Bernd Blöbaum

Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit

Prof. Dr. Bernd Blöbaum
Fotohinweis: Agentur Baganz

Festrede anlässlich der Preisverleihung des **Mestemacher Preises MANAGERIN DES JAHRES 2020,** am 18. September 2020

Sehr geehrte Frau Kollegin Detmers, sehr geehrte Familie Detmers, sehr geehrte Preisträgerin in spe, sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte „Managerinnen des Jahres“ aus den Vorjahren,

vielen Dank für die Einladung, bei der Preisverleihung zur „Managerin des Jahres“ einen kurzen Festvortrag zu halten. Für einen Wissenschaftler ist die Festrede eine eher fremde Textsorte. Deshalb bitte ich um Nachsicht, wenn ich ihre Erwartungen vielleicht nicht ganz erfülle. Der Mestemacherpreis „Managerin des Jahres“ hat Tradition; er und die Preisverleihung sind gewissermaßen eine Institution geworden, mit der Gender Equality schon seit 2002 befördert wird – also lange, bevor Diskussionen um Quotierungen etwa bei DAX-Unternehmen oder in der CDU so intensiv wie heute geführt wurden. Es spricht für die Weitsicht der Initiatorin und Vorsitzenden der Auswahlkommission, Frau Prof. Dr. Ulrike Detmers, dass sie mit großer Beharrlichkeit und Energie ein Thema adressiert und Personen sowie Initiativen auszeichnet, die nicht unbedingt im gesellschaftlichen Mainstream verankert sind. Und es ist schon eine mutige Geste, liebe Frau Detmers, dass Sie die Festrede anlässlich der Verleihung des Preises zur „Managerin des Jahres“ einem alten weißen Mann anvertrauen.

Für dieses Vertrauen danke ich. Und damit bin ich auch schon gleich im Thema für die nächsten Minuten. Ich möchte über Vertrauen

sprechen und Ihnen einige Gedanken zur Bedeutung von Vertrauen vortragen. Seit einigen Jahren befasse ich mich intensiver mit der Frage, welche Rolle Vertrauen in unserer Gesellschaft spielt, wie es aufgebaut, aufrechterhalten werden kann – aber auch, wie es erodiert und in Misstrauen umschlagen kann. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft fördert seit 2012 an der Universität Münster ein Forschungsprogramm zu „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“, in dem ich mitarbeite.

Gibt man in Zeitungsarchiven und in Datenbanken mit wissenschaftlichen Publikationen den Begriff „Vertrauen“ ein, stellt man schnell fest, dass die Thematisierung von Vertrauen zugenommen hat. In den Medien finden wir fast täglich Berichte, in denen es um Vertrauen geht: Umfrageergebnisse, besorgte Beiträge, die Vertrauensverluste von Politik, Politikern, Parteien konstatieren. Vertrauen wird im Kontext von Sport, denken Sie an Dopingvorfälle, in der Wirtschaftswelt, denken Sie an Manipulationen bei Dieselmotoren oder aktuell an den Fall „wirecard“, aber auch in der Wissenschaft, zum Beispiel bei Plagiatsvorwürfen, thematisiert.

Es ist schon ein interessantes Phänomen: Vertrauen erreicht die öffentliche Darstellung offenbar vor allem dann, wenn es gefährdet ist, verloren geht, aufgebraucht ist, nicht mehr besteht. Von dem Philosoph Martin Hartmann übernehme ich hier eine, wie ich finde, passende Analogie: Vertrauen, so Hartmann, ist wie Luft. Wir nehmen im Alltag überhaupt nicht mehr wahr, dass wir unter den Bedingungen von Vertrauen agieren – so wie wir die Luft, die uns umgibt und die für uns lebenswichtig ist, eigentlich nicht bewusst wahrnehmen. Ist die Luft verschmutzt, riecht sie schlecht, ist sie zu dünn, erwärmt sie sich stärker als gut ist, dann rückt sie in die Aufmerksamkeit und man sorgt sich um die Luft- und Klimaqualität. Ähnlich verhält es sich mit Vertrauen: Wir nehmen seine Existenz in privaten Beziehungen, in wirtschaftlichen, politischen und sozialen Verhältnissen vor allem dann wahr, wenn es gefährdet, infrage gestellt ist. Wenn wir fliegen, also vor Corona, überlegen wir nicht

jedes Mal, ob wir dem Piloten, den Fluglotsen, den Ingenieuren und Flugzeugbauern vertrauen können. Im Fall eines Flugzeugunglücks stellen sich dann aber plötzlich solche Fragen.

2019 und bis in das laufende Jahr hinein feierte man 250 Jahre Alexander von Humboldt. Alexander und sein Bruder Wilhelm von Humboldt, Namensgeber der Universität und des neuen Forums wenige Schritte von hier, haben uns mit ihren Forschungen den Blick dafür geöffnet, nicht nur einzelne Phänomene zu betrachten, sondern auch immer den Kontext mitzudenken. Sie haben Pflanzen mit Klima in Verbindung gebracht und Sprache mit Kultur. Auch wenn man sich mit Vertrauen befasst, ist es lohnend, einerseits gewissermaßen mit dem Mikroskop auf Details zu blicken, andererseits aber auch das historische, soziale und gesellschaftliche Umfeld mit dem Weitwinkelobjektiv zu fokussieren.

Die Historikerin Ute Frevert, die sich in ihrer Forschung intensiv mit der Geschichte von Gefühlen und Haltungen beschäftigt, hat herausgearbeitet, wie sich die Rolle von Vertrauen im Zuge der Entwicklung unserer modernen Gesellschaft verändert hat: Vertrauen war ursprünglich beschränkt auf einen sehr kleinen Kreis verwandtschaftlicher Beziehungen und persönliche, face-to-face-Interaktionen unter Anwesenden. Aus diesem privaten, persönlichen Bereich hat sich Vertrauen ausgedehnt. Natürlich gibt es nach wie vor intensive Vertrauensbeziehungen insbesondere in Familien- und Verwandtenkreisen, selbstverständlich beruhen Paarbeziehungen fundamental auf Vertrauen. Aber in unserer modernen, komplexen und heute auch hochgradig global vernetzten Gesellschaft sind auch Institutionen, Berufe, Organisationen, Unternehmen, ja ganze gesellschaftliche Felder wie Wissenschaft, Politik oder Wirtschaft zu Objekten, zu Referenzpunkten von Vertrauen geworden. Und sie sind hochgradig auf Vertrauen angewiesen, um bestehen zu können. Gerade in einer globalisierten, überaus vernetzten und vielschichtigen Welt, in der man seine Geschäftspartner, aber auch die Institutionen, mit denen man es zu tun hat, oft überhaupt nicht

mehr persönlich kennt, in der es unpersönliche Beziehungen zu Behörden, zu Politikern, zu Experten, zur Wirtschaft, zur Wissenschaft, zur Politik gibt, braucht es Vertrauen, um entscheiden und handeln zu können. Bürger, Kunden und Klienten wählen, entscheiden, kaufen, handeln oft auf der Basis von Vertrauen. Müssen dies nahezu zwangsläufig tun. Darin liegt immer ein Risiko, das der Enttäuschung, dass Vertrauen sich, wie man sagt, nicht ausgezahlt hat, nicht gerechtfertigt war.

Der Bielefelder Soziologe Niklas Luhmann, ein genauer Gesellschaftsbeobachter, hat nüchtern festgestellt: Vertrauen ist leichter zu zerstören als aufzubauen. Vertrauen, darauf habe ich zu Beginn mit der Metapher von Luft hingewiesen, ist etwas, das eher unsichtbar im Hintergrund mitläuft. Der massive Vertrauensverlust der Deutschen Bank (in den 1990er-Jahren war diese Bank mit dem Slogan „Vertrauen ist der Anfang von allem“ im Marketing aktiv), die Vertrauenskrise der Katholischen Kirche nach zahlreichen Missbrauchsfällen, das schwindende Vertrauen in etablierte politische Parteien, Corona-Demonstrationen, Me-Too und Fridays for Future: Überall finden wir Beispiele für Entwicklungen, die Vertrauenskrisen indizieren oder aber als solche interpretierbar sind. Übrigens auch in der Wissenschaft: Zwar genießt dieser Bereich im Vergleich zu Politik und Kirche noch ein sehr hohes Vertrauen, wie zahlreiche Umfragen belegen, aber auch hier machen wir uns intensiv Gedanken, wie wir die Glaubwürdigkeit von Wissenschaft, die durch Plagiatsfälle, durch den Umstand, dass sich manche Studien etwa in der Psychologie nicht replizieren lassen, stützen oder verbessern können. Dass die Leugner wissenschaftlicher Evidenzen in Ländern wie Polen, Ungarn und den USA in hohen Staatsämtern agieren, macht es nicht gerade leichter, die Vertrauenswürdigkeit von Wissenschaft zu verteidigen.

Vertrauen beschreibt den Zustand einer Beziehung, es ist ein Beziehungskonstrukt. Ob jemand vertraut oder nicht, basiert auf einer freien Entscheidung. Zu Vertrauen kann man nicht gezwungen

werden. In der Vertrauensforschung wird unterschieden zwischen einem Vertrauensgeber, einer Person, die vertraut, die Vertrauen gibt, und einem Vertrauensnehmer. Bis auf Weiteres denke ich, dass es nur Menschen sind und nicht Maschinen oder künstliche Intelligenz, die Vertrauen gewähren, geben können. Auf der Empfangsseite von Vertrauen, also wem Vertrauen entgegengebracht werden kann, stehen allerdings nicht nur Menschen. Bezugspunkte von Vertrauen sind heute auch Organisationen und Institutionen wie Parteien, das Bundesverfassungsgericht, der Bundestag, ein Wirtschaftsunternehmen. In repräsentativen Bevölkerungsbefragungen wird oft nach dem Vertrauen in ganze gesellschaftliche Bereiche gefragt, in Systeme wie Politik, Wirtschaft, Wissenschaft oder Recht und Medien. Die Ergebnisse dieser Befragungen sind recht einheitlich. Die Politik als Vertrauensobjekt polarisiert sehr stark, einige vertrauen „der Politik“, andere sind stark misstrauisch. Justiz, vor allem aber Wissenschaft, genießen ein sehr hohes Vertrauen. Als die Corona-Pandemie in Deutschland zu einem sehr ernsthaften Problem wurde, in April und Mai des Jahres, ist das ohnehin große Vertrauen in Wissenschaft noch einmal stark angestiegen. Vertrauen ist immer dann gefordert, wenn das Wissen gering ist, wie zu Beginn der Corona-Krise. Beleuchtet man die Corona-Pandemie unter Vertrauensaspekten, werden spezifische Merkmale von Vertrauensbeziehungen sehr schön sichtbar. Zu Beginn, als das neuartige Virus sich verbreitete, mussten Bürgerinnen und Bürger wie politische Entscheidungsträger den Experten vertrauen, in diesem Fall Virologen.

Ob ich jemandem, einer Person, einem Unternehmen oder einem Medium vertraue oder nicht, hängt – da ist sich die einschlägige Forschung recht einig – vor allem davon ab, ob derjenige, dem ich vertraue, die Expertise, das Können, die Fähigkeit, die Kompetenz besitzt, mein Problem zu lösen, Antworten auf meine Fragen zu geben. Bei der Beurteilung von Vertrauenswürdigkeit spielen neben

der zugeschriebenen Expertise, so die Vertrauensliteratur, auch noch zwei andere Faktoren eine wichtige Rolle: Akteuren, seien es Personen, Organisationen oder Unternehmen, denen man Wohlwollen unterstellt, damit ist gemeint, dass sie meine Interessen ernsthaft im Blick haben, wird eher vertraut als solchen, die ausschließlich ihre eigenen Partikularinteressen verfolgen. Nicht-Regierungsorganisationen genießen in der Regel höheres Vertrauen als Regierungen oder Unternehmen, Amnesty International gilt als vertrauenswürdiger als Donald Trump oder Herr Lukaschenko.

Die Bereitschaft zu vertrauen ist eng verknüpft mit Erfahrungen. Hat man Vertrauen geschenkt und ist nicht enttäuscht worden, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, auch in anderen Situationen einem Vertrauensnehmer wieder zu vertrauen. Nun ist es allerdings so, dass wir in sehr vielen Dingen überhaupt keine primären Erfahrungen machen. Die wenigsten von uns sind politisch aktiv, kennen Politiker persönlich. Dennoch bilden wir alle Vertrauensurteile auf der Basis von Wahrnehmungen, auch über Dinge, bei denen wir keine persönlichen Erfahrungen sammeln, mit denen wir keine Berührungen haben. Donald Trump oder Vladimir Putin wird dann vielleicht weniger vertraut als Angela Merkel oder Annalena Baerbock. Wie kommt das? Hier kommen die Medien ins Spiel.

Ich möchte noch einmal den Soziologien Niklas Luhmann zitieren. Er schrieb: „Alles, was wir über die Welt wissen, wissen wir aus den Massenmedien.“ Das ist zwar übertrieben, wir lernen ja auch etwas in der Schule, im Studium, von unseren Eltern und in unseren peer groups und in vielen anderen Zusammenhängen. Aber es ist natürlich nicht ganz von der Hand zu weisen: Was wir über das Coronavirus wissen, was wir über das Gerangel über den CDU-Vorsitz wissen, was wir über den Dieselskandal bei Volkswagen wissen, über den als Sturmwunder gefeierten norwegischen Fußballer Haaland bei Borussia Dortmund – all dieses Wissen haben wir ausschließlich oder zumindest weit überwiegend aus den Medien. Die Berichterstattung der Medien hat damit einen großen Anteil daran, wie wir die Welt

um uns herum, wie wir die wirtschaftliche Lage, unser politisches Gemeinwesen und die Politiker, wie wir Sportler, Vereine, Wirtschaftsunternehmen, Manager und Managerinnen, wie wir Wissenschaftler und Wissenschaft wahrnehmen. Die Berichterstattung der Medien über Personen, Institutionen, über ganze gesellschaftliche Bereiche spielt damit eine Rolle bei der Frage, was und wen wir als vertrauenswürdig einschätzen, wo wir vielleicht eher zu Misstrauen neigen.

Medien haben unter Vertrauensaspekten eine paradoxe Rolle: Indem sie Skandale, Verfehlungen, Normverletzungen aufdecken und darüber berichten, tragen sie einerseits dazu bei, dass potenziell Misstrauen gegenüber den betroffenen Politikern, Sportlern, Managern geschürt wird. Durch die Berichterstattung sichern sie sich aber zugleich das Vertrauen ihres Publikums, weil sie ihre gesellschaftliche Rolle, die Kritik- und Kontrollfunktion, erfüllen. Wenn Sie so wollen: Vertrauen in Medien basiert auch auf ihrer Kompetenz, Misstrauen zu säen.

Nach diesem Abstecher in die Medienwelt komme ich gegen Ende meines Vortrags zurück zur Frage, wie Vertrauen aufgebaut, entwickelt und aufrechterhalten werden kann. Auf Expertise, Wohlwollen und Integrität als allgemeine Bewertungskriterien für die Vertrauenswürdigkeit habe ich bereits hingewiesen. Natürlich gibt es auch Persönlichkeitsmerkmale wie individuell unterschiedlich ausgeprägte Risikoneigungen und Vertrauensneigungen. Bei der Einschätzung, ob ich vertraue oder nicht, helfen uns sehr oft Abkürzungen. Wir stellen ja schließlich nicht immer umfangreiche Studien und Recherchen an, um umfassende Informationen vor einer Entscheidung zusammenzutragen. Oft helfen uns Symbole und Bewertungen bei Vertrauensentscheidungen: 4,5 von 5 Punkten bei Google, 8,8 von 10 Punkten bei booking.com, ein „Sehr gut“ bei Stiftung Warentest etc. Es sind häufig Erfahrungen aus zweiter Hand, die wir uns zu eigen machen bei Entscheidungen, die ein gewisses Risiko beinhalten. Dieses System von Sternchen, Noten und anderen

Bewertungssymbolen ist natürlich nicht gefeit gegen Manipulationen, insbesondere in der digitalen Welt. Unternehmen, Organisationen und Institutionen können vieles tun, um gegenüber Kunden, Klientinnen, Bürgerinnen und Bürgern ihre Vertrauenswürdigkeit zu demonstrieren. Als vielversprechende Strategien werden in der Literatur immer wieder Dialog und Transparenz genannt: mit Menschen ins Gespräch kommen, erklären, warum man etwas wie macht; das sind vertrauensbildende Aktivitäten.

Vertrauenswürdigkeit kann auch inszeniert werden, etwa wenn Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler für das Fernsehen vor Bücherwände gestellt werden, um Expertise visuell zu unterstreichen. Akademische Titel sind für viele offenbar nach wie vor ein Signal für hohe Vertrauenswürdigkeit. Welche Expertise mit einem Doktor- oder Professorentitel genau ausgewiesen ist, ist dann, so beobachte ich es in der Medienberichterstattung, oft eher nebensächlich. Zu Ostern, erlauben Sie mir diese persönliche Fußnote, bekam ich eine Mail, aus der ich kurz zitiere: „Für die Osterausgabe unserer Tageszeitung sammeln wir bekannte Hasen aus Film, Fernsehen, Literatur und Werbung – Hase Felix oder Bugs Bunny, zum Beispiel. Um die Vorstellung dieser bekannten Langohren fundiert zu untermauern, würde ich mich freuen, wenn Sie ein paar Minuten Zeit für mich hätten. Es soll darum gehen, welche Rolle Hasen überhaupt in den Medien spielen?“ Aufgrund meiner sehr begrenzten Expertise als Hasenforscher habe ich diese Anfrage höflich abschlägig beantwortet. Es ist manchmal fast rührend, welche Kompetenz Journalisten und Journalistinnen einem Kommunikationswissenschaftler zutrauen.

Vom Osterhasen zurück ins Hier und Jetzt. Die Auszeichnung zur „Managerin des Jahres“ ist ja auch eine Art Zertifikat, das herausragende Kompetenz und Integrität signalisiert. Der Preis würdigt Leistungen der Vergangenheit und signalisiert zugleich ein Vertrauen in zukünftiges Handeln. Da Sie, Frau Angela Titzrath, den Preis ja noch nicht übergeben bekommen haben, verbietet es sich

natürlich, Ihnen zu gratulieren. Mit Bezug zu Vertrauen schließe ich nun mit einer persönlichen Einschätzung: Ich neige dazu, einer „Managerin des Jahres“ etwas mehr zu vertrauen als einem „Manager des Jahres“. In Listen zu „Manager des Jahres“ tauchen auch einige Namen auf, die mit dem Wissen von heute vielleicht nicht mehr als herausragend preiswürdig erachtet würden. Wie andere Würdigungen ist auch der heute vergebene Preis ein expliziter Vertrauensbeweis basierend auf Erfahrungen und Wahrnehmungen aus der Vergangenheit – gekoppelt mit einem impliziten Vertrauensvorschuss für die Zukunft.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.