

Fünf Fragen an Martin Kroh

Materialistisch oder nicht? Werte prägen vor allem das Wahlverhalten.



Herr Dr. Kroh, in Ihrer Untersuchung unterscheiden Sie zwischen „materialistischen“ und „postmaterialistischen“ Werten. Was ist der entscheidende Unterschied?

Unter Materialismus verstehen die Sozialwissenschaftler, dass Personen Sicherheit, wirtschaftlichen Aufstieg und ökonomische Absicherung höher bewerten, als sogenannte postmaterialistische Ziele wie individuelle Selbstentfaltung, Emanzipation, politische Mitbestimmung oder auch politische Ziele wie Umweltschutz.

Sie beobachten einen Wertewandel in Deutschland. Wie sieht dieser Wertewandel aus, und worauf ist er zurückzuführen?

Unsere Daten umfassen 20 Jahre für Westdeutschland und die letzten zehn Jahre für Ostdeutschland. Wir stellen fest, dass in Westdeutschland der Anteil an Postmaterialisten von 38 auf 47 Prozent zugenommen hat, während er sich in Ostdeutschland von 22 auf 45 Prozent verdoppelt hat. Die gängige Erklärung für Westdeutschland ist, dass dieser Prozess schon seit Jahrzehnten läuft. Die Kriegsgeneration ist in materiell schwierigen Zeiten aufgewachsen und hat entsprechend materialistische Werte entwickelt. Diese Menschen bewerten ökonomische Sicherheit höher als zum Beispiel Selbstverwirklichung. Die Nachkriegsgenerationen hingegen, die in Wohlstand und politischer Sicherheit aufgewachsen sind, nehmen materielle Sicherheit eher als gegeben wahr. Sie haben postmaterialistische Ziele entwickelt und orientieren sich verstärkt an Werten wie gesellschaftlicher Beteiligung oder Emanzipation. In Ostdeutschland stand die Bevölkerung noch Mitte der 90er Jahre unter dem Eindruck des wirtschaftlichen Zusammenbruchs. Dies ist vermutlich der Grund, warum dort noch die ökonomische Sicherheit sehr wichtig war. Das aber hat sich deutlich gewandelt.

Welche Unterschiede gibt es zwischen den verschiedenen Bevölkerungsgruppen in Deutschland?

Geringe Unterschiede zeigen sich hinsichtlich beruflicher Stellung und Einkommen. Selbständige oder leitende Angestellte sind postmaterialistischer als Arbeiter; Menschen mit hohem Einkommen sind postmaterialistischer als Leute mit geringem Einkommen. Ein etwas größerer Unterschied zeigt sich bei der Bildung: Abiturienten sind postmaterialistischer als Hauptschulabgänger. Dennoch sind diese Unterschiede nicht so dramatisch. Am stärksten ist die Koppelung bei den politischen Präferenzen: Anhänger von Bündnis 90/Die Grünen sind zu drei Vierteln Postmaterialisten, während Anhänger der Unionsparteien zu zwei Dritteln Materialisten sind.

Welche gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen hat dieser Wertewandel in Deutschland?

Dieser Wertewandel hat auf jeden Fall gesellschaftspolitische Auswirkungen. Falls der Trend zum Postmaterialismus anhalten sollte, werden neben ordnungspolitischen

Fragestellungen verteilungspolitische Fragen in zunehmendem Maße wichtig. Auch Arbeitgeber werden in Zukunft mit anderen Anforderungen der Beschäftigten konfrontiert sein. Zum Beispiel könnte der Wunsch nach beruflicher Weiterentwicklung gegenüber der Entlohnung einen höheren Stellenwert einnehmen.

Wie sollte man auf diese Entwicklung reagieren?

Man muss auf diese Entwicklung reagieren, das zeigen auch aktuelle politische Maßnahmen. Zum Beispiel sollte Frauen, die den Wunsch haben, beruflich erfolgreich zu sein, die Berufstätigkeit erleichtert werden. Ein anderes Beispiel ist die Gleichstellung nicht ehelicher Partnerschaften. Man sieht also Ansätze in der Politik, dass ein Wertewandel sich auch in der Anpassung politischer Regelungen äußert.

Die Politik muss
» auf den Wertewandel reagieren. «

Dr. Martin Kroh,
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter in
der Abteilung
Längsschnittstudie
Sozio-ökonomisches
Panel (SOEP)
am DIW Berlin

Das Gespräch führte
Erich Wittenberg.

Das Interview zum
Anhören finden Sie auf
www.diw.de

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran
(Vizepräsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
PD Dr. Elke Holst
Carel Mohn
Vanessa von Schlippenbach
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,-
Einzelheft Euro 7,-
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die Stabs-
abteilung Kommunikation des DIW
Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.