

# Vorwort

Die Globalisierung wird Wirklichkeit. Junge und ehrgeizige Volkswirtschaften fordern den Standort Deutschland heraus, der sich auf die neuen Bedingungen einstellen muss. Vorschläge zu weitreichenden Reformen der Sozialsysteme und Wirtschaftsabläufe liegen auf dem Tisch oder sind ansatzweise bereits umgesetzt. Während die Vertreter der Wirtschaft diese Reformen eher als Chance betrachten, ist die Unsicherheit unter weiten Teilen der Bevölkerung immens. Ihr Informationsdefizit über das, was geplant ist und auf sie zukommt, ist groß – neben unzulänglichem Faktenwissen treten diffuse, emotional begründete Ängste und negative Gefühle auf.

Wie gut laufen die Verständigungsprozesse zwischen der Wirtschaft (den Unternehmen) und der Bevölkerung ab? Das ist die zentrale Frage des Forschungsprojektes, das das Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim (Stuttgart) mit Unterstützung der Hewlett-Packard GmbH Deutschland im Jahr 2004 durchführte und dessen Ergebnisse in diesem Buch vorgestellt werden. Hewlett-Packard GmbH Deutschland ermöglichte es, dieses spannende Projekt umzusetzen. Dem Unternehmen, insbesondere dem langjährigen Vorstandsvorsitzenden und Aufsichtsratsmitglied Jörg Menno Harms, gilt unser besonderer Dank für die Initiierung und engagierte Förderung des Projektes.

Zum Verständigungsprozess zwischen Wirtschaft und Gesellschaft wurden in einem mehrstufigen Verfahren die Unternehmer selbst (Vorstandsvorsitzende und Geschäftsführer) befragt sowie Chefredakteure, die durch ihre aktuelle Berichterstattung nah an den Ereignissen operieren und regelmäßig die Bevölkerung mit Nachrichten aus Politik, Wirtschaft und Kultur versorgen. Außerdem fand eine repräsentative Umfrage unter der Bevölkerung statt, die die Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen forsa (Berlin) im Auftrag des Fachgebietes Kommunikationswissenschaft (Ende Oktober 2004) durchgeführt hat. Für die Beratung bei der Konzeption der entsprechenden Fragenkomplexe sei forsa gedankt.

An diesem Forschungsvorhaben haben viele Unternehmer und Chefredakteure mitgewirkt. Sie haben dem Forscherteam trotz voller Terminkalender bereitwillig Zeit für ausführliche Expertengespräche und Befragungen eingeräumt. Ihnen gilt unser herzlicher Dank für die aktive Mitwirkung und die offenen, klaren Stellungnahmen, die die Analysen außerordentlich bereicherten. Die Firma Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH (Darmstadt) hat die Adressen für die Stichprobe der

Unternehmerbefragung zur Verfügung gestellt und damit unser Forschungsvorhaben in dankenswerter Weise unterstützt.

Am vorliegenden Abschlussbericht des Projektes haben zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Fachgebietes Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim (Stuttgart) mit großem Engagement mitgearbeitet: Rainer Bluthard, Dipl. rer. oec. Katja Fiedler, Daniel Fleiter M.A., Caissa Keil, Dipl. rer. com. Sandra Peggy Reiß, Dipl. rer. com. Andrea Reuschle und Dipl. rer. com. Daniel Schäfer. Unterstützend haben Marina Deiß, Cornelia Jers, Fariba Sattler und Florian Troche am Projekt mitgewirkt.

Die Forschungsergebnisse haben wir am 14. Dezember 2004 im Literaturhaus Stuttgart der Presse vorgestellt.

Ein herzliches Dankeschön sei auch an Prof. Dr. Walter J. Schütz (Bonn) und Georg Hellack (Bonn) gerichtet, die wertvolle Hinweise gaben und mit besonderer Sorgfalt die Schlussredaktion der Publikation übernahmen.

Claudia Mast  
Klaus Spachmann

Stuttgart,  
im April 2005