

Eine Landkarte der Ideen- und Impulsgeber Europas

Als wir unser erstes Gespräch über ein Projekt zu einer „Landkarte der Ideen- und Impulsgeber Europas“ diskutierten, war Wuhan abgeriegelt und der mediale Fokus bezüglich COVID-19 rückte von China immer stärker Richtung Europa. Es gab bereits einige Todesfälle in Italien und die ersten Infizierten in Österreich. An einen Lockdown und die damit verbundenen Folgen dachte damals aber vermutlich noch kaum jemand. Ein paar Tage später hatten wir dann bereits einen unserer ersten Zoom-Calls, von denen noch zahlreiche im Jahr 2020 folgen sollten. Klar war uns bei diesem Gespräch aber, dass es gerade jetzt ein Projekt braucht, welches jene Institutionen sichtbar macht, die wichtige Impulse für die großen Herausforderungen unserer Zeit liefern, mit ihren Ideen Orientierung geben und neue Türen öffnen können.

Aufklärung statt Spekulation

Tagtäglich konnte man im Jahr 2020 die unterschiedlichen Meinungen einerseits über die gesetzten Maßnahmen und andererseits zu Prognosen lesen, wie sich die Welt durch Corona verändern würde. Zu ersterem werden wir vermutlich erst in ein paar Jahren eine wirkliche Beurteilung machen können, ob und in welchem Ausmaß die gesetzten Maßnahmen richtig und verhältnismäßig waren. Vergessen sollte man dabei aber nie das Präventionsparadox, wie es der deutsche Soziologe Armin Nassehi in einem Interview ausgedrückt hat: Die Schäden, die ausgeblieben sind, sieht man nicht.¹ Zu zweiterem gab es ein breites Spektrum von Propheten, die den Untergang verkündeten, über Gurus, die eine neue Welt erklärten bis hin zu den Ideologen, die wieder alte Konzepte aus der Schublade holten. Doch selbst für seriöse Expertinnen und Experten ist es aufgrund vieler unbestimmter Faktoren schwierig, genaue, zum Beispiel ökonomische Vorhersagen zu treffen. Vielmehr sollte uns im Sinne der Aufklärung wieder stärker bewusst werden, dass die Zukunft weder nach irgendeiner logischen Abfolge passiert, noch durch irgendjemanden vorgegeben wird. Wir alle haben die Gestaltung der Zukunft selbst in der Hand und auch eine damit einhergehende Verantwortung. Daher sollten wir uns vielmehr damit beschäftigen, wie wir uns besser

auf „unvorhergesehene“ Ereignisse vorbereiten können und derartige Krisen auch als Chance für Neues nutzen können.

Marathon statt Sprint

Eine der wesentlichen Fragen dafür ist, wie man mit Themen, die einen mittel- bzw. langfristigen Zeithorizont haben, bei uns allen, aber vor allem auch den politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern besser durchkommt? Es sind oft Themen, denen Politikerinnen und Politiker (und deren Umfeld) wenig Aufmerksamkeit schenken, weil sie keine tagespolitische Relevanz haben, sich medial vielleicht nicht „verkaufen“ lassen oder für den bevorstehenden Wahlkampf schlicht nicht „spielentscheidend“ sind. Selbiges trifft auf die Medienwelt allerdings auch oft zu. Wir können die Verantwortung, sich besser auf Bedrohungsszenarien vorzubereiten, aber nicht allein auf die Entscheidungsträgerinnen und -träger oder auf Expertinnen und Experten abschieben. So sehr es zu begrüßen ist, dass die Einbindung von Expertise im Zuge von COVID-19 zugenommen hat und stärker evidenzbasiertes Entscheiden hoffentlich auch in Zukunft mehr Bedeutung haben wird: Keiner hat allein den „Master-Plan“ für die Bewältigung von Krisen, das Wiederhochfahren oder die Zeit „nach“ COVID-19. Vielmehr geht es darum, die Kreativität von so vielen wie möglich zu nutzen und viele Köpfe aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammenzubringen und einzubeziehen. Um es in den Worten von Wirtschaftskammer-Präsident Harald Mahrer zu sagen: Es geht um „Herden-Kreativität“.² Darum, sich nicht nur mit der kurzfristigen Bewältigung der COVID-Krise zu beschäftigen, sondern zusätzlich Ressourcen für langfristige Zukunftsfragen und Lösungen einzusetzen.

Um dazu einen Beitrag zu leisten, ist die Julius Raab Stiftung 2020 gemeinsam mit FASresearch in einem Forschungsprojekt den Fragen nachgegangen, wer aktuell in Europa und insbesondere im D-A-CH-Raum wichtige Ideen und Impulse zu den großen Herausforderungen unserer Zeit liefert, wie lernfähig und offen das politische System ist und was es für neue, unkonventionelle Kooperationen braucht. Ausgehend von 55 Tiefeninterviews, die von Mai bis Oktober 2020 mit namhaften Expertinnen und Experten aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft & Forschung, NGOs, Zivilgesellschaft und Think Tanks geführt wurden und einer quantitativen Erhebung zu klassischen Mediennennungen und Social Media-Aktivitäten entstand das Projekt #NAVIGATEUR.

auf „unvorhergesehene“ Ereignisse vorbereiten können und derartige Krisen auch als Chance für Neues nutzen können.

Marathon statt Sprint

Eine der wesentlichen Fragen dafür ist, wie man mit Themen, die einen mittel- bzw. langfristigen Zeithorizont haben, bei uns allen, aber vor allem auch den politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern besser durchkommt? Es sind oft Themen, denen Politikerinnen und Politiker (und deren Umfeld) wenig Aufmerksamkeit schenken, weil sie keine tagespolitische Relevanz haben, sich medial vielleicht nicht „verkaufen“ lassen oder für den bevorstehenden Wahlkampf schlicht nicht „spielentscheidend“ sind. Selbiges trifft auf die Medienwelt allerdings auch oft zu. Wir können die Verantwortung, sich besser auf Bedrohungsszenarien vorzubereiten, aber nicht allein auf die Entscheidungsträgerinnen und -träger oder auf Expertinnen und Experten abschieben. So sehr es zu begrüßen ist, dass die Einbindung von Expertise im Zuge von COVID-19 zugenommen hat und stärker evidenzbasiertes Entscheiden hoffentlich auch in Zukunft mehr Bedeutung haben wird: Keiner hat allein den „Master-Plan“ für die Bewältigung von Krisen, das Wiederhochfahren oder die Zeit „nach“ COVID-19. Vielmehr geht es darum, die Kreativität von so vielen wie möglich zu nutzen und viele Köpfe aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammenzubringen und einzubeziehen. Um es in den Worten von Wirtschaftskammer-Präsident Harald Mahrer zu sagen: Es geht um „Herden-Kreativität“.² Darum, sich nicht nur mit der kurzfristigen Bewältigung der COVID-Krise zu beschäftigen, sondern zusätzlich Ressourcen für langfristige Zukunftsfragen und Lösungen einzusetzen.

Um dazu einen Beitrag zu leisten, ist die Julius Raab Stiftung 2020 gemeinsam mit FASresearch in einem Forschungsprojekt den Fragen nachgegangen, wer aktuell in Europa und insbesondere im D-A-CH-Raum wichtige Ideen und Impulse zu den großen Herausforderungen unserer Zeit liefert, wie lernfähig und offen das politische System ist und was es für neue, unkonventionelle Kooperationen braucht. Ausgehend von 55 Tiefeninterviews, die von Mai bis Oktober 2020 mit namhaften Expertinnen und Experten aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft & Forschung, NGOs, Zivilgesellschaft und Think Tanks geführt wurden und einer quantitativen Erhebung zu klassischen Mediennennungen und Social Media-Aktivitäten entstand das Projekt #NAVIGATEUR.

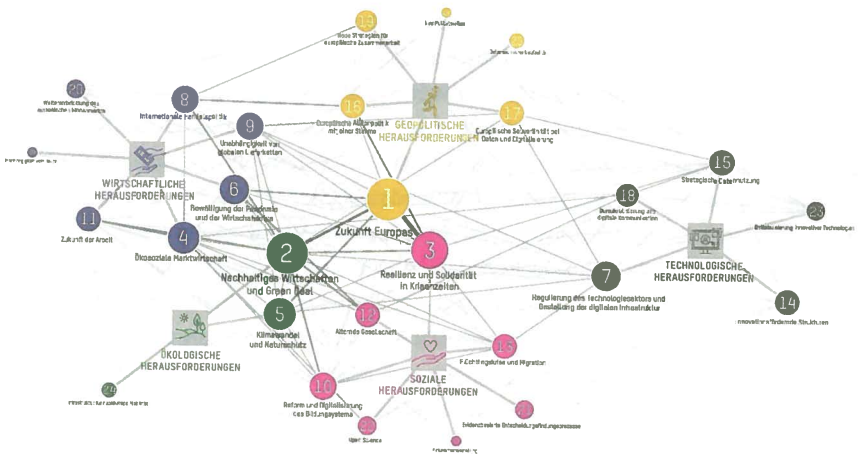
Ideen-/ImpulsgeberIn	Land	Authority Value	Medienresonanz-Index	Impact-Index
European Commission	Belgien	97.9	98.9	196.8
World Economic Forum	Schweiz	98.6	95.1	193.8
Bertelsmann Stiftung	Deutschland	99.3	92.6	191.9
FRIDAYS FOR FUTURE Bruegel	Schweden	92.5	96.3	188.8
Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e.V.	Belgien	100.0	87.4	187.4
ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung	Deutschland	87.7	97.1	184.8
European Council on Foreign Relations (ECFR)	Deutschland	95.9	88.3	184.2
World Wide Fund For Nature (WWF International)	Deutschland	88.4	92.9	181.2
Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)	Schweiz	80.1	97.4	177.6
	Frankreich	79.5	96.0	175.5

Tabelle: Die Top10 ImpulsgeberInnen mit Impact (Authority Value + Medienresonanz-Index) in Europa

©FASresearch

Die großen Herausforderungen

Doch was sind die großen wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen, technologischen und geopolitischen Herausforderungen, die angegangen werden müssen und für die die genannten Organisationen Impulse liefern sollen und können? In den Interviews am öftesten genannt wurde „die Stärkung einer gemeinsamen europäischen Politik für die Zukunft“, gefolgt von der „Verwirklichung des Green Deals“, „die Stärkung von Resilienz und Solidarität in Krisenzeiten“ sowie „das Forcieren der Ökosozialen Marktwirtschaft“. In den öfters genannten Herausforderungen spiegelt sich die Coronakrise zwar merklich wider (z. B. „stärkere Digitalisierung im Bildungssystem“ oder „Unabhängigkeit von globalen Lieferketten“), allerdings auch die Wichtigkeit im Hinblick auf Umwelt und Klima, entgegen der etwas zurückgegangenen medialen Wahrnehmung im Jahr 2020.



Grafik: Themen, die durch Personen miteinander verbunden sind („Personen, die dieses Thema ansprechen, sprechen auch jenes an“); Größe und Ränge: Anzahl der Nennungen; N=50 Personen, die diese Frage beantwortet haben. ©FASresearch

Wie lernfähig sind Österreich und Europa?

Zur Lösung dieser Herausforderungen sind Lernfähigkeit und Offenheit für Neues entscheidende Faktoren. Worauf es dafür in Politik und Verwaltung ankommt, sind wir ebenfalls in den Interviews nachgegangen. Aus Sicht der Befragten entscheidet darüber vor allem die Politik selbst. Wem die Regierung ihr Ohr leiht und wer es „in die Nähe“ der politischen Verantwortlichen schafft, ist häufig intransparent. Weiters wird die Aufnahme von Ideen und wissenschaftlichen Erkenntnissen oft davon abhängig gemacht, wie bedeutend diese für eine Wiederwahl sind oder zur ideologischen Ausrichtung passen. Als wesentlich hemmende Faktoren werden die „Kurzfristigkeit der Politik“ und „bürokratische Starrheit“ gesehen. Zugleich ergeben sich aber gerade in Krisenzeiten „windows of opportunities“, in denen die Politik wesentlich offener gegenüber neuen Ideen und Impulsen wird. Grundsätzlich schätzen die Befragten die Offenheit und Lernfähigkeit in Brüssel auch besser ein als in Wien.

Was braucht es für neue, unkonventionelle Kooperationen?

Die Vielfalt und Exzellenz der zahlreichen Organisationen zeigen, dass es nicht an Ideen mangelt, sondern die Herausforderung in der Umsetzung liegt: Wie kommt es von der Idee über die Analyse auch bis hin zur Tat? Die Voraussetzung, um neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen, vor allem in Krisenzeiten, ist Kooperationsfähigkeit. Anstelle der üblichen Allianzen sollte versucht werden, mehr unkonventionelle Kooperationen zu schaffen, um gemeinsame Lagebilder zu erstellen, aus denen dann operative Pläne entwickelt werden können. Es geht um sogenannte „stretched collaborations“, wie sie der Autor Adam Kahane beschreibt.³ Wer solche Kooperationen in die Welt bringen kann, muss jedenfalls über das adäquate Mindset, die richtigen Fähigkeiten und die entsprechende Infrastruktur verfügen. Laut den Gesprächspartnern in den Tiefeninterviews sind vor allem eine Kultur der Offenheit, lern- und anpassungsfähige Führungspersönlichkeiten und schließlich geschützte Räume, in denen Begegnung tatsächlich stattfinden kann, die wichtigsten Bedingungen für die Gründung solcher neuen, unkonventionellen Kooperationen.

„Never waste a good crisis“

Dieses Zitat des britischen Staatsmannes Winston Churchill hat vielleicht mehr Aktualität denn je. Wenn uns das Jahr 2020 und die COVID-19-Krise (die uns auch noch länger begleiten wird) eines gezeigt haben, dann, dass es nicht von selbst linear vorwärts geht, sondern wir immer wieder auf Herausforderungen vorbereitet sein müssen. Und so dramatisch die Auswirkungen der COVID-19-Krise sind, umso mehr sollten wir sie

auch nutzen, um in Zukunft einiges besser zu machen. Dazu bedarf es vieler Ideen- und Impulsgeber, einer erhöhten Lernfähigkeit und der Bereitschaft für neue Kooperationen zur Umsetzung. Weder wird es ein Zurück in die „Vor-Corona-Zeit“ geben, noch die völlig neue „utopische Welt“. Es geht um eine schrittweise Transformation zu Neuem, damit Europa auch in Zukunft in einer globalen Welt reüssieren kann.

Die gesamte Netzwerkanalyse und weitere Studienergebnisse sind auf www.navigateur.eu abrufbar.

- 1 [https://nzzas.nzz.ch/hintergrund/unsicherheit-wut-und-zukunftsangst-was-die-corona-krise-ausloest-ld.1581031] (abgerufen am 23. 01. 2021).
- 2 [https://kurier.at/politik/inland/wko-praesident-mahrer-ueber-corona-krise-reden-wir-endlich-ueber-herden-kreativitaet/400809773] (abgerufen am 31. 01. 2021).
- 3 Siehe dazu *Kahane*, Collaborating with the Enemy: How to work with People You Don't Agree with or Like or Trust (2017).