

Sebastian Blesse, Klaus Gründler, Philipp Heil, Sarah Necker, Niklas Potrafke, Marcel Schlepper und Timo Wochner

Die Soziale Marktwirtschaft aus Bevölkerungsperspektive III/III: Beeinflussen Informationen über die Soziale Marktwirtschaft die Zustimmung der Bevölkerung zur Wirtschaftsordnung?

Die deutsche Wirtschaftsordnung wird von einer großen Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger positiv bewertet (Blesse et al. 2022a). Die Zustimmung nimmt mit dem Einkommen und dem Bildungsstand zu. Bei Wählerinnen und Wählern der Linken, der AfD und Personen, die nicht an der letzten Bundestagswahl teilgenommen haben, stößt die Soziale Marktwirtschaft im Mittel auf geringeren Zuspruch. Die Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft ist ein wichtiger Indikator darüber, ob die Menschen die Wirtschaftsordnung als vorteilhaft ansehen oder ob sie sich von dieser abgehängt fühlen und sich nicht damit identifizieren. Eine breite Zustimmung zu ökonomischen und sozialpolitischen Institutionen ist die Basis für ein funktionierendes wirtschaftliches und soziales Zusammenleben in einer Gesellschaft.

In diesem dritten Teil der Reihe über die Soziale Marktwirtschaft untersuchen wir die Frage, ob eine Aufklärung über die ursprüngliche Idee der Sozialen Marktwirtschaft die Zustimmung verändert. Würde eine Ablehnung der Wirtschaftsordnung schlicht auf mangelnde Informationen über diese Grundidee zurückzuführen sein, so könnte in der Bereitstellung von Informationen über die Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft ein wichtiges Instrument bestehen, die Zustimmung zu wirtschaftlichen und sozialpolitischen Institutionen zu erhöhen.

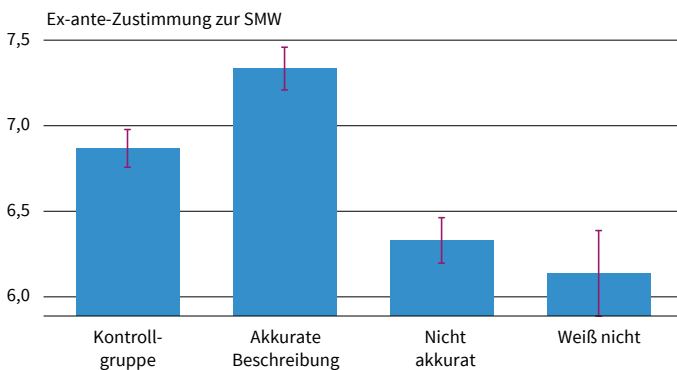
Im zweiten Teil dieser Serie haben wir gezeigt, dass sehr unterschiedliche Themen mit der Sozialen Marktwirtschaft assoziiert werden. Während 49% der Bürgerinnen und Bürger an soziale Aspekte wie Fairness, Verteilung und soziale Absicherung denken, assoziieren nur 43% marktwirtschaftliche Prozesse mit der Sozialen Marktwirtschaft. Lediglich ein Viertel der Befragten verbindet mit der Sozialen Marktwirtschaft jedoch soziale *und* wirtschaftliche Aspekte (Blesse et al. 2022b). Das bedeutet, dass die Soziale Marktwirtschaft von rund 75% der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland nicht im Sinne seiner Gründerväter als

IN KÜRZE

Basierend auf einer repräsentativen Befragung von 2 000 deutschen Bürgerinnen und Bürgern untersuchen wir in einer dreiteiligen Serie, wie die Soziale Marktwirtschaft in der Bevölkerung wahrgenommen wird. Im letzten Teil widmen wir uns der Frage, wie sich die Zustimmung zur Wirtschaftsordnung verändert, wenn Teilnehmende über die Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft informiert werden. Die Ergebnisse zeigen, dass ein bedeutsamer Teil der Bevölkerung die Beschreibung der Sozialen Marktwirtschaft in ihren Grundgedanken nicht als akkurate Darstellung der Realität über die gegenwärtige Situation in Deutschland wahrnimmt. Dieser Teil der Bevölkerung kann durch Informationen über die Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft nicht beeinflusst werden. Für andere Teile der Bevölkerung zeigt sich, dass insbesondere die Aufklärung über die Kombination der sozialen und marktwirtschaftlichen Komponenten zu einer erhöhten Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft führt. Dies unterstreicht, dass die Zustimmung oder Ablehnung der Sozialen Marktwirtschaft in Teilen durch ungenaue Vorstellungen über die Grundgedanken der Wirtschaftsordnung getrieben sind.

Verbindung marktwirtschaftlicher Effizienz mit dem sozialen Ausgleich aufgefasst wird. Die Komplexität von Wirtschaftsordnungen sorgt dafür, dass Narrative über die Soziale Marktwirtschaft sehr heterogen sind. Die Frage ist daher, ob durch die Aufklärung von Bürgerinnen und Bürgern über die Grundideen der Sozialen Marktwirtschaft die Zustimmung zur Wirtschaftsordnung erhöht werden kann. Um diese Frage zu beantworten, verwenden wir ein Informationsexperiment, das in einer repräsentativen Umfrage der deutschen Bevölkerung in Zusammenarbeit mit dem

Abb. 1

Ex-ante-Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft

Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Ex-ante-Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft, aufgeteilt nach Befragten, die den Treatment-Text als akkurat oder nicht akkurat für die heutige Wirtschaftsordnung wahrnehmen oder »Weiß nicht« antworteten. Geantwortet haben alle Teilnehmenden (N = 2 000). 512 Befragte bewerteten die Beschreibung als akkurat, 579 als nicht akkurat, und 109 antworteten »Weiß nicht«. Die Kontrollgruppe besteht aus N = 800 Personen, für die wir nicht nach Bewertung separieren (können).

Quelle: Befragung von Bilendi & respondi und des ifo Instituts.

© ifo Institut

Marktforschungsinstitut Bilendi & Respondi durchgeführt wurde.

Informationsbereitstellungen in Umfrageexperimenten wurden in der Literatur vielfältig verwendet, um den Effekt der Korrektur von Fehlwahrnehmungen auf u.a. Umverteilungspräferenzen von Individuen (Cruces et al. 2013; Kuziemko et al. 2015; Alesina et al. 2018), Unterstützung für Staatsausgaben (Lergetporer et al. 2018; Roth et al. 2022) oder Einstellungen zu Migration und Einwanderungspolitik (Haaland und Roth 2020; Alesina et al. 2022) zu untersuchen. Unser Experiment beschäftigt sich mit der Unterstützung der Wirtschaftsordnung durch Bürgerinnen und Bürger in Deutschland.

TREATMENT UND VERHÄLTNISS ZUR EX-ANTE-ZUSTIMMUNG ZUR SOZIALEN MARKTWIRTSCHAFT

Die Analyse beruht auf einer repräsentativen Online-Umfrage deutscher Bürgerinnen und Bürger im Alter von 18 bis 70 Jahren aus dem August 2022 (Blesse et al. 2022a). Insgesamt beantworteten 2 000 Befragte die Umfrage, die im Hinblick auf soziodemografische Charakteristika wie Geschlecht, Geografie, Alter und Einkommen repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ist.

Um zu untersuchen, ob die explizite Hervorhebung der sozialen bzw. der marktwirtschaftlichen Komponente die Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft auf unterschiedliche Weise beeinflusst, haben wir drei Gruppen verschiedene Informationen zur Ordnungsstruktur der Sozialen Marktwirtschaft zur Verfügung gestellt. Die Informationen stützen sich auf Zitate der Gründerväter der Sozialen Marktwirtschaft (Ludwig Erhard, Alfred Müller Armack, Wilhelm Röpke). Die erste Gruppe (N = 400) hat einen Text erhalten, der einen expliziten Fokus auf die soziale Komponente legt. Den Befragten wurde dabei mitgeteilt, dass ein wesentlicher Bestandteil der Sozialen Marktwirtschaft im sozialen Ausgleich bestehe, der

durch einen Einkommenstransfer zwischen reichen und armen Personen realisiert wird. Teile der durch Steuern erhobenen Gelder werden dabei verwendet, um hilfsbedürftige Menschen zu unterstützen. Der Text der zweiten Gruppe (N = 400) setzt den Fokus auf die marktwirtschaftliche Komponente. Als wesentlicher Bestandteil wird dabei der »Wettbewerb am Markt« erwähnt, der die Lebensverhältnisse der Menschen durch ein hohes Wirtschaftswachstum verbessern soll. Eine dritte Gruppe (N = 400) hat schließlich die Kombination der beiden Komponenten als Information erhalten.

Dieses Design erlaubt es uns zu untersuchen, ob die gemeinsame Hervorhebung der beiden Komponenten die Zustimmung stärker erhöht als die separate Fokussierung auf einer der beiden Komponenten. Die Teilnehmenden wurden sowohl vor (ex ante) als auch nach (ex post) dem Treatment gefragt, wie sie die Soziale Marktwirtschaft auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) beurteilen. Eine letzte Gruppe (N = 800) hat keinerlei zusätzliche Informationen erhalten und dient als Kontrollgruppe.

WIE WERDEN UNSERE INFORMATIONEN WAHrgENOMMEN?

Ein wesentlicher Eckpunkt unserer Untersuchung ist die Frage, für wie akkurat die Bürgerinnen und Bürger unsere Beschreibung der Wirtschaftsordnung wahrnehmen. Um zu berücksichtigen, dass die Informationen die Teilnehmenden eventuell nicht überzeugen, fragen wir die Teilnehmenden im Anschluss an die Bereitstellung der Informationen, ob sie unsere Beschreibung der Sozialen Marktwirtschaft als akkurate Darstellung der Realität über die gegenwärtige Situation in Deutschland wahrnehmen. Mit 48% gibt rund die Hälfte der Teilnehmenden an, dass die Beschreibung nicht ihren Wahrnehmungen entspricht. Abbildung 1 zeigt, dass die Ex-ante-Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft, die zu Beginn des Fragebogens und vor dem Treatment erhoben wurde, stark damit korreliert ist, ob die Befragten den Treatment-Text als akkurate Beschreibung der deutschen Realität wahrnehmen.

Befragte, die die bereitgestellte Information als akkurat für die deutsche Realität zutreffend erachten, weisen eine deutlich höhere Ex-ante-Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft auf. Die Ex-ante-Zustimmung von Befragten, die den Text als nicht akkurat bezeichnen (oder »Weiß nicht« antworteten), fällt hingegen deutlich geringer aus. Dies deutet darauf hin, dass Personen, die der Sozialen Marktwirtschaft vorab skeptischer gegenüber stehen, eine größere Diskrepanz zwischen den originären Gedanken der Gründerväter und der tatsächlichen Umsetzung der Sozialen Marktwirtschaft empfinden. Eine alternative Lesart der Resultate ist, dass Personen, die die Information mit Fokus auf die soziale bzw. die marktwirtschaftliche Komponente erhalten haben, die Be-

schreibung als »nicht akkurat« klassifizieren, weil sie die Kombination aus beiden Komponenten als einzig zutreffende Beschreibung erachteten. Zwei Argumente sprechen gegen diese Interpretation. Zum einen finden wir keine statistisch signifikanten Unterschiede in der Beantwortung der Frage zur wahrgenommenen Richtigkeit der bereitgestellten Information zwischen den Treatment-Gruppen. Zum anderen ist der Anteil der Personen, die in Freitextangaben auf beide Komponenten eingehen, mit unter 25% sehr gering. Die Bewertung der Richtigkeit der bereitgestellten Information hängt daher nicht vom Fokus auf die soziale, die marktwirtschaftliche oder die Kombination der Komponenten ab.

Abbildung 2 zeigt, dass insbesondere Wählerinnen und Wähler der AfD und der Linken die deutsche Wirtschaftsordnung nicht entsprechend der Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft wahrnehmen: Nur ca. 25% dieser Wählergruppen nehmen die Informationstexte als akkurate Beschreibung der deutschen Realität dar. Für alle anderen Parteien zeigt sich, dass diese Wählergruppen die Informationen eher als akkurat wahrnehmen. Jedoch bewerten z. B. auch mehr als 50% der Wählerinnen und Wähler der Grünen den Informationstext als nicht akkurat.

BEEINFLUSSEN INFORMATIONEN DIE ZUSTIMMUNG ZUR SOZIALEN MARKTWIRTSCHAFT?

Nach Vermittlung der Informationen über die Grundgedanken der Wirtschaftsordnung fragen wir die Teilnehmenden erneut nach ihrer Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft auf einer 1 bis 10 Punkteskala. Betrachtet man die Treatment-Effekte im vollen Sample (»Baseline-Effekte«), so zeigt sich, dass sich die Ex-post-Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft in keinen der drei Treatment-Arme statistisch signifikant von der Zustimmung der Kontrollgruppe unterscheidet.

Der Vergleich der Ex-post- und Ex-ante-Zustimmung erlaubt es uns, Treatment-Effekte der Informationsbereitstellung in Abhängigkeit von der Einschätzung der Befragten, ob der Treatment-Text eine akkurate Beschreibung der Wirtschaftsordnung darstellt, zu ermitteln. Abbildung 3 repräsentiert die Hauptergebnisse des Experiments.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Bewertung des Treatment-Texts auch direkt in der Effektivität der Informationsvermittlung niederschlägt. Befragte, die die Treatment-Textbeschreibung als akkurate Beschreibung der Realität in Deutschland wahrgenommen haben, bewerten die Soziale Marktwirtschaft nach dem Treatment im Vergleich zur Kontrollgruppe positiver. Insbesondere die Kombination von sozialen und marktwirtschaftlichen Komponenten erhöhte dabei die Zustimmung. Im Gegensatz dazu bewerten Befragte, die den Treatment-Text als nicht akkurat bewerten, die Soziale Marktwirtschaft sogar leicht negativer als die Kontrollgruppe. Besonders das so-

ziale Treatment verringerte dort die Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft.

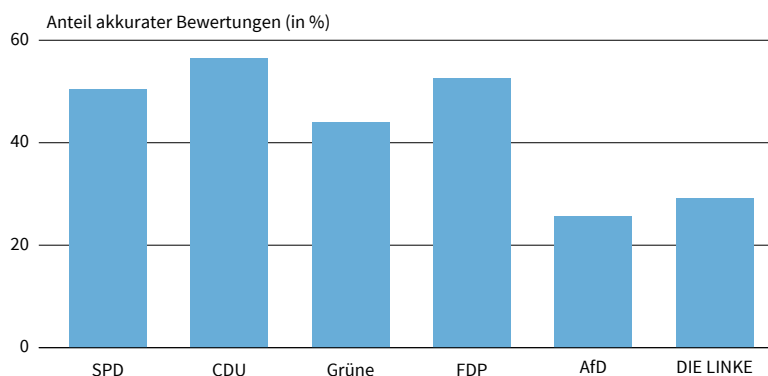
HETEROGENITÄT IN EX-ANTE-ASSOZIATIONEN

Unser Design erlaubt es uns zu untersuchen, ob Treatment-Effekte von der Vielschichtigkeit der Ex-ante-Assoziationen zur Sozialen Marktwirtschaft getrieben werden. So könnte z.B. eine Information, die die soziale Komponente der Wirtschaftsordnung hervorhebt, unterschiedliche Effekte für Befragte mit sozialen oder marktwirtschaftlichen Ex-ante-Assoziationen mit der Sozialen Marktwirtschaft aufweisen. Die Analyse stützt sich auf jene Befragten, die unsere Beschreibung der Marktwirtschaft als akkurat erachten.

Abbildung 4 zeigt die Mittelwerte der Ex-post-Zustimmung nach Kontroll- und Treatmentgruppen abhängig davon, ob die Befragten ex ante eine soziale Komponente mit der Sozialen Marktwirtschaft assoziieren. Wie in Blesse et al. (2022b) beschrieben, haben wir erfasst, was die ersten Gedanken der Befragten sind, wenn sie an die Soziale Marktwirtschaft den-

Abb. 2

Bewertung des Treatment-Texts und Parteipräferenzen



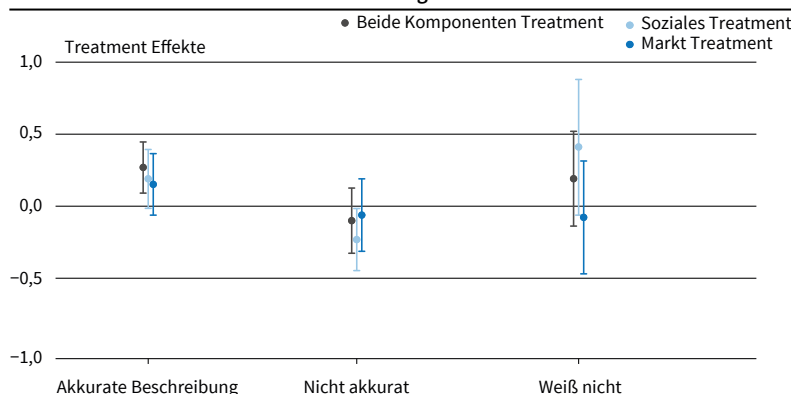
Anmerkung: Die Abbildung zeigt den Anteil von Wählergruppen, die den Treatment-Text als akkurat für die heutige Wirtschaftsordnung bewerten.

Quelle: Befragung von Bilendi & respondi und des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abb. 3

Treatment-Effekte der Information zu Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft



Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Treatment-Effekte (Veränderung der Ex-ante- und Ex-post-Bewertung) abhängig von der Einschätzung der Befragten, ob der Treatment-Text eine akkurate Beschreibung der Wirtschaftsordnung darstellt. Alle Treatment-Effekte sind relativ zur Kontrollgruppe. Geantwortet haben alle Teilnehmenden (N = 2 000). Die Kontrollgruppe besteht aus 800 Personen, 512 Befragte bewerteten die Beschreibung als akkurat, 579 als nicht akkurat, und 109 antworteten »Weiß nicht«.

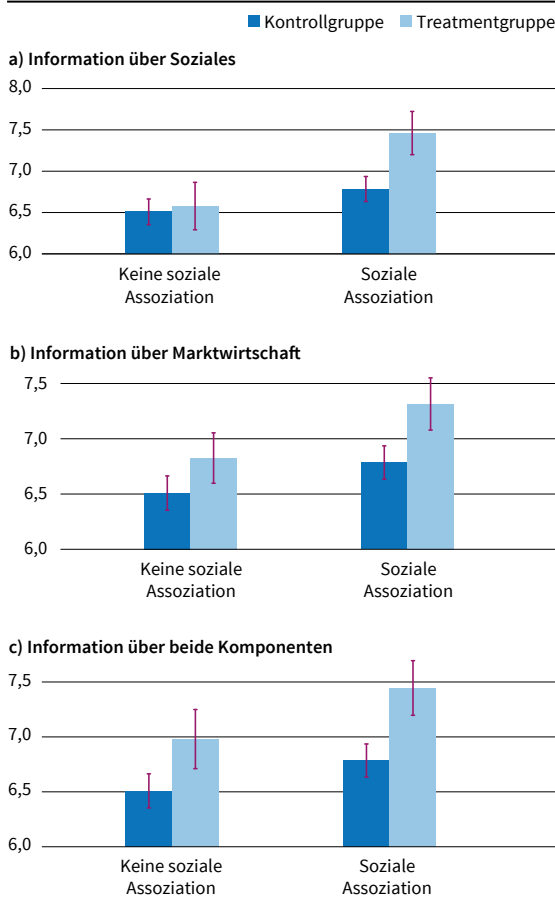
Quelle: Befragung von Bilendi & respondi und des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abb. 4

Ex-ante-Soziale-Assoziation

Werteangaben: Ex-post-Zustimmung zur SMW

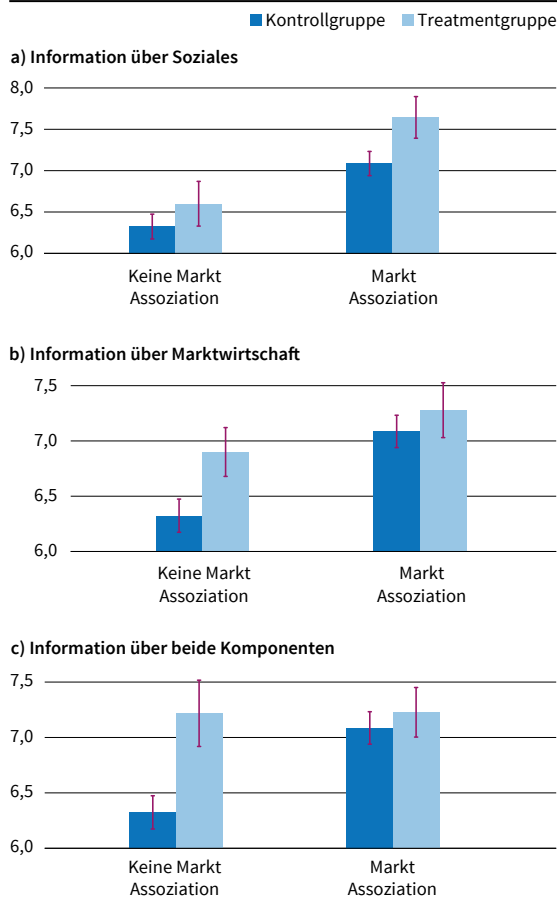


Quelle: Befragung von Bilendi & respondi und des ifo Instituts. © ifo Institut

Abb. 5

Ex-ante-Markt-Assoziationen

Werteangaben: Ex-post-Zustimmung zur SMW



Quelle: Befragung von Bilendi & respondi und des ifo Instituts. © ifo Institut

ken. Die Grafik zeigt, dass die bereitgestellten Informationen stärker wirken, wenn die ersten Gedanken der Befragten ex ante eine soziale Komponente der Marktwirtschaft beinhalteten. Der Effekt findet sich in allen drei Treatment-Armen.

Abbildung 5 zeigt die Mittelwerte der Ex-post-Zustimmung nach Kontroll- und Treatment-Gruppen abhängig davon, ob die Befragten ex ante eine marktwirtschaftliche Komponente mit der Sozialen Marktwirtschaft assoziieren. Insbesondere für das Markt-Treatment und das Treatment, das beide Komponenten enthielt, wird deutlich, dass die Treatments effektiv waren, wenn die Befragten keine marktwirtschaftliche Assoziation mit der Sozialen Marktwirtschaft aufweisen. Dies deutet darauf hin, dass das Aufklären über die Bedeutung des Wettbewerbs in der Sozialen Marktwirtschaft die Zustimmung zu dieser erhöhen kann.

FAZIT

In der Akzeptanz der Sozialen Marktwirtschaft liegt ein wichtiger Schlüssel für ein funktionierendes gesellschaftliches und wirtschaftliches Miteinander und die Sicherung langfristigen Wohlstands. In diesem Teil unserer Serie zur Sozialen Marktwirtschaft beschäftigen

wir uns daher mit der Frage, ob eine Konfrontation mit der eigentlichen Idee der Sozialen Marktwirtschaft ihre Akzeptanz unter den Befragten erhöhen kann. Unter Nutzung eines Umfrageexperiments zeigen wir, dass Teile der Bevölkerung weder auf die Information über die soziale oder marktwirtschaftliche Komponente noch auf Information über beide Komponenten reagieren. Das liegt zum großen Teil daran, dass die Befragten die Ideen der Gründerväter nicht als akkurates Bild der deutschen Realität wahrnehmen. Es deutet sich an, dass eine Konfrontation mit den Ideen der Gründerväter die Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft sogar reduzieren kann, wenn die Probanden die Information als nicht akkurat empfinden. Die Resultate zeigen aber auch, dass Befragte, die unsere Informationen als akkurates Bild ansehen, auf diese reagieren und insbesondere durch Fokussierung auf die verbindenden sozialen und wirtschaftlichen Elemente die Akzeptanz zur Sozialen Marktwirtschaft erhöht werden kann. Das neu gegründete Ludwig Erhard ifo Zentrum nimmt diese Ergebnisse zum Anlass, in Zukunft weitere Untersuchungen vorzunehmen, wie Bürgerinnen und Bürger, unter anderem durch Informationen, ihre Einstellungen zur Sozialen Marktwirtschaft als ganzes und als ökonomischen Mechanismus im Speziellen ändern.

REFERENZEN

- Alesina, A., A. Miano und S. Stantcheva (2022), »Immigration and Redistribution«, *The Review of Economic Studies*, verfügbar unter: <https://doi.org/10.1093/restud/rdac011>.
- Alesina, A., S. Stantcheva und E. Teso (2018), »Intergenerational Mobility and Preferences for Redistribution«, *American Economic Review* 108(2), 521–554.
- Blesse, S., K. Gründler, P. Heil, S. Necker, N. Potrafke, M. Schlepper und T. Wochner (2022a), »Die Soziale Marktwirtschaft aus Bevölkerungsperspektive I/III: Wie beliebt ist die Soziale Marktwirtschaft in der Bevölkerung?«, *ifo Schnelldienst* 75(9), 50–55.
- Blesse, S., K. Gründler, P. Heil, S. Necker, N. Potrafke, M. Schlepper und T. Wochner (2022b), »Die Soziale Marktwirtschaft aus Bevölkerungsperspektive II/III: Was verbindet die Bevölkerung mit der Sozialen Marktwirtschaft?«, *ifo Schnelldienst* 75(12), 35–39.
- Cruces, G., R. Perez-Truglia und M. Tetaz (2013), »Biased Perceptions of Income Distribution and Preferences for Redistribution: Evidence from a Survey Experiment«, *Journal of Public Economics* 98, 100–112.
- Haaland, I. und C. Roth (2020), »Labor Market Concerns and Support for Immigration«, *Journal of Public Economics* 191, 104256.
- Kuziemko, I., M. I. Norton, E. Saez und S. Stantcheva (2015), »How Elastic are Preferences for Redistribution? Evidence from Randomized Survey Experiments«, *American Economic Review* 105 (4), 1478–1508.
- Lergetporer, P., G. Schwerdt, K. Werner, M. R. West und L. Woessmann (2018), »How Information Affects Support for Education Spending: Evidence from Survey Experiments in Germany and the United States«, *Journal of Public Economics* 167, 138–157.
- Roth, C., S. Settele und J. Wohlfart (2022), »Beliefs about Public Debt and the Demand for Government Spending«, *Journal of Econometrics* 231(1), 165–187.