

MARKE UND GESELLSCHAFT

1

„Gefühlte Freiheit und
unbemerkte
Bevormundung“



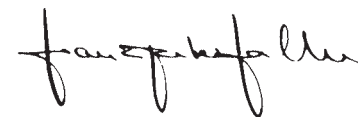
MARKENVERBAND

Markenverband e.V. | Unter den Linden 42 | D- 10117 Berlin
Telefon +49 (030) 20 61 68 0 | Fax +49 (030) 20 61 68 777 | www.markenverband.de

Prof. Dr. Renate Köcher
Institut für Demoskopie Allensbach

Mit dem Beitrag „Gefühlte Freiheit - unbemerkte Bevormundung“ von Prof. Dr. Renate Köcher startet der Markenverband seine Publikationsreihe „**Marke und Gesellschaft**“. Mit dieser Reihe will der Markenverband Denkanstöße zu gesellschaftspolitischen Themen geben, die für die Marke von besonderer Bedeutung sind. Marken und Markenunternehmen sind auf vielfältige Weise in unserer Gesellschaft verwoben. Marken antworten auf gesellschaftliche Trends. Marken inspirieren die Gesellschaft in vielfältiger Hinsicht. Marken schaffen Werte und Wohlstand.

Gleichzeitig hängt der wirtschaftliche Erfolg von Markenunternehmen stark vom gesellschaftlichen Klima hierzulande ab. Marken brauchen Freiheit in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie leben vom Wettbewerb der Ideen, von Kreativität, Innovation und Differenzierung. All dies gedeiht nur in einem freiheitlichen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld. Der Beitrag von Prof. Köcher, der auf einen Vortrag beim Markenverband im Rahmen der Jahrestagung 2008 beruht, weist mit Nachdruck auf subtile Bedrohungen der Freiheit hin.



Franz-Peter Falke
Präsident des Markenverbandes



„Gefühlte Freiheit und unbemerkte Bevormundung“

Prof. Dr. Renate Köcher
Institut für Demoskopie Allensbach

Kurz-Vita von Prof. Dr. Renate Köcher

- Geboren am 17. Juli 1952 in Frankfurt am Main.
- Studium der Volkswirtschaftslehre, Publizistik und Soziologie in Mainz und München, Diplom in Volkswirtschaftslehre.
- 1985 Promotion in München zum Dr. rer. pol. mit dem Thema „Berufsethik von deutschen und britischen Journalisten“.
- Seit 1977 wissenschaftliche Mitarbeiterin, ab 1988 Geschäftsführerin des Instituts für Demoskopie Allensbach.
- 2003 Verleihung des Professorentitels.
- Regelmäßige publizistische Tätigkeit für die Frankfurter Allgemeine Zeitung und WirtschaftsWoche.
- Mitglied in mehreren Aufsichtsräten von DAX-Unternehmen und im Universitätsrat der Universität Konstanz.

Deutschland ist ein freies Land und ein Land, in dem sich die Menschen auch frei fühlen. Nur eine verschwindende Minderheit stuft den eigenen Freiheitsspielraum als gering ein, 60 Prozent als ausgesprochen groß. Wenn Freiheit als selbstverständlich gilt, wird ihr Wert jedoch oft unterschätzt und die Einschränkung von Freiheitsspielräumen übersehen – oder teilweise sogar unterstützt, weil man sich nicht vorstellen kann, dass die eigene Freiheit ernsthaft tangiert werden könnte.

Wenn sich die deutsche Bevölkerung zu den Freiheitsspielräumen in der Gesellschaft äußert, wird neben der Zufriedenheit mit dem eigenen Freiheitsgrad auffallend viel Kritik an der Überdehnung von Freiheitsspielräumen und einer vermeintlichen Überbewertung von Freiheit geäußert. So vertreten 52 Prozent die Auffassung, es gäbe zu viele, die Freiheitsspielräume missbrauchen; 30 Prozent schließen sich ohne Zögern der Meinung an, es wäre besser, wenn es weniger Freiheit und dafür mehr Gerechtigkeit in der Gesellschaft gäbe.

Die Rangfolge von Werten zeigt sich besonders klar in der direkten Konkurrenz. Wenn beispielsweise Freiheitsspielräume und egalitäre Ziele gegeneinanderstehen, räumt gerade einmal die Hälfte der westdeutschen Bevölkerung der Freiheit Vorrang ein, in Ostdeutschland 30 Prozent; annähernd 60 Prozent der ostdeutschen, aber auch knapp 40 Prozent der westdeutschen Bevölkerung halten es für wichtiger, möglichst viel Gleichheit herzustellen. Es ist daher keineswegs selbstverständlich, dass Freiheitsspielräume hochgehalten und verteidigt werden.

Wie sehr Freiheit geschätzt wird, hängt unter anderem in hohem Maße von historischen Erfahrungen ab. Kürzlich wurde parallel in Deutschland und Russland eine Untersuchung durchgeführt, in der auch das Freiheitsgefühl und Freiheitsverständnis beider Völker analysiert wurden.

Dabei zeigte sich, dass der Freiheitsbegriff der russischen Bevölkerung wesentlich enger ist; sie legt auf deutlich weniger Freiheiten großen Wert, und zwar insbesondere auf

- Meinungsfreiheit,
- Reisefreiheit,
- freie Wahl des Wohnortes und die
- Freiheit vor staatlicher Überwachung.

Meinungsfreiheit ist 83 Prozent der deutschen, aber nur 36 Prozent der russischen Bevölkerung besonders wichtig, Reisefreiheit 76 Prozent der deutschen und 33 Prozent der russischen Bevölkerung. Die freie Wahl des Wohnorts halten 69 Prozent der deutschen und 43 Prozent der russischen Bevölkerung für unverzichtbar; Freiheit vor staatlicher Überwachung ist zwei Dritteln der deutschen, aber nur 18 Prozent der russischen Bevölkerung besonders wichtig. Nur eine Freiheit wird von der Mehrheit der russischen Bevölkerung genau wie von der Mehrheit der deutschen Bevölkerung für besonders wichtig gehalten, die Befreiung von Existenzängsten durch staatliche Absicherung. Es ist ein defensives Freiheitsverständnis, das sich hier in Russland zeigt, weniger die Wertschätzung von individuellen Entfaltungsspielräumen, wie sie sich in Westeuropa über lange historische Epochen hinweg herausgebildet hat. Wie sehr unterschiedliche historische Erfahrungen prägen, zeigt auch heute noch der Vergleich von West- und Ostdeutschland: Auch heute, nach 20 Jahren Einheit, ist das Freiheitsstreben in Ostdeutschland weniger ausgreifend und umfassend als in Westdeutschland. Das gilt insbesondere für die freie Berufswahl, auf die 68 Prozent der westdeutschen, aber nur 51 Prozent der ostdeutschen Bevölkerung besonderen Wert legen, die Freiheit, zwischen verschiedenen Parteien wählen (66 zu 49 Prozent) und die Kindererziehung nach den eigenen Vorstellungen anlegen zu können (58 zu 41 Prozent).

Angesichts der Bedeutung unterschiedlicher historischer Erfahrungen für das Freiheitsgefühl und Freiheitsverständnis ist natürlich auch die Frage interessant, ob heute in der Europäischen Union - insbesondere nach der gravierenden Erweiterung - nicht Nationen zusammengeslossen sind, die Freiheit einen unterschiedlichen Stellenwert beimessen und ein deutlich unterschiedliches Freiheitsverständnis haben. Insgesamt ist es erstaunlich, wie wenig die unterschiedlichen kulturellen Prägungen und historischen Erfahrungen, die heute in der EU zusammenkommen, reflektiert und in ihrer Bedeutung für die Entscheidungsprozesse analysiert werden.

Bemerkenswert ist jedoch auch, dass großen Gruppen der Bevölkerung verbrieft Grundfreiheiten nicht sonderlich wichtig sind. So legt immerhin ein Drittel der deutschen Bevölkerung keinen besonderen Wert auf die freie Wahl des Wohnortes, rund 40 Prozent auf die Wahlmöglichkeit zwischen den verschiedenen Parteien, auf die Freiheit, Eigentum zu bilden oder auch Kaufentscheidungen ganz nach den eigenen Vorstellungen treffen zu können.

Es scheint, dass hier oft nicht reflektiert wird, wie kostbar Freiheitsspielräume sind. Die Bereitschaft, Freiheitsspielräume zur Disposition zu stellen, ist groß - besonders wenn es einem guten Zweck dient. Das gilt in besonderem Maße auch für die Einschränkung unternehmerischer Spielräume. Ein aktuelles Beispiel sind die Einstellungen zur Preisbildung für Energie. Die Entwicklung der Energiepreise hat die Bevölkerung in den letzten zwei Jahren zutiefst verunsichert. Die überwältigende Mehrheit fühlt sich von der Energiepreisentwicklung ausgesprochen stark betroffen und sukzessive hat sich hier die Vorstellung herausgebildet, dass der Staat etwas gegen den Anstieg der Energiepreise tun müsste. Das deutliche Absinken der Energiepreise in letzter Zeit hat die Bevölkerung bisher nicht beruhigen können. Entsprechend unterstützt die Mehrheit mittlerweile direkte staatliche Eingriffe in die Preisbildung.

Ähnliche Reaktionen sind in anderen Ausnahmesituationen festzustellen, die die Bevölkerung zutiefst beunruhigt haben, zum Beispiel vor einigen Jahren im Zusammenhang mit der BSE-Krise. Auch damals war die Bevölkerung außerordentlich beunruhigt, fühlte sich gefährdet und richtete entsprechend Vorwürfe an den Staat. 55 Prozent stufte damals die staatlichen Vorschriften als zu lax ein. Die Mehrheit forderte eine Ausweitung der Gesetze und Kontrollen. Generell ist die Mehrheit auch heute überzeugt, dass die Kontrollen im Lebensmittelbereich unzureichend sind. Es ist generell eines der Risiken von Aufregungszyklen, dass die Bevölkerung in einer solchen Phase in hohem Maße bereit ist, eine deutliche Ausweitung staatlicher Regulierungen zu unterstützen, sogar zu fordern.

Generell gilt staatliche Regulierung eher als Problemlösung denn als Problem. Zwar vertritt ein Fünftel der Bevölkerung die Auffassung, dass die Freiheit in Deutschland durch staatliche Regulierung zu stark eingeschränkt wird. Sogar zwei Fünftel sind der Meinung, dass die Freiheit des Verbrauchers heute durch staatliche Regulierungen stark eingeschränkt wird. Auf Nachfrage können die Meisten diese Position jedoch nicht begründen und an konkreten Beispielen belegen.

Das Problem ist nicht die Regulierung an sich. Selbstverständlich gibt es Regelungsbedarf und vernünftige Regulierungen. Das Problem ist eine mangelnde Auseinandersetzung mit staatlicher Regulierung und ihren Konsequenzen, mit der Frage, welche Maßnahmen wirklich notwendig und hilfreich sind und welche Freiheitsspielräume unzulässig und kontraproduktiv einschränken.

Dies wird besonders deutlich bei dem Thema, wie viel staatliche Regulierung im Interesse der Verbraucher notwendig ist. Die große Mehrheit, zwei Drittel der gesamten Bevölkerung, halten die Rechte der Verbraucher für unzureichend geschützt. Die Mehrheit fordert eine

Ausweitung der Gesetze. Gleichzeitig gibt allerdings die Mehrheit auch zu Protokoll, dass sie bisher als Verbraucher persönlich keine Erfahrungen gemacht hat, die eine stärkere Regulierung nahelegen. Die überwältigende Mehrheit ist auch für eine europäische Regulierung des Verbraucherschutzes. Dies ist zweifelsohne in einem immer enger verzahnten Wirtschaftsraum sinnvoll. Problematisch ist jedoch, dass die europäische Ebene zwar immer bedeutender wird und immer mehr Regulierungskompetenz von der nationalen auf die europäische Ebene verlagert wird, sie gleichzeitig aber völlig im Windschatten der öffentlichen Aufmerksamkeit liegt.

Die Bevölkerung kennt weder die Kommissare noch die Gesetzesvorhaben und politischen Diskussionen auf der europäischen Ebene. Nur ein Drittel interessiert sich überhaupt für Europapolitik, ganze 11 Prozent fühlen sich über die Politik der EU gut informiert. Alle Untersuchungen, wieweit die Bevölkerung über Gesetzesvorhaben und bereits beschlossene Gesetze auf europäischer Ebene informiert ist, die unmittelbar in die Wirtschaft und auch Verbraucherrechte eingreifen oder erhebliche Auswirkungen auf die Kosten von Produkten haben, erbringen ernüchternde Befunde. So hatten auf dem Höhepunkt der Kontroverse nur 13 Prozent zumindest vage von der Chemikalien-Richtlinie gehört, nur ein Viertel von Plänen zur Einschränkung von Werbung, nur 13 Prozent von den Eingriffen in die Festlegung von Versicherungsprämien für Männer und Frauen.

Der Einfluss der europäischen Ebene wird auf geradezu groteske Weise unterschätzt. Zwar hat sich mittlerweile die Überzeugung herausgebildet, auf der europäischen Ebene werde mittlerweile zu viel geregelt. Da die Meisten, die diese Auffassung vertreten, sie jedoch nicht konkretisieren können, spiegelt sich darin eher diffuses Unbehagen an der EU als fundierte Kritik an überzogenen Regulierungen. Nur eine kleine Minderheit schreibt den Entscheidungen der europäischen Ebene große Bedeutung

für die Zukunft der einzelnen Länder zu. Die Bezugsebene der Bevölkerung bleibt die nationale Politik, während sich die Entscheidungskompetenz zunehmend auf die europäische Ebene verschiebt. Dies stellt auch die Frage nach der Zukunft der europäischen Demokratien. Die Politik der europäischen Ebene wird nicht in öffentlichen Debatten mit nennenswerter Bürgerbeteiligung diskutiert und reflektiert. Die Vorstellung, dass die Bürger bei europäischen Wahlen wirklich die Rolle des Souveräns wahrnehmen und zu der Politik der europäischen Institutionen Stellung nehmen, bewusst bestimmte Programme und Maßnahmen unterstützen und eine Vorstellung von den richtigen und wichtigen Zielen europäischer Politik entwickeln, ist bisher eine Fiktion.

Generell sinkt seit einigen Jahren das Interesse an Politik, insbesondere in der jungen Generation. Eine Ausnahme bilden politische Entscheidungen, die unmittelbare Kosten für die Bevölkerung verursachen. Wir leben in einer sehr pragmatischen Zeit, der Visionen, große Gesellschaftsentwürfe und ideologische Kontroversen eher fremd sind. In einer solchen Epoche wird die Haltung zur politischen Ebene zunehmend merkantiler, primär von Kosten-Nutzen-Abwägungen bestimmt. Entsprechend hängen das politische Interesse und die Reaktion auf politische Maßnahmen in hohem Maße davon ab, ob sie direkt in die materiellen Besitzstände der Bevölkerung eingreifen und die Bevölkerung Kosten befürchtet oder nicht. Dies lässt sich beispielsweise an der Feinstaubverordnung belegen, die zunächst grundsätzlich von der großen Mehrheit der Bevölkerung befürwortet wurde, solange sie überzeugt war, dass sie nur die Besitzer älterer und schadstoffreicher Pkw trifft. In dem Moment, als die Plakettenregelung ins öffentliche Bewusstsein drang und der Bevölkerung klar wurde, dass jeder eine solche Plakette erwerben muss, der in die Nähe von Städten kommt, in denen Umweltzonen existieren, änderte sich das Meinungsbild. Auch wenn die Kosten einer Plakette sehr begrenzt sind, sprachen sich nun 43 Prozent gegen die Feinstaubverordnung aus, 38 Prozent dafür.

54 Prozent der Bevölkerung stufen die Motivation für die Feinstaubverordnung und die Umweltplakette primär als einen weiteren staatlichen Versuch ein, den Bürgern Geld aus der Tasche zu locken. 61 Prozent vertraten gleichzeitig die Auffassung, dass die Feinstaubverordnung für den Umweltschutz nur wenig bewirkt.

Solange die Bevölkerung keine materiellen Nachteile befürchtet, ist sie jedoch in hohem Maße bereit, neue Regulierungen zu unterstützen. Dies zeigt sich unter anderem bei der aktuellen Diskussion zu weitergehenden Werbeverböten. Hier ist die Mehrheit ohne weiteres bereit, weitergehende Werbeverböte zum Beispiel gegenüber Alkohol oder gegenüber Produkten, die sich vor allem an Kinder wenden, zu unterstützen. Wenn man hier mit einem Argumentationstest prüft, wieweit die Bevölkerung Gegenargumente für schlüssig hält, so zeigt sich, dass noch am ehesten das Argument Zugkraft entwickelt, dass damit dem Verbraucher Informationen über die Produktwelt entzogen werden. Unter dem Eindruck dieses Arguments sprechen sich 34 Prozent der Bevölkerung gegen Werbeverböte aus, 56 Prozent dafür; wenn mit wirtschaftlichen Auswirkungen argumentiert wird, mit Nachteilen für die Unternehmen, folgen dagegen nur 29 Prozent diesem Argument und sprechen sich 58 Prozent für Werbeverböte aus. Insgesamt bringen die Argumentationstests jedoch den ernüchternden Befund, dass Argumente nur eine begrenzte Zugkraft entwickeln und unabhängig von dem jeweiligen Argument die Mehrheit der Bevölkerung einer weiteren Einschränkung der Werbemöglichkeiten durchaus aufgeschlossen gegenübersteht.

Dieser Gleichmut ist Besorgnis erregend, insbesondere in Verbindung mit den Signalen, die zu diesem Thema von europäischer Ebene kommen. Kürzlich wurde von der großen Mehrheit des Europäischen Parlaments die Forderung verabschiedet, Werbung und insbesondere Fernsehwerbung müsse ethisch und/oder rechtlich verbindlichen Regeln unterliegen. Die Initiative richtet sich insbesondere gegen "diskriminierende und entwürdigende Botschaften auf der Grundlage von Geschlechterstereotypen". Das Ziel ist, "eine Kultur der Geschlechtergleichstellung zu fördern" und gegen alle Formen von Stereotypisierungen anzugehen. In der Debatte wurde teilweise weiter argumentiert, die Darstellung von Hausfrauen begünstige eine geringe Wertschätzung von Frauen und sei damit eine Ursache für die geringere Entlohnung von Frauen. Wie sich eine solche Denkweise, die ja eine Diskriminierung einer weit verbreiteten Lebensform bedeutet, mit den Vorstellungen von Antidiskriminierung verträgt, ist ein Rätsel. Das in Deutschland von der großen Mehrheit der weiblichen Bevölkerung favorisierte Rollenmodell ist die überwiegende Konzentration auf die Rolle der Hausfrau und Mutter in der Phase, in der die Kinder noch nicht in die Schule gehen, soweit wie möglich ergänzt um eine Teilzeitbeschäftigung.

So wenig das Ziel in Frage gestellt werden kann, Männern und Frauen in der Gesellschaft gleiche Chancen und Freiheitsspielräume zu sichern, so sehr ist Misstrauen angebracht, wenn von einer „Kultur der Geschlechtergleichstellung“ die Rede ist und Geschlechterstereotypen der Kampf angesagt wird. Stereotype bilden sich in der Regel heraus aufgrund spezifischer Präferenzen, Einstellungen und Verhaltensmuster einzelner Bevölkerungsgruppen. Analysiert man beispielsweise das Interessenspektrum von Männern und Frauen in der langfristigen Entwicklung, so zeigen sich stabil gravierende Unterschiede, die unter anderem dazu führen, dass Frauen und Männer in hohem Maße eine unterschiedliche Berufswahl treffen. Beispielsweise interessieren sich Frauen stabil weitaus mehr als Männer für alle Berufe, die mit Menschen und insbesondere

mit Kindern zu tun haben, weit unterdurchschnittlich dagegen für Technikberufe. Ist das ein gesellschaftlich unerwünschter Zustand, ein Verstoß gegen „eine Kultur der Geschlechtergleichstellung“? Hier ist er in grellem Licht, der Konflikt zwischen Freiheit und verordneter Gleichheit. Und dabei geht es um weit mehr als nur um die Freiheit der Werbung, sondern auch um die Freiheit, unterschiedliche Lebensentwürfe zu wählen und zu leben - ohne staatliche Bevormundung. Man muss den Denkansatz des Europäischen Parlamentes doch nur einmal konsequent zu Ende denken. Warum nur Hausfrauen aus der Werbung eliminieren? Der konsequente nächste Schritt müsste sein, Medienberichte über diese unerwünschte Spezies zu unterbinden - es sei denn, sie äußerten sich zu diesem Thema auf erwünscht kritische Weise. Schließlich muss in der Bevölkerung systematisch das "richtige Bewusstsein" gezüchtet werden - das Weiterdenken des Parlaments in Richtung Schulbücher weist hier ja bereits den Weg -, dass eine Existenz als Hausfrau unwürdig ist und darüber hinaus alle Einstellungen und Verhaltensweisen, die als "typisch weiblich" gelten - denn Achtung: Stereotypengefahr!

Zweifelsohne sind solche Vorstöße und Beschlüsse von den besten Absichten getragen. Aber wenn Schulbücher, wenn Werbung nicht mehr die Lebenswirklichkeit der Bevölkerung und die unterschiedlichen Lebensentwürfe in all ihrem Facettenreichtum zeigen dürfen, sondern sich an festgesetzten staatlichen Normen orientieren müssen, muss einem bange werden. Es wäre eine schöne neue Welt, in die wir hier hineinsteuern - wenn wir nicht lernen, Gefahren für die Freiheit zu wittern und ihnen zu wehren.



Prof. Dr. Renate Köcher, Franz-Peter Falke beim MarkenTreff 2008