

Medium Handelsblatt

Datum 19. April 2006

Auflage 143.986

THINK-TANKS



Talkshow statt Hinterzimmer

DANIEL FLORIAN | BERLIN

Im Berliner Stadtteil Dahlem geht es beschaulich zu. Zwar liegen hier auch die Gebäude der Freien Universität, vor allen Dingen ist das Viertel aber durch prächtige Gründerzeit-Villen geprägt. Gut 30 Minuten braucht man von hier bis zum Bundeskanzleramt.

Das ist zu weit, findet Klaus Zimmermann, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) und freut sich deswegen auf den bevorstehenden Umzug des Instituts in die Mohrenstraße, mitten ins Herz des Regierungsviertels. Zimmermann will mit seinem Institut keine „verträumte Schrebergartenforschung“ betreiben, sondern das DIW zu einem der weltweit führenden Think Tanks für Wirtschaftspolitik ausbauen.

Das Institut bietet dafür die besten Voraussetzungen: Mit etwa 200 Mitarbeitern ist das DIW das größte deutsche Wirtschaftsforschungsinstitut und verfügt über ein Budget von rund 20 Millionen Euro, fast die Hälfte davon aus Drittmitteln. Zimmermann hat dem DIW einen strikten Modernisierungskurs verordnet: In den vergangenen sechs Jahren reformierte er den Verwaltungsapparat, führte neue Produkte wie ein Info-telefon für politische Entscheider ein und brachte kürzlich eine strategische Partnerschaft mit dem dimap-Institut unter Dach und Fach, die dem DIW unter anderem neue Kunden bringen soll.

Das Berliner Institut will beides - forschen und beraten: „Wir möchten nicht den Nur-Forscher oder den Nur-Berater“, so Zimmermann. Deswegen setzt das DIW auch auf das so genannte „revolving door“-Prinzip, also den Austausch von Personal zwischen Politik und Wissenschaft, der amerikanische Denkfabriken so produktiv macht. Aber obwohl der Grüne Oswald Metzger kürzlich als Research Fellow am DIW zu Gast war, räumt Zimmermann ein, dass die deutsche Politik in dieser Hinsicht „eher zögerlich“ sei.

Das DIW setzt zudem auf eine breite Wirkung in der Öffentlichkeit: Weil Politik vor allen Dingen in den Parteizentralen gemacht wird und externer Rat meist unerwünscht ist, bleibt die Einflussnahme über die Medien als „Transmissionsriemen“ für neue Politikkonzepte - Talkshow statt Hinterzimmer heißt es deshalb beim DIW. Auch deswegen wird das Institut von seinem Umzug in Berlins Mitte profitieren, wo nicht nur die Politik zu Hause ist, sondern auch die großen Medienhäuser der Republik.



Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung im Internet:
www.diw.de/deutsch/