



Ferdinand Knauß

Wachstum über Alles?

Wie der Journalismus zum Sprachrohr der
Ökonomen wurde

 oekom

Ferdinand Knauß

Wachstum über Alles?

Wie der Journalismus zum Sprachrohr der Ökonomen wurde

ISBN 978-3-86581-822-5

192 Seiten, 14,8 x 21 cm, 24,95 Euro

oekom verlag, München 2016

©oekom verlag 2016

www.oekom.de

Einleitung

Sucht man mit Google nach dem Wort »Wachstum«, so haben von den 50 ersten Ergebnissen 40 ausschließlich mit Wirtschaft zu tun.¹ Wenn ein Politiker oder Journalist »mehr Wachstum!« fordert, muss er nicht erklären, was genau wachsen soll. Die Wirtschaft natürlich. Und rechtfertigen muss er die Forderung auch nicht. »Wirtschaftswachstum« ist ganz zweifellos einer der politischen Leitbegriffe der Gegenwart. Angela Merkel behauptet sogar: »Ohne Wachstum ist alles nichts.«²

Der Begriff »Wirtschaftswachstum« ist eine Metapher, die so alltäglich geworden ist, dass ihre biologische Herkunft kaum mehr wahrgenommen wird. Es scheint daher auch nicht aufzufallen, dass das, was man unter Wirtschaftswachstum versteht, nämlich die stetige und unbegrenzte Steigerung des Bruttonsozial- oder Bruttoinlandsprodukts, eine Perversion des biologischen Wachstumsbegriffes ist.

Kurt Biedenkopf fragt seine Zuhörer bei Vorträgen oft: »Wächst der Wald?« Natürlich wächst der Wald. Junge Bäume sprießen aus dem Boden, wachsen in die Höhe – doch ausgewachsene Bäume wachsen nicht stetig weiter, sie vergehen irgendwann. Das Wachstum in der Natur bleibt auf lange Sicht immer im Gleichgewicht mit den Gegenkräften des Verfalls und des Todes. Wie Goethe sagt: »Es ist dafür gesorgt, daß die Bäume nicht in den Himmel wachsen.« Umso fragwürdiger ist es, dass Ökonomen und Wirtschaftsjournalisten häufig von einem »gesunden« oder »natürlichen« Wachstum sprechen, wenn eine stetige prozentuale Steigerung des Sozialprodukts zu beobachten ist oder gewünscht wird. In der Wunschvorstellung von stetigem und unbegrenztem Wirtschaftswachstum wird das Gesetz der Natur vom Werden und Vergehen ausgeklammert.

Wie der ökonomische Wachstumsbegriff in die Welt kam, ist anscheinend noch ungeklärt. In Online-Wirtschaftslexika fehlt jegliche historische Einordnung des Begriffs.³ »Wer den Begriff ›Theory of Growth‹ geprägt hat, ist unbekannt«, heißt es im Historischen Wörterbuch der Philosophie.⁴

Eine Ideengeschichte des Wirtschaftswachstums zu schreiben, wäre eine lohnende Aufgabe. Es scheint symptomatisch für die Geschichtsvergessenheit der gegenwärtigen Wirtschaftswissenschaft, dass das Bewusstsein für die geschichtliche Gewordenheit eines zentralen Begriffs der modernen Wirtschaft verlorengegangen ist.

Diese Geschichtsvergessenheit und damit einhergehend auch Kulturanomie ist das Ergebnis eines bewussten Verdrängungskampfes der Forschungsmethoden innerhalb der ökonomischen Wissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Die deutsche Historische Schule fiel ihm ebenso zum Opfer wie die amerikanischen Institutionalisten.⁵ Die Mainstream-Ökonomie ist seit dem Zweiten Weltkrieg eine bewusst unhistorisch argumentierende, dem eigenen Anspruch nach exakte, rechnende Wissenschaft. Karl-Heinz Brodbeck spricht von »sozialer Physik«.⁶

Die doppelte Vergessenheit der modernen Wirtschaftswissenschaft, die sowohl die historische Gewordenheit der heutigen Wirtschaftsweise als Kulturphänomen als auch das Naturgesetz des Werdens und Vergehens ausklammert, tat dem Anspruch, die politische Leitwissenschaft schlecht-hin zu sein, keinen Abbruch. Journalisten haben diesen Anspruch weitest-gehend beglaubigt, wie diese Arbeit zeigen wird. Sie legitimierten damit Ökonomen als scheinbar objektive Berater der Politik – und tun dies zum großen Teil weiterhin. Dieses Dreiecksverhältnis von Wirtschaftswissen-schaft, Politik und Medien ist eine Voraussetzung für die Macht des *Wach-stumsparadigmas*.

Nach Thomas Kuhn ist ein Paradigma eine »Konstellation von Meinun-gen, Werten, Methoden usw., die von den Mitgliedern einer gegebenen Gemeinschaft geteilt werden«.⁷ Die Gemeinschaft geht in diesem Fall über die Wissenschaft hinaus, umfasst die politische Klasse und – darum soll es hier vor allem gehen – die große Mehrheit der Journalisten.

Wenn ich vom Wachstumsparadigma spreche, dann beziehe ich mich auf den Wirtschaftshistoriker Matthias Schmelzer, der dafür vier Elemente ausgemacht hat: nämlich die Annahmen, dass erstens das Bruttosozial-beziehungsweise Bruttoinlandsprodukt als statistischer Standard angemesen die Wirtschaftsleistung misst; dass zweitens dessen Wachstum pro Kopf ein Allheilmittel für gesellschaftliche und sogar ökologische Probleme

ist; dass drittens das Wirtschaftswachstum als universeller Maßstab für allgemeinen Fortschritt, Wohlstand und die Machtstellung eines Staates taugt; dass viertens dieses Wachstum potenziell unendlich ist, sofern die richtige Politik betrieben wird.⁸

Die Bedeutung und normative Kraft dieses Paradigmas zeigt sich zum Beispiel darin, dass der Gedanke an eine Wirtschaft, die nicht immer weiterwächst, vielen Menschen geradezu abwegig vorkommt. Eine junge Referentin des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, außerdem promovierte Ökonomin, brach einmal empört ein Gespräch mit mir ab, weil ich behauptete, dass es im alten Ägypten und anderen vormodernen Kulturen jahrhundertelang so gut wie keine Innovationen und kein Wirtschaftswachstum gab. Das sei doch Unsinn, sagte sie, denn der Wunsch nach »Mehr« liege schließlich in der menschlichen Natur.

Wie kam es dazu, dass stetiges, endloses Wirtschaftswachstum eine solch beherrschende Stellung in den Köpfen einnehmen konnte? Ohne die Rolle des Journalismus zu untersuchen, ist diese Frage kaum befriedigend zu beantworten. Wie kam das Wachstumsparadigma also in die Zeitungen? Warum bleibt es so hartnäckig darin? Und könnte es daraus vielleicht wieder verschwinden?

Die Geschichte des deutschen Journalismus ist mittlerweile ein gut beackertes Forschungsfeld. Weitgehend brach liegt allerdings dabei die Geschichte des Wirtschaftsjournalismus. Die Wirtschaftspolitikberichterstattung spielt in Christina von Hodenbergs Standardwerk über den Nachkriegsjournalismus⁹ und den meisten anderen mediengeschichtlichen Veröffentlichungen¹⁰ kaum eine Rolle. Von Dissertationen zu eng umrissenen Teilgebieten und Aufsätzen über einzelne Zeitungen abgesehen, gibt es keine auch nur annähernd befriedigende Ideengeschichte des deutschsprachigen Wirtschaftsjournalismus. Dieses Buch soll einen ersten Beitrag dazu leisten, diese Lücke zumindest teilweise zu schließen.

Im Wesentlichen geht es dabei um die Sichtung und inhaltliche Analyse der Berichterstattung in der meinungsbildenden (west)deutschen Presse seit dem Zweiten Weltkrieg. Um einerseits ein politisch-ideologisch ausgewogenes Spektrum abzubilden, andererseits aber nicht völlig auszufern, habe ich drei der reichweitenstärksten überregionalen Nachkriegsblätter

ausgewählt, die die wirtschaftspolitische Diskussion von der Nachkriegszeit bis in die Gegenwart prägen: Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (einschließlich ihrer seit 2001 erscheinenden Sonntagszeitung), das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* und die Wochenzeitung *Die Zeit*. Die elektronischen Archive von *Spiegel* und *Zeit* sind über deren Websites frei zugänglich und mit Suchwortfunktion komplett recherchierbar, das der FAZ (biblionet. FAZ) nur für Nutzer von Universitätsbibliotheken. Untersucht wurden ressortübergreifend alle Ausgaben der drei Blätter seit deren erstem Erscheinen¹¹ einschließlich ihrer Online-Ausgaben. Ich beschränke mich also nicht auf die Wirtschaftsressorts, sondern betrachte das gesamte Korpus aller bis Ende 2015 in den drei genannten Blättern erschienenen Artikel, sofern diese das Thema Wirtschaftswachstum im makroökonomischen Sinn betreffen. Die Wirtschaftsressorts müssen naturgemäß bei diesem Thema im Zentrum der Betrachtung stehen. Sofern Politikressorts, Feuilletons oder Wissenschaftsressorts sich mit entsprechenden Themen befassen, werden sie in die Betrachtung mit einbezogen. Die Unterschiede zwischen den Ansichten und Perspektiven der Ressorts sind teilweise beachtlich.

Die mediale Vor- und Frühgeschichte des Wachstumsparadigmas vor der Erfindung des Bruttonsozialprodukts als allgemein akzeptiertes Maß der Wirtschaft¹² untersuche ich anhand der *Vossischen Zeitung* zwischen 1918 und 1934. Sie ist als eine der wenigen Zeitungen jener Jahre komplett und mit Suchwortfunktion digitalisiert zugänglich für Nutzer der Staatsbibliothek zu Berlin.¹³ Auch wenn dieses Kapitel also nicht die damalige Presselandschaft umfassend abbildet, so ist doch die »Voss« nicht nur durch gute Recherchierbarkeit für diese Untersuchung qualifiziert. Als älteste Berliner Zeitung vereinte sie in sich ein relativ großes Meinungsspektrum von national und konservativ bis linksliberal. Sie galt als Zeitung des großstädtischen Bildungsbürgertums und bejahte in der Weimarer Zeit die Republik. Für die Nazis war sie allein schon aufgrund ihrer Zugehörigkeit zum Ullstein Verlag und wegen ihrer zahlreichen jüdischen Autoren ein Teil der »jüdischen Asphaltresse«. Zweifellos gehörte sie vor ihrer erzwungenen Selbstauflösung 1934 zu den anspruchsvollsten und renommiertesten deutschen Zeitungen. Das gilt nicht zuletzt für ihre Wirtschaftsberichterstattung.

Die Jahre der nationalsozialistischen Diktatur werden in diesem Buch nicht behandelt. Denn was hier interessiert, ist die freie Presse unter demokratischen Bedingungen. Die Rolle der Wirtschaft in der nationalsozialistischen Propaganda wäre ein anderes Buch wert. Ein zentraler Begriff war Wirtschaftswachstum jedenfalls für die Nationalsozialisten nicht.

Die entscheidende Voraussetzung zur Entwicklung des Wachstumsparadigmas war die Erfindung des Bruttosozialprodukts. Dessen Entstehungsgeschichte ist im Wesentlichen eine britisch-amerikanische Geschichte.¹⁴ Die Fortschritte der amerikanischen Wirtschaftsstatistik wurden schon in den 1920er- und frühen 1930er-Jahren in der *Vossischen Zeitung* registriert, wie im ersten Kapitel deutlich wird. Wie nützlich die britisch-amerikanische Methodik einer volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung aus der Perspektive der Produktion (und nicht der Einkommen) sein sollte, bewies die überlegene industrielle Effizienz der Westmächte im Zweiten Weltkrieg.

Nach 1945 setzten die USA ihre Methode der Berechnung des Sozialprodukts und das politische Ziel des Wachstums in Westdeutschland und der freien Welt mithilfe der Organisation für europäische wirtschaftliche Zusammenarbeit (OEEC) durch. Die Wirtschaftspresse spielte dabei naturgemäß eine zentrale Rolle. Dass sie diese Rolle annahm, lag auch daran, dass Wirtschaftsjournalisten selbst von der Neuerung profitieren konnten. Diese erste Phase der Erfolgsgeschichte des Wachstumsparadigmas nach der Einführung des Bruttosozialprodukts als Indikator des Wirtschaftswunders in den 1950er-Jahren ist das Thema des zweiten Kapitels.

Das dritte Kapitel behandelt die politische Fixierung des Paradigmas durch Karl Schillers »Stabilitäts- und Wachstumsgesetz« von 1967. Dabei konnten sich Schiller und die anderen Vertreter der damals von Ökonomen propagierten »modernen«, nämlich keynesianischen Wachstumspolitik auf die Unterstützung der Mehrheit der Wirtschafts- und Politikjournalisten verlassen.

Der Höhepunkt in der medialen Geschichte des Wachstumsparadigmas und Gegenstand des vierten Kapitels ist der Angriff auf das Paradigma in den frühen 1970er-Jahren, vor allem durch den Club of Rome und seine Studie *Die Grenzen des Wachstums*¹⁵. Bei der Mehrheit der Wirtschaftsjournalisten stieß diese Kritik im Gegensatz zu Feuilletonisten und Wissen-

schaftsredakteuren auf großen Widerwillen. Dass der Club of Rome spätestens ab Ende der 1970er-Jahre als gescheitert galt, daran hatte der wirtschaftspolitische Journalismus großen Anteil.

Seither hält – trotz nicht nachlassender Kritik – die lange Gegenwart des Wachstumsparadigmas an. Sie äußert sich im Wirtschaftsjournalismus in immer wiederkehrenden Narrativen. Auf drei dieser Erzählmuster, die mir besonders mächtig erscheinen, gehe ich näher ein: das Wachstum der Grenzen durch Innovation, den Standort Deutschland als ökonomisches Ersatzvaterland und den Einwanderer als Wachstumsretter.

Ich gehe davon aus, dass Kritik und Kontrolle der Macht zentrale Aufgaben der freien Presse sind. Die Macht ist allerdings nicht immer nur bei den Regierenden zu suchen, sondern auch da, wo ihre Leitideen entwickelt werden. Auch Wissenschaftler üben, vor allem wenn sie die Mächtigen beraten, Macht aus. Eine zutiefst politische Wissenschaft wie die Ökonomie soll und muss in einer freien Gesellschaft von Journalisten kritisiert werden.

In der wirklichen Welt müssen Journalisten Abstriche an diesem Recht und an dieser Pflicht machen. Sie sind auf Informationen aus den Sphären angewiesen, über die sie berichten. Diese wiederum sind daran interessiert, dass über sie möglichst positiv berichtet wird. An diesem symbiotischen Verhältnis, das auf Aushandlungsprozessen beruht, ist grundsätzlich nichts zu ändern. Allein auf das Ausmaß der Abhängigkeit kommt es an.

Auch diese Arbeit wird manchen Grund zu der Annahme liefern, dass Journalisten nicht immer so unabhängig, skeptisch und kritisch berichten und kommentieren, wie sich das die Richter des Bundesverfassungsgerichts in ihrem Urteil von 1972 wünschten.¹⁶ Der Medienwissenschaftler Lance W. Bennett geht in seiner *Indexing-Hypothese* davon aus, dass das Meinungsspektrum des Journalismus indexiert sei, sich also an dem Spektrum der im politischen Betrieb vertretenen Positionen orientiert, aber kaum unabhängige Grundsatzkritik von außerhalb des Establishments hervorbringt.¹⁷ Wir werden sehen, in welch hohem Maß dies auf den deutschen Wirtschaftsjournalismus und die Frage nach dem Wachstum zutrifft.

Diese Frage nach den Abhängigkeiten von Journalisten und nach ihrem Verhältnis zu Ökonomen und Politik ist neben anderen Fragen auch Gegen-

stand von drei Interviews mit einflussreichen Wirtschaftsjournalisten der vergangenen Jahrzehnte. Michael Jungblut, früherer Wirtschaftsressortleiter der *Zeit*, spielt auch in den analytischen Kapiteln eine wichtige Rolle. Die beiden anderen, Roland Tichy und Max A. Höfer, waren bei Wirtschaftsmagazinen aktiv, die hier nicht gesondert untersucht werden.

Vermutlich ist ein wichtiger Grund für die anhaltende Akzeptanz des Wachstumsparadigmas die Geschichtsvergessenheit der Wirtschaftswissenschaften und des Wirtschaftsjournalismus. Diese Ignoranz betrifft nicht nur die Geschichte der Wirtschaft, sondern vor allem die historische Bedingtheit der eigenen Überzeugungen.

Im abschließenden Fazit werde ich einen Weg vorschlagen, wie der Journalismus sich aus seiner selbst gewählten Beschränkung auf das Wachstumsparadigma und seiner undistanzierten Anhänglichkeit an die Standardökonomie lösen könnte. Das wäre eine entscheidende Voraussetzung dafür, zu einer kritischeren Kraft im Diskurs zu werden.

Stetiges Wachstum ist kein »natürliches«, zeitloses Ziel. Eine Politik für Wachstum ist begründungsbedürftig wie jede Politik. Dem Wirtschaftsjournalismus fehlt, wie dieses Buch zeigt, das Bewusstsein dafür, dass Wachstum unter ganz bestimmten historischen Bedingungen und angesichts bestimmter sozialer und politischer Aufgaben in der Mitte des 20. Jahrhunderts Priorität haben musste – aber nicht unabhängig von diesen historischen Voraussetzungen. Das Wachstumsparadigma hatte im 20. Jahrhundert seine historische Notwendigkeit. Es hat sie längst übererfüllt.

Ein erwachtes, gestärktes Geschichtsbewusstsein des Wirtschaftsjournalismus dürfte deswegen auch eine Voraussetzung dafür sein, das Wachstumsparadigma zu verabschieden. Dazu beizutragen ist mein Ziel.