

Wittenberg, Erich; Kroh, Martin

**Article**

## Materialistisch oder nicht? Werte prägen vor allem das Wahlverhalten: Fünf Fragen an Martin Kroh

DIW Wochenbericht

**Provided in Cooperation with:**

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

*Suggested Citation:* Wittenberg, Erich; Kroh, Martin (2008) : Materialistisch oder nicht? Werte prägen vor allem das Wahlverhalten: Fünf Fragen an Martin Kroh, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 75, Iss. 34, pp. 481-

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151653>

**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.*

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](http://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.