

Thomas Held, Direktor «Avenir Suisse»:

Wie wirken Sozialwissenschaften?

Kritische Anmerkungen aus Anlass des SPP Zukunft Schweiz

Referat am Nationalen Tag des SPP Zukunft Schweiz, 28.6.2002

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich befinde mich - abgesehen von der ohnehin prekären Legitimation als Evaluierender - in einer doppelt unangenehmen Lage.

Zum einen könnte Avenir Suisse, der Name der Organisation, die ich vertrete, im Kontext dieser Tagung als Anmassung, ja als Plagiat angesehen werden, und, zum andern, noch schlimmer, gewissermassen als programmatische Verkündigung einer Konkurrenz zum SPP «Zukunft Schweiz» bzw. seiner Aktivitäten erscheinen. Lassen Sie mich deshalb gleich zu Beginn versichern, dass dies nicht der Fall ist. Avenir Suisse tritt nicht als Konkurrenz zu Ihren Instituten auf, wenn schon eher als potenzieller Auftraggeber.

Ich schliesse an diese Versicherung ein Eingeständnis an: Als die Stiftung 1999 formell gegründet wurde und die Stifter den nicht bloss gewichtigen, sondern auch äusserst schwerfälligen Namen «Stiftung Zukunft Schweiz/Fondation Avenir Suisse/Fondazione Avenir Svizzera» wählten, war ihnen höchstwahrscheinlich die Existenz des SPP «Zukunft Schweiz» weder bekannt noch bewusst. Ebenso wenig wie mir übrigens, als ich im Herbst 2000 als Leiter der neuen Institution berufen wurde. Hingegen spielte bei der Verdichtung des Namens auf die Marke «Avenir Suisse» die Verwechslungsgefahr mit dem SPP schon eine Rolle, umso mehr, als ein grosser Teil des Umfelds auch annahm, wir seien eine öffentliche Einrichtung.

Die zweite Schwierigkeit ergibt sich daraus, dass ich nicht in der Lage bin, die Arbeit des SPP in einem wissenschaftlich-quantitativen Sinn zu bilanzieren. Dies gilt insbesondere für die

institutionell-organisatorischen Resultate in Bezug auf die Lehre und die Forschungsinfrastruktur. Ich verweise hier auf Hanspeter Kriesi und die anderen Referenten. Ich werde mich deshalb auf eine subjektive Beurteilung aus einer gleich noch näher zu definierenden «Sicht der Praxis» beschränken.

Auf den Punkt gebracht: was Avenir Suisse und das SPP Zukunft Schweiz unterscheidet

Erlauben Sie mir zum Punkt «institutionell-organisatorisch Resultate» trotzdem zwei persönliche Bemerkungen:

1. Das Forschungsprogramm erscheint für den Aussenstehenden doch recht heterogen, um nicht zu sagen zersplittert. Im Papier von Hanspeter Kriesi werden 100 Projekte in 25 Schwerpunkten erwähnt. Insgesamt scheint es wenig Konzentration zu geben, vielmehr werden die Mittel und Projekte offenbar auf (viele) existierende Institute und Universitäten bzw. einzelne Lehrstühle aufgeteilt. Damit ist es sehr fraglich, ob die von Hanspeter Kriesi mehrfach beschworene «kritische Masse» wirklich erreicht werden kann. Hinzu kommt, dass der für den Innovationsprozess so wichtigen Clusterbildung räumlich/sprachliche Distanzen entgegenstehen, als ob die mentale Kleinräumigkeit der Schweiz auch auf die Sozialwissenschaften übergegriffen hätte.

Angesicht dieser Situation stellt sich die Frage, ob nicht die Bildung von «Schulen» auf der Grundlage starker Departments nötig wäre. Dies führt dann sofort zur «grossen» Frage nach dem Verhältnis zwischen den durch Verstetigung von SPP's wie «Zukunft Schweiz» gestärkten Sozialwissenschaften *und* der notwendigen Konsolidierung der Hochschullandschaft, in welche auch im Bereich der Sozialwissenschaften die Fachhochschulen einbezogen werden müssten ...

2. Die im Report von Hanspeter Kriesi geschilderten, implizit beklagten Nachwuchsprobleme sind offenbar auf den Erfolg der Sozialwissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt zurückzuführen. Dies ist ein bemerkenswertes Ergebnis, denn letztlich muss ja die Ausbildung im weitesten Sinn im Dienste des Arbeitsmarktes stehen. Der Erfolg der Sozialwissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt - im Bereich Human Resources, Marketing, Politikberatung, Corporate Communications etc. etc. - ist auch die stärkste denkbare Legitimation, ist der Beleg dafür, dass die viel zitierten «Erwartungen der Wirtschaft» erfüllt werden, dass die Förderung von Forschung und Infrastruktur nicht nur Selbstzweck ist, sondern auch im Dienst der Ausbildung steht.

Doch zurück zu den erwähnten **Erwartungen** «aus Sicht der Praxis». Es gibt von meiner Warte aus hier zwei mögliche Perspektiven der Praxis:

- Die Sicht der Praxis als Sicht «der Wirtschaft» oder, weil dies ja wenig Sinn macht, eingeschränkter: als Sicht der Stifter von Avenir Suisse
- Die aktuelle Praxis bzw. die - freilich - nur sehr kurze Erfahrung einer Institution wie Avenir Suisse (im Sinne einer möglichen Aussenposition, allerdings nicht mit dem Anspruch als Benchmark!)

Zuerst zu den Intentionen der Stifter: Einer der Gründe, weshalb die Exponenten der Stifterfirmen (und zwar die damaligen Initianten um Mario Corti) Avenir Suisse ins Leben gerufen haben, war - wie es damals in einem programmatischen NZZ-Artikel formuliert wurde - die «**Zögerlichkeit**» der universitären, akademischen Institutionen, konkrete Vorschläge zur Lösung von anstehenden Problemen zu formulieren.

Eine weitere Differenz ergibt sich aus der Formel, dass Avenir Suisse als Think Tank «unabhängig, aber nicht neutral» sein soll. Erst von einem definierten Standpunkt aus, auf der Basis des liberalen Credo, dass in aller Regel marktwirtschaftliche, zivile Lösungen staatlichen Interventionen oder Leistungen vorzuziehen sind, können überhaupt erst Kritik und Vorschläge formuliert werden, macht die Belegung der wirtschafts- und sozialpolitischen Diskussion überhaupt erst Sinn. Ein solcher Positionsbezug ist natürlich für ein SPP bzw. für die Forschung im Rahmen des Nationalfonds schwierig, selbst wenn umgekehrt natürlich auch kaum behauptet werden kann, die Nationalfonds-Forschung im Bereich der Geistes- und Sozialwissenschaften sei wert- oder auch nur politikfrei.

Damit ist auch die dritte offensichtliche Differenz zum normalen Wissenschaftsbetrieb innerhalb der NFP's und der SPP's angesprochen. Für einen Think Tank wie Avenir Suisse sollen wissenschaftliche Qualitätsstandards im Sinne der Zusammenarbeit mit anerkannten Wissenschaftlern und Instituten und im Sinne der Verwendung anerkannter, nachprüfbarer Methoden gelten. Es wird aber keine Grundlagenforschung betrieben, ebenso wenig wird in den Aufbau von Daten/Datenbanken investiert. Vor allem aber kann der Wissenschaftsbetrieb mit seinen immanenten Bewertungen (z. Bsp. der Bedeutung von Publikationen in internationalen bzw. amerikanischen Journals, der Bedeutung von Methodeninnovationen) nicht als Referenzsystem gelten.

Wenn man, zweitens, das SPP «Zukunft Schweiz» mit der gegenwärtigen, wie schon gesagt, erst sehr kurzen, bescheidenen Praxis von Avenir Suisse vergleicht, fällt als erstes ein völlig anderes Verhältnis zwischen Produktion und Kommunikation auf. Dies betrifft sowohl den Mitteleinsatz als auch die Rollendefinition der Sozialwissenschaftler. Nicht die wissenschaftliche Neuigkeit ist bei Avenir Suisse das oberste Kriterium für die Qualität, sondern die Übersetzungs- bzw. «Aufklärungsleistung» - allerdings ohne

die Grenze zur (politischen) Werbung oder zum Sponsoring zu überschreiten. Denn ein Think Tank kann keinen «media space» kaufen, sondern arbeitet grundsätzlich redaktionell. Es muss angefügt werden, dass für diese Art der im besten Sinn populärwissenschaftlichen Arbeit hierzulande weder eine Kultur noch ein Markt vorhanden ist (der Wissenschaftsjournalismus, soweit er auf dem Gebiet der Sozial- und Geisteswissenschaften überhaupt existiert, deckt diese Funktion nur ganz punktuell ab).

Eine weitere Differenz ergibt sich aus dem unterschiedlichen Rhythmus der Studien bzw. Projekte und damit auch in Bezug auf die Flexibilität des Mitteleinsatzes. Während für die SPP-Projekte die Nationalfonds-Rhythmen von 2 bis 3 Jahren gelten, gehen wir zurzeit bei Avenir Suisse von einer Projektdauer von sechs bis höchstens acht Monaten aus. Auch wenn die Stiftung nicht primär zur politischen Tages- oder Saison-Aktualität Stellung nehmen will, stellt sich auch für grundsätzlichere Analysen und Studien im heutigen Kommunikationsumfeld das Problem des Timing. Die Arbeitsweise von Avenir Suisse kann in dieser Beziehung eher mit jener einer Redaktion verglichen werden, d.h. es geht darum abzuschätzen, wie zukünftige Agenden aussehen könnten, in Antizipation zukünftiger Themenfelder die aus der Sicht der Stiftung kritischen Fragen zu formulieren und dann entsprechende Studien in Auftrag zu geben. Dies erfordert natürlich hohe Flexibilität auf Seiten der involvierten Sozialwissenschaftler sowie generell einen wesentlich kürzeren Bearbeitungsrythmus. Oder umgekehrt formuliert: persönliche oder institutionelle Präferenzen und Spezialisierungen oder Forschungstraditionen dürfen bei der Festlegung von Projekten keine entscheidende Rolle spielen.

Die Kunst der Kommunikation

Vor diesem Hintergrund soll das SPP vor allem unter dem Gesichtspunkt der Kommunikation beleuchtet werden; in diesem Sinne wird

an die Ausführungen von Hanspeter Kriesi angeknüpft. Es ist durchaus der These zuzustimmen, dass Instrumentalität und Nutzen der Sozialwissenschaften zurzeit eigentlich sehr hoch sind: die veröffentlichte Meinung, das Marketing, die politische Kommunikation demonstrieren dies täglich, neuerdings auch die in der Schweiz rasche Verbreitung von wissenschaftlichen Evaluationen als Werkzeugen im politischen Prozess. Hinzu kommt, dass das Publikum, das politische System, z. T. aber auch die Wirtschaft den Nutzen (oder soll man bereits sagen: den Segen) der klassischen Reflexions- und Orientierungsfunktion der Sozialwissenschaften (wieder) entdeckt.

Das Hauptproblem besteht nach Hanspeter Kriesi und Peter Farago nicht im Verwendungspotenzial dessen, was produziert und zum Teil auch angeboten wird, sondern vielmehr in der mangelnden Kommunikation, präziser in der mangelnden Kommunikationsfähigkeit: «Das Problem liegt nicht in der Nützlichkeit, oder in der Möglichkeit, Nützliches beizutragen, sondern vielmehr darin, dass dieses Wissen nicht adäquat kommuniziert wird: an das grosse Publikum und an andere Zielgruppen ausserhalb des akademischen Kontexts.»

Hanspeter Kriesi und Peter Farago identifizieren verschiedene Ursachen für dieses Defizit: a) schwache Autorenleistungen, b) das personale Auseinanderklaffen von öffentlicher Präsenz und wissenschaftlicher Zuständigkeit sowie c) die (generelle) Problematik, dass die Wissenschaft bei jeder konkreten, brauchbaren Antwort auf öffentliche, politische Fragen Gefahr läuft, ihren Aussagenspielraum zu überschreiten.

Als Ausweg oder zumindest Abhilfe sehen die beiden Kritiker einen Ausbau der professionellen Kommunikation, sprich den Einsatz von PR-Experten und -Agenturen. Dass man letzteren eine solche Schlussfolgerung nicht zweimal erklären muss, liegt ebenso auf der Hand, wie es nahe liegend scheint, das bei der Übung «science et cité» gewonnene Know-how nun direkt auf die Sozialwissenschaften zu übertragen.

Ich möchte nun als Erstes diese kommunikative Selbstbeurteilung aus der erwähnten Sicht der «Praxis» von Avenir Suisse kommentieren.

Ein allererster, zugegebenermassen äusserst subjektiver Test: an welche Produkte, Elemente des SPP Zukunft Schweiz erinnert man sich spontan, ohne irgendeine Gedächtnisstütze? In den Sinn kommen – in dieser Reihenfolge –

- a. der Gleichstellungsatlas
- b. die Analyse der Stelleninserterate als Konjunkturindikator, präziser der NZZ-Artikel von Matthias Kunz und Stefan Sacchi über diese Arbeit
- c. die Studien von Adrian Vatter zum Föderalismus, die sehr skeptische Beurteilung der Chancen von Gemeindefusion
- d. die Studien von Gebhard Kirchgässner zum Zusammenhang von föderalistischer Struktur und dem «lean state».

Hinzuzufügen ist hier nun, dass das bereits bestehende, durch den Themenkatalog von Avenir Suisse bedingte Interesse bei dieser spontanen Erinnerungsleistung natürlich verzerrend wirkt.

Ein etwas breiterer Test scheint dieses eher magere Recall-Ergebnis zu bestätigen. Eine Recherche im NZZ-Archiv für den Zeitraum 1995 bis heute, bei der alle rund 70 Autoren aus der SPP-Datenbank eingegeben wurden, ergibt doch erstaunlich wenige Fundstellen:

- Im Ressort «Mensch und Arbeit»:
 - o Hinweis auf die Datenbank der Stelleninserterate und die Studie von Marlis Buchmann
 - o Bericht über die Studie von Brigitte Liebig: Frauenförderung in Zeiten betrieblichen Wandels

- o Autorenartikel: Lohnbildung zwischen Markt und Macht, Studie zur Wahrnehmung von Einkommensunterschieden in der Schweiz
- Im Ressort «Bildung und Erziehung»:
 - o Autorenartikel: Multimedia - ein Beitrag zur Leseförderung, Antworten aus einem Forschungsprojekt
- Im Ressort «Medien und Informatik»:
 - o Bericht über die Studie über Journalisten, im Rahmen des Zukunft Schweiz Projektes plus im «Inland»: Bericht über Fortsetzung
- Im «Inland»:
 - o Bericht über den Sozialbericht 2000: Individualität als Sprengsatz des Sozialen
 - o Kritischer Bericht zu Kartographie der Gleichstellung

Diese weniger als ein Dutzend Fundstellen müssen gewiss als eher problematisches Ergebnis gewertet werden. Wenn Avenir Suisse eine ähnliche Ausbeute aufweisen würde, wäre der Auftrag der Stifter nicht einmal in Ansätzen erfüllt.

Keine Wirkung ohne bekannte Leitfiguren

An diese _ methodisch sicher nicht hieb- und stichfesten quantitativen Betrachtungen _ möchte ich nun, zweitens, eine Überlegung zum Zusammenhang von öffentlichem (nicht akademischem!) Bekanntheitsgrad und Wirkung anschliessen. Ich unterscheide fünf solcher Grade:

- International wirklich bekannt: Jean Ziegler, allenfalls noch Bruno S. Frey.

- Bekanntheit in der nationalen Politik und im nationalen Fernsehen: Claude Longchamp, mit einem deutlichen Abstand auch Kurt Imhof.
- Auf der dritten Bekanntheitstufe finden wir die Trendforscher und -autoren Mathias Horx oder David Bosshard
- Viertens wäre die Bekanntheit in speziellen Märkten (Marketing, Werbung) zu erwähnen: hier ist sicher an erster Stelle Werner Wyss, d.h. die Demoskopie bzw. das PKS (Psychologische Klima der Schweiz) zu nennen.
- Und schliesslich auf der fünften Stufe die (Schriftsteller-)Soziologen, die Begriffsschöpfer und Sinngeber, die Erfinder der verschiedenen „X-Gesellschaften“ wie Peter Gross, Ulrich Beck oder Gerhard Schulze.

Was wir in dieser zugegebenermassen wiederum sehr persönlichen Kategorisierung nicht finden, sind die Autorinnen und Autoren von Studienprogrammen wie dem SPP Zukunft Schweiz. Dieses Manko hat m. E. in erster Linie damit zu tun, dass öffentlich bekannte, aber wissenschaftlich auch hoch legitimierte Leitfiguren fehlen, welche die Freude an den Sozialwissenschaften glaubwürdig verkörpern.

Aus dem Gesagten lassen sich abschliessend drei notwendige Qualitäten bzw. Voraussetzungen für die Kommunikation sozialwissenschaftlicher Ergebnisse bzw. für die Präsenz sozialwissenschaftlicher Programme wie dem SPP Zukunft Schweiz ableiten:

Notwendig für eine gute Kommunikation ist, erstens, eine hohe Begriffskreativität, sozusagen eine Definitionshoheit, welche im Sinne des Brandings die Schaffung von eigentlichen Themen- oder Aussage-Marken erlaubt. Zur Orientierung können Beispiele aus der kommerziellen Medienforschung, insbesondere Marktstudien von Verlagen oder einzelnen Medientiteln (besonders eindrücklich immer wieder die Reports/Studien aus den Anzeigenabteilungen von «Brigitte», «Stern») herangezogen werden. Auch die populären Typolo-

gien oder Cluster-Analysen der bereits erwähnten Psychologischen-Klima-Studie zeigen, wie Begriffsfelder entwickelt und kommuniziert werden können. In der Soziologie wären die Begriffe für die Ausprägung der individualisierten «Gesellschaften» von Peter Gross (Multioptions-), Ulrich Beck (Risiko-) und Gerhard Schulze (Erlebnis-) zu erwähnen. Aus dem SPP Zukunft Schweiz ist meines Wissens kein Anstoss zu einer solchen Definitions- und damit auch nicht zu einer entsprechenden Kommunikationsleistung gekommen. Die Typologie im Werk über «Die Zukunft im Alltagsdenken» von Claudia Honegger, Caroline Bühler und Peter Schallberger geht zwar in diese Richtung. Es ist allerdings schade, dass es keine approximative Quantifizierung der Typen von Zukunftssattitüden gibt; eine solche würde der Typologie sofort ungleich grössere Resonanz verschaffen.

Die Begrifflichkeiten und Typologien der Trendforschung à la Mathias Horx zeigen umgekehrt, was nicht geschehen darf, wenn der Geltungsanspruch nicht ganz unterminiert werden soll. Wo sich das Branding überschlägt, wo die Kategorien der Gesellschaftsbeschreibung zur reinen Mode entarten, haben auch populärwissenschaftliche Sozialwissenschaften nichts mehr zu suchen.

Diese Bemerkungen über die Notwendigkeit einer prägnanten Begrifflichkeit verweisen auf eine sehr wichtige neue Randbedingung in der Nutzen-Diskussion, eine Randbedingung, die sich die Sozialwissenschaften zu wenig eingestehen. Gemeint ist die rasche «Ver-Sozialwissenschaftlichung» der Öffentlichkeit, vor allem auch der Medien. Zahllose Theorien, Findings, Begriffe vor allem aus der Sozialpsychologie, aber auch aus Soziologie und Politologie, auch natürlich aus der Volkswirtschaft sind in den letzten 20 Jahren zu «household words» geworden. Die Grenze «Laien» - Wissenschaft ist heute sehr fragil und oft nur noch formal festsetzbar. Deswegen kann auch die Sozialwissenschaft keine Erklärungszuständigkeit reklamieren. Die wissenschaftliche Reputation ist damit nur eine notwendige, aber keineswegs hinreichende Vor-

aussetzung für die Kommunikation. Gefragt sind vielmehr eben Definitionsfähigkeit, Verdichtungsfähigkeit und die Kreation von Bildern.

Für die wirkungsvolle Kommunikation sozialwissenschaftlicher Ergebnisse braucht es, zweitens, einen Standpunkt: Jede Aussage beinhaltet auch eine Meinung, impliziert eine Bewertung und einen Positionsbezug - und damit nicht zuletzt auch eine Wertediskussion. Diese kann nicht im «wissenschaftlichen» Rahmen der Studien geführt werden. Das bedeutet aber nicht, dass die Standpunkt- und Wertefragen immer so implizit bzw. aus Gründen der politischen Korrektheit gar nicht geführt werden, wie dies in der Schweiz oft der Fall ist. Ich möchte in diesem Zusammenhang auf die sehr hohe Visibilität der US-Think Tanks hinweisen. Sie definieren ihre Stand- und Ausgangspunkte klar, ohne deswegen aus der akademischen Diskussion ausgeschlossen zu werden.

Eine Frage des Stils

Schliesslich, und drittens, kann eine wirkungsvolle, nachhaltige Kommunikation von sozialwissenschaftlichen Fragen und Erkenntnissen nur erfolgen, wenn die Autoren ins Zentrum gestellt werden. Darauf beruht letztlich der Erfolg des populärwissenschaftlichen Diskurses - auch in den Naturwissenschaften. Die Authentizität und Qualität der Autoren kann durch keine PR-Aktionen oder wie auch immer gearteten Transformationen ersetzt werden. Dies gilt in besonders hohem Masse für die an die Sprache gebundenen Sozial- und Geisteswissenschaften. Wenn davon gesprochen wird, dass PR-Leute die Werke und Studien von Sozialwissenschaftlern umsetzen sollten, kommt einem dies gerade so vor, als ob literarische Autoren primär PR-Aktionen machen würden (was ja in letzter Zeit bisweilen auch geschieht).

Die Voraussetzungen, die eine gute Autorin, ein guter Autor mitbringen müssen, sind rasch aufgezählt:

- **Stil** (was ja gerade in der deutschsprachigen Schweiz zunehmend zur äussersten Mangelware und damit zum grossen Kommunikationsmanko wird)
- ein **nicht (bloss) wissenschaftlicher Referenzrahmen**, d.h. ein erkennbarer Wille zum Praxisbezug. Dazu hat sich in Bezug auf die Ökonomen kürzlich Bernd Schips an der Tagung der schweizerischen Gesellschaft für Volkswirtschaft und Statistik geäussert. Er wies dabei die Klage aus dem Kollegenkreis zurück, dass wissenschaftlich arbeitende Ökonomen kaum, sogar immer weniger in wirtschaftspolitische Entscheidungen einbezogen würden, dass Ökonomen schon gar nicht gefragt würden bzw. dass ihre Meinungen von Politikern nur zur Kenntnis genommen würden, wenn sie deren eigene Positionen stärken würden. Schips forderte dazu auf, die «Schuld» an diesem Zustand bei der Ökonomie selbst zu suchen, und stellte die These auf, dass die aktuelle Modellhörigkeit der Ökonomen die politische Nachfrage nach Wirtschaftswissenschaften verringern würde. Bruno S. Frey sah schon früher eine der Hauptursachen für die Geringschätzung der wirtschaftswissenschaftlichen Sachkompetenz durch die Politik in dem Umstand, dass sich «wissenschaftliche» Ökonomen immer mehr auf eine Analyse formaler und selbst definierter Probleme zurückziehen würden. Die aus dieser Selbstbeschränkung resultierenden Arbeiten sind für tatsächlich sich stellende Fragen nicht mehr relevant. Forschungsarbeiten müssen, im Gegenteil, nur noch den im Wissenschaftsbetrieb üblichen intellektuellen Standards genügen.

Schips stimmt dieser Beurteilung zu. Seines Erachtens erhalten in der Literatur, aber leider auch in der Lehre solche mit sehr speziellen Annahmen operierenden Modelle, deren

praktische Relevanz meistens sehr gering ist, ein viel zu grosses Gewicht.

Ins gleiche Kapitel gehören die Klagen über das allmähliche Verschwinden der sich mit dem eigenen Kontext, d.h. mit der Schweiz engagiert auseinandersetzen, sich einmischenden und vor allem gut formulierenden Ökonomen wie Walter Wittmann, Henner Kleinewefers und Silvio Borner. In der Tat scheinen keine in gleicher Weise formulierungsgewaltigen Nachfolger für die politisch-ökonomische Diskussion in der Schweiz in Sicht.

- **Anschaulichkeit**, d.h. die Fähigkeit zur detaillierten *Description* der wirtschaftlichen Abläufe und der zu beobachtenden Zusammenhänge, sollte wieder einen zentralen Stellenwert bekommen. Man könnte die These wagen, dass die Analogie zur kritisch erwähnten Modellhörigkeit der Ökonomie die Umständlichkeit einer spezifisch soziologischen Wissenschaftssprache ist.

Zusammenfassend: Die heute diskutierte Kommunikationsaufgabe ist eine Übersetzungsaufgabe, aber eine, und hier scheiden sich vielleicht die Geister, die m. E. nur sehr bedingt, eigentlich fast überhaupt nicht delegiert werden kann. Gefordert wäre also eine Ausbildung bzw. eine Auslese auch im Hinblick auf diese Übersetzungsaufgabe. Im angelsächsischen Bereich geschieht dies via Think tanks, via einen viel grösseren Büchermarkt sowie via private Universitäten (wo die Sponsoren akademisch ausgewiesene, aber auch öffentlich bekannte Professoren vorziehen, weil so wiederum die Attraktivität der Universität für Studenten wächst). Aber auch in Europa wird man sich der grossen Bedeutung der Autoren- und Kommunikationsqualitäten bewusst: So forderte kürzlich die Organisation PUSH, die Dachorganisation der deutschen Forschungsinstitute und -räte, dass die wissenschaftliche Reputation davon abhängen sollte, inwieweit Forschungsergebnisse *öffentlich*

und möglichst allgemeinverständlich zugänglich gemacht werden. Diese Popularisierung bedeutet keine Qualitätseinbusse. Die Frage nach der Beziehung zwischen dem Wissenschaftssystem und der politischen Öffentlichkeit lässt sich nicht auf die Dichotomie Hintergrundanalysen vs. kurzfristige Bestseller reduzieren. Es ist nicht nur notwendig, sondern auch dringend angezeigt, dass das SPP Zukunft Schweiz aus dem wissenschaftlichen Diskursfeld heraustritt.