

Fallbeschreibung

Regierungslobbying am Beispiel des Kantons Bern (Keller, 2018)

Zusammenfassung von Martina Novak

Der Fall

Der Verwaltungsrat der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR) kündigte im April 2018 an, dass er im Rahmen eines 100 Millionen Franken schweren Sparpakets in Erwägung ziehe, das Radiostudio von Bern nach Zürich zu verlegen. Die Regierung des Kantons Bern hat sich während des von April bis September 2018 dauernden Entscheidungsprozesses der SRG gemeinsam mit der Regierung der Stadt Bern und dem Verein Hauptstadtregion Schweiz (HSR) dafür eingesetzt, dass die ganze Radio-Redaktion in Bern bleiben kann. Der Fall Radiostudio Bern ist aus der Perspektive der politischen Kommunikation von Interesse, da sich das Fallbeispiel in einer Wechselwirkung zwischen Regierungskommunikation und Lobbying befindet. Keller (2018) untersucht, ob die Lobbying-Strategie zielführend war und inwiefern der Kanton Bern die Medienberichterstattung zum Radiostudio mitgeprägt hat.

Problem und Fragestellung

Wenn der Kanton Bern kommuniziert, dann tut er dies normalerweise gegenüber den Medien, der Bevölkerung oder anderen staatlichen Akteuren bzw. politischen Interessenvertretungen wie Verbänden. Dass eine Kantonsregierung gegenüber einem privatrechtlichen Unternehmen wie der SRG lobbyiert, ist in vielerlei Hinsicht ungewöhnlich. Doch als die SRG-Spitze dem damaligen Regierungspräsidenten Bernhard Pulver Ende März 2018 im vertraulichen Rahmen ankündigte, den Umzug grosser Teile des Radiostudios von Bern nach Zürich prüfen zu wollen, war für den Regierungsrat klar, dass alle Register der politischen Kommunikation gezogen werden mussten, um dies zu verhindern: Für sie überwog die lokale, föderale Verankerung des "Service public" gegenüber dem Spar- und Konzentrationsdruck der sich verändernden Medienlandschaft. Vor diesem Hintergrund erörtert Keller (2018) folgende Fragestellungen:

- Welche Lobbying-Strategie hat der Kanton Bern im Fall Radiostudio Bern angewendet? Dabei wird auf Stärken und Schwächen sowie auf Verbesserungspotenziale eingegangen.
- Wie hat der Kanton Bern die Medienberichterstattung zum Thema geprägt?

Theorien und Methoden

Die Disziplin des Regierungslobbyings ist noch in geringem Masse erforscht und es gibt wenig theoretische Ansätze zur Mischform von Regierungskommunikation und Lobbying. Politische Behörden haben eine Gesamtverantwortung gegenüber der Bevölkerung. Deshalb ist die Regierungskommunikation im Gegensatz zu anderen Kommunikationsformen an rechtlich verankerte Normen und Regeln gebunden. Einer der wichtigsten Grundsätze der *Regierungskommunikation* ist das Kollegialitäts-Prinzip. Es bedeutet, dass vom Regierungsrat als Gremium gefällte Entscheidung von der Gesamtregierung vertreten werden (Baumgartner, 2010). Die Kantonsregierungen haben dabei unterschiedliche Grundlagen und Organisationsstrukturen, die den rechtlichen Rahmen bilden. Die gesetzlichen Grundlagen der Regierungskommunikation im Kanton Bern setzen sich aus Kantonsverfassung (welche die Unabhängigkeit und Vielfalt der Informationen als Leitprinzip festhält), aus dem Informationsgesetz (das auf dem Öffentlichkeitsprinzip mit Geheimhaltungsvorbehalt fusst) sowie der Organisationsverordnung (welche die Zuständigkeiten und Aufgaben regelt) zusammen. *Lobbying* wiederum definiert Köppl (2003) als Beeinflussung von politischen Entscheidungsträgern zu politischen Entscheidungen durch in erster Linie private Organisationen und Akteure, die nicht an diesen Entscheidungen beteiligt sind. In der Arbeit von Keller (2018) ist es genau umgekehrt: Der Kanton Bern wollte als politischer Entscheidungsträger ein privates, wenn auch durch Gebührengelder finanziertes Unternehmen beeinflussen. Wie Keller (2018) zeigt, kann Regierungskommunikation in speziellen Fällen aber auch die Form eines Lobbyings annehmen. Auch in diesem Fall müssen Grundsätze und gesetzlichen Grundlagen der Regierungskommunikation beachtet werden, da die Regierung als politische Institution eine andere Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit hat als ein privates Unternehmen.

Zur Beantwortung der ersten Fragestellung analysiert die Fallstudie vom Regierungsrat des Kantons Bern diskutierte Strategiepapiere. Ebenso wird ein Experteninterview mit dem damaligen Regierungsratssprecher geführt, der Mitglied der ad-hoc-Arbeitsgruppe war, welche das Lobbying der Re-

gierung und ihrer Verbündeten koordiniert hat. Zur Beantwortung der zweiten Fragestellung wird in erster Linie eine quantitative Analyse von 140 Printartikeln gemacht, die im Zeitraum von April bis September 2018 erschienen sind.

Ergebnisse und Lösungsperspektiven

Dem Kanton Bern ist es dank dem kollegialen Handeln in der Regierung, der Vernetzung mit wichtigen anderen Akteur:innen, der Schaffung einer Adhoc-Arbeitsgruppe und klaren Kernbotschaften gelungen, hohen medialen Druck auf die SRG auszuüben. Er hat die Berichterstattung zum Thema massgeblich mitgeprägt, insbesondere mit föderalismuspolitischen Argumenten. Dabei ist der Kanton mehrheitlich positiv dargestellt worden, als starker Vetoplayer, der nicht für Partikularinteressen, sondern für den Föderalismus und eine ganze Region inklusive die Westschweiz kämpfte. Dies ist für den Kanton Bern besonders wichtig, da er sich als ein Brückenkanton zwischen der Deutsch- und der Westschweiz versteht. Eine weitere für den Kanton positive Wirkung war die breite mediale Aufmerksamkeit und gestiegene Bekanntheit der Hauptstadtregion. Die grösste Schwäche der untersuchten Strategien war der relativ späte Zeitpunkt, zu dem sich der Regierungsrat öffentlich zu den Plänen der SRG äusserte – wobei diese Einschränkung massgeblich systembedingt war (Sitzungstermine, Fristen). Als Empfehlung im Sinne von Handlungsanweisungen für zukünftige Lobbying-Strategien können unter anderem folgende Punkte festgehalten werden: Die Koordination der Kommunikation innerhalb einer akteur:innen-übergreifenden Interessenkoalition sollte möglichst früh aufgegleist werden. Die Gründung einer akteursübergreifenden Arbeitsgruppe ist dabei hilfreich. Auch kann und soll eine Regierung früher und noch aktiver kommunizieren, als es in diesem Fall zu beobachten war. Die Botschaften sollten klar formuliert und kohärent sein, an bestehende Diskursbeiträge anschliessen und im Sinne der integrierten Kommunikation auf verschiedenen Kanälen realisiert werden. Weitere Erfolgsfaktoren sind der Rückhalt des Anliegens in einer Gesamtregierung und die aktive Kommunikation über zwei bis drei Regierungsmitglieder als Zugpferde aus unterschiedlichen Parteien. Auch die enge Zusammenarbeit mit der öffentlichen Kommunikation und den mit Aussenbeziehungen betrauten Stabsstellen stellt sich als wesentlich heraus.

Literatur

- Baumgartner, S. (2010): *Die Regierungskommunikation der Schweizer Kantone: Regeln, Organisation, Akteure und Instrumente im Vergleich*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keller, L. (2018). *Wenn die Regierung Lobbying betreibt: Fallstudie zum Engagement des Kantons Bern gegen den Umzug des Radiostudios von Bern nach Zürich*. Unveröffentlichte Transferarbeit im Rahmen des CAS Politische Kommunikation an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW).
- Köppl, P. (2003): *Power Lobbying: Das Praxishandbuch der Public Affairs. Wie professionelles Lobbying die Unternehmenserfolge absichert & steigert*. Linde.