

Denkanstöße

Pia Becker, Dr. Carsten Dethlefs, Alexander Heß, Dr. Julia Köhn,
Maximilian Kutzner, Christoph Pross, Patrick Todt



Ökonomische Sachverhalte effektiv kommunizieren

In einer globalisierten Wirtschaft wird eine inhaltlich klare und adressatengerechte Kommunikation von ökonomischen Zusammenhängen und wirtschaftspolitischen Sachverhalten immer dringlicher.

Misslingt es, den direkten Bezug zu den Adressaten wirtschaftspolitischer Maßnahmen herzustellen, geht die Verbindung zwischen den handelnden Akteuren aus Wirtschaft und Politik verloren. Beim Wirtschaftsbürger wächst das Gefühl, zunehmend fremdbestimmt zu sein.

Gleichermaßen gilt es, eine Lösung für das Problem der Scheinobjektivität zu finden; sie entsteht, wenn wirtschaftspolitische und ökonomische Interessen mit dem Mantel der Sachobjektivität vorgebracht werden und oft mit dem Zusatz, „es gäbe keine Alternative“ verstärkt wird.

Es bestehen folglich zwei Probleme und zwei Aufgaben:

Einerseits werden wissenschaftliche Instrumente bewusst und unbewusst missbraucht, um eine bestimmte wirtschaftspolitische Idee zu unterstützen. Andererseits wird oft der Eindruck erzeugt, dass wirtschaftswissenschaftliche Aussagen den Charakter von Naturgesetzen haben, obwohl es sich um sozialwissenschaftliche Phänomene handelt. Ökonomik ist die Wissenschaft von menschlicher Interaktion und somit im Besten Sinn interpersonell und werteorientiert. Ökonomische „Wahrheit“ formt sich durch das Wertefundament einer Gesellschaft und dem Diskurs sowie durch die Fortentwicklung dieser Werte.

Unerlässlich für eine sachorientierte Diskussion und Disputation ist folglich: Die Offenlegung der ökonomischen „Werte“-Fundamente und der konkreten Annahmen, die zur Erklärung ökonomischer Entwicklung und wirtschaftspolitischer Maßnahmen unterstellt werden.

Schlussfolgerungen:

- **Eine globalisierte Wirtschaft erfordert eine neue Orientierung für die Mittel der Kommunikation.**
- **Unerlässlich sind die bessere inhaltliche Gestaltung der Information sowie deren direktere Anbindung an die Adressaten.**
- **Das Problem der Scheinobjektivität von Thesen und Argumenten muss proaktiv von Wissenschaft und Politik gelöst werden.**
- **Die Offenlegung der „Werte“-Fundamente der Argumentation muss verbessert werden.**