



Meinungsmache und Meinungsbildung

Von Friederike Spiecker | 05.06.2019

Die CDU ist aus der Übung gekommen, einer sachlich fundierten Kritik mit sachlich fundierten Gegenargumenten zu begegnen. Dank großer Übereinstimmung der veröffentlichten Meinung in zentralen wirtschaftspolitischen Fragen besteht auch wenig Anlass für wirklich grundlegende Debatten.

Was ist das Gegenteil eines Lobbyisten? Ein Hofnarr. Der eine wird von seinem Arbeitgeber dafür bezahlt, dass er für eben diesen Arbeitgeber Meinungsmache betreibt, also gute Konditionen im Macht- beziehungsweise Marktgefüge erwirkt – seien es gesetzliche Rahmenbedingungen in Steuer- oder Ordnungspolitik, seien es Aufträge oder Subventionen. Motto: Wes Brot ich ess', des Lied ich sing'. Der andere wurde von seinem fürstlichen Arbeitgeber für das Umgekehrte entlohnt: Er sollte (neben Unterhaltungsaufgaben) seinen „Herrn“ an die Vergänglichkeit seiner Macht erinnern, ihm einen Spiegel vorhalten, durfte ihm unangenehme Wahrheiten sagen, ja ihn öffentlich kritisieren, ohne Angst haben zu müssen, sofort entlassen oder ins Gefängnis geworfen zu werden. Motto: Wes Brot ich ess', des Schmählied ich sing'.

Warum sich Großkonzerne, Verbände und andere Mächtige Lobbyisten leisten, liegt auf der Hand. Warum sich absolutistische Herrscher längst vergangener Zeiten Hofnarren hielten, ist ebenfalls bekannt: Sie konnten durch den Hofnarren etwas über Volkes Stimme erfahren, wie etwa ihre Regierung geschätzt wurde oder wo Missstände herrschten. Denn Höflinge sehnten sich nicht unbedingt danach, Überbringer schlechter Nachrichten zu sein. Manch einer mochte intrigant selbst

nach Macht und Einfluss schielen, was wenig zu seiner Glaubwürdigkeit beim Herrscher als vertrauenswürdiger Informant beitrug.

Warum gibt es heute keine Hofnarren mehr? Nun, weil es keine Fürstenhöfe mehr gibt mit unumschränkt waltenden Herrschern, denen gegenüber sich keiner traut, offen seine Meinung zu äußern. Bei uns herrscht Demokratie. Jeder ist vor dem Gesetz gleich. Man kann die Regierenden wählen und sich selbst zur Wahl stellen. Außerdem herrscht Meinungsfreiheit und Pressefreiheit. Man kann sich und andere informieren. Kein Journalist muss ökonomische Nachteile befürchten, wenn er in seinen Beiträgen nicht die Meinung seines Redaktionschefs vertritt, er kann ja notfalls zur Konkurrenz wechseln.

Denn statt der mittelalterlichen Zensur regiert bei uns der Markt: Jedes Blatt muss ausgewogen berichten, will es eine möglichst breite Leserschaft erreichen. Oder der Markt der Leser teilt sich quasi selbst auf, sozusagen von FAZ bis ZEIT, mit einem Rest-Segment an Lesern für die taz und den Freitag. Auch das Privatfernsehen muss sich um seine Kunden bemühen. Und der öffentlich-rechtliche Rundfunk und das öffentlich-rechtliche Fernsehen? Sie sind dank ihrer Finanzierung über Zwangsbeiträge sogar vom Markt unabhängig. Daher und nicht zuletzt dank der bunten Zusammensetzung der Rundfunkräte können sie vollkommen ausgewogen und unabhängig berichten.

Wer an diese Darstellung unserer althergebrachten Medienlandschaft glaubt, muss zwangsläufig über das [You-Tube-Video von Rezo](#) staunen. Denn die dort geübte Kritik an den Regierungsparteien passt so gar nicht in das gewohnte Bild, das unsere angeblich so breit gefächerte Berichterstattung seit vielen Jahren von unserer Wirtschaft und Gesellschaft malt. Von der überwiegenden Mehrheit der meinungsbildenden (oder doch eher -machenden?) Medien werden etwa folgende Ansichten kaum noch hinterfragt, sondern quasi als Gesetzmäßigkeiten oder Fakten behandelt: Die Schwarze Null ist gut, Inflation ist schlecht, Staatsverschuldung zieht Inflation nach sich, Sparen muss mit Zinssätzen oberhalb der Inflationsrate belohnt werden, deutsche Außenhandelsüberschüsse sind ein Resultat der überlegenen deutschen Produktqualität, nicht eines deutschen Lohndumpings, das es auch überhaupt nicht gibt, Freihandel ist generell gut etc.

Querdenkern im Netz auf Seiten wie MAKROSKOP, die diese „Wahrheiten“ nicht für unumstößlich halten, sondern kritisch diskutieren, müssen die einflussreichen Medien und folglich auch einflussreiche Politiker bislang keine große Aufmerksamkeit schenken, da solche medialen Außenseiter weitgehend intrinsisch motiviert und nicht kommerziell betrieben werden, d.h. finanziell bescheidener ausgestattet sind als etwa die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Ihre Klickzahlen sind darüber hinaus überschaubar. Zudem ist der Weg von Klicken über Lesen, Verstehen bis hin zu Handeln und Anders-Wählen weit, so dass sich am Mainstream orientierende Politiker diese kritischen Stimmen gut ignorieren können. (Kleiner Hinweis @AKK: Diese Querdenker sind es gewohnt, dass täglich 70 Zeitungsschreiber Dinge in die Welt setzen und damit ein großes Publikum erreichen, die völlig diametral zu den Ansichten der Querdenker sind.)

Kein Wunder also, dass sich die in dem You-Tube-Video von Rezo angegriffene CDU mit einer zügigen und überzeugenden Antwort schwer tut. (Dass die auf der Internetseite der CDU veröffentlichte

„Offene Antwort an Rezo“ alles andere als überzeugend ist, hat [Heiner Flassbeck bereits in seinem Beitrag „Die CDU und Rezo“](#) dargelegt.) Die CDU-Vorsitzende stellte stattdessen in einer [Pressekonferenz nach der Europawahl](#) – offenbar aus Verärgerung über Rezos [von weiteren YouTube-Tubern unterstützten Angriff](#) – Überlegungen an, die man als Gedankenspiele zur Zensur auffassen kann.

Man ist bei der CDU wohl etwas aus der Übung gekommen, einer sachlich fundierten Kritik mit sachlich fundierten Gegenargumenten rasch und in verständlicher Form zu begegnen. Denn dank großer Übereinstimmung der veröffentlichten Meinung in zentralen wirtschaftspolitischen Fragen besteht wenig Anlass für wirklich grundlegende Debatten.

Möglicherweise hat man sich auch dermaßen auf das geradezu monokulturartig vorherrschende Talk-Show-Format von Kurz-Statements eingestellt, dass Einholen kritischen Rats von unabhängigen Fachleuten zu den komplexen Problemen unserer Zeit und eigenständiges Nachdenken nicht mehr erforderlich erscheinen. Wer in der Öffentlichkeit vielschichtige Themen in wenigen Minuten abhandeln, besser gesagt: anreißen muss und dabei möglichst kompetent wirken soll, der lernt lieber ein paar Zahlen, Schlagworte und griffige Vergleiche auswendig, als sich um Fragen der Konsistenz einer Argumentation oder gar eines ganzen Politikansatzes zu kümmern.

Letzteres wäre Voraussetzung, auch spontan auf inhaltlich ausgefeiltere Angriffe wie die von Rezo adäquat reagieren zu können. Ja, schon die Erkenntnis, welche Themen überhaupt relevant sind, also entweder den Menschen unter den Nägeln brennen oder für eine konsistente Politik unerlässlich zu beackern sind, stellt sich kaum noch ein, wenn man unter der Käseglocke der von den althergebrachten Medien mehrheitlich verbreiteten Meinung sitzt (Fachleute sprechen von selbstreferenziellen Systemen).

Zugegebenermaßen ist es nicht leicht, unabhängigen Rat auf einigen der Gebiete zu erhalten, die von Rezo angesprochen wurden. Denn die Wissenschaftslandschaft fördert durch den Auswahlprozess für Lehrstuhlbesetzungen und den Zwang zum Drittmittelwerben, der übrigens eng mit dem Glauben an die Schwarze Null verbunden ist, zumindest im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich Köpfe, die zu unabhängiger Beratung so wenig geeignet sind wie der sprichwörtliche Bock zum Gärtner. Wer zum Erringen eines Lehrstuhls in neoliberal orientierten Fachzeitschriften veröffentlichen muss und Gutachten für die Versicherungswirtschaft oder die Finanzindustrie schreibt, kann eine Regierung in Sachen Arbeitsmarkt- und Lohnpolitik, gesetzliche Rente, Altersarmut, Währungsfragen, Rohstoff-Spekulation, Finanzmarktregulierung etc. nicht unabhängig, d.h. vorurteilsfrei beraten.

Wenn die überwältigende Mehrheitsmeinung eines Fachs das gedankliche Fundament vertritt, auf dem die eigene wirtschaftspolitische Position beruht, fällt es schwer, sich davon nicht einlullen zu lassen und einen kritischen Blick auf die Ergebnisse des eigenen Regierungshandelns zu werfen. Und Menschen, die sich durch die Parteiorganisationen kämpfen müssen, bis sie einmal wirklich so viel Einfluss haben, dass ihnen zugehört wird, verlieren auf diesem Weg offenbar so viel Energie beim Netzwerken und werden vermutlich so zurecht geschliffen, dass sie am Ende nichts mehr Kritisches zu sagen haben.

Fazit: Die in der Europawahl abgestrafte CDU sollte sich nicht darauf konzentrieren, auch den [Raum der neuen Medien PR-strategisch zu erobern](#), sondern besser auf die berechtigte Kritik an ihrer Politik mit grundlegenden inhaltlichen Veränderungen reagieren.

Zum Schluss noch ein kleiner Tipp für die Parteistrategen der CDU: MAKROSKOP-Leser wissen, was morgen warum und wie berechtigt von vielen kritisiert wird und wie eine kontroverse Auseinandersetzung auf fachlich hohem Niveau aussieht. Daraus lässt sich eine sachlich fundierte eigene Meinung zu den relevanten Fragen unserer Zeit bilden. Wenn Sie sich also keinen Hofnarren halten wollen, um aus der Meinungskäseglocke herauszufinden, dann denken Sie doch mal über ein MAKROSKOP-Abo nach.

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: 05.06.2019

Erschienen unter: <https://makroskop.eu/2019/06/meinungsmache-und-meinungsbildung/>