

Antike Rhetorik als Werkzeug moderner Skandalisierung?

Zusammenfassung

Skandale werden aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet und analysiert. Aus publizistischer Sicht steht die Art und Weise der Kommunikation über den Misstand im Vordergrund. Anhand eines Fallbeispiels wird der Frage nachgegangen, inwieweit sich eine skandalisierende von einer neutralen Darstellungsweise eines Missstandes unterscheidet. Basierend auf einer Kontrastgruppenanalyse von neutralen versus skandalisierenden Beiträgen wurden die von Testpersonen als anprangernd empfundenen Textstellen auf ihre sprachlichen Mittel untersucht. Als Ergebnis konnten deutliche Unterschiede in den beiden Gruppen festgestellt werden. Rhetorische Mittel nehmen dabei eine besondere Bedeutung ein, wie im folgenden Beitrag exemplarisch verdeutlicht wird.

Skandale – eine publizistische Sicht

Skandale sind wie Gewitter. Sie tauchen auf aus dem Nichts und verdunkeln den Himmel wie Skandale die Stimmung. Es blitzt und donnert; manchmal schlägt es ein und brennt lichterloh. Empörung kommt auf. So plötzlich wie Gewitter auftauchen, verschwinden sie wieder. Die Wolken ziehen weiter und der Himmel klart auf. Die Gemüter beruhigen sich. Einziger Unterschied – Skandale sind mittlerweile alltäglicher als Gewitter. Zumindest in Deutschland hat die Zahl der Skandal in den letzten Jahren erheblich zugenommen (vgl. Kepplinger 1996, 41ff.). Über Skandale gibt es entsprechend zahlreiche Theorien (vgl. u. a. Beule/Hondrich 1999; Laermann 1984; Käsler et al. 1991). Aus publizistikwissenschaftlicher Sicht nehmen dabei die Medien eine wichtige Rolle ein. Hans Mathias Kepplinger unterscheidet in seiner Theorie zwischen Skandal und Missstand und rückt die Kommunikation in den Vordergrund (vgl. Kepplinger, 2001). Skandale sind danach die Folge der Anprangerung von Missständen. Es gibt unzählige Missstände, die nicht zu Skandalen werden, obwohl sie bekannt sind. Zum Skandal

werden sie erst durch die Art und Weise, in der sie von den Medien dargestellt und von der Mehrheit der Bevölkerung wahrgenommen werden (vgl. Kepplinger, Ehmig, Hartung 2002).

Diese publizistikwissenschaftliche Theorie der Skandalisierung von Missständen führt zu der Frage, ob und wie sich eine skandalisierende von einer nichtskandalisierenden (neutralen) Darstellung eines Missstandes unterscheidet. Damit verbunden ist die Frage, ob und wie man skandalisierende von neutralen Beiträgen über Missstände unterscheiden kann. Die Orientierung an der Verwendung des Begriffs „Skandal“ ist – wie Bertram Scheufele gezeigt hat – nicht geeignet (vgl. Scheufele 1996). Eine Vermutung ist, dass die sprachliche Darstellung von Missständen eine Voraussetzung ihrer Skandalisierung ist und rhetorische Mittel dabei eine Rolle spielen. Diese Vermutung wurde an einem Beispiel – der Skandalisierung der ehemaligen Frankfurter Kulturdezernentin Linda Reisch – untersucht.

Hintergrund

Der offizielle Vorwurf und Anstoß für die „Intendantenaffäre“ bestand darin, dass Reisch dem Intendanten der Frankfurter Oper eine unrechtmäßige Zusage zur Übernahme von

Anwaltskosten machte. Fast genau ein Jahr nach Reischs unzulässiger Zusage wurde der Missstand öffentlich. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (F.A.Z.) berichtete ausführlich über den Vorfall. Dass es sich um einen Missstand gehandelt hatte, war

weitgehend unstrittig. In der Frage, inwieweit der Missstand skandalös war, gingen die Ansichten jedoch auseinander. Ein beauftragter Akteneinsichtsausschuss kam zu dem Schluss, Reisch hätte gegen rechtliche Vorschriften verstoßen. Daraufhin verlor sie ihr Amt.

Untersuchung¹

Grundlage der Untersuchung sind alle thematisch relevanten Pressebeiträge in der F.A.Z., „Frankfurter Rundschau“ (FR), „Frankfurter

„Ausschlaggebend für den Grad der Skandalisierung ist weniger die Anzahl der anprangernden Textstellen als ihre Dichte.“

Neue Presse“ (FNP) und „Bild“ (Frankfurter Ausgabe). Die vier Blätter veröffentlichten im Untersuchungszeitraum insgesamt 110 Beiträge zur „Intendantenaffäre“. Aus den Beiträgen wurden in einem ersten Schritt 35 Artikel entsprechend dem Grad der Skandalierung von Reisch ausgewählt. Dabei wurden sowohl tatsachenbetonte als auch meinungsbetonte Beiträge berücksichtigt. In einem zweiten Schritt schätzten 100 Testpersonen mit Hilfe von Rating-Skalen generell den Grad der Skandalierung von Reisch, den Grad der Emotionalisierung und den Tatsachengehalt der Darstellung ein und markierten die einzelnen Textstellen, die Reisch in irgendeiner Form anprangern und als die Schuldige erscheinen lassen. Aufgrund des Skandalierungsgrades der Beiträge konnten zwei Kontrastgruppen aus neutralen versus skandalierenden Beiträgen gebildet und miteinander verglichen werden.

Dichte der Anprangerung

In den neun neutralen Beiträgen wurden insgesamt 15 und in den zehn skandalierenden Beiträgen insgesamt 119 Textstellen als anprangernd markiert. Die Dichte der anprangernden Textstellen wurde errechnet und mit der generellen Einstufung der Beiträge korreliert. Dabei wurde festgestellt: Ausschlaggebend für den Grad der Skandalierung ist weniger die Anzahl der anprangernden Textstellen als ihre Dichte: Zwischen der Dichte der anprangernden Textstellen und dem Grad der Skandalierung besteht ein enger Zusammenhang. Beiträge, die als skandalierend eingestuft werden, enthalten eine vergleichsweise dichte Reihung von anprangernden Formulierungen.

Rhetorische Mittel

Warum werden manche Darstellungen als anprangernd empfunden, andere aber nicht? Eine naheliegende Vermutung lautet, dass die anprangernde Darstellung eines Missstandes auf der Verwendung rhetorischer Mittel beruht: Wer – aus welchen Gründen auch immer – anprangern will, verwendet solche Mittel. Um diese Vermutung zu prüfen, wurde ein Katalog von sprachlichen Figuren zusammengestellt, die aus der klassischen

Rhetorik bekannt sind². Mit Hilfe dieses Kategorien-Schemas wurden alle als anprangernd identifizierten Textstellen der Kontrastgruppenbeiträge untersucht.

Als Hauptergebnis ist festzustellen, dass sich die skandalierenden Beiträge sprachlich signifi-

kant von den neutralen Beiträgen unterscheiden. Dabei spielen die Mittel der klassischen Rhetorik eine wichtige Rolle. Sie dienen im Wesentlichen der Diskreditierung der Person, die den Missstand (tatsächlich oder vermeintlich) verursacht hat.

Blickt man genauer auf die stilistischen Unterschiede finden sich in den neutralen Beiträgen lediglich zwei Sprachfiguren, während in den skandalierenden 25 verschiedene rhetorische Figuren eingesetzt wurden. Einige dieser Figuren werden im Folgenden erläutert:³

- Archaismus (antiquitas)

Archaismen sind altertümliche Ausdrücke (vgl. Ueding/Steinbring 1994, S. 286f.) Im Kontext einer Skandalierung verleiht ihr Einsatz dem Inhalt oft eine ironische und zugleich kritische Note.

Es waren die Chaos – Monate [...] als sich die Kulturstadträtin, [...], *bemüßigt* fühlte, eine folgenreiche Zusage zu geben.

Durch die Verwendung des altertümlich klingenden Wortes „bemüßigt“, betont der Journalist nicht nur Reischs unzulässige Zusage, sondern bewertet sie auch kritisch.

- Neologismus (fictio)

Neologismen sind Wörter, die der Autor selbst erfindet. Häufig entstehen Neubildungen durch das Aneinanderreihen eigenständiger Wörter (vgl. Ueding, Steinbrink 1994, S. 287).

Es brodelt im Römer: *Umsturz-Pläne* gegen die Kultur-Dezernentin, [...] Anlaß für den jüngsten *Reisch-Absäge-Versuch*: Das Untersuchungsergebnis zum Thema „Intendanten-Skandal an den Städtischen Bühnen“ [...] Aber welche Person von Format traut sich in die Frankfurter Schlangengrube zwischen der OB, selbsternannten Kultur-Experten, *Intendanten-Intrigen und Haß-Kampagnen*?

Auffällig ist hier Häufung von Neologismen in kurzen Sätzen. Diese Form verleiht dem Text

„Die emotionale und bildhafte Sprache ist oft verbundenen mit einer gewissen Unschärfe und Mehrdeutigkeit, die den Zugang zu den Tatsachen verschleiert und komplexe Sachverhalte einseitig darstellt.“

eine dynamische, aber auch aggressive Note. Neologismen erlauben den Text zu verkürzen, da sie für Inhalte stehen, die ansonsten erklärt werden müssten.

- Antonomasie (antonomasia / pronominatio)

Die Antonomasie setzt statt des Eigennamens einen charakteristischen Gattungsnamen z. B. „der Sänger“ für Homer (vgl. Ueding/Steinbrink 1994, S. 290). Die Antonomasie wird im Fall Reisch auffällig häufig als Mittel benutzt, um ihren Kompetenzzug zu betonen. In das Aufgabenfeld einer Kulturdezernentin fällt auch die Betreuung von Freizeiteinrichtungen der Stadt, wie z. B. dem Zoologischen Garten. Vor diesem Hintergrund ergibt sich die folgende Antonomasie:

Selten zuvor hat ein Politiker seiner öffentlichen Demontage mit solchem Gleichmut zugesehen wie die längst zur *Zoo- und Freizeitdezernentin* degradierte Stadträtin.

Das Wort „Freizeit“ kann doppeldeutig interpretiert werden. Erstens macht es Reischs reduziertes Aufgabenfeld deutlich, und zweitens könnte es auch bedeuten, dass Reisch aufgrund ihres Kompetenzzuges viel „Freizeit“ hat. Zusätzlich betont das Wort „degradiert“ die jämmerliche Position, in der sie sich befindet. Die Kernkompetenz ihres Amtes wurde ihr entzogen, sie wurde öffentlich demontiert und scheint es mit einer unverständlichen Gelassenheit zu ertragen („mit solchem Gleichmut“). Auf ihre allgemeine Situation bezieht sich die folgende Antonomasie:

Ein Zombie im Amt:

Quälend genug werden die Wochen bis zum zweiten Abwahltermin sein, mit einer persönlich und beruflich demontierten Kulturdezernentin, die lediglich noch ein *pflichterfüllender „Zombie“* wäre.

- Metapher (metaphora / translatio)

Bei der Metapher sind der eigentlich gemeinte und der statt seiner in übertragenem Sinne verwendete Begriff weit voneinander entfernt. Die Metapher wird eingesetzt, um abstrakte Inhalte leichter zugänglich zu machen. Das gelingt, indem sie sich auf konkretere Dinge bezieht (vgl. Dietz

1999, S. 42). Die Verwendung der Metapher stellt immer eine Gratwanderung dar. Ist die Metapher zu „leicht“, wird sie nicht mehr wahrgenommen, ist sie zu „schwer“, nicht mehr verstanden. Metaphern sind Bilder, mit deren Hilfe wir denken bzw. verstehen (vgl. Göttert 1991, S. 48).

In der Fähigkeit, *Hornhaut zu bilden*, hat sie selbst dem kaum irritierbaren Helmut Kohl etwas voraus, dem seine Gegner eine außerordentliche Zähigkeit im Aussitzen von Niederlagen nachsagen.

Diese Metapher ist ebenfalls eine Steigerung durch Vergleich (Hyperbel). Die Hornhaut entspricht einer Schutzschicht, einem Schutzwall, der sie vor jeglicher Form des Angriffs, z. B. Rücktrittsforderungen, bewahrt.

Unverdrossen klebt sie an ihrem Stuhl.

Diese Metapher ist in ihrer Aussage konkreter, da der „Stuhl“, an dem sie klebt, synonym für ihr Amt steht. Die folgenden Metaphern weisen auf die bevorstehende Abwahl

und die ausweglose Situation der Kulturdezernentin hin.

Alle Fraktionen mit Ausnahme der SPD sind bereit, trotz der finanziellen Probleme der Stadt Reisch für drei Jahre zur *teuren Spaziergängerin* zu machen.

Sie stand im Kulturausschuss unter vehementem Mehrparteienbeschuss, und die eigene Partei ließ *sie voll im Regen stehen*.

... kaum noch ernst genommen, *hangelt sich Reisch von einer Krise zur nächsten*.

Das Verb „hangeln“ übernimmt hier die metaphorische Bedeutung. Der Journalist beabsichtigt die Assoziation eines Bildes, in dem Reisch sich quälend und mühsam von einer zur nächsten Krise hangelt. Es bleibt die Frage offen, wie lange sie noch die Kraft zum Hangeln hat oder ob sie nicht bei der nächsten Krise abstürzt:

Das letzte Kapitel eines missratenen, sogar quälenden Romans schließt sich.

- Ironie/Verstellung (eironeia / dissimulatio)

Die Ironie ist eines der wichtigsten Mittel, die Glaubwürdigkeit einer Person oder einer Sache in Zweifel zu ziehen (vgl. Ueding 1996, S. 80f). Daher ist anzunehmen, dass sie eine häufige Form

„Hauptergebnis ist, dass sich die skandalisierenden Beiträge sprachlich signifikant von den neutralen Beiträgen unterscheiden. Dabei spielen die Mittel der klassischen Rhetorik eine wichtige Rolle.“

bei der Skandalisierung, d. h. ein wirksames Mittel kritischen Schreibens darstellt.

Auch die Opposition im Römer begrüßt den Schritt der SPD, die *Parteifreundin* zu stürzen.

Die Ironie entsteht dadurch, dass die Opposition nie von „*Parteifreundin*“ sprechen würde.⁴

- Hyperbel (hyperbole / superlatio)

Die Hyperbel ist eine bewusste Übertreibung in vergrößerndem („*blitzschnell*“) oder verkleinerndem („*Schneckentempo*“) Sinn (vgl. Otto 1994, S. 128). Es ist typisch für die Hyperbel, dass sie in Verbindung mit anderen Gestaltungsmitteln auftritt, wie z. B. der Metapher („Herz aus *Stein*“) (vgl. Ueding/Steinbrink 1994, S. 293) oder Ironie („das war ja mal wieder ein *wundervoller* Tag“) (vgl. Dietz 1999, S. 16).

Eine „übertriebene Übertreibung“ wirkt negativ (vgl. Dietz 1999, S. 18). Die Hyperbel wird in verschiedenen Kontexten genutzt, hauptsächlich jedoch, um Reischs Sturheit auszudrücken, wie z. B.:

Wille zur Ohnmacht

Die Frankfurter Kulturdezernentin Linda Reisch (SPD) besitzt ein *Beharrungsvermögen, das an Starrsinn grenzt*.

Durch die hyperbolischen Formulierungen kann der Leser Rückschlüsse auf Reischs missliche Lage schließen. Reisch wird, bis sie vor Ohnmacht umfällt, um ihr Amt kämpfen.

In der Fähigkeit, Hornhaut zu bilden, hat sie selbst dem kaum irritierbaren Helmut Kohl etwas voraus, [...] Im Unterschied zum Kanzler indes bewegt Linda Reisch politisch nichts mehr [...] In Reischs Dickfelligkeit bekundet sich ein Wille zur Ohnmacht, der rational nicht mehr erklärbar ist.

Die Hyperbel wurde auffällig häufig in dem Beitrag genutzt. Es ist anzunehmen, dass das Mittel der Übertreibung zur Anprangerung besonders gut geeignet ist. Um, wie es die Theorie definiert, jemanden als Skandalisierten darzustellen, muss die Berichterstattung einseitig sein. Da jedoch eine Sache von Natur aus nie einseitig ist, muss möglicherweise zu dem Mittel der Übertreibung gegriffen werden.

- Bathos („Hinabgleiten“)

Der Journalist ändert seinen Sprachstil, indem

er von einer höheren auf eine niedrigere Stilebene sinkt (vgl. Sobota 1993, A6). Beispielsweise verwendet er in einem überwiegend sachlichen Beitrag plötzlich umgangssprachliche Formulierungen oder Kraftausdrücke. Die Elemente der Alltagssprache lassen die Aussagen für den Leser vertrauter erscheinen; sie tauchen vorrangig in unterhaltungsbetonten Beiträgen auf (vgl. Kropf 1976, S. 205f.).

Städtischen Theater-Intendanten zuzusagen, [...] Anwälte zu Rate ziehen zu dürfen, war schon ein *starkes Stück*. [...] Schließlich wurden durch die Eigenmächtigkeit von Linda Reisch fast 250.000 Mark Steuergelder *verplempert*.

Hier wird der Punkt betont, der wohl am meisten Empörung beim Leser hervorruft – der angebliche Missbrauch von Steuergeldern.

- Rhetorische Frage (interrogatio)

Die rhetorische Frage ist eine scheinbare Frage. Eine Antwort wird nicht erwartet, weil sie

sich (scheinbar) von selbst ergibt. Die *interrogatio* ist quasi eine Behauptung, die in eine Frage umformuliert wird (vgl. Ueding/Steinbrink 1994, S. 310f.). Durch dieses Mittel wird eine Aufforderung oder Aussage besonders eindringlich und emotional ausgedrückt. Das lockert den Text auf und fordert die innere Beteiligung des Lesers (vgl. Schlüter 1974, S. 37).

Es brodelt im Römer: Umsturz-Pläne gegen die Kultur-Dezernentin, alles rätselt: *Wie werden wir Linda los?*

Bild spricht nur noch von „Linda“ und drückt durch diese Distanzlosigkeit zugleich mangelnden Respekt vor der Kulturdezernentin aus.

Sie stand im Kulturausschuß unter vehementem Mehrparteienbeschuß, und die eigene Partei ließ sie voll im Regen stehen. *Was hätte die SPD auch groß unternehmen sollen angesichts des Riesenbocks, den die Stadträtin da geschossen hatte?*

Fazit

Rhetorische Mittel sind vermutlich eine wesentliche Ursache der spezifischen Wirkung von Skandalberichten. Sie lenken die Aufmerksamkeit und die Erwartungen der Leser in eine vorgegebene Richtung und wecken zudem stim-

„Während die Meinungsäußerung durch das Grundrecht der Meinungsfreiheit sehr weit geschützt ist, darf eine Tatsachenbehauptung daran gemessen werden, ob sie wahr oder falsch ist.“

mige – d. h. negative – Emotionen (Empörung, Wut, Aversionen). Diese emotionale und bildhafte Sprache ist oft verbundenen mit einer gewissen Unschärfe und Mehrdeutigkeit, die den Zugang zu den Tatsachen verschleiert und komplexe Sachverhalte einseitig darstellt.

Die Beiträge entfalten im Leser ein Eigenleben – seine Vorstellungen und Empfindungen gehen weit über das hinaus, was explizit gesagt wird.

Endnoten:

1. Die genaue Untersuchungsanlage ist nachzulesen bei: Schraewer, Claudia (2003): Skandale und Missstände – zur Bedeutung der Sprache für die Realitätsdarstellung. In: Publizistik Heft 1, S. 47–62.
2. Die Autorin hat den Katalog aufgrund relevanter Fachliteratur erstellt, wie u. a. Götter (1991), Ueding (1995, 1996), Ueding/Steinbrink (1994).
3. Weitere rhetorische Mittel in den skandalierenden Beiträgen: Ironie/Zynismus, charakteristisches Beiwort, Emphase durch Schriftart und optische Hervorhebung, Inversion, Neologismus, Archaismus, Allegorie, Asyndeton, Klimax, Kyklos, Parallelismus, Subiectio, Anapher, Antithese, Epipher, Ellipse, Epipheton, Gemination, Hendiadyoin und Nomination (auch in neutralen Beiträgen).
4. Der Nebensatz „die Parteifreundin zu stürzen“ enthält auch das Mittel der Antithese – eine Freundin würde man nicht stürzen.

Literatur:

- BEULE, J./HONDRICH, K. O. (1990): Skandale als Kristallisationspunkte politischen Streits, in: Sarcinelli, U. (Hrg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern, Opladen, S. 144–156.

- DIETZ, H.-U. (1999): Rhetorik in der Phraseologie. Zur Bedeutung rhetorischer Stilelementen im idiomatischen Wortschatz der Deutschen, Tübingen.
- GÖTTER, K. (1991): Einführung in die Rhetorik: Grundbegriffe – Geschichte – Rezeption, München.
- KÄSLER, D./ALBERS, H.-P. (1991): Der politische Skandal. Zur symbolischen und dramaturgischen Qualität von Politik, Opladen.
- KEPPLINGER, H. M./EHMING, S./HARTUNG, U. (2002): Alltägliche Skandale. Eine repräsentative Analyse regionaler Fälle, Konstanz.
- KEPPLINGER, H. M. (2001): Die Kunst der Skandalierung und die Illusion der Wahrheit, München.
- KROPPACH, D. (1976): Journalistische Aussageweisen. Ein Beitrag zur Sprache der Presse, in: Publizistik, Jg. 21, S. 196–207.
- LAERMANN, K. (1984): Die grässliche Bescherung. Zur Anatomie des politischen Skandals, in: Kursbuch Bd. 77, S. 159–172.
- OTTO, G. (1994): Die Kunst, verantwortlich zu reden. Rhetorik – Ästhetik – Ethik, Gütersloh.
- SCHUEFELE, B. T. (1996): Die Skandalierung Günther Krauses, Magisterarbeit, Universität Mainz.
- SCHLÜTER, H. (1974): Grundkurs der Rhetorik, München.
- SCHRAEWER, C. (2000): Rhetorische Mittel bei der Skandalierung von Linda Reisch, Magisterarbeit Universität Mainz.
- SCHRAEWER, C. (2003): Skandale und Missstände – zur Bedeutung der Sprache für die Realitätsdarstellung, in: Publizistik, Heft 1, S. 47–62.
- SOBOTA, K. (1993): Zur rhetorischen Struktur der Darstellung von Psychopharmaka. Stil- Hintergründe- Strategien, Unveröff. Manuskript, Mainz.
- UEDING, G./STEINBRINK, B. (1994): Grundriß der Rhetorik. Geschichte, Technik, Methode, Stuttgart/Weimar.
- UEDING, G. (1996): Rhetorik des Schreibens: eine Einführung, Weinheim.

Die Autorin:

Claudia Schraewer, Studium der Publizistik (M. A.) an der Universität Mainz, seit 2001 Projektleiterin bei TNS Infratest in München. Kontakt: C.Schraewer@gmx.net



Zeitarbeit als Thema der Unternehmens-PR

Zusammenfassung

Zeitarbeit ist ein inhaltlich komplexes und gleichzeitig sehr emotionalisierendes Thema. Konfrontiert mit teilweise sehr kritischen Journalistenmeinungen gilt für das Kommunikationsmanagement in den Betrieben der Branche der PR-Grundsatz „Glaubwürdigkeit durch Einheit von Wort und Tat“ in besonderem Maße. Im Tagesgeschäft der Medienarbeit zahlt sich in der Regel die individualisierte Pressearbeit aus. Neben einem nachhaltigen Kontaktmanagement sind individuell zugeschnittene Botschaften und Dienstleistungsangebote für Journalisten kritische Erfolgsfaktoren.

„Wenn Journalisten Unternehmensaussagen zum Thema Zeitarbeit wünschen, haken sie teilweise äußerst kritisch nach.“

Zeitarbeit ist als Thema der Unternehmens-PR eines der spannendsten, das man sich derzeit vorstellen kann. Die journalistische und öffentliche Wahrnehmung der Dienstleistung schwankt zwischen „Sklavenarbeit“ und „Job-Motor“. In

diesem Spannungsfeld haben Anbieter über ihre Kommunikations-Abteilungen die Aufgabe als Meinungsbildner zu informieren, in den Diskussionen um die Zukunft des Arbeitsmarktes präsent zu sein, ihre Standpunkte zu vertreten und als Gesprächspartner bereit zu stehen. Dabei gilt: Wenn Journalisten Unternehmensaussagen zum Thema Zeitarbeit wünschen, haken sie teilweise äußerst kritisch nach. Ein professionelles Kommunikationsmanagement ist deshalb gefragt. Wer in einem schwierigen Umfeld zwischen Anfeindungen, Expansion und Strukturwandel richtig verstanden werden will und Einfluss ausüben möchte, muss seine Beziehungen zu den unterschiedlichen Teilöffentlichkeiten gut pflegen. Es geht nicht nur darum, sich gegenüber Pressure Groups wie Gewerkschaften, Politik und Arbeitgebern richtig zu positionieren. Auch Arbeitslose und Menschen, die sich etwa beruflich verändern möchten, müs-