

Einleitung

»Der qualifizierte Rat ist nie eifertig. Er hört zu und wägt ab, ist sich selbst oftmals keineswegs sicher. Man erkennt ihn am Tonfall: Er ist ernst und bestimmt, einfühlsam, ohne sich aufzudrängen, und er lässt dem anderen die völlige Freiheit der Entscheidung. Gerade deshalb kann man (manchmal) auf ihn bauen. Für die wirklich wichtigen Dinge im Leben brauchen wir, die einzelnen ebenso wie die Gesellschaft, nach wie vor guten Rat«.

(Paris 2005: 385)

Beratung ist in der modernen Gesellschaft ein Phänomen von weitreichender Bedeutung. In nahezu allen Lebenslagen wird Beratung nachgefragt und angeboten. Beratung zielt auf richtige Ernährung, effiziente Unternehmensführung, politische Einflussnahme, auf erholsames Reisen, schöneres Wohnen, nachhaltiges Verbrauchen, korrektes Versteuern und gewinnbringendes Anlegen, effizientes Studieren, auf verantwortungsvolles Erziehen und krisenfeste Ehen etc. Die Beraterbranche boomt ungeachtet wiederkehrender konjunktureller Krisen. Mehr noch, die Nachfrage nach Beratung scheint sich gerade in Krisenzeiten verstärkt bemerkbar zu machen. Für Wirtschaftsunternehmen ist Beratung im Zuge der Verschlinkung und Enthierarchisierung von Unternehmensstrukturen zu einer Selbstverständlichkeit geworden und vielen Menschen ist psychosoziale und seelsorgerische Beratung ein rettender Anker. Dem vermeintlichen Bedeutungszuwachs von Beratung als einem realen Phänomen entspricht die inflationäre Verwendung des Begriffs in Alltag und Wissenschaft, eine gestiegene öffentliche Aufmerksamkeit für und mediale Präsenz von Beratern. Die aggressive Selbstpromotion der kommerziellen Beratung führt bisweilen zu einer Inflation der »Beratung«, die kritische Stimmen laut werden lässt und

mitunter auch Vertrauensverluste zur Folge hat. Und die soziologischen Beobachter der Gesellschaft diskutieren bereits den Begriff der »Beratungsgesellschaft« (Fuchs/Pankoke 1994).

Im Rahmen eines empirischen Forschungsprojektes zu »Politischen Kommunikationsberatern in der Schweiz« haben wir uns zum Ziel gesetzt, das Berufsfeld der kommerziellen Beratung in politischer Kommunikation in der Schweiz einer umfassenden Beschreibung und Systematisierung zu unterziehen (vgl. Hoffmann/Steiner/Jarren 2007). Der Begriff »Beratung« schien nicht schlecht gewählt, da sich die Dienstleister selbst bevorzugt als Berater bezeichneten. Der Begriff wurde von uns wie auch von den Dienstleistern mit großer Selbstverständlichkeit und auch mit einer gewissen Sorglosigkeit verwendet, ohne Rechenschaft darüber abzulegen, was das Beratende an der Beratung ist und inwieweit der Titel des Beraters zu Recht verwendet wird. Auf die explizite Frage nach Beratung antworteten die befragten Dienstleister vielfach ausweichend oder aber es wurden in unspezifischer Weise alle möglichen Dienstleistungen darunter rubriziert – beispielhaft hierfür die Antwort eines Interviewten auf die Frage, was Beratung genau beinhaltet: »Beratung umfasst eigentlich alle Dienstleistungen in diesem Bereich, von der Strategieberatung über den Lobby-Support bis hin zur Herstellung von Printprodukten, zur Unterstützung der Medienarbeit, zur allgemeinen Unterstützung im Bereich Kommunikation« (7: 1).¹ Das Unbehagen mit dem Beratungsbegriff, das im Zuge des Projekts aufkam und sich in dessen Verlauf verstärkte, motivierte mich zur Frage, was Beratung eigentlich ist, oder anders gesagt: was das »Beratende« an der Beratung denn eigentlich ausmacht. Die Klärung dieser allgemeinen Frage nach Beratung, nach der Funktion und Form der Beratung, habe ich in der Folge zum Ziel meines Dissertationsvorhabens erklärt.

Was also ist Beratung? Die gegenwärtige Beratungspraxis trägt wenig zur Klärung dieser Frage bei. Es scheint für sie geradezu eine Überlebensnotwendigkeit zu sein, nicht zu wissen, was das Beratende an der Beratung eigentlich ist. Zu viel Selbstreflexion droht den Fluss der Beratungskommunikation zu blockieren und den Beratungserfolg zu gefährden. Gerade die institutionalisierte Beratungspraxis ist darauf angewiesen, effektive und effiziente Beratungsleistungen anbieten und Beratungserfolge ausweisen zu können, die noch dazu den Kriterien der Wirtschaftlichkeit genügen. Sie ist auf eine beratungswillige und beratungsfähige Klientel angewiesen, deren

1 | Die Interviews mit Public-Affairs-Beratern, die die Arbeit zur Illustration der theoretischen Argumente hinzuzieht (vgl. Kap. 6), wurden im Kontext eines empirischen Forschungsprojektes zu Public-Affairs-Beratern in der Schweiz geführt (vgl. Hoffmann/Steiner/Jarren 2007). Die Aussagen der Interviewpartner wurden vollständig anonymisiert und werden im Folgenden wörtlich wiedergegeben. Die Klammerangabe im Anschluss an die Zitate beinhaltet die Nummer des Interviews und die jeweilige Seite des Interviewtranskripts, auf der das Zitat zu finden ist. Nähere Angaben zur methodischen Vorgehensweise und zur Fallauswahl finden sich in Kapitel 6.1 (vgl. auch Hoffmann/Steiner/Jarren 2007: 90ff.).

Probleme zu den angebotenen Problemlösungen passen, und sie wirkt in diesem Sinne auch »vorsorgend« auf die Problemwahrnehmungen potenzieller Klientel ein. Hans Thiersch (1989; 1990) hat in diesem Zusammenhang den Begriff des »Homo Consultabilis« geprägt und die »geheime Moral der Beratung« aus einer normativen Perspektive heraus kritisiert. Der Homo Consultabilis ist der zur Beratung passende Mensch, ein Mensch, »für den Beratung, wie sie angeboten wird, geeignet ist« (Thiersch 1989: 183). Es zeigt sich hier ein Widerspruch zwischen Behauptung und Realität, zwischen Moral und geheimer Moral der Beratung: Während sich Beratung im ersten Fall auf die spezifischen, individuellen Probleme der Ratsuchenden einlässt, um bei der Lösung der Probleme zu helfen, beruht sie im zweiten Fall darauf, dass sich Ratsuchende auf die Beratung bzw. auf deren Problemdarstellungen und -lösungen einlassen, sich genötigt sehen, sich an deren Angebot anzupassen, was dann zu Verkürzungen bei der Problemdefinition und -behandlung führt (vgl. Thiersch 1989: 189). Auch aufseiten der Ratsuchenden ist mithin nicht immer an Beratung gelegen, sondern zuweilen an einfacher Entlastung oder Legitimation durch externe Autoritäten. In Anbetracht dieser Widersprüche in der Beratungspraxis liegt der Verdacht nahe, dass nicht alles, was sich als »Beratung« anbietet oder nachgefragt wird, tatsächlich auch Beratung ist, dass darunter mithin weniger Beratungsfunktionen als vielmehr Alibifunktionen unterschiedlichster Art – der Absatzsicherung, der Vermarktung vorgefertigter Problemlösungen, der Durchsetzung und Legitimation von gefällten Entscheidungen etc. verkauft werden. Die Frage, was Beratung ist bzw. was das Beratende an der Beratung ausmacht, hat vor diesem Hintergrund unmittelbar praktische Relevanz. Ihre Beantwortung soll es ermöglichen zu bestimmen, wie beratend die Beratungspraxis tatsächlich ist und was sinnvollerweise von Beratung erwartet werden kann.

Was sagt uns die wissenschaftliche Beratungsforschung über Beratung? Auch sie trägt nicht wirklich zu einer befriedigenden Antwort auf obige Frage bei. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts ist Beratung in unterschiedlichsten Wissenschaftsdisziplinen Gegenstand der Forschung. Psychologie, Pädagogik, Soziologie, Philosophie, Theologie, Rechtswissenschaft, Betriebswirtschaftslehre, Politikwissenschaft, sie alle befassen sich mit Beratung, haben jedoch verschiedene Phänomene vor Augen, arbeiten mit unterschiedlichen theoretischen Konzepten und empirischen Methoden (vgl. Nestmann/Engel/Sickendiek 2004a; 2004b). Die wechselseitige Transparenz und Kenntnisnahme sowie vernetzte Perspektiven werden zwar immer wieder gefordert, sie sind in der Forschung jedoch selten zu finden (vgl. McLeod 2004: 487ff.). Die Unterschiedlichkeit der forschungspraktischen Erkenntnisinteressen und der ausgeprägte Anwendungsbezug innerhalb der disziplinären Beratungsforschung scheinen den Integrationsbemühungen zu widerstreben. Integrative Beratungskonzepte, die den Ansprüchen einer allgemeinen Beratungstheorie gerecht zu werden versuchen, sind entsprechend kaum anzutreffen. Von einem allgemein geteilten Beratungsverständnis ist die wissenschaftliche Beratungsforschung weit entfernt. Analog zur fachlichen Ausdifferenzierung und Heterogenität der disziplinären Gegenstandsbezü-

ge existieren unterschiedlichste »Objekttheorien« und entsprechende Ansätze, Methoden und Instrumentarien. Ein allgemeiner Begriff der Beratung, der disziplinübergreifende Geltung beanspruchen kann, der gleichsam den beratenden »Nenner« der unterschiedlichen, disziplinär ausgerichteten und begrenzten Beratungskonzepte freilegt, und der eine wechselseitige Beobachtung bzw. die transdisziplinäre Reflexion auf Beratung anleiten könnte (vgl. Brunner/Schönig 1990: 152), ist nicht in Aussicht – er wäre in Anbetracht der Vielfalt und Heterogenität der Forschung für die Beratungsforschung wie -praxis jedoch besonders wichtig. Die Beantwortung der obigen Frage hat somit auch wissenschaftliche, beratungstheoretische Relevanz: Sie soll transdisziplinäre Beobachtungs- und Vergleichsmöglichkeiten schaffen, um auf diese Weise die Grenzen und blinden Flecken disziplinärer Zugänge zu beleuchten und neue Erkenntnisse über Beratung zu ermöglichen.

Die vorliegende Untersuchung versucht eine Antwort auf die Frage zu geben, was Beratung ist, genauer: wie Beratung funktioniert und welche Form sie hat. Beratung wird dabei einschränkend als ein soziales Phänomen in den Blick genommen, was bedeutet, dass die psychologischen und physiologischen Voraussetzungen, die in Beratungsprozessen involviert sind und die auch Anlass zu Beratung geben können, in der vorliegenden Arbeit ausgeklammert werden. Diese Einschränkung auf das Soziale soll nicht bedeuten, dass Beratung keine psychologischen oder biologischen Momente aufweist, bewusste und organische Prozesse involviert und sich an psychologischen oder biologischen Problemen entzünden kann. Die Frage ist vielmehr, wie es dazu kommen kann, dass Probleme dieser und anderer Art einer sozialen Bearbeitung, einer Beratungskommunikation, unterzogen werden. Die Beantwortung der obigen Frage erfolgt im Rahmen einer idealtypischen Begriffsbildung im Sinne Max Webers (1968).² Gesucht ist ein Begriff von Beratung, der die »typischen« Merkmale von realen Beratungsphänomenen in »idealer« Gestalt festhält (Weber 1968: 201f.; vgl. auch Merz 1990: 378). Es geht um eine idealtypische Bestimmung der Funktion und

2 | Eine idealtypische Bestimmung von Beratung hat bislang einzig Rainer Schützeichel (2004: 280ff.) in seinen »Skizzen zu einer Soziologie der Beratung« unternommen. Er rekurriert dabei auf den wissenssoziologischen Gattungsbegriff, versteht Beratung als kommunikative Gattung und grenzt sie von anderen Kommunikationsgattungen ab. Kritisch lässt sich zu diesen interessanten und aufschlussreichen Ausführungen anfügen, dass nicht immer mit der nötigen Konsequenz idealtypischer Begriffsbildung vorgegangen wird (z.B. die »prototypische« Unterscheidung von Beratungskonstellationen) und die Ausführungen wiederholt zu reifizierenden Schlussfolgerungen tendieren (z.B. der Zusammenhang von kommunikativer Gattung und Modernisierung). Der Begriff der »kommunikativen Gattung« (als institutionalisierte Handlung) weist einen empirischen Geltungsbezug auf, womit eben auch Grenzen für eine idealtypische Begriffsbestimmung angezeigt sind, was allerdings nicht reflektiert wird. Die vorliegende Arbeit rekurriert verschiedentlich auf die instruktiven Ausführungen von Schützeichel, sie geht jedoch theoretisch einen anderen Weg.

Form der Beratung, abstrahierend von den besonderen empirischen Kontexten. Ein solcher Begriff von Beratung ist die Folge einer theoretischen Reflexion, ein »Idealbild«, das sich in dieser reinen Form in der empirischen Wirklichkeit nicht vorfinden lässt, das jedoch dazu dienen kann, »in jedem einzelnen Falle festzustellen, wie nahe oder fern die Wirklichkeit jenem Idealbilde steht« (Weber 1968: 191).³ Der »Homo Consulens«, der beratende Mensch, steht in dieser Arbeit für den Idealtypus des Beraters, der durch seine kommunikativen Interventionen und im Zusammenspiel mit dem Ratsuchenden Kommunikation als Beratung formt und als Beratung funktionieren lässt. Er ist eine gedankliche Konstruktion, die in dieser Form in der empirischen Wirklichkeit nicht vorkommt, die jedoch die Bedingungen aufzeigt, die erfüllt sein müssen, um von Beratung sprechen zu können. Es wird somit weder gesagt, dass die empirische Beratung zwangsläufig dem Idealtypus entspricht, noch dass sie dem Idealtypus entsprechen soll. Es wird hier explizit keine »Moral der Beratung« (Thiersch 1990: 136) eingefordert, vielmehr soll der analytische Blick auf empirische Beratung geöffnet und geschärft werden.

Dass und wie empirische Beratung hinter dem Idealtypus zurücksteht, hängt mit den sozialen Kontexten zusammen, in denen sie stattfindet. Empirische Beratung ist ein kontextspezifisches Phänomen, sie wird maßgeblich von ihren Kontexten geprägt und geformt und erscheint dann in Abhängigkeit ihres primären gesellschaftlichen Kontextes in unterschiedlicher Form – als Erziehungsberatung, Politikberatung, Wirtschaftsberatung, Rechtsberatung, Gesundheitsberatung etc. Innerhalb dieser primären gesellschaftlichen Kontexte stehen wiederum weitere institutionelle und organisatorische Kontexte, die der Beratung dann ihre spezifische Form als Familienberatung, Schulberatung, Studierendenberatung, Laufbahnberatung etc. geben – um hier beim ersten Beispiel der Erziehungsberatung zu bleiben. Der Sinn und Zweck idealtypischer Begriffsbestimmung zeigt sich gerade auch mit Blick auf die vielfältigen Formen kontextspezifischer Beratung, denn diese werden überhaupt erst vor dem Hintergrund eines identischen, kontrafaktischen Idealtypus der Beratung als Beratung bestimmbar sowie in ihrer Verschiedenartigkeit vergleichbar. Der Idealtypus bildet gleichsam die identische Projektionsfläche, auf der die ausschlaggebenden Unterschiede empirischer Beratung beobachtbar werden. Mit Blick auf den Idealtypus zeigt sich, wie sich die sozialen Kontexte ermöglichend und beschränkend auf Beratung auswirken, wie sie in die Beratung hineinwirken und deren

3 | Weber (1968: 191) präzisiert die Vorgehensweise folgendermaßen: »Er [der Idealtypus; Anm. AS] wird gewonnen durch einseitige Steigerung eines oder einiger Gesichtspunkte und durch Zusammenschluss einer Fülle von diffus und diskret, hier mehr, dort weniger, stellenweise gar nicht, vorhandenen Einzelercheinungen, die sich jenen einseitig herausgehobenen Gesichtspunkten fügen, zu einem in sich einheitlichen Gedankengebilde. In seiner begrifflichen Reinheit ist dieses Gedankengebilde nirgends in der Wirklichkeit empirisch vorfindbar, es ist eine Utopie [...]« (Hervorh. wegg.).

konkrete Gestalt formen. Die empirische Beratungsforschung hält sich üblicherweise ausschließlich an »ihren« primären Beratungskontext, der sich aus dem disziplinären Gegenstandsbezug ergibt, und befasst sich dann beschreibend, erklärend und bewertend mit den kontextspezifischen Beratungsformen (z.B. die Pädagogik mit den Formen der Erziehungsberatung und der Familie, der Schule, der Universität als Kontexte), wodurch sowohl der Durchblick auf Beratung unabhängig besonderer Kontexte, auf das »Beratende« der Beratung und der daraus resultierenden Möglichkeiten, als auch der vergleichende Blick auf andere Beratungsformen verunmöglicht wird. Die idealtypische Bestimmung von Beratung soll einen solchen Durchblick und Seitenblick auf Beratung eröffnen und die empirische Beratungsforschung für den Beratungsgehalt oder die Beratungsqualität ihres Gegenstandes wie auch für die Möglichkeiten und Grenzen kontextspezifischer Beratung sensibilisieren. Als Bindeglied zwischen abstraktem Idealtypus und konkreter empirischer Beratungsforschung bedarf es somit einer »Kontexttheorie«, die Angaben zur Struktur und prozessualen Logik des Kontextes und der darin bestehenden Anforderungen an Beratung machen kann. Der Idealtypus der Beratung muss, mit anderen Worten, mittels einer geeigneten Kontexttheorie spezifiziert werden, um empirische Anschlüsse ermöglichen zu können. Auch dieser Schritt soll in der vorliegenden Arbeit versucht werden: Der ausgewählte Kontext ist das politische System, die Beratung ist Politikberatung.

Wie an diesen einleitenden Bemerkungen deutlich wird, ist die vorliegende Arbeit selbst theoretisch ausgerichtet. Sie abstrahiert von den empirischen Erscheinungsformen der Beratung und ihren sozialen Kontexten, um auf diese Weise zu einem Idealtypus der Beratung zu gelangen. Die Spezifikation des Idealtypus auf den politischen Kontext erfolgt ebenfalls theoriegeleitet. Dabei wird wiederholt auf Erkenntnisse und Ergebnisse aus der empirischen Beratungsforschung sowie gelegentlich auf empirisches Anschauungsmaterial zurückgegriffen, nicht jedoch, um empirische Beratung selbst zum Gegenstand der Analyse zu machen, sondern um auf dieser Grundlage theoretisch informierte Begriffsarbeit im Sinne der Idealtypenbildung zu betreiben bzw. die theoretischen Ausführungen empirisch zu illustrieren. Die begrifflichen Voraussetzungen der Idealtypenbildung liefert zunächst eine Analyse der Semantik von Rat und Tat. Theoretisch orientiert sich die Arbeit im weiteren Verlauf an der Systemtheorie im weiteren Sinne. Die Funktions- und Formbestimmung rekurriert auf kybernetische Theorien der Beobachtung und der Reflexion sowie auf einen systemtheoretischen Entscheidungs- und Kommunikationsbegriff. Die »Kontextualisierung« der Beratung als Politikberatung bedient sich im Wesentlichen der Theorie des politischen Systems. Die Systemtheorie im weiteren Sinne bildet somit die übergreifende theoretische Klammer der vorliegenden Arbeit. Die Theoriewahl hätte auch anders ausfallen können, mit Blick auf das vorliegende Erkenntnisinteresse liegt sie jedoch auf der Hand: Zum Ersten zeichnet sich die Systemtheorie durch ein hohes Abstraktionsvermögen aus, das sich zum Zweck einer allgemeinen Funktions- und Formbestimmung von Beratung

gut zu eignen scheint – dies im Gegensatz zu den gängigen, gegenstandsnahe Objekttheorien innerhalb der disziplinären Beratungsforschung. Zum Zweiten liefert die Systemtheorie im weiteren Sinn in allen hier interessierenden Gegenstandsbereichen weiterführende Theoriebeiträge, auf die zurückgegriffen werden kann – so insbesondere in Bezug auf die Semantik, Beratungstheorie und Theorie des politischen Systems. Schließlich eröffnet die Systemtheorie die Möglichkeit, einen größeren Gedankengang – von Rat und Tat über den Idealtypus von Beratung (Entscheidung und Beratung) bis hin zur politiktheoretischen Anwendung (Politik und Politikberatung) – innerhalb eines einheitlichen und konsistenten Begriffs- und Theorierahmens durchzuführen.

Der Aufbau der Arbeit sieht folgendermaßen aus: Im ersten Teil geht es darum, sich anhand einer Analyse der Semantik von Rat und Tat dem Beratungsbegriff und seinen Voraussetzungen zu nähern. Die Semantik macht auf die für Beratung konstitutive Unterstellung der Freiheit und Freiwilligkeit des handelnden Subjekts aufmerksam. An diese Leitdifferenz und die damit einhergehenden Unterstellungen wird im zweiten Teil mit der idealtypischen Begriffsbestimmung angeschlossen. Die Tat wird als Entscheidung, d.h. als Handeln unter Bedingung von Kontingenz, reformuliert, wobei zu zeigen ist, was Entscheidung überhaupt ist, welche Beobachtungsleistungen dabei vorausgesetzt sind und inwiefern Entscheidungshandeln überhaupt zu einem beratungsrelevanten Problem wird. Die Problematik der Entscheidung und die Möglichkeit der Beratung liegen darin begründet, dass der Entscheider als Beobachter die Bedingungen seines Entscheidens nicht zugleich mitbeobachten kann, dass er aber von einem anderen Beobachter beobachtet und beraten werden kann (Kap. 1). Auf der Grundlage dieser Perspektivendifferenz wird dann die idealtypische Bestimmung der Funktion und Form der Beratung vorgenommen (Kap. 2). Zum Schluss wird der Blick auf die Umweltkontexte der Beratung geöffnet und die Frage beantwortet, wie sich diese sozialen Kontexte auf Funktion und Form der Beratung auswirken (Kap. 3). Zunächst wird die gesellschaftliche Umwelt bzw. das Verhältnis von Beratung und Gesellschaft betrachtet, um sodann auf die institutionellen und organisatorischen Kontexte der Beratung sowie auf das Beratungssetting einzugehen.

Im Anschluss an diese allgemeinen Ausführungen zu Beratung geht es im zweiten Teil darum, einen besonderen gesellschaftlichen Kontext der Beratung, nämlich die Politik, näher zu betrachten und in diesem Zusammenhang Funktion und Form von Politikberatung zu diskutieren. Hier wird die Theorie des politischen Systems als Kontexttheorie der Beratung zur Anwendung gebracht: Die Tat, die zur Entscheidung wurde, wird hier zur Politik bzw. zur politischen Entscheidung, der Rat resp. die Beratung wird zur Politikberatung. Zunächst geht es darum, die strukturellen Merkmale des politischen Systems als »Kontextur« sowie der relevanten politischen Teilbereiche zu bestimmen, um sodann auf die prozessualen und kommunikativen Dimensionen des Politischen einzugehen (Kap. 4). Diese strukturellen und prozessualen Dimensionen des politischen Systems sind insofern von

Bedeutung, als sie relevante Kontextfaktoren der Politikberatung darstellen. Politikberatung ist dann Gegenstand der darauf folgenden Ausführungen (Kap. 5). Zunächst werden die Auswirkungen des politischen Kontextes auf die Funktion und Form der Politikberatung dargestellt, um im Anschluss daran mit Blick auf die politischen Teilbereiche unterschiedliche Formen der Politikberatung zu bestimmen. Die restlichen Ausführungen drehen sich dann um Beratung in politischer Kommunikation, wobei die Anforderungen der verschiedenen politischen Kommunikationsformen an Beratung diskutiert werden. Im Anschluss daran wird der Idealtypus der Beratung auf empirische Befunde aus Interviews mit Beratern in politischer Kommunikation, sogenannten Public-Affairs-Beratern, bezogen, um auf diese Weise dessen empirische Relevanz sowie auch empirische Zugangsmöglichkeiten aufzuzeigen (Kap. 6). Damit wird die Problemstelle, die mich zur Fragestellung dieser Arbeit motiviert hat, wieder aufgenommen und zum Gegenstand einer abschließenden Betrachtung gemacht. Zum Schluss werden die Ausführungen nochmals rekapituliert und zusammengefasst sowie der Blick auf zukünftige Forschungsmöglichkeiten geöffnet.