



Wir erleben derzeit das katastrophale Scheitern des Marktradikalismus und der Deregulierungsideologie. Es ist jetzt schon erkennbar, wer die Opfer für die ungeheuren Schulden tragen soll, die der Staat zur Rettung der Banken aber auch zur Stabilisierung der Wirtschaft aufbringen muss. Es werden die kleinen Steuerzahler und die staatlichen Transferempfänger sein.

Eigentlich müssten jetzt die politischen Kräfte, die dem Staat eine steuernde Funktion im Wirtschaftsprozess zuerkennen, Zustimmung gewinnen und diejenigen, die den Marktradikalismus und das Aushungern des Staates propagierten, politisch in die Defensive geraten. Doch wenn man den Umfragen glauben darf, gewinnen solche Kräfte, wie etwa die FDP oder Wirtschaftsliberale wie Baron zu Guttenberg, die genau die wirtschafts- und gesellschaftspolitische Linie vertreten, die zur Katastrophe geführt hat, an Zustimmung. Paradoxie der Geschichte oder das Ergebnis von systematischer Meinungsbeeinflussung? In einem neu erschienenen Buch „Mythos Markt“ des österreichischen Ökonomen Walter Otto Ötsch vom Zentrum für soziale und interkulturelle Kompetenz der Johannes Kepler Universität Linz, habe ich eine interessante historische Aufarbeitung gelesen, wie schon in der Vergangenheit das Zusammenspiel von Marktradikalismus und Propaganda funktionierte und wie die öffentliche Meinung manipuliert wurde. Weil die Ideologie und die Methoden der Meinungsbeeinflussung auf die heutige Situation übertragbar sind, will ich aus den einschlägigen Kapiteln dieses Buches referieren und daraus einige Schlussfolgerungen auf die heutige Situation ableiten. Wolfgang Lieb

Ötsch beschreibt wie einer der wirkungsmächtigsten Propagandisten des Neoliberalismus und zugleich ein bedeutender Theoretiker einer gelenkten Demokratie, der Journalist und Medienkritiker Walter Lippmann, dem marktradialen Denken zum Siegeszug verhalf. Lippmanns schon 1922 erschienenes Buch „Public Opinion“ gilt als Klassiker in der Kunst der Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Lippmann hat z.B. den Begriff „Kalter Krieg“ geprägt und in den allgemeinen Sprachgebrauch gebracht.

Für Lippmann sind „normale“ Menschen in einer Demokratie überfordert. Sie sind nicht in der Lage komplexe gesellschaftliche Zusammenhänge zur durchschauen und deshalb unfähig selbständig eigene politische Ansichten zu entwickeln. Er entwickelte das Konzept einer gelenkten Demokratie. Um die „richtigen“ Meinungen über politische Themen herzustellen, bedürfe es eines inneren Zirkels von Experten, der „den Massen“ unter Einsatz manipulativer Techniken verhilft, komplexe Angelegenheiten zu „koordinieren“. Menschen lebten in einer „inneren Welt“, die aus Bildern „in den Köpfen“ bestehe und die deren Wahrnehmung prägten. Die politische Welt bestehe nicht aus gegebenen Tatsachen, sondern aus mentalen Bildern, die die Menschen über ihre „äußere Welt“ besäßen. „Die inneren Bilder führen weitgehend ein Eigenleben. Sie können durch mediale



Manipulation - unabhängig von kruden „Fakten“ - gezielt verändert werden. Menschen reagieren nicht direkt auf die „äußere Welt“, diese kennen sie nicht, - sondern auf die „Pseudo-Umwelt“ in ihren Köpfen“ (Ötsch, S. 38).

Menschen seien (ver-)formbar und man könne ihre Meinung steuern. Beeinflussung geschehe vor allem durch Begriffe, die eine Serie von Bildern auslösen und Propaganda soll die inneren Bilder verändern bzw. unbewusste Bilder durch neue ersetzen. Dazu dienen vor allem eingängige Begriffe oder Slogans. „Die Masse ist konstant Suggestionen ausgeliefert“ (Lippmann zitiert nach Ötsch S. 39).

Der „öffentliche Wille“ entsteht nach Lippmann nicht spontan, sondern müsse bewusst und gezielt hergestellt werden. Dazu müsse das Interesse des einzelnen „transferiert“ werden. Die Formung der öffentlichen Meinung dürfe man nicht „der Masse“ überlassen, sie habe gar nicht die Zeit, sich umfassend zu informieren. Ohne Steuerung würde aus „der Masse“ keine gemeinsame Idee entstehen. Keine „öffentliche Meinung“ stelle sich spontan ein. Jeder politische Konsens, müsse und solle (bewusst) „fabriziert“ werden.

Empirische Fakten spielten für die Propaganda kaum eine Rolle. Wirkungsvolle Propaganda verwende vor allem Stereotype und diese operierten mit Kontrasten (gut/böse). Lippmann vertritt das Konzept einer Gesellschaft, die durch eine Elite mittels Propaganda gelenkt wird.

Es mag - oberflächlich betrachtet - paradox erscheinen, dass Lippmanns Theorie einer gelenkten Demokratie eine Symbiose mit den Vertretern des Neoliberalismus (Ludwig Mises und vor allem auch seinem Schüler Friedrich August von Hayek) eingegangen ist, die doch gerade unterschiedslos gegen jede Lenkung angetreten sind, und diese als „Kollektivismus“, „Egalitarismus“ denunziert haben. Der Markt wurde zum alleinigen Hort der „Freiheit“ und der „Effizienz“ erklärt. Gewerkschaften, Anhänger der ökonomischen Lehre von Keynes oder Gruppen mit sozialen oder ökologischen Anliegen wurden zu „Feinden“ (des Marktes) abgestempelt. Sofern dem Staat überhaupt noch eine Existenzberechtigung neben dem Markt zuerkannt worden ist (etwa der Schutz der Eigentumsordnung, die Garantie der Vertragsfreiheit (Justiz), die Aufrechterhaltung der inneren Ordnung und der Fähigkeit zu militärischer Intervention nach außen), sollte er nach dem Vorbild des Marktes „reformiert“ und demokratische Gestaltungsmöglichkeiten ausgedünnt werden (Deregulierung). Schuld an Krisen sind nach Ansicht dieser Marktradikalen nicht der Markt sondern immer nur der Staat bzw. Kräfte, die das Wirken des Marktes beeinträchtigen (Gewerkschaften, soziale Bewegungen).

Der Marktradikalismus tritt an mit der Botschaft der „Freiheit“ des Individuums auf dem



Markt, die gegen jede Lenkung und jeden Kollektivismus verteidigt werden muss. *„Was dem Markt zugesprochen wird, wird frei: Der freie Markt, die freie Marktwirtschaft, der freie Wettbewerb, die freien Unternehmer, die freien Konsumenten, die freie Wirtschaft, der freie Handel, der freie Kapitalverkehr und im Kalten Krieg die freie Welt.“* (S.52) Die „Freiheit“ des Marktes gebe der Marktwirtschaft ihr moralisches Kleid.

Jeder Einzelne kenne seine Interessen und Bedürfnisse besser als jede kollektive Vernunft. Keine Regierung, auch keine demokratische, wisse mehr von den Nöten und Wünschen des Volkes, als die Individuen selbst. Lenkung oder Planung seien deshalb eine Illusion, ja noch mehr, Unterdrückung der Freiheit. Den Markt müsse man nicht lenken, er lenke sich selbst. Freie Menschen seien autonom, sie lenkten sich selbst - je weniger Nicht-Markt, desto größer die Freiheit. Dem Staat komme daher allenfalls die Rolle eines Schlichters oder Schiedsrichters individueller Interessen zu, alles darüber Hinausgehende wird als Weg in die Unfreiheit, in den Sozialismus oder gar Kommunismus denunziert. Umgekehrt müsse aber die Freiheit des Marktes durch den Staat garantiert werden - im Zweifel, wie das Beispiel Chile zeige, auch durch eine Diktatur.

Der Neoliberalismus - so Ötsch - sei eine Ideologie, die sich den Mantel der Wissenschaftlichkeit umlege, in wissenschaftlicher Sprache daherkomme und sich (heute) mathematischer Modellen des „idealen“ Marktes bediene. Diese Ideologie unterstelle Voraussetzungen, die es in der wirklichen Welt niemals gebe und die auch niemals eintreffen könnten. Dadurch entziehe sich dieser Glaube - wie jede Ideologie - zugleich jeder empirischen Überprüfung. Die „Theorie“ des Neoliberalismus könne keine Bedingungen angeben, wann sie als widerlegt anzusehen sei und deshalb mache sie sich unwiderlegbar. Damit aber diese Ideologie nicht von der Wirklichkeit eingeholt bzw. widerlegt werde, bedürfe sie ständiger Meinungsbeeinflussung und damit einer permanenten Propaganda. So sei etwa für die heutigen Marktradikalen die derzeitige Krise kein Beleg gegen ihr „Konzept“; empirische Befunde, die mit ihrem Glauben nicht vereinbar seien, würden einfach unterdrückt.

Der Realitätsgehalt des Marktradikalismus liege im Dunkeln. Aber gerade deshalb verlange die Akzeptanz dieses Konzepts einer dauerhaften und langfristig angelegten Propaganda, um sich in einer Demokratie politisch durchzusetzen. Die Gesellschaft werde im Sinne einer Ideologie manipuliert, die behauptet, sie kämpfe für die individuelle Freiheit und gegen den „Kollektivismus“ gesellschaftlicher Lenkung

Propaganda für die alles am besten regelnde Kraft des Marktes stehe zwar in einem grundsätzlichen Widerspruch zur „Freiheit“ des Individuums, deshalb dürfe das Marktdogma nicht als Propaganda erkennbar sein. Der Marktradikalismus müsse vielmehr



mit dem Anspruch auf „Wahrheit“ vertreten werden und dazu bedienten sich seine Verfechter vor allem der Autorität der „Wissenschaft“ oder von „Experten“.

Die neoliberale Bewegung sei nie eine rein wissenschaftliche Veranstaltung gewesen. Auf der Gründungsversammlung des „Neoliberalismus“, dem „Colloque Walter Lippmann“ im Jahre 1938 sei ein „internationaler Kreuzzug zugunsten eines Konstruktiven Liberalismus“ ausgerufen worden. (S. 58) Das Projekt sei langfristig angelegt gewesen. Nach dem zweiten Weltkrieg betrieb Hayek - als führende Kraft dieser Bewegung - die Gründung der „Mont Pèlerin Society“, zunächst als eine „geschlossene Gesellschaft“ mit strengen Aufnahmeregeln. Mit inzwischen 1000 Mitgliedern etablierte sich diese Gesellschaft als internationales Elitenetzwerk das mit vielen Institutionen verknüpft ist: etwa Think-Tanks im Umkreis des Londoner „Institute of Economic Affairs“, der „Public Choice Society“ oder der „Chicago School of Economics“. In der Mont Pèlerin Society gab es durchaus unterschiedliche Strömungen des marktradikalen Denkens, einzig sei man sich im Hinblick auf die Gegner gewesen und das sei in der „freien“ Welt vor allem der damals vorherrschende Keynesianismus gewesen. Vor allem über die zahlreichen Think-Tanks in nahezu allen wichtigen Staaten wollte man Intellektuelle, Lehrer und Schreiber erreichen und kraft deren öffentlichen Einflusses danach dann die Politik.

Einer der größten Erfolge des Mont-Pèlerin-Netzwerkes sei die Etablierung des sog. Nobelpreises für Wirtschaft gewesen, tatsächlich der Preis der Bank von Schweden. Aus dem Netzwerk heraus erhielten Hayek (1974), Milton Friedman (1976), George J. Stigler (1982), James M. Buchanan (1986), Maurice Allais (1988), Ronald H. Coase (1991), Gary S. Becker (1992) und Vernon L. Smith (2002) der Reihe nach diese Preise. Gefördert worden seien fast nur US-Amerikaner, zwischen 1990 und 1995 gingen fünf von sechs Preisen an Wissenschaftler der Universität von Chicago.

Schon 1949 habe Hayek in seinem Aufsatz „The Intellectuals and Socialism“ seine an Lippmanns Auffassungen einer gelenkten Demokratie angelehnte Theorie der Propaganda für den Marktradikalismus entworfen. Es sei das Bild einer hierarchischen Gesellschaft, an deren Spitze kleine Gruppen von Intellektuellen stünden, die längerfristig die öffentliche Meinung steuerten und denen „die Masse“ der gewöhnlichen Menschen gegenüber stehe. Wenn es gelinge die „aktiveren Intellektuellen“ zu überzeugen, dann müssten über kurz oder lang „die Massen“ folgen. (S.81)

Der zwiespältige Umgang mit Macht und Autorität, Freiheit und Manipulation präge die marktradikale Bewegung als Ganzes. (S. 83) *„Auf der Ebene der Propaganda wird das Bestehen von Hierarchie und Macht verneint: auf dem Markt seien alle gleichberechtigt. Niemand kann einen anderen zu etwas zwingen, alle sind „frei“. In der Theorie der Propaganda hingegen wird die Gesellschaft hierarchisch gedacht: eine elitäre Schicht von*



*Wissenden erhebt sich über „die Masse“. Diese ist zum richtigen Denken unfähig und muss gezielt manipuliert werden.“ (S. 83)*

Soweit die historische Betrachtung im Buch „Mythos Markt“ von Walter Otto Ötsch.

Man mag einwenden, dass die Wirkungsmacht der neoliberalen Bewegung überzeichnet ist und viele sehen in solchen Beschreibungen wohl sogar verschwörungstheoretische Konstrukte. Unbestreitbar ist allerdings, dass sich das neoliberale Denken durchgesetzt hat. Zunächst über die genannten Think-Tanks und wissenschaftlichen Schulen, danach auch in der Politik in ihren radikalsten Formen etwa unter Ronald Reagan und Margret Thatcher. Auch in Deutschland gewann spätestens mit dem [Scheidebrief von Graf Lambsdorff](#) an die sozial-liberale Koalition, diese Bewegung an Dominanz. Auch bei uns schossen wirtschaftsliberale Think-Tanks wie Pilze aus dem Boden: neben der Mont-Pèlerin-Gesellschaft etwa die Hayek Gesellschaft oder die Hayek Stiftung, das Institut der deutschen Wirtschaft (IW), der Kronberger Kreis, die Stiftung Marktwirtschaft oder die Aktionsgemeinschaft Soziale Marktwirtschaft. Hinzu kamen die Stiftungen wie etwa die Bertelsmann Stiftung, die Heinz Nixdorf Stiftung, die Robert Bosch Stiftung, die Ludwig-Erhard-Stiftung und viele andere Unternehmensstiftungen mehr.

Auch die führenden Wirtschaftsinstitute vom Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München (Hans-Werner Sinn), das Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel, das Institut für Wirtschaftsforschung Halle, das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung, zuletzt auch noch das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), das Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA), das Institut für Wirtschaft und Gesellschaft (Leiter: Meinrad Miegel) oder das Mannheimer Forschungsinstitut Ökonomie und demografischer Wandel (MEA) und eine ganze Reihe weiterer Institute vertreten - bei aller Unterschiedlichkeit - durchgängig wirtschaftsliberale Grundpositionen.

Auch an Deutschlands wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten kam es durch eine entsprechende Berufungspolitik zu einem Bedeutungsverlust der Makroökonomie zugunsten der Betriebswirtschaftslehre, zu einer nahezu kompletten Verdrängung der Neokeynesianer durch angebotsorientierte Neoklassiker und auch zu einem Rückgang der empirisch arbeitenden Wirtschaftswissenschaften.

In den Beratungsgremien der Bundesregierung, wie etwa dem „Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Lage“ oder in den Beratungsgremien des Bundeswirtschaftsministeriums sitzen ganz überwiegend Vertreter angebotsorientierter Schulen.



Zu diesen wissenschaftlichen Schreibtischen gesellten sich eine ganze Latte von wirtschaftsfinanzierten Interessengruppen wie der „BürgerKonvent“, „Deutschland packt`s an“, „Konvent für Deutschland“, „Initiative Klarheit in der Politik“, „Team-Arbeit für Deutschland“, „Marke Deutschland“, „Du bist Deutschland“ oder die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ (INSM) die als PR- und Lobbyorganisationen für mehr „Freiheit“ für den Markt ihre [Propagandabotschaften vertreiben](#).

Die Gründe für die Gründungen lesen sich ganz ähnlich, wie sie aus den Propaganda-Konzepten von Walter Lippmann und Friedrich August von Hayek abzulesen sind: „Das, was die Bevölkerung will, und das, was die Führungskräfte in der Wirtschaft für notwendig hielten, klappte himmelweit auseinander“, so begründete Arbeitgeberpräsident Kannegiesser die Notwendigkeit für die Gründung der INSM. Es ging darum das Meinungsklima in Deutschland zugunsten von mehr marktorientierten „Reformen“ zu verändern. Einer der einflussreichsten Männer der deutschen Wirtschaft Dieter Rückert erklärte das damals so: „Das Problem sind aber nicht die Politiker, die wissen nämlich, was man machen muss. Sie trauen sich nur nicht, weil sie Angst vor den Wählern haben, die keine Reformen wollen.“ Deshalb wollte auch Rückert die Bevölkerung „aufklären“. „Die Wähler haben ja letztlich keine Ahnung, was in der Republik passiert, die benehmen sich wie ein Fanclub, nicht wie ein verständiges Wahlpublikum.“ (zitiert nach Markus Grill, stern vom 17. Dezember 2003).

Die Ähnlichkeiten mit Lippmanns Konzept einer gelenkten Demokratie sind eklatant. Auch die Strukturen des Propaganda-Apparates mit dem Aufbau von Think-Tanks und Elite-Netzwerken ähneln sich stark.

Auch die von Hayek damals so bezeichneten intellektuellen „Altwarenhändler“ (Second-hand Dealers in Ideas) (Ötsch, S. 81), also Journalisten, Publizisten und sonstige Multiplikatoren, die die Ideen der Think-Tanks und der meinungsführenden Eliten dem „normalen Menschen“ vermitteln und darüber entscheiden sollen, welche Ideen und Meinungen „uns“ erreichen, funktionierten wie das Lippmann und Hayek beschrieben und erhofft haben. Es gab und gibt bis auf einzelne Ausnahmen kaum noch eine Wirtschaftsredaktion, in der nicht der wirtschaftspolitische Mainstream einer angebotsorientierten und marktliberalen Lehre vertreten wurde und wird.

Das Parlament als demokratische Repräsentanz der Interessen der Bevölkerung und der Einfluss der Parteien wurden in den letzten Jahren in ihren Funktionen massiv eingeschränkt. Gesetzesvorschläge wurden nicht mehr aus den Ministerien oder aus der Mitte der Parlamente heraus entwickelt und vorgeschlagen, sondern von Experten oder Expertenkommissionen erarbeitet. Schröders Agenda 2010 Projekt wurde außerhalb des ministeriellen Apparats entwickelt und mit Brachialgewalt bis hin zur Vertrauensfrage





durch das Parlament gedrückt. Wie dieser Tage bekannt wurde, ließ der Bundeswirtschaftsminister einen kompletten Gesetzentwurf durch eine große [Rechtsanwaltspraxis erarbeiten](#).

Natürlich gab und gibt es Gegenmeinungen und abweichende wissenschaftliche Positionen zum ökonomischen Mainstream, doch sie kommen in der veröffentlichten Meinung kaum noch vor. Der sog. „Hamburger Appell“ [wirtschaftsliberaler Professoren](#) vor der Bundestagswahl 2005 ging z.B. durch alle Medien, Aufrufe von Wissenschaftlern mit anderen Positionen schafften es allenfalls mit selbst bezahlten Anzeigen in die Zeitungen. Die jährlichen dickleibigen Gutachten linker (keynesianischer) Ökonomen wie etwa der Memorandum Gruppe, finden in den Mainstream-Medien kaum ein Echo.

Wir haben einen Zustand, der dem, was Lippmann und Hayek in ihren Konzepten einer gelenkten Demokratie beschrieben haben, ziemlich nahe kommt. Und auch heute sind es die Verfechter des Neoliberalismus, die sich des von ihnen vorgeschlagenen Propaganda-Instrumentariums zur Durchsetzung ihrer Konzepte geradezu lehrbuchmäßig bedienen.

Der durch diese Steuerung „der Masse“ hergestellte „öffentliche Wille“ blendet die Analyse der Ursachen für die derzeitige Krise aus, schiebt die Schuld auf andere - auf die Hypotheken- und Geldpolitik der USA oder auf das Versagen staatlicher Bankenaufsicht - und blendet das Versagen der zugrunde liegenden Ideologie nahezu komplett aus. Die herrschende Lehre machte aus größter Not eine Tugend und überließ dem Staat die „Rettungsaktionen“ zur Vermeidung von „systemischen Risiken“, um möglichst rasch wieder weiter machen zu können, wie vor der Krise.

Eine grundlegende Debatte über eine wirtschaftspolitische Wende oder gar einen Neubeginn findet nicht statt.

Die gesellschaftlichen Kräfte, die eine Alternative zum neoliberalen Dogma vorschlagen haben weder eine durchdringende Stimme, geschweige denn, dass sie dem bestehenden Propagandaapparat etwas entgegen setzen könnten.

In einer so gelenkten Demokratie ist es möglich, dass diejenigen politischen Repräsentanten, die durch ihre Politik in die Krise geführt oder sie zumindest nicht abgewendet haben, eine Mehrheit erlangen können und weiter machen können wie zuvor.

*Quelle: Walter Otto Ötsch, Mythos Markt, Marktradikale Propaganda und ökonomische Theorie, Metropolis-Verlag, Marburg 2009*