ECONSTOR
*Make Your Publications Visible.*

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Kraft, Hans-Peter

**Article — Digitized Version**

# Staatliche Information und wirtschaftspolitische Steuerungsprozesse: Ein Ansatz

Wirtschaftsdienst

*Suggested Citation:* Kraft, Hans-Peter (1979) : Staatliche Information und wirtschaftspolitische Steuerungsprozesse: Ein Ansatz, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 59, Iss. 1, pp. 48-52

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/135277

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

# Staatliche Information und wirtschaftspolitische Steuerungsprozesse

## Ein Ansatz

Hans-Peter Kraft, Berlin

**Der Wirtschaftsprozeß in der Marktwirtschaft ergibt sich aus dem Vollzug vieler voneinander abweichender mikroökonomischer Entscheidungen und Handlungen, die durch Information und Kommunikation beeinflußt, ja zum Teil erst angeregt werden. Die Bedeutung staatlicher Kommunikation und Information für den Ablauf wirtschaftspolitischer Steuerungsprozesse analysiert der folgende Artikel.**

Während der Wirtschaftsprozeß bisher weitgehend nur als volkswirtschaftlicher Wertkreislauf gesehen oder mit diesem identifiziert wurde, ergeben sich unter Beachtung des Informations- und des Kommunikationsaspekts zwei Fragen:

☐ Wie und unter welchen Informations- und Kommunikationsbedingungen verläuft der Wirtschaftsprozeß?

☐ Welche Anforderungen sind an den Kommunikationsprozeß zu stellen, damit eine Beeinflussung von Entscheidungen und Handlungen der Wirtschaftssubjekte und damit des Wirtschaftsprozesses in der beabsichtigten Weise erfolgen kann?

Unbestritten ist, daß in dem Maße, in dem die Pläne der Wirtschaftseinheiten (Staat, Haushalte, Unternehmungen) ineinandergreifen, es einer geeigneten Information und Kommunikation bedarf, die die Abstimmung der Pläne oder, und dies ist insbesondere im Zusammenhang mit der staatlichen Wirtschaftspolitik der Fall, eine Beeinflussung der Pläne mit sich bringt. Wirtschaftspolitik kann sich also nicht nur darauf beschränken, die Einhaltung der Spielregeln zu überwachen, also bloße Ordnungspolitik im Sinne von Eucken [1]) zu sein. Immer wieder ergibt sich die Notwendigkeit, auch in den Ablauf regulierend einzugreifen und die Wirtschaftssubjekte durch Setzung entsprechender Daten oder durch Appelle zu einem Verhalten zu veranlassen, das von dem Tun oder Lassen, wie es sich ohne diese Beeinflussung vollziehen würde, mehr oder weniger abweicht [2]).

Diese Beeinflussung gelingt selbstverständlich nur, wenn eine Beziehung zwischen Staat und Wirtschaftssubjekten besteht, die als öffentliche Kommunikationsbeziehung bezeichnet werden soll. Auf der Basis dieser Kommunikationsbeziehung verläuft der wirtschaftspolitische Entscheidungs- und Handlungsprozeß.

### Erhebliches Integrationsproblem

Bei der Aufgabenstellung des Trägers der Wirtschaftspolitik wird jedoch die Bedeutung dieser Kommunikationsbeziehung unterschätzt. Dies gilt für die praktische Wirtschaftspolitik ebenso wie für die der Wirtschaftspolitik zugrunde liegenden Wirtschaftstheorie. Aus Mangel an einer angemessenen theoretischen Behandlung dieses Problembereichs werden Kommunikationsaspekte aus den Überlegungen weitgehend herausgehalten. Bei der Erklärung des Wirtschaftsprozesses werden vielmehr die den Individuellen Plänen der Wirtschaftssubjekte zugrunde liegenden Informationen als gegeben angesehen und der volkswirtschaftliche Kommunikationsvorgang generell ver-

*Dr. Hans-Peter Kraft, 33, war Lehrbeauftragter an der Fachhochschule für Verwaltung und Rechtspflege in Berlin. Gegenwärtig ist er Lehrbeauftragter für Volkswirtschaft am Berufsfortbildungswerk des DGB in Berlin.*

[1]) Vgl. W. Eucken: Grundsätze der Wirtschaftspolitik, Bern, Tübingen 1962; vgl. auch A. Müller-Armack: Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft, Hamburg 1947.

[2]) Vgl. G. Schmölders: Die Überwindung von Widerständen der Wirtschaftssubjekte, in: H. J. Seraphim (Hrsg.): Probleme der Willensbildung und der wirtschaftspolitischen Führung, Berlin 1959, S. 103.

nachlässigt [3]). Offensichtlich besteht ein erhebliches Problem darin, wie der gesamte instrumentelle Bereich von Informations- und Kommunikationsprozessen systematisch in die bestehende ökonomische Theorie integriert werden kann.

Für die Schwierigkeiten einer systematischen Einarbeitung etwa von „Moral-Suasion" [4]) in die Instrumentenkette eines ökonomischen Ziel-Mittel-Prozesses der Wirtschaftspolitik nennt Tuchtfeldt im wesentlichen zwei Gründe [5]):

☐ die Variationsbreite im Objektivitätsgehalt, z. B.
- sachliche Information zur Verbesserung der individuellen Entscheidungslage,
- Zweckoptimismus, -pessimismus, Dementis,
- Falschmeldungen und Propaganda;

☐ die diffuse Anwendung von Moral-Suasion als alleiniges und/oder ergänzendes Instrument.

Hinzu kommen meines Erachtens allgemeine methodologische Schwächen: Es konnte bisher nicht klar gezeigt werden, wie sich etwa „Aufklärungsinformationen, Appelle, Drohungen, informativer Zwang" oder ähnliches methodisch in die bestehenden Ziel-Mittel-Modelle einarbeiten ließen. Ebenso spricht auch viel dafür, daß der Glaube an die Wirkung „rein ökonomischer Mittel" die Forschung von der Wirkungsproblematik, auf die andere sozialwissenschaftliche Bereiche, etwa die der Sozialpsychologie, bereits hingewiesen haben, abgelenkt hat.

Die wirtschaftspolitische Ziel-Mittel-Relation, d. h. bestimmte wirtschaftspolitische Ziele mit wirksamen Mitteln zu erreichen, muß gerade in bezug auf die geschilderten Wirkungsprobleme den Kommunikationsprozeß in die Überlegungen einfließen lassen, sollen die gesetzten Ziele erreicht, d. h. von den Wirtschaftssubjekten realisiert werden. Dies wird insbesondere dann immer bedeutsamer, wenn eine nachweisbar stetig steigende Bürgerskepsis [6]), z. B. in Form von Bürgerinitiativen, gegenüber staatlichen Eingriffen bzw. Aktivitäten zu verzeichnen ist, und die Bürger zunächst umfassend informiert werden wollen, bevor sie zu zielkonformen Handlungen bereit sind.

Der staatliche Kommunikationsprozeß durchläuft von der Formulierung eines wirtschaftspolitischen Ziels über die Gestaltung und Anwendung bestimmter, als geeignet erachteter Maßnahmen bis zum Eintritt einer Reaktion der Wirtschaftssubjekte mehrere Stadien, wobei durchaus Störungen auftreten können [7]). Insofern stellt sich die zentrale Frage: Wie muß der staatliche Kommunikationsprozeß beschaffen sein, damit sich bestimmte, aus den wirtschaftspolitischen Zielen ableitbare gesamtwirtschaftlich wünschenswerte Handlungen der Wirtschaftssubjekte ergeben?

Analytisch kann das wirtschaftspolitische Informations- und Kommunikationsproblem in zwei Teilbereiche unterteilt werden:

☐ Im ersten Teilbereich geht es um die Analyse wirtschaftspolitischer Lagen, d. h. es geht um die Informationssuche sowie um das auf bestimmten Informationen basierende Verhalten der Wirtschaftseinheiten und dessen Auswirkungen auf den Wirtschaftsprozeß.

☐ Im zweiten Teilbereich geht es um die interpersonale Weitergabe von Informationen, also um den Prozeß der Kommunikation.

Beim ersten Teilbereich steht das Wirkungsproblem von Informationen im Vordergrund, d. h. die Verhaltensbeeinflussung der Wirtschaftssubjekte durch bestimmte Kommunikationsinhalte [8]). Beim zweiten Teilbereich ist es das Übertragungsproblem, d. h. die Untersuchung und Ausgestaltung der Kommunikationswege im Hinblick auf Richtung, Umfang und Geschwindigkeit des Informationsflusses [9]). Wie lassen sich nun das Wirkungs- und das Übertragungsproblem von Informationen systematisch mit der wirtschaftspolitischen Lenkungs- und Steuerungsfunktion des Staates verknüpfen?

### Ablaufschema des Kommunikationsflusses

Die wirtschaftspolitische Steuerung des Staates erfolgt auf der Grundlage gesamtwirtschaftlicher, sozio-ökonomischer Kommunikationsprozesse. In Anlehnung an die in der Massenkommunikationsforschung übliche Darstellungsform des Kommunikationsflusses als Ablaufschema zwischen Kommunikator-Medium-Rezipient läßt sich der wirtschaftspolitische Kommunikationsprozeß in einzelne Stufen volkswirtschaftlicher Massenkommunikation unterteilen:

---

[3]) Vgl. E. Schneider: Wirtschaftstheorie, Bd. I, Tübingen 1965, S. 13 f.; A. Paulsen: Allgemeine Volkswirtschaftslehre, Bd. I, S. 100 ff.; W. Eucken: Die Grundlagen der Nationalökonomie, Tübingen 1959, S. 127 ff.

[4]) Unter Moral-Suasion werden im allgemeinen alle Aktionen des Staates verstanden, die mit Hilfe bestimmter Kommunikationsmittel mehr oder weniger starken Einfluß auf das ökonomische Verhalten von Personen und Institutionen ausüben. Vgl. S. Sieger: Währungspolitik durch Seelenmassage? „Moral-Suasion" als währungspolitisches Mittel des Zentralnotenbanksystems, Frankfurt/M. 1963, S. 24 ff.

[5]) E. Tuchtfeldt: Moral-Suasion in der Wirtschaftspolitik, in: E. Hoppmann (Hrsg.): Konzertierte Aktion, Frankfurt/M. 1971, S. 24 ff.

[6]) Vgl. J. A. Schumpeter: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, München 1950, S. 231 ff.; J. Habermas: Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus, Frankfurt/M. 1973, S. 96 ff.; A. Downs: An Economic Theory of Political Action in a Democracy, in: The Journal of Political Economy, Vol. 65, 1957, S. 135 ff.

[7]) Es lassen sich z. B. viele Ursachen für zeitliche Verzögerungen (time-lags) aufzeigen. Vgl. dazu T. Winter: Handlungs- und Wirkungsverzögerungen in der Wirtschaftspolitik, Berlin 1971, S. 30. Auf der anderen Seite nehmen die Wirtschaftssubjekte das staatliche Informationsangebot nur selektiv wahr, d. h. sie wählen nach ihren Interessen und Einstellungen das Nachrichtenangebot aus, das ihren speziellen Wünschen entspricht.

[8]) Z. B. Gestaltung, Formulierung, Betonung usw. der wirtschaftspolitischen Nachrichten.

[9]) Im Mittelpunkt dieser Überlegungen steht die Medienproblematik, d. h. die Bedeutung der Massenmedien im wirtschaftspolitischen Kommunikationsprozeß.

☐ Staat als Kommunikator,

☐ Medien als Verteilungsinstanzen der staatlichen Kommunikationsbotschaften,

☐ Wirtschaftssubjekte, Haushalte, Unternehmungen, Verbände und Vereine als Rezipienten im wirtschaftspolitischen Kommunikationsprozeß und

☐ die Reaktionen bzw. Aktionen im Sinne von relevanten ökonomischen Handlungen als Ergebnisse staatlicher Kommunikationsbotschaften.

Hier kann es nicht darum gehen, den Prozeß in allen Einzelheiten zu beschreiben. Eine solche Darstellung wirtschaftspolitischer Abläufe setzt nicht nur ein genaues Studium der Wirkungsweise rein ökonomischer Mittel auf das Verhalten der Wirtschaftssubjekte voraus. Ebenso notwendig ist es auch, die Wirkungen zu kennen, die sich aus dem Empfang von Informationen und Nachrichten über volkswirtschaftliche Vorgänge ergeben [10]). Außerdem unterliegt der obige Ansatz dadurch einer realitätsfernen Prozeßbeschränkung, daß der wirtschaftspolitische Massenkommunikationsprozeß lediglich eingleisig dargestellt wurde, ohne die Wirkungen zu untersuchen, die aus informationellen Rückkoppelungsprozessen resultieren. Dennoch soll der Prozeß ansatzweise beschrieben werden.

Eine Wirtschaftspolitik, die auf eine prozessuale Einwirkung auf das Wirtschaftsverhalten der Wirtschaftssubjekte abzielt, basiert auf der Vorstellung des Zustandekommens einer Kommunikationsbeziehung zwischen dem Staat als wirtschaftspolitischer Steuerungsinstanz und den Wirtschaftssubjekten. Dabei fungiert der Staat als Sender, während die Wirtschaftssubjekte als sich unterscheidende Empfänger angesehen werden können.

### Gestaltung der Kommunikationsinhalte

Aus der Kommunikatorrolle des Staates ergibt sich zunächst die Notwendigkeit, Informationen über die Staatsaufgaben zu beschaffen, d. h. die wirtschaftspolitischen Ziele sowie die Mittel festzulegen, die zur Erreichung dieser Ziele notwendig sind. Im nächsten Schritt geht es darum zu prüfen, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit die Kommunikationsbotschaft des Staates überhaupt die Wirtschaftssubjekte erreicht und – was sicherlich noch wichtiger, zugleich aber auch weit schwerer zu realisieren ist – zum gewünschten Prozeßverhalten führt.

Eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg der Wirtschaftspolitik ist die Verwendung einer Sprache, die von den zu beeinflussenden Wirtschaftssubjekten verstanden werden kann. Diese Aussage klingt trivial. Tatsache ist jedoch, daß ihre Konsequenzen in der praktischen Wirtschaftspolitik nicht in ausreichendem Maße beachtet werden. So läßt sich schon bei näherem Hinsehen zeigen, daß z. B. die Presse durch fachspezifische Ausdrucksformen in den Wirtschaftsnachrichten eine große Zahl der Marktteilnehmer vom Kommunikationsprozeß ausschließt, weil die Mitteilungen nicht verstanden werden.

Krüger [11]) stellt in diesem Zusammenhang folgende Thesen auf:

☐ Informationspolitik muß in Form von „Konfliktsituationen" ausdrücklich auf das im Aktionsbereich der Wirtschaftssubjekte bestehende Problem hinweisen.

☐ Informationspolitik muß, falls ihr die Herstellung einer „Konfliktsituation" nicht gelingt, entweder die Überzeugungen oder aber die Ziele der Wirtschaftssubjekte ändern, damit es zu einem Wandel der Attitüden gegenüber den zu verändernden Verhaltensweisen und damit zu der motivierenden „Konfliktsituation" kommt. Überzeugungsveränderungen durch falsche Informationen sind wegen des damit verbundenen Glaubwürdigkeitsverlustes auf die Dauer nicht erfolgversprechend.

☐ Informationspolitik muß Lösungsmöglichkeiten des vorliegenden Problems aufzeigen.

Diese Forderungen betreffen weitgehend die Gestaltung der Kommunikationsinhalte. Eine Gestaltung der Kommunikationswege hat sich mit dem Übertragungsproblem der Information zu beschäf-

[10]) Vgl. H.-P. Kraft: Information und Kommunikation im Rahmen staatlicher Wirtschaftspolitik, Berlin 1978.

[11]) Vgl. W. Krüger: Probleme der Informationspolitik, Hamburg 1972, S. 129 ff.

**BIBLIOGRAPHIE DER WIRTSCHAFTSPRESSE**

Herausgeber: HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung-Hamburg

Quellennachweis mit Legende zu Aufsätzen aus in- und ausländischen Fachzeitschriften (monatlich rd. 350 Titel)

Jahresbezugspreis DM 180,–

ISSN 0043-6275

VERLAG WELTARCHIV GMBH - HAMBURG

tigen. Die zwischengeschaltete Übertragungsinstanz im Kommunikationsprozeß sind die Medien.

Nach Aufermann [12]) und Holzer [13]) ist der sozioökonomische Kommunikationsprozeß, insbesondere der der Massenkommunikation, als ein in die jeweiligen ökonomischen Verhältnisse eingebetteter gesellschaftlicher Prozeß zu begreifen. So muß an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, daß die mediale Verbreitung staatlicher Informationen durch die Massenmedien, speziell bei der Massenpresse, unter den Bedingungen privatkapitalistischer Interessen erfolgt. Diese kann seitens der Medien im Einzelfall zu einer Verfälschung oder Vertuschung, in jedem Fall aber zur Filterung staatlicher Kommunikationsinhalte führen [14]).

### Wirschaftssubjekte im Kommunikationsprozeß

Im nächsten Schritt des staatlichen Kommunikationsprozesses setzt eine Analyse des Verhaltens der Wirtschaftssubjekte (Rezipientenverhalten) eine Differenzierung des Begriffs „Wirtschaftssubjekt" voraus, und zwar hinsichtlich der spezifischen Funktion und der Stellung im Wirtschaftsprozeß.

Dabei sind Begriffe wie „Haushalte", wenn sie als „disperses Publikum" [15]) verstanden werden, zu grob. „Die ... Theorie, die den Wirtschaftsprozeß als einen realen (güterwirtschaftlichen) Kreislauf und einen entgegengerichteten monetären Fluß von Einnahmen und Geldausgaben interpretiert, versteht die Wirtschaftssubjekte ‚Haushalte' und ‚Unternehmen' institutional als Einheit, die als Ganzes Willens- und Funktionsträger sind. Die Mannigfaltigkeit einer internen Teilung und Kombination im Leistungsvollzug dieser beiden wichtigsten Typen von Wirtschaftssubjekten sind nicht Gegenstand dieser Theorie" [16]). Entgegen dieser irrigen und unzutreffenden Vorstellung muß jedoch gesehen werden, „daß ein Wirtschaftssubjekt sowohl in seiner Konsumtion als auch in bezug auf seine wirtschaftliche Produktivität kaum selbständig disponieren kann. In jeder Form sozialer Bindung bestimmt sich ... der Freiheitsraum für die unabhängige Willensbildung des ... Wirtschaftssubjekts nach der Rechtsstellung des Repräsentanten und seiner Verantwortlichkeit für den Wirtschaftserfolg des Gebildes" [17]).

Die Wirtschaftssubjekte als Rezipienten im Massenkommunikationsprozeß können folglich nicht weiter als sozial isolierte und interessenlose Empfängerschar angesehen werden. Im Gegensatz zur Theorie der Wirtschaftspolitik, die die volkswirtschaftlichen Aktionseinheiten „Haushalte", aber auch „Unternehmungen", institutionell als Einheit begreift, wobei die Attitüden der Wirtschaftssubjekte so zusammengefaßt werden, daß sie als Attitüden nur eines Aktors erscheinen, muß eine wirksame Wirtschaftspolitik auf der Basis funktionsfähiger Kommunikationsprozesse von den sozio-ökonomischen Gruppensituationen in den Bezugsgruppen der Wirtschaftssubjekte, z. B. Familie, Arbeitsgruppe usw., ausgehen. Denn diese bestimmen die Einstellungen, Entscheidungen und Handlungen der Gruppenmitglieder entscheidend mit. Selbst wenn das Individuum unabhängig zu handeln glaubt, so ist es doch überwiegend die Gruppe, in der es lebt, die bestimmt, welche Güter überhaupt, welche heute oder später erworben werden. Ebenso wirkt die Gruppe auf das Adoptions- und Selektionsverhalten ihrer Gruppenmitglieder gegenüber kommunizierten Nachrichten ein.

### Bedeutung der Meinungsführer

Die enorme Bedeutung der Gruppe wurde 1940 in einer Wahluntersuchung von Lazarsfeld u. a. [18]) eindeutig nachgewiesen. Die Untersuchung zeigte, daß der Einfluß der Massenkommunikation von der Gruppennorm abhängig ist und sich daraus bestimmte Selektionsmechanismen für die Nutzung des Medienangebots ergeben. Entscheidenden Einfluß auf das Adoptionsverhalten von kommunizierten Nachrichten haben die Meinungsführer. Als Meinungsführer werden Personen bezeichnet, die Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen anderer Personen durch persönlichen Kontakt stark beeinflussen.

Die Weiterführung des Konzepts der Meinungsführer (Opinion Leader) führte zur Hypothese vom „two-step-flow of communication" [19]). Man geht dabei davon aus, daß die Wirkung der Massenkommunikation zu einem großen Teil nur vermittelt ist, d. h. die Aussagen des Kommunikators erreichen zunächst die in einer bestimmten Bezugsgruppe befindlichen Meinungsführer und erst durch sie die Mehrheit der potentiellen Rezipienten. Das bedeutet, daß die Meinungsführer, die sich durch ein hohes Informationsnachfrageverhalten auszeichnen, darüber entscheiden, welche Information aufgenommen wird und welche Grundeinstellung gegenüber dem Informationsangebot einzu-

[12]) Vgl. J. Aufermann: Kommunikation und Modernisierung, München Pullach, Berlin 1971.

[13]) Vgl. H. Holzer: Gescheiterte Aufklärung? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der BRD, München 1971.

[14]) Vgl. J. Aufermann u. a.: Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Band I und II, Frankfurt/M. 1973.

[15]) G. Maletzke: Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg 1963, S. 28.

[16]) Vgl. I. Esenwein-Rothe: Die Beeinflußbarkeit privater Wirtschaftssubjekte bei dezentraler Lenkung des Wirtschaftsprozesses, in: H. J. Seraphim: Probleme der Willensbildung und der wirtschaftspolitischen Führung, Berlin 1959, S. 57.

[17]) Ebenda, S. 55.

[18]) Vgl. P. F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet: The people's choice, New York 1944.

[19]) Vgl. E. Katz: The two-step-flow of communication, in: W. Schramm (Hrsg.): Mass communications, Urbana 1960, S. 346 ff.

nehmen ist. Sie wirken also maßgeblich auf die Einstellung der Wirtschaftssubjekte gegenüber wirtschaftspolitischen Nachrichten und bei der Entscheidungsfindung in ihren Bezugsgruppen ein.

Auch aus wirtschaftspolitischer Sicht ist es also notwendig, die Wirkung staatlicher Kommunikationsprozesse auf das ökonomische Verhalten der Wirtschaftssubjekte zu untersuchen. Diese Absicht stößt jedoch in einen Bereich sozialwissenschaftlicher Forschung vor, der meines Wissens aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht bisher noch unzureichend behandelt wurde. Ansätze zu einer allgemeinen Wirkungsanalyse von Kommunikationsprozessen liefert lediglich die sozialpsychologisch orientierte Wirkungsforschung der Massenkommunikation [20]). Ein umfassender Überblik über die Erkenntnisse und Untersuchungsmethoden der allgemeinen Wirkungsforschung kann hier jedoch nicht vermittelt werden.

### Wirkungsgrenzen

Die Wirkungsgrenzen von Kommunikationsprozessen liegen in den unterschiedlichsten Ursachen begründet, die hier nur im Ansatz dargestellt werden können. Neben mangelnder Verständlichkeit von Informationsinhalten spielt die technisch-ökonomische Beschaffenheit der Kommunikationskanäle und Massenmedien bei der Frage nach der Wirksamkeit und Unterstützung von Kommunikationsprozessen im Rahmen staatlicher Wirtschaftspolitik eine entscheidende Rolle. Hier zeigt sich auch aus wirtschaftspolitischer Sicht die Gefahr, die sich aus Konzentrationsprozessen im Pressemedienbereich für eine friktionsfreie Weitergabe wirtschaftspolitischer Informationen an die Handlungseinheiten des Wirtschaftsprozesses ergeben können [21]).

Grundsätzlich kann man dabei zwischen Übertragungsgrenzen und Wirkungsgrenzen unterscheiden. Unter Übertragungsgrenzen sind alle technisch-institutionellen Hindernisse gemeint, die die wirtschaftspolitische Information in ihrem Übertragungsvorgang vom Staat über die Medien bis hin zu den Rezipienten an irgendeiner Stelle technisch oder auch organisatorisch verändern, z. B. in Form von Störungen im Kommunikationsfluß durch Übertragungsfehler oder durch bewußtes Konterkarieren wirtschaftspolitischer Inhalte.

Unter Wirkungsgrenzen sind alle jene Hindernisse gemeint, die sich im sozialpsychologischen (Empfangs-)Bereich bei den Wirtschaftssubjekten und in den Primärgruppen ergeben. Diese selektiven Wirkungsschranken werden durch Glaubwürdigkeitsverluste der staatlichen oder massenmedialen Kommunikatoren, durch den Einfluß der Meinungsführer auf das Informationsverhalten der Gruppenmitglieder, durch Desinteresse gegenüber wirtschaftspolitischen Informationen und vieles andere mehr aufgebaut. Natürlich stellen auch Übertragungsgrenzen letztlich Wirkungshindernisse dar. Es besteht also eine Interdependenz von Übertragungs- und Wirkungsgrenzen.

Um diese und andere informationellen Hindernisse einer wirksamen staatlichen Wirtschaftspolitik auf der Grundlage funktionierender Kommunikationsprozesse zu vermeiden, ist es eine unabdingbare Voraussetzung jeglicher Einflußnahme, daß den staatlichen Trägern der Wirtschaftspolitik die Abläufe und Wirkungen von Kommunikationsprozessen bekannt sein müssen, wenn eine wirtschaftspolitische Informationspolitik nicht irgendwie betrieben und in ihrer Wirksamkeit dem Zufall überlassen bleiben soll.

---

[20]) Vgl. F. Dröge u. a.: Wirkungen der Massenkommunikation, Frankfurt/M. 1973; J. Aufermann (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Frankfurt/M. 1973; F. Bledjian, K. Stosberg: Analyse der Massenkommunikation: Wirkungen, Düsseldorf 1972.

[21]) Vgl. J. Aufermann u. a. (Hrsg.): Pressekonzentration, Berlin, München 1971.

**HERAUSGEBER:** HWWA – Institut für Wirtschaftsforschung – Hamburg (Prof. Dr. Armin Gutowski, Prof. Dr. Wolfgang Michalski, Prof. Dr. Hans-Jürgen Schmahl)

**REDAKTION:**
Dr. Otto G. Mayer (Chefredakteur), Dr. Klaus Kwasniewski, Dipl.-Vw. Hubert Höping (Stellvertreter), Dipl.-Vw. Claus Hamann, Helga Lange, Dipl.-Vw. Klauspeter Zanzig

**Anschrift der Redaktion:** 2 Hamburg 36, Neuer Jungfernstieg 21, Tel.: (0 40) 35 62 306/307

**HERSTELLUNG UND VERTRIEB:**
**Verlag Weltarchiv GmbH, Hamburg**

**Anzeigen:** Generalvertretung Dr. Hans Kiemen

**Anzeigenpreisliste:** Nr. 13 vom 1. 7. 1974

**Bezugspreise:** Einzelheft: DM 7,50, Jahresabonnement: DM 80,– (Studenten: DM 30,–)

**Erscheinungsweise:** monatlich

**Druck:** Otto Schwitzke, Hamburg

**Anschrift des Verlages:** 2 Hamburg 36, Neuer Jungfernstieg 21, Tel.: (0 40) 35 62 500

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, die Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) oder auf andere Art zu vervielfältigen. Copyright bei Verlag Weltarchiv GmbH.