

MEINUNGEN

## Transparenz ist keine Garantie für Absolution



Von Jana Riedmüller\*

In Politik und Wirtschaft ist viel von Transparenz die Rede. Doch was heisst Transparenz heute eigentlich? Bedeutet Transparenz die totale Durchlässigkeit, die Durchsichtigkeit? Oder bedeutet es, Vorgänge nur nachvollziehbar zu machen? Und wo ist der Unterschied? Jüngste Beispiele zeigen wieder, wie schwierig es ist, dem Begriff gerecht zu werden. Bundespräsident Wulff wie auch Nationalbankpräsident Hildebrand testeten beide mit grossen Medienauftritten die Wirkung von Transparenz. Wulffs TV-Auftritt, gedacht als Befreiungsschlag, gingen offenbar Drohanrufe bei Journalisten voraus. Hildebrand warf der hungrigen Meute vermeintlich ausreichend Futter vor die Füsse und stellte fest, dass sie nicht satt wurde. Politiker sagen, es bestehe kein Handlungsbedarf über die Transparenzbestimmungen hinaus und Experten beklagen sich über den Umgang mit hohen Amtsträgern.

Der Begriff Transparenz wird oft fehlinterpretiert oder einseitig ausgelegt. Er ist keine Garantie für Absolution. Wer sie bedingungslos verspricht, wagt sich auf ein schwieriges Feld und weckt hohe Erwartungen. Die Kehrseite bekommen all jene zu spüren, die sich in einem transparenten demokratischen System profilieren wollen oder müssen. Es genügt nicht mehr, dass sie selbst offen kom-

munizieren. Über den Grad der Transparenz entscheiden Dritte mit und dieser kann dann schnell über das eigene Mass hinausgehen. Selbst wer aus wohlmeinenden Gründen transparent agieren will, überlegt sich jedes Wort sehr genau.

### «Intuition bleibt auf der Strecke»

Transparenz ist ohne Zweifel eine der wichtigsten Errungenschaften der heutigen Zeit, aber sie hat auch ihren Preis. Sie kann missbraucht und missverstanden werden. Denn ihre Wirkung hängt auch von Zeit und Ort ab und: Wo beginnt Transparenz, wo hört sie auf? Das macht sie so unberechenbar. Die politische Dimension von Transparenz erweckt beim Bürger Vertrauen und soll ihm das Gefühl geben, zu partizipieren. Aber sie basiert auf einer einseitigen, kaum kontrollierbaren Kommunikation. Sie kann jederzeit in Frage gestellt werden, weil sie nicht durchlässig genug ist und obendrein unklar ist, wer entscheidet, was nachvollziehbar, was transparent ist und was nicht. Hat Hildebrand wirklich alles gesagt oder wurde nur rechtzeitig die Reissleine gezogen? War Wulffs medialer Befreiungsschlag wirklich einer? Wird geglaubt, dass wahr ist, was transparent ist? Transparenz ist vielfach zu einem Alibi, Schein-Transparenz zu einer Strategie geworden.

Die Medien als vierte Gewalt genügen da nicht, der Forderung nach Transparenz gerecht zu werden, denn sie haben Eigeninteressen und auch sie selektieren, gewichten und werten Informationen bereits im Vorfeld. Der Ruf nach Experten wird laut, Politiker aller Couleur äussern sich je nach Gusto und vor lauter scheinbarer Transparenz weiss am Ende niemand mehr, was eigentlich geschehen ist.

Die Kehrseite der Medaille: Man stelle sich vor, Angela Merkel und Nicolas Sarkozy würden jedes Wort ihrer Gespräche zur Euro-Rettung transparent machen. Jede Silbe aus dem Munde Merkozys bewegt die Märkte. Die kommunikative Herausforderung ist enorm. Sie haben sich deshalb für die Version «nachvollziehbar» entschieden. So wie auch der amtierende US-Präsident. Was nützt Obamas bürgernahe Bottom-up-Kommunikation, wenn er doch nicht alles sagen darf? Er verspricht Transparenz, kann sie aber nicht vollends geben. Sind Online-Partizipation und E-Demokratie in einer Zeit, da Kommentare gelöscht und Informationen einseitig aktiviert werden können, echte Signale der Transparenz?

Es ist für viele anstrengend geworden, sich eine eigene Meinung zu bilden. Da bleibt die Frage, wie viel Transparenz verträgt der Mensch überhaupt noch? Es ist sehr verlockend, alles über jeden zu wissen. Doch damit ist eine verfehlte Wahrnehmung verbunden. Es kann zu wenig selbst (nach)gedacht, selbst gefühlt, selbst vertraut werden. Das subtile Gefühl, ob etwas richtig oder falsch, wichtig oder unwichtig ist, wird von der täglichen Informationsflut verdrängt und von der Analyse Dritter abhängig gemacht. Die Intuition bleibt auf der Strecke.

Der Begriff Transparenz ist kein Allheilmittel und muss im Grunde vor einem inflationären Gebrauch geschützt werden. Die Forderung nach Transparenz wird oft vorgeschoben, wenn eigentlich anderes verlangt, aber nicht zu fordern gewagt wird. Gerade dadurch wird der Begriff verwässert und letztlich entwertet. Dabei ist Transparenz vor allem mit einem verbunden: Verantwortung. Wer dies beherzigt, kommt auch auf dem heissen Stuhl der Kommunikation nicht ins Schwitzen.

\*Jana Riedmüller ist Kommunikationsberaterin und in Zürich, Berlin und Vaduz tätig