

Christoph Bieber

Wo bitte geht's zur „K-Street“?

Fragen zur Professionalisierung von Politik, Wissenschaft und Kommunikation.

Wenngleich im akademischen Diskurs die Frage nach der „Professionalisierung politischer Kommunikation“ noch nicht endgültig geklärt ist, so lässt sich doch eine stetige Vermengung der Bereiche Politik, Kommunikation, Beratung und Mediengestaltung gut beobachten: Hinweise liefern u.a. das immer häufigere Engagement von Medienagenturen und -beratern, eine wachsende Bedeutung des „Kampagnenwesens“ auch außerhalb des Wahlkampfs, das Aufkommen neuer medialer Formate zu Politikvermittlung und politischer Bildung, die Entstehung neuer Bildungsangebote (samt ganzer Ausbildungsstätten), vor allem aber die Verwachsung der verschiedenen Segmente in und um das Berliner Regierungsviertel. Insbesondere soll dabei auch Rolle und Auswirkung digitaler, interaktiver Medien untersucht werden, denn auch in der Zeit nach der überhitzten New Economy liefert „das Internet“ zahlreiche Ideen, Impulse und Innovationen für Politik, Wissenschaft und Kommunikation.

Aus einer Perspektive, die Erfahrungen sowohl aus der Wissenschaft (Zentrum für Medien und Interaktivität) wie auch praktischer Politikvermittlung bzw. -beratung (politik-digital) aufgreift, versucht sich der Beitrag an einer Skizzierung der „Berliner Szene“, die sich zwischen Politik und Kommunikation zu etablieren scheint, und dabei nicht ausschließlich professionelle Strukturen hervor bringt.