

Vortrag im Rahmen der Vorstellung des  
Edelman Trust Barometer

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar  
Berlin, den 26. Februar 2013

Vom Vertrauen in digitalen Zeiten

Vertrauen erzieht. Weil Vertrauen stets mit einer riskanten Vorleistung verbunden ist, an die Erwartungen geknüpft sind. Denn wer vertraut, gewährt einen ganz besonderen Kredit, einen Vertrauensvorschuss, den es einzulösen gilt. Vertrauen will verdient sein, und wer dieses auf Zeit und Widerruf gegebene Vertrauenskapital nicht zurückzahlen kann, zerstört eine Beziehung, und das hat Folgen. Nicht zuletzt bei den sehr empfindsamen und zerbrechlichen Vertrauensverhältnissen zweiten Grades – dem „Systemvertrauen“, wie es Niklas Luhmann nennt. Da geht es um die sozialen und personalen, darstellungsgebundenen Systeme, also Politik, Wirtschaft, gesellschaftliche Institutionen nebst ihren Akteuren.

Das Edelman-Trustbarometer zeigt nicht mehr und nicht weniger an, welches „System“ aktuell über die größte Vertrauenswürdigkeit und damit den höchsten Vertrauensvorschuss verfügt. Die Ergebnisse für Deutschland sind bekannt, und sie überraschen wohl keinen. Das für Deutsche Irritierende ist wahrscheinlich, dass viele Europäer und noch mehr Nicht-Europäer, allen voran die Chinesen, auf Deutschland in „vertrauensvoller Erwartung“ blicken. Es ist typisch für die deutschen Eliten, dass dies nicht mit selbstverpflichtendem Stolz, sondern mit Skepsis, ja Beunruhigung fast zähneknirschend zur Kenntnis genommen wird. Wir tun uns bekanntlich schwer, nach außen eine Führungsrolle zu übernehmen, wo wir doch nach innen durchaus bereit sind, auf Glaubwürdigkeit und Standhaftigkeit gründendes Führungsverhalten als vertrauenswürdig zu honorieren. „Dem

Chaos kann man nicht vertrauen“, einer scheinbar eisernen Kanzlerin sehr wohl.

Aber gerade die auch in anderen „Trust Reports“ zu verzeichnenden schlechten bis verheerenden Werte zeigen, wie prekär, ja gestört sich das Vertrauensverhältnis im System Politik darstellt. Dass Banken und Konzern-CEOs von einer tiefgreifenden Vertrauenskrise erfasst sind, darf nach den Erfahrungen der letzten Jahre nun keinen verwundern. Daran sind ausnahmsweise weder die alten noch die neuen Medien Schuld. Dass einzelne politische Parteien, allen voran die FDP und Piraten, viel oder gar das letzte Vertrauenskapital verspielt haben, muss angesichts ihrer soapartigen Performance selbst den risikobereitesten Kreditgeber vergraulen.

Vergessen wir nicht: Vertrauen erzieht, im schlimmsten Fall zu Misstrauen. Offenbart das Edelman-Trustbarometer 2012 also einen eklatanten Mangel an Führungs- und Fachkompetenz in der Politik? Sagen die positiven Werte für NGOs, Wissenschaftler und Branchenexperten etwas über das Versagen der politischen Akteure, die unerfüllten Erwartungen der Menschen aus? Oder, so die kühne Hypothese, beweist gar das hohe Vertrauen in die Medien die Manipulierbarkeit von Stimmungen, Einstellungen und Bekundungen. Denn, so ließe sich argumentieren, nie war es schwerer, Vertrauen zu bilden und zu erhalten als im digitalen Zeitalter. Daran ist etwas Wahres, insbesondere wenn es um Führungsrollen in Politik und Wirtschaft geht. Wir müssen gar nicht die allseits vertrauten Jereminaden über die Boulevardisierungs- und Skandalisierungstendenzen, den jederzeit aktivierbaren Alarmismus in den alten und Neuen Medien anstimmen. Das ist populär, das ist die einfachste, plausibelste und bequemste Erklärung.

Wer allerdings vor dem Hintergrund einer sich unaufhaltsam ausweitenden Medienöffentlichkeit, in der jeder zum Produzenten und Kommunikator werden kann, noch einmal nach den Grundlagen von Vertrauensbildung fragt, kommt zu einer angemessenen Bewertung der Lage. Vertrauensbildung Zweiten Grades ist stets an einen Mangel an Informationen gekoppelt: Wir kompensieren fehlende Informationen und unmittelbare Vertrautheit in sozialen Systemen durch eine besondere Willensleistung, die sich aus Vertrauensbereitschaft und Vertrauenswürdigkeit zusammensetzt.

Die soziale Komplexität verlangt uns solche Vertrauensleistungen ab. Gleichzeitig muss der Vertrauende aber auch genug Realität, das heißt ein Mindestmaß nachvollziehbare reale Grundlagen in der Hand haben. Je weniger Informationen wir besitzen, desto mehr müssen wir vertrauen. Heute und in Zukunft stellt sich die Situation aber radikal anders dar: Wir scheinen über (fast) alles informiert, also schwindet der Vertrauensbedarf. Allgegenwärtige Transparenz- und Correctnessgebote zielen nunmehr auf Eindeutige, eine eindimensionale Glaubwürdigkeit und normative Moral, wo doch Vertrauen, so eine alte psychologische Erkenntnis, die „Toleranz für Mehrdeutigkeit“ stärkt. Wo sich ein kollektives Bewusstsein medientechnologisch gestützt zum Big Brother aufschwingt, wird das Ansammeln von Vertrauenskapital für politische Führungsrollen zur Sisyphos-Aufgabe. Das führt zu grotesken verbalen wie verhaltensmäßigen Verrenkungen, die allgemeine Verunsicherung ob der medialen Mobilmachung sitzt tief.

Bereits vor über fünfzig Jahren hat Niklas Luhmann die Basisformel des Vertrauenserwerbs entwickelt: „Wer sich Vertrauen erwerben will, muss am sozialen Leben teilnehmen und in der Lage sein, fremde Erwartungen in die eigene Selbstdarstellung einzubauen.“ Das ist auch für Politiker und Führungskräfte in der Wirtschaft bis heute der einzige dauerhafte Weg zum Erfolg. Das muss allerdings heute mehr den gegebenen medialen Bedingungen neu erlernt werden. Hier ist nicht Konformismus gemeint – im Gegenteil: Luhmann spricht von einem „unfassenden Eingehen auf fremde Erwartungen“ (59). Und das heißt: Authentizität, Sensibilität für das Wesentliche und eine niemals anbiedernde, dafür distanzierte Nähe zu den Menschen. Darauf läuft es hinaus, und dazu müssen auch wir alle, die potenziell Vertrauenden, einen qualifizierten Beitrag leisten.

In der Organisationspsychologie gibt es den schönen Begriff des „Idiosynkrasiekredits“. Er kennzeichnet in Unternehmen die Bereitschaft von Vorgesetzten, Marotten, Schrullen, individuelle Eigenarten eines Mitarbeiters zu dulden, weil man ihren Fähigkeiten vertraut und ihre besonderen Belastungen respektiert. Darüber sollten auch wir, die Bürger, einmal in Bezug auf die Politiker prinzipiell nachdenken. Wir müssen aufpassen: Die

Unfähigkeit des Vertrauens in das System Politik lässt eine Demokratie erodieren. Daran sind nicht die Medien Schuld, sondern die Medienproduzenten – und das sind ab jetzt wir alle. In Umkehrung von Lenin hieße das: Kontrolle ist wichtig, Vertrauen bleibt unverzichtbar.

Eine Hommage an Niklas Luhmann