

Hyll, Walter; Schneider, Lutz

Article

Der Einfluss des Fernsehkonsums auf unsere Präferenzen

Wirtschaft im Wandel

Provided in Cooperation with:

Halle Institute for Economic Research (IWH) – Member of the Leibniz Association

Suggested Citation: Hyll, Walter; Schneider, Lutz (2013) : Der Einfluss des Fernsehkonsums auf unsere Präferenzen, *Wirtschaft im Wandel*, ISSN 2194-2129, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Halle (Saale), Vol. 19, Iss. 2, pp. 26-29

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/144022>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Der Einfluss des Fernsehkonsums auf unsere Präferenzen*

Walter Hyll, Lutz Schneider

Fernsehen kann heutzutage als Freizeitbeschäftigung Nummer eins angesehen werden. Angesichts der großen Bedeutung dieses Mediums geht der Beitrag der Frage nach, ob Fernsehkonsum unser Verhalten und unsere Präferenzen beeinflusst. Um einen potenziellen Effekt methodisch einwandfrei identifizieren zu können, macht sich die Untersuchung ein einzigartiges natürliches Experiment innerhalb der DDR zunutze. Aufgrund von topographischen Gegebenheiten war es in einzelnen Regionen der DDR nicht möglich, Westfernsehprogramme zu empfangen. Dadurch kam es zu einer natürlichen Variation der Empfangsqualität. Die ökonometrische Analyse von Umfragedaten des Zentralinstituts für Jugendforschung der DDR aus den Jahren 1988/1989 kommt zu dem Ergebnis, dass der Konsum von Westfernsehen die materiellen Aspirationen, also die Konsum- und Einkommenswünsche, erhöht hat.

Ansprechpartner: Walter Hyll (Walter.Hyll@iwh-halle.de)

JEL-Klassifikation: C26, D12, I31

Schlagwörter: natürliches Experiment, Fernsehkonsum, materielle Aspirationen

„EU-Rekord: So viel TV-Konsum wie noch nie“ betitelte der Werbevermarkter IP Deutschland im Juli 2012 eine Pressemeldung zur Studie „Television – International Key Facts“, die jährlich von IP Networks herausgegeben wird. Die Pressemitteilung offenbart, dass EU-Europäer im Schnitt täglich 230 Minuten fernsehen (Zahlen für das Jahr 2011). Den Spitzenplatz konnte sich Serbien sichern, wo ein durchschnittlicher Bürger einen Wert von 308 Minuten erzielt. In den USA kommt man auf eine Sehdauer von immerhin 290 Minuten am Tag, in Deutschland sind es 225 Minuten. Damit belegt Fernsehen unangefochten den ersten Platz im Freizeitverhalten. Es liegt daher nahe, von diesem Medium eine nicht zu unterschätzende Wirkung auf unsere Präferenzen zu erwarten.

Wie beeinflusst das Fernsehen unser Verhalten und unsere Präferenzen vor dem Hintergrund der Tatsache, dass diesem Medium eine enorme Bedeutung in der heutigen Lebenswelt zukommt? Die vorliegende empirische Analyse widmet sich genau dieser Frage, und zwar bezogen auf eine spezielle Dimension von Präferenzen, nämlich materielle Aspirationen, insbesondere Konsumansprüche.

Aspiration und Fernsehkonsum

Als Aspiration werden in der Psychologie unser Verlangen, unsere Ansprüche bzw. Wünsche nach Einkommen, nach Konsumgütern oder auch nach sozialem Status bezeichnet, also nach den Dingen, die wir haben wollen. Aspirationen können verschiedene Dimensionen umfassen. Konsumaspiration bezieht sich beispielsweise auf Güter, die Personen als notwendig erachten, um ein gutes Leben führen zu können. Eine weitere Ausprägung stellt die Einkommensaspiration dar. Im Mittelpunkt steht hier das subjektive Minimaleinkommen, also das Einkommen, mit dem man glaubt, gerade noch (gut) leben zu können. In der empirischen Glücksforschung haben sich materielle Aspirationen als eine wesentliche Determinante des subjektiven Wohlbefindens herauskristallisiert. Gemäß der neueren Glücksforschung ergibt sich die individuelle Lebenszufriedenheit als Differenz zwischen dem tatsächlich erreichten Status und den eigenen Wünschen bzw. Ansprüchen. Steigen die Ansprüche, also die Aspirationen, bei gegebenem Einkommen oder Konsum, so vergrößert sich die Lücke zwischen Wunsch und Wirklichkeit – was sich in der Folge negativ auf die individuelle Lebenszufriedenheit auswirkt.

Wie werden die materiellen Aspirationen, also die Ansprüche mit Blick auf Konsum und Einkommen, bestimmt und beeinflusst? In der ökonomischen Literatur konnten vor allem zwei Bestim-

* Dieser Artikel basiert auf dem Aufsatz Hyll, W.; Schneider, L.: The Causal Effect of Watching TV on Material Aspirations: Evidence from the „Valley of the Innocent“, in: *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 86 (2013), 37-51.

mungsfaktoren von Aspirationen belegt werden. Der *erste* Aspekt betrifft Vergleiche mit anderen. Wurzeln zu diesen Überlegungen finden sich bereits bei den Philosophen der Antike. Beispielsweise führen Menschen Selbsteinschätzungen auf Basis von Vergleichen mit Mitmenschen durch. Als Benchmark dienen dabei Fähigkeiten und Fertigkeiten anderer Personen. Vergleiche beeinflussen unser Handeln und wirken sich auf das subjektive Wohlbefinden aus. Vergleiche werden nicht nur absichtlich angestellt, sondern auch unbewusst durchgeführt, können abwärts gerichtet sein – auf Personen, denen es schlechter geht – oder nach oben tendieren, sprich auf Personen, deren materielle Position als besser wahrgenommen wird.

Eine *zweite* wichtige Determinante der Aspiration ist die so genannte Adaption. Ansprüche steigen mit dem bisherigen bzw. vorangegangenen Konsum und Einkommen. Menschen gewöhnen sich sehr schnell an ihren Konsumstandard, sie passen in der Folge ihre Aspirationen an einen höheren Konsum bzw. an ein höheres Einkommen an. Was also anfangs noch als Luxus galt, wird, ist es einmal erreicht, schnell zum Normalmaß.

Bemerkenswert ist nun, dass diese beiden Mechanismen der Entwicklung von materiellen Aspirationen nicht nur in der „realen Welt“ zu beobachten sind, sondern in einem substanziellen Umfang auch „virtuell“ ablaufen – d. h. über mediale Repräsentation, vor allem im Fernsehen.

Das Fernsehen bietet verschiedene Möglichkeiten, die Aspirationen zu beeinflussen, in denen sich die beschriebenen Grundmuster von Vergleich und Adaption leicht wiederfinden lassen. Im Fernsehen – speziell durch die Werbung – wird eine Vielzahl neuer Produkte vorgestellt. Dadurch werden erstens Konsumwünsche nach diesen Produkten geweckt; zweitens sinkt die Zufriedenheit mit vorhandenen Gütern, wenn die Zuschauer fortwährend mit vermeintlich besseren und neueren Produkten konfrontiert werden (Adaptionskanal). Auch der Aspekt des Vergleiches mit anderen (virtuellen) Personen ist nicht zu vernachlässigen. Filme und Serien ermöglichen den Vergleich mit neuen (meist viel wohlhabenderen) Bezugs- bzw. Referenzgruppen. Die Einkommens- und Konsumvergleiche finden nunmehr nicht nur in der realen Welt statt, d. h. über Familie, Arbeitsplatz oder Freundeskreis, sondern ebenfalls mit virtuellen Referenzgruppen, die aus Fernsehcharakteren bestehen.

Ein Experiment innerhalb eines Experimentes

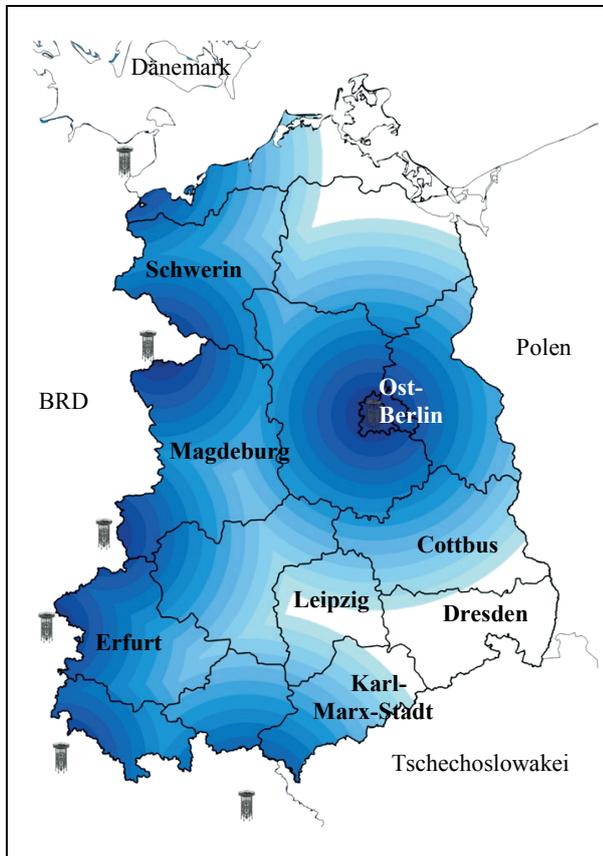
Um methodisch einwandfrei nachzuweisen, welchen Effekt das Fernsehen auf die materiellen Dispositionen ausübt, müsste ein Experiment derart gestaltet sein, dass zwei über einen reinen Zufallsprozess gebildete Gruppen – eine Versuchsgruppe und eine Kontrollgruppe – dem Einfluss des Fernsehens ausgesetzt (Versuchsgruppe) oder eben gerade nicht ausgesetzt (Kontrollgruppe) werden. Während beispielsweise die Versuchsgruppe sich täglich einer Folge „Dallas“ oder „Reich und Schön“ unterziehen darf, muss die Kontrollgruppe darauf verzichten. Ein Vergleich der Aspirationsniveaus zwischen beiden Gruppen vor und nach der „Behandlung“ mit Fernsehen, welcher natürlich sehr langfristig erfolgen müsste, ließe Rückschlüsse auf den Einfluss von Fernsehkonsum auf die Aspiration zu. Abgesehen von Laborexperimenten sind für ökonomische Fragestellungen experimentelle Szenarien, insbesondere langfristige, kaum existent. Die vorliegende Studie macht sich jedoch ein „natürliches Experiment“ innerhalb Deutschlands zunutze.

Infolge der innerdeutschen Teilung nach dem Zweiten Weltkrieg haben sich die Fernsehanstalten in Ost- und Westdeutschland unterschiedlich entwickelt. Beispielsweise war das DDR-Fernsehen ab dem Jahr 1975 aus Mangel an Produktwettbewerb frei von Werbung. Programme, die einen Einblick in die wohlhabendere und reichere Welt des Westens gegeben hätten, wurden in der DDR nicht ausgestrahlt. Ebenso verfolgten die dargestellten Charaktere keine individualistischen Präferenzen. Im Gegenteil, materielle Werte wurden eher in ein negatives Licht gerückt. In Summe war das Fernsehen der DDR nicht konsumorientiert ausgelegt. Ganz im Gegenteil dazu das Westfernsehen. In Werbungen und Game-Shows wurde eine Vielfalt an Produkten angepriesen. Materielle Werte, Wohlstand als Weg zum Glück und individuelle Lebensstile dominierten Filme und Serien. Ein erheblicher Teil der Fernsehfiguren lebte in einer Traumwelt umgeben von Luxus und Wohlstand.

Ein bloßer Vergleich der Konsumeinstellungen der Menschen in der BRD mit denjenigen in der DDR würde zu einem falschen Ergebnis führen, da sich die Volkswirtschaften fundamental – und nicht nur in der unterschiedlichen Ausgestaltung des Fernsehprogramms – unterschieden haben. Es gibt also eine Vielzahl weiterer Faktoren, welche die Präferenzen der jeweiligen Bewohner beeinflussen konnten. Die Analyse basiert daher nicht auf dem Vergleich

von DDR und BRD, sondern auf einem Experiment, das *innerhalb* der DDR stattgefunden hat.

Abbildung:
Signalstärke westlicher Sendeanlagen innerhalb der DDR



Anmerkung: Gekennzeichnete Bezirke sind in die Untersuchung eingeflossen. Der Schattierungsgrad entspricht der Signalstärke.

Quelle: Die Welt, 27. Oktober 1980; Darstellung des IWH.

Während des Kalten Krieges zielten Übertragungen aus der BRD darauf ab, unzensurierte Informationen und prowestliche Stimmung zu verbreiten. Es wurden sogar Programme speziell für die DDR-Bevölkerung gesendet. Um die Erreichbarkeit der westdeutschen Programme innerhalb der DDR zu erhöhen, wurden mehrere Sendemasten in Grenznähe aufgestellt. Durch das Westfernsehen wurde einem Großteil der DDR-Bürger ein Einblick in die westliche Konsumwelt ermöglicht. Aufgrund topographischer Gegebenheiten und der Entfernung zu den Sendemasten war es in einigen Regionen allerdings nicht möglich, Westfernsehen zu empfangen. Teile der DDR-Bezirke – Neubrandenburg und Rostock, vor allem aber der Bezirk Dresden – waren davon betroffen. In Anspielung auf den nicht vorhandenen Westempfang wurden diese Regionen in der ostdeutschen Bevölkerung

auch als „Tal der Ahnungslosen“ bezeichnet. Somit wurde auf natürliche Weise der Fall hergestellt, dass eine Gruppe zufällig Westfernsehen empfangen konnte, während eine andere Gruppe – die Bewohner des Tals der Ahnungslosen – vom Westempfang ausgeschlossen war. Dieser Sachverhalt wird anschaulich in der Abbildung dargestellt. Alle bezeichneten DDR-Bezirke sind in die Untersuchung eingeflossen. Der Schattierungsgrad der einzelnen Kreise entspricht der Signalstärke westlicher Sender, die mit dem Abstand zur BRD und zu West-Berlin abnimmt. Gut ersichtlich ist, dass sich gerade die Region Dresden fast eins zu eins mit dem (West-)Funkloch deckt.

Um potenzielle Fernseheinflüsse aus Westmedien valide identifizieren zu können, muss sichergestellt sein, dass sich die ostdeutsche Bevölkerung in den einzelnen Regionen bis auf die Verfügbarkeit von Westfernsehen nicht unterschieden hat – jedenfalls nicht mit Blick auf Faktoren, welche materielle Aspirationen beeinflussen. Beim Vergleich der soziodemographischen Merkmale, also Alter, Geschlecht, Familienstand, Religionszugehörigkeit, Kinderanzahl, Einkommen oder Bildung, anhand des verfügbaren Datenmaterials des Zentralinstituts für Jugendforschung aus den späten 1980er Jahren fallen keine grundlegenden Unterschiede ins Auge. Ferner war das politische System der DDR in Form der Ideologie des „Demokratischen Zentralismus“ geradezu darauf angelegt, etwaige regionale Besonderheiten abzubauen. Vom Kleinkindalter aufwärts gab es ein einheitliches, zentral organisiertes Bildungswesen. Neben der Wissensvermittlung wurde der politischen Erziehung ein hoher Stellenwert eingeräumt. Fast alle Kinder besuchten den Kindergarten (im Jahr 1978 über 90%). Es ist daher nicht davon auszugehen, dass das Bildungssystem zu regional unterschiedlichen Präferenzen geführt hat. Der elterliche Einfluss auf die Entwicklung der Kinder war ebenso eingeschränkt, da ein Großteil der Eltern berufstätig war (die Frauenerwerbsquote betrug 80%). Dazu kommt, dass die Eltern größtenteils selbst in der DDR sozialisiert worden waren, was wiederum auf relativ homogene Präferenzen hindeutet. Ebenfalls kann ausgeschlossen werden, dass sich durch selektive Wanderungsströme Bewohner des Tals der Ahnungslosen von Bewohnern anderer Regionen in nicht beobachtbaren Eigenschaften unterschieden haben. Die zentrale Planung des Arbeits- und Wohnungsmarktes unterminierte die Arbeitskräftemobilität. Die generelle Knappheit an Wohnungen trug noch einen erheblichen Teil dazu bei.

All dies führt zu der Schlussfolgerung, dass regionale Bevölkerungsgruppen vornehmlich durch den unterschiedlichen Zugang zu Westfernsehen differenziert werden können. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass etwaige Präferenzunterschiede – unter Berücksichtigung persönlicher Merkmale wie Alter, Geschlecht etc. – dem Fernsehkanal zugeschrieben werden können.

Welchen Effekt hat nun Fernsehkonsum auf die Aspiration? Die Analyse basiert auf einer Umfrage des Zentralinstituts für Jugendforschung der DDR, die Ende 1988 bzw. Anfang 1989 durchgeführt wurde. Insgesamt haben 3 564 Personen an der Umfrage teilgenommen. Die Untersuchungsregion umfasste acht Bezirke einschließlich Dresden. Ende 1988 lebten rund 1,8 Millionen Menschen im Bezirk Dresden und 8,5 Millionen in den anderen sieben Untersuchungsbezirken. Dieses Verhältnis spiegelt sich auch in der Umfrage wider: 20% der Befragten stammten aus Dresden. Das Durchschnittsalter der Probanden betrug 23 Jahre. Berücksichtigt man, dass in den 1960er Jahren noch mit diversen Kampagnen versucht wurde, Westfernsehen zu unterbinden, in den 1970er Jahren Westfernsehen jedoch, einhergehend mit einer Normalisierung der Beziehungen zwischen West- und Ostdeutschland, toleriert wurde, so kann davon ausgegangen werden, dass Befragte außerhalb des Tals der Ahnungslosen mindestens 15 Jahre lang Westprogramm sehen konnten. Die Umfrage liefert Informationen zur tatsächlichen Nutzung westdeutscher Fernsehsender, zu Konsum- und Einkommensaspirationen – etwa der Bedeutung, einen größeren persönlichen Besitz (Grundstück, Haus, teures Auto usw.) zu erwerben –, zum Wohnort und zu etlichen sozio-ökonomischen Faktoren.

Der Vergleich der Aspirationsniveaus über alle Regionen hinweg zeigt, dass die Bevölkerungsgruppen aus Bezirken mit Westempfang in ihren Antworten auf die entsprechenden Fragen deutlich höhere Einkommens- und Konsumaspirationen ausdrücken als Personen aus dem Bezirk Dresden. Diese Tatsache ist dem Einfluss des Westfernsehens zuzuschreiben. Gemäß unserer ökonometrischen Analyse erhöhte sich die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person hohe Konsumansprüche äußert, von 9% auf 14%, falls die Person statt niemals täglich Westfernsehen genoss. Das heißt, in der Gruppe der täglichen Westfernsehenden war die Anzahl der Personen mit hohem Aspirationsniveau um mehr als 50% höher als in der Gruppe ohne jeglichen Westfernsehkonsum.

Ein weiteres Indiz für den Einfluss des Fernsehkonsums liefert eine Kontrollanalyse basierend auf Umfrageerhebungen aus den frühen 1970er Jahren. Zu diesem Zeitpunkt, als Westfernsehen noch nicht so sehr verbreitet war, können keine Unterschiede zwischen den Regionen hinsichtlich der Einkommensaspirationen festgestellt werden.

Fazit

Die Untersuchung hat von einem natürlichen Experiment Gebrauch gemacht, das sich innerhalb der DDR abgespielt hat. Aufgrund topographischer Gegebenheiten waren mehrere Regionen der DDR vom Westfernsehempfang abgeschnitten. Dadurch kam es zu einer natürlichen Variation der Empfangsmöglichkeiten. Die vergleichende Analyse der Bevölkerungsgruppen mit und ohne Zugang zu westdeutschen Fernsehprogrammen liefert einen klaren Beleg, dass auch Fernsehkonsum unsere Präferenzen formt.

Mit Blick auf die Entwicklung unserer Lebenszufriedenheit gibt dieser Befund Anlass zu Nachdenklichkeit. Elektronische Medien vermitteln ununterbrochen Wertvorstellungen und Images, die zu einem ständigen Anstieg unserer Aspiration beitragen und die Lücke zwischen tatsächlichem Besitz oder Vermögen und Aspiration aufrechterhalten. Trotz Wirtschaftswachstum und einem höheren „objektiven“ Wohlstand steigt die individuelle Zufriedenheit nicht. Die rasante Entwicklung und Verbreitung der neuen Medien und die damit verbundene Omnipräsenz virtueller Inhalte verheißt für das Glück der Nutzer also nicht nur Gutes. Hinzu kommt die explosionsartig voranschreitende Vernetzung über die sozialen Medien, welche die Präferenzbildung über eine Vergrößerung der Referenzgruppe beeinflusst. Allerdings könnte hiervon auch eine nivellierende Wirkung ausgehen, sofern man sich in diesen Netzwerken eher unter seinesgleichen bewegt.

Allgemein legen die Ergebnisse nahe, dass Medien es vermögen, neben materieller Aspiration auch andere Präferenzen zu beeinflussen. Dies hätte Implikationen für Politikmaßnahmen, wenn diese beispielsweise durch Fernsehimages bestärkt oder unterminiert werden. So könnte die politisch gewünschte Erhöhung der Geburtenrate durch die Medien konterkariert werden, sofern diese die Vorzüge des Singledaseins in den Vordergrund rücken bzw. überrepräsentieren.