

mit dem Gedanken spielen, in die Politik einzusteigen. Es soll »Lust auf Politik« gemacht und »Verständnis für PolitikerInnen« geweckt werden (8–9), letztlich mit dem Ziel, die Qualität von Politik zu verbessern. Da *Political Management* (die Kunst, Politik zu machen) in Verbindung mit politischer Kommunikation bisher im deutschsprachigen Raum zumindest in Theorie-Diskussionen tendenziell vernachlässigt wurde, erarbeitet vorliegendes Buch ein wichtiges Themenfeld. Jankowitsch bezieht sich geographisch gleichermaßen auf Österreich und Deutschland. Die Autorin, die als unabhängiger Coach und Kommunikationstrainerin für SpitzenpolitikerInnen und Top-ManagerInnen arbeitet (<http://www.jankowitsch.at>), formuliert den Anspruch, dass es um »political Leadership für Neueinsteiger« gehen soll (128). *Political Leadership* widmet sich der Frage, wie sich Leitungskompetenzen erwerben, anwenden und verbessern lassen.

Der Aufbau des Buches folgt einem stimmigen Konzept: In der Einleitung wird »Political Leadership« definiert, und im Schlusswort stellt die Autorin Thesen zur Diskussion, wie sich Leadership von PolitikerInnen verbessern ließe. Der Hauptteil gliedert sich in zehn Kapitel, in welchen die Autorin folgende »10 Erfolgsfaktoren« für Politikeinstieg detailliert bespricht und analysiert: Grundvoraussetzungen, Einstieg, Vision und Positionierung, Organisation, Handwerk, Team, »Public Relations & Lobbying«, WählerInnen, Medien, Wahlkampf.

Politik (in Europa) zeichnet sich durch eine zunehmende KandidatInnen-Orientierung aus, die auf Kosten traditioneller Parteipolitik geht. Damit werden die Politikerin beziehungsweise der

Jankowitsch, Regina Maria (2005)  
*Ich trete an! 10 Erfolgsfaktoren für alle, die gewählt werden wollen.*  
 Wien: Verlag Carl Ueberreuter.

*Ich trete an!* versteht sich als ein praktischer Ratgeber für jene Personen, die

Politiker selbst und ihre oder seine Persönlichkeit wichtiger als parteipolitische Ideologie oder Programmatik. Durch diese Entwicklung ergeben sich aber auch mehr Möglichkeiten für potenzielle QuereinsteigerInnen, in die Politik einzutreten und eine politische Karriere zu starten. Folglich kann Jankowitsch über PolitikerInnen sagen: »Sie sind die Botschaft! Sie selbst sind Produkt & Dienstleistung zusammen« (13).

In der Leadership-Forschung wird idealtypisch zwischen *power-oriented* und *social-oriented leadership* unterschieden, wobei auch Mischtypen möglich sind. *Power-oriented* heißt: Ich gehe in die Politik, weil ich an den Privilegien der Macht interessiert bin. *Social-oriented* wiederum bedeutet: Ich setze die Mittel der Macht für ein »am Gemeinwohl orientiertes Ziel« ein. In diesem Spannungsfeld bezieht vorliegendes Buch eindeutig Position, in dem es behauptet: »Inspirieren können Sie nur über große Ideen, nicht über Machtspiele« (43). *Authentizität* definiert dabei die entscheidende Messlatte für die Konzeption von *Political Leadership*, die Jankowitsch verwendet: Nur authentische PolitikerInnen werden auch nachhaltig erfolgreich sein. Für Authentizität ist es wichtig, dass PolitikerInnen eine Übereinstimmung zwischen »Handlungen und Aussagen« herstellen, da sich sonst ein »Glaubwürdigkeitsproblem« und erhöhter »Erklärungsbedarf« ergeben (40). Authentizität verlangt das Zusammenführen von Professionalität (emotionale und fachliche Kompetenz), Charisma (durch Begeisterung und Mut) und Glaubwürdigkeit (durch Vertrauensbildung und Zukunftsorientierung).

Der Einstieg in die Politik ist über verschiedene Kanäle möglich und kann

sich auf unterschiedliche Organisationen konzentrieren: eine politische Partei, einen Interessenverband, eine NGO (Nichtregierungsorganisation) oder eine Bürgerinitiative. Damit ergeben sich differenzierte Möglichkeiten für Partei-, Standes- und Interessenpolitik. Auch soll jede beziehungsweise jeder klären, ob sie oder er mehr an einer exekutiven oder legislativen Funktion interessiert ist (30). Grundsätzlich muss jeder Politikeinstieg gut überlegt sein, und es gilt, Chancen und Risiken gegeneinander abzuwägen. Jankowitsch führt dafür auch eine lange Checkliste an (19–28).

Das Medienzeitalter verlangt von (erfolgreichen) PolitikerInnen, ein unverwechselbares Profil zu zeigen und »persönlich Farbe« (37) zu bekennen. Die Kurzformel lautet: *Was will ich und wofür stehe ich?* PolitikerInnen müssen die *Werte* und *Visionen*, für die sie eintreten (wollen), offen legen und entsprechend kommunizieren. Werte sind die Antwort auf die »Ich stehe für«-Frage, und Visionen lassen sich als »große Ideen«, als »Beiträge zur Verbesserung unserer Gesellschaft« verstehen (37). Im Hinblick auf die Spielregeln des Medienzeitalters, in welchem Zeit ein äußerst knappes Gut darstellt, empfiehlt Jankowitsch deshalb allen PolitikerInnen, dass sie imstande sind, innerhalb von zwanzig Sekunden oder in zwei Manuskriptzeilen folgende Fragen zu beantworten (38–39): 1. »*Ich stehe für...*«: Hier sind maximal drei Werte oder Eigenschaften aufzulisten. 2. »*Ich werde/ will/ mache...*«: Hier sind konkrete Initiativen und Vorhaben anzuführen. 3. »*In x Jahren soll...*«: Damit wird die Vision ausgedrückt, die das zukünftige Ziel politischen Handelns benennt. Für den erfolgreichen Umgang mit Medien und

WählerInnen führt die Autorin ferner folgende Überlegungen an: Die Fähigkeit von PolitikerInnen, »persönliche Meinungen« und Wertungen zu äußern, wird als »ein Zeichen von Leadership« gesehen (116). Und die Vermittlung des Zukünftigen hat Vorrang gegenüber dem Blick auf das Vergangene (128–129).

Im Schlusswort diskutiert Jankowitsch die interessante These, ob sich eine erfolgreiche PolitikerInnen-Karriere nicht auch durch zeitliche Begrenztheit auszeichnet. »Leadership wird durch Routine gefährdet« (134). Bei einem Politikeinstieg sollten Möglichkeit und Szenarien des Ausstiegs bereits mitgedacht werden. Die von Jankowitsch aufgestellte *Authentizitäts-Prämisse* liefert einen spannenden Bezugspunkt für gegenwärtige Diskussionen über Politik und den Erfolg von PolitikerInnen. Als Stärken des Buches können die gut und nachvollziehbar beschriebenen zehn Erfolgsfaktoren für Politikeinstieg sowie die verständliche Lesbarkeit des gesamten Textes gelten. Damit lässt sich diese Arbeit auch als ein erfahrungspraktischer Beitrag für Demokratie (-theorie) im Medienzeitalter bewerten.

*David F. J. Campbell*

*david.campbell@uni-klu.ac.at*