

TauBlog

Écrasez l'infâme!

Sachverständige: Konjunkturpaket kommt zu spät

André Tautenhahn · Monday, February 9th, 2009

Quelle: [Deutscher Bundestag](#)

Professor Peter Bofinger (Universität Würzburg) erklärte, es sei nicht nachvollziehbar, warum die steuerlichen Maßnahmen des Pakets erst in der zweiten Jahreshälfte 2009 wirksam werden sollten. Das passe nicht zum Verlauf der Krise und sei ein Fehler. Der private Verbrauch sei rückläufig. „Die ganze Story mit dem guten Weihnachtsgeschäft war falsch“, erklärte Bofinger.

Nur zur Kenntnis. Die Märchenstory über das tolle Weihnachtsgeschäft war nicht nur falsch, sondern eine Erfindung der PR-Agenturen. Und die Medien haben alle mitgemacht. Ich habe das im Hinblick auf die Berichterstattung in der Neuen Presse Hannover anschaulich beschrieben.

Ich habe auch [hier](#) dargelegt, wie mit Peter Bofingers Analysen in der Neuen Presse umgegangen wurde. Christoph Slangen, der ihn für das Blatt im letzten Monat interviewte, hat nichts begreifen und immer nur auf die Schuldenbremse abheben wollen, von der Bofinger ganz klar sagte, dass sie totaler Blödsinn ist. Alles andere, was Bofinger zur Wirtschaftspolitik zu sagen hatte, prallte in stoischer Weise an Slangen, der fleischgewordenen Borniertheit, ab.

Steuerentlastungen an sich sind kein geeignetes Mittel, um für konjunkturelle Belebung zu sorgen. Da gibt es weitaus wirksamere Instrumente. Nur wenn man davon überzeugt ist, dass Steuerentlastungen das Richtige seien, um in der Krise einen Impuls zu setzen, so wie es die Bundesregierung verlautbart, wieso lässt man sich dann so viel Zeit bei der Umsetzung dieser Maßnahme? Da hat Peter Bofinger völlig Recht. Das ist widersinnig, vor allem wenn man sich vor Augen führt, welchen Verlauf der gerade jetzt so wichtige private Konsum seit Jahren genommen hat.

Das Märchen über den „Weihnachtskaufrausch“ sollte also nur dazu dienen, der Bundesregierung den Rücken frei zu halten. Es sollte der Eindruck erweckt werden, die Regierung hätte genügend Zeit zu handeln. Und es standen schließlich einige Politiker vor den Mikrofonen, die angesichts des Weihnachtsmärchens verkündeten, dass nunmehr keine unmittelbare Notwendigkeit für ein großzügiges Konjunkturpaket bestünde.

An diesem Beispiel kann man wunderschön studieren, wie PR-Kampagnen gezielt in der Tagespresse lanciert wurden, um politische wie auch wirtschaftliche Interessen durchzusetzen. Von

unabhängiger Berichterstattung keine Spur. Im Gegenteil. Manchmal hat man den Eindruck, solche Journalisten bekommen extra Geld dafür. So lässt sich in Zeiten der andauernden Zeitungskrise, die mit dem Finanzdesaster im übrigen rein gar nichts zu tun hat, auch Geld verdienen.

Witzig und erschreckend zugleich ist dabei nur, dass sich der Chefredakteur der Neuen Presse Hannover auch noch künstlich aufspielte, als bekannt wurde, dass Ministerien vorgefertigte Beiträge an Redaktionen verkauften. Angesichts der Kampagnen, die die Neue Presse Hannover in der letzten Zeit fährt, ist das echt der Hammer und eine bodenlose Unverschämtheit.

This entry was posted on Monday, February 9th, 2009 at 8:08 pm and is filed under [Medienkritik](#), [Nachrichten](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.