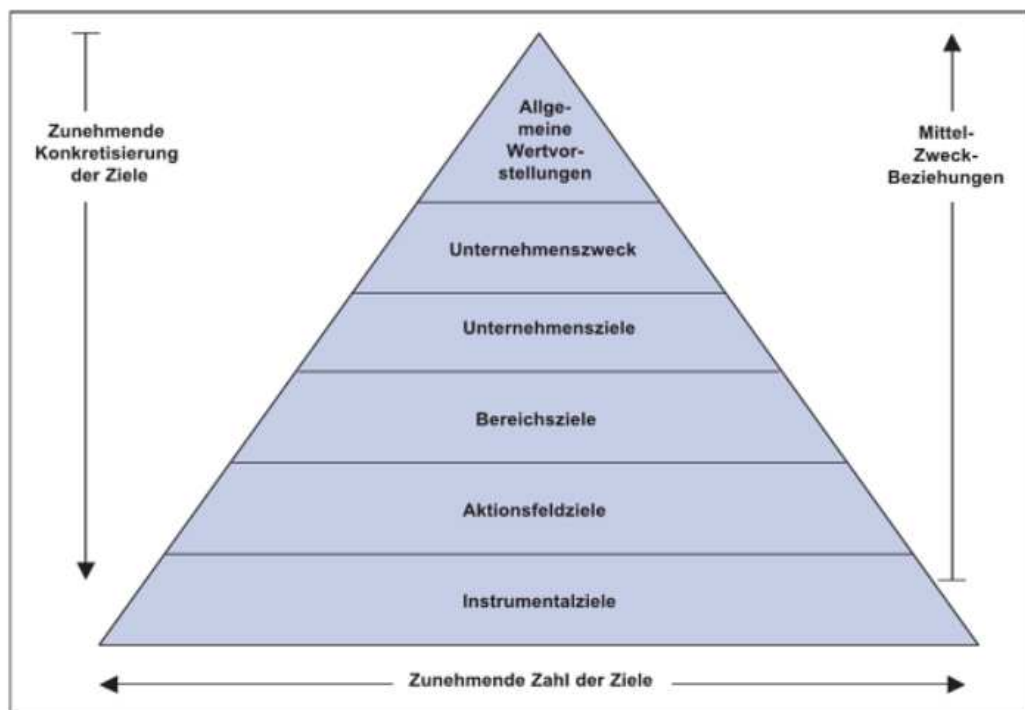


Abb. 3: Elemente einer Zielpyramide (Quelle: Becker 2009: 28)

Die Zielpyramide bildet die spezifizierten Ziele in einem klaren und eindeutigen Zielsystem ab bzw. integriert sie in dieses. (Esch et al. 2012: 160) Ausgehend von allgemeinen Wertvorstellungen eines Unternehmens, die so etwas wie die Verfassung oder das Grundgesetz ausdrücken, werden Unternehmenszweck und –ziele sowie Bereichs-, Aktionsfeld- und Instrumentalziele aus den jeweils übergeordneten Hierarchieebenen abgeleitet, zunehmend konkretisiert und detailliert, wobei ihre Zahl naturgemäß zunimmt. (ebd.)

⁶⁴ Quelle: unbekannt

Dies auf das Gestaltungsmächtekonzept gewendet, wirft zunächst die Frage nach den allgemeinen Wertvorstellungen auf. Aus dem Text des Gestaltungsmächtekonzepts leitet sich die Wertorientierung der BRD verkürzt und komprimiert wie folgt ab: die BRD tritt für eine freiheitlich demokratisch verfasste Gesellschaftsordnung ein, die die universellen Menschenrechte zentral für Frieden und Sicherheit erachtet, und die in einer sozialen Marktwirtschaft organisiert ist. Es liegt nahe, dies an die Spitze der Zielpyramide zu setzen, allerdings wirft das dann die Frage auf, wo im Grundgesetz der BRD der Auftrag verankert ist: gehet hin in alle Welt und verkündet Demokratie und Menschenrechte. Zutreffend ist viel mehr, dass Aufgabe und Auftrag der Außenpolitik der BRD lautet: Nutzen zu mehren bzw. Schaden abzuwenden. Das Engagement für Demokratie und Menschenrechte in der Weltgesellschaft folgt deshalb primär aus der Überzeugung heraus, dass eine demokratisch verfasste Weltgesellschaft, die die Menschenrechte achtet, für die BRD von Nutzen ist und weniger aus einer humanitären, weltverbesserischen Attitüde. Dies erlaubt eine pragmatischere politische Zielverfolgung und überlässt das moralisch ethische Eintreten zivilgesellschaftlichen Kräften.

Ähnlich problematisch kann auch die Zuordnung der weiteren Ziele auf den folgenden Ebenen gesehen werden. Vom Gegenstand des Konzepts her wäre es logisch, die Gestaltungsmächte als Zielgruppe auf die dritte Ebene (Bereichsfeld) zu setzen, auf die die Politikbereiche (Aktionsfelder) der angestrebten Zusammenarbeit folgen. Nun sind diese Politikbereiche aber keine Bereiche, die exklusiv mit den neuen Gestaltungsmächten verhandelt werden sollen und können, vielmehr müssen sie, entsprechend dem konsensualen Prinzip der weltgesellschaftlichen Regelsetzung, mit allen Nationalstaaten diskutiert werden. Insoweit ist ihnen dann ein Vorrang vor den neuen Gestaltungsmächten einzuräumen.

Vergleichsweise gering ist allerdings das Angebot auf der Ebene der Instrumentalziele. Zu nennen sind hier etwa der Kulturaustausch, Erwerb von Fremdsprachkenntnissen und Bildungsprogramme. (G: 15-17) Für die Mehrzahl der Politikfelder beschränkt sich die Zielsetzung auf dieser Ebene jedoch

darauf, Dialoge zu führen und Kooperationen anzustreben. Damit bleibt sehr vieles offen. Optisch ähnelt das Bild insofern mehr einer auf dem Kopf stehenden Zwiebel als einer Pyramide.

Angesichts der unterschiedlichen Realisierungschancen der verschiedenen Ziele im Zeitablauf erscheint die Erweiterung des Bildes der Pyramide um die Zeitdimension zum Bild eines Zeltes oder Dachs sinnvoll, um die Ziele auf der Zeitachse auf den jeweiligen Ebenen entsprechend ihrer Fristigkeit (kurz, mittel, lang) anzuordnen und zu entzerren. So wird man Ziele, die einen kulturellen Wandel innerhalb einer Gesellschaft erfordern (wie etwa die Frage der Gleichberechtigung in Saudi Arabien), wohl als mittel- / langfristig ansehen müssen, wohingegen etwa wirtschaftliche Ziele oder Kulturaustauschprogramme durchaus kurzfristig verfolgt werden können. In dieser Sichtweise ergeben sich hierarchisch und zeitlich strukturierte Zielsegmente, die es erlauben, die mit ihrer Verfolgung verbundenen Aktivitäten sowohl zu planen als auch zu verfolgen und zu kontrollieren.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass in dem Gestaltungsmächtekonzept genau genommen drei unterschiedliche Zielbereiche angesprochen sind. Zunächst sind allgemeine Ziele definiert, die die Bundesregierung mit einer ideal gestalteten Weltgesellschaft nach ihren normativen Wertvorstellungen verbindet. Ferner sind die Ziele formuliert, die sich auf die neuen Gestaltungsmächte richten. Und schließlich fließen auch interne, organisatorische Ziele ein, die ein koordiniertes Auftreten aller deutschen, an der Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern beteiligten, Stellen erreichen will. (G: 54) Diese Struktur aus teils nebeneinander stehenden, teils ineinander verwobenen Zielbereichen irritiert verschiedentlich und macht es erforderlich, darüber nachzudenken, wie der Begriff „Konzept“ in diesem Kontext zu verstehen ist, was im folgenden Abschnitt erfolgen wird.

7.5 Strategien

Unter einem Marketingkonzept versteht man in der Regel ein weitgehend ausgearbeitetes und durchgeplantes sowie zielgerichtetes Aktivitätenprogramm. Es entspricht damit einer von drei Bedeutungen, die der Duden für den Begriff „Konzept“ nennt: „klar umrissener Plan“.⁶⁵ Daneben kann „Konzept“ aber auch im Sinne eines „skizzenhaften Entwurfs“ gebraucht werden oder eine „Idee“ von etwas repräsentieren.

Im Marketing gibt das Konzept also vor, welcher Soll-Zustand ausgehend von einem gegebenen Ist-Zustand angestrebt wird. Die Strategie gibt an „was“ und die Taktik „wie“ ein Ziel zu erreichen ist. Strategie ist nach Kotler „a game plan for achieving long-term objectives.“ (Kotler 2000: 40) Und das entspricht dann auch Clausewitz:

„Die Strategie ist der Gebrauch des Gefechts zum Zweck des Krieges; sie muß also dem ganzen kriegerischen Akt ein Ziel setzen, welches dem Zweck desselben entspricht, d. h. sie entwirft den Kriegsplan, und an dieses Ziel knüpft sie die Reihe der Handlungen an, welche zu demselben führen sollen, d. h. sie macht die Entwürfe zu den einzelnen Feldzügen und ordnet in diesen die einzelnen Gefechte an.“ (Clausewitz 1832: Drittes Buch, 1. Kapitel)

Der Blick auf die aus dem Gestaltungsmächtekonzept abgeleitete Zielpyramide mit ihrem unterentwickelten Instrumentalzielfundament hat bereits darauf hingewiesen, dass das vorliegende Gestaltungsmächtekonzept bestenfalls als ein Rohentwurf verstanden werden darf. Darin stimmen im Übrigen auch die beiden Redner überein, die während der 159. Sitzung des Deutschen Bundestags am 10. Februar 2012 für die Regierung bzw. Opposition zu der Vorlage gesprochen haben. So widerspricht der Abgeordnete Gernot Eler von der oppositionellen SPD „keinem einzigen Satz dieses Konzepts“, stellt aber die Frage, „ob es überhaupt eines ist.“ Er versteht das Papier als „eine Art Materialsammlung, aus der man künftig ein Konzept machen könnte.“ (Eler 2012: 1)⁶⁶ Ruprecht Polenz von der Fraktion der CDU/CSU verteidigt dage-

⁶⁵ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Konzept> vom 02.04.2014

⁶⁶ „Jedes Mal lesen wir einige unstrittige Sätze über Ziele, die wir uns insgesamt in diesen Arbeitsbereichen vorgenommen haben. Dann kommt wie ein ceterum censeo, dass wir diese Ziele im Dialog mit den neuen Gestaltungsmächten ein Stückchen weiterbringen wollen. Diese Methode führt zu ei-

gen das Papier und seine Bedeutung für die deutsche Außenpolitik, allerdings bezeichnet er es bemerkenswerterweise als „Positionspapier der Bundesregierung“. (Polenz 2012) Nachdem ein Positionspapier in der Regel Grundlage für die Entwicklung eines Konzepts ist, ihm also vorausgeht, teilt er offensichtlich Erlers Meinung.

Unabhängig von der Frage, wie man „Konzept“ nun einordnet, lassen sich doch Strategien erkennen, die verfolgt werden sollen. Sie unterscheiden sich naturgemäß entsprechend der Zielbereiche. Im Hinblick auf die Entwicklung von Partnerschaften mit den neuen Gestaltungsmächten ist der strategische Ansatz der Bundesregierung ein schlichter. Im Dialog will sie „innovative politische Ansätze zur Regelung globaler Fragen entwickeln und Allianzen für ihre Umsetzung bilden [...]. Durch diese Partnerschaften wollen wir den Spielraum, die Reichweite und das Wirkungsvermögen unserer gemeinsamen, globalen Gestaltungskraft in einer multipolaren Welt erhalten und ausbauen.“ (G: 6) Die Bundesregierung sucht also Partner, die sie bei der Durchsetzung ihrer Ziele in den internationalen Institutionen und Gremien unterstützen, was in der Regel voraussetzt, dass deren Ziele ähnlich ausgerichtet bzw. gleichgelagert sind. Nun ist weder das Ausloten gemeinsamer Interessen mit anderen Ländern eine überraschend innovative Tätigkeit des diplomatischen Dienstes noch sind, wie bereits erwähnt, die sogenannten neuen Gestaltungsmächte aus dem Nichts aufgetaucht. Diplomatische, wirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Kontakte und Verbindungen bestehen seit vielen Jahren. Die Mehrzahl der von der Bundesregierung genannten strategischen Elemente lassen sich deshalb nur schwer vom üblichen business-as-usual in der internationalen Zusammenarbeit unterscheiden.

Dagegen ist die Strategie zur Durchsetzung der Ideen und Vorstellungen der Bundesregierung für die Gestaltung der künftigen Weltordnung durchaus

nem Produkt des unangreifbaren guten Willens und der jeden Widerspruch entmutigenden Schlichtheit. Ich widerspreche deswegen auch keinem einzigen Satz dieses Konzepts, stelle aber doch die Frage, ob es überhaupt eines ist.“ (Erlers 2012: 1) bzw. weiter „Ist dem Ziel verpflichtet“ heißt doch wohl: Da kommt erst noch die Arbeit; sie muss erst noch geleistet werden. Das ist wieder ein Satz, dem man nur zustimmen kann. Es gibt also dieses Gestaltungsmächtekonzept noch gar nicht, sondern eher eine Art Materialsammlung, aus der man künftig ein Konzept machen könnte.“ (ebd.)

anspruchsvoller. Sie folgt sehr ähnlich dem ordnungspolitischen Grundmuster der „competitive cooperation“ in der internationalen und globalen Politik, von der Messner spricht. (Messner 2000: 147)⁶⁷ Obwohl eingebunden bzw. multilateral verankert in den Vereinten Nationen, der EU, der Nato und der OSZE⁶⁸, will die Bundesregierung neue Partnerschaften mit neuen Gestaltungsmächten aufbauen, um gleichberechtigt „an einer fairen Globalisierung und an Lösungsansätzen für globale Herausforderungen“ zu arbeiten. (G: 6) Das bedeutet allerdings, dass die Bundesregierung zwar insbesondere „mit und durch die“ EU wirken will, dennoch aber weiterhin eigenständig auf der weltpolitischen Bühne auftritt. Sie propagiert das „Modell BRD“ als Vorbild für die Gestaltung der Globalisierung und betont die Bedeutung der Menschenrechte. (G: 6-7)⁶⁹ Genutzt werden alle verfügbaren Kanäle und Formate auf der Ebene der Regierungen, in internationalen institutionellen und zivilgesellschaftlichen Organisationen bis hin zu kulturellen Austauschprogrammen. Während die Erfolgsgeschichte des Wiederaufbaus nach 1945 und der erreichte Lebensstandard bzw. die soziale Wohlfahrt und der soziale Frieden den Vorbildcharakter begründen, wird die Wahrung der Menschenrechte einklagend unter Berufung auf bestehendes Recht gefordert. So titelt etwa der Stern anlässlich des Besuchs des chinesischen Staats- und Parteichefs Xi Jinping am 28. 03. 2014: „Gauck mahnt China: Menschenrechte gelten weltweit.“ Das klingt gelegentlich oberlehrerhaft und wird nicht immer goutiert.⁷⁰

⁶⁷ „Macht basiert im 21. Jahrhundert also nicht mehr auf der Beherrschung großer Territorien und nur sekundär auf Gewaltandrohung oder der Höhe der Rüstungsetats, sondern primär auf der strategischen, organisatorischen, wissensbasierten und auf gemeinsame Problemlösung ausgerichteten Kompetenz, komplexe Interaktionen zu steuern, Kooperation zu organisieren und durch Strukturbildung die Richtung des Wandels aktiv und zielorientiert (mit) zu gestalten. Konflikte werden selbst in einer kooperativ ausgerichteten Global Governance-Architektur eher zunehmen, denn die „Nähe“, die durch grenzüberschreitende Interdependenzen und das System geteilter Souveränitäten erzeugt wird, sowie eine steigende Zahl von Weltproblemen wird auch die Anlässe für Konflikte vermehren. Doch wer seine Umwelt veranlassen will, etwas zu tun (sei es, um gemeinsame Probleme zu lösen oder eigene Interessen durchzusetzen), muß im Regelfall darauf achten, den Konsens der Betroffenen aufrechtzuerhalten. Die skizzierten Formen der Macht sind tragfähig, wenn es darum geht, Antworten auf den Übergang zum ordnungspolitischen Grundmuster der „competitive cooperation“ in der internationalen und globalen Politik zu finden.“ (Messner 2000: 147)

⁶⁸ Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa

⁶⁹ „In den Dialog um globale Werte bringt Deutschland sein demokratisches System, seine soziale Marktwirtschaft und sein weltweites Engagement für die Achtung und Stärkung der universell gültigen, unveräußerlichen und unteilbaren Menschenrechte sowie die Gleichberechtigung von Frauen und Männern ein.“ (G: 6-7)

⁷⁰ Vgl. die kritische Darstellung des indischen Korrespondenten der Welt: Rao, Padma (2014): Das mangelnde Fingerspitzengefühl Gaucks. In: *Die Welt - Online*, 06.02.2014. Online verfügbar unter

Kooperationsgespräche werden mit derartigen Einleitungen nicht gerade erleichtert. Recht haben ist eine Sache, Forderungen zu stellen, die man nicht durchsetzen kann, ist dagegen oft kontraproduktiv. Dem Marketinggedanken folgend wäre es wohl erfolgversprechender, statt Forderungen zu erheben mit den Vorteilen der Achtung der Menschenrechte zu argumentieren, die schließlich auch für die Mitglieder der herrschenden Eliten in den betroffenen Ländern gelten würden. So ist der Schutz vor willkürlichen Bedrohungen gegen Angehörige der Elite, ihre Familien und ihr Vermögen durchaus ein Argument für Rechtsstaatlichkeit.⁷¹ Wirtschaftliche Prosperität begünstigt primär die herrschenden Eliten, es gilt das Matthäus-Prinzip: "Wer hat, dem wird gegeben." Das setzt allerdings das Überwinden der „Wachstumsmauer“ voraus, was Rechtssicherheit und demokratische Freiheiten erfordert. (Stocker/Zschäpitz 2014)⁷² Und auch für die Gleichstellung von Mann und Frau lassen sich soziale, technische und ökonomische Gründe ins Feld führen. Selbst die Saudis werden überlegen müssen, ob sie in Zukunft im Wirtschaftsprozess noch auf die Hälfte der gut ausgebildeten Bevölkerung verzichten können. Es geht also darum, einen Perspektivwechsel vorzunehmen, die sozial konstruierte Wirklichkeit der Empfängerseite der Botschaft zu erfassen und argumentativ aufzugreifen, um auf diese Weise erwünschte soziale Veränderungen in der Weltgesellschaft zu befördern. Im Zentrum der Überlegungen müssen dabei die Vetospieler stehen, in der Regel die Eliten, die nationalstaatlichen Anpassungsprozessen entgegenstehen. (Zohlnhöfer 2009: 4)⁷³

<http://www.welt.de/politik/deutschland/article124591989/Das-mangelnde-Fingerspitzengefuehl-Gaucks.html?config=print>, zuletzt geprüft am 09.04.2014.

⁷¹ Rechtssicherheit fördert wirtschaftliche Prosperität, damit werden die Reichen reicher. „Die armen Nationen sind es, wo das Volk sich wohlfühlt, bei den reichen Nationen ist es gewöhnlich arm.“ Antoine Louis Claude Destutt de Tracy (*1754, †1836), franz. Philosoph

⁷² „Autokratien entwickeln sich unterhalb der Wachstumsmauer ökonomisch meist besser als Demokratien. Darüber gilt jedoch plötzlich das Gegenteil. Nun kommt es entscheidend darauf an, dass Eigentumsrechte gesichert sind, dass es unabhängige Gerichte oder eine einklagbare Vertragssicherheit gibt. In den Unternehmen sind Kreativität und Experimentierfreude gefordert, Weltoffenheit und schnelle Anpassungsfähigkeit.“ (Stocker/Zschäpitz 2014)

⁷³ „Daher liegt es auf der theoretischen Ebene nahe, von den Akteuren auszugehen, deren Zustimmung zu einer Veränderung des Status quo notwendig ist, also von Vetospielern im Sinne George Tsebelis' (2002). Diese Akteure [...] sind daher der logisch plausibelste Ausgangspunkt für die Modellierung politischer Willensbildungsprozesse – auch unter Globalisierungsbedingungen. Wenn Globalisierung aber systematisch nationalstaatliche Anpassungsreaktionen induzieren soll, die von den Vetospielern akzeptiert werden müssen, muss Globalisierung sich in erster Linie auf die Präferenzen der Vetospieler auswirken. Daher genügt es nicht, die Akteure, deren Zustimmung zu einer Veränderung des Sta-

Die Frage, mit Hilfe welcher Strategien bestimmte Ziele verfolgt werden sollen oder können, ist eng verbunden mit der strategischen Position, die ein Nationalstaat im Gefüge der Weltordnung einnimmt. Es ist offensichtlich, dass Samoa auf Grund seiner Größe, Lage, Bevölkerungszahl, Wirtschaftskraft und ähnlicher Faktoren einen geringeren Gestaltungseinfluss auf die Entwicklung der Weltgesellschaft aufweist, als dies beispielsweise für die BRD oder die USA zutrifft. Im Marketing greift man nach Porter im Wesentlichen auf drei generische Wettbewerbsstrategien zurück: Kostenführerschaft, Differenzierung [Innovation] und Konzentration auf Schwerpunkte [Nischen]. (Porter/Brandt 2013: 79)⁷⁴ Mit Blick auf die Internationalen Beziehungen liegt es nahe die Kostenführerschaft mit Hegemonie zu übersetzen, Skaleneffekte auf Grund von schierem Volumina charakterisieren beide. Dies trifft sicher auf die USA zu. Nischenpositionen kennen wir etwa mit der Schweiz. Innovative Beispiele zu nennen fällt dagegen ad hoc schwerer. Wenn man in historischen Zeiträumen denkt, gelingt das schon besser. Man kann dann auf das römische Imperium verweisen oder die Kolonialmächte. In dieser Perspektive kann man dann aber auch die EU als ein innovatives Projekt zur Überwindung der Nationalstaaten im Rahmen eines Trends zur Kontinentalisierung von Märkten und Regierungsstrukturen betrachten. (Rifkin 2011: 187)⁷⁵ Eine Vorstellung im Übrigen, die auf der Global Governance Ebene den Charme aufweisen würde, die Zahl der Akteure von knapp 200 auf 7 oder ein paar mehr zu reduzieren und damit das Steuerungsproblem entscheidend zu entlasten.

Die BRD ist Mitglied der EU, sie will mit ihr und durch sie wirken, tritt aber weiterhin auch als Nationalstaat eigenständig auf, und sie nimmt auch auf

tus quo notwendig ist, zu identifizieren, sondern es müssen auch Bedingungen bestimmt werden, unter denen sie einer Änderung des Status quo tatsächlich zustimmen werden. Dazu müssen die Präferenzen der Vetospieler endogenisiert werden.“ (Zohlnhöfer 2009: 4)

⁷⁴ „Mit Porter unterscheiden wir zwischen den Strategien der Kosten- und Qualitätsführerschaft sowie der Nischenstrategie. Ergänzende Strategieoptionen liegen z.B. in einer • Globalisierungsstrategie, • Technologiestrategie, • Innovationsstrategie oder • Kooperationsstrategie vor.“ Balderjahn 1994: 6

⁷⁵ „Der Aufbau kontinentaler Märkte und kontinentaler Regierungsstrukturen beginnt sich, abgesehen von der Europäischen Union, eben erst auszubreiten. Zu Kontinentalbündnissen kam es unlängst auch in Form des Verbands Südostasiatischer Staaten (ASEAN), der Afrikanischen Union (AU) und der Union Südamerikanischer Nationen (UNASUR); ... In Nordamerika ist das North American Free Trade Agreement (NAFTA) ein Vorläufer kontinentaler Einigung.“ (Rifkin 2011: 187)

Grund ihrer wirtschaftlichen und politischen Größe und Bedeutung Einfluss auf die Gestaltung von Global Governance Prozessen. Das ist strategisch keine triviale Position, wenn dann zusätzlich strategische Partnerschaften mit neuen Gestaltungsmächten angestrebt werden. Schon heute ist es auch für diese Zielgruppe nicht einfach, die europäische Politik zu verstehen bzw. nachzuvollziehen. So wird kolportiert (wenn nicht wahr, so doch treffend erzählt), dass die Hohe Vertreterin der EU für Außen- und Sicherheitspolitik, Catherine Ashton, bei einem Besuch in Indien gefragt worden sei, welche Außenpolitik sie denn nun vertrete, die deutsche, die englische oder die französische. Die Bundesregierung verweist auf das Prinzip der Subsidiarität im Rahmen einer regelbasierten Mehrebenenordnung, die regionale Kooperationen nicht nur nicht ausschließen soll, sondern sinnvoll integriert. (G: 7)⁷⁶ Ob damit im Sinne von Kleine-Brockhoff wirklich eine zukunftsweisende und im Tagesgeschäft handlungsleitende Strategie definiert wurde, kann an dieser Stelle nicht vertiefend diskutiert werden. (Kleine-Brockhoff/Maull 2011: 1)⁷⁷ Allerdings verändern sich, ähnlich wie in der Wirtschaft, die Rahmenbedingungen beschleunigt und verlangen nach flexiblen, strategischen Entscheidungen unter unsicheren Bedingungen. (Holzinger 2006: 173)⁷⁸ Anders als in der Wirtschaft werden politische Entscheidungen mit Blick auf „Sprachgebrauch, Zeithorizont und/oder Umsetzbarkeit“ im Rahmen von „Handlungskorridoren der Politik innerhalb des Dreigestirns von Sach-, Vermittlungs- und Durchsetzungsrationalität“ herbeigeführt, was durch die folgende Aussage charakterisiert wird: „in Unternehmen versucht man, das zu tun, was richtig ist, und in der Politik in erster Linie, das was möglich ist.“ (Fischer

⁷⁶ „Wie auch in der Europäischen Union setzen wir uns im Sinne der Subsidiarität für eine regelbasierte Ordnungspolitik auf mehreren Ebenen ein. Erfahrungsaustausch, Abstimmung und Kooperation mit Regionalorganisationen werden wir weiterhin fördern. Globale, regionale, nationale und lokale Regeln und Kooperationen sollen sinnvoll ineinandergreifen.“ (Die Bundesregierung 2012: 7)

⁷⁷ „[...]gehört nicht vordergründige Exportförderung ins Zentrum der Außenpolitik, sondern globale Ordnungspolitik. Prosperität und Sicherheit sind ja nicht zuvörderst das Ergebnis geschickter staatlicher Geschäftsanbahnung in Übersee. Vielmehr sind sie Resultat jahrzehntelanger Bemühungen um eine offene und regelgebundene Weltwirtschaft, um internationale Sicherheit und um eine funktionsfähige europäische und internationale Ordnung. Außenpolitik braucht deshalb langfristige Orientierungen und eine auf Nachhaltigkeit zielende Strategie. Sie benötigt eine Zukunftsvision, um den täglichen Entscheidungen eine Richtung zu geben.“ (Kleine-Brockhoff/Maull 2011: 1)

⁷⁸ „Politiker handeln heute wie Manager unter instabilen Systembedingungen, wechselnden Wettbewerbskontexten und in flexiblen Strategieprozessen, also unter Bedingungen, die meistens kaum eindeutige Tendaussagen zulassen.“ (Holzinger 2006: 173)

et al. 2007: 200) Überspitzt soll Dieter Hildebrandt einmal bemerkt haben: „Politik ist der Spielraum, den die Wirtschaft ihr lässt.“

Raschke meint: "Strategien sind erfolgsorientierte Konstrukte, die auf situationsübergreifende Ziel-Mittel-Umwelt-Kalkulationen beruhen." (Raschke/Tils 2010: 352) Das ist eine eher technische Definition, die die wesentliche, menschlich kreative Komponente strategischer Entwürfe vernachlässigt. Schon „vor 2500 Jahren schrieb der chinesische General Sun Tzu in seinem Buch »Die Kunst des Krieges«: »Die höchste Form von Führungskunst ist die Besiegung des Feindes mit Strategie.«" (Fischer et al. 2007: 195) Er versteht also Strategie als Element von Führungskunst, insofern ist dann strategisches Denken und Handeln der Führung angesprochen. Die Strategie der Bundesregierung, im Dialog mit den neuen Gestaltungsmächten übereinstimmenden Ziele und Interessen zu identifizieren und diese dann gemeinsam zu verfolgen, ist natürlich richtig, allerdings ist sie nicht unbedingt Ausweis von „höchster Form von Führungskunst“.

7.6 Wirkung der Marketing-Entscheidungsvariablen

Im Abgleich mit der Zielsetzung wird die prospektive Wirkung der eingesetzten oder variierten Marketinginstrumente betrachtet. (Kotler 1974: 35, 40f.) Soll, um bei einem klassischen Beispiel zu bleiben, aus Rentabilitätsgründen der Preis für ein Produkt von € 9,90 auf € 10,10 erhöht werden, so mag die Rechnung im ersten Schritt zum Erfolg führen. Da hier aber eine Preisschwelle überschritten wird, ist zu befürchten, dass der Umsatz überproportional zurückgeht und in der Folge das Produkt aus Menge * Preis kleiner ausfällt als vor der Preiserhöhung. Das Konzept ist also zu überarbeiten.

Im Marketing wird an dieser Stelle überwiegend mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, wie Umsätzen, Cash-flows, Renditen, Marktanteilen usw., gearbeitet. In den Internationalen Beziehungen kann in einigen Teilbereichen auf ähnliche, quantitative Messgrößen zurückgegriffen werden. Zu nennen sind

beispielsweise Wachstumsraten beim BIP (Brutto-Inlandsprodukt), Arbeitslosenquoten, Inflationsraten für die Wirtschaft, Immissionsziele im Umweltbereich und viele mehr. Überwiegend geht es aber um qualitative Ziele, wie Frieden, Sicherheit, Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechte usw. Es stellt sich dann also die Frage, inwieweit ein Vertrag, eine Regulierung oder sonstige Maßnahme bzw. Aktivität den Frieden sicherer bzw. stabiler macht, die Sicherheit verbessert, Rechtsstaatlichkeit erhöht und den Menschenrechten mehr Geltung verschafft. Vielfach ist die Frage mit dem Problem verbunden, dass es insbesondere bei den Menschenrechten, aber auch in der Friedensfrage an sich keine Kompromissformeln geben kann. Wenn man den Universalitätsanspruch der Menschenrechte vertritt, dann kann man keine eingeschränkte Gleichberechtigung, keine gestaffelte Menschenwürde akzeptieren und Frieden im Sinne von Abwesenheit von Krieg herrscht entweder oder nicht. Die Wirkung vieler Aktivitäten ist also nur schwer zu fassen und abzuschätzen, dennoch muss es versucht werden, um sie in Relation zu den mit ihnen verbundenen Aufwendungen setzen sowie um Überlegungen zur Optimierung anstellen zu können.

Wirkungsbeziehungen können nach Steffenhagen aus unterschiedlichen Blickwinkeln untersucht werden. Man kann zunächst nach der Wirkung der Marketinginstrumente fragen (wie wirkt z.B. die Werbung oder eine Variation derselben). Man kann aber auch nach Wirkungskategorien bzw. Wirkungsvariablen fragen (wie wirken der Bekanntheitsgrad, die Kundenzufriedenheit usw.). Schließlich kann man Mikro- oder Makro-Wirkungsmodelle unterscheiden (erstere beziehen sich auf das individuelle Verhalten von Personen, opinion leader wie Ghandi oder Mandela, letztere auf Personenmehrheiten wie Käuferschichten oder Bewegungen á la occupy). (Steffenhagen 2008: 160) Auf welchen Ansatz zurückgegriffen wird, hängt vom betrachteten Gegenstand ab. So entspricht die Reorganisation der Außenbeziehungen der BRD den Maßnahmen im Bereich des Marketinginstruments der Distribution. Dagegen lassen sich Aktivitäten zur Verbesserung von menschenrechtlich unbefriedigenden Situationen nur in relativen Wirkungskategorien, wie Gedächtnis- bzw. Erinnerungswirkungen, Verhaltensänderungen, Bekanntheits- und

Zufriedenheitskategorien, erfassen und beurteilen. (ebd.) Methodisch ist die Darstellung nicht einfach, gelegentlich umstritten, jedoch ausreichend erprobt, um praktikable Resultate zu liefern. Problematischer ist die Rationalitätsprämisse, die in der Regel unterstellt wird, obgleich politisches Handeln vielfach auch irrationale Elemente einschließt. Dies ist insbesondere dann zu beobachten, wenn politische Aktivitäten vorrangig im Hinblick auf erwünschte Wirkungen auf der Grundlage von Begründungen initiiert werden, die wenig fundiert, aber von Emotionen getragen sind. (Farmer/Kuhn 1998: 6)⁷⁹ Die Wirkungsanalyse muss diesem Aspekt, gerade in politisch sensiblen Politikfeldern, besondere Aufmerksamkeit widmen, die im Zentrum mobilisierter öffentlicher Meinung stehen. Vielfach geben die Begründungen für erwünschte Wirkungen von Handlungen nicht die tatsächlichen Motive wieder, die ihnen zu Grunde liegen. (ebd.: 7)⁸⁰

Die Wirkungsanalyse des Gestaltungsmächtekonzepts beginnt zunächst mit der Frage: was soll mit ihm bewirkt werden? Bewirkt werden soll genau genommen nur die Annahme des Angebots zum Dialog über Verbesserungen bzw. Veränderungen in den sechs genannten Aktionsfeldern. Nun hängt die Frage der Wirkung davon ab, was es für die neuen Gestaltungsmächte attraktiv macht, dieses Angebot anzunehmen. Welche Vorteilhaftigkeit kann etwa China sich von einem Dialog mit der BRD über die Menschenrechtssituation in Tibet erhoffen, um Peking zu motivieren, die BRD um einen solchen

⁷⁹ „Ein heikles Thema ist die Rationalitätsprämisse. Sie ist unabdingbares Requisite jeder Entscheidungsmatrix. Auch die neue Institutionen-Ökonomik mag nicht auf sie verzichten. Dabei ist das irrationale Element in der politischen Willensbildung und im konkreten politischen Handeln oft genug geradezu mit Händen greifbar. Entscheidungen ´aus dem Bauch´, bestimmte durch Visionen, Intentionen, Vorurteilen, vermuteten oder echten Zwangslagen, sind keineswegs seltene Ausnahmen. ´Wishful thinking´, das Hoffen auf den in Aussicht gestellten Erfolg, ist gängige Komponente der Begründung und die Rechtfertigung politische Programme, auch der ihnen zugrundeliegenden Kalküle. Das schließe nicht Orientierungen an wissenschaftlichen Sachverstand und an einer sorgfältigen Bestandsaufnahme sowie Wirkungsanalysen aus. Doch die so gewonnenen Einsichten reichen vielfach nicht aus, um Entscheidungen sachlich zu legitimieren. Es bleiben Erklärungslücken, die irgendwie mit mehr oder weniger freihändigen Schätzurteilen zu füllen sind. Auch können die mit den Mitteln moderner Erkenntnis bestimmten Entscheidungskalküle mit einem anders begründeten, einem eben nicht zweckrational abgeleiteten politischen Willen konfliktieren.“ (Farmer/Kuhn 1998: 6)

⁸⁰ „Vilfredo Pareto (vgl. Beckerath/Kloten 1961) wußte um diese Dimension von Handlungskalkülen, und er versuchte sie wissenschaftlich einzuordnen. Für ihn ist der Mensch ein ´logisches Tier´ [animale logico], das dazu neigt, die wahren Ursachen seines Handelns (Grundtriebkraft, Instinkte und Interessen) vor seinem geistigen Auge zu verschleiern. Er bedient sich dazu opportuner Scheinbegründungen. In Paretos Sprache nimmt er Zuflucht zu Derivationen - etwa Ideologien -, die das konkrete Handeln gleichsam mit einem ´logischen Firmis´ umhüllen, der jedoch keiner wissenschaftlichen Nachprüfung standhält.“ (Farmer/Kuhn 1998: 7)

Dialog zu bitten. Die Situation mag sich bei wirtschaftlichen oder technischen Fragen anders darstellen, sofern China einen Bedarf decken muss, für den die BRD eine Lösung anbieten kann. Sucht man in dem Konzept nach bedarfsbefriedigenden Angebotskomponenten, so findet sich wenig Konkretes. Das kann an sich auch nicht überraschen, weil erst in dem Dialog die Bedarfslage eruiert werden soll. Deshalb wird in dem Konzept vorwiegend auf Erfahrungen verwiesen und Beispiele vorgestellt. Zusammenfassend ist deshalb zu vermuten, dass sich das Konzept eher nicht zum `Verkaufsschlager` entwickelt hat oder entwickeln wird. Erfolgsmeldungen haben die Öffentlichkeit bisher jedenfalls noch nicht erreicht.

Im Gegensatz zu dieser sehr verhaltenen Einschätzung sind dagegen die, unter der Überschrift bzw. dem Abschnitt III „Abstimmung der Bundesregierung“, geplanten Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz der deutschen Aktivitäten der Bundesregierung mit den neuen Gestaltungsmächten sehr viel erfolgversprechender und wirkungsvoller zu sehen. (G: 54) Im Interesse einer „kohärente[n] Wahrnehmung deutscher Anliegen auf der Grundlage transparenter Abstimmungsprozesse und effizienter Koordinierungsinstrumente“ sollen insbesondere die Aktivitäten der verschiedenen Ministerien und Behörden, aber auch die zivilgesellschaftlicher Organisationen u.a., mit Hilfe von Länderstrategie-Ressortkreisen, Informations- und Dialogsystemen und dergleichen besser abgestimmt und effizienter gestaltet werden. (ebd.) Wenn diese für bürokratische Behörden herausfordernde Umsetzungsaufgabe gelingt, können nicht nur mittels u.a. der Buchung von Gruppentarifen bei Auslandsreisen erhebliche Kostensenkungspotentiale gehoben werden, vor allem kann die Wirkung oder der Out-put dank der Nutzung von Synergieeffekten vermutlich erheblich gesteigert werden. Dieses Organisationsprinzip weist vielfältige Parallelen zu der im Marketing als Key-account-Management bezeichneten Form einer Vertriebsorganisation auf. (Kotler 2000: 301)⁸¹ Mit Hilfe dieser Organisationsform sollen in enger Kooperation mit den Abneh-

⁸¹ „Major accounts (also called key accounts, national accounts, global accounts, or house accounts) are typically singled out for special attention. The largest accounts may have a strategic account management team consisting of cross-functional personnel who are permanently assigned to one customer and may even maintain offices at the customer’s facility.” (Kotler 2000: 301)

mern / Partnern ideale, meist individuelle, Lösungen gefunden werden. Bezogen auf das Gestaltungsmächtekonzept wird daraus nochmals offensichtlich, dass die Bundesregierung hier kein einheitliches Modell im Auge hat. Um plastisch zu bleiben, es gibt kein besonders für die neuen Gestaltungsmächte entwickeltes „Auto“, für jede wird bei und nach Bedarf eine Einzelanfertigung kreiert. Man greift zwar zu einem gut Teil auf vorhandene Module und Bauteile zurück, dennoch bleibt es eine Individuallösung. Ob man das noch ein „Konzept“ nennen kann, ist wohl diskussionswürdig.

Mit dem Prinzip des Key-account-Managements kommt zudem ein Aspekt ins Spiel, der gern vernachlässigt wird, aber zwangsläufig aus Kopräsenz folgt, der Aspekt der persönlichen Beziehungen der beteiligten Personen. Der Erfolg der engen partnerschaftlichen Zusammenarbeit in diesem Rahmen hängt durchaus nicht unerheblich von der Art und Weise ab, wie die handelnden Personen miteinander agieren. Fragen und Probleme von und mit Sympathie und Antipathie, Kultur, Sprache etc. beeinflussen die Zusammenarbeit nicht nur auf der Ebene der Regierungsverantwortlichen, im Besonderen jedoch auf der Arbeitsebene. Binding weist u. a. darauf hin, dass es eine maßgebliche Intention des Gestaltungsmächtekonzepts ist, die im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) aufgebauten Kontakte und Netzwerke in die neue Form der Internationalen Zusammenarbeit (IZ) überzuführen, und damit zu sichern und nutzbar zu erhalten. (Binding 2013: 1)

7.7 Die Leistungsbereitschaft

Wie bereits dargelegt, wird in Bezug auf die Marketinginstrumente bzw. Aktionsparameter auf die Unterscheidung in Leistungsbereitschaft und Leistungssubstanz nach Nieschlag-Hörschgen-Dichtl zurückgegriffen, da dies mit Blick auf das Feld der Internationalen Beziehungen naheliegender ist und als ergiebiger erscheint als die üblichen vier P's (product, price, place, promotion). Die Betriebs- und Lieferbereitschaft wird demnach als „jene Komponente der Leistungsbereitschaft definiert, die die Verfügbarkeit einer Ware oder die

Verrichtung eines Dienstes zu der von den Marktpartnern gewünschten Zeit betrifft.“ (Nieschlag 1972: 148) Um es nochmals zu veranschaulichen: Unterschieden wird hiernach die Infrastruktur (beim Bäcker etwa Backstube, Laden, Standort etc.) und die Art der Leistung (was macht der Bäcker daraus, Brot, Semmeln, Brezen also Sortiment, Qualität usw.).

Bezogen auf den einzelnen Nationalstaat sind damit Faktoren angesprochen wie geografische Fläche, Lage und klimatische Bedingungen, Größe (Anzahl), Struktur, Bildung und Kultur der Bevölkerung, wirtschaftliche und militärische Stärke und dergl. mehr. An sich stellen die Aktionsparameter die Instrumente für die Marketingverantwortlichen dar, die gestaltet werden können und müssen, die Schrauben, an denen gedreht werden kann. Bei der Leistungsbereitschaft scheint dies auf den ersten Blick nicht möglich zu sein. Zu einem bestimmten Zeitpunkt müssen die Faktoren als Datum hingenommen werden. Andererseits ist aber auch evident, dass der Status Quo das Ergebnis von Entscheidungen ist, die in der Vergangenheit getroffen worden sind und dass heutige Entscheidungen dafür verantwortlich sind, welcher Status in der Zukunft erreicht wird.

Ian Morris geht u. a. auf diese Zusammenhänge umfassend ein. Selbst die Bedeutung des Standorts unterliegt im Zeitablauf dem Wandel, wie er u. a. am Beispiel der iberischen Halbinsel darstellt. Bis zum 16. Jahrhundert am Rande des Weltgeschehens gelegen, rückt die Region mit der Möglichkeit den Atlantik zu besegeln und zu überqueren ins Zentrum. (Morris 2011: 40)⁸² Und David Landes geht detailliert auf die Entwicklung Japans und der ostasiatischen Tigerstaaten ein, die ihren wirtschaftlichen Erfolg sowie ihre Stellung in der Weltgesellschaft dem Zusammenwirken von staatlichen Maßnahmen

⁸² „Beispielsweise war es vor 5000 Jahren ein großer geographischer Nachteil für Portugal, Spanien, Frankreich und Britannien, dass sie am äußersten Rand Europas in den Atlantik hineinragten, weil sie auf diese Weise sehr weit weg waren vom Zentrum des Geschehens in Mesopotamien und Ägypten. Viereinhalb Jahrtausende später war die gesellschaftliche Entwicklung so weit fortgeschritten, dass sich die Bedeutung der geographischen Bedingungen verändert hatte. Inzwischen gab es Schiffe, mit denen man Routen über die Meere nehmen konnte, die bis dahin unvorstellbar gewesen waren, wodurch die europäische Randlage am Atlantischen Ozean plötzlich zu einem gewaltigen Pluspunkt wurde. Es waren keine ägyptischen oder irakischen, sondern portugiesische, spanische, französische und englische Schiffe, die als Erste nach Amerika, China und Japan segelten. Es waren Westeuropäer, die mit ihren Seehandelswegen die Teile der Welt verbanden.“ (Morris 2011: 40)

als auch kulturellen Werten verdanken. (Landes 2010: 398, 477 ff.)⁸³ Ähnlich auch Rodrik, der das Zusammenwirken von Regierung und privaten Sektor hervorhebt. (Rodrik/Siber 2011: 193)⁸⁴

Die Leistungsbereitschaft des Nationalstaats hängt also von harten und weichen Faktoren ab, die nicht änderbar, bzw. nur mittel- / langfristig (Katastrophen ausgenommen), direkt oder indirekt gesteuert, veränderbar sind. Bodenschätze sind entweder vorhanden oder nicht (wenn nicht schon ausgebeutet, wie Kohle/Erz in Deutschland). Die Infrastruktur, wie Straßen, Schulen und Universitäten, kann der Staat direkt beeinflussen, Investitionsentscheidungen von Unternehmern oder den Kinderwunsch von Ehepaaren dagegen nur indirekt über Förderungen oder Belastungen, was Luhmann anschaulich systemtheoretisch erläutert. (Luhmann 1988: 337 ff.)⁸⁵

Letztlich erklärt aber die Leistungsbereitschaft des Staates, warum etwa die Stimme Samoas in der Welt kaum, die der BRD dagegen vernommen wird und die der USA unüberhörbar ist. Dabei ist nicht nur die offensichtliche militärische und ökonomische Power ein maßgeblicher Einflussfaktor. Nicht zu unterschätzen ist zudem der Einfluss auf der Arbeitsebene, wenn man betrachtet, mit welcher unterschiedlicher Qualität und Quantität Delegationen der

⁸³ „Im Verein mit Initiativen von Seiten der Regierung und einem kollektiven Einsatz für die Modernisierung brachten Arbeitsmoral und individuelle Wertvorstellungen das sogenannte japanische Wirtschaftswunder zustande. Es war, als hätte eine ganze Bevölkerung sich die verschwundenen Werte der *samurai* zu eigen gemacht.“ (Landes 2010)

⁸⁴ „Selbst für ein Land, das anfänglich auf der «falschen» Seite der internationalen Arbeitsteilung gestanden hatte, war Wirtschaftswachstum etwas, das man herbeiführen konnte: wenn sich zielbewusstes Handeln einer tatkräftigen Regierung mit der Schaffenskraft privaten Sektors verband.“ (Rodrik/Siber 2011: 193)

⁸⁵ „Oft wird die Grenze der politischen Steuerbarkeit von Gesellschaften als Problem der Komplexität umschrieben. Das ist sicher nicht falsch, trifft aber nicht den Kern der Sache. Selbst relativ einfache Systeme wie etwa Familien bieten der Politik unübersteigbare Schwierigkeiten, wenn ihre Selbststeuerung nicht klappt. Wenn die Familie ihre Differenzen nicht ausreichend minimieren kann (wie immer das aus der Sicht einer soziologischen Systemtheorie zu begreifen wäre), kann die Politik es erst recht nicht. Sie kann allenfalls die behördliche Implementation eigener Programme zur Verfügung stellen, Frauenhäuser finanzieren, Scheidungen erleichtern oder erschweren, Versorgungslasten verteilen und damit Drohmittel schaffen oder auch von unbesonnenem Heiraten abschrecken - kurz: Politik machen. Die Familien selbst können damit nicht gesteuert werden. Man mag in diesem Punkte anderer Meinung sein und bleiben. Sicher kann man die Ambition moderner wohlfahrtsstaatlicher und/oder ökologischer Steuerungs politik eindringlich nachvollziehen und als politische Programmatik ausarbeiten. Nur sollte man darauf verzichten, dies als Gesellschaftssteuerung zu bezeichnen. Es ist, wie so vieles, Steuerung in der Gesellschaft; hier: Selbststeuerung der Politik in der Gesellschaft. Damit sind die Möglichkeiten keineswegs erschöpft, Steuerungsprobleme in der modernen Gesellschaft zu untersuchen.“ (Luhmann 1988: 337 ff.)

einzelnen Staaten in den Institutionen und bei Konferenzen vertreten sind und das Geschehen indirekt im Vorfeld gestalten.

Mit dem Gestaltungsmächtekonzept geht die Bundesregierung auf die veränderte eigene Leistungsbereitschaft und die der neuen Gestaltungsmächte ein. Was den eigenen Status betrifft, so verweist sie auf ihre Rolle, Bedeutung und Integration in die internationalen Institutionen (G: 11, 55), ihre Bildungs- und Wissenschaftsstruktur als Voraussetzung für kulturellen und akademischen Austausch von Wissen und Ideen (G: 17), ihr diplomatisches und militärisches Potential zur Krisenprävention und Friedenssicherung (G: 23), ihre ausgebildeten rechtsstaatliche Strukturen (G: 27), ihre Wirtschaftskraft und ihren Status als bedeutender Partner im Welthandel mit ihrem hohen Anteil von Ex- und Importen sowie Direktinvestitionen (G: 29) usf. Was die Leistungsbereitschaft der neuen Gestaltungsmächte angeht, so resultiert diese im Wesentlichen aus dem Erreichen einer „bedeutenden Wirtschaftskraft oder hohe[r] Wachstumsraten“, dem Willen zur Gestaltung und einer etwas diffus formulierten Stellung im internationalen Ordnungsprozess. (G: 5).

Unter dem Aspekt der gegebenen nur mittel- / langfristigen Gestaltungsmöglichkeit stellt sich dem einzelnen Nationalstaat die Frage, wie er seine Leistungsbereitschaft ausrichten muss, um seine Stellung in der Weltgesellschaft und –wirtschaft zu halten bzw. eine angestrebte zu erlangen. Es geht also darum, eine Vorstellung davon zu entwickeln, wie in einer arbeitsteiligen, von unterschiedlichen geographischen und klimatischen sowie kulturellen Verhältnissen geprägten Weltgesellschaft und –wirtschaft Angebot und Nachfrage so aufeinander abgestimmt werden, dass die Bedürfnisse der Bevölkerungen der Staaten angemessen befriedigt, d.h. in letzter Konsequenz annähernd ausgeglichene Zahlungsbilanzen erreicht werden.⁸⁶ Im Rückgriff auf Messner bzw. auf die auf Porter zurückgehende Cluster-Theorie sei an dieser Stelle an die für die BRD wirtschaftlich und politisch bedeutsame Automobil-

⁸⁶ Dauerhafte Zahlungsbilanzdefizite sind ebenso wie –überschüsse ungesund für eine Volkswirtschaft; entweder wird auf Konsum verzichtet oder es droht das Risiko der Überschuldung. Vgl.(Cezanne 2005: 578 f.)

industrie erinnert, die man als einen solchen Cluster betrachten muss. Angesichts der irgendwann zur Neige gehenden Ölreserven ist ein tiefgreifender Strukturwandel in dieser Branche abzusehen und damit ist es erforderlich, beizeiten für Alternativen zu sorgen, die weltmarktfähig sein müssen. Vermieden werden muss etwa das Beispiel Griechenlands, das es versäumt hat, den Niedergang der Werftindustrie durch den rechtzeitigen Aufbau industrieller Alternativen auszugleichen. Der Markt richtet derartige strukturelle Probleme häufig nicht.⁸⁷ Bildung und Forschung allein sind vielfach auch nicht ausreichend, wie auch hier Griechenland zeigt, das viele junge Menschen gut und anspruchsvoll ausgebildet hat, die aber heute auswandern müssen, um eine angemessene Beschäftigung zu finden oder sich um heimische Oliven kümmern.

Gegenstand im Rahmen der Themenstellung „Globalisierung gestalten“ müsste also eine Art Strukturpolitik sein, die einen Rahmen für einen ökonomischen Strukturentwicklungsplan vorgibt mit dem Ziel, eine abgestimmte, konfliktvermeidende globale Entwicklung zu fördern. Nun kann sicher nicht verlangt werden, dass das Gestaltungsmächtekonzept diesem Anspruch bereits gerecht wird, dazu ist die Globalisierung noch nicht weit genug fortgeschritten. Umso wichtiger bleibt es deshalb für den einzelnen Nationalstaat die Frage seiner Leistungsbereitschaft im Auge zu behalten und aktiv zu gestalten. Erinnert sei an die Hoffnungen auf die deutsche Solarindustrie, die zum Motor wirtschaftlichen Wachstums werden sollte auf Grund des, im Rahmen der Förderung der erneuerbaren Energien erlangten, technologischen Vorsprungs. Wenig ist davon übrig geblieben, nachdem chinesische Unternehmen die Technik aufgegriffen und kostengünstiger anbieten haben und so die deutsche Solar-Industrie reihenweise insolvent werden ließen. In diesem wettbewerbsintensiven Weltmarktumfeld müssen schon viele Angeln

⁸⁷ „Im Spätkapitalismus ist der Staat mehr als ein Nachtwächterstaat, der die Eigentumsrechte sichert und die innere und äußere Sicherheit gewährleistet, weil die Unternehmen in steigendem Maß auf öffentliche Güter angewiesen sind, die nicht durch den Markt bereitgestellt werden können. Der Markt zehrt von Voraussetzungen, die er selbst nicht erzeugen kann, weil das Interesse von Einzelkapitalien und Gesamtkapital auseinanderfällt. Der Staat überwindet diese Probleme kollektiven Handelns, da er den Interessen der einzelnen Unternehmen als ‚Gegenmacht‘ gegenübertritt (Offe 2006: 72).“ Zit. n. (Schäfer 2008: 13)

in den Teich gehängt werden, um letztlich den einen oder anderen dicken Fisch an Land ziehen zu können.

Man kann die Bedeutung dessen, was hier mit dem Begriff Leistungsbereitschaft angesprochen ist, sehr eindrucksvoll an der unterschiedlichen Entwicklung von Nationalstaaten im Zeitablauf beobachten, die entweder von einer vergleichbaren oder unterschiedlichen Ausgangsbasis ausging und dies mit Kennzahlen, wie BIP (Brutto-Inlandsprodukt), Pro-Kopf-Einkommen, Säuglingssterblichkeit etc., in Relation setzen. Als jüngstes Beispiel bieten sich die teils höchst divergierenden Entwicklungen der nach dem Zerfall der Sowjetunion entstandenen neuen Nationalstaaten bzw. die unabhängig gewordenen Mitglieder des Warschauer Pakts an. So lag das BIP/Kopf 2011 etwa in Tschechien bei € 13.500,-, das in der vormals bis 1992 mit Tschechien vereinten Slowakei dagegen bei nur € 9.500,-, also um knapp ein Drittel (29,6%) darunter.⁸⁸

7.8 Die Leistungssubstanz

Anders als beim Bäcker geht es im Zusammenhang mit der Leistungssubstanz in den Internationalen Beziehungen eher weniger um materielle Leistungen, im Mittelpunkt stehen öffentliche Güter (global public goods). Kocks listet als Beispiele für globale öffentliche Güter „Frieden, eine intakte Umwelt, Finanzmarktstabilität, die Kontrolle ansteckender Krankheiten und [...] Terrorismusabwehr“ auf. (Kocks 2010: 236) Damit sind die Politik- /Aktionsfelder angesprochen, die die Bundesregierung ins Zentrum ihres Gestaltungsmächtigkeitskonzepts stellt: Frieden und Sicherheit, Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit, Wirtschaft und Finanzen, Ressourcen, Ernährung und Energie, Arbeit, Soziales und Gesundheit, Entwicklung und Nachhaltigkeit. (G: 8)

Marketing geht zunächst von der Frage nach dem Bedarf aus. Im Hinblick auf die globalen öffentlichen Güter ist leicht festzustellen, dass es Bedarf

⁸⁸ Quelle: APA/WIIW; <http://derstandard.at/1353207363394/Osteuropa-kommt-2013-aus-der-Krise-zuletzt-gepruft-25.04.2014>

nach Frieden und Sicherheit, Rechtssicherheit usw. gibt, allerdings in sehr unterschiedlicher Ausprägung und mit weit divergierenden Präferenzen. So steht für Staaten, die ihre Bevölkerungen kaum ernähren können, die Frage der Menschenrechte eher nicht im Vordergrund. Skandinavische Staaten sehen die Frage von Frieden und Sicherheit vermutlich mit anderen Augen als die Länder der arabischen Welt. Für Entwicklungsländer ist die Schaffung von Arbeitsplätzen wichtiger als der Umweltschutz. Bedarf wird allerdings erst durch Kaufkraft, also Geld, zur Nachfrage. (Kotler 2000: 6)⁸⁹ Die Systemtheorie lehrt, dass die Münze (oder der Code) des politischen Systems der Machterhalt ist. Nachfrage oder Interesse an Problemlösungen im Zusammenhang mit globalen öffentlichen Gütern setzt also voraus, dass in dem einzelnen Nationalstaat ein Bedarf für das Problem wahrgenommen und der Lösung eine hinlängliche Bedeutung beigemessen wird, darüber hinaus darf die Lösung zumindest den Machterhalt der herrschenden Elite nicht gefährden.

Der Bedarf an globalen öffentlichen Gütern kann sowohl durch ein Tun als auch durch ein Unterlassen befriedigt werden, etwa keine Gewalt auszuüben, keine Schadstoffe zu emittieren usw. Ziel ist entweder die Effizienz zu verbessern und/oder Koordination und Verteilung zu regeln. (Kocks 2010: 257) Während sich Fragen der Effizienz und Koordination noch relativ leicht und rational bearbeiten und lösen lassen, sind Verteilungsfragen zumeist mit moralisch ethischen Diskussionen verbunden, die nicht leicht im Wege eines Kompromisses gelöst werden können.

Aus der Marketingperspektive kann das Problem der Bereitstellung von globalen öffentlichen Gütern von zwei Ebenen aus betrachtet werden, einerseits

⁸⁹ „The successful marketer will try to understand the target market’s needs, wants, and demands. Needs describe basic human requirements such as food, air, water, clothing, and shelter. People also have strong needs for recreation, education, and entertainment. These needs become wants when they are directed to specific objects that might satisfy the need. An American needs food but wants a hamburger, French fries, and a soft drink. A person in Mauritius needs food but wants a mango, rice, lentils, and beans. Clearly, wants are shaped by one’s society. Demands are wants for specific products backed by an ability to pay. **Many people want a Mercedes; only a few are able and willing to buy one. Companies must measure not only how many people want their product, but also how many would actually be willing and able to buy it.** However, marketers do not create needs: Needs preexist marketers. Marketers, along with other societal influences, influence wants. Marketers might promote the idea that a Mercedes would satisfy a person’s need for social status. They do not, however, create the need for social status.” [Hervorhebung BS] (Kotler 2000: 6)

aus Sicht des einzelnen Nationalstaats, der an einer spezifischen Problemlösung interessiert ist und sich überlegen muss, wie er sein Projekt erfolgreich befördert bzw. abwägen muss, welche Beiträge er bereit ist zu leisten, um Forderungen anderer Nationalstaaten zu entsprechen und andererseits aus der Sicht einer globalen Problemlösungsinstanz, der UN beispielsweise, die einen Problemlösungsprozess erfolgreich managen will.

Anders als Brote oder Autos werden globale öffentliche Güter in der Regel nicht von einem Produzenten oder Nationalstaat allein hergestellt, sondern entstehen erst im Zusammenwirken von Nationalstaaten in einer Art Koproduktion. Sicherheit und Frieden etwa kann ein einzelner Nationalstaat kaum (oder nur theoretisch) gewährleisten. Man unterscheidet sie nach ihrer „Aggregationstechnologie“, also ihrem Beitrag zum Gesamtumfang wie folgt:

- summation-Güter: Beiträge aller Akteure addieren sich bzw. aggregieren zur Gesamthöhe (z.B. Treibhausgase)
- weakest-link-Güter, der geringste Beitrag bestimmt die Gesamthöhe des Guts (z.B. Seuchenbekämpfung)
- threshold-Güter, es muss erst eine bestimmte Beitragschwelle erreicht werden, damit der Nutzen zum Tragen kommt (z.B. Truppenbereitstellung für Friedenseinsätze)
- best-shot-Güter, der höchste bzw. beste Beitrag bestimmt den Gesamtumfang (z.B. das am weitesten fortgeschrittene unpatentierte Wissen zur Heilung von Krankheiten)
- weighted-sum-Güter, die Einzelbeiträge addieren sich mit unterschiedlichem Gewicht zur Gesamthöhe (z.B. Einspeisungen in Energieversorgungsnetze). (Kocks 2010: 245)⁹⁰

Die Koproduktion der Nationalstaaten zur Herstellung eines globalen öffentlichen Gutes verlangt, anders als etwa bei der Automobilproduktion, bei der sich die Beiträge verschiedener Hersteller ergänzen (Motor, Getriebe, Fahrwerk etc.), nach gleichartigen Leistungen, die sich lediglich vom Umfang her

⁹⁰ Verkürzte, weitgehend wörtliche Übernahme in Aufzählungsform

unterscheiden können. Damit sind aber auch die Gestaltungsmöglichkeiten beschränkt und setzen zudem voraus, dass die teilnehmenden Nationalstaaten auch in der Lage sind, diese Leistungen in der geforderten Qualität zu erbringen, was sich mit Blick auf die heterogene Leistungsbereitschaft der Staatengemeinschaft als problematisch erweisen kann.

Wenn man von den Dimensionen Zugang zu und Konkurrenz um globale öffentliche Güter⁹¹ ausgeht, dann kann man auch von der Nachfrageseite her wie folgt differenzieren:

- reine globale öffentliche Güter: alle Länder haben Zugang und der Nutzen eines Landes schmälert nicht den Nutzen anderer Länder (Beispiel Friedensoperation, sowohl Unterstützer wie Nicht-Unterstützer profitieren und der Nutzen ist für alle gleich) (Kocks 2010: 236)
- unreine globale öffentliche Güter: Zugang oder Konkurrenz sind eingeschränkt wie bei Klub- oder Allmendegütern (Beispiel Meeresfischfang, jeder kann fischen, aber jeder Fisch kann nur einmal gefangen werden)
- joint product public goods: dienen sowohl privatem wie öffentlichen Nutzen
- Netzwerküter: Nutzen steigt mit der Zahl der Nutzer
- Congestible goods: öffentlicher Nutzen sinkt mit der Zahl der Nutzer⁹²

Abhängig von der Charakteristik der jeweils in Rede stehenden globalen öffentlichen Güter muss im Hinblick auf die Zielerreichung auf unterschiedliche Taktiken und Strategien zurückgegriffen werden. Dabei kommt das Problem des „free-ridings“ oder „Trittbrettfahrens“ in den Fällen erschwerend hinzu, die den Zugang und den vollen Nutzen des öffentlichen Gutes auch ohne eigene Unterstützungsleistung erlauben. Die Erkenntnisse der Verhaltensöko-

⁹¹ „Für gewöhnlich wird die Unterbereitstellung dieser Güter, deren Nutzen oder Schaden grenzüberschreitend über die regionale Ebene hinaus bis zur globalen Ebene reicht, zurückgeführt auf ihre definierenden nachfrageseitigen Eigenschaften der Nicht-Rivalität im Konsum (die individuelle Nutzung des Guts mindert nicht dessen Verfügbarkeit für andere) und der Nicht-Ausschließbarkeit vom Konsum (niemand kann von der Nutzung des Guts ausgeschlossen werden).“ (Kocks 2010: 235 f.)

⁹² Vgl. (Kocks 2010: 241)

nomen überraschen da insofern nicht, als sie feststellen, dass „kooperative Individuen ihre Beiträge über die Zeit reduzieren, weil sie nicht ´die Dummen´ sein wollen.“ (Gächter 2002 :52) Sofern allerdings wirksame Sanktionsmöglichkeiten gegeben sind, „genügt [es], die «Minderheit» der Egoisten zu disziplinieren, um ein hohes Kooperationsniveau zu erreichen.“ (Gächter 2002: 53) Solange Global-Governance bei der Produktion und Bereitstellung von globalen öffentlichen Gütern auf konsensuale Kooperation angewiesen ist, beschränken sich diese Sanktionsmöglichkeiten jedoch auf die Instrumente der Diplomatie, der Öffentlichkeit (shaming und blaming) und des Handels.⁹³

Was nun die Leistungssubstanz betrifft, die Deutschland bzw. ein einzelner Staat zur Produktion von globalen öffentlichen Gütern bereitstellen kann, so handelt es sich dabei im Wesentlichen um Rechte und Pflichten. Die Elemente oder Bausteine, aus denen in Koproduktion mit anderen Staaten öffentliche Güter hervorgebracht oder variiert werden, bestehen substantiell zunächst einmal aus dem erklärten Willen und/oder der Bereitschaft, sich zu einer Handlung oder zum Unterlassen von bestimmten Handlungen zu verpflichten, woraus im Gegenzug Rechte erwachsen. Die Verpflichtung etwa auf aggressive Handlungen oder auf die Fähigkeit, aggressive Handlungen begehen zu können, zu verzichten, erzeugt das öffentliche Gut Frieden und Sicherheit. Es ist ein immaterielles. Je nach Ausgestaltung begründet es unter Umständen das Recht auf Kontrolle. Es ist zudem ein summarisches Gut, das mit der Anzahl der beitragenden Staaten wächst. Während immaterielle Güter wohl in den Debatten dominieren, finden sich gleichwohl rein materielle Güter und Dienstleistungen etwa im Zusammenhang mit der Lieferung von

⁹³ Ähnlich dazu Kocks: „Für die Lösung von Dilemmata und Verteilungsproblemen sind Kommunikation und Informationen nicht ausreichend. Hierfür bedarf es weiterer institutioneller Mechanismen, um das Defektieren der Akteure zu verhindern und Einigung, Überwachung und Sanktion zu gewährleisten. Die Lösungsvorschläge angrenzender Disziplinen aufgreifend, bietet die Studie von Holzinger (2008) einen guten Überblick, wie governance-Strukturen ausgestaltet sein sollten, um Dilemma-, Verteilungs- und Einigungsprobleme beheben zu können: Feste Entscheidungsregeln und die Nutzung des Mehrheitsprinzips ohne Vetorecht werden als ebenso vielversprechend für die Lösung von Einigungsproblemen betrachtet, wie die Übertragung von legitimer Sanktionsmacht und von Überwachungskapazitäten an Institutionen des globalen Regierens für die Lösung von Dilemmata (Holzinger 2001: 9-10; Zürn 1992; Zangl 1999).“ (Kocks 2010: 258)

Hilfsgütern in Katastrophenfällen oder Personaleinsätzen im Rahmen von Entwicklungshilfe oder Peace-keeping-Einsätzen.

Wenn es nun darum geht, diese Bausteine neu zu gestalten oder zu verändern, dann kommt es wesentlich darauf an, sie so zu konstruieren, dass sie einerseits ihren Zweck, das Erreichen des gesetzten Ziels, erfüllen und andererseits berücksichtigen, dass möglichst alle Staaten, deren Partizipation erwünscht ist, bereit sind, ihren Anteil zu leisten. Sie müssen dazu sowohl in der Lage sein als auch es für sich attraktiv und vorteilhaft zu erachten. Je besser diese Voraussetzungen erfüllt sind, desto erfolgversprechender wird die Initiative sein. Allerdings wird aus dieser Sicht auch deutlich, dass die Gestaltungsspielräume mit der Anzahl der prospektiv teilnehmenden Staaten auf Grund der heterogenen Voraussetzungen, u. a. aus der Leistungsbereitschaft, sehr eng werden können.

In ihrem Gestaltungsmächtekonzept geht die Bundesregierung auf diese Problematik kaum ein, sie formuliert dagegen Idealziele und bleibt unspezifisch, was die angestrebten Umsetzungsschritte anbelangt. Im Grunde erinnert ihr Papier an ein Lastenheft, das der Konstruktionsabteilung eines Unternehmens zur Entwicklung eines Produktes vorgegeben wird. Darin werden üblicherweise die Anforderungen beschrieben, die das Produkt erfüllen soll. Die Bundesregierung leitet diese Anforderungen von ihren Wertvorstellungen ab, die auf der Wahrung und Anerkennung von Freiheit und Menschenrechten, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit, Frieden und Sicherheit, Wohlstand und nachhaltiger Entwicklung beruhen. Der von der Bundesregierung angebotene Dialog dient letztlich dazu, die Voraussetzungen und Bedingungen zu eruieren, die konstruktiv erfüllt werden müssen, damit sich die neuen Gestaltungsmächte schließlich bereit erklären, sich an der Produktion des jeweiligen öffentlichen Gutes zu beteiligen und dies im Idealfall auch für nützlich und attraktiv zu halten. Die Bundesregierung bietet an dieser Stelle substantiell Leistungen im Bereich der genannten Politikfelder in Form von der Bereitschaft, über spezifische Problemlösungen zu sprechen, Erfahrungen zu teilen und nutzbar zu machen, Werbung für Ideen zur Problemlösung zu ma-

chen, sie stellt Hilfe und Unterstützung in Aussicht, bietet Netzwerke und internationale Formate zur Kommunikation an und vieles mehr.

Es ist zweifellos der Breite der Themenstellung (Sortiment) geschuldet, aber eben auch auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei den neuen Gestaltungsmächten um eine Gruppe mit sehr heterogenen Problemlösungsvorstellungen handelt, dass die Bundesregierung nicht mit detailliert ausgearbeiteten Vorschlägen in den „Markt“ geht. Taktisch verzichtet man damit jedoch auf den psychologisch nicht zu unterschätzenden „Ankereffekt“. (Kahneman/Schmidt 2012: 152)⁹⁴ Zudem bleibt der Zeitfaktor weitgehend ausgeblendet. Dass manche Probleme, wie etwa die Klima- und Umweltpolitik, mit einer gewissen Dringlichkeit globaler Lösungen bedürfen, wenn massive Schäden vermieden werden sollen, wird nicht so recht deutlich und Maßnahmen, um die Prozesse zu beschleunigen, finden sich ebenso wenig.

7.9 Die Abgeltung von Leistungsbereitschaft und Leistungssubstanz

Tausch umfasst Geben und Nehmen. Es geht also um die Frage, welches Äquivalent für Leistungsbereitschaft und –substanz erzielbar ist und wie es optimiert werden kann.⁹⁵ Im kommerziellen Marketing wird es regelmäßig in Geld, Umsätzen, Deckungsbeiträgen, Gewinnen, Rentabilitäten, Cash-flows, Return-on-investment etc. ausgedrückt und berechnet. Mit Blick auf die Internationalen Beziehungen erwächst daraus das Problem, dass man zwar in

⁹⁴ „[...] »Ankereffekt«. Er ereignet sich, wenn Menschen einen bestimmten Wert für eine unbekannte Größe erwägen, bevor sie diese Größe abgeschätzt haben. Was hier geschieht, ist ein Beispiel für einen der zuverlässigsten und robustesten Befunde der experimentellen Psychologie: Die Schätzwerte bleiben nahe bei der Zahl, die den Personen im Vorfeld dargeboten wurde. Wenn man Sie fragt, ob Gandhi über 114 Jahre alt war, als er starb, werden Sie sein Alter bei seinem Tod viel höher schätzen, als Sie es tun würden, wenn die Ankerfrage auf einen Tod mit 35 Jahren verweisen würde.“ (Kahneman/Schmidt 2012: 152)

⁹⁵ „Als Optimum bezeichnete Pareto eine durch die Wahlhandlungen der Individuen selbst hervorgebrachte Verteilung von Gütern, die einem strengen Kriterium genügt: Jemand kann sich in diesem Optimum nur noch dadurch besserstellen, daß er einem anderen etwas wegnimmt. Anders gewendet: Alle Handlungen wirken wohlfahrtserhöhend, bei denen zumindest ein Wirtschaftssubjekt besser, niemand aber schlechter gestellt wird. In einer Welt völlig freier Tauschhandlungen ist dies in der Tat das einzig sinnvolle Kriterium. Denn niemand wird freiwillig in einen Tausch einwilligen, wenn er ihm einen Nachteil bringt.“ Pareto 1955: 2

vielen Fällen die Kosten und Aufwendungen der Produktion von globalen öffentlichen Gütern in Geldeinheiten ermitteln und ausdrücken kann, dies dagegen auf der Ertragsseite häufig schwerfällt oder gar unmöglich ist. Eine graduelle Verbesserung beispielsweise der Menschenrechtssituation auf der Welt ist ein immaterieller Nutzen, der sich in Geld nicht bewerten lässt und mit ähnlichen Konstellationen ist die Weltgesellschaft vorwiegend konfrontiert. Es geht dabei um Werte und Moral.⁹⁶

Nach Kotler kommt es zum Tausch, wenn das Angebot dem Käufer Wert und Zufriedenheit verschafft. Wert definiert er als Quotient aus Vorteilen und Kosten. (Kotler 2000: 6)⁹⁷

$$\text{Value} = \frac{\text{Benefits}}{\text{Costs}} = \frac{\text{Functional benefits} + \text{emotional benefits}}{\text{Monetary costs} + \text{time costs} + \text{energy costs} + \text{psychic costs}} \quad "$$

Bemerkenswert an dieser Gleichung ist zweifelsohne, dass sie theoretischer Natur weil praktisch nicht rechenbar ist, denn mindestens die „emotional benefits“ entziehen sich der Bewertung in Geldeinheiten. Man kann nicht sagen, dass man sich für einen Betrag X zufrieden oder glücklich fühlt. Genauso wenig können wir etwa sagen, dass der Weltfrieden um einen Betrag X sicherer geworden ist, weil Saudi Arabien statt deutscher Panzer solche anderer Provenienz gekauft hat. Gleichwohl verdeutlicht die Formel, dass ein positiver Wert eben nur dann entsteht wenn der Nutzen größer als der Aufwand ist. (Das ist zwar trivial, gerät aber gelegentlich in Vergessenheit.) Entscheidend ist der sichtbar werdende Zusammenhang zwischen funktionalem und emotionalem Nutzen. Während sich funktionale Probleme, wie etwa interna-

⁹⁶ „Was Moral betrifft, so findet man jetzt typisch einen unformulierten (unterstellten) Konsens in Wertbeziehungen. Niemand findet sich, der sagt, er sei gegen Frieden, gegen Gerechtigkeit, gegen Ehrlichkeit, gegen Gesundheit etc. Damit wird aber keinerlei Vorsorge für Wertkonflikte getroffen. Über Wertkonflikte, und nur in Konfliktfällen werden Werte überhaupt relevant, kann immer nur situationsabhängig, nur ad hoc, nur in Teilsystemen der Gesellschaft bzw. nur von Einzelpersonen entschieden werden. In dieser Hinsicht kommt es dann typisch zu moralischen Dissensen über die Formen der Moral, über die Bedingungen von Achtung und Mißachtung. Der eine rechtfertigt Ungleichheiten (zum Beispiel in der Gewährung von Krediten), weil sich dies aus der Funktionslogik des Wirtschaftssystems ergibt und anders eine bestmögliche Ausnutzung wirtschaftlicher Ressourcen zur Bedarfsdeckung (Wohlstand) nicht erreichbar ist; der andere ist dagegen, weil auf diese Weise derjenige keine Kredite bekommt, der es am nötigsten hat.“ (Luhmann 1997: 182)

⁹⁷ „In terms of marketing, the product or offering will be successful if it delivers value and satisfaction to the target buyer. The buyer chooses between different offerings on the basis of which is perceived to deliver the most value. We define value as a ratio between what the customer gets and what he gives. The customer gets benefits and assumes costs, [...]“ (Kotler 2000: 6) Oder Warren Buffetts Bonmot: “Price is what you pay, value is what you get.”

tionale Luftverkehrs- oder Postabkommen, auf sachlicher Ebene relativ unproblematisch global regeln lassen, wird es umso problematischer, je mehr emotionale, also auch moralische, Fragen angesprochen werden. Die menschenrechtlich begründete Forderung der BRD nach der Gleichberechtigung von Mann und Frau wird u. a. von den iranischen Mullahs oder den saudischen Scheichs mit Verweis auf religiöse und kulturelle Traditionen nicht geteilt.⁹⁸ ⁹⁹ (G: 6-7) Mithin gibt es einen moralischen Dissens, einen moralischen Wertkonflikt. (Luhmann 1997: 182)⁹¹ Folgt man Luhmann, dann folgt Moral aus der „wechselseitige[n] Bindung von Ego und Alter an Achtung bzw. Missachtung.“ (Dallmann 2008: 14) Moral reduziert Komplexität in der funktional differenzierten Gesellschaft. (ebd.) Dies geschieht durch Regeln, „auf die man sich in interpersonalen bzw. sozialen Beziehungen verlassen kann, d.h., es gibt die Erwartung, dass andere sich ebenfalls danach richten“ und vice versa. (Horster 2012c: 4) Aus diesen Erwartungen und Erwartungserwartungen entwickeln sich „Sollensnormen [...], deren Summe wir Moral nennen.“ (ebd.) Sie bilden den Maßstab, der Grundlage für die Entscheidung über Inklusion oder Exklusion ist mittels Achtung bzw. Missachtung. (Dallmann 2008: 14) Beispiele sind etwa Nordkorea und Iran. Inklusion bzw. Exklusion fördern insofern auch die Blockbildung ähnlicher Wertegemeinschaften. In der Weltgesellschaft konkurrieren unterschiedlich entwickelte und ausgebildete Sollensnormen, Moral integriert dann nicht, sondern wirkt polemogen, kann Streit erzeugen oder verstärken.¹⁰⁰ (ebd.: 18) Streit weist insofern auf Krisen hin.

⁹⁸ "Für die Menschenrechte gibt es unterschiedliche Maßstäbe. Die unterschiedlichen Maßstäbe gelten für verschiedene Länder, Nationen, kulturelle Traditionen. Die Gesellschaftssysteme und die Menschen sollten sich mit den Menschenrechtsstandards zufrieden geben, die in den Gesetzen ihres Landes festgelegt sind." (Jingsheng 1996) zit. n. (Horster 2012a: 39)

⁹⁹ „Vertreter islamischer Länder argumentierten nach einem analogen Schema wie die Vertreter asiatischer Länder. Es wird zum einen gesagt, dass der Islam ein selbstgenügsames Diskursuniversum sei, das sich auf charakteristische und originäre Weise geschaffen habe. Zweitens wird ins Feld geführt, dass dieses Diskursuniversum keinen Vergleich mit anderen zulasse. Drittens müsse sich dieses Universum klar vom westlichen unterscheiden, um seine Autonomie wahren zu können. Viertens verkünde der Islam den Tod des abstrakten Subjekts zugunsten eines konkreten muslimischen. (vgl. AI-Azm 1996)“ (Horster 2012a: 39)

¹⁰⁰ „Luhmann übersieht diejenigen nicht, die bei der Reflexion über Moral oft thematisiert werden: Die Menschen mit erhobenem Zeigefinger, die Moralisten. Er weist auf die Gefahren hin, die von ihnen ausgehen: Eifer und Aufdringlichkeit. (Vgl. Luhmann 2008, 279) Moral hat demnach die Tendenz Streit zu erzeugen und Streit zu verschärfen. (Vgl. Luhmann 2008, 280) So können Steppenbrände entstehen – und die Erfahrungen, die Europa seit dem Hochmittelalter mit religiös aufgezo-

Möglicherweise ist es etwas verwegen Kotler's Formel auch auf moralische Werte anzuwenden. Mit Blick auf den Frieden oder Sicherheit bzw. einen Friedensvertrag zeigt sich an ihr allerdings letztlich, dass sich der Wert des Friedens aus dem Verhältnis des emotionalen Vorteils, also einem positiven Gefühl, im Verhältnis zu einem psychischen Aufwand ergibt. Der Aufwand, der mit dem wechselseitig aufzubringendem Vertrauen beschrieben werden kann, besteht darin auf Aggression zu verzichten. Das muss hier nicht weiter vertieft werden, da es genügt festzuhalten, dass infolge des Einflusses immaterieller Faktoren die Preisfunktion für globale öffentliche Güter nicht oder nur bedingt zur Verfügung steht. Rationale Entscheidungen zum Einsatz und zur Verteilung knapper Mittel werden dadurch erschwert. (Kotler 1974: 506)¹⁰¹ Wenn aber Moral und Ethik ins Spiel kommen, ergibt sich auf der Ebene der Weltgesellschaft das Problem, dass die kulturelle, wirtschaftliche und geographische Vielfalt zu höchst unterschiedlichen moralisch ethischen Bewertungen über Nutzen und Ertrag aus der Bereitstellung von Leistungsbereitschaft und -substanz führen und zwar sowohl, was den eigenen wie den Beitrag anderer betrifft.

Es geht dann um die Frage, welchen Nutzen die BRD beispielsweise aus dem Engagement für die Gleichberechtigung von Mann und Frau in Saudi Arabien erwarten kann und gleichzeitig um die Frage, welchen Nutzen die Saudis mit der Anerkennung erzielen. Für die BRD erschließt sich der Nutzen nicht so einfach, er liegt nicht auf der Hand. Abgesehen von einigen besonders engagierten Menschenrechtsaktivisten oder Feministinnen werden nicht viele Bundesbürger ob der saudischen Verhältnisse unruhig schlafen, eine Änderung würde hier kaum deutsche Befindlichkeiten verbessern. Anders gesagt, es geht um einen immateriellen Nutzen, um eine Emotion, ein Gefühl. Der

nen Aufständen und Unterdrückungen, mit den Schrecken der Inquisition, mit Kriegen um moralisch verbindliche Wahrheiten und mit aus Empörung entstandenen Revolten gemacht hat, sollten eigentlich beim Stichwort Moral immer gleich dieses Problem vor Augen führen.“ (Luhmann 2008, 280 f.) Solche Gefahren ermittelt eine Ethik als Reflexionstheorie der Moral.“ (n.Luhmann/Horster 2008) (Horster 2009: 12)

¹⁰¹ „Vom sozialen Gesichtspunkt aus bietet der Preismechanismus eine elegante Begründungsbasis für die Effizienz eines freien Wettbewerbssystems. Preise stellen Signale dar, anhand deren potentielle Käufer und Anbieter eine rationale Entscheidung über die Allokation ihrer knappen Mittel treffen können.“ (Kotler 1974: 506)

Nationalstaat ist zwar eine Person, aber eine juristische und die kennt keine Gefühle und Emotionen, kann insofern auch keinen emotionalen Nutzen erfahren. Das können nur natürliche Personen, Bürger oder die sie vertretend handelnden Politiker. (Roos 2010: 61)¹⁰² Nach Luhmann ist für das politische System die Frage des Machterhalts entscheidend. Es wäre nun aber weltfremd, wenn man Politikern Emotionen, Gefühle, Überzeugungen etc., die ihr Handeln beeinflussen, absprechen würde. Analog zu Kotler's Wertformel muss man sinnvollerweise Machterhalt und „emotional benefits“ zusammen betrachten und wird dann bei unterschiedlichen Personen und Situationen eben unterschiedliche Ausprägungen beobachten.

Bei diesem emotionalen Nutzen geht es zunächst um „Solidarität als Form von Mitgefühl“ mit dem ungenügenden Zustand, der von benachteiligten Personen erlitten wird. Hinzu kommt die Genugtuung, einen positiven Beitrag zu leisten, etwas Gutes zu tun oder getan zu haben, das vielleicht auch noch mit Stolz erfüllt. Auf ersteres hat bereits Adam Smith hingewiesen. (Sedlacek 2012: 261)¹⁰³ Allerdings wird die Fähigkeit zum Mitgefühl durch die eigenen Notwendigkeiten der Existenzsicherung und Lebensgestaltung durchaus begrenzt. Vgl. (Ekardt 2008: 31)¹⁰⁴ Das mündet häufig in Indifferenz oder in eine Form von „detached concern“, bei der moderate Emotionalität bei interner Neutralität gezeigt wird. (Stichweh 2004: 8) Damit wird verständlich, dass das Ausmaß des Engagements für weiche bzw. emotionale, ethisch moralisch begründete Nutzen letztlich davon abhängt, wie ausgeprägt das Mitgefühl in der Sache einerseits in der Bevölkerung und in der öffentlichen Wahrnehmung ist und andererseits dem Machterhalt der handelnden politi-

¹⁰² Vergleichbar: „Aus den hier genannten Gründen gilt in dieser Arbeit nicht ‘Deutschland’ oder der deutsche Staat als Akteur, sondern Menschen, die als Repräsentanten der Struktur kollektiven Handelns namens ‘Bundesregierung’ den Prozess namens ‘deutsche Außenpolitik’ durch ihr soziales Handeln gestalten.“ (Roos 2010: 61)

¹⁰³ „»Mag man den Menschen für noch so egoistisch halten, es liegen doch offenbar gewisse Prinzipien in seiner Natur, die ihn dazu bestimmen, an dem Schicksal anderer Anteil zu nehmen, und die ihm selbst die Glückseligkeit dieser anderen zum Bedürfnis machen, obgleich er keinen anderen Vorteil daraus zieht, als das Vergnügen, Zeuge davon zu sein.« Adam Smith“ zit. n. (Sedlacek 2012: 261)

¹⁰⁴ „An dieser Stelle wird wohl auch die allgemeine Menschenliebe überschätzt. Das existenzialistische Empfinden der tragischen Kürze des menschlichen Seins, die nach sofortigem maximalem Genuss drängt, und der scheinbaren Imperative des Augenblicks sind einfach mächtiger als das Mitgefühl mit Menschen in 100 Jahren oder in Bangladesch, die just in der Sekunde, in der dieser Satz geschrieben wird, verhungern. Und der menschliche Eigennutzen und die raumzeitliche menschliche Gefühlsenge wirken in puncto sozial-ökologische Fernwirkungen eigener Handlungen noch ungünstiger als ohnehin.“ (Ekardt 2008: 31)

schen Elite dient, die sich zudem im Idealfall mit dem Anliegen identifizieren kann. Sind diese Voraussetzungen nicht erfüllt, kommt es bestenfalls zu einem ritualisierten Eintreten für moralische Werte, wie man sie aus deutsch-chinesischen Konsultationen kennt. Kein Communiqué, das nicht betont, dass die Menschenrechtssituation in China angesprochen wurde.

Ähnlich verhält es sich auf der anderen Seite, wenn man fragt, welcher Nutzen für die saudischen Scheichs eintritt, falls sie Gleichberechtigung ermöglichen. Auf Grund ihrer kulturellen Sozialisation ist zunächst kein „emotional benefit“ zu erkennen und Forderungen nach Frauenquoten für Führungspositionen in westlichen Ländern klingen unter dem Aspekt von Machterhalt auch nicht wirklich attraktiv. Es müsste also schon sehr viel innen- und/oder ausenpolitischer Druck aufgebaut werden, um das Regime in dieser Frage zu Änderungen zu veranlassen.

Wenn man also danach fragt, was man als Abgeltung für Leistungsbereitschaft und -substanz bekommt und dies nicht in Geld ausdrücken kann, dann muss ja dennoch eine irgendwie geartete Bewertung vorgenommen werden, um dem damit verbundenem Aufwand Sinn zu verleihen, der sich letztlich am Erfolg in Form eines Nutzens festmachen lässt. Sinn und Nutzen resultieren aus Entscheidungen u. a. aus der Wahl zwischen Alternativen nach Luhmann¹⁰⁵ und/oder auf der Basis von logischem und nichtlogischem Verhalten nach Pareto.¹⁰⁶ Und auch John Maynard Keynes hat zwischen rationalen und nicht-rationalen Entscheidungsvariablen unterschieden und letztere „Animal Spirits“ genannt.¹⁰⁷

¹⁰⁵ "Sinn lässt keine andere Wahl als zu wählen." (Luhmann 1984: 194) Das bedeutet im Umkehrschluss, dass einer aus einer Wahlsituation heraus getroffenen Entscheidung ein Sinn zu Grunde liegt, also eine intellektuelle Leistung erbracht werden musste, wie intelligent sie im Einzelfall auch sein mag.

¹⁰⁶ „Pareto stellte die Möglichkeit einer kardinalen Nutzenmessung in Frage und bot auf dem Wege des ordinalen Nutzenkonzepts, dessen typisches Werkzeug die Indifferenzkurven bilden, eine alternative Lösung. Damit trat der Homo oeconomicus als Wahl- und Entscheidungsinstanz ins Zentrum der Analyse. Das Gesetz menschlichen Handelns wurde nun nicht auf der Nutzen-, sondern auf der Entscheidungsebene gesucht. Pareto unterschied zwischen logischem und nichtlogischem Verhalten, wobei er Ersteres der Ökonomie, Letzteres der Soziologie zuwies.“ (Fehr/Schwarz 2002: 101)

¹⁰⁷ „Mit »Animal Spirits« scheint das gemeint zu sein, was uns – ein wenig irrational – motiviert, animiert und beseelt, was uns unsere Ziele, Hoffnungen, Zwecke und Träume gibt. [...] »John May-

Erschwerend kommt jedoch hinzu, dass die Bewertung des Nutzens insbesondere im Fall von immateriellen Gütern vielfach kein stabiles Ergebnis hervorbringt, sondern im Zeitablauf variieren kann. Zu nennen ist u. a. das Gossensche Gesetz vom abnehmenden Grenznutzen, wonach der Nutzen mit der Häufigkeit des Konsums sinkt. Damit lässt sich beispielsweise die auf Grund des lang anhaltenden Konsums von Frieden in Europa abnehmende Bereitschaft erklären Militär zur Sicherheit vorzuhalten. Ferner ist die von Brecht mit dem Ausspruch: „Erst kommt das Fressen, dann die Moral“ pointiert zum Ausdruck gebrachte und von Maslow in seiner Bedürfnishierarchie oder –pyramide verfeinerte Erkenntnis zu nennen, wonach die Bedürfnisbefriedigung der Regel folgt: die wichtigsten zuerst und zwar von den physiologischen über die Sicherheits-, sozialen und Individualbedürfnissen bis hin zum Bedürfnis nach Selbstverwirklichung. (Kotler 2000: 94)¹⁰⁸ Dies erklärt zum Teil das große Interesse der Menschen in Deutschland an Menschenrechtsfragen im Gegensatz zu unterentwickelten Regionen. Hier sind die Menschen vornehmlich damit beschäftigt, ihr physisches Überleben zu sichern, während Deutsche dieser Sorge weitgehend enthoben sind und sich daher für höhere Ziele engagieren können. Das Modell erklärt zudem zum Teil, warum etwa China der Frage des Umweltschutzes mehr Bedeutung beimisst, als noch vor einigen Jahren. Nicht nur weil auch die Elite dem Smog in Peking ausgesetzt, sondern vor allem auch deshalb, weil die physiologischen Bedürfnisse besser gesichert sind und nun das Sicherheitsbedürfnis (Gesundheit) in den Blick genommen werden kann. Nicht selten werden bei internationalen Abkommen Pakete geschnürt, die mehrere globale öffentliche Güter betreffen. Es kommt dann zu einer Betrachtung die den Gesamtnutzen erfasst, der bei einer gegebenen Präferenzordnung bei unterschiedlich zusammengesetzten Güter-

nard Keynes definierte die ›Animal Spirits‹ einmal als eben die unvorhersehbaren menschlichen Dränge, die die Aktienmärkte beeinflussen und die Konjunkturzyklen antreiben.« (Sedlacek 2012: 341)

¹⁰⁸ „Maslow’s theory. Abraham Maslow sought to explain why people are driven by particular needs at particular times. His theory is that human needs are arranged in a hierarchy, from the most to the least pressing. In order of importance, these five categories are physiological, safety, social, esteem, and self-actualization needs. A consumer will try to satisfy the most important need first; when that need is satisfied, the person will try to satisfy the next-most-pressing need. Maslow’s theory helps marketers understand how various products fit into the plans, goals, and lives of consumers.” (Kotler 2000: 94)

bündeln gleich hoch sein und in Indifferenzkurven dargestellt werden kann. So mancher „Kuhhandel“ wird so verständlich.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass der Wert der Abgeltung von Leistungsbereitschaft und –substanz funktional rechenbar, emotional aber nur schwer zu ermitteln ist. Daraus folgt, dass je funktional dominierter und mit geringeren Kosten belastet eine Problemlösung ist, desto erfolgversprechender und wahrscheinlicher ist eine rasche und weitreichende Akzeptanz. Und im Gegensatz dazu, je mehr Emotionalität und psychische Kosten mit einer Problemlösung verbunden sind, desto schwieriger, langwieriger und weniger wahrscheinlich wird eine zeitnahe Lösung und weitreichende Akzeptanz.

Die Bundesregierung geht in ihrem Gestaltungsmächtekonzept auf die Frage des Nutzens der von ihr angestrebten Ziele nur erstaunlich oberflächlich ein und zwar sowohl was den Nutzen für die BRD selbst als auch den Nutzen für die Partner, die sie gewinnen will, anbelangt. Gerade bei den aus ihren Prinzipien abgeleiteten Kernthemen und –zielen geht sie ganz offensichtlich davon aus, dass sich der Nutzen von selbst erschließt, selbsterklärend ist. Wenn sie erhofften Nutzen anspricht, bleibt das überwiegend im Allgemeinen und findet sich vorwiegend im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Fragen. Das liest sich dann so: „Durch eine solche Zusammenarbeit profitieren unsere Partner und beteiligte Unternehmen gleichermaßen.“ (G: 51) Genau genommen ist das eine sinnfreie Aussage, weil eine Zusammenarbeit, die nicht nützt, gar schadet, warum sollte die jemand mit Verstand anstreben? Wenn die Bundesregierung „den Ausbau von Entwicklungspartnerschaften mit deutschen Unternehmen“ fördern will, dann ist der Nutzen offensichtlich. (ebd.) Die neuen Gestaltungsmächte erhalten Zugang zu technischem Know-how, deutsche Unternehmen Zugang zu neuen Absatzmärkten. Viel Phantasie ist dagegen gefordert, wenn nach der wechselseitigen Vorteilhaftigkeit

aus der „Selbstverpflichtung der Wirtschaft zu verantwortungsvoller Unternehmensführung“ gesucht wird. (ebd.)¹⁰⁹

Ambivalent stellt sich die Vorteilhaftigkeit von „fairem Wettbewerb“ und der Vermeidung von „Budget- und Reputationskosten“ als Ergebnis von globalen Standards bei Exportfinanzierung dar (G: 36), ebenso wie die Herstellung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen auf Grund von „globalen Mindeststandards für die Arbeitswelt“ (G: 45) oder der Sicherung von Rohstoff- und Energieressourcen (G: 43). In allen genannten Beispielen und zahlreichen anderen Kontexten tritt als Nebeneffekt eine Verminderung der Wettbewerbsfähigkeit der neuen Gestaltungsmächte ein. Höhere Standards in der Arbeitswelt oder im Umweltschutz verursachen höhere Produktionskosten und lassen den Herstellkostenvorteil gegenüber Produzenten, die die Standards bereits einhalten, zusammen schmelzen. Man kann dann zwar nicht mehr von Sozialdumping sprechen, müsste aber zugleich eine Antwort darauf geben, wie der Arbeitsplatzbedarf der Bevölkerung befriedigt werden soll.

Die Bundesregierung strebt mit Hilfe von zahlreichen Zielen und Maßnahmen Sicherheitsgewinne an, etwa mit globalen Nichtverbreitungsregimen und konventioneller Rüstungskontrolle (G: 22) oder „regionalen vertrauens- und sicherheitsbildender Maßnahmen (VSBM)“ (G: 23). Offen bleibt bei derartigen Aussagen allerdings stets, was da am Ende tatsächlich erreicht werden kann, wie viel an Unsicherheit abgebaut wird. Aufwand und Ertrag unterscheiden sich schließlich erheblich, wenn die Sicherheit im Verhältnis zwischen Deutschland und Frankreich oder zwischen Nord- und Südkorea verbessert werden soll. Ähnlich unspezifisch, wie in diesem pointierten Beispiel, bleibt das Gestaltungsmächtekonzept in den meisten anderen Politikfeldern, wenn es um kulturellen Austausch, Bildungs- und Wissenschaftsnetzwerke, Entwicklungszusammenarbeit, Rechtsstaatlichkeit usf. geht. Darüber hinaus will die Bundesregierung die saudischen Scheichs und ähnlich gesinnte Gruppen

¹⁰⁹ „Das Engagement der deutschen Wirtschaft in der Zusammenarbeit mit den neuen Gestaltungsmächten wird in Zukunft stärker gefördert. Dies kann z. B. über den Ausbau von Entwicklungspartnerschaften mit deutschen Unternehmen, die weitergehende Mobilisierung privaten Kapitals oder über die Selbstverpflichtung der Wirtschaft zu verantwortungsvoller Unternehmensführung erfolgen. Durch eine solche Zusammenarbeit profitieren unsere Partner und beteiligte Unternehmen gleichermaßen.“ (G: 51)

von der Vorteilhaftigkeit der Gleichberechtigung zwischen Männern und Frauen mit Verweis auf die VN-Sicherheitsratsresolution 1325 „Frauen, Frieden, Sicherheit“ überzeugen. Besonders kreativ erscheint das nicht.

Die Bundesregierung betont die „internationale Zusammenarbeit in vielen multilateralen Foren“, u. a. die „G'-Formate (G-7/G-8, G-20)“. (G: 13) Insbesondere das G-20-Format stellt demnach ein „wichtiges informelles Koordinierungsforum“ u. a. für Wirtschafts- und Finanzfragen dar. (G: 29 ff.) Das Forum repräsentiert „zwei Drittel der Weltbevölkerung, 80 % der weltweiten Wirtschaftsleistung und 90 % des Welthandels“. (ebd.) Gemeinsame Verabredungen auf dieser Ebene haben daher Gewicht, soweit es sich um additive globale öffentliche Güter handelt. So sinnvoll und nützlich die Etablierung dieses Formats ist, um global wirksame Problemlösungen zu suchen, zu vereinbaren und schließlich umzusetzen, so deutlich wird im Umkehrschluss, dass das politische System und die Institutionen der Weltgesellschaft offensichtlich nicht ausreichend effizient, besser gesagt überfordert ist bzw. sind, um diese Aufgabe zeitnah zu erfüllen. Sowohl in einem demokratischen wie auch in einem rechtsstaatlichen Verständnis kann ein derartiges Format nur eine Krücke, eine Hilfslösung darstellen. Sie kann bestenfalls als Notlösung legitimiert werden, bis dem Wirtschaftssystem, dem Wissenschaftssystem usf. ein politisches System gegenüber gestellt wurde, das in der Lage ist, Steuerungsmechanismen wie den Markt oder Netzwerke wirksam und vor allem zeitnah zu regulieren. (Vgl. Kapitel 3.2) So naheliegend und richtig gfs. die Erweiterung dieses und anderer Formate der internationalen Zusammenarbeit mit neuen Gestaltungsmächten auch scheint, die Einigungs- und Entscheidungsprozesse werden dadurch sicher nicht verbessert und beschleunigt.

Bemerkenswert daran ist, dass die Bundesregierung, trotz der offensichtlich bestehenden systemischen Ineffizienz, etwas befördert, was nicht mehr sondern weniger Nutzen generiert und auch nicht geeignet ist, das bestehende Grundproblem zu lösen. Sie schreibt: „In den G-20 und in internationalen Organisationen wie z. B. den VN, dem Internationalen Währungsfonds (IWF),

der Weltbank, der Welthandelsorganisation (WTO) und der OECD werden die Rahmenbedingungen für die Weltwirtschaft diskutiert bzw. gesetzt.“ (G: 29 ff.) Eine Vielzahl von Organisationen ist also damit beschäftigt „Rahmenbedingungen“ zu verhandeln, Konsens zu erzielen, der schließlich in nationalem Recht in Kraft zu setzen ist. Gesteuert wird aber eine Weltwirtschaft, die etwa im Hochfrequenzhandel in der Lage ist, Milliardenbeträge zwischen Ländern und Kontinenten in Sekundenbruchteilen zu bewegen mit im Zweifel massiven Folgen für die Volkswirtschaften einzelner Länder. Als Lehre aus der Finanzkrise des Jahres 2007/08 wurde eine Verschärfung der Bankenregulierung mit dem Reformpaket Basel III am 12.09.2010 beschlossen, die 2013 in Kraft trat und neue Anforderungen an die Banken stellt, die mit Übergangsfristen abschließend erst am 1. Januar 2019 erfüllt werden müssen.¹¹⁰ Abgesehen davon, dass die darin beschlossenen Regeln von einigen seriösen Ökonomen¹¹¹ als unzureichend beurteilt werden, erschreckt der Zeitablauf. Krisen kommen mit „schöner“ Regelmäßigkeit (Schweinezyklus) in der jüngeren Vergangenheit im Abstand von 7 bis 8 Jahren plus/minus 1 bis 2 Jahre. Bei diesem Beispiel wird das für die Krise von 2007 verantwortliche Defizit voraussichtlich erst im Verlauf der nächsten Krise behoben sein. Unbestritten produzieren auch diese Institutionen Nutzen, gleichwohl müsste im Vordergrund die Frage stehen, wie dieser Nutzen mit Blick auf das zu Grunde liegende Bedürfnis, das zu lösende Problem, verbessert wird. Derzeit ist das System zumeist schon mit der Krisenbewältigung überfordert, geschweige denn in der Lage seiner eigentlichen Aufgabe nachzukommen, Vorsorge dafür zu treffen, absehbare Krisen zu verhindern.¹¹² Mit Elisabeth von Thadden kann man insoweit sagen: „Der Gedanke der Regierbarkeit läuft permanent mit der Realität um die Wette. Und die Realität ist fast immer schneller.“ (Thadden 2013)

¹¹⁰ Siehe auch:

http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Service/Einfach_erklaert/2010-11-04-einfach-erklart-basel-III-flash-infografik.html

¹¹¹ Die gibt es natürlich immer.

¹¹² „Die Kluft zwischen dem, was unsere ökonomischen und politischen Systeme leisten sollen - und angeblich leisten -, und dem, was sie tatsächlich leisten, ist so groß geworden, dass man sie nicht mehr ignorieren kann.“ (Stiglitz/Schmidt 2012: 9–10)

Die Frage der Abgeltung von Leistungsbereitschaft und –substanz berührt also funktionale und emotionale Aspekte, technische wie moralisch ethische Fragen. Und damit wird es kompliziert, was wohl auch schon Montesquieu erkannte:

„Wie Charles de Montesquieu 1748 in seinem Werk ‘Vom Geist der Gesetze’ schreibt: ‘Der Handelsgeist ruft in den Menschen ein gewisses Gefühl für peinlichste Gerechtigkeit wach. Es steht einerseits im Gegensatz zum Räuberwesen, andererseits zu jenen moralischen Tugenden, auf Grund deren man nicht ständig seine Interessen hartherzig verfigt, sondern sie mit Rücksicht auf die der anderen hintanzustellen vermag.’“ Zit. n. (Shiller/Pyka 2012: 91)

7.10 Kommunikation

In der öffentlichen Wahrnehmung wird Marketing zuvörderst mit der Werbung im Fernsehen und Rundfunk, Anzeigen in den Print Medien und Public Relations oder Öffentlichkeitsarbeit verbunden. In der schlichtesten Form geht es dabei einfach um die Information über Leistungsbereitschaft, Leistungssubstanz und deren Abgeltung. Unser Bäcker muss, um einen Tausch seines Brotes gegen Geld herbeizuführen, potentielle Käufer über seine Existenz und sein Angebot informieren. Das kann er allein dadurch bewerkstelligen, dass er an seinem Laden ein Schild mit der Aufschrift „Bäckerei“ anbringt, möglicherweise ergänzt um eine bildliche Darstellung eines Brotes oder einer Brezel für Sprachunkundige. Louis Vuitton, Porsche u. a. machen zunächst im Prinzip nichts anderes am anderen Ende der Skala, nur etwas aufwändiger. Dies ist Kommunikation. Ein nicht mehr taufisches, dennoch aber nach wie vor ergiebiges, Kommunikationsmodell hat Kotler frühzeitig, ausgehend von Lasswells Vorschlag von 1948, aufgegriffen. (Kotler 1974: 617)¹¹³ Es besteht aus den fünf Fragen: „Wer... sagt was... über welchen Kanal... zu wem... mit welcher Wirkung.“ (ebd.)

¹¹³ Nach: Lasswell, Harold D. 1948: Power and Personality, New York, S. 37-51

Marketing stellt nun den Empfänger der Botschaft und sein Bedürfnis in den Mittelpunkt. Die Botschaft lautet also nicht: Weil ich Geld brauche, verkaufe ich möglichst teuer ein möglichst billig gebackenes Brot, sondern: Wenn Du auf preiswerte und wohlschmeckende Art Deinen Hunger stillen willst, dann kaufe mein Brot.¹¹⁴ Nun ist auch die Bandbreite der Bedürfnisse groß, sie reicht von Grundbedürfnissen, wie Nahrung und Kleidung hin bis zu Begierden, die sich rational nicht erschließen und erklären lassen. Letzteres bildet dann auch die Grundlage für eine durchaus berechtigte Kritik, wie sie Slavoj Žižek eindringlich formuliert hat.

Er „weist darauf hin, dass *an unseren Begierden generell nichts Natürliches, Spontanes ist*. Die Frage ist nicht, wie wir uns unsere Verlangen erfüllen können, sondern woher wir wissen können, wonach es uns verlangt. *Unsere Begierden sind künstlich, man muss uns lehren, wie man etwas begehrt* und was wir begehren sollen. Bei diesem Prozess spielen Geschichten, Filme und die Werbung sowie die politische und ökonomische Ideologie eine große Rolle (das haben wir beispielsweise bei der Idee des Fortschritts gesehen). So betrachtet wird die Rationalität ein bloßes Instrument in den Händen unserer Träume.“ Zit. n. (Sedlacek 2012: 344)

In den internationalen Beziehungen geht es dann doch weniger um Begierden denn um Bedürfnisse, etwa nach Sicherheit, Frieden, Rechtsicherheit und Gerechtigkeit usf. Dennoch spielen auch Emotionen eine nicht unbeachtliche Rolle. Die Reaktionen der Elite wie des russischen Volkes nach der jüngst erfolgten Annexion der Krim haben das wieder deutlich gezeigt. Um diese Bedürfnisse als Nationalstaat in der Weltgesellschaft befriedigen zu können, muss er mit anderen Austauschbeziehungen aufnehmen und darüber informieren welche Leistungsbereitschaft und –substanz er anbieten will und welche Gegenleistung er erwartet. Das geschieht in der Regel in der Form der Direktansprache und/oder Personal Selling, was sich bei der Zielgruppe mit einer überschaubaren Zahl von knapp 200 Nationalstaaten anbietet. Vergleichbar dem kommerziellen Außendienst bzw. dem Key-account-System¹¹⁵ fungiert der diplomatische Dienst im Bereich der internationalen

¹¹⁴ Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.

¹¹⁵ “Major accounts (also called key accounts, national accounts, global accounts, or house accounts) are typically singled out for special attention. The largest accounts may have a strategic account management team consisting of cross-functional personnel who are permanently assigned to one customer and may even maintain offices at the customer’s facility.” (Kotler 2000: 301)

Beziehungen als Repräsentant und Akteur vor Ort. Gegenstand des Marketings sind in dieser Struktur der Vertriebsorganisation vornehmlich technische Fragen der Steuerung und Koordination der vertrieblichen Maßnahmen, Pläne und Ziele. Hinzu kommen Themen, die die Förderung der persönlichen Fähigkeiten der handelnden Akteure betreffen, in Verhandlungen sowie im Netzwerkaufbau und -pflege erfolgreich zu agieren (z.B. Verkäuferschulung).

Unter dem Hauptpunkt III. Abstimmung der Bundesregierung wird diese Problematik auffallend konkret behandelt. Die „einzelnen Fachpolitiken“ sollen koordiniert und in ein „übergreifendes“ Gesamtkonzept eingebunden werden, dessen Abstimmung federführend vom Auswärtigen Amt vorgenommen wird und sich auf „Länderstrategie-Ressortkreise stützt sowie die Auslandsvertretungen einbindet. (G: 54 ff.) Zudem werden Fortbildungen angeboten und ein „Dialoginformationssystem (DILGIS)“. Nun handelt es sich bei diesen Maßnahmen um interne organisatorische Schritte zur Verbesserung der Effizienz, die zweifellos nützlich sind, vielleicht auch die Frage aufwerfen, warum das Problem nicht schon früher erkannt worden ist. Allerdings ist es für die Zielgruppe nicht von Belang, wie effizient die Bundesregierung ihre Ziele verfolgt. Das Programm sollte auch nicht auf die neuen Gestaltungsmächte begrenzt bleiben, es sei denn, man legt in allen anderen Beziehungen keinen Wert auf Effizienz.

Dem Kommunikationsmodell nach Lasswell folgend sind die Fragen nach dem 'Wer' mit der Bundesregierung bzw. dem Auswärtigen Amt und dem 'Kanal' bzw. dem Medium mit der Direktansprache beantwortet. Der Frage nach dem 'Was', dem 'Wem' und der 'Wirkung' ist noch nachzugehen.

Inhaltlich teilt die Bundesregierung mit, dass sie die Globalisierung mit Partnern gestalten will, insbesondere mit neuen, aufgestiegenen und zu Macht gelangten, sowie die Kriterien, die diese erfüllen sollen. Sie teilt zudem die Themen mit, zu denen sie (bei Interesse) zum Dialog einlädt sowie ihre Prinzipien und Ziele, die sie verfolgt. Auffallend wenig sagt die Bundesregierung dazu, warum das Angebot zum Dialog und zur Kooperation angenommen

werden soll, worin die Vorteilhaftigkeit für ihre potentiellen Partner begründet ist. Auch wenn insbesondere im Politikfeld von Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung u. a. nutzenstiftende Argumente zu finden sind, so dominieren in dem Text die Ziele und Vorstellungen der Bundesregierung. Schließlich informiert sie noch über effizienzsteigernde Maßnahmen ihres diplomatischen Dienstes und ihrer Netzwerkarbeit.

Die Frage „Wem“ die Bundesregierung mit ihrem Gestaltungsmächtekonzept etwas sagen will, wer Adressat ist, wird im Text nicht angesprochen und beantwortet. Kaum anzunehmen ist wohl, dass ernsthaft erwartet wurde, dass je ein Regierungschef der neuen Gestaltungsmächte die Broschüre studiert und der Frage nachgeht, welche Themen denn geeignet sind, um im Kanzleramt wegen einer Dialoganfrage anzurufen. Westerwelle spricht schließlich selbst in seiner Pressekonferenz am 8. Februar 2012 an, dass man mit den neuen Gestaltungsmächten schon verbunden ist.¹¹⁶ Ungeachtet dessen musste allerdings davon ausgegangen werden, dass deren diplomatische Dienste den Text zur Kenntnis nehmen, analysieren und das Ergebnis in ihre strategischen Planungen einbeziehen. Insofern wäre ein Eingehen auf deren Problemstellung und die Darstellung möglicher Lösungsangebote sicher sinnvoll. (Vgl. Sandschneider 2012)¹¹⁷ Weitere Adressaten sind der Bundestag, die eigene Organisation und die breite, an außenpolitischen Themen interessierte Öffentlichkeit im In- und Ausland. Im Bundestag wurde das Konzept am 10. Februar 2012 vorgestellt und diskutiert, innerhalb des diplomatischen Dienstes des Auswärtigen Amtes dient das Papier als Handlungsleitlinie und als allgemein zugängliches Informationsmaterial steht es, in mehrere Sprachen übersetzt, gewissermaßen der Weltöffentlichkeit zur Verfügung.

¹¹⁶ „Natürlich sind Deutschland und die neuen Gestaltungsmächte schon heute eng miteinander verbunden, nicht nur wirtschaftlich. Manche dieser Beziehungen können auf eine lange Geschichte zurück blicken.“ (Westerwelle 2012)

¹¹⁷ „Auch an außenpolitischen Grundsatzpapieren herrscht kein Mangel.“ Janning 2013: 4 [...] „Mangelndes konzeptionelles Denken kann man also nicht unterstellen, allenfalls dass es solchen Papieren an zündenden neuen Ideen fehlt. [...] sondern [es] in der beständigen Herausforderung der Suche nach konstruktiven Lösungen für anstehende Probleme die notwendigen inhaltlichen Auseinandersetzungen zu suchen [fehlt]. Außenpolitik braucht den kleinteiligen Diskurs weit mehr als vollmundige Strategiebekundungen, die an der Realität alltäglicher Entwicklungen scheitern.“ (ebd.: 5)

Bleibt noch die Frage der Wirkung zu klären. Hier ist zunächst zwischen der beabsichtigten / intendierten und der tatsächlich erzielten zu unterscheiden. Beides ist im Fall des Gestaltungsmächtekonzepts nur schwer zu beantworten. Im Hinblick auf die beabsichtigten wäre die Antwort spekulativ, mit Blick auf das Ergebnis fehlt es an einer verlässlichen Erfolgskontrolle. Was sich jedoch sagen lässt ist, dass die politische Debatte im Bundestag eher unaufgeregter verlief, dass das Konzept in der Presse und in der Öffentlichkeit wenig Aufmerksamkeit hervorgerufen hat.¹¹⁸ Auch die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Konzept ist bis dato sehr überschaubar geblieben. Schließlich ist auch noch nicht bekannt geworden, dass das Auswärtige Amt den Personalbestand aufstocken musste, um die Flut der eingegangenen Dialoganfragen zu bewältigen.

Abschließend ist zu vermerken, dass Anmutung und formale Gestaltung des Gestaltungsmächtekonzepts ansprechend und dem Thema entsprechend professionell gestaltet sind.

7.11 Zwischenfazit

In der Pressekonferenz vom 8. Februar 2012 stellt der damalige Außenminister Guido Westerwelle das Gestaltungsmächtekonzept wie folgt vor:

„Unser Konzept verfolgt drei Ziele: Es formuliert und definiert erstens die Ziele der Bundesregierung in der globalen Politik. Es macht zweitens Angebote an die Partner, wie eine vertiefte Zusammenarbeit aussehen kann. Und es trifft drittens Beschlüsse über die Abstimmungen der Bundesministerien für mehr Kohärenz in unserer auswärtigen Politik.“ (Westerwelle 2012)

Es sind dies drei im Grunde sehr unterschiedliche Ziele, die hier in ein Konzept gepackt wurden und daraus resultieren dann auch einige Irritationen.

Auflösen lässt sich das relativ einfach mit einer spekulativ erzählten Genesis des Gestaltungsmächtekonzepts. Dem Konzept voraus ging eine immer wieder aufflammende Kritik daran, dass u. a. China im Rahmen deutscher Entwicklungspolitik von Fördermitteln profitierte, obwohl das Land mittlerweile

¹¹⁸ Eigene Google-Recherche nach News zwischen 8. und 15. Februar 2012

eine wirtschaftliche Entwicklung genommen hatte, die eine derartige Unterstützung nicht mehr rechtfertigte und öffentlich auch nicht mehr vermittelbar war.¹¹⁹ Binding et. al. markieren einen Ausgangspunkt, der darin zu suchen ist, dass „die bisherige Entwicklungszusammenarbeit (EZ) in neue Kooperationsmodelle Internationaler Zusammenarbeit (IZ) mit Schwellenländern“ überführt werden sollte und vermutlich auch aus budgetrechtlichen und organisatorischen Gründen musste. (Binding 2013: 1) Zugleich sollten natürlich die im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit aufgebauten Netzwerke erhalten und weiterentwickelt werden. Dazu war es notwendig, organisatorische Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten neu zu regeln oder eben mit Hilfe „der Abstimmung der Bundesministerien für mehr Kohärenz“ zu sorgen. Dem musste ein Name gegeben werden, der als „Konzept zur Zusammenarbeit mit neuen Gestaltungsmächten“ nahe lag. Man hätte es vielleicht dabei belassen können, allerdings muss noch jemand auf die Idee gekommen sein, das Projekt öffentlichkeitswirksam zu verkaufen. Nun beeindruckt es aber nicht so übermäßig, wenn hervorgehoben wird, dass man jetzt das tut, was man eigentlich auch schon früher hätte tun können. Und so beschloss man das Ganze in einen umfassenden strategischen Rahmen zu stellen und begann in den Schatzkasten der Textbausteine zu greifen. Diese Geschichte ist reine Spekulation, erklärt aber einige Sonderlichkeiten:

- Wie sonst ist es möglich, dass man ein Dialogangebot in die Welt setzt und an einen Kreis richtet, mit dem man „schon heute eng verbunden“ ist. (Westerwelle 2012) Das ist unsinnig.
- Wie sonst ist zu erklären, dass man mit diesem Kreis in einen Dialog über eine Liste von acht Politikfelder eintreten will, die praktisch das gesamte Themenspektrum abdeckt, das derzeit in den internationalen Beziehungen auf der Agenda steht.¹²⁰ Und von daher auch bereits Gegenstand laufender Gespräche ist.
- Wollte die Bundesregierung tatsächlich einräumen, dass sie erst im Jahre 2012 erkannt hat, dass die Kooperationen mit gewichtigen Staa-

¹¹⁹ „Deutsche Entwicklungspolitik fördert Chinas Solarindustrie.“ Titelt der Spiegel am 26.02.2012 online unter <http://www.spiegel.de/spiegel/vorab/a-817585.html> zul. abger. 17.05.2014

¹²⁰ Man muss schon angestrengt nachdenken, um fehlende Themen zu finden und selbst die lassen sich im Zweifel unter eines der genannten subsumieren.

ten wie Indien, Brasilien usf. erhöhter Aufmerksamkeit bedürfen und mit Blick auf die Regelung globaler politischer Probleme bedeutsamer sind als beispielsweise mit Samoa?

- Wie sonst ist es zu erklären, dass die Bundesregierung ein eindringliches Plädoyer für die universell gültigen Menschenrechte hält, obwohl es ihr doch darum geht gemeinsam mit den neuen Gestaltungsmächten die Globalisierung zu gestalten. (In 43 Textseiten findet sich der Suchbegriff „Menschenrecht“ 36-mal) ‘Thema verfehlt’ geht vielleicht zu weit, aber die Schwerpunkte stimmen nicht. Es ist ja nun hinlänglich bekannt, dass die BRD für Demokratie, Menschenrechte usf. steht, so dass dies nicht in jedem zweiten Satz nochmals hervorgehoben werden muss. UN Generalsekretär Ban Ki Moon hat der BRD nicht ohne Grund den Titel „Champion der Menschenrechte“ verliehen.¹²¹

Wenn Politik Probleme lösen soll, so muss die Frage wohl lauten, welche Problemlösungen bietet das vorliegende Gestaltungsmächtekonzept an? Abgesehen von internen organisatorischen Verbesserungen bzw. Veränderungen innerhalb der Bundesregierung bleibt da nicht viel Konkretes. Lästerzungen könnten es einen PR-Gag mit viel heißer Luft nennen. Im Kern läuft das auf das, von Sandschneider nur eleganter formulierte, hinaus: es fehlt nicht an Strategie sondern an konstruktiven Lösungen. (Sandschneider 2012: 5)

Man muss aber auch und insbesondere fragen, welche der Lösung harrenden Probleme werden nicht angesprochen. So finden sich in dem Gestaltungsmächtekonzept auch nicht ansatzweise Aussagen, Ideen oder Vorschläge zu der zentralen Frage, wie in einer funktional differenzierten Weltgesellschaft effizient und zeitnah die benötigten globalen öffentlichen Güter bereitgestellt werden sollen. Ein Konzept, über das mit den neuen Gestaltungsmächten diskutiert werden könnte, wie in einer gemeinsamen Anstrengung Fortschritte in dieser Frage erzielt werden könnten, fehlt ebenso. Offen zu sein für den

¹²¹ Siehe Tagesschau vom 30.01.2014 unter <http://www.tagesschau.de/multimedia/video/video1369574.html> zul. abger. 19.05.2014

Ausbau, die Fortentwicklung oder die Einrichtung neuer internationaler Formate ist sicher gut, aber auch nicht sonderlich innovativ. (G: 55)

In diesem Sinne erinnert das Gestaltungsmächtekonzept der Bundesregierung, durch die Marketingbrille betrachtet, entfernt an Herrn Tur Tur, den Scheinriesen, aus Michael Endes Kinderbuch „Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer“, dessen riesenhafte Erscheinung zur Normalgröße schrumpft, wenn man sich ihm nähert.

7.12 GIGA-Analysen vs. Marketingansatz

Im folgenden Abschnitt sollen zwei politikwissenschaftliche Analysen aus der Marketingperspektive beleuchtet werden, um Unterschiede in der Herangehensweise aufzuzeigen. Zurückgegriffen wird auf zwei Papiere des GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Instituts für Globale und Regionale Studien in Hamburg, die zwar möglicherweise dem Anspruch nicht genügen, typisch zu sein, die aber eben auch nicht untypisch sind und sich auf das Gestaltungsmächtekonzept der Bundesregierung beziehen. Ausgewählt wurde der von Robert Kappel 2012 unter dem Titel: „Deutschland und die neuen Gestaltungsmächte“ verfasste und in der Reihe GIGA Focus erschiene Beitrag sowie die in derselben Reihe 2012 von Jörg Binding und Lukas Kudlimay unter dem Titel: „Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit“ veröffentlichte Analyse.

Kappel vertritt die These, dass „Deutschland sich neu aufstellen und [...] politisch als auch wirtschaftlich neu definieren muss“, weil sich auf Grund des wirtschaftlichen Wachstums der Schwellen- und Nachrückerländer in Verbindung mit den Wirtschaftskrisen der EU und der USA die politischen Gewichte und Einflussmöglichkeiten verschieben. Deutschland und Europa dürften nicht ins „Hintertreffen“ geraten und müssten „den neuen Gestaltungsmächten mit einer strategischen Vision begegnen“, dazu schlägt er vor, dass die Bundesregierung „die Chancen der Kooperation [...] ausloten und mit ihnen

dementsprechend eine neue Politik gestalten [soll], die pragmatisch ist, aber zugleich nicht nur wirtschaftliche Interessen fokussiert.“

Dazu ist zunächst anzumerken, dass die geforderte pragmatische Politik weder neu¹²² noch innovativ ist, sie erscheint hier vielmehr als inhaltsleere Formel. Des Weiteren ist der Vorschlag „die Chancen der Kooperation auszuloten“ zumindest aus der Marketingperspektive unbefriedigend, weil man hier ein fundiertes Konzept erwarten würde, zumal die Zielgruppe bekannt, von Kappel auch hinsichtlich ihrer Entwicklung, ihren aktuellen Problemen und Perspektiven skizzenhaft beleuchtet wird. Ein Konzept also, das auf der Grundlage der Leistungsbereitschaft Deutschlands bzw. der EU unter Berücksichtigung der zu erwartenden Abgeltung die Leistungssubstanz aufzeigt, die zur Befriedigung der Bedürfnisse und zur Lösung der Probleme der neuen Gestaltungsmächte beitragen kann, sowie das Kommunikationskonzept mit dessen Hilfe die neuen Gestaltungsmächte davon überzeugt werden können, das Konzept zu unterstützen. Eine „strategische Vision“ zu fordern klingt gut, allein es fehlt die Antwort.

Bemerkenswert ist allerdings Kappels Befürchtung, dass Deutschland und Europa Gefahr laufen ins „Hintertreffen“ zu geraten. Um das Einschätzen zu können muss man wissen wo vorne und hinten ist, es muss also einen Punkt, eine Linie oder Kennziffer geben, die das signalisiert. Kappel nennt unterschiedliche wirtschaftliche Wachstumsraten, aber BRICS und andere Länder bewegen sich noch in den Fußspuren der industrialisierten Länder und sind weit davon entfernt zu überholen. Allerdings hat Kappel offensichtlich nicht das Bild von einer Weltgesellschaft vor Augen, in der Lebensbedingungen und Lebensstandard annähernd angeglichen sind, denn unter diesen Bedingungen kann es kein „ins Hintertreffen geraten“ geben. Kappel argumentiert mit neorealistischen Machtkategorien. So konstatiert er einen „Machtzuwachs der neuen Gestaltungsmächte“ und „den Übergang zu einer neuen Weltordnung“. Dem wird man kaum widersprechen können. Allerdings muss man gleichwohl fragen, was aus relativ veränderten Machtkonstellationen in einer

¹²² So hat Roos festgestellt: „... dass alle Bundesregierungen nach wie vor ein *nationales deutsches* von einem *gemeinsam mit den Partnern geteilten europäischen* Interesse unterschieden. Und kommt es zum Schwur, so liegt die Priorität – kaum verwunderlich – bei den enger definierten nationalen Interessen.“ (Roos 2012: 18)

Weltgesellschaft folgt, deren politische Regulierung auf Konsens angewiesen ist, solange auf gewaltsame Machtmittel verzichtet wird. Unabhängig davon, ob der BRD ein relativer Machtgewinn zuwächst oder sie einen relativen Machtverlust hinnehmen muss, so oder so, sie kann weder China, Brasilien, Russland usf. dazu zwingen, gegen deren Willen, einer international verbindlichen Regelung zuzustimmen bzw. sich dieser zu unterwerfen. Sie ist vielmehr darauf angewiesen, das jeweilige Land von der Vorteilhaftigkeit zu überzeugen. Kappel betont zunächst den Zusammenhang von Wirtschaftskraft und Machtpotential etwa nach der Formel: die Gestaltungsmacht des Landes entspricht dem Quotienten aus Brutto-Inlandsprodukt des Landes und dem BIP (Brutto-Inlandsprodukt) der Weltwirtschaft. Gleichwohl spricht er auch davon, dass eine Veränderung dieser Relation nicht zwangsläufig mit einer gleichlaufenden Veränderung der politischen Machtposition einhergehen muss. Es gibt also einen Korrekturfaktor, der als Multiplikator entweder größer, gleich oder kleiner 1 eine Reihe von Variablen abbildet, die die Machtposition eines Landes weiter beeinflussen. Dabei geht es um hard-facts, wie etwa das militärische Potential (z.B. Atombombe ja/nein), bis hin zu soft-facts, wie etwa die Qualität der Akteure (z.B. Genscher/Westerwelle). Diese Faktoren gilt es zu identifizieren, um sie im Interesse Deutschlands zu stärken, dazu fehlen jedoch entsprechende Hinweise. Dagegen sieht Kappel einen raschen Wandel der neuen Gestaltungsmächte „von den Werkbänken der Industrieländer hin zu Innovations- und Technologiezentren“ und ordnet ihn als Gefährdung ein, dabei vernachlässigt er allerdings die sich daraus ergebenden Chancen. Richtig ist zweifellos, dass auf eine sich abzeichnende Entwicklungen reagiert werden muss. Dazu würde man sich aber konkretere Vorschläge und Ideen wünschen, wie dies beispielsweise das Cluster-Konzept nach Porter darstellt. (Vgl. Messner 1996: 2) Schließlich geht es darum, dass Deutschland und die EU innerhalb eines Weltwirtschaftssystems Alleinstellungsmerkmale und Vorteilhaftigkeiten, also einen USP (unique selling proposition) herausarbeiten müssen, um fähig zu bleiben, benötigte Tauschbeziehungen auf dem Weltmarkt sicherzustellen. Womit man wieder im Marketing ist.

Aber auch wenn Kappel mit konkreteren Vorschlägen aufwartet, bleibt der daraus zu erwartende Nutzen im Ungefähren. So empfiehlt er die „soft-power“ mittels wissenschaftlicher Netzwerke auszubauen, insbesondere die Ausbildung in Deutschland. „Smart power“ würde Kooperation mit Deutschland erleichtern, wenn Entscheider in Deutschland ausgebildet würden. Dafür gibt es zweifellos einige Beispiele, allerdings kaum Aussagen darüber, ob sich das wirklich unter dem Strich rechnet, was vermutlich auch kaum bis auf die Stelle hinter dem Komma möglich sein wird. Allerdings wird auch nicht einmal der Versuch unternommen, die Annahme wenigstens annähernd zu plausibilisieren. Insofern bestätigt Kappel erneut Sandschneider: es fehlt nicht an Strategie sondern an konstruktiven Lösungen. (Sandschneider 2012: 5)

Binding / Kudlimay werden in ihrer Analyse: „Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit“ konkreter. Sie sehen die in „jahrzehntelanger entwicklungspolitischer Zusammenarbeit entstandenen Beziehungen“ mit den neuen Gestaltungsmächten als ein „Alleinstellungsmerkmal [das] im internationalen Wettbewerb besser [zu] nutzen“ sei. (Binding 2012: 7) Neben einer Zusammenfassung des Gestaltungsmächtekonzepts liefern sie vor allem wesentliche Informationen dazu, warum der Übergang von der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) zur Internationalen Zusammenarbeit (IZ) erforderlich geworden ist und wie diese Überführung organisatorisch innerhalb der Bundesregierung gestaltet werden soll. Im Weiteren gehen sie auf einige Ansätze der IZ ein und stellen einige Fonds und deren Mittel für 2012 vor. So informativ dies im Einzelfall auch ist, bemerkenswert daran bleibt aber, dass wenig über den Erfolg gesagt wird. Genannt werden zwar Ziele, ob bzw. welcher Nutzen aus dem Programm erwächst, bleibt offen. So steigt beispielsweise das Budget für das bilaterale TZ des BMELV 2013 von EURO 8,0 Mio. um 25 % auf EURO 10,0 Mio., womit dann „das Themenspektrum [...] von der Sicherung der Welternährung über landwirtschaftliche Weiterbildung bis hin zu Lebensmittelsicherheit und Verbraucherschutz“ abgedeckt werden soll. Welche Nutzenmehrung für die BRD als Folge der zusätzlichen Ausgabe von EURO 2,0 Mio. erwartet wird, interessiert offenbar nicht. Es

wird gewissermaßen unterstellt, dass durch ein mehr an Geld auch irgendwie schon ein mehr an Nutzen erzeugt wird.

Ein instruktives Beispiel aus dem Bereich der deutschen Leistungssubstanz diskutieren Binding / Kudlimay mit dem BMZ-Programm Verbraucherschutz und Produktsicherheit der GIZ in China. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund häufiger Skandale ergibt sich die Brisanz des Themas sowohl für den heimischen Markt als auch für den Export. Die GIZ berät umfassend und fördert zudem das „Bewusstsein, das Konsumenten Rechte haben.“ Auf dieser Schiene wird die Rechtsstaatlichkeit in China ein Stück weit verbessert. Ferner sorgt die im Rahmen des Programms beförderte Standardisierung und „Harmonisierung mit internationalen Normen“ für Rechtssicherheit und reduziert Markteintrittsbarrieren zum Nutzen auch von deutschen Unternehmen.

In beiden Papieren setzen sich die Autoren mit verschiedenen Elementen auseinander, die den Kategorien Leistungsbereitschaft und –substanz zugeordnet werden können. Den Schwerpunkt bilden allerdings Informationen die im Sinne einer Umfeldbetrachtung zu einem Marketing-Konzept beitragen würden.¹²³ Was weitgehend fehlt bzw. unterbelichtet bleibt, ist die Frage der Abgeltung, die zwar vielfach nicht einfach zu beantworten ist, dennoch gestellt werden muss. Schließlich muss ja entschieden werden, was – um im obigen Beispiel zu bleiben – mit den zusätzlichen EURO 2,0 Mio. geschehen soll. Wird mehr Nutzen (für die BRD?) generiert, wenn das Geld in die Sicherung der Welternährung oder in Lebensmittelsicherheit und Verbraucherschutz investiert wird? Abgesehen von der detaillierten Darstellung der Umstrukturierung im Bereich des „Vertriebswegs“ bei Binding / Kudlimay fällt zudem auf, dass dem Komplex der Kommunikation nahezu keine Aufmerksamkeit gewidmet wird. Mit Hilfe welchen Kommunikationskonzepts informiert Deutschland potentielle Partner von seiner Leistungsbereitschaft bzw. -substanz und über die Bedingungen, zu denen es diese zur Verfügung stellt. ist die Frage. Es geht dabei weniger darum im Sinne von „Quadratisch, prak-

¹²³ Angesprochen sind etwa die ausführlicheren Beschreibungen bei Kappel zur Entwicklung, zu Zielen und Plänen sowie Problemen verschiedener Länder, die durchaus informativ zu nennen sind, wenn man sie nicht schon woanders gelesen hat.

tisch gut“, wie bei der Ritter-Sport-Werbung, oder „Vorsprung durch Technik“ á la Audi, massenmediale Kampagnen zu kreieren, sondern vornehmlich darum Leitlinien für die zahlreichen formellen und informellen kommunikativen Ereignisse zu optimieren. So erklärt das Gestaltungsmächtekonzept vorwiegend das was die BRD will, es erklärt jedoch kaum, warum die neuen Gestaltungsmächte mit der BRD kooperieren sollen.

Beim Vergleich der beiden Papiere erstaunt, dass sie sich inhaltlich auf völlig unterschiedlichen Bahnen bewegen, obwohl dies vom Titel her nicht zu erwarten ist:

- Kappel: Deutschland und die neuen Gestaltungsmächte
- Binding/Kudlimay: Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit

In beiden Fällen wird kurz auf die Kernpunkte des Gestaltungsmächtekonzepts eingegangen, um dann einzelne Aspekte zu behandeln, ohne sie jedoch in einen übergeordneten theoretischen Gesamtzusammenhang zu stellen. Im Marketingkontext würde man vielleicht so formulieren:

- Die veränderte Wettbewerbssituation Deutschlands durch die neuen Gestaltungsmächte bzw.
- Neue Vertriebsstrukturen in der Zusammenarbeit mit den neuen Gestaltungsmächten

Und damit deutlich machen, dass es im ersten Fall im Wesentlichen um eine Markt- / Umfeldanalyse geht und im zweiten Fall um eine Distributionsfrage.

8 Zusammenfassung und Fazit

Zu beantworten war die Forschungsfrage, ob (1.) und gegebenenfalls inwieweit (2.) Marketing geeignet ist, als ein Instrument zur Analyse von Phänomenen sowie zur Entwicklung von handlungsleitenden Konzepten in den Internationalen Beziehungen zu dienen. Ausgangspunkt war die These, dass Marketing und Internationale Beziehungen dank des gemeinsamen Nenners „Austauschbeziehungen“ miteinander in Verbindung gebracht werden können. Für Marketing gilt dies, als Lehre von den Austauschbeziehungen, auch wenn diese Lehre ihre Prominenz durch den Fokus auf kommerzielle Austauschbeziehungen erhalten hat, per se. Beziehungen dagegen, so auch internationale, implizieren Austausch. Diese Austauschbeziehungen dienen letztlich dem Zweck übereinstimmende Willenserklärungen hervorzubringen, um gemeinsame Handlungen zu begründen. In letzter Konsequenz werden Regeln mittels internationaler Verträge konstituiert.

Geprüft werden sollte die Frage exemplarisch am Beispiel des Gestaltungsmächtekonzepts der Bundesregierung aus dem Jahre 2012. Diese Wahl erwies sich als weniger glücklich, da es einerseits zu breit angelegt ist und es ihm andererseits an Tiefe fehlt. Weil die Bundesregierung den Begriff des Konzepts hier eher als Ideensammlung begreift, kann das Gestaltungsmächtekonzept dem Marketinganspruch an ein Konzept in Form einer ausgearbeiteten Planung nicht genügen. Diese Diskrepanz führt zu kritischen Anmerkungen, die gegen den Text gerichtet sind, nicht aber die Arbeit des Auswärtigen Dienstes meinen, von dem bekannt ist, dass er in Praxis durchaus pragmatisch agiert. Andererseits erleichtert dieser Mangel es aber, die konzeptuellen Defizite herauszustellen, die sich ergeben, wenn an das Gestaltungsmächtekonzept Ansprüche wie an ein Marketingkonzept gestellt werden.

Die Arbeit hat zweifellos gezeigt, dass die Marketing-Perspektive auf das Feld der Internationalen Beziehungen in einem bestimmten Rahmen sinnvoll ist.

Marketing bietet mit der Idee des Marketing-Konzepts ein recht stabiles theoretisches Gerüst für die Analyse oder Planung von Austauschbeziehungen in jeder Erscheinungsform.¹²⁴ Die systematische Betrachtung des Gestaltungsmächtekonzepts aus der Marketing-Perspektive wirkt hier ähnlich wie ein Scheinwerfer, dessen Standort verändert wurde. Neues rückt ins Licht, anderes in den Schatten. Allerdings stellt Marketing mit seinen vier Aktionsparametern eben auch vier Scheinwerfer auf und leuchtet damit ziemlich umfangreich aus. So führt die Frage nach der Struktur und den Bedingungen der Leistungsbereitschaft von Staaten ebenso wie die nach der aufzubringenden Leistungssubstanz, insbesondere in Verbindung mit der Frage nach der Abgeltung, zu einer betont utilitaristischen, am Nutzen orientierten Sichtweise auf das Feld der Internationalen Beziehungen. Dabei werden Ideologien bzw. auf ethisch moralischen Vorstellungen basierende Präferenzen nicht ausgeblendet. Sie sind vielmehr wesentlich für die Frage der Nutzenstiftung, die also gerade nicht nur nach rationalen Gesichtspunkten zu beantworten ist. Allerdings werden sie als solche kenntlich. Die Anwendung von Begriffen und Modellen aus dem Marketing auf Gegenstände und Sachverhalte aus den Internationalen Beziehungen hat ferner weder als bemüht noch „an den Haaren herbeigezogen“ gewirkt, zum Teil finden sie auch in den untersuchten Dokumenten Verwendung (z.B. Wettbewerb und Konkurrenzfähigkeit, Weltmarktführer, Alleinstellungsmerkmale, Markteintritt u.a.).

Politikwissenschaften wie auch Marketing weisen eine Schnittstellenfunktion insofern auf, als sie teils auf Erkenntnissen anderer Wissenschaftsbereiche aufbauen oder diese integrieren.¹²⁵ Wenn man aktuell die Globalisierung als das zentrale Thema der Internationalen Beziehungen annimmt und davon ausgeht, dass der maßgebliche Treiber der Globalisierung die Weltwirtschaft ist, dann ist der Schritt, sich mit Marketing zu befassen, kein großer. Es geht aber nicht primär um die Ökonomie, vielmehr darum das Management von

¹²⁴ Ausgenommen ist der unfreundliche Austausch von Granaten und Bomben, da ist man dann wohl bei Clausewitz und Nachfahren besser aufgehoben.

¹²⁵ Für die Friedens- und Konfliktforschung heißt es etwa: „Nicht mehr die Abgrenzung, sondern die Zusammenarbeit mit vielen anderen wissenschaftlichen Disziplinen, insbesondere sozialwissenschaftlichen wie Politikwissenschaft, Soziologie und Sozialpsychologie, wird gesucht und praktiziert;“ Weller 2008: 2 Warum nicht auch Marketing?

globalen Problemen aus der Sicht der an der Lösung beteiligten Akteure in den Blick zu nehmen und Problemlösungen zu kreieren, die die Bedürfnisse dieser Akteure befriedigen.

Dennoch beeinflussen ökonomische Zwänge, Interdependenzen und Interessen zunehmend die internationalen Beziehungen, wie in der aktuellen Krise um die Ukraine zu beobachten ist.¹²⁶ Unabhängig davon, wie der Ausgang der Krise dereinst beurteilt werden wird, lässt sich doch heute schon feststellen, dass ökonomische Faktoren deren Verlauf maßgeblich beeinflusst haben. So hat die Verhängung von wenig beeindruckenden und die Ankündigung von möglichen weiteren Sanktionen gegen Russland bereits dafür gesorgt, dass im Land Wechsel- und Aktienkurse negativ beeinflusst und für das Wirtschaftswachstum wichtige Entscheidungen zurückgestellt bzw. ausgesetzt wurden. Betroffen sind ferner nicht nur die Versorgung zahlreicher europäischer Staaten mit Gas, Öl und anderen Rohstoffen. Betroffen sind auch so triviale Probleme, wie der Zahlungsverkehr mit Kreditkarten in Russland. Schließlich ist sogar die Raumfahrt betroffen, da die USA derzeit nur mit russischen Raketen die Weltraumstation ISS (International Space Station) erreichen können und umgekehrt Russland ohne die amerikanischen Dollar-Mittel ihr Raketenprogramm gefährden würde. Klassische Machtpolitik stößt an Grenzen und / oder wird sehr teuer.^{127 128}

Man kann wie Baecker Wirtschaft und Gesellschaft als zwei Seiten einer Medaille betrachten. Er verkürzt Max Weber auf den Satz: „Weil Gesellschaft, deshalb Wirtschaft; und weil Wirtschaft, deshalb Gesellschaft.“ wobei „Wirtschaften [...] die *‘friedliche Ausübung von Verfügungsgewalt’*“ sei. (Baecker

¹²⁶ Die Krise ist während der Arbeit an dieser Arbeit eskaliert, aber noch nicht abgeschlossen. Einige Diskussionen um die Krise erinnern an den interdependenztheoretischen Ansatz von Robert O. Keohane und Joseph Nye.

¹²⁷ Aufschlussreich wird dereinst die Antwort auf die Frage sein, mit welchen Wohlstandsverlusten die Annexion der Krim für Russland verbunden waren, die aus dem Vertrauensverlust erwachsen, der mit dem Völkerrechtsbruch des Memorandums von 1994 verbunden ist, indem Russland die Souveränität und die bestehenden Grenzen anerkannte.

¹²⁸ „Konflikte werden selbst in einer kooperativ ausgerichteten Global Governance-Architektur eher zunehmen, denn die *‘Nähe’*, die durch grenzüberschreitende Interdependenzen und das System geteilter Souveränitäten erzeugt wird, sowie eine steigende Zahl von Weltproblemen wird auch die Anlässe für Konflikte vermehren.“ (Messner 2000: 147)

2008-2011: 28)¹²⁹ Spätestens mit dem Anlegen von Vorräten, der Vorratswirtschaft also, mit der ein über den unmittelbaren (Tages-) Bedarf hinausgehender Besitz verbunden ist, gibt es den friedlichen Tausch oder die gewaltsame Aneignung von erwünschten Gegenständen. Dabei ist vermutlich der Tausch das gängigere, verbreiterte Modell, auch wenn die Geschichtsschreibung oder die Massenmedien einen anderen Eindruck vermitteln. Und „der Markt ist der soziologische Ort freiwilligen [und damit auch friedlichen: BS] Austauschs.“ (Engel 2005: 1) Insofern fördert der Weltmarkt auch den Weltfrieden, schließlich haben bisher demokratisch verfasste Marktwirtschaften noch nie Krieg gegeneinander geführt. (ebd.: 3)¹³⁰

Damit gibt es auch zum zweiten Teil der Frage, dem „inwieweit“, eine Antwort, Marketing ist ausschließlich auf den Markt oder marktähnliche Verhältnisse und Bedingungen bzw. freiwilligen bzw. friedlichen Tausch anwendbar.

Wie lassen sich nun, nach dem bisher ausgeführten, die Internationalen Beziehungen zueinander bringen. Anschließend an Sandschneiders Anmerkung, dass es in der deutschen Außenpolitik nicht an konzeptionellem Denken oder Strategiefähigkeit mangle, sondern an „konstruktiven Lösungen“, könnte man sagen, Marketing ist das Instrument, um die von Kappel geforderten visionären Strategien zu entwickeln und in realisierbare Lösungen umzusetzen. (Sandschneider 2012: 5)

Zu guter Letzt ein ziemlich aus dem Zusammenhang gerissenes, aber nahezu universell gültiges Zitat der Ökonomen Mankiw und Taylor: „Wenn es einen verbindenden Gedanken zu all den hier behandelten Themen gibt, dann den, dass das Leben schwierig ist. Die Informationen sind unvollständig, die Regierung ist unvollkommen und die Menschen ebenso“ (Mankiw, Taylor 2008: 556). Zit. n. (Pahl 2011: 376)

¹²⁹ Kap. 2 § 1 „»Wirtschaftlich orientiert« soll ein Handeln insoweit heißen, als es seinem gemeinten Sinne nach an der Fürsorge für einen Begehren nach Nutzleistungen orientiert ist. »Wirtschaften« soll eine friedliche Ausübung von Verfügungsgewalt heißen, welche primär, »rationales Wirtschaften« eine solche, welche zweckrational, also planvoll, wirtschaftlich orientiert ist. »Wirtschaft« soll ein autokephal, »Wirtschaftsbetrieb« ein betriebsmäßig geordnetes kontinuierliches Wirtschaften heißen.“ (Weber 1922)

¹³⁰ „Die Politikwissenschaft spricht hier vom "kapitalistischen Frieden". Vgl. etwa Weede, Erich: Some Simple Calculations on Democracy and War Involvement. In: Journal of Peace Research 29 (1992), No. 4, S. 377-383.“ Zit. n. (Engel 2005: 3)

Literaturverzeichnis

Baecker, Dirk (2007): Studien zur nächsten Gesellschaft, Frankfurt/M.

Baecker, Dirk (2008-2011): Liquiditätspoker. Beiträge zur Finanzkrise. Zeppelin University. Friedrichshafen. Online verfügbar unter <http://www.dirkbaecker.com/Liquiditaetspoker.pdf>, zuletzt geprüft am 28.01.2012.

Balderjahn, Ingo (1994): Marketing: Philosophie, Methode oder Instrument? Vortrag zur Gründungsveranstaltung des Marketing-Club Potsdam Vortrag zur Gründungsverans des Marketing-Club Potsdam am 29. August 1994. Universität Potsdam, 1994.

Balderjahn, Ingo (1995): Marketing für Regionen. Ein Konzept für die neuen Bundesländer? 5/1995. Universität Potsdam. Potsdam, 1995. Online verfügbar unter http://www.uni-potsdam.de/db/l_s_marketing/dmdocuments/vnr05.pdf, zuletzt geprüft am 20.11.2013.

Bammé, Arno (2006): Fetisch "Geld". In: Paul Kellermann (Hg.): Geld und Gesellschaft. Interdisziplinäre Perspektiven. Wiesbaden, S. 9–83. Online verfügbar unter http://books.google.de/books?id=Sa99tLZ8hTMC&pg=PA127&lpg=PA127&dq=arno+bamm%C3%A9+Geld&source=bl&ots=AtWjZZuUri&sig=BPD_yw55v3cZMnErsWr3EPOEHm0&hl=de&sa=X&ei=YR7FUoPuMo_VsgaP94GQBg&ved=0CDwQ6AEwAg#v=onepage&q=arno%20bamm%C3%A9%20Geld&f=false, zuletzt geprüft am 02.01.2014.

Becker, Jochen (2009): Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 9., aktualisierte und erg. Aufl. München: Vahlen.

Berghaus, Margot; Luhmann, Niklas (2011): Luhmann leicht gemacht. Eine Einführung in die Systemtheorie. 3. Aufl. Köln: Böhlau (UTB Soziologie, Medien- und Kommunikationswissenschaft, Geisteswissenschaft, 2360). Online verfügbar unter <http://www.utb-studi-e-book.de/9783838523606/1>.

Binding, Jörg; Kudlimay, Lukas (2013): Deutschland – neue Wege in der Internationalen Zusammenarbeit. Hg. v. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. Hamburg (Focus, 7/2013). Online verfügbar unter http://mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/EINIRAS/168838/ipublicationdocument_singledocument/43baa601-79c8-420c-957a-d5b0d902d188/de/gf_global_1307.pdf%20.pdf, zuletzt geprüft am 26.11.2013.

Cezanne, Wolfgang (2005): Allgemeine Volkswirtschaftslehre. 6., überarb. Aufl. München, Wien: Oldenbourg (Wolls Lehr- und Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften). Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=fsStP8nQ-SsC&pg=PA577&lpg=PA577&dq=Dauerhafte+Zahlungsbilanzdefizit+oder+%C3%BCbersch%C3%BCsse&source=bl&ots=CzyvtuEbir&sig=jM2BY23OetgT-HSkM1qRCzvPqzE&hl=de&sa=X&ei=qsORU5b2KOKi4gSG7YDwDw&ved=0CCMQ6AEwAg#v=onepage&q=Dauerhafte%20Zahlungsbilanzdefizit%20oder%20%C3%BCbersch%C3%BCsse&f=false>, zuletzt geprüft am 06.06.2014.

Clausewitz, Carl von (1832): Vom Kriege. Berlin: Dümmler.

Dallmann, Hans-Ulrich (2008): Rezension Niklas Luhmann: Die Moral der Gesellschaft (Ethik und Gesellschaft 2/2008: :Rückkehr der Vollbeschäftigung oder Einzug des Grundeinkommens?). Online verfügbar unter http://www.ethik-und-gesellschaft.de/texte/EuG-2-2008_Rez_Dallmann.pdf, zuletzt geprüft am 12.05.2013.

Die Bundesregierung (2012): Globalisierung gestalten – Partnerschaften ausbauen – Verantwortung teilen. Konzept der Bundesregierung. Auswärtiges Amt. Berlin. Online verfügbar unter <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/608384/publicationFile/169956/Gestaltungsmachtekonzzept.pdf>, zuletzt geprüft am 26.03.2013.

Dieter, Heribert (2012): Regulierung der Finanzmärkte | bpb. Wie erfolgreich sind die Bemühungen auf internationaler Ebene? Bundeszentrale für politische Bildung bpb. Bonn. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/politik/wirtschaft/finanzmaerkte/65435/regulierung-der-finanzmaerkte?p=all>, zuletzt geprüft am 27.02.2014.

- Dinnie, Keith (2007): *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*: Taylor & Francis.
- Dotzauer, Gregor (2013): Essay: Die Litanei vom Schicksal - Kultur - Tagesspiegel. Der Tagesspiegel Online. Online verfügbar unter http://www.tagesspiegel.de/kultur/essay-die-litanei-vom-schicksal/v_print/7917072.html?p=, zuletzt geprüft am 13.03.2013.
- Ekardt, Felix (2008): *Welthandelsrecht und Sozialstaatlichkeit. Globalisierung und soziale Ungleichheit*. Studie im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung, Böckler-Arbeitspapier Nr. 170. Universität Bremen, Leipzig/Bremen. Forschungsstelle für Europäisches Umweltrecht (FEU).
- Engel, Gerhard (2005): Die Ethik des Kapitalismus. In: *Aufklärung & Kritik Sonderheft 10/2005 "Was bleibt vom Marxismus"*, S. 156-161. Online verfügbar unter http://www.kellmannstiftung.de/beitrag/engel_kapitalismus.htm.
- Erler, Gernot (2012): Gernot Erler in der 159. Sitzung des Deutschen Bundestages, 10. Februar 2012. Bundestag. Berlin. Online verfügbar unter http://www.gernot-erler.de/cms/front_content.php?idcat=128&idart=1301, zuletzt geprüft am 26.11.2013.
- Esch, Franz-Rudolf; Herrmann, Andreas; Sattler, Henrik (2012): *Marketing. Eine managementorientierte Einführung*. 3rd ed: Franz Vahlen. Online verfügbar unter http://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=_ik_FcgkWpWC&oi=fnd&pg=PR2&dq=Zielpyramide&ots=GrcA7unxwR&sig=pNclb0nSL03VUHHKW0e9yqk2I0#v=onepage&q=Zielpyramide&f=false, zuletzt geprüft am 16.03.2014.
- Famos, C.R (2005): *Kirche zwischen Auftrag und Bedürfnis: ein Beitrag zur ökonomischen Reflexionsperspektive in der praktischen Theologie*: Lit. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=kL0EPmgmAR4C>.
- Farmer, K.; Kuhn, H. (1998): *Quantitative Wirtschaftspolitik in offenen Volkswirtschaften: Theoretische Ansätze und aktuelle Entwicklungen*: Lit-Verlag. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=uUh5J2O2cPQC>.
- Fehr, Ernst; Schwarz, Gerhard (Hg.) (2002): *Psychologische Grundlagen der Ökonomie. Über Vernunft und Eigennutz hinaus*: Verlag Neue Zürcher Zeitung. Online verfügbar unter http://www.fehradvice.com/blog/downloads/Psychologische_Grundlagen_der_Oekonomie.pdf, zuletzt geprüft am 03.02.2013.
- Fischer, Joschka (2014): *Ukraine zwischen Europa und Russland - Gefährliche Dreiecksbeziehung - Süddeutsche.de*. Online verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/politik/2.220/die-ukraine-zwischen-europa-und-russland-gefaehrliche-dreiecksbeziehung-1.1857771>, zuletzt geprüft am 09.01.2014.
- Fischer, Thomas; Schmitz, Gregor Peter; Seberich, Michael (2007): *Die Strategie der Politik*. In: Thomas Fischer, Gregor Peter Schmitz und Michael Seberich (Hg.): *Die Strategie der Politik. Ergebnisse einer vergleichenden Studie*. Gütersloh: Verl. Bertelsmann-Stiftung, S. 195–222.
- Froböse, Michael; Kaapke, Andreas (1996): *Das intersziplinäre Selbstverständnis der Marketing-Wissenschaft*. In: Michael Froböse und Hans Hörschgen (Hg.): *Marketing als Schnittstellenwissenschaft und Transfertechnologie. Festschrift zum 60. Geburtstag von Hans Hörschgen*. Berlin: Duncker & Humblot (Betriebswirtschaftliche Schriften, 142), S. 13–27.
- Fromm, Erich; Funk, Rainer (1985): *Haben oder Sein. D. seel. Grundlagen e. neuen Gesellschaft*. 15. Aufl., 235. - 237. Tsd. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt (Weltperspektiven).
- Gächter, Simon (2002): «Erzwungene» Kooperation. In: Ernst Fehr und Gerhard Schwarz (Hg.): *Psychologische Grundlagen der Ökonomie. Über Vernunft und Eigennutz hinaus*: Verlag Neue Zürcher Zeitung, S. 49–54.
- Gerhards, Jürgen (1994): *POLITISCHE ÖFFENTLICHKEIT. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch*. In: *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 1994, 1994 (Sonderheft 34/1994), S. 77–105. Online verfügbar unter http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/Gerhards_1994_KZfSS_Politische_Oeffentlichkeit.pdf, zuletzt geprüft am 25.11.2012.
- Gläser, Jochen; Laudel, Git (1999): *Theoriegeleitete Textanalyse? Das Potential einer variablenorientierten qualitativen Inhaltsanalyse*. Berlin (Veröffentlichungsreihe der Arbeitsgruppe Wissenschaftstransformation, P 99-401). Online verfügbar unter <http://skylla.wzb.eu/pdf/1999/p99-401.pdf>, zuletzt geprüft am 05.01.2014.

- Hartmann, Martin; Offe, Claus (2011): Politische Theorie und Politische Philosophie. Ein Handbuch. München: C. H. Beck.
- Hermersdörfer, Marko (1996): Niclas Luhmann und „Das Recht der Gesellschaft“. unveröffentlichtes Manuskript.
- Holzinger, Markus (2006): Der Raum des Politischen. Politische Theorie im Zeichen der Kontingenz. München: Wilhelm Fink.
- Horster, Detlef (2009): 10. Vorlesung: Niklas Luhmann und die Funktion der Moral. Universität Hannover. Online verfügbar unter <http://detlef.horster.phil.uni-hannover.de/texte/10.pdf>, zuletzt geprüft am 13.05.2013.
- Horster, Detlef (2012a): Gelten Menschenrechte weltweit oder sind sie kulturabhängig? in: Mirko Wischke (Hg.): Freiheit ohne Recht? Zur Metamorphose von Politik und Recht, Frankfurt/M. 2012, S. 39-49. Online verfügbar unter <http://detlef.horster.phil.uni-hannover.de/texte/menschenrechte.pdf>, zuletzt geprüft am 24.06.2013.
- Horster, Detlef (2012b): Luhmann und die nächste Gesellschaft. in: Victor Tiberius (Hg.): Zukunftsgene. Theorien des zukünftigen sozialen Wandels, Wiesbaden 2012, S. 107-127. Online verfügbar unter <http://detlef.horster.phil.uni-hannover.de/texte/gesellschaft.pdf>, zuletzt geprüft am 10.01.2013.
- Horster, Detlef (2012c): Die normative Kraft des Faktischen und der gesellschaftsweite Disput über Moralfragen. Universität Wien. Wien, 03.12.2012.
- ILO (2009): Report of the Committee of the Whole on Crisis Responses. Provisional Record 98th Session, Geneva, 2009. Geneva. Online verfügbar unter http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_108440.pdf, zuletzt geprüft am 05.22.2011.
- Janning, Josef (2013): Transformation. Strategie für ein besseres Leben. Transformation - Veränderungsprozesse als Herausforderung für Good Governance. Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik. GIZ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH. Berlin, 09.04.2013. Online verfügbar unter <http://www.giz-good-governance.de/wp-content/uploads/2013/04/Transformation-JJ-09042013.pdf>, zuletzt geprüft am 29.11.2013.
- Kahneman, Daniel; Schmidt, Thorsten (2012): Schnelles Denken, langsames Denken. 12. Aufl. München: Siedler.
- Kalinowski, Thomas (2011): Regulating International Finance and the Evolving Imbalance of Capitalisms since the 1970s. Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln. Köln (MPIfG Discussion Paper 11/10). Online verfügbar unter http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/pu/mpifg_dp/dp11-10.pdf, zuletzt geprüft am 27.06.2013.
- Kappel, Robert (2011): Der Abstieg Europas und der Vereinigten Staaten – Verschiebungen in der Weltwirtschaft und Weltpolitik. Hg. v. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. (Focus, 1/2011). Online verfügbar unter http://vg02.met.vgwort.de/na/86bdab28516c436f86f8c60fc70a9fe0?l=http://www.giga-hamburg.de/en/system/files/publications/gf_global_1101.pdf.
- Kappel, Robert (2012): Deutschland und die neuen Gestaltungsmächte. Hg. v. GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien. Hamburg (Focus, 2/2012). Online verfügbar unter http://vg08.met.vgwort.de/na/393f3b1b6b3f4066a47c57cce7c6f7bb?l=http://www.giga-hamburg.de/de/system/files/publications/gf_global_1202.pdf, zuletzt geprüft am 26.11.2013.
- Kappel, Robert (2013): Der Aufstieg der BRICS und Europas Zukunft in der Weltwirtschaft. In: Wirtschaftspolitische Blätter 2/2013 S. 193-208. Online verfügbar unter http://www.giga-hamburg.de/de/system/files/publications/eu.brics_wirtschaftspolitische_blaetter.2013.pdf, zuletzt geprüft am 26.11.2013.
- Karp, M.; Zolleis, U. (2004): Politisches Marketing: eine Einführung in das politische Marketing mit aktuellen Bezügen aus Wissenschaft und Praxis: Lit. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=Am4K4mr5kg0C>.
- Kissinger, Henry (2014): So würde Kissinger den Ukraine-Konflikt beenden. In: *Welt-Online*, 09.03.2014. Online verfügbar unter <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article125579944/So-wuerde-Kissinger-den-Ukraine-Konflikt-beenden.html?config=print>, zuletzt geprüft am 09.03.2014.

- Kleine-Brockhoff, Thomas; Maull, Hanns W. (2011): Der überforderte Hegemon Ziele und Grenzen, deutscher Macht. in: Internationale Politik 6, November/Dezember 2011, S. 50-61. Online verfügbar unter <https://zeitschrift-ip.dgap.org/de/article/19446/print>, zuletzt geprüft am 26.03.2013.
- Kocks, Alexander (2010): Die Theorie der globalen öffentlichen Güter Forschungsstand und Perspektiven. In: *Zeitschrift für Internationale Beziehungen* 17, 2010 (Heft 2), S. 235–266. Online verfügbar unter http://www.nomos-zeitschrift.de/Xaver/text.xav?SID=176762385649834627&skin=&bk=Nomos_ZIB&start=%2F%2F%5B%40attr_id%3D%27ZIB_2010_002_235%27%5D&tf=Nomos_ZIB_right&hlf=Nomos_ZIB_right&qmf=Nomos_ZIB_left&toctf=Nomos_ZIB_left#xaverTitleAnchore, zuletzt geprüft am 28.11.2013.
- Kotler, Philip (1974): Marketing-Management. Analyse, Planung u. Kontrolle. Stuttgart: Poeschel.
- Kotler, Philip (2000): Marketing Management Millenium Edition,. Custom Edition for University of Phoenix. Boston, Massachusetts: PEARSON CUSTOM PUBLISHING.
- Kusche, Isabel (2006): Wa(h)re Politik? Politische Kommunikationsforschung und Marketingtheorie. In: Jörn Lamla und Sighard Neckel (Hg.): Politisierter Konsum - konsumierte Politik. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Reihe "Soziologie der Politik"), S. 281–300.
- Lamnek, Siegfried (1988-1995): Qualitative Sozialforschung. [Versch. Aufl.]. München, Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Landes, David S. (2010): Wohlstand und Armut der Nationen. Warum die einen reich und die anderen arm sind. Lizenzausg. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1077).
- Luhmann, Niklas (1978): „Soziologie der Moral“, in: Niklas Luhmann/Stephan H. Pförtner (Hrsg.), „Theorietechnik und Moral“, Frankfurt am Main.
- Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp
- Luhmann, Niklas (1988): Die Wirtschaft der Gesellschaft (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, 1152). Online verfügbar unter <http://www.scribd.com/doc/18951595/Luhmann-Niklas-Die-Wirtschaft-Der-Gesellschaft>.
- Luhmann, Niklas (1997): Gesellschaft der Gesellschaft. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp. Online verfügbar unter <http://www.gbv.de/dms/faz-rez/F19971014SCHWANI100.pdf>.
- Luhmann, Niklas; Horster, Detlef (2008): Die Moral der Gesellschaft. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, 1871).
- Mankiw, Nicholas Gregory; Taylor, Mark P. (2008): *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*. 4., überarb. und erw. Aufl. Stuttgart.
- Mayntz, Renate (2008): Von der Steuerungstheorie zu Global Governance. In: Gunnar Folke Schuppert, Michael Zürn (Hg.), Governance in einer sich wandelnden Welt. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 41, 2008, 43–61. In: *Politische Vierteljahresschrift* 2008, 2008 (Sonderheft 41), S. 43–61.
- Mayring, Philipp (1988): Die qualitative Wende. Arbeiten zur qualitativen Forschung. Augsburg: Forschungsstelle für Pädag. Psychologie u. Entwicklungspsychologie (Augsburger Berichte zur Entwicklungspsychologie und pädagogischen Psychologie, 32).
- Mayring, Philipp, 1993: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Meffert, Heribert (Hg.) (1995): Category Management - neue Herausforderung im vertikalen Marketing? Dokumentation des Workshops vom 22. Juni 1995. Workshop. Münster: Wiss. Ges. für Marketing und Unternehmensführung (Dokumentationspapier / Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V, Nr. 97).
- Messner, Dirk (1996): Die Bedeutung von Staat, Markt und Netzwerksteuerung für systemische Wettbewerbsfähigkeit. Institut für Entwicklung und Frieden der Universität Duisburg-Essen. Duisburg (INEF Report, 15).
- Messner, Dirk (2000): Ist Außenpolitik noch Außenpolitik ... und was ist eigentlich Innenpolitik? Die Transformation der Politik in der „Ära des Globalismus“. In: *PROKLA Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, 2000 (Heft 118), S. 123–150.

- Meyer, John (1987): „The World Polity and the Authority of the Nation State“, in: Thomas, George M. et. Al., Institutional Structure. Constituting State, Society, and the Individual, Newbury Park.
- Morris, Ian (2011): Wer regiert die Welt? Warum Zivilisationen herrschen oder beherrscht werden. Bonn: BpB (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1172).
- Mouffe, Chantal; Neumeier, Niels (2010): Über das Politische. Wider die kosmopolitische Illusion. Lizenzausg. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1039).
- Nieschlag, Robert; Dichtl, Erwin; Hörschgen, Hans (1971): Marketing. Ein entscheidungstheoret. Ansatz. 4. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot.
- Nieschlag, Robert (1972): Binnenhandel und Binnenhandelspolitik. Zweite, neubearbeitete Auflage. Berlin: Duncker & Humblot.
- Nieschlag, Robert; Dichtl, Erwin; Hörschgen, Hans (1994): Marketing. 17. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot.
- Pahl, Hanno (2011): Textbook Economics: Zur Wissenschaftssoziologie eines wirtschaftswissenschaftlichen Genres. in POKLA, Heft 164, 41. Jg. 2011, Nr.32, 369 – 387. Online verfügbar unter <http://www.prokla.de/wp/wp-content/uploads/2011/pahl.pdf>.
- Pareto, Vilfredo (1955): Allgemeine Soziologie. Hg. v. Carl Brinkmann. Tübingen: Mohr.
- Pepels, Werner (2012): Einführung in das Marketingkonzept. bookboon.com: Ventus Publishing ApS.
- Plumpe, Werner (2011): Wirtschaftskrisen. Geschichte und Gegenwart. 2. Aufl. München: Beck (Beck'sche Reihe, 2701).
- Polenz, Ruprecht (2012): Ruprecht Polenz - Ihr Bundestagsabgeordneter für Münster -Archiv- Ruprecht Polenz spricht im Deutschen Bundestag zum neuen Gestaltungsmächtekonzept. Bundestag. Berlin. Online verfügbar unter <http://www.ruprecht-polenz.de/index.php?ka=1&ska=2&printit=1&idn=1057>, zuletzt geprüft am 26.11.2013.
- Porter, Michael E.; Brandt, Volker (2013): Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten = (Competitive strategy). 12., aktualisierte und erw. Aufl. Frankfurt am Main: Campus-Verl (Strategie). Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=t-jccy-3FmUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Porter+Wettbewerbsstrategie&ots=Z845KRlIEd&sig=a7cm51UsVcJp2bEd0yX0WkfMPRI#v=onepage&q=Kosten%C3%BChrschaft&f=false>, zuletzt geprüft am 08.04.2014.
- Raschke, J.; Tils, R. (2010): Strategie in Der Politikwissenschaft: Konturen Eines Neuen Forschungsfelds: VS Verlag für Sozialwissenschaften GmbH. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=fE6j1Dx32TcC>.
- Reichling, Helmut (2003): Folien internationales Marketing Vorlesung. Fachhochschule in Zweibrücken. Online verfügbar unter <http://www.mittelstand-marketing.de/downloads/internationalesMarketingVorlesungNetversion.pdf>, zuletzt geprüft am 01.01.2014.
- Rifkin, Jeremy (2011): Die dritte industrielle Revolution. Die Zukunft der Wirtschaft nach dem Atomzeitalter. Unter Mitarbeit von Bernhard Schmid. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1214).
- Rodrik, Dani; Siber, Karl Heinz (2011): Das Globalisierungs-Paradox. Die Demokratie und die Zukunft der Weltwirtschaft. München: Beck. Online verfügbar unter <http://www.gbv.de/dms/faz-rez/FD1201103283047903.pdf>.
- Rohleder, Christoph (2004): Globalisierung, Tertiärisierung und multinationale Unternehmen. -Eine international vergleichende Analyse zur Diskordanz von wirtschaftlicher und politischer Entwicklung-. Dissertation. Universität Köln, Köln. Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Online verfügbar unter <http://kups.ub.uni-koeln.de/1063/1/rohleder.pdf.pdf>, zuletzt geprüft am 06.01.2014.
- Roos, Ulrich (2010): Deutsche Außenpolitik. Eine Rekonstruktion der grundlegenden Handlungsregeln. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Roos, Ulrich (2012): Deutsche Außenpolitik nach der Vereinigung Zwischen ernüchtertem Idealismus und realpolitischem Weltordnungsstreben. In: Zeitschrift für Internationale Beziehungen 19. Jg. (2012) Heft 2, S. 7 – 40, 2012, S. 7–40. Online verfügbar unter http://www.zib.nomos.de/fileadmin/zib/doc/Aufsatz_ZIB_12_02.pdf, zuletzt geprüft am 06.02.2013.
- Roubini, Nouriel; Mihm, Stephen (2011): Das Ende der Weltwirtschaft und ihre Zukunft. Taschenbuchausg. München: Goldmann.
- Sandschneider, Eberhard (2012): Deutschland: Gestaltungsmacht in der Kontinuitätsfalle. In: *APuZ Aus Politik und Zeitgeschichte* 62, 05.03.2012, S. 3–9. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/system/files/pdf/AE4SQH.pdf>, zuletzt geprüft am 17.05.2014.
- Schäfer, Armin (2008): Krisentheorien der Demokratie. Unregierbarkeit, Spätkapitalismus und Postdemokratie. Hg. v. Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln. Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln. Köln (MPIFG Discussion Paper, 08/10). Online verfügbar unter www.mpifg.de/pu/mpifg_dp/dp08-10.pdf, zuletzt geprüft am 25.02.2014.
- Scherrer, Christoph (2000): Die Spielregeln der Globalisierung ändern? Global Governance – zu welchem Zweck? erschien in: *Kommune*, 18(9), 50-55 (2000). Online verfügbar unter http://www.uni-kassel.de/fb05/fileadmin/groups/w_150705/publikationen/spielregeln-globalisierung.pdf, zuletzt geprüft am 23.01.2013.
- Schimank, Uwe (1985): Der mangelnde Akteurbezug systemtheoretischer Erklärungen gesellschaftlicher Differenzierung - Ein Diskussionsvorschlag. *Zeitschrift für Soziologie* 14: 421-434.
- Schimank, Uwe (1988): Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteursfiktionen, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 40: 619-639.
- Schimmelfennig, Frank (2013): Internationale Politik. 3. Aufl. Paderborn [u.a.]: Schöningh (UTB, 3107). Online verfügbar unter <http://utb-studi-e-book.de/viewer/main.php?isbn=&page=>.
- Schirm, Stefan A. (2004): Internationale Politische Ökonomie, Baden-Baden.
- Sedlacek, Tomas (2012): Die Ökonomie von Gut und Böse. München: Hanser, Carl.
- Senf, Bernd (1998): Der reichste Dissident des Kapitalismus? Zum neuen Buch von George Soros über „Die Krise des globalen Kapitalismus“. In: *zeitschrift für sozialökonomie* 1998, Sept. 1998, S. 1–14. Online verfügbar unter <http://www.berndsenf.de/pdf/soros.pdf>, zuletzt geprüft am 25.10.2012.
- Shiller, R.J.; Pyka, P. (2012): Märkte für Menschen: So schaffen wir ein besseres Finanzsystem: Campus Verlag GmbH. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=R7WM-vrOOIEC>.
- Sloterdijk, Peter (1999): Der Anwalt des Teufels. Vortrag anlässlich der Freiburger Vorträge zum Thema: Zugänge zum Denken Niklas Luhmanns. Online verfügbar unter <http://www.uni-koblenz.de/~dkwitsch/Luhmann%20Freiburg/Denken%20Niklas%20Luhmanns.pdf>, zuletzt geprüft am 09.06.2013.
- Smith, Adam (1776). Eine Untersuchung über das Wesen und die Ursachen des Wohlstands der Nationen.
- Soros, George (1998): Die Krise des globalen Kapitalismus – Offene Gesellschaft in Gefahr, Alexander Fest Verlag, Berlin.
- Späth, Wilhelm (2004): Global vernetzt - lokal präsent. Wie die deutsche Diplomatie das Internet nutzt Global vernetzt - lokal präsent Diplomatie das Internet nutzt. In: Bilgeri, A. und Wolf, A. (Hrg.): *Diplomatie digital. Neue Kommunikationswege der Internationalen Politik*. Leverkusen: Barbara Budrich Publishers, S. 49-67. Online verfügbar unter http://www.budrich-verlag.de/upload/files/artikel/00000012_010.pdf, zuletzt geprüft am 03.12.2013.
- Steffenhagen, H. (2008): Marketing: eine Einführung: Kohlhammer. Online verfügbar unter <http://books.google.de/books?id=rZW2o7bFAh0C>.
- Stichweh, Rudolf (2000): Die Weltgesellschaft. Soziologische Analysen. 1st ed. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft, 1500).
- Stichweh, Rudolf (2004): Fremdheit in der Weltgesellschaft: Indifferenz und Minimalsympathie. Luzern. Online verfügbar unter <http://www.unilu.ch/files/25stwfremdheitinderweltgesellschaft.pdf>.
- Stiglitz, Joseph E.; Schmidt, Thorsten (2012): Der Preis der Ungleichheit. Wie die Spaltung der Gesellschaft unsere Zukunft bedroht. 1. Aufl. München: Siedler.

- Stocker, Frank; Zschäpitz, Holger (2014): Die unsichtbare Mauer zwischen Arm und Reich. In: *Die Welt - Online*, 03.04.2014. Online verfügbar unter <http://www.welt.de/finanzen/geldanlage/article126499688/Die-unsichtbare-Mauer-zwischen-Arm-und-Reich.html?config=print>, zuletzt geprüft am 03.04.2014.
- Streeck, Wolfgang (2013): *Gekaufte Zeit. Die vertagte Krise des demokratischen Kapitalismus*. Berlin: Suhrkamp (Frankfurter Adorno-Vorlesungen, 2012).
- Thadden, Elisabeth von (2013): Wie Kant bis nach Syrien kam. In: *Zeit Literatur*, 09.2013 (41).
- Weber, Max (1922): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. Online verfügbar unter <http://www.textlog.de/7336.html>, zuletzt aktualisiert am 12.06.2014, zuletzt geprüft am 12.06.2014.
- Weller, Christoph (2008): Von der politisch-friedlichen zur unpolitischkonstruktivistischen Perspektive? Zum friedentheoretischen Beobachtungswandel in der Friedens- und Konfliktforschung. Paper für das Panel "Stand und Perspektiven der Theorie-Debatte in der Friedens- und Konfliktforschung" beim Dritten Workshop des AK Theorie der AFK, 3. – 5. Juli 2008 in Loccum. Loccum, 06.2008.
- Westerwelle, Guido (2012): *Auswärtiges Amt - Vorstellung Gestaltungsmaechtekonzept - Rede von Außenminister Guido Westerwelle anlässlich der Vorstellung des Konzepts der Bundesregierung "Globalisierung gestalten – Partnerschaften ausbauen – Verantwortung teilen"* am 08.02.2012 im We. Berlin. Online verfügbar unter http://www.auswaertiges-amt.de/sid_4C1BF951AEA0D7F2837F1431F31BAA27/DE/Infoservice/Presse/Reden/2012/120208-BM_Gestaltungsmaechtekonzept.html?nn=608392, zuletzt geprüft am 06.02.2014.
- Wimmer, Frank (2013): *NÜRNBERGER AKADEMIE FÜR ABSATZWIRTSCHAFT GmbH - Wissenschaftliche Artikel. NÜRNBERGER AKADEMIE FÜR ABSATZWIRTSCHAFT e.V.* Online verfügbar unter http://www.naa.de/Absatzwirtschaft_Wurzeln_der_Marketingwissenschaft.scientific, zuletzt geprüft am 03.12.2013.
- Wobbe, Theresa (2000): „Weltgesellschaft“, Bielefeld.
- Zentes, Joachim; Kolb, Stefan; Fechter, Michael (2012): *Zwischen Konfrontation und Kooperation: Eine empirische Analyse der Rolle von NGOs aus Unternehmensperspektive*. Hg. v. Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) der Universität des Saarbrücken. Online verfügbar unter http://www.uni-saarland.de/fileadmin/user_upload/Professoren/fr13_ProfZentes/sonstiges/Studie_NGO.pdf.
- Zohlnhöfer, Reimut (2009): *WIRTSCHAFTLICHE GLOBALISIERUNG UND NATIONAL-STAATLICHE ANPASSUNGSSTRATEGIEN. FINANZPOLITIK IM WESTEUROPÄISCHEN VERGLEICH*. Paper zur DVPW-Sektionstagung 2009: "Die nächste große Transformation? Marktschaffende Politik: Ursachen, Dynamiken, Ergebnisse". Universität Bamberg, Bamberg. Online verfügbar unter http://poloek-dvpw.mpifg.de/e_documents/paper_jahrestagung_08/07%20Zohlhoefer%20-%20Wirtschaftliche%20Globalisierung%20und%20nationalstaatliche%20Anpassungsstrategien.pdf, zuletzt geprüft am 24.05.2012.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich,

Name, Vorname : Bernd Simon

Geburtsdatum: 15. 10. 1947

Matrikelnummer: 1152302

an Eides statt, dass ich die vorliegende Hausarbeit/Abschlussarbeit mit dem
Titel:

Der Marketing Approach in den Internationalen

Beziehungen

selbständig und unter Zuhilfenahme ausschließlich der im Literaturverzeichnis genannten Quellen angefertigt habe. Diese Arbeit wurde in dieser oder ähnlicher Form noch nicht für andere Prüfungszwecke eingereicht. Sämtliche Stellen der Arbeit, die benutzten Werken im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich durch Quellenangaben kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen und dergleichen sowie für Quellen aus dem Internet.

Augsburg,

(Datum) (Unterschrift)

Anhang

Politikfeld	Seite	Ziel	Wie	Problem	Kommentar/Anmerkung
Allgemein	6	GM sollen internat. Verantwortung übernehmen, Blockademacht abbauen	konstruktive Mitarbeit und Kooperation		Wo ist das Zuckerl?
Allgemein	6	Gestaltungskraft in globalen Fragen erhöhen	durch Allianzen	gemeinsame Interessen	
Allgemein	6-7	Ziel- und Wertvorstellungen für globalisierte Wirtschaft etablieren	engagierte Diskussion	Steuerung der Wirtschaft d. politischen System; Wirtschaft und Moral (Vgl. Luhmann)	
Allgemein	6-7	Deutsches Engagement f. Menschenrechte und Gleichberechtigung	Dialog	für wen ist das ein Problem?	Demnach will die BRD normative Werte 'verkaufen'. Die positiven deutschen Erfahrungen sollen überzeugen. (Klingt ein bißchen nach: vom deutschen Wesen soll die Welt genesen).
Allgemein	8	regelbasierte und multilaterale globale Ordnungspolitik (in 6 Aktionsfeldern)			
Allgemein	8	Durchsetzung europäischer Werte und Interessen	EU einig mit einflussreichen Partnern	Partner mit gemeinsamen Interessen finden	Warum sollten sich einflussreiche Länder für europäische Vorstellungen stark machen? Was haben Sie davon?
Global Governance	11	effektive internationale Institutionen, multilateral ergänzt um plurilaterale sowie bilaterale Kooperationen, um Gestaltungsfähigkeit zu erhalten/erlangen	Werbung bei neuen Gestaltungsmächten :-)	???	dem stimmen wohl die meisten zu, wo ist das Problem? Wenn es um Effektivität geht sind wir wieder beim Systemthema vgl. Luhmann. Wofür genau wird dann geworben?
Global Governance	11-12	Anpassung des VN-Systems an veränderte Realitäten; Sicherheitsrat an die politische Gewichtung der akutellen Welt anpassen	Gemeinsam mit wichtigen Partnern Reformen vorantreiben	BRD und andere GMs sind nicht angemessen im Sicherheitsrat vertreten	das ist ein heikles Ziel, Vergrößerung vs. Entscheidungsfähigkeit; keinesfalls gesichert, dass BRD profitiert bei der gegebenen Zusammensetzung
Kultur	15 u. 17	kulturelle Vielfalt soll durch Austausch und Sprachkurse gepflegt und Kontakte in die Zivilgesellschaften ausgebaut werden	Dialog und Austausch	Friedens- und Freiheitssicherung durch wechselseitiges Kennenlernen und respektieren	"Ein Wolf ist der Mensch dem Menschen, nicht ein Mensch, wenn man sich nicht kennt..." nach Plautus (ca. 254-184 v. Chr.)
Bildung und Forschung	19-21	verbesserte internat. Kooperationen in Wissenschaft und Forschung	gemeinsam mit GM	nachhaltige Entwicklung	BRD sieht sich hier als kompetenter Partner
Bildung und Forschung	21	Innovationspotentiale freisetzen um Zukunftsmärkte zu erschließen und nachhaltige Nutzung von Rohstoffen und Ressourcen	Forschungs- und Technologiepartnerschaften	globalen Herausforderungen begegnen	BRD mus als rohstoffarmes Land besonderes Interesse an Nachhaltigkeit entwickeln, um Wohlfahrt zu sichern
Global Governance	22	zivile Krisen- und Konfliktprävention im Rahmen der bestehenden globalen Institutionen sowie Gleichstellung von Männern und Frauen	gemeinsame Arbeit in den Gremien der Institutionen an der Lösung von Konflikten im Rahmen von Völkerrecht und GG	regionale Konflikte und Terror mögl. friedlich lösen	hier wäre die Verantwortung und die Einbindung der GM zu betonen. (Was leisten Russland und China in der syrischen Flüchtlingsfrage?)

Global Governance	'22 u. 24	Ausbau Rüstungskontrolle und Nichtverbreitung	gemeinsam mit GM; Aufbau effektiver Exportkontrollsysteme	regionale Konflikte und Terror mögl. friedlich lösen	klingt seltsam, wenn die Rüstungsexporte aus der BRD vor Augen hat
Global Governance	25	Kampf gegen Cyber-Gefahren	Kooperation und Information	Cyber-Kriminalität und Terrorismus	
Global Governance	25	GM einbinden in humanitäre Hilfsstrukturen	Werbung bei neuen Gestaltungsmächten :-)	wenig ausgeprägtes karitatives Denken, es gibt im eigenen Land noch genügend Hilfsbedürftige	bedeutet natürlich u.U. eine Entlastung bei den eigenen Aufwendungen; müssen
Global Governance	'25 u. 27	Menschenrechte auf der Basis der Wertorientierung der BRD durchsetzen und gegen kulturelle Relativierung des Menschenrechtsbegriffs kämpfen	in der Debatte von der Universalität der Menschenrechte überzeugen, auf der Grundlage gegenseitigen Respekts	unterschiedliche kulturell geprägte Vorstellungen von der Menschenrechtsidee und andere Probleme vorrangig	Umsetzung fehlt, man muss mit dem Fundament beginnen, dh. Menschenrechte müssen einklagbar sein, dazu braucht es einen Rechtsstaat, dazu braucht es Verwaltungsstrukturen, die z.T. erst oder zuerst geschaffen werden müssen
Global Governance	28	Rechtsstaatlichkeit etablieren als Voraussetzung für Menschenrechte	Rechtsdialog	unterschiedliche Auffassungen, Kulturen	das ist schon eine ziemliche Einmischung in die inneren Angelegenheiten anderer Staaten und wird sicherlich nicht überall goutiert
Global Economic Governance	'33-36	Markttöfnung iVm. multilateralen Regeln	WTO-Handelssystem	Protektionismus überwinden	für die BRD als Exportnation wichtig, für sich entwickelnde Schwellenländer ambivalent
Global Economic Governance	36	Standards für Exportfinanzierung und -förderung; Durchsetzung von Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsstandards	?	fairer Wettbewerb nicht gegeben; Budgetrisiken	für die BRD als Exportnation wichtig, für sich entwickelnde Schwellenländer ambivalent, ihre Wirtschaft ist oft noch nicht leistungsfähig genug, um sich dem internat. Wettbewerb auszusetzen; die Beachtung von sozialen/umwelt Standards verursacht Kosten, reduziert Wettbewerbsfähigkeit und behindert Entwicklung
Global Economic Governance	'36-37	effektive Finanzmarktregulierung und Reform der Institutionen Weltbank und IWF entsprechend der veränderten Gewichte innerhalb der Weltwirtschaft	gemeinsame Reformbemühungen mit GM	BRD und andere GMs sind nicht angemessen in den Gremien vertreten	vermutlich unvermeidlich, wie BRD profitieren will ist aber unklar
Global Economic Governance	42	klare, global gültige Regeln für den Zugang zu und den Handel mit Rohstoffen	Schaffung transparenter, gleicher und fairer Rahmenbedingungen	ungleiche Verteilung, Marktmacht bis hin zu monopolartigen Verhältnissen	bietet Konfliktpotential; BRD ist mangels eigener Rohstoffe und Energiequellen abhängig; warum sollen aber die Besitzer ihre Trümpfe aus der Hand geben, was bekommen sie dafür?
Global Economic Governance	'42 u. 43	Nachhaltiges wirtschaften, Entkopplung von Wirtschaftsleistung und Energie- und Rohstoffverbrauch	Unterstützung bei der Umstellung; energiepolitischer Dialog	Kosten	für BRD wichtig, für Schwellenländer kommt erst die wirtschaftl. Entwicklung

Global Economic Governance	42	globale Regulierung für nachhaltige Erzeugung von Nahrungsgütern und Agrarrohstoffen durchsetzen (Menschenrecht auf Nahrung)	Debatte zur globalen Ernährungssicherung	langfristige globale Interessen gegen kurzfristige nationale durchsetzen bei Wald, Fischgründen, Wasserversorgung, Bodennutzung	Regulierungen sind schon schwierig zu vereinbaren, umsetzen wäre noch viel dringlicher; welche Anreize können geboten werden?
Global Economic Governance	45 u. 47	Mindeststandards für menschenwürdige Arbeitsbedingungen; soziale Marktwirtschaft	Unterstützung	Moral, Wettbewerbsverzerrung	Umsetzung der ILO-Standards setzt Verwaltung voraus; informelle Wirtschaft beseitigen
Global Governance	46-47	Stärkung internat. Gesundheitssystem; (Beitrag zum Wohlstand für alle Menschen !!!)	Wissensstransfer, (Einführung sozialer Basissicherungssysteme)	Risiko v. Pandemien, ungenügende Sozial- und Gesundheitsstandards	setzt ausreichende finanzielle Mittel voraus, woher sollen die kommen?
Global Economic Governance	49	globale Rahmenbedingungen für nachhaltige Entwicklung	gemeinsames Handeln von Regierungen, Zivilgesellschaften und Privatwirtschaft	knappe Ressourcen behindern wirtschaftliches Wachstum	...können aber auch Innovationen befördern. Soziale Krisen, wenn es nicht gelingt wirtschaftliches Wachstum für alle zu generieren, um soziale Ungleichheiten auf der Ebene der Weltgesellschaft zu reduzieren.
Kommunikation	50	enge Verzahnung der Arbeit von Auslandsvertretungen, Auslandshandelskammern, Germany Trade & Invest GmbH, Privatwirtschaft und Durchführungsorganisationen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ)	interne Reorganisation	unzureichende Koordination der laufenden Aktivitäten vermindert Durchschlagskraft bzw. Erfolgschancen	interne organisatorische und vermutlich dringend notwendige Maßnahmen, um Resort-Chauvinismus zu überwinden. (und sei es nur, um Kostenvorteile durch Gruppentarife bei Auslandsreisen zu nutzen :-))
Umwelt/Klima	50-51	globales Klimaabkommen	Intensivierung der Koordinierung und Kooperation im Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich u.a. der VN	laufende Verhandlungen zu einem effizienten Abschluß bringen	das ist an sich ein sehr konkretes und auch operativ verfolgtes Ziel, aber auch hier werden viele Themen angeschnitten aber wenig konkretes benannt aus dem sich eine zielorientierte Vorgehensweise ableiten ließe
Global Governance	52	Einbindung der GM in die entwicklungspolitische Verantwortung in den diversen Gremien und Institutionen	Werbung und Unterstützung	teilw. Geringes bzw. teilw. Vorwiegend ökonomische Interessen	die GMs sind da sich nicht auf die Unterstützung der BRD angewiesen; z.T. dürfte das Interesse an der Heranführung zur Gruppe der großen VN-Beitragszahler auch verhalten ausfallen, da damit vermutlich auch höhere Leistungserwartungen mit einhergehen
Global Governance	59	regelgeleitete partnerschaftliche Globalisierungspolitik, flexibel, um auf Wandel rasch zu reagieren	Überzeugungsarbeit	vermutlich im Grundsatz kein Problem, der Teufel steckt im Detail	