

Sebastian Blesse, Friedrich Heinemann und Tommy Krieger

**INFORMATIONSDERFIZITE ALS HINDERNIS
RATIONALER WIRTSCHAFTSPOLITIK:
AUSMASS, URSACHEN UND
GEGENSTRATEGIEN**

19. Juli 2021

Eine Studie mit Unterstützung der Brigitte Strube Stiftung

ZEW



ZUSAMMENFASSUNG

Die deutsche Wirtschaftspolitik steht nach der Bundestagswahl vor großen Herausforderungen, etwa im Hinblick auf die Dekarbonisierung, die Digitalisierung und Modernisierung der öffentlichen Verwaltung sowie den demographischen Wandel und seine Folgen für die sozialen Sicherungssysteme. Obwohl viele dieser Herausforderungen seit langem bekannt sind, ist es in den letzten Jahren kaum gelungen, adäquate Reformen einzuleiten. Diese Studie befasst sich mit der Frage, inwiefern wirtschaftspolitische Uninformiertheit (d.h. der Mangel an wirtschaftspolitischen Fakten- und Sachkenntnissen) in der Wählerschaft zu diesem Reformstau beiträgt und welche Maßnahmen geeignet wären, den Informationsstand der Wähler/innen in Deutschland zu verbessern.

Wie informiert ist die Wählerschaft in Deutschland?

Die Studie geht in Kapitel 2 zunächst der Frage nach, wie wirtschaftspolitisch (un)informiert das deutsche Wahlvolk im internationalen Vergleich ist. Um diese Frage zu beantworten, werden die Resultate von acht Umfragen herangezogen, die von dem britischen Marktforschungsunternehmen *Ipsos MORI* im Rahmen der *Perils-of-Perception*-Studien in einer Vielzahl von Ländern durchgeführt wurden. In jeder dieser acht Umfragen wurde das Faktenwissen der Teilnehmer/innen zu einem bestimmten wirtschaftspolitischen Thema (z.B. Wirtschaftskraft, Vermögensverteilung, Migration, Arbeitslosigkeit) abgefragt. Für jedes der Themen lässt sich berechnen, wie uninformiert die Wähler/innen eines bestimmten Landes sind. Dazu wird ermittelt, wie weit der durchschnittlich geschätzte Wert vom wahren Wert abweicht. Je größer der Unterschied zwischen diesen Werten ist, desto ausgeprägter ist die Uninformiertheit hinsichtlich eines Themas. Um einen Gesamtindex zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit zu erhalten, werden die acht themenspezifischen Maße aggregiert.

Bei der Auswertung des Gesamtindikators zeigt sich, dass die deutsche Bevölkerung zwar im internationalen Vergleich überdurchschnittlich gut informiert ist, aber im engeren EU- bzw. OECD-Vergleich nur im Mittelfeld liegt. Die Auswertung der themenspezifischen Maße ergibt, dass die Deutschen zum Beispiel bei Themen wie „Vermögensverteilung“ und „Erwerbstätigkeit von Frauen“ besonders uninformiert sind und eine im internationalen Vergleich relativ stark verzerrte Wahrnehmung von wirtschaftspolitischen Fakten aufweisen. Interessant ist auch, dass die deutschen Wähler/innen die ökonomische Performance ihres Landes eher unter- als überschätzen und dass das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit in Deutschland in den letzten Jahren relativ konstant war.

Uninformiertheit und Reformstau

Kapitel 3 untersucht, ob wirtschaftspolitische Uninformiertheit eine der Ursachen sein könnte, warum Maßnahmen, die von zahlreichen Expert/innen als dringend notwendig erachtet werden, von den politischen Entscheidungsträger/innen nicht oder nur sehr zögerlich umgesetzt werden. Beantwortet wird diese Frage in zwei Schritten. Im ersten Schritt wird in der Makroperspektive gezeigt, dass auf

Länderebene eine deutliche Korrelation zwischen dem Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit und dem vom kanadischen *Fraser Institut* bereitgestellten Indikator zur wirtschaftlichen Freiheit existiert. Es gilt: Je größer die Uninformiertheit in einem Land, desto niedriger ist die wirtschaftliche Freiheit. Da eine Korrelation nicht zwangsläufig eine Kausalität impliziert, werden im zweiten Schritt die zu diesem Thema existierenden Mikrostudien überblicksartig zusammengefasst. In derartigen Studien wird in der Regel zunächst mithilfe einer Faktenfrage der Kenntnisstand der Umfrageteilnehmer/innen bezüglich eines Themas ermittelt. Im Anschluss werden die Umfrageteilnehmer/innen zufällig in zwei Gruppen geteilt, wobei die eine Gruppe über die korrekte Antwort informiert wird und die andere nicht. Abschließend werden die Umfrageteilnehmer/innen gefragt, inwiefern sie eine bestimmte wirtschaftspolitische Maßnahme unterstützen. Ein Vergleich der Präferenzen der beiden Gruppen zeigt, wie sich wirtschaftspolitische Informiertheit auf die Zustimmung zu wirtschaftspolitischen Reformen auswirkt. Außerdem lässt sich mithilfe dieses Verfahrens ermitteln, ob die Bereitstellung von Fakten wirklich auch dazu führt, dass Menschen besser informiert sind. Eine Reihe von Studien bestätigt einen derartigen Lerneffekt. Dessen Größe variiert allerdings je nach Studie erheblich. Erwähnenswert ist darüber hinaus, dass sich Lerneffekte nicht nur direkt nach der Bereitstellung eines Faktens, sondern auch noch ein paar Wochen danach erkennen lassen. Im Zeitverlauf nimmt der Lerneffekt allerdings ab. Um zu untermauern, dass diese Lerneffekte sich auf Reformpräferenzen auswirken, werden exemplarisch drei Themenkomplexe im Detail betrachtet (Umverteilung, Bildung und Steuern). Beim Thema „Umverteilung“ zeigt sich beispielsweise, dass die Kenntnis der eigenen Position in der Vermögensverteilung einen großen Einfluss auf die Zustimmung zu staatlichen Umverteilungsmaßnahmen hat. In den Bereichen „Bildung“ und „Steuern“ zeigt sich zum Beispiel, dass Studiengebühren positiver bewertet werden, wenn Wähler/innen über Bildungsprämien informiert sind, und dass Menschen durch die Erinnerung an Effizienzaspekte genauer über die schädlichen Folgen von (hohen) Steuern nachdenken.

Determinanten von Uninformiertheit

Die zuvor beschriebenen Ergebnisse werfen zwangsläufig die Frage auf, wie sich wirtschaftspolitische Informiertheit in Deutschland effektiv steigern lässt. Für die Entwicklung von geeigneten Handlungsempfehlungen unabdingbar ist ein fundiertes Verständnis der Ursachen von wirtschaftspolitischer Uninformiertheit. Kapitel 4 stellt drei zentrale Ursachen vor. Dabei wird erstens mithilfe verschiedener Umfrageergebnisse aufgezeigt, dass Desinteresse an wirtschaftspolitischen Themen einen wesentlichen Grund für wirtschaftspolitische Uninformiertheit darstellt. Sehr stark ausgeprägt ist das Desinteresse dabei vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Diese Feststellung ist besorgniserregend, da sich gemäß der *Impressionable Years Hypothesis* viele grundsätzliche politische Werte und Meinungen während dieser Lebensphase herausbilden. Der zweite vorgestellte Grund für wirtschaftspolitische Uninformiertheit ist das Fehlen jener kognitiven Fähigkeiten, die zur Erfassung komplexer wirtschaftspolitischer Zusammenhänge notwendig sind. Um dies zu illustrieren, erfolgen eine Reihe von explorativen Makroanalysen. Diese Analysen zeigen auf Länderebene eine negative Korrelation zwischen dem Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit und der Qualität des Bildungssystems (z.B. gemessen anhand der Ergebnisse der letzten PISA-Studie). Zum anderen zeigen Mikrostudien, dass Menschen mit einer Affinität für Mathematik und Logik mehr Informationen suchen, bessere Informationsquellen auswählen, und neuartige Informationen schneller verarbeiten. Die dritte in diesem Kapitel diskutierte Ursache für

Uninformiertheit betrifft Umfang und Art des Medienkonsums. Auch dabei wird sowohl auf Makro- als auch auf Mikrovidenz zurückgegriffen. Anhand der Daten des *Reuters Institute Digital News Report 2019* wird gezeigt, dass besonderes in denjenigen Ländern viele wirtschaftspolitisch uninformierte Menschen leben, in denen soziale Medien häufig als Informationsquelle verwendet werden. Mithilfe der zu diesem Thema existierenden Mikrostudien wird außerdem verdeutlicht, dass die Art und Weise, wie die Medien Themen auswählen und Nachrichten präsentieren, einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftspolitischen Präferenzen von Wähler/innen hat.

Handlungsempfehlungen

Auf Basis der im Zuge dieses Berichtes erlangten Erkenntnisse werden im finalen Kapitel 5 die folgenden sieben exemplarischen Maßnahmen vorgestellt, die geeignet sein könnten, in Deutschland das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit zu reduzieren:

- *„Credit points for transfer“: Anreize für Wissenschaftstransfer bei jungen Wissenschaftler/innen schaffen.*

Dieser Vorschlag zielt darauf ab, die Anreizstruktur in Promotionsverfahren anzupassen, sodass es für junge Wissenschaftler/innen attraktiver wird, sich im Bereich Wissenschaftstransfer (z.B. in Schulen oder Stiftungen) für die breite Öffentlichkeit einzubringen.

- *„Book a Scientist for Teens“: Jungen Menschen den Dialog mit Forschenden erleichtern.*

Mit dieser Maßnahme soll erreicht werden, dass Jugendliche und junge Erwachsene in Kontakt mit Wissenschaftler/innen kommen und dabei Interesse an wirtschaftspolitischen Fragestellungen entwickeln.

- *„Wahlprogramm-Referees“: Faktencheck für Wahlprogramme einführen.*

In dieser Handlungsempfehlung wird die Gründung einer unabhängigen Institution vorgeschlagen, deren Aufgabe es sein soll, im Vorfeld einer Bundes- bzw. Landtagswahl die wirtschaftspolitischen Reformvorhaben der wahlwerbenden Parteien zu analysieren und in einfacher Form über deren makroökonomische und fiskalpolitische Folgen sowie deren Verteilungseffekte zu berichten.

- *„Credibility Revolution goes School“: Verständnis für Unterschiede zwischen Korrelation und Kausalität schärfen.*

Empfohlen wird in diesem Reformvorschlag, die Entwicklungen der empirischen Mikroökonomie in den Schulcurricula sichtbar zu machen und dadurch Jugendlichen den Unterschied zwischen einem korrelativen Zusammenhang und einem kausalen Effekt in wirtschafts- und sozialpolitischen Fragen zu verdeutlichen.

- *„Internet-Führerschein“: Wirtschaftsrelevante Medienkompetenz stärken.*

Die Grundidee dieser Maßnahme ist, durch das Ausstellen von Zertifikaten Schüler/innen stärkere Anreize für die Aneignung von Medienkompetenzen zu liefern.

- *„Fakt der Tages“: Restriktionen verdeutlichen.*

Gemäß dieser Handlungsempfehlung sollten öffentlich-rechtliche und wissenschaftliche Informationsanbieter in einem eigens dafür geschaffenen Sendeformat regelmäßig über

wirtschaftspolitische Kennziffern berichten und dadurch das Faktenwissen der Wähler/innen erhöhen.

- *„Folgen-Check“: Ökonomische Rückwirkung aufzeigen.*

Das Ziel dieses Vorschlags liegt darin, Wähler/innen auf mögliche Zweitrunden-Effekte von wirtschaftspolitischen Reformvorschlägen aufmerksam zu machen. Erreichen lässt sich dies beispielsweise dadurch, dass die in medialen Diskussionen zu einem festen Bestandteil gewordenen „Fakten-Checks“ um „Folgen-Checks“ erweitert werden.

1. EINLEITUNG

Seit Jahrzehnten vergeht in Deutschland kaum ein Wahlkampf, in dem das Wort „Reformstau“ nicht verwendet wird, um das Ausbleiben solcher wirtschaftspolitischer Reformen zu kritisieren, die von Fachleuten für die zukünftige Entwicklung des Landes als zwingend notwendig angesehen werden. Das Jahr 2021, in dem in Deutschland neben der Bundestagswahl im September auch noch fünf Landtagswahlen stattfinden, bildet dabei keine Ausnahme. Oft genannte Felder, bei denen es der Politik an Reformeifer mangelt bzw. für sehr lange Zeit mangelte, sind u.a. die Herausforderungen des Klimawandels und der Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung, die Anpassung des Bildungssystems an die Anforderungen moderner Arbeitsmärkte oder die Sicherung der Nachhaltigkeit der sozialen Sicherungssysteme angesichts des demographischen Wandels.

Die naheliegende Frage, weshalb notwendige wirtschaftspolitische Reformen ausbleiben bzw. nur zögerlich durchgeführt werden, wird sowohl in der Wissenschaft als auch in der Öffentlichkeit seit langer Zeit intensiv diskutiert. Großen Einfluss auf die Debatte der letzten Jahre hatte dabei unter anderem das 2007 vom US-amerikanischen Ökonomen Bryan Caplan veröffentlichte Buch „*The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*“. Gemäß Caplan's These sind es nämlich weniger, wie oft behauptet, organisierte Interessensgruppen, die eine Realisierung von nötigen wirtschaftspolitischen Reformen zum Schutz der eigenen Interessen verhindern, sondern auch die Uninformiertheit der breiten Wählerschaft. Unterstützung für seine These bekommt Caplan dabei von einer Vielzahl von Studien, die mithilfe von experimentellen Methoden aufzeigen, wie wenig informiert die Öffentlichkeit im Durchschnitt bezüglich zentraler wirtschaftspolitischer Themen ist und welche Auswirkungen diese Uninformiertheit auf die politische Präferenzen der Wähler/innen hat.¹

Diese Studie überprüft, ob sich Caplan's Theorie als eine hilfreiche Erklärung für den Reformstau in Deutschland eignet und wie stark hierzulande das Problem unzureichender wirtschaftspolitischer Informiertheit ausgeprägt ist. Dazu soll insbesondere untersucht werden, wie informiert die deutsche Öffentlichkeit im internationalen Vergleich ist und ob sich internationale Unterschiede in der Qualität der institutionellen Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns durch Unterschiede im Ausmaß an Uninformiertheit erklären lassen. Als Vergleichsgrundlage dienen dabei Ergebnisse der *Perils-of-Misperception*-Studien, welche seit 2014 regelmäßig vom Marktforschungsunternehmen *Ipsos MORI* in zahlreichen Ländern durchgeführt werden. Ein zentrales Resultat der in Kapitel 2 dargestellten vergleichenden Analyse ist, dass die deutsche Wählerschaft zwar erhebliche Informationsdefizite aufweist, im internationalen Vergleich aber immer noch überdurchschnittlich gut abschneidet. In Kapitel 3 wird dann diskutiert, ob Uninformiertheit als Teilerklärung für das Verzögern oder Ausbleiben von notwendigen Reformen dienen kann. Da sich dies bestätigt, wird in Kapitel 4 mithilfe explorativer empirischer Analysen und eines Literaturüberblicks diskutiert, welche Ursachen es für wirtschaftspolitische Uninformiertheit gibt. Kapitel 5 stellt sieben konkrete Maßnahmen vor, die aus Sicht der Autoren dabei helfen könnten, die wirtschaftspolitische Uninformiertheit in Deutschland zu verringern.

¹ Einen ausführlichen Überblick über Umfrageexperimente mit Informationstreatments geben Haaland et al. (2021) sowie die Ausführungen in Kapitel 3.2 dieses Berichts.

2. WIE INFORMIERT IST DIE WÄHLERSCHAFT IN DEUTSCHLAND?

2.1. MESSUNG VON UNINFORMIERTHEIT

Im ersten Analyseteil wird zunächst der Frage nachgegangen, wie informiert die deutsche Wählerschaft im internationalen Vergleich ist. Um dies beantworten zu können, wird ein Indikator benötigt, der das Ausmaß an Uninformiertheit in verschiedenen Ländern abbildet und dabei ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit ermöglicht. Im Allgemeinen ist die Erstellung eines solchen Maßes ein dreistufiges Verfahren (siehe Munck und Verkuilen, 2002). Der erste Schritt besteht darin, den Begriff *Uninformiertheit* zu definieren. Im zweiten Schritt sind die Daten auszuwählen, die die Grundlage des Index bilden sollen. Zuletzt wird ein Verfahren bestimmt, mit welchem die ausgewählten Variablen zu einem Index zusammenzufügt werden.

2.1.1. KONZEPTUALISIERUNG

Im politökonomischen Diskurs gilt eine Person als *uninformiert*, wenn sie hinsichtlich des zu entscheidenden Sachverhaltes (z.B. einer wirtschaftspolitischen Reform) Wissenslücken aufweist (siehe z.B. Baron, 1994; McKelvey und Ordeshook, 1985, 1986). Folglich können solche Wahlentscheidungen als uninformiert bezeichnet werden, bei denen die Wähler/innen im Zuge des Entscheidungsprozesses nicht auf alle verfügbaren Kenntnisse in korrekter Weise zugreifen. Je größer die Menge des ungenutzten Wissens, desto ausgeprägter ist das Ausmaß an Uninformiertheit.

In der Fachliteratur zu wirtschaftspolitischer Uninformiertheit werden im Wesentlichen zwei verschiedene Arten von Wissenslücken unterschieden. Zum einen können Menschen Lücken im Faktenwissen haben (Haaland et al., 2021). Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn sie wirtschaftspolitisch relevante Kennziffern nicht kennen. Auf Wahlentscheidungen hat ein solcher Kenntnismangel Einfluss, da er zum Beispiel dazu führen kann, dass Wähler/innen die Notwendigkeit von Reformen falsch einschätzen. Des Weiteren können lückenhafte Faktenkenntnisse zur Folge haben, dass die Kosten bzw. der Nutzen einer wirtschaftspolitischen Maßnahme über- bzw. unterschätzt werden.

Die zweite im Zusammenhang mit wirtschaftspolitischer Uninformiertheit oft genannte Form von Kenntnismangel ist, dass Wähler/innen bei der Bewertung einer Reform nicht alle erwartbaren Folgen einbeziehen (Dal Bó et al., 2018). Zu beobachten ist in diesem Zusammenhang vor allem, dass Menschen oft nur die „naheliegenden“ Primäreffekte einer Reform betrachten. Wichtige Zweitrundeneffekte sowie externe Effekte werden hingegen oft vernachlässigt.² Eine Konsequenz

² Ein Beispiel hierfür ist die Diskussion bezüglich des Berliner Mietendeckels, der im Februar 2020 in Kraft trat und im April 2021 vom Bundesverfassungsgericht für ungültig erklärt wurde. Der Mietendeckel legte einen Höchstmietpreis für Wohnungen fest und verhinderte dadurch (kurzfristig) den Anstieg der Wohnkosten in Berlin. Darüber hinaus führt die Einführung einer Mietobergrenze aber auch zu Angebots- und Nachfrageeffekten (z.B. Vergrößerung der Wohnfläche, Rückgang der Bautätigkeit aufgrund geringer Profitabilität).

dieses Verhaltens ist, dass „einfache Lösungen“, d.h. Vorschläge, bei denen ökonomischen Rückwirkungen wenig oder gar keine Beachtung bekommen, vergleichsweise populär sind und tendenziell mehr Unterstützung bekommen als durchdachte, aber hochkomplexe Reformpakete (Hessami und Resnjanskij, 2019).

Begrifflich strikt voneinander zu trennen sind die Begriffe *wirtschaftspolitische Informiertheit* und *wirtschaftspolitische Meinungsbildung*. Insbesondere ist festzuhalten, dass informierte Menschen nicht zwangsläufig dieselben wirtschaftspolitischen Reformen gutheißen. Informiertheit bedeutet lediglich, dass Bürger/innen im Zuge der Präferenzbildung alle zur verfügbaren Fakten und Sachkenntnisse einbeziehen. Dass auch gleich gut Informierte zu unterschiedlichen Meinungen kommen können, liegt (u.a.) daran, dass sie in unterschiedlichem Maße von einer bestimmten wirtschaftspolitischen Maßnahme profitieren (Downs, 1957; Persson und Tabellini, 2000).³ Diverse Reformpräferenzen können auch daraus resultieren, dass Individuen unterschiedliche individuelle Eigenschaften und Vorlieben besitzen, beispielsweise hinsichtlich ihrer Uneigennützigkeit, Risikobereitschaft oder persönlichen Werte.⁴ Beispielsweise können Wähler/innen aufgrund unterschiedlicher persönlicher Gleichheitspräferenzen trotz gleichem Informationsstand über die negativen Folgen hoher Steuern für Investitionen und Wirtschaftswachstum zu unterschiedlichen Meinungen in Bezug auf die aus ihrer Sicht angemessene Steuerprogression kommen.

2.1.2. OPERATIONALISIERUNG

Aufbauend auf der im vorherigen Abschnitt eingeführten Definition des Begriffes Uninformiertheit müssen im zweiten Schritt Daten zusammengetragen werden, anhand derer sich das Ausmaß an Wissenslücken quantifizieren lässt. Um die Ziele dieses Berichtes erreichen zu können, ist bei der Auswahl dieser Daten darauf zu achten, dass diese einen wirtschaftspolitischen Bezug besitzen. Darüber hinaus ist es zum Zweck der internationalen Einordnung der deutschen Bevölkerung unerlässlich, dass die Variablen sowohl für Deutschland als auch für eine Reihe anderer Länder verfügbar sind.

Um das Ausmaß an Uninformiertheit hinsichtlich eines bestimmten Themenkomplexes zu messen, verwenden die meisten wissenschaftlichen Arbeiten repräsentative Umfragen. In diesen Umfragen werden die Teilnehmenden meist gebeten, eine bzw. mehrere Wissensfrage(n) zu beantworten. Aus der Abweichung zwischen der abgegebenen und der korrekten Antwort berechnet sich, wie (un-)informiert eine Person bezüglich eines Themas ist. Durch Aggregation der Abweichungen lässt sich

Wähler/innen, die diese Zweitrundeneffekte bei ihrer Meinungsbildung nicht berücksichtigen, sind gemäß der obigen Definition als uninformatiert einzustufen. Für eine empirische Analyse der Folgewirkungen des Berliner Mietendeckels, siehe Dolls et al. (2021).

³ In dem in Fußnote 2 genannten Beispiel des Berliner Mietendeckels profitieren zum Beispiel Mietende und Vermietende in unterschiedlichem Maße. Dass Informiertheit zu einer Konvergenz der Präferenzen für diese beiden Gruppen führt, ist daher in diesem Fall nicht zu erwarten.

⁴ Ebenfalls voneinander abzugrenzen sind die Begriffe *wirtschaftspolitische Informiertheit* und *Finanzwissen (Economic Literacy)*. Letzteres beschreibt die Fähigkeit, Informationen zu finanziellen Zusammenhängen zu verarbeiten und diese in eigene Finanzmarktentscheidungen einfließen zu lassen (Bucher-Koenen und Knebel, 2021).

feststellen, wie groß die Uninformiertheit der Wählerschaft eines Landes hinsichtlich dieses Themas ausfällt.⁵

Die überwiegende Mehrheit der Studien, die das eben beschriebene Verfahren nutzen, verwenden Faktenfragen, um den Wissensstand der Teilnehmenden zu bestimmen. Ein Vorteil dieses Fragetyps ist, dass die korrekte Antwort leicht bestimmt werden kann. Außerdem lassen sich fehlerhafte Faktenkenntnisse im Rahmen eines Umfrageexperimentes mit einfachen Mitteln korrigieren. Für Forschende ist dies wertvoll, da sich dadurch untersuchen lässt, wie Uninformiertheit politische Präferenzen beeinflusst (Haaland et al., 2021). Der wesentliche Nachteil von Faktenfragen ist, dass diese keine Informationen darüber liefern können, inwieweit Wählende das nötige Fachwissen besitzen, um die Effektivität bzw. Konsequenzen einzelner wirtschaftspolitischer Reformen in Gänze abschätzen zu können. Allerdings gestaltet sich die Analyse von Sachfragen, etwa zu den umfänglichen Auswirkungen wirtschaftspolitischer Reformen, deutlich schwieriger als die von Faktenfragen.⁶ Pionierarbeiten auf diesem Gebiet leistet derzeit die Harvard-Professorin Stefanie Stantcheva mit ihrem Projekt *Understanding Economics*.⁷ Da internationale Daten zu diesem Aspekt der Uninformiertheit allerdings bisher nicht verfügbar sind, kann Uninformiertheit im Rahmen dieses Berichts „nur“ anhand von existierenden Umfragedaten zu Faktenwissen gemessen werden.

In vielen Studien, in denen Faktenwissen zu wirtschaftspolitisch relevanten Themenbereichen abgefragt wird, werden zufällig ausgewählte oder für die Gesamtbevölkerung repräsentative Personen aus einem bestimmten Land zu einem bestimmten Themengebiet befragt. Die Fokussierung auf ein einzelnes Land hat zwei wesentliche Gründe. Zum einen ist die Durchführung einer wissenschaftlich hochwertigen Umfrage mit hohen Kosten verbunden. Vielen Forschenden fehlen daher oft die finanziellen Mittel, um ihre Tests in mehreren Ländern durchzuführen. Zum anderen beschäftigen sich solche Umfragen häufig mit Themen und Maßnahmen, die für die tagespolitische Diskussion von Bedeutung sind. Da sich die Inhalte dieser Diskussionen im Detail von Land zu Land unterscheiden, ist es meist sehr schwierig, Fragen zu entwickeln, die einerseits konkret und andererseits für eine Vielzahl von Ländern relevant sind. Aufgrund von im Detail voneinander abweichender Fragetexte ist es oft auch unmöglich, die Resultate von Umfragen, die in verschiedenen Ländern zum selben Themenkomplex (z.B. Bildung, Migration oder Steuern) unabhängig voneinander durchgeführt wurden, zu vergleichen und dadurch internationale Unterschiede im Ausmaß wirtschaftspolitischer Uninformiertheit für ein bestimmtes Thema zu identifizieren.

Die vom britischen Marktforschungsunternehmen *Ipsos MORI* seit 2014 durchgeführten *Perils-of-Perception*-Studien gehören zu den wenigen Arbeiten, anhand derer sich ablesen lässt, wie sich die

⁵ Beispiel: Roth et al. (2021a) haben im Zuge eines Umfrageexperimentes eine repräsentative Gruppe von US-Amerikaner/innen gefragt, auf welchen Wert sie das Verhältnis zwischen Staatsschuldenstand und Bruttoinlandsprodukt schätzen. Im Mittel haben die Teilnehmenden geschätzt, dass dieses Verhältnis bei 0.6 liegt. Das wahre Verhältnis lag zum Zeitpunkt der Umfrage (2017) jedoch bei einem Anteil von etwa 1.04. Das Ergebnis der Umfrage zeigt also, dass US-Bürger/innen die Schuldenquote ihres Landes deutlich unterschätzen.

⁶ Mit Hilfe von Sachfragen wird versucht herauszufinden, über welche Aspekte einer wirtschaftspolitischen Reform Wähler/innen nachdenken und inwieweit sie in der Lage sind, die Folgen einer Reform abzuwägen. Um dies zu herauszufinden, ist die Nutzung von Freitext-Fragen ein gängiges Mittel (siehe z.B. Stantcheva, 2020). Verglichen mit Faktenfragen ist die statistische Auswertung solcher Fragen sehr viel aufwendiger, da zunächst geeignete Verfahren gefunden werden müssen, mit denen sich Textdaten analysieren lassen (für Details, siehe Gentzkow et al. 2019).

⁷ Für weitere Details über dieses Projekt, siehe Stantcheva (2020) und <https://understandingeconomics.org/>.

Wählerschaften verschiedener Länder in ihrer Uninformiertheit unterscheiden.⁸ Datenmaterial zu wirtschaftspolitischer Uninformiertheit findet sich in den Ausgaben der Jahre 2015, 2016 und 2018. Teilgenommen haben an diesen Studien Personen aus 33, 40 bzw. 37 Ländern. Für 28 Länder findet sich in jedem der drei Ausgaben Datenmaterial, für 17 weitere Ländern in lediglich einer oder zwei Studien.⁹ Die Anzahl der teilnehmenden Personen pro Land und Studie schwankt zwischen 500 und 2000. Zu erwähnen ist dabei, dass die Teilnehmenden nicht immer ein repräsentatives Abbild der Gesamtbevölkerung darstellen. Insbesondere in Schwellenländern sind Teilnehmende überdurchschnittlich gebildet und vermögend. Da viele Studien darauf hinweisen, dass Bildung negativ mit Uninformiertheit korreliert (siehe z.B. Fetzer et al., 2020 und Kapitel 4.1 des vorliegenden Berichts), ist anzunehmen, dass das tatsächliche Ausmaß an Uninformiertheit in jenen Ländern höher ist, als von den *Perils-of-Perception*-Studien angezeigt. Die deutschen Teilnehmer/innen der *Perils-of-Perception*-Studien wurden repräsentativ hinsichtlich der deutschen Gesamtbevölkerung ausgewählt.

In den für die Erstellung der *Perils-of-Perception*-Studien durchgeführten Umfragen wird anhand verschiedener Fragen das Faktenwissen der Teilnehmenden bestimmt. Von wirtschaftspolitischer Relevanz sind insbesondere die folgenden acht Fragen:

- Wie viel Prozent des gesamten Haushaltsvermögens in Ihrem Land gehört dem reichsten 1 Prozent der Bevölkerung? (*U_TOP*)
- Von 100 Frauen im erwerbstätigen Alter in Ihrem Land, wie viel Prozent sind derzeit berufstätig? (*U_BTF*)
- Wie viel Prozent des gesamten Haushaltsvermögens in Ihrem Land gehört den ärmsten 70 Prozent der Bevölkerung? (*U_ARM*)
- Wie hoch sind die Ausgaben für Gesundheit in Ihrem Land, gemessen als Anteil am Bruttoinlandsprodukt? (*U_AUSGES*)
- Wie viel Prozent der insgesamt verbrauchten Energie in Ihrem Land stammt aus erneuerbaren Energien? (*U_ENE*)
- Von 100 Personen im erwerbstätigen Alter in Ihrem Land, wie viel Prozent sind derzeit arbeitssuchend? (*U_ABL*)
- In einem Ranking der 200 wirtschaftsstärksten Länder der Welt, auf welchem Platz steht Ihr Land? (*U_BIP*)¹⁰

⁸ Internationale Umfragen werden auch von anderen kommerziellen Anbietern durchgeführt (z.B. *Gallup, Kantar, YouGov, PEW Research Center*). Im Gegensatz zur Studie von *Ipsos MORI* enthalten deren Berichte meist Ergebnisse von Meinungsumfragen zu aktuellen Themen anstatt von Tests in denen tatsächliches Faktenwissen abgefragt wird. Für die Messung von Uninformiertheit eignen sich die Ergebnisse dieser Meinungsumfragen daher nicht.

⁹ Zu den 28 Ländern zählen: Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Chile, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Japan, Kanada, Kolumbien, Mexiko, Montenegro, Niederlande, Peru, Polen, Russland, Schweden, Serbien, Spanien, Südafrika, Südkorea, Turkey, Ungarn und die USA. Die 17 Länder mit weniger als 3 Teilnahmen sind: Dänemark, Hong Kong, Indonesien, Irland, Israel, Malaysia, Neuseeland, Norwegen, Philippinen, Rumänien, Saudi Arabien, Schweiz, Singapur, Taiwan, Thailand, Tschechien und Vietnam.

¹⁰ Um die Antworten auf diese Frage mit den anderen kompatibel zu machen, werden die Abweichungen im Folgenden in Prozentzahlen angegeben. Eine Abweichung um einen Platz entspricht dabei einem Unterschied von 0.5 Prozentpunkten.

- Von 100 Personen, die in Ihrem Land leben, wie viel Prozent sind in einem anderen Land geboren? (*U_MIG*)

In den Ergebnisberichten der *Perils-of-Perception*-Umfragen werden für jedes Land und jede Frage sowohl die durchschnittlich abgegebene Antwort als auch die korrekte Antwort aufgelistet. Das themenspezifische Ausmaß an Uninformiertheit ergibt sich dann aus der absoluten Differenz dieser beiden Antworten.

2.1.3. AGGREGATION

Zur Bildung eines Gesamtindikators für wirtschaftspolitische Uninformiertheit müssen die themenspezifischen Uninformiertheitsmaße mittels einer Aggregationsmethode kombiniert werden. In der Fachliteratur werden hierfür meist entweder additive oder multiplikative Verfahren angewandt (Teorell et al., 2019). Additive Methoden kommen insbesondere dann zum Einsatz, wenn die zu aggregierenden Größen „Symptome“ desselben Phänomens sind. Eine multiplikative Methode ist hingegen vor allem dann geeignet, wenn die dem Gesamtindikator zugrundeliegenden Größen als „notwendige Bedingungen“ angesehen werden können. Bei einer solchen Beziehung bedingt eine geringe Ausprägung bei einer Größe auch den Einfluss der anderen Größe, wie es durch die multiplikative Verknüpfung zum Ausdruck kommt.

Für die Erstellung eines Maßes für wirtschaftspolitische Uninformiertheit sind additive Methoden wesentlich geeigneter. Dies ergibt sich allein schon daraus, dass die acht im vorherigen Abschnitt vorgestellten themenspezifischen Uninformiertheitsmaße relativ stark miteinander korreliert sind. Darüber hinaus erscheint es aus konzeptioneller Sicht wenig plausibel, dass Menschen nur dann als wirtschaftspolitisch uninformatiert gelten können, wenn sie auf allen Themengebieten Lücken im Faktenwissen aufweisen. Bei Verwendung der multiplikativen Methode müsste diese Annahme getroffen werden.

Die Verwendung einer additiven Methode bedarf der Wahl eines Gewichtungsschemas, anhand dessen festgelegt wird, wie viel Einfluss jede der zugrundeliegenden Größen auf den Gesamtindex besitzt (Goertz, 2006). Zur Bestimmung dieses Gewichtungsschemas schlägt die Literatur zahlreiche Verfahren vor (Decancq und Lugo, 2013). Für die Zwecke dieser Studie erscheint es geeignet allen Größen dasselbe Gewicht zuzuweisen, da es aus konzeptioneller Sicht keinen Grund gibt, einer der acht Fragen eine besondere Bedeutung zukommen zu lassen. Der Gesamtindex zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit spiegelt dann für jedes Land das durchschnittliche Ausmaß an Uninformiertheit in den einzelnen Themenbereichen wider. Je größer das Gesamtmaß dabei ausfällt, desto wirtschaftspolitisch uninformatierter ist die entsprechende Wählerschaft eines Landes.

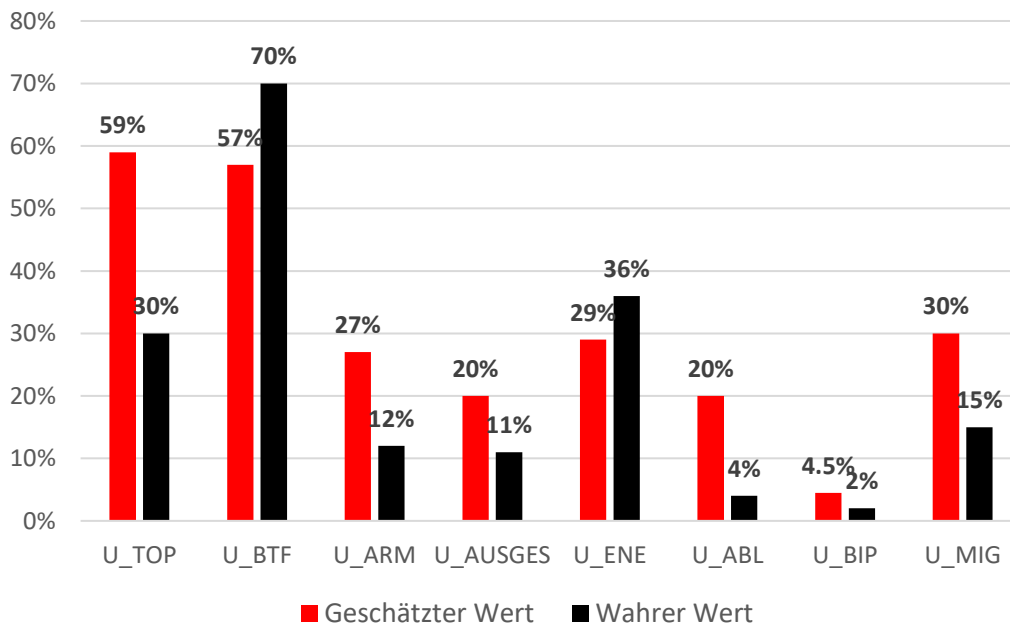
2.2. ANALYSE

2.2.1. DEUTSCHLAND

Um einen Überblick darüber zu bekommen, wie informiert die Deutschen hinsichtlich verschiedener wirtschaftspolitischer Themen sind, wird in Abbildung 1 für jede der in Abschnitt 2.1.2 aufgelisteten

Wissensfragen dargestellt, wie stark die durchschnittlich abgegebene Antwort von der korrekten Antwort abweicht. Die Abbildung zeigt, dass die Deutschen erhebliche Wissenslücken aufweisen. Beispielsweise wurde im Jahr 2018 im Durchschnitt geschätzt, dass die Arbeitslosenquote bei 20 Prozent liegt und der Anteil der im Ausland geborenen Personen 30 Prozent beträgt. Tatsächlich lag die Arbeitslosenquote aber bei ca. 4 Prozent. Der Anteil der Menschen, der in Deutschland lebt, aber außerhalb des Landes zur Welt kam, belief sich dagegen im Jahr 2018 auf 15 Prozent.

ABBILDUNG 1: WIRTSCHAFTSPOLITISCHE FAKTENKENNTNIS IN DEUTSCHLAND



Bemerkung: Diese Grafik vergleicht für verschiedene wirtschaftspolitische Themen die von den Befragten im Zuge der *Perils-of-Perception*-Studien durchschnittlich abgegebene Antwort (rote Säule) mit dem entsprechenden tatsächlichen Wert (schwarze Säule). Die acht Themen sind: Vermögensanteil des reichsten Prozents (U_TOP), Erwerbstätigenquote unter Frauen (U_BTF), Vermögensanteil der ärmsten 70 Prozent (U_ARM), Höhe der Gesundheitsausgaben im Verhältnis zum BIP (U_AUSGES), Anteil erneuerbarer Energien (U_ENE), Arbeitslosenquote (U_ABL), Wirtschaftsstärke (U_BIP) sowie der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund (U_MIG). Eine vollständige Auflistung der Fragetexte findet sich in Kapitel 2.1.2. des vorliegenden Berichts.

Bei Betrachtung der in Abbildung 1 dargestellten Ergebnisse fällt auf, dass die Deutschen die Performance ihres Landes zu schlecht einschätzen. Dies zeigt sich nicht nur an der erheblichen Überschätzung der Arbeitslosenquote, sondern auch etwa daran, dass der Anteil der berufstätigen Frauen und der Anteil der aus erneuerbaren Quellen stammenden Energie um 13 bzw. 7 Prozentpunkte unterschätzt werden. Darüber hinaus wird die deutsche Wirtschaftskraft nur als die Neuntgrößte eingeschätzt. In Wirklichkeit war die deutsche Volkswirtschaft im Jahr 2018 jedoch im internationalen Vergleich die Viertgrößte.¹¹ Abbildung 1 deckt sich folglich mit Caplan's (2007) These, dass Wähler/innen die Situation ihres Heimatlandes tendenziell zu pessimistisch sehen.

¹¹ Dass die Bevölkerung in Deutschland die Lage ihres Landes pessimistischer einschätzt als sie tatsächlich ist, zeigt sich nicht nur in den *Perils-of-Perception*-Studien. Eine vom Institut der Deutschen Wirtschaft im August/September 2020 durchgeführte Umfrage belegt beispielsweise, dass die Deutschen den Anteil der von Armut bedrohten Menschen erheblich überschätzen (Niehues et al., 2021). Bezüglich der Arbeitslosenquote und des

In Abbildung 1 lässt sich auch erkennen, dass es themenspezifische Unterschiede im Ausmaß der wirtschaftspolitischen Uninformiertheit gibt. Vergleichsweise klein sind die Wissenslücken bei den Fragen zur Wirtschaftskraft, der Höhe der Gesundheitsausgaben sowie dem Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien. Besonders ausgeprägt ist die Unkenntnis hinsichtlich der Frage, wie viel Prozent des Gesamtvermögens das reichste Prozent der Bevölkerung in Deutschland besitzt. Im Durchschnitt vermuten die Deutschen, dass dieser Anteil bei 59 Prozent liegt. Der geschätzte Wert ist somit insgesamt um 29 Prozentpunkte größer als der tatsächliche Wert. Die deutschen Wähler/innen überschätzen folglich das Ausmaß der Vermögensungleichheit in einem erheblichen Maße.

Für jede der acht in Abschnitt 2.1.2 aufgelisteten Themen zeigt Abbildung 1, wie uninformiert die Deutschen in einem bestimmten Jahr waren. Dabei ist die Frage wichtig, ob Uninformiertheit ein temporäres oder persistentes Problem darstellt. Dies zu beantworten ist aufgrund mangelhafter Datenverfügbarkeit schwierig, denn bisher sind im Rahmen der *Perils-of-Perception*-Studien nur wenige Fragen wiederholt gestellt worden. Zu diesen wenigen Fragen zählt jene nach der Arbeitslosenquote, da diese sowohl 2014 als auch 2018 gestellt wurde. Beim Vergleich der jeweiligen Ergebnisse zeigt sich, dass sich das Ausmaß an Uninformiertheit kaum verändert hat. Während die tatsächliche Arbeitslosenquote im Jahr 2014 um 14 Prozentpunkte überschätzt wurde, betrug die Differenz vier Jahre später 16 Prozentpunkte. Ebenfalls zweimal gestellt wurde die Frage, wie viel Prozent der Einwohner Deutschlands im Ausland geboren sind. Der wahre Wert wurde 2015 um 14 Prozentpunkte und 2018 um 15 Prozentpunkte überschätzt. Insgesamt zeigt sich also bei beiden Themen eine sehr geringe Volatilität über die Zeit. Wirtschaftspolitische Uninformiertheit scheint daher kein temporäreres, sondern ein anhaltendes Problem unter Wähler/innen zu sein.

2.2.2. INTERNATIONALER VERGLEICH

Die im vorangegangenen Abschnitt vorgestellten Ergebnisse zeigen, dass die deutschen Wähler/innen Wissenslücken bei wirtschaftspolitischen Themen aufweisen. Um nun der Frage nachzugehen, wie ausgeprägt diese Kenntnismängel sind, werden die deutschen Ergebnisse im folgenden Abschnitt international eingeordnet.

Tabelle 1 zeigt für die acht in Abschnitt 2.1.2. aufgelisteten wirtschaftspolitischen Fragen, welchen Rang Deutschland im internationalen Vergleich einnimmt. In der ersten Spalte besteht die Grundgesamtheit aus allen Ländern, die an der jeweiligen *Perils-of-Perception*-Studie teilnahmen. In den darauffolgenden Spalten reduziert sich die Grundgesamtheit auf die Mitgliedsländer der OECD, die europäischen Länder sowie die Mitgliedsstaaten der G7. Schwankungen in der Größe der Grundgesamtheit innerhalb einer Spalte erklären sich daraus, dass nicht jedes Land an jeder *Perils-of-Perception*-Studie teilgenommen hat. Bei der Interpretation zu beachten ist ebenfalls, dass sich die Liste der zum Vergleich herangezogenen Länder auch dann unterscheiden kann, wenn die Grundgesamtheit gleich groß ist.¹²

Anteils des aus erneuerbaren Quellen gewonnenen Stroms liefert die Studie von Niehues et al. (2021) nahezu dieselben Ergebnisse wie die *Perils-of-Perception*-Studien.

¹² Beispielsweise sind nur 18 OECD-Staaten sowohl im Ranking von U_BIP als auch im Ranking von U_TOP enthalten.

TABELLE 1: DIE INFORMIERTHEIT DER DEUTSCHEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH (RANGZAHLEN)

	ALLE	OECD	EUROPA	G7
U_BIP	6 von 37	4 von 22	3 von 13	2 von 7
U_ABL	8 von 37	7 von 22	6 von 13	2 von 7
U_ENE	10 von 37	6 von 22	3 von 13	1 von 7
U_MIG	19 von 37	13 von 22	7 von 13	4 von 7
U_AUSGES	7 von 40	6 von 23	5 von 13	1 von 7
U_ARM	14 von 29	13 von 21	10 von 13	6 von 7
U_BTF	29 von 32	20 von 22	12 von 12	7 von 7
U_TOP	22 von 28	15 von 22	8 von 12	4 von 7
GESAMTINDEX	8 von 22	8 von 17	6 von 10	4 von 7

Bemerkung: Die Tabelle zeigt für jedes Thema und den in Abschnitt 2.1. entwickelten Gesamtindikator zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit, welchen Platz die deutschen Wähler/Innen im internationalen Vergleich einnehmen. In Spalte 1 werden alle an der jeweiligen *Perils-of-Perception*-Studie teilnehmenden Länder in den Vergleich einbezogen; in der Spalte 2, 3, und 4 nur OECD-Staaten, europäische Länder bzw. G7-Staaten. Die acht Themen sind: Vermögensanteil des reichsten Prozents (U_TOP), Erwerbstätigenquote unter Frauen (U_BTF), Vermögensanteil der ärmsten 70 Prozent (U_ARM), Höhe der Gesundheitsausgaben im Verhältnis zum BIP (U_AUSGES), Anteil erneuerbarer Energien (U_ENE), Arbeitslosenquote (U_ABL), Wirtschaftsstärke (U_BIP) sowie der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund (U_MIG). Eine vollständige Auflistung der Fragetexte findet sich in Abschnitt 2.1.2. Lesebeispiel: Ordnet man bei der Einschätzung der Wirtschaftsstärke des eigenen Landes (U_BIP) die Bevölkerungen vom besten bis zum schlechtesten Informationsstand, so befindet sich die deutsche Bevölkerung auf Rang 6 von 37, also auf einer relativ guten Position.

Insgesamt macht Tabelle 1 deutlich, dass die deutsche Bevölkerung im internationalen Vergleich je nach Themenfeld sehr unterschiedlich abschneidet. Überdurchschnittlich gut beantworten die Deutschen die Fragen zu den Themen Arbeitslosigkeit (U_ABL), Gesundheitsausgaben (U_AUSGES), wirtschaftliche Stärke (U_BIP) und erneuerbare Energien (U_ENE). Weit unterdurchschnittlich informiert sind die deutschen Wähler/Innen vor allem hinsichtlich des Anteils der erwerbstätigen Frauen. Beispielsweise befindet sich unter den europäischen Ländern, die an der entsprechenden *Perils-of-Perception*-Studie teilgenommen haben, keines, dessen Bevölkerung sich bezüglich dieses Anteils stärker verschätzt hat. Bemerkenswert ist dabei auch, dass der Abstand zu den nächstbesser platzierten Ländern erheblich ist. Während die Menschen in Spanien und den Niederlanden den tatsächlichen Wert um 9 Prozentpunkte unterschätzen, beträgt die Differenz bei den Deutschen 13 Prozentpunkte.

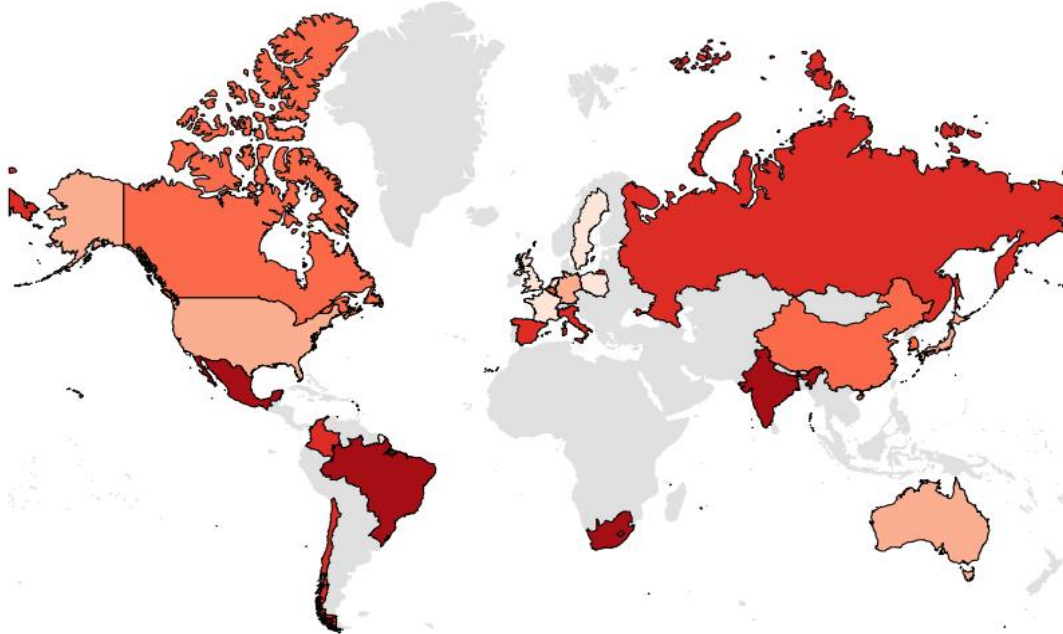
Um zu zeigen, wie die Deutschen insgesamt im internationalen Vergleich abschneiden, wird das in Abschnitt 2.1. entwickelte Gesamtmaß zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit herangezogen. Aus Gründen der Vergleichbarkeit muss sich diese Gegenüberstellung allerdings auf jene 22 Länder fokussieren, die an jeweils allen Umfragen teilnahmen.¹³ Es zeigt sich, dass die deutsche Wählerschaft unter diesen Ländern den achten Rang einnimmt. Im internationalen Vergleich gehören die Deutschen also nicht zur absoluten Spitzengruppe, können aber als überdurchschnittlich gut informiert gelten. Wird der Vergleich auf Mitgliedsländer der OECD bzw. europäische Länder beschränkt, dann findet sich Deutschland im Mittelfeld. Unter den G7-Staaten nimmt Deutschland den vierten Platz ein.

Basierend auf ihren Positionen im Gesamtranking, werden die 22 Länder in der in Abbildung 2 dargestellten Weltkarte in fünf Gruppen eingeteilt. Es gilt: Je dunkler der Farbton, desto weniger ist die Bevölkerung des entsprechenden Landes über wirtschaftspolitisch relevante Fakten informiert. Die

¹³ Zu den 22 Länder zählen: Australien, Belgien, Brasilien, Chile, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Japan, Kanada, Kolumbien, Mexiko, Niederlande, Polen, Russland, Südafrika, Südkorea, Spanien, Schweden, und USA.

Abbildung zeigt, dass die Spitzengruppe der Länder mit den am besten informierten Ländern aus dem Vereinigten Königreich, den Niederlanden sowie Schweden, Polen und Frankreich besteht. Auf einem ähnlichen Niveau wie Deutschland sind die USA, Australien, und Japan. Besonders hoch ist das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit dagegen in Schwellenländern wie Indien, Brasilien, Russland, Mexiko und Südafrika. Innerhalb Europas zeigt sich, dass die Wähler/innen in Spanien und Italien weniger gut informiert sind als jene in Nord- und Zentraleuropa.

ABBILDUNG 2: WELTKARTE DER WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN UNINFORMIERTHEIT



Bemerkung: Diese Abbildung zeigt basierend auf dem in Abschnitt 2.1 entwickelten Index, wie informiert die Wähler/innen in verschiedenen Ländern der Welt sind. Die Intensität des Rottens illustriert das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit. Je dunkler der Farbton, desto uninformierter sind die Wähler/innen des entsprechenden Landes über die im Gesamtindex zusammengefassten wirtschaftspolitischen Fragen.

3. IST UNINFORMIERTHEIT EIN GRUND FÜR REFORMSTAUS?

Die im vorangegangenen Kapitel präsentierten Ergebnisse verdeutlichen, dass die deutschen Wähler/innen bei wirtschaftspolitischen Sachverhalten Wissenslücken in einem nicht geringem Maße aufweisen. Im internationalen Vergleich nehmen die Deutschen bei ihrer Kenntnis wirtschaftspolitischer relevanter Fakten dabei einen Platz im oberen Mittelfeld ein. Ausgehend von diesen Beobachtungen gilt es nun der Frage nachzugehen, ob sich der vielfach beobachtete Reformstau in Deutschland, zumindest in Teilen, auf die wirtschaftspolitische Uninformiertheit der deutschen Wählerschaft zurückführen lässt.

Dass wirtschaftspolitische Uninformiertheit zum Ausbleiben von sozial wünschenswerten bzw. von Fachleuten empfohlenen und als wichtig erachteten Reformen führt, ist möglich, aber nicht

zwangsläufig. Der sogenannte „*Wisdom of Crowds*“ Ansatz geht davon aus, dass eine Vielzahl von Individuen (z.B. die Gesamtheit der Wählerschaft) im Durchschnitt akkurate Entscheidungen trifft, selbst wenn viele einzelne nur unzureichend informiert sind. Oft sind diese kollektiven Entscheidungen sogar besser als jene von Fachleuten (Page, 2007; Sjöberg, 2009). Dies erklärt sich u.a. durch die Vielzahl an Individualmeinungen, deren Zusammentreffen zu guten Gruppenentscheidungen führen können (Surowiecki, 2004). Demgegenüber hält Caplan (2007) es für unwahrscheinlich, dass sich die unterschiedlichen Wahrnehmungsverzerrungen im Durchschnitt gegenseitig aufheben und letzten Endes zu sozial wünschenswerten Wahlergebnissen führen. Sein zentrales Argument ist, dass diese Verzerrungen systematischer Natur sind und sich nicht um den „wahren“ Wert streuen. Aufgrund dieser theoretisch offenen Debatte ist es letztlich eine empirische Frage, ob Uninformiertheit mit Reformstau einhergeht oder nicht.

Im Folgenden werden nun unterschiedliche Ergebnisse präsentiert, die die wirtschaftspolitischen Konsequenzen von wirtschaftspolitischer Uninformiertheit verdeutlichen. Dafür wird zunächst auf Makroebene der im vorherigen Abschnitt entwickelte Gesamtindex für wirtschaftspolitische Uninformiertheit mit einer Reihe von Kennzahlen verglichen, die die Qualität der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen eines Landes abbilden. Falls uninformierte Bürger/innen tatsächlich schlechtere Politiken wählen, sollte man in jenen Ländern, in den das Ausmaß an Uninformiertheit groß ist, die schlechteren Rahmenbedingungen vorfinden. Anschließend wird die bestehende, auf Umfrageexperimenten basierende Mikroevidenz überblicksartig zusammengefasst. Der Schwerpunkt liegt dabei auf jenen Studien, die aufzeigen, inwiefern sich die Einstellung zu wirtschaftspolitischen Reformen verändert, wenn Bürger/innen gut und akkurat informiert sind.

3.1. MAKROEVIDENZ

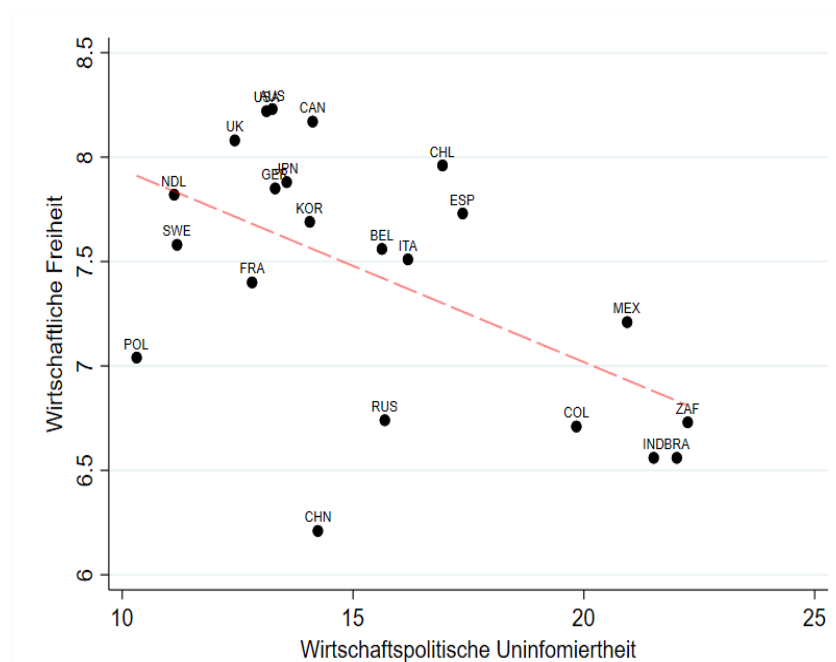
Zuerst wird nun auf aggregierter Ebene die Korrelation zwischen einer uninformierten Wählerschaft und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eines Landes dargestellt. Dazu werden zunächst der auf den *Perils-of-Perception*-Studien basierende Indikator zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit (siehe Kapitel 2) und der vom kanadischen Fraser Institut für das Jahr 2018 veröffentlichte Indikator zur wirtschaftlichen Freiheit herangezogen. Letzterer setzt sich aus fünf Subindizes zusammen. Diese Subindikatoren geben Aufschluss über die fiskalpolitische Rolle des Staates, die Effizienz der staatlichen Regulierungen, den Öffnungsgrad der Märkte, die Stabilitätsorientierung der Geldpolitik sowie die Qualität des Rechtssystems. Der Indikator zur wirtschaftlichen Freiheit bildet somit die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in einem Land in verschiedenen Dimensionen ab. Hohe Werte stehen dabei für größere wirtschaftspolitische Freiheit.¹⁴

Abbildung 3 illustriert, inwiefern der Indikator zur wirtschaftlichen Freiheit mit dem Indikator zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit korreliert. Es zeigt sich ein stark negativer Zusammenhang. Länder mit relativ großer wirtschaftlicher Freiheit (z.B. USA, Niederlande, Vereinigtes Königreich) haben im Durchschnitt besser informierte Bürger/innen als Ländern, in denen die wirtschaftliche

¹⁴ In der Fachliteratur ist der Indikator zur wirtschaftlichen Freiheit des Fraser Instituts sowohl aus konzeptioneller als auch aus methodischer Sicht nicht unumstritten (siehe z.B. de Haan und Sturm, 2000). Im Rahmen unserer Analyse haben wir deshalb auch andere Maße betrachtet, die über die Qualität der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen eines Landes Auskunft geben. Da die Wahl des Maßes nur geringfügigen Einfluss auf unsere Resultate hat, beschränkt sich die weitere Darstellung auf den Indikator des Fraser Institutes.

Freiheit vergleichsweise gering ist (z.B. Indien, Brasilien, Kolumbien). Eine genaue Betrachtung von Abbildung 3 zeigt jedoch auch, dass ein hohes Maß an wirtschaftspolitischer Informiertheit nicht immer mit großer wirtschaftlicher Freiheit einhergeht. Das Beispiel Polens macht dies deutlich. Ebenso wenig lässt sich allgemein sagen, dass ein hohes Maß an wirtschaftspolitischer Informiertheit eine notwendige Bedingung für wirtschaftliche Freiheit darstellt. Chile beispielsweise gehörte trotz des unterdurchschnittlichen Informationsstandes seiner Bevölkerung im Jahr 2018 zu den wirtschaftlich freisten Ländern innerhalb der im Rahmen dieser Studie betrachteten Gruppe an Staaten. Ob Chile diese Position auch zukünftig innehaben wird, bleibt abzuwarten, da sich das Land im Prozess einer umfassenden Verfassungsänderung befindet (Walter, 2021).

ABBILDUNG 3: WIRTSCHAFTLICHE FREIHEIT UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHE UNINFORMIERTHEIT

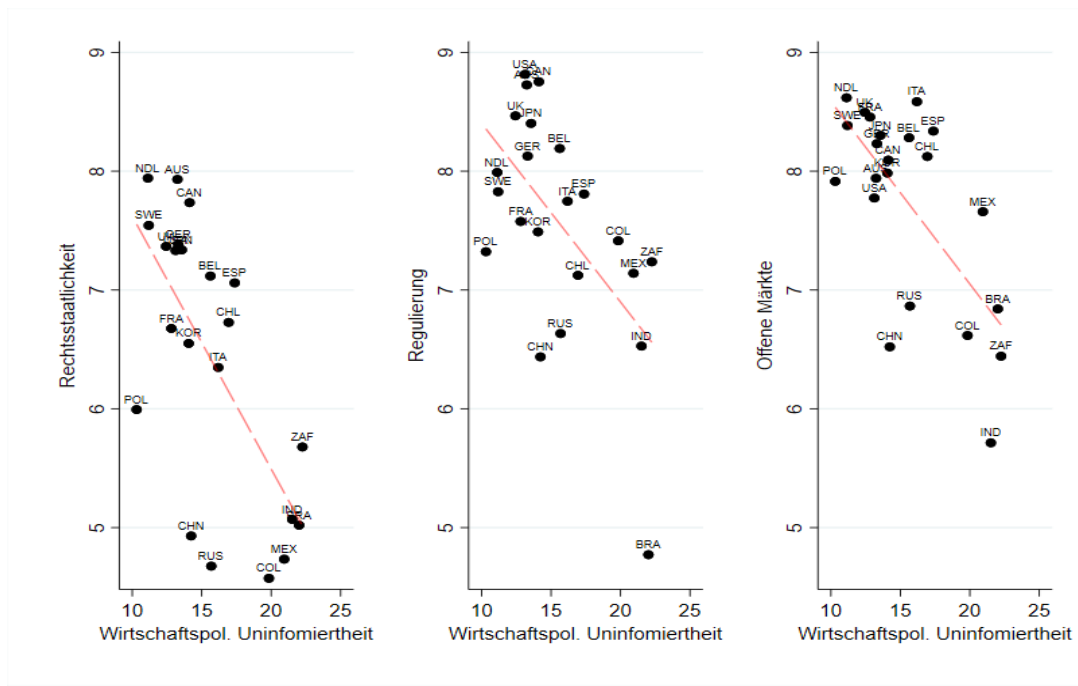


Bemerkung: Diese Abbildung zeigt, wie der in Abschnitt 2.1. erstellte Gesamtindikator zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit mit dem vom Fraser Institute bereitgestellten Indikator für wirtschaftliche Freiheit (Stand: 2018) korreliert.

Abbildung 4 stellt für drei der fünf Subindikatoren des Indikators für wirtschaftliche Freiheit dar, wie diese mit dem Maß für wirtschaftspolitische Uninformiertheit korrelieren. Diese drei Subindikatoren informieren über die Einhaltung rechtsstaatlicher Prinzipien, die Offenheit der Märkte sowie das Ausmaß staatlicher Regulierung. Auf eine Korrelationsanalyse bezüglich der Preisstabilität wird in dieser Studie verzichtet, da diese in die Zuständigkeit der in den meisten Ländern unabhängigen Zentralbank fällt und somit weitestgehend losgelöst von den politischen Präferenzen der Wähler/innen ist. Verzichtet wird auch auf eine intensivere Betrachtung des Subindikators zur Fiskalpolitik. Grund hierfür ist die erhebliche konzeptionelle und methodische Kritik, die in der Fachliteratur an diesem Subindikator geübt wurde (siehe z.B. de Haan und Sturm, 2000). Für die drei in Abbildung 3 betrachteten Subindikatoren zeigt sich jeweils eine stark negative Korrelation mit dem Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit. Bemerkenswert an diesen Korrelationen ist, dass sie für alle drei Subindikatoren relativ ähnlich sind. Diese Robustheit deutet an, dass sich wirtschaftspolitische

Uninformiertheit auf das wirtschaftspolitische Handeln in Gänze auswirkt und nicht nur auf einige wenige Aspekte.

ABBILDUNG 4: ASPEKTE DER WIRTSCHAFTLICHEN FREIHEIT UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHE UNINFORMIERTHEIT



Bemerkung: Diese Abbildung zeigt wie der in Abschnitt 2.1. erstellte Gesamtindikator zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit mit drei der Subindikatoren (Qualität des Rechtsstaates, Effizienz der staatlichen Regulierungen, Offenheit der Märkte) des vom Fraser Institut bereitgestellten Indikators für wirtschaftliche Freiheit (Stand: 2018) korreliert.

Aus Korrelationen wie jenen in Abbildung 3 und 4 sollte jedoch niemals vorschnell auf eine direkte kausale Beziehung geschlossen werden. Beispielsweise ist es denkbar, dass die Kausalität nicht vom Informationsgrad in Richtung ökonomischer Freiheit wirkt, sondern in die umgekehrte Richtung. Mit hoher ökonomischer Freiheit werden die Menschen ermuntert, sich in ihrem Handeln vom Konsum über die Geldanlage bis zum Arbeitsmarkt eine hohe ökonomische Kompetenz zu erwerben. Umgekehrt bestehen in einem stark regulierten Land, in dem der Staat den Menschen eigene wirtschaftliche Entscheidungen weitgehend abnimmt, wenige Anreize zum wirtschaftspolitischen Kompetenzerwerb. Eine weitere mögliche Erklärung für eine solche Korrelation könnte darin bestehen, dass wichtige andere Ländercharakteristika – zum Beispiel geschichtliche Faktoren oder die Qualität der Demokratie – sowohl einen positiven bzw. negativen Einfluss auf die Informationsprozesse und die ökonomische Freiheit haben. Auch wenn diese Möglichkeiten nicht ausgeschlossen werden können, ist die aufgezeigte Robustheit bemerkenswert und ein erster Beleg dafür, dass es einen wie auch immer gearteten Zusammenhang zwischen Informiertheit und der Qualität der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gibt. Im folgenden Abschnitt werden anhand der zu diesem Thema existierenden Mikrostudien die tatsächlichen Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge näher beleuchtet.

3.2. MIKROEVIDENZ

Sowohl in der Volkswirtschaftslehre als auch in der Politikwissenschaft beschäftigt sich eine immer größer werdende Zahl an Studien mit der Frage, wie sich (Un-)Informiertheit auf die politische Unterstützung von wirtschaftspolitischen Reformvorhaben auswirkt. Um dies zu beantworten, verwenden die meisten Wissenschaftler/innen (umfragebasierte) Experimente. Bei derartigen Experimenten wird meist zunächst der Kenntnisstand der Teilnehmer/innen hinsichtlich einer bestimmten Frage ermittelt. Im darauffolgenden Schritt werden die Teilnehmer/innen zufällig in Gruppen aufgeteilt. Die Personen in der einen Gruppe (*Treatment-Gruppe*) bekommen dann die faktisch richtige Antwort. Diejenigen, die der zweiten Gruppe (*Kontroll-Gruppe*) zugeordnet sind, erhalten diese Information dagegen nicht. Zum Abschluss werden die politischen Präferenzen der Teilnehmer/innen erneut abgefragt. Ein Vergleich der „korrigierten“ Präferenzen der Treatment-Gruppe mit den „nicht korrigierten“ Präferenzen der Kontroll-Gruppe zeigt dann, welchen Einfluss Informiertheit auf die wirtschaftspolitischen Präferenzen von Wähler/innen hat. Außerdem kann bestimmt werden, inwieweit sich die Teilnehmer/innen durch die Bereitstellung der korrekten Antwort neue wirtschaftspolitische Informationen aneignen (*Lernrate*). Um möglichst allgemeine Schlussfolgerungen ziehen zu können, wählen die meisten Wissenschaftler/innen ihre Umfrageteilnehmer/innen repräsentativ aus (für weitere methodische Details, siehe Haaland et al, 2021).

Um einen ersten Eindruck über die Wirksamkeit von *Informationstreatments* zu geben, werden in Tabelle 2 die zentralen Ergebnisse von Studien zusammengefasst, deren Methodik es erlaubt, die Lernrate zu quantifizieren. Im Allgemeinen gilt: Je größer die Lernrate, desto wirksamer war die Informationsbereitstellung. Die meisten der in Tabelle 2 genannten Studien beschäftigen sich mit makroökonomischen Zusammenhängen wie Inflationserwartungen, Häuserpreisen, Lohnzuwächsen durch erfolgreichen Hochschulabschluss, Rezessions- und Wachstumserwartungen oder individuellen Einkommenserwartungen. Die Lernraten, die im Rahmen dieser Studien ermittelt wurden, deuten darauf hin, dass sich Wissensdefizite durch die Bereitstellung akkurater und neutraler Fakten reduzieren lassen (siehe Spalte 4). Es zeigt sich allerdings auch, dass die Lernraten in den einzelnen Studien stark variieren. Erwähnenswert ist darüber hinaus, dass einige Studien untersuchen, wie nachhaltig diese Lerneffekte sind. Um dies zu beantworten, wurden Folgestudien durchgeführt. Dies sind Studien, bei denen die Teilnehmer/innen der ursprünglichen Studie nach einigen Wochen oder Monaten erneut befragt werden. Die Ergebnisse solcher Folgestudien zeigen, dass Informationstreatments eine langfristige Wirkung haben können. Die Wirkung ist jedoch meist schwächer als unmittelbar nach der Informationsbereitstellung (siehe Spalte 6). Dies zeigt, dass relevante Informationen nach einiger Zeit teilweise wieder vergessen werden. Roth et al. (2021a) stellen beispielsweise in ihrer Studie fest, dass sich in den USA die Diskrepanz zwischen der tatsächlichen und der in der Bevölkerung vermuteten öffentlichen Staatsschuldenquote direkt nach dem Informationstreatment (d.h. der Bekanntgabe des wahren Wertes) um 62 Prozent verringerte. Vier Wochen später betrug die Lernrate dann nur noch 21 Prozent.

TABELLE 2: GESCHÄTZTE LERNEFFEKTE IN QUANTITATIVEN INFORMATIONSEXPERIMENTEN

Quelle	Kontext	Informationstyp	Unmittelbare Lernrate	Zeit-raum	Follow-up Lernrate
Armantier et al. (2016), Tabelle 2	Inflations- erwartung	Durchschnittliche professionelle Vorhersage (FPS)	0.39	Kein Follow-up	NA
Armona et al. (2019), Tabelle 9	Hauspreis- erwartung	Vergangene Häuserpreiswachstum sraten für 1-Jahr / 5- Jahr	0.18 (Ertrag) 0 (5-Jahre)	2 Monate	0.13
Bleemer und Zafar (2018), Tabelle 7	Wahrgenommene Erträge und Kosten der Universitätsbildung der eigenen Kinder	Durchschnittliche Erträge und Kosten in Gesamtbevölkerung	0.18 (Ertrag) 0.35 (Kosten)	2 Monate	NA
Bottan und Perez-Truglia (2020), Grafik 2	Wahrgenommener Einkommensrang und Lebenshaltungs- kosten auf Stadtebene	Angepasste potentielle eigene Einkommens- Statistiken von ACS oder CPS	Einkommensrang: 0.87 Lebens- haltungskosten: 0.88	5 Wochen	Einkommensrang: 0.63 Lebens- haltungskosten: 0.75
Cavallo et al. (2017), Tabelle 1	Inflations- erwartung	Statistiken über Inflationsrate und Preisveränderungen einzelner Produkte	Statistik: 0.84/ 0.43 (US/Arg.) Preise: 0.69/ 0.46 (US/Arg.)	2 Monate/ 4 Monate (US/Arg.)	Statistik: 0.36 /NA (US/Arg.) Preise: 0.34/ 0.21 (US/Arg.)
Coibion und Gorodnichenko (2015), Tabelle 6 und 7	Firmen- erwartungen für Arbeitslosigkeit, BIP und Inflation	Vorhersage für Inflation, Zentralbankziel, Arbeitslosigkeit und BIP (12 Monate)	Inflation: 0.66 Arbeitslosigkeit: 0.35 BIP: 0.44	6 Monate	0
Fuster et al. (2020), Grafik 3 und A.2	Hauspreis- erwartung	Expertenvorhersage für Hauspreise (1 Jahr bzw. 10 Jahre)	0.38 (basierend auf der präferierten Auswahl)	4 Monate	0.17
Roth et al. (2021a), Tabelle A.18	Wahrnehmung der Schulden/BIP Quote	Informationen zu offizieller Schulden/BIP Quote	0.62	4 Wochen	0.21
Roth et al. (2021b), Tabelle 2	Wahrgenommenes Risiko für Arbeitslosigkeit	Veränderung der Arbeits- losigkeit in eigener demographischer Gruppe	0.49	Kein Follow-up	NA
Roth und Wohlfart (2020), Tabelle 1	Erwartung von Rezession	Individuelle professionelle Vorhersage (SPF)	0.32	2 Wochen	0.13
Wiswall und Zafar (2014), Tabelle 4	Einkommens- erwartung nach Universitäts- abschluss	Durchschnittliches Einkommen in Gesamtbevölkerung nach Studienrichtung	0.08	2 Jahre	NA
Wiswall und Zafar (2015), Tabelle 7	Einkommens- erwartung nach Universitäts- abschluss	Durchschnittliches Einkommen in Gesamtbevölkerung nach Studienrichtung	0.34	Kein Follow-up	NA

Bemerkung: Die vorliegende Tabelle präsentiert einen Überblick über geschätzte Lernraten in ausgewählten wissenschaftlichen Veröffentlichungen, die analysieren, wie Individuen ihre Einstellungen durch die Bereitstellung quantitativer Informationen anpassen. Die Tabelle zeigt sowohl die unmittelbaren in der Hautstudie ermittelten Lernraten als auch die mittelfristigen Lernraten, die in „Follow-up“ Studien gemessen wurden. Quelle: Die Tabelle ist eine adaptierte Version von Tabelle 1 aus Haaland et al. (2021). Übersetzung durch die Autoren. Die verwendete Abkürzung NA steht für die Bezeichnung „Nicht vorhanden“.

Inwiefern sind Informationen nun aber ursächlich für die Bildung wirtschaftspolitischer Meinungen und damit für die Meinungsbildung in der wirtschaftspolitischen Debatte? Das sind sie insofern, als dass uninformierte Bürger/innen durch Bereitstellung akkurater Informationen ihre wirtschaftspolitischen Einstellungen und die wahrgenommenen Vor- und Nachteile von Reformvorschlägen überdenken und abändern können.¹⁵ Die Studie von Roth et al. (2021a) illustriert diesen Prozess eindrucksvoll. US-Bürger/innen, die den öffentlichen Schuldenstand unterschätzen, unterstützen höhere Staatsausgaben, da sie den verfügbaren Finanzierungsspielraum des Staats überschätzen. Durch die Information zum tatsächlichen öffentlichen Schuldenstand überdenken diese Bürger/innen ihre Ausgabenpräferenzen, um eine nachhaltige Finanzpolitik nicht zu gefährden.

Neben der Studie von Roth et al. (2021a) finden sich in der wissenschaftlichen Literatur zahlreiche weitere Studien, die aufzeigen, dass sich durch die Bereitstellung objektiver wirtschaftspolitischer Informationen politische Meinungen verändern können. Diese Studien beschäftigen sich mit einer großen Bandbreite an wirtschaftspolitischen Themen. Exemplarisch wird im Folgenden anhand von drei Themenfeldern skizziert, wie sich eine Verbesserung der wirtschaftspolitischen Informiertheit auf die entsprechenden politischen Präferenzen der Wähler/innen auswirkt. Bei diesen drei Themenfeldern handelt es sich um: (1) Umverteilung, (2) Bildung und (3) Steuern.¹⁶

Umverteilung

Eine Vielzahl theoretischer Modelle impliziert, dass die persönliche Einkommenssituation einen Einfluss auf die Umverteilungspräferenzen (d.h. der Präferenz, die interpersonellen Einkommensunterschiede am Arbeitsmarkt durch das Steuer- und Transfersystem ausgleichen zu wollen) von Wähler/innen hat. Die meisten Theorien sagen dabei voraus, dass eine schlechtere Position in der Vermögensverteilung zu einem stärkeren Wunsch nach Umverteilung führt (siehe z.B. Meltzer und Richard, 1981). Aufgrund der zentralen Rolle, die das Thema „Umverteilung“ in öffentlichen und wissenschaftlichen Debatten spielt, und ausgehend von der Beobachtung, dass sich Menschen typischerweise eher ärmer einschätzen, als sie tatsächlich im Vergleich zu ihren Mitmenschen sind (siehe u.a. Bublitz, 2020), haben sich zahlreiche Studien mit der Frage beschäftigt, wie sich diese Fehleinschätzung der eigenen Einkommens- bzw. Vermögenslage auf die Präferenz für staatliche Umverteilung auswirkt (siehe u.a. Cruces et al., 2013; Kuziemko et al., 2015; Karadja et al., 2017; Bublitz, 2020; Hvidberg et al., 2021). Cruces et al. (2013) finden, dass diejenigen, die sich als zu wohlhabend einschätzen, mehr Umverteilung befürworten, wenn sie erfahren, dass sie schlechter dastehen als ursprünglich angenommen. Passend dazu beobachten Karadja et al. (2017), dass diejenigen, die ihre Position in der Einkommensverteilung zu schlecht einschätzen, eine geringere Präferenz für Umverteilung haben, wenn sie über ihre wahre finanzielle Lage aufgeklärt werden.

¹⁵ Haaland et al. (2021) führen an, dass ökonomische Informationsexperimente vor allem in den Bereichen Finanzwissenschaften, politische Ökonomie, Makroökonomie, Finanzwirtschaft privater Haushalte sowie Arbeitsmarkt-, Bildungs- und Gesundheitsökonomie Anwendung finden. Die im weiteren Verlauf dieses Kapitels dargestellten Beiträge und Erkenntnisse beziehen sich auf die politische Ökonomie. In dieser beschäftigen sich Informationsexperimente mit der Frage, wie Informiertheit politische Präferenzen beeinflusst.

¹⁶ Andere Studien beschäftigen sich etwa mit der Unterstützung von Lockdown-Maßnahmen in der Coronapandemie (Settele und Shupe, 2020), Antidiskriminierungsgesetzen (Haaland und Roth, 2021), persönlichen Einstellungen gegenüber Migranten und Unterstützung von restriktiver Migrationspolitik (u.a. Alesina et al., 2018; Grigorieff et al., 2020; Haaland und Roth, 2020, Bareinz und Übelmesser, 2020), Euro-Reformen (Dolls und Wehrhöfer, 2020) sowie Präferenzen für Gebietsreformen (Blesse und Heinemann, 2020).

Bublitz (2020) zeigt in einem Sechsländerexperiment, dass die Wähler/innen in Deutschland ihre jeweilige Position in der Einkommensverteilung vergleichsweise stark unterschätzen. Außerdem ist Deutschland (neben Brasilien)¹⁷ in der Studie von Bublitz (2020) das einzige Land, in dem die Information über die tatsächliche Position in der Einkommensverteilung die Unterstützung für staatliche Umverteilung reduziert.

Bildung

Für ein relativ rohstoffarmes Land wie Deutschland ist ein gut funktionierendes Bildungssystem essenziell, um auch mittel- und langfristig zu den führenden Wirtschaftsnationen gehören zu können. Es überrascht daher kaum, dass die Frage, inwiefern sich Uninformiertheit auf bildungspolitische Präferenzen auswirkt, insbesondere in Deutschland intensiv untersucht wurde. Lergetporer et al. (2018) zeigen auf, dass sowohl in Deutschland als auch in den USA Bürger/innen die Höhe der staatlichen Bildungsausgaben und die Vergütung von Lehrer/innen unterschätzen und dass Personen, die über die tatsächliche Höhe der Ausgaben bzw. Gehälter informiert werden, sich in geringerem Maße für deren Erhöhung aussprechen. Lergetporer et al. (2020) finden zudem, dass Informationen über die Leistungsunterschiede zwischen Kindern aus „guten“ und „schlechten“ Elternhäusern zu mehr Unterstützung für eine verpflichtende Vorschulteilnahme führt. Dieser Effekt verstärkt sich, wenn Bürger/innen über die Effektivität einer solchen Maßnahme informiert werden. Lergetporer und Woessmann (2020) untersuchen, wie sich Kenntnisse über Bildungsprämien im Hochschulbereich auf das Meinungsbild zu Studiengebühren auswirken. Es zeigt sich, dass eine Mehrheit der deutschen Wähler/innen gegen die Erhebung solcher Gebühren ist, wenn sie keine Information bezüglich der besseren Verdienstmöglichkeiten von Hochschulabsolventen gegenüber Auszubildenden erhalten haben. Nach Erhalt dieser Information spricht sich eine Mehrheit der befragten Personen für die Einführung von Studiengebühren aus.

Steuern

Steuerpolitische Kontroversen sind regelmäßig ein wichtiger Bestandteil von Wahlkampf-Debatten. Die Frage, wie sich Uninformiertheit auf die steuerpolitischen Präferenzen der Wähler/innen auswirkt, ist daher gerade im Superwahljahr 2021 in Deutschland interessant. Dass ein solcher Einfluss existiert, zeigen verschiedenen Studien. Bastani und Waldenström (2021) belegen zum Beispiel für Schweden, dass Informationen über Umfang und Verteilung des zu vererbenden Vermögens die gesellschaftliche Unterstützung für eine erhöhte Erbschaftssteuer steigert. Blesse et al. (2021) stellen fest, dass Wähler/innen in Deutschland Schwierigkeiten bei der Erstellung ihrer Einkommensteuererklärung haben und sich mehrheitlich für eine Vereinfachung des Einkommenssteuerrechts aussprechen. Wenn sie jedoch über die Gründe für Ausnahme- und Freibetragsregeln aufgeklärt werden, verringert sich der persönliche Wunsch nach einem einfacheren Steuersystem. Informationen über die positiven Implikationen einer Steuervereinfachung erhöhen dagegen die Unterstützung für Steuervereinfachungen nicht. Interessant ist auch, dass schon alleine die selbstständige Beschäftigung mit dem Thema „Freibeträge und Ausnahmetatbestände“ dazu führt, dass mögliche

¹⁷ Außer in Deutschland und Russland führte Bublitz (2020) ihr Umfrageexperiment noch in Brasilien, Spanien, Frankreich und den USA durch.

Steuervereinfachungen weniger Unterstützung durch die Teilnehmer/innen erhalten. Stantcheva (2020) untersucht, wie informiert US-Wähler/innen hinsichtlich der Einkommen- und Grundsteuer ihres Landes sind und ob Informationsvideos über unterschiedliche Aspekte und Implikationen der Steuerpolitik Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Steuern und deren Reformen haben können. In der Studie werden dabei zufällig ausgewählten Studienteilnehmer/innen Videos gezeigt, die entweder Effizienz Aspekte, Verteilungsaspekte oder aber sowohl Effizienz- als auch Verteilungsaspekte (ähnlich der abwägenden Argumentation von Fachleuten) gleichzeitig betonen. Das Effizienz-Treatment und das kombinierte Effizienz-Verteilungs-Treatment verändern die Einschätzung hinsichtlich der wirtschaftlichen Folgen der Einkommensteuer. Beispielsweise stärken diese beiden Treatments die Sichtweise, dass Steuern Ausweichreaktionen der Steuerzahler/innen verursachen und Steuern auf hohe Einkommen wirtschaftlich schädlich sein können. Informationen über Verteilungsaspekte alleine stärken dagegen die Ansicht, dass Einkommensungleichheit ein wichtiges Problem ist. Die Information über Verteilungsaspekte und das kombinierte Treatment erhöhen auch die Zustimmung für eine progressivere Einkommensteuer und die Ansicht, dass die Regierung mehr für Umverteilung tun sollte. Bezüglich der Grundsteuer verstärken alle drei Treatments die Überzeugung, dass eine Erhöhung der Grundsteuer ein guter Weg wäre, die wirtschaftliche Ungleichheit in den USA zu reduzieren.

Fazit

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Uninformiertheit wirtschaftspolitische Präferenzen in nicht geringem Maße beeinflussen kann und somit als eine Ursache für das Ausbleiben von dringend notwendigen Reformen gelten kann. Die Umsetzung von Maßnahmen, die die Informiertheit der Wähler/innen in Deutschland nachhaltig steigern, ist daher empfehlenswert, auch wenn dies nicht zwangsläufig Reformen begünstigen muss. Dass ein solcher Effekt nicht automatisch eintritt, kann kaum überraschen, da der Informationsstand nur einer von mehreren Faktoren ist, der persönliche Politikpräferenzen beeinflusst. Unter anderem kommt es auch darauf an, wie eine konkrete Information interpretiert wird. Alesina et al. (2020) zeigen zum Beispiel, dass Republikaner und Demokraten unterschiedlich auf Informationen zu Immigration, sozialer Mobilität und Ungleichheit reagieren. Im Vergleich zu den Demokraten denkt zum Beispiel ein Großteil der Republikaner, dass der „amerikanische Traum“ einer sozial durchlässigen Gesellschaft wahr ist und wünscht sich daher nur in einem sehr geringeren Maße mehr Umverteilung. Die Bereitstellung objektiver Informationen über die relativ geringen Aufstiegschancen von Kindern aus ärmeren Elternhäusern führt dazu, dass sich lediglich Demokraten mehr Umverteilung wünschen. Republikaner wünschen dies nicht, weil sie den Staat nicht als Lösung, sondern eher als Ursache des Problems ansehen (Alesina et al., 2020). Zu bemerken ist darüber hinaus, dass sich die Wirkung, die Informationstreatments auf wirtschaftspolitische Präferenzen haben, im Zeitverlauf verringert. Coppock (2017) beobachtet beispielsweise, dass sich die Effekte, die neue Informationen auf die öffentliche Meinung haben, nach zehn Tagen halbieren und dann für etwa 20 Tage auf demselben Niveau bleiben. Guess et al. (2020) kommen in ihrer Studie zu einem ähnlichen Schluss. Eine mögliche Erklärung für dieses Abflauen des Informationseffektes ist, dass die wahrgenommene Wichtigkeit des Themas in den Augen von Bürger/innen mit der Zeit sinkt. Ein anderer Grund könnte sein, dass die Information vergessen wird. Beide Probleme ließen sich (u.a.) durch ein gesteigertes Interesse am Thema (und damit

einhergehenden eigenständigen Informationsrecherchen) oder durch einen kontinuierlichen Informationsfluss angehen.

4. DETERMINANTEN VON UNINFORMIERTHEIT

Die Ergebnisse des vorherigen Kapitels deuten darauf hin, dass ein Zusammenhang zwischen wirtschaftspolitischer Uninformiertheit und dem Ausbleiben bzw. der Verzögerung von wirtschaftspolitischen Reformen besteht. Naheliegend ist daher die Frage, wie Uninformiertheit effektiv reduziert werden kann. Für die Entwicklung effektiver Gegenmaßnahmen zwingend notwendig ist ein ausgeprägtes Verständnis der Ursachen von wirtschaftspolitischer Uninformiertheit. Im Zuge dieses Kapitels sollen einige Kernursachen überblicksartig dargestellt werden. Des Weiteren werden besonders betroffene Gruppen identifiziert. Wie im vorangegangenen Kapitel werden dabei Mikro- und Makrovidenz miteinander kombiniert.

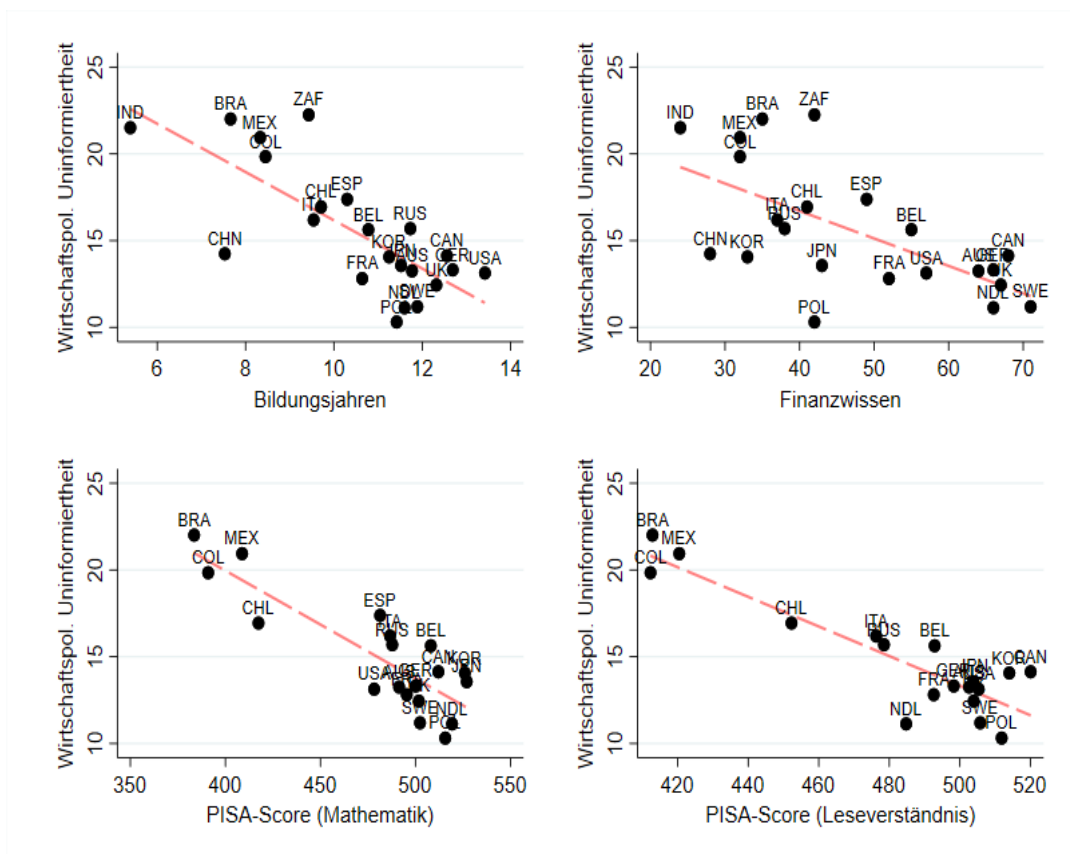
4.1. POLITISCHES (DES-)INTERESSE UND KOGNITIVE FÄHIGKEITEN

Wie bereits in Abschnitt 2.1.2. angedeutet, gibt es verschiedene Gründe, warum Menschen nur unzureichend über wirtschaftspolitische Sachverhalte informiert sind. Caplan (2007) argumentiert in der Tradition von Downs Begrifflichkeit der „rationalen Ignoranz“ (Downs, 1957), dass es für Wähler/innen aus individueller Perspektive nicht rational ist, informierte Wahlentscheidungen zu treffen. Grund dafür ist, dass die Beschaffung von Information aufwendig ist und somit „Kosten“ verursacht. Rationale Wähler/innen werden bereit sein, diese Kosten zu tragen, wenn sich für sie daraus Vorteile ergeben. Die Existenz solcher Vorteile ist jedoch unwahrscheinlich, weil die Wahlentscheidung einer einzelnen Person für den Wahlausgang nicht ausschlaggebend ist. Darüber hinaus entstehen aus einer uninformierten Stimmenabgabe keine unmittelbaren persönlichen Kosten, denn aufgrund des Wahlgeheimnisses kann niemandem konkret nachgewiesen werden, für eine schlechte Politik gestimmt zu haben und für diese somit mitverantwortlich zu sein.

Auch wenn es somit ganz allgemein Ursachen für (zu) geringe Informationsprozesse gibt, dürfte das Phänomen in einem Umfeld des allgemeinen Desinteresses an Politik noch verstärkt werden. So ergibt beispielsweise die Shell-Jugendstudie aus dem Jahr 2019, dass nur 41 Prozent der in Deutschland aufgewachsenen 12- bis 25-Jährigen Interesse an Politik haben (Albert et al, 2019). Dies ist besorgniserregend, da sich viele grundsätzliche politische Werte und Meinungen während dieser Lebensphase herausbilden (*Impressionable Years Hypothesis*). Bei älteren Wähler/innen ist das Politikinteresse etwas höher (Köcher, 2019). Die Gründe, warum sich Menschen und insbesondere junge Menschen nicht oder nur sehr wenig mit politische Themen befassen, sind dabei vielfältig. Eine 2013 vom Allensbacher Institut für Demoskopie (IfD) und der Bertelsmann Stiftung gemeinsam durchgeführte repräsentative Umfrage ergab beispielsweise, dass Aussagen wie „in der Politik wird zu viel getrickst und getäuscht“ oder „ich finde diese ganzen politischen Streitereien abstoßend“ unter den politisch uninteressierten Deutschen große Zustimmung finden (Petersen et al. 2013). Außerdem zeigte sich, dass sich Desinteressierte von den etablierten Parteien bzw. Politiker/innen oft nicht

repräsentiert fühlen. Die politikwissenschaftliche Fachliteratur fasst solche Gründe oft unter den Begriffen *Politik-* bzw. *Parteienverdrossenheit* zusammen (Arzheimer, 2013; Maier, 2013). Des Weiteren verdeutlicht die Umfrage von Petersen et al. (2013), dass viele politisch Desinteressierte politische Diskussionen und Entscheidungsprozesse als sehr komplex empfinden. Ungefähr 60 Prozent der politisch uninteressierten Deutschen stimmen beispielsweise der Aussage „ich finde es oft schwer nachvollziehbar, was in der Politik geschieht“ zu. Passend dazu ist, dass ein nicht unerheblicher Teil der von Petersen et al. (2013) befragten Personen Zeitmangel als Grund für ihr geringes Politikinteresse angab.

ABBILDUNG 5: KOGNITIVE FÄHIGKEITEN UND UNINFORMIERTHEIT



Bemerkung: Diese Abbildung zeigt, wie der in Kapitel 2 entwickelte Gesamtindex zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit mit den durchschnittlichen Bildungsjahren (Stand: 2010), dem Finanzwissen (Stand: 2014), sowie den PISA-Ergebnissen für Mathematik und Leseverständnis (Stand: 2018) korrelieren. Die Datenquellen sind: Barro und Lee (2013), Klapper et al. (2015), und die Webseite der OECD (<https://www.oecd.org/berlin/themen/pisa-studie/>).

Diese Ergebnisse verweisen bereits darauf, dass kognitive Fähigkeiten zur Erfassung komplexer Zusammenhänge eine Grundvoraussetzung dafür sind, dass Menschen überhaupt eine Motivation erlangen können, sich näher mit den Feinheiten der (Wirtschafts-)Politik zu befassen. Ohne diese Fähigkeiten ist es oft kaum möglich, die Wirkungsmechanismen einer wirtschaftspolitischen Reform zu erkennen und deren Konsequenzen auch nur ansatzweise zu bewerten. Dies erzeugt Frustration, auf die Menschen letztlich mit Ablehnung oder sogar gänzlichem Desinteresse reagieren dürften. Ein wenig ausgeprägtes Verständnis für Logik und Statistik sowie allgemeine Schwächen bei der Analyse

von Texten sind daher weitere potentielle Ursachen für wirtschaftspolitische Uninformiertheit. Die explorative Analyse in Abbildung 5 stützt diese These. Das Diagramm oben links in Abbildung 5 illustriert, dass wirtschaftspolitische Uninformiertheit besonders in jenen Ländern ausgeprägt ist, in denen die durchschnittliche Länge der schulischen Ausbildung gemäß der von Barro und Lee (2013) veröffentlichten Daten relativ kurz ist. Das Diagramm oben rechts zeigt, dass in den Ländern, in denen die Menschen über ein geringes Finanzwissen verfügen, auch die Uninformiertheit groß ist. Die beiden unteren Diagramme verdeutlichen anhand der Ergebnisse der 2018er PISA-Studie, dass auf Länderebene sowohl die Grundkenntnisse im Bereich Mathematik als auch die Fähigkeit Sachtexte zu analysieren mit dem Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit stark negativ korrelieren. Weiter untermauern lassen sich die in Abbildung 5 dargestellten Zusammenhänge durch zahlreiche Mikrostudien, in denen festgestellt wird, dass Menschen mit Abitur bzw. einem Hochschulabschluss im Durchschnitt besser über wirtschaftspolitische Fakten informiert sind (siehe u.a. Alesina et al., 2018; Fetzer et al., 2020; Stantcheva, 2020). Fuster et al. (2020) zeigen zum Beispiel, dass Menschen, die ein Grundverständnis für mathematische Zusammenhänge haben, mehr Informationen suchen, bessere Informationsquellen auswählen und neue Informationen besser verarbeiten können. Eine Studie von D’Acunto et al. (2019) impliziert, dass es Menschen mit einem ausgeprägten Verständnis für Logik leichter fällt wirtschaftspolitische Konzepte zu verstehen, und sie dadurch besser informiert sind.

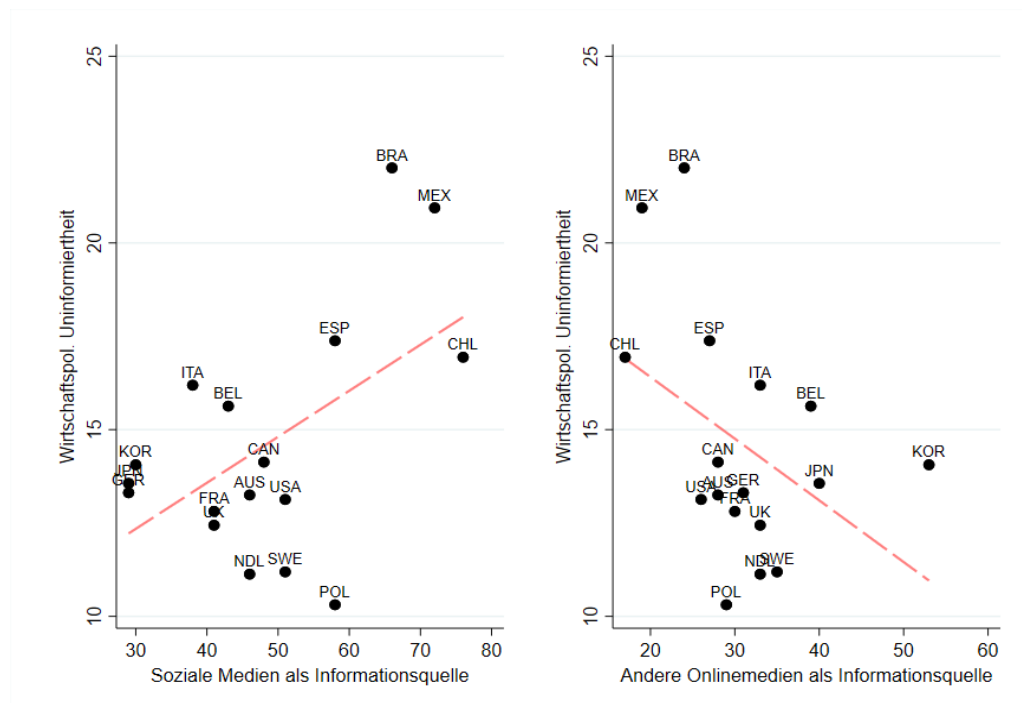
4.2. MEDIENVERHALTEN

Die meisten Deutschen informieren sich überwiegend anhand von Medienberichten über wirtschaftspolitische Themen. Entsprechende Fachliteratur oder Lehrbücher spielen überwiegend nur im Kontext von schulischen, beruflichen oder akademischen Ausbildungsgängen mit wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten eine Rolle. Die am häufigsten genutzten Medien sind dabei Fernsehen, Internet, Zeitung und Radio. Bei jungen Leuten dominiert das Internet als Informationsquelle, bei älteren Menschen Fernsehen und Zeitung (Schneller, 2020). Für das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit spielt die Medienauswahl eine nicht unerhebliche Rolle. Ein Grund dafür ist, dass Berichte, die im Radio, Fernsehen oder in Zeitungen veröffentlicht werden, meist gründlicher auf inhaltliche Richtigkeit geprüft werden als Blog-, Twitter-, oder Facebook-Posts. Diese Kontrollen senken das Risiko, dass Falschinformation („Fake News“) in Umlauf geraten und die Präferenzen und Kenntnisse von Wähler/innen beeinflussen (Barrera et al., 2020; Nyhan et al., 2020).

Ein anderer möglicher Grund, warum die Nutzung des Internets und insbesondere sozialer Medien als Informationsquelle eher zu wirtschaftspolitischer Uninformiertheit führen kann als die Verwendung von traditionellen Medien, ist die geringere Konfrontation mit Gegenmeinungen. Menschen kommen im Zuge einer Internetrecherche mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit mit einer breiten Palette an Argumenten in Berührung (Cinelli et al., 2021). Erklären lässt sich dies insbesondere durch den sogenannten Bestätigungsfehler („confirmatory bias“). Dieser beschreibt die Neigung, vor allem solche Informationen zu suchen bzw. wertzuschätzen, welche den eigenen Erwartungen entsprechen (Nickerson, 1998). Mit der Verwendung von traditionellen Medien kann diese Neigung eingedämmt werden, da die Auswahl der Informationen von anderen Personen (d.h. Journalisten) getroffen wird. Vollständig eliminiert werden kann der Bestätigungsfehler dadurch allerdings nicht, denn auch professionelle Journalistinnen und Journalisten wählen die von ihnen präsentierten Informationen

nicht vollkommen neutral aus (Gentzkow und Shapiro, 2010). Dass die Art und Weise, wie die traditionellen Medien Informationen bereitstellen, sowohl einen Einfluss auf die politischen Präferenzen der Wähler/innen als auch auf deren wirtschaftspolitische Informiertheit besitzt, ist von zahlreichen empirischen Studien bestätigt worden (siehe z.B. Adena et al., 2015; DellaVigna und Kaplan, 2007; Snyder und Strömberg, 2010).

ABBILDUNG 6: MEDIENVERHALTEN UND UNINFORMIERTHEIT



Bemerkung: Diese Abbildung zeigt, wie der in Kapitel 2 entwickelte Gesamtindex zur wirtschaftspolitischen Uninformiertheit mit dem Anteil der Menschen, die soziale Medien bzw. andere Onlinemedien als Informationsquelle nutzen, korrelieren. Die Daten zur Mediennutzung stammen aus dem *Reuters Institute Digital News Report 2019*.

Die Vermutung, dass die Medienwahl und der Informationsgrad zusammenhängen, wird im Folgenden explorativ untersucht. Basierend auf Daten des *Reuters Institute Digital News Report 2019* wird im linken Diagramm von Abbildung 6 gezeigt, dass das Ausmaß an wirtschaftspolitischer Uninformiertheit in jenen Ländern größer ist, in denen die Menschen soziale Medien (z.B. Facebook oder Twitter) verstärkt als Informationsquelle verwenden. Im Gegensatz dazu zeigt sich im rechten Diagramm von Abbildung 6, dass die Nutzung anderer Onlinequellen, wie beispielsweise die der Digitalformate von Tages- und Wochenzeitungen, mit einem besseren Informationsstand der Bevölkerung korreliert.

Insgesamt lässt sich folglich festhalten, dass wirtschaftspolitische Uninformiertheit auch durch den Medienkonsum determiniert wird und dass insbesondere die große Bedeutung der sozialen Medien als Informationsquelle für die junge Generation eine große Herausforderung für die Sicherung eines Mindestmaßes an ausgewogener Information in den kommenden Jahren mit sich bringt.

5. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5.1. AUSGANGSPUNKT

Debatten über die „richtige“ Wirtschafts- und Reformpolitik werden meist kontrovers geführt. Überraschen kann dies kaum, denn letztlich sind politische Präferenzen zu Fragen wie der angemessenen Größe des Staates, des Ausmaßes der staatlichen Umverteilung und der sozialen Absicherung oder der Art und Intensität von regulativen Eingriffen maßgeblich durch Werturteile bestimmt. Wieviel Umverteilung „gerecht“ ist, ist beispielsweise eine Wertfrage, für die es keine objektiv richtige oder falsche Antwort gibt. In einem demokratischen Land wie der Bundesrepublik Deutschland muss also letztendlich die Wählerschaft eine kollektive Antwort auf derartige Fragen finden. Aus wissenschaftlicher Sicht ergibt sich allerdings ein Problem, wenn wirtschaftspolitische Entscheidungen durch mangelndes Wissen um ökonomische Fakten und Wirkungszusammenhänge oder gar durch systematisch verzerrte Wahrnehmungen beeinflusst werden, da in diesem Fall die Gefahr besteht, dass Zielkonflikte – zum Beispiel der klassische Zielkonflikt zwischen Gleichheit und Effizienz – nicht angemessen beurteilt werden können. Vor diesem Hintergrund hat diese Studie Evidenz dafür zusammengetragen, dass:

- die Deutschen bei wirtschaftspolitischen Themen erhebliche Wissenslücken aufweisen (siehe Abschnitt 2.2). Deutschland liegt bei entsprechenden international vergleichbaren Indikatoren relativ zu anderen EU- und OECD-Ländern lediglich im Mittelfeld, deutlich abgeschlagen hinter Ländern wie dem Vereinigten Königreich oder Schweden.
- eine Korrelation zwischen ökonomischem Wissensstand und wirtschaftlicher Freiheit existiert (siehe Abschnitt 3.1.). Hier kann die Kausalität durchaus in beide Richtungen verlaufen, weil ein hohes Maß an wirtschaftlicher Freiheit sehr viele wirtschaftliche Entscheidungen des Einzelnen erfordert und sich daraus kontinuierliche Lernprozesse über Marktmechanismen ergeben dürften. Denkbar ist aber auch, dass ein höheres ökonomisches Wissen dazu führt, dass negative Nebenwirkungen staatlicher Eingriffe eine größere Aufmerksamkeit erfahren und damit die Skepsis gegen allzu schnelle Regulierungseingriffe erhöht.
- es in der experimentellen Literatur tragfähige Evidenz für einen kausalen Einfluss von ökonomischem Wissen auf die wirtschaftspolitische Meinungsbildung gibt (siehe Abschnitt 3.2.). Gut belegte Beispiele betreffen etwa die fallende Zustimmung für höhere Staatsausgaben bei korrektem Informationsstand über das bereits realisierte Niveau der Staatsausgaben oder das tatsächliche Ausmaß der Staatsverschuldung. Außerdem erhöhen Hinweise auf die Effizienzkosten von Besteuerung das öffentliche Bewusstsein für mögliche wirtschaftsschädliche Wirkungen höherer Steuern.
- es einen starken Zusammenhang zwischen kognitiven Fähigkeiten auf der einen Seite und ökonomischer Informiertheit auf der anderen Seite gibt (siehe Abschnitt 4.1.). Dies lässt sich plausibel darauf zurückzuführen, dass die ökonomische Wissensakkumulation durch ein grundlegendes mathematisches und abstraktes Verständnis gefördert wird.

- es insbesondere bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen aufgrund der Komplexität von Zusammenhängen zu einem reaktiven Desinteresse an (Wirtschafts-)Politik kommt und deshalb essenzielle Lern- und Informationsprozesse nicht aktiviert werden (siehe Abschnitt 4.1.).
- es einen Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Medien und wirtschaftspolitischer Uninformiertheit geben dürfte (siehe Abschnitt 4.2.). Vor allem in den Ländern, in denen Soziale Medien intensiv genutzt werden, ist die Informiertheit der Bevölkerung besonders gering.

5.2. MASSNAHMEN

Ausgehend von den Befunden dieser Studie, werden im Folgenden sieben konkrete Vorschläge skizziert, die aus Sicht der Autoren dieses Berichts zur Steigerung der wirtschaftspolitischen Informiertheit in Deutschland beitragen können. Entwickelt wurden diese Vorschläge unter drei Gesichtspunkten: Erstens sollte die wirtschaftspolitische Informiertheit sowohl unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen als auch in der breiten Wählerschaft erhöht werden. Da die Gründe für wirtschaftspolitische Uninformiertheit bei jüngeren und älteren Menschen unterschiedlich gelagert sind, sollten Lösungsansätze zielgruppenorientiert sein. Während es bei jungen Leuten vor allem darum geht, Interesse für wirtschaftspolitische Themen zu entwickeln und Kernkompetenzen zu fördern, müssen für ältere Wähler/innen Maßnahmen gefunden werden, wie diese effizient und regelmäßig an wirtschaftspolitisch relevante Informationen gelangen. Zweitens wird das in Deutschland aufgrund der vielfältigen öffentlich-rechtlichen Medien und angewandten Forschungseinrichtungen existierende immense Potenzial für die Bereitstellung ausgewogener Informationen bisher nicht ausreichend ausgeschöpft. Viele universitäre und außeruniversitäre Forschungsinstitutionen, wie zum Beispiel die Mitglieder der Leibniz-Gemeinschaft oder der Max-Planck bzw. Fraunhofer Gesellschaft, stehen für die Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse ebenso bereit wie es öffentliche Behörden, wie das Statistische Bundesamt, die Bundesbank oder die Bundesagentur für Arbeit, für die Bereitstellung administrative Daten tun. Dieses Angebot wird bislang jedoch nur unzureichend für Adressaten außerhalb der Fachwelt adaptiert. Oft fehlt es vor allem in der Wissenschaft auch an Anreizen, diese Adressaten in den Blick zu nehmen. Drittens lässt sich die wirtschaftspolitische Informiertheit in Deutschland nur dann nachhaltig steigern, wenn mehrere Akteure ihren Beitrag leisten und bereit sind, neue Wege zu gehen. Zu diesen Akteuren zählen insbesondere die Politik, die (öffentlich-rechtlichen) Medien sowie die Wissenschaft.

Tabelle 3 gibt einen Überblick über die sieben Maßnahmen, die im Rahmen dieser Studie zur Steigerung der wirtschaftspolitischen Informiertheit in Deutschland entwickelt wurden. Kategorisiert sind diese Handlungsempfehlung anhand der Zielgruppe (eng: junge Menschen/breit: Bevölkerung insgesamt) und ihres Innovationsgrades (erfolgreiche Potenziale ausbauen/neue Wege gehen) strukturieren. In den nachfolgenden Unterabschnitten werden die sieben Vorschläge detailliert beschrieben.

TABELLE 3: MASSNAHMEN ZUR STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN INFORMIERTHEIT IN DEUTSCHLAND

	Mit vorhandenen Potenzialen neue Wege einschlagen	Erfolgreiche Formate ausbauen
Junge Menschen	„Credit Points for Transfer“ „Credibility Revolution goes School“	„Book a Scientist for Teens“ „Internet-Führerschein“
Bevölkerung insgesamt	„Wahlprogramm-Referees“ „Fakt des Tages“	„Folgen-Check“

5.2.1. „CREDIT POINTS FOR TRANSFER“: ANREIZE FÜR WISSENSCHAFTSTRANSFER BEI JUNGEN WISSENSCHAFTLER/INNEN SCHAFFEN

Wie bereits oben erwähnt, ist Deutschland ausgesprochen reich an Institutionen der universitären und angewandten Wirtschaftsforschung. Diese Einrichtungen bergen bislang ungenutzte Potenziale zur Hebung der ökonomischen Kompetenz der Bevölkerung. Der Vorschlag „Credit Points for Transfer“ zielt darauf ab, diese Potenziale in Zukunft besser auszuschöpfen. Von den Autoren dieser Studie konkret vorgeschlagen wird, jungen Wissenschaftler/innen stärkere Anreize zur Beteiligung am Wissenschaftstransfer zu geben. Der Ausgangspunkt dieses Vorschlags ist die Beobachtung, dass sich nicht wenige Promovierende und Post-Docs trotz intrinsischem Interesse am Wissenschaftstransfer schwertun, bei entsprechenden Formaten mitzuwirken. Der zentrale Grund dafür ist, dass ein solches Engagement auf dem wissenschaftlichen Arbeitsmarkt nur in sehr geringem Maße belohnt wird. Prinzipiell kann sich eine solche Aktivität sogar negativ auf die eigenen Karrierechancen auswirken, da sie Arbeitszeit in Anspruch nimmt, die andernfalls in die Verwirklichung von Forschungsvorhaben gesteckt werden könnte. Um dem entgegenzuwirken, sind Anreize wünschenswert, die es für junge Wissenschaftler/innen attraktiver macht, ihre Zeit für den Wissenschaftstransfer oder die Förderung von Jugendlichen zu verwenden. Vorstellbar wäre dabei beispielsweise, dass Doktorand/innen im Rahmen ihres Promotionsstudiums nicht nur Credits (Leistungspunkte) für Vorträge in wissenschaftlichen Seminaren erhalten, sondern eben auch vereinzelt für solche Vorträge, die primär dem Zweck des Wissenschaftstransfers dienen. Bisher ist dies in der Regel nicht der Fall. Zur Umsetzung dieser Maßnahme zwingend notwendig ist ein Umdenken bei den Universitäten und Forschungsinstituten, denn bisher spielt der Aspekt des Wissenschaftstransfers an Laien in der wissenschaftlichen Ausbildung eine untergeordnete Rolle. Folglich richtet sich dieser erste Vorschlag primär an die Akteure der Wissenschaftspolitik, den gesellschaftlichen Auftrag zum Wissenstransfer stärker in den deutschen Promotionsordnungen zu verankern.

5.2.2. „CREDIBILITY REVOLUTION GOES SCHOOL“: VERSTÄNDNIS FÜR UNTERSCHIEDE ZWISCHEN KORRELATION UND KAUSALITÄT SCHÄRFEN

Die empirische Mikroökonomie hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren in erheblichem Maße weiterentwickelt. Während sich früher die meisten Wirtschaftswissenschaftler/innen mit relativ einfachen Analyseverfahren zufriedengaben und ihre wirtschaftspolitischen Schlüsse meist auf Grundlage von robusten Korrelationen zogen, sehen sie sich heute methodisch auf einer Linie mit den Naturwissenschaftler/innen, da sie die nun auch mithilfe von Experimenten versuchen, kausale Zusammenhänge aufzudecken. Angrist und Pischke (2010) bezeichnen diesen Wandel als „Credibility Revolution“ und stellen eindrucksvoll dar, wie wichtig das Streben nach Kausalität ist und wie problematisch die Interpretation von Korrelationen sein kann. Der Vorschlag „Credibility Revolution Goes School“ zielt darauf ab, das Bewusstsein für den Unterschied zwischen Korrelation und Kausalität insbesondere auch im wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich bereits bei Schüler/innen zu erhöhen. Dabei geht es nicht darum, dass Schüler/innen lernen, komplexe empirische Methoden anzuwenden. Vielmehr sollen sie anhand einfacher wirtschaftspolitischer Beispiele verstehen, dass selbst robuste Korrelationen nicht mit Kausalität gleichgesetzt werden können. Idealerweise lernen sie auch, was sich hinter dem Begriff „natürliches Experiment“ verbirgt, wieso ein solches notwendig ist, um in einer Sozialwissenschaft kausale Effekte zu identifizieren, und wie es sich von einem „naturwissenschaftlichen Experiment“ unterscheidet. Die Fähigkeit, Korrelation und Kausalität voneinander trennen zu können, führt mittelfristig zu mehr wirtschaftspolitischer Informiertheit, da junge Menschen weniger geneigt sein werden, populistischen Aussagen Glauben zu schenken. Die Verantwortung für die Realisierung dieses Vorschlags liegt bei den Kultus-/Bildungsministerien der Länder, da diese die Erstellung der Schulcurricula verantworten.

5.2.3. „BOOK A SCIENTIST FOR TEENS“: JUNGEN MENSCHEN DEN DIALOG MIT FORSCHENDEN ERLEICHTERN

Wie in Abschnitt 4.1. dargelegt, ist geringes Interesse an wirtschaftspolitischen Themen gerade bei jungen Menschen ein Hauptgrund für wirtschaftspolitische Uninformiertheit. Dieses Problem gilt es anzugehen. Empfehlenswert sind dafür beispielsweise Maßnahmen, die den Austausch zwischen Schulen und Forschungseinrichtungen intensivieren. Auch hier liegt in der großen Zahl der ökonomischen Forschungseinrichtungen in Deutschland bisher nicht vollständig ausgeschöpftes Potenzial, denn in diesen Einrichtungen arbeiten viele Promovierende und junge Post-Docs, die in ihrem Alter den Schüler/innen noch vergleichsweise nahe sind. Der Vorschlag „Book a Scientist for Teens“ beinhaltet, das von der Leibniz-Gemeinschaft vor wenigen Jahren ins Leben gerufene Wissenschaftstransferformat „Book a Scientist“ als Vorbild für ein speziell auf junge Menschen ausgerichtetes Modell zu nutzen. Das Grundprinzip dieses Formats besteht darin, dass sich interessierte Bürger/innen Gesprächstermine mit Mitarbeiter/innen der Leibniz-Institute buchen können, um diese über deren Forschung zu befragen. Diesem Ansatz folgend, könnten bei „Book a Scientist for Teens“ Schulklassen die Möglichkeit erhalten, Wissenschaftler/innen einzuladen, um mit diesen zu einem bestimmten (wirtschaftspolitischen) Thema zu diskutieren. Dieser Vorschlag richtet sich also an die Leibniz-Institute und jene gemeinnützigen Stiftungen, die die Steigerung der (wirtschaftspolitischen) Bildung fördern wollen.

5.2.4. „INTERNET-FÜHRERSCHEIN“: WIRTSCHAFTSRELEVANTE MEDIENKOMPETENZ STÄRKEN

Wie in Abschnitt 4.2 dargelegt, ist der Umgang mit Medien eine sehr wichtige Determinante für wirtschaftspolitische Uninformiertheit. Dies gilt insbesondere für jüngere Menschen, da sie soziale Medien wesentlich häufiger nutzen als ältere Menschen und dadurch öfter mit Informationen aus ungeprüften Quellen in Berührung kommen. Daher liegt es nahe, dass zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Informiertheit die digitale Medienkompetenz von jungen Jahren an intensiv gefördert werden sollte. Die Förderung pro-aktiven Denkens (Pennycook et al., 2021) und digitale Alphabetisierungskampagnen (Guess et al., 2020) können die Qualität der im Internet konsumierten Nachrichten deutlich verbessern und auch Nutzer/innen von sozialen Medien weniger anfällig für Fehlinformationen und deren Verbreitung machen. Roozenbeek und van der Linden (2019) zeigen zudem auf, dass sogenannte „Fake News“-Spiele helfen, unglaubliche Schlagzeilen leichter zu identifizieren.

Die allgemeinbildenden Schulen haben in den letzten Jahren entsprechend den unterschiedlichen Akzentsetzungen in den Bildungsplänen der Länder bereits in erheblichem Maße Initiativen zur Verbesserung der digitalen Kompetenz der Schüler/innen unternommen. Diese Studie hat deutlich gemacht, dass diese Bemühungen verdienstvoll sind und dass der eingeschlagene Weg unbedingt fortgesetzt werden sollte. In Zukunft sollte dabei noch mehr die Fähigkeit gefördert werden, glaubwürdige (wirtschafts-)politische Informationen im Internet zu finden. Erwägenswert ist es, diesen Kompetenzerwerb durch besondere Zertifikate wie einen „Internet-Führerschein“ stärker sichtbar zu machen, um dadurch weitere Anreize bei den Schüler/innen zu schaffen. Eine Orientierung für ein solches Zertifikat bieten z.B. der Internetführerschein für Kinder des gemeinnützigen Anbieters *Internet-ABC*¹⁸ oder verschiedene Quiz-Angebote der EU-Initiative *klicksafe*.¹⁹ Gerichtet ist dieser Vorschlag folglich an die für die Bildungspolitik verantwortlichen Politiker/innen, da sie die Entwicklung eines solchen Zertifikates anstoßen müssten.

5.2.5. „WAHLPROGRAMM-REFEREES“: FAKTENCHECK FÜR WAHLPROGRAMME EINFÜHREN

Aufgrund der oft vielfältigen Wirkungskanäle von wirtschaftspolitischen Reformen und der meist nur skizzenartigen Beschreibung in Wahlprogrammen ist es für Wähler/innen in der Regel sehr schwer abzuschätzen, wie sich eine konkrete Maßnahme auf sie selbst und die wirtschaftliche Gesamtentwicklung auswirkt. Empfehlenswert sind daher Ansätze, die den Wähler/innen die positiven und negativen Konsequenzen bestimmter Reformvorhaben im Vorfeld einer Wahl in neutraler Form zusammenfassen. Ein Blick in die Nachbarländer Deutschlands zeigt, wie dies gelingen kann. In den Niederlanden reichen beispielsweise wahlwerbende Parteien ihre Wahlprogramme in einer weitestgehend standardisierten Form bei einem unabhängigen staatlichen Institut, dem Centraal Planbureau (CPB), ein. Das CPB analysiert all diese Wahlprogramme hinsichtlich ihrer Konsistenz, ihrer Auswirkungen auf verschiedene makroökonomische und fiskalpolitische Größen (z.B. Wachstum und Steuereinnahmen) sowie deren Verteilungseffekte. Zwei Monate vor der Wahl veröffentlicht das CPB seine Resultate (Jacobs et al., 2017). Das in den Niederlanden angewandte Verfahren führt dazu, dass

¹⁸ Siehe: <https://www.internet-abc.de/kinder/surfschein/>

¹⁹ Siehe: <https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/quiz/>

Parteien relativ konkrete Wahlvorschläge unterbreiten und dass in deren Programmen nur wenig Raum für leere Wahlversprechen bleibt. Des Weiteren stellt die Analyse des CPBs auch eine klare und transparente Informationsgrundlage für die Wähler/ innen dar, da sie anhand der Analyseergebnisse Reformen mit konkreten wirtschaftlichen Folgen (teils für die Gesellschaft in Gänze, teils für sich persönlich) verknüpfen können. Entscheidend für die Glaubwürdigkeit einer solchen Expertise wäre eine überzeugende Absicherung der Unabhängigkeit eines solchen Analyseprozesses. Denkbar wäre hier der Einbezug des Bundesrechnungshofs, der Deutschen Bundesbank, des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung oder eine Gemeinschaftsanalyse der wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsinstitute. Die Qualitätssicherung müsste durch Peer-Reviews aus der Wissenschaft erfolgen, um eine politische Einflussnahme auszuschließen. Adressiert ist dieser Vorschlag an die Politik, denn sie muss den institutionellen und gesetzlichen Rahmen für eine systematische Analyse von Wahlprogrammen schaffen.

5.2.6. „FAKT DES TAGES“: RESTRIKTIONEN VERANSCHAULICHEN

Ein zentrales Problem in der Meinungsbildung über Wirtschafts- und Finanzpolitik ist, dass eine rationale Entscheidung eine vollständige Kosten-Nutzen-Analyse der entsprechenden staatlichen Maßnahmen umfassen und alle bestehenden Restriktionen berücksichtigen sollte. Zusätzliche Staatsausgaben sind beispielsweise durch Steuern oder Schulden zu finanzieren, wobei die Schuldenfinanzierung letztlich bei Geltung der intertemporalen Budgetrestriktion des Staates einer Verschiebung der Steuerlast in die Zukunft gleichkommt. Zu ineffizienten Entscheidungen kommt es dann, wenn Wähler/innen zwar den Nutzen der Staatsausgaben wahrnehmen, aber nicht mit den Kosten konfrontiert werden. Dann werden letztlich auch solche Projekte realisiert, bei denen die (Grenz-)kosten den (Grenz-)nutzen übersteigen. Dieses Problem kann vorliegen, wenn in einem föderalen Land lokale Ausgaben aus übergeordneten Finanzierungstöpfen finanziert werden. Dieses Phänomen ist in der finanzwissenschaftlichen Literatur als „Common-Pool-Problem“ bekannt und kennzeichnet sowohl den deutschen Föderalismus mit seiner Mischfinanzierung der föderalen Ebenen als auch das EU-Budget in besonderer Weise (Heinemann, 2016). Unabhängig von der Finanzierungsformel ist das Problem aber auch dann gegeben (oder wird verstärkt), wenn es an Informationen über die Kosten und die Finanzierungsfolgen fehlt. Wie in Abschnitt 3.2. dargelegt, bestätigt die experimentelle Forschung, dass die Informationsbereitstellung über die staatliche Budgetrestriktion (z.B. die Höhe der Staatsschulden) die Nachfrage nach zusätzlichen Staatsausgaben beeinflussen kann. Allerdings sind diese Informationen nur Wenigen präsent. In Wahlkampfsituationen haben Parteien einen Anreiz, über die Kosten ihrer Ausgabenpläne zu schweigen, weil Kostentransparenz die Zustimmung verringern kann. Schon die zuvor skizzierten „Wahlprogramm-Referees“ würden hier teilweise Abhilfe schaffen. Um dieses Problem noch durchgängiger (d.h. auch außerhalb von Wahlkampfzeiten) zu adressieren, sollten die öffentlich-rechtlichen und wissenschaftlichen Informationsanbieter regelmäßig über objektive finanzpolitische Restriktionen berichten. So wäre es beispielsweise denkbar, in oder kurz vor einem täglichen Nachrichtenformat in gebotener Kürze über den „Fakt des Tages“ zu berichten. Beispiele wären die Staatsverschuldung pro Kopf, Ausgaben für bestimmte Politikbereiche pro Kopf oder andere wirtschaftspolitische Indikatoren, die direkt oder indirekt Informationen über Knappheiten und Reformherausforderungen vermitteln. Der „Fakt des Tages“ sollte nicht nur über finanzpolitische

Restriktionen berichten, sondern auch über andere Arten von Knappheiten, die für eine rationale Wirtschaftspolitik berücksichtigt werden müssen (z.B. ökologische Restriktionen). Dieser Vorschlag richtet sich folglich an die öffentlich-rechtlichen Medien in Zusammenarbeit mit der staatlichen Statistik.

5.2.7. „FOLGEN-CHECK“ ÖKONOMISCHE RÜCKWIRKUNGEN AUFZEIGEN

„Fakten-Checks“ sind zu einem häufigen Bestandteil medialer Arbeit geworden. Dies ist zu begrüßen, da damit klare Falschaussagen aufgedeckt werden können und politische Akteure schon im Vorfeld gezwungen werden, sauberer zu arbeiten, weil sie ansonsten mit Reputationsschäden rechnen müssen. Die Überprüfung von Tatsachen-Aussagen, die ja auch durch die zuvor beschriebene Initiative „Fakt des Tages“ unterstützt würde, kann aber ein weiteres Ziel für die kompetente Beurteilung von Wirtschaftspolitik nicht erreichen, nämlich das Bewusstsein für marktbezogene Rückwirkungen von Politikmaßnahmen. Beispiele betreffen Fragen wie: In welcher Weise kann eine Preisregulierung (Mieten) zu Veränderungen des Wohnungsangebots führen, wie stark könnten Investitionen durch einen Anstieg von Gewinnsteuern in Mitleidenschaft gezogen werden oder wie sehr reagiert die Nachfrage nach Arbeitskräften auf eine Erhöhung der Lohn(neben)kosten? Wie in Abschnitt 2.1.1. erörtert neigen Menschen dazu, nur auf die unmittelbaren Primäreffekte einer Reform zu schauen (z.B. „welcher Einnahmeeffekt wird durch die Erhöhung einer Steuer zu Gunsten des Staats erzielt?“). Die nachgelagerten Fragen (z.B. „wie wird sich diese Steuererhöhung kurz-, mittel- und langfristig auf Investitionen oder Beschäftigung auswirken?“) werden dagegen oftmals ignorieren. Aus dieser selektiven Analyse ergibt sich eine Präferenz für „einfache Lösungen“, die aufgrund ihrer nur vordergründigen Wirkungsanalyse ihre eigentlichen Ziele möglicherweise nicht (umfassend) erreichen können. Um das Bewusstsein für solche Zweitrunden-Effekte zu schärfen, sollten „Fakten-Checks“ in den Medien durch „Folgen-Checks“ ergänzt werden. Hier besteht allerdings die Schwierigkeit, dass auch in der empirischen Forschung nicht unbedingt Einigkeit über Existenz und Ausmaß der indirekten Wirkungen einer Maßnahme bestehen. Ein Lösungsansatz könnte hier darin bestehen, den so genannten „Meta-Analysen“ eine große Aufmerksamkeit zu schenken, denn diese berichten umfassend über die Erkenntnisse der Fachliteratur. Der Vorteil von Meta-Studien ist, dass sie die komplette Bandbreite empirischer Resultate zu einer bestimmten Fragestellung aufzeigen und damit auch vermitteln können, wie groß der wissenschaftliche Konsens ist. Erreicht werden kann dies beispielsweise durch Formulierungen wie: „Die Wissenschaft schätzt, dass die Erhöhung der Steuern auf Direktinvestitionen zu einer Verringerung der Investitionen um X bis Y Prozent führen würde.“ Dieser „Folgen-Check“ könnte durch öffentlich-rechtliche Medien in Zusammenarbeit mit öffentlich finanzierten Wirtschaftsforschungsinstituten erstellt werden und richtet sich daher auch primär an diese beiden Akteure.

6. LITERATURVERZEICHNIS

- Adena, Enikolopov, Petrova, Santarosa und Zhuravskaya (2015). *Radio and the Rise of the Nazis in Prewar Germany*. Quarterly Journal of Economics, 130(4), 1885-1939.
- Albert, Hurrelmann und Quenzel (2019). *Jugend 2019 - 18. Shell Jugendstudie: Eine Generation meldet sich zu Wort*.
- Alesina, Miano und Stantcheva (2018). *Immigration and Redistribution*. NBER Working Paper.
- Alesina, Miano und Stantcheva (2020). *The polarization of reality*. AEA Papers and Proceedings, 110(1), 324-328.
- Angrist und Pischke (2010). *The credibility revolution in empirical economics: How better research design is taking the con out of econometrics*. Journal of Economic Perspectives, 24(2), 3-30.
- Armantier, Nelson, Topa, van der Klaauw und Zafar (2016). *The price is right: Updating inflation expectations in a randomized price information experiment*. Review of Economics and Statistics, 98(3), 503-523.
- Armona, Fuster und Zafar (2019). *Home price expectations and behavior: Evidence from a randomized information experiment*. Review of Economic Studies, 86(4), 1371-1410.
- Arzheimer (2013). *Politikverdrossenheit: Bedeutung, Verwendung und empirische Relevanz eines politikwissenschaftlichen Begriffs*. Springer-Verlag.
- Bareinz und Übelmesser (2020). *The role of information provision for attitudes towards immigration: An experimental investigation*. CESifo Working Paper.
- Baron (1994). *Electoral competition with Informed and uninformed voters*. American Political Science Review, 88(1), 33-47.
- Barrea, Guriev, Henry und Zhuravskaya (2020). *Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics*. Journal of Public Economics, 182(1), 104123.
- Barro und Lee (2013). *A new data set of educational attainment in the world, 1950–2010*. Journal of Development Economics, 104(1), 184-198.
- Bastani und Waldenström (2021). *Perceptions of Inherited Wealth and the Support for Inheritance Taxation: Evidence from a Randomized Experiment*. Economica, 88(350): 532-569.
- Bleemer und Zafar (2018). *Intended college attendance: Evidence from an experiment on college returns and costs*. Journal of Public Economics, 157, 184-211.
- Blesse, Buhlmann und Doerrenberg (2021). *Attitudes towards tax simplification: Evidence from a representative survey and experiments*. ZEW Discussion Paper.
- Blesse und Heinemann (2020). *Citizens' trade-offs in state merger decisions: Evidence from a randomized survey experiment*. Journal of Economic Behavior and Organization, 180(1), 438-471.

Bottan und Perez-Truglia (2020). *Choosing your pond: Revealed-preference estimates of relative income concerns*. Review of Economics and Statistics, im Erscheinen.

Bublitz (2020). *Misperceptions of income distributions: cross-country evidence from a randomized survey experiment*, Socio-Economic Review, im Erscheinen.

Bucher-Koenen und Knebel (2021). *Finanzwissen und Finanzbildung in Deutschland: Was wissen wir eigentlich?* (No. 21-016). ZEW Discussion Papers.

Caplan (2007). *The myth of the rational voter: Why democracies choose bad policies*. Princeton University Press.

Cavallo, Cruces und Perez-Truglia (2017). *Inflation expectations, learning, and supermarket prices: Evidence from survey experiments*. American Economic Journal: Macroeconomics, 9(3), 1-35.

Cinelli, Morales, Galeazzi, Quattrocioni und Starnini (2021). *The echo chamber effect on social media*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 118(9).

Coibion und Gorodnichenko (2015). *Information rigidity and the expectations formation process: A simple framework and new facts*. American Economic Review, 105(8), 2644-2678.

Coppock (2017). *The persistence of survey experimental treatment effects*. Unveröffentlichtes Arbeitspapier (https://alexandercoppock.com/coppock_2017b.html).

Cruces, Perez-Truglia und Tetaz (2013). *Biased perceptions of income distribution and preferences for redistribution: Evidence from a survey experiment*. Journal of Public Economics, 98, 100-112.

D'Acuno, Hoang, Paloviita und Weber (2019). *IQ, expectations, and choice*. NBER Working Paper.

Dal Bó, Dal Bó, und Eyster (2018). *The demand for bad policy when voters underappreciate equilibrium effects*. Review of Economic Studies, 85(2), 964-998.

Decancq und Lugo (2013). *Weights in multidimensional indices of wellbeing: An overview*. Econometric Reviews, 32(1), 7-34.

De Haan und Sturm (2000). *On the relationship between economic freedom and economic growth*. European Journal of Political Economy, 16(2), 215-241

DellaVigna und Kaplan (2007). *The Fox News effect: Media bias and voting*. Quarterly Journal of Economics, 122(3), 1187-1234.

Dolls, Fuest, Neumeier und Stöhlker (2021). *Ein Jahr Mietendeckel: Wie hat sich der Berliner Immobilienmarkt entwickelt*. ifo Schnelldienst, 74(3), 26-29.

Dolls und Wehrhöfer (2020). *Attitudes towards euro area reforms: Evidence from a randomized survey experiment*. European Journal of Political Economy, 101971.

Downs (1957). *An economic theory of political action in a democracy*. Journal of Political Economy, 65(2), 135-150.

Fetzer, Hensel, Hermle und Roth (2020). *Coronavirus perceptions and economic anxiety*. Review of Economics and Statistics, im Erscheinen.

Gentzkow, Kelly und Taddy (2019). *Text as Data*. Journal of Economic Literature, 57(3), 535-574.

Gentzkow und Shapiro (2010). *What drives media slant? Evidence from US daily newspapers*. Econometrica, 78(1), 35-71.

Goertz, G. (2012). *Social science concepts*. Princeton University Press.

Grigorieff, Roth und Ubfal (2020). *Does information change attitudes toward immigrants?*. Demography, 57(3), 1117-1143.

Guess, Lerner, Lyons, Montgomery, Nyhan, Reifler und Sircar (2020). *A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 117(27), 15536-15545.

Haaland und Roth (2020). *Labor market concerns and support for immigration*. Journal of Public Economics 191(1): 104256.

Haaland und Roth (2021). *Beliefs about racial discrimination and support for pro-black policies*. Review of Economics and Statistics, im Erscheinen.

Haaland, Roth und Wohlfart (2021). *Designing Information Provision Experiments*. Journal of Economic Literature, im Erscheinen.

Heinemann (2016). *Strategies for a European EU Budget*. In Büttner und Thöne (Eds.): The Future of EU-Finances, 95-112.

Hessami und Resnjanskij (2019). *Complex Ballot Propositions, Individual Voting Behavior, and Status Quo Bias*. European Journal of Political Economy, 58(3), 82-101.

Hvidberg, Kreiner und Stantcheva (2021). *Social Position and Fairness Views*. NBER Working Paper.

Jacobs, Jongen und Zoutman (2017). *Revealed Social Preferences of Dutch Political Parties*, Journal of Public Economics, 156(1), 81-100.

Karadja, Mollerstrom und Seim (2017). *Richer (and holier) than thou? The effect of relative income improvements on demand for redistribution*. Review of Economics and Statistics, 99(2), 201-212.

Klapper, Lusardi, und van Oudheusden (2015). *Financial Literacy Around the World: Insights from the Standard and Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey*. GFLEC Report.

Köcher (2019). *Eine neue politisierte junge Generation?* Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse.

Kuziemko, Norton, Saez und Stantcheva (2015). *How elastic are preferences for redistribution? Evidence from randomized survey experiments*. American Economic Review, 105(4), 1478-1508.

Lergetporer und Woessmann (2021). *Earnings Information and Public Preferences for University Tuition: Evidence from Representative Experiments*. CESifo Working Paper.

Lergetporer, Schwerdt, Werner, West und Woessmann (2018). *How information affects support for education spending: Evidence from survey experiments in Germany and the United States*. Journal of Public Economics, 167(1), 138-157.

- Lergetporer, Werner und Woessmann (2020). *Educational inequality and public policy preferences: Evidence from representative survey experiments*. *Journal of Public Economics*, 188(1), 104226.
- Maier (2013). *Politikverdrossenheit in der Bundesrepublik Deutschland: Dimensionen-Determinanten-Konsequenzen*. Springer Verlag.
- McKelvey und Ordeshook (1985). *Elections with limited information: A fulfilled expectations model using contemporaneous and endorsement data as information sources*. *Journal of Economic Theory*, 36(1), 55-85.
- McKelvey und Ordeshook (1986). *Information, electoral equilibria, and the democratic ideal*. *Journal of Politics*, 48(4), 909-937.
- Munck und Verkuilen (2002). *Conceptualizing and measuring democracy: Evaluating alternative indices*. *Comparative Political Studies*, 35(1), 5-34.
- Niehues, Schüler und Tissen (2021). *Selektiver Medienkonsum und sozioökonomische Unwissen. Ein Katalysator für Unzufriedenheit?* *IW-Trends* 2/2021.
- Nyhan, Porter, Reifler und Wood (2020). *Taking fact-checks literally but not seriously? The effects of journalistic fact-checking on factual beliefs and candidate favorability*. *Political Behavior*, 42(3), 939-960.
- Page (2007). *The Difference: How the Power of Diversity Creates Better Groups, Firms, Schools, and Societies*. Princeton University Press.
- Pennycook, Epstein, Mosleh, Arechar, Eckles und Rand (2021). *Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online*. *Nature*, 592(7855), 590-595.
- Persson und Tabellini (2000). *Political economics: Explaining economic policy*. MIT Press.
- Petersen, Hierlemann, Vehrkamp und Wratil (2013). *Gespaltene Demokratie: Politische Partizipation und Demokratiezufriedenheit vor der Bundestagswahl 2013*. Bertelsmann Stiftung.
- Roozenbeek und van der Linden (2019). *Fake news game confers psychological resistance against online misinformation*. *Palgrave Communications*, 5(1), 1-10.
- Roth, Settele und Wohlfart (2021a). *Beliefs about public debt and the demand for government spending*. *Journal of Econometrics*, im Erscheinen.
- Roth, Settele und Wohlfart (2021b). *Risk Exposure and Acquisition of Macroeconomic Information*. *American Economic Review: Insights*, im Erscheinen.
- Roth und Wohlfart (2020). *How do expectations about the macroeconomy affect personal expectations and behavior?*. *Review of Economics and Statistics*, 102(4), 731-748.
- Schneller (2020). *Entwicklungstrends in der Mediennutzung der Bevölkerung und die aktuelle Situation im Herbst 2020*. Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse.
- Settele und Shupe (2020). *Lives or livelihoods? Perceived tradeoffs and public demand for non-pharmaceutical interventions*. *Perceived Tradeoffs and Public Demand for Non-Pharmaceutical Interventions*. CEBI Working Paper.

Sjöberg (2009). *Are all crowds equally wise? A comparison of political election forecasts by experts and the public.* Journal of Forecasting, 28(1), 1–18.

Snyder und Strömberg (2010). *Press coverage and political accountability.* Journal of Political Economy, 118(2), 355-408.

Surowiecki (2004). *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations.* Doubleday.

Stantcheva (2020). *Understanding tax policy: How do people reason?* NBER Working Paper.

Teorell, Coppedge, Lindberg und Skaaning (2019). *Measuring Polyarchy across the globe, 1900–2017.* Studies in Comparative International Development, 54(1), 71-95.

Walter (2021). *Was die neue Verfassung Chile bringen – und nehmen – könnte.* Deutsche Welle. (<https://p.dw.com/p/3tXFH>).

Wiswall und Zafar (2015). *Determinants of college major choice: Identification using an information experiment.* Review of Economic Studies, 82(2), 791-824.

Wiswall und Zafar (2015). *How do college students respond to public information about earnings?.* Journal of Human Capital, 9(2), 117-169.

AUTOREN

Dr. Sebastian Blesse

ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung Mannheim GmbH

L 7, 1

Tel.: +49 (0)621 1235-394

68161 Mannheim

sebastian.blesse@zew.de

Prof. Dr. Friedrich Heinemann

ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung Mannheim GmbH

L 7, 1

Tel.: +49 (0)621 1235-149

68161 Mannheim

friedrich.heinemann@zew.de

Dr. Tommy Krieger

ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung Mannheim GmbH

L 7, 1

Tel.: +49 (0)621 1235-346

68161 Mannheim

tommy.krieger@zew.de

DANKSAGUNG

Wir danken Elisabeth Giese, David Knauß, Jan Kemper und Friedrich Spering für ihre exzellente Unterstützung.