



Werbung für Rechtspopulisten

Von Friederike Spiecker | 21.05.2019 (editiert am 23.05.2019)

Gegen die AfD wettern, aber Wasser auf die Mühlen von Populisten außerhalb Deutschlands lenken – wie passt das zusammen?

Für die Teilnahme an der Europawahl zu werben, ist gut. Dabei gegen die AfD aufzutreten, ist ebenfalls gut. Werbung für Rechtspopulisten und Rechtsradikale in anderen europäischen Ländern zu betreiben, ist schlecht. Und vollkommen unverständlich ist, wie man beides gleichzeitig tun kann.

Zitat: "Die deutsche Brexit-Partei, das ist die AfD. Sie will zurück zur D-Mark, raus aus dem Euro. Nur, wie irre ist das denn in einer Situation, wo die deutsche Volkswirtschaft der Hauptprofiteur der Euro-Zone ist? Der gemeinsame Währungsverbund mit Volkswirtschaften, die viel weniger produktiv, viel weniger wettbewerbsfähig sind als die deutsche, bewirkt einen günstigeren Wechselkurs, als ihn eine D-Mark hätte. Den deutschen Exporteuren bringt das eine Verbilligung ihrer Exporte. Ein Zurück zur D-Mark würde unweigerlich mit einer Aufwertung der dann wieder nationalen Währung einhergehen. Das würde deutsche Exporte schlagartig verteuern und wäre der programmierte Marsch in die Wirtschaftskrise. So etwas zum Programm zu erheben, ist nicht nur strunzdumm, es ist gefährlich, gemeingefährlich aus Ahnungslosigkeit. Einer Partei, die solchen Unsinn verzapft, muss Kontra gegeben werden. Sie schadet uns Arbeitnehmer*innen. "

Mehrere Behauptungen in diesem Zitat sind falsch. So ist die deutsche Volkswirtschaft z.B. nicht produktiver als die französische. Darüber hinaus spielt die Produktivität für die Frage, ob ein Land viel oder wenig exportiert und ob es dabei Handelsüberschüsse oder -defizite erwirtschaftet, keine Rolle. Das ist leicht zu erklären (die Preisrelationen sind entscheidend, nicht die pro Arbeitsstunde produzierten Gütermengen) und man kann es empirisch an Ländern wie der Slowakei sehen, deren

Volkswirtschaft eine geringere Produktivität aufweist als die deutsche, die aber trotzdem einen Handelsüberschuss mit Deutschland erzielen. Umgekehrt fährt das produktivere Frankreich seit Jahren Handelsdefizite mit Deutschland ein.

Und es geht weiter: Der gemeinsame Währungsverbund, sprich: der Euro, ist nicht die Ursache für die Unterbewertung deutscher Güter, er verhindert nur die Korrektur der Ungleichgewichte durch nominale Auf- oder Abwertungen der Währungen. Ursache für die reale Unterbewertung deutscher Güter, d.h. für die unterschiedliche Wettbewerbsfähigkeit der Euroländer, sind hingegen die unterschiedlichen Entwicklungen der gesamtwirtschaftlichen Lohnstückkosten der Euroländer seit 1999 – auf Makroskop ist das häufig erklärt worden. Daran ist die Lohnpolitik derjenigen Beteiligten schuld, die sich bei den Lohnabschlüssen nicht an das 2%-Inflationsziel gehalten haben, allen voran Deutschland mit seiner Lohndumpingstrategie.

Aber sei's drum. Selbst wenn man von all diesen Punkten absieht, muss man dieses Zitat nur einmal aus der Perspektive eines Franzosen lesen, um den Wahnsinn zu erkennen, der darin steckt. Das Zitat liest sich dann ungefähr so: "Die französische Brexit-Partei, das ist der Rassemblement National. Er will zurück zum Franc, raus aus dem Euro. Das ist clever in einer Situation, wo die französische Volkswirtschaft die Hauptleidtragende der Euro-Zone ist. Der gemeinsame Währungsverbund mit u.a. der deutschen Volkswirtschaft, die zwar nicht produktiver, aber viel wettbewerbsfähiger ist als die französische, bewirkt einen ungünstigeren Wechselkurs, als ihn der Franc hätte. Den französischen Exporteuren bringt das eine Verteuerung ihrer Exporte. Ein Zurück zum Franc würde unweigerlich mit einer Abwertung der dann wieder nationalen Währung einhergehen. Das würde französische Exporte schlagartig verbilligen und wäre der programmierte Marsch in den Wirtschaftsaufschwung. So etwas zum Programm zu erheben, ist klug, es ist richtig aus Kenntnis der Zusammenhänge. Einer Partei, die solche Vorschläge unterbreitet, muss man seine Stimme geben. Sie nützt uns französischen Arbeitnehmer*innen. "

Wenn das nicht die passende Wahlwerbung für Rechtsaußen in anderen Ländern Europas ist (denn diesen Text kann man ja genauso auf Länder wie Italien ummünzen). Sie stammt – es ist kaum zu glauben – von Frank Bsirske, dem von mir eigentlich sehr geschätzten Vorsitzenden der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di.

Gregor Gysi ist einmal gefragt worden, was er denn gegen Donald Trumps Handelspolitik einzuwenden habe, wenn der damit amerikanische Arbeitnehmer schützen wolle. Es sei doch auch ein Anliegen der Linken, dass die Interessen von Arbeitnehmern vorangestellt würden. Gysis Antwort: Der Unterschied zu Trump sei, dass es der Linken um *alle* Arbeitnehmer gehe, nicht nur um die deutschen.

Und genau das ist der Punkt: Alles deutsche Werben für Europa und erst recht für einen Erhalt des Euro ist unglaublich, wenn nicht direkt dazu gesagt wird, wo das Hauptproblem liegt und wie es gelöst werden soll. Die deutschen Exporterfolge haben mit der von Frank Bsirske richtig diagnostizierten Unterbewertung deutscher Waren zu tun. Und diese ist ganz wesentlich auf die deutsche Lohnpolitik zurückzuführen. Wer nicht bereit ist, an dieser Stelle den Weg aufzuzeigen, der unter Beibehaltung des Euro in absehbarer Zeit aus den unfairen Wettbewerbsverhältnissen

innerhalb der Eurozone hinausführt, ohne die Arbeitslosigkeit und die private wie öffentliche Armut im Rest Europas zu erhöhen, sollte besser gar nichts sagen. Denn er lenkt nur Wasser auf die Mühlen der Nationalisten und Rechtspopulisten außerhalb Deutschlands. Wer die hohe Arbeitslosigkeit in Frankreich und Italien und weiteren Euro-Ländern nicht thematisiert und nicht auf den Zusammenhang mit Deutschlands Wirtschaftspolitik eingeht, steht im Verdacht, dass ihm nur das Wohlergehen der eigenen Nation am Herzen liegt. Werbung für Europa, für "ein Mehr an Miteinander... verbunden mit einem Mehr an sozialer Orientierung, einer Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen in Europa" klingt vor diesem Hintergrund wie Hohn.

Und viele Wähler werden durch solche unglaublichen Aufrufe eher in die Arme rechtspopulistischer Allesversprecher getrieben als von ihnen abgehalten. Denn wenn unsere Volkswirtschaft so viel besser dasteht als andere, wenn Deutschland der Hauptprofiteur der Eurozone ist, warum herrscht hier dann eine so hohe Kinderarmut? Warum gibt es einen so eklatanten Mangel an bezahlbarem Wohnraum in Großstädten und Leerstände auf dem platten Land? Warum ist es dann der deutschen Autoindustrie nicht zuzumuten, für ihre Betrügereien deutschen Kunden gegenüber geradestehen? Entweder, so die Schlussfolgerung eines potenziellen AfD-Wählers, stimmt die Aussage, Deutschland profitiere von der Eurozone am meisten, generell nicht oder sie trifft nur für einen kleinen Teil der deutschen Bevölkerung zu, nämlich für die Eliten. Beide Möglichkeiten sprechen aus Sicht eines potenziellen AfD-Wählers gegen den Rat desjenigen, der vor der AfD warnt.

Wieder einmal zeigt sich, dass "gut" und "gut gemeint" zwei Paar Stiefel sind. Ohne ehrliche Analyse richtet man mehr Schaden an, als man Nutzen stiftet.

Über den Autor



Friederike Spiecker ist Diplom-Volkswirtin und lernte das Handwerkszeug zur theoretischen und empirischen Makroökonomie am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin. Heute arbeitet sie als freie Wirtschaftspublizistin und ist in der wirtschaftspolitischen Beratung von Parteien, Gewerkschaften und Verbänden tätig.

Veröffentlicht am: 21.05.2019 | Editiert am: 23.05.2019

Erschienen unter: <https://makroskop.eu/2019/05/werbung-fuer-rechtspopulisten/>