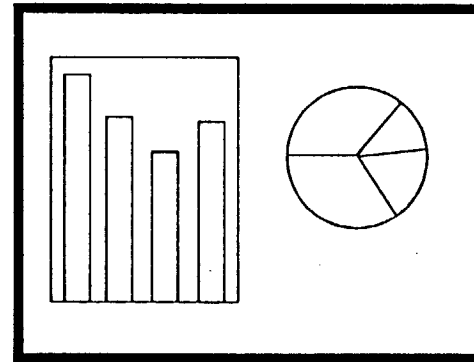


BasisResearch-TRENDMONITOR

Was ist das?

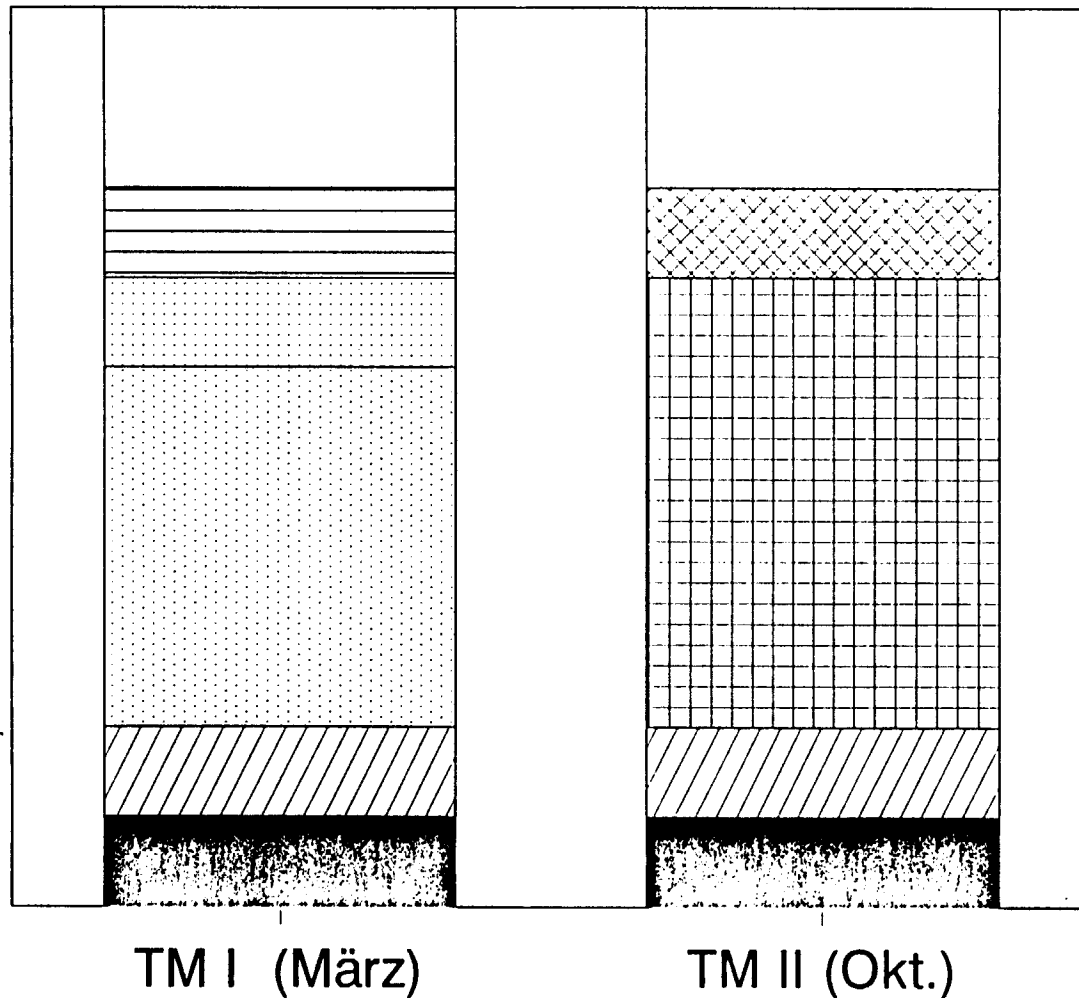
BasisResearch-TRENDMONITOR:

Eine Befragungsreihe
zur Erfassung von
Wertorientierungen,
Problemwahrnehmungen,
Einstellungen
und Meinungen
der Bevölkerung
in Deutschland



TRENDMONITOR-Inhalte

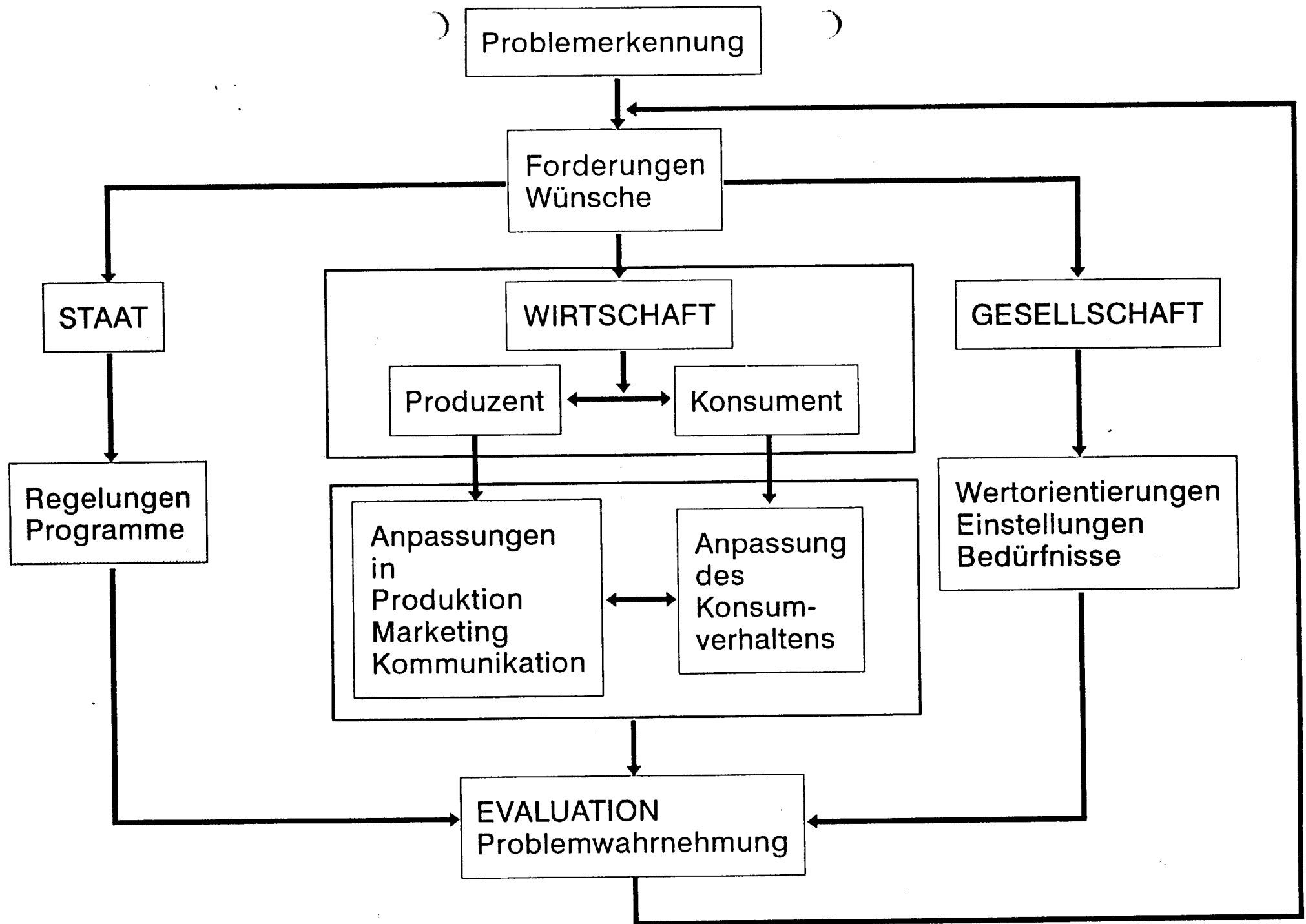
2 Wellen je 2500 Befragte
(1991: 1500 West-D. + 1000 Ost.-D.)



Themen:

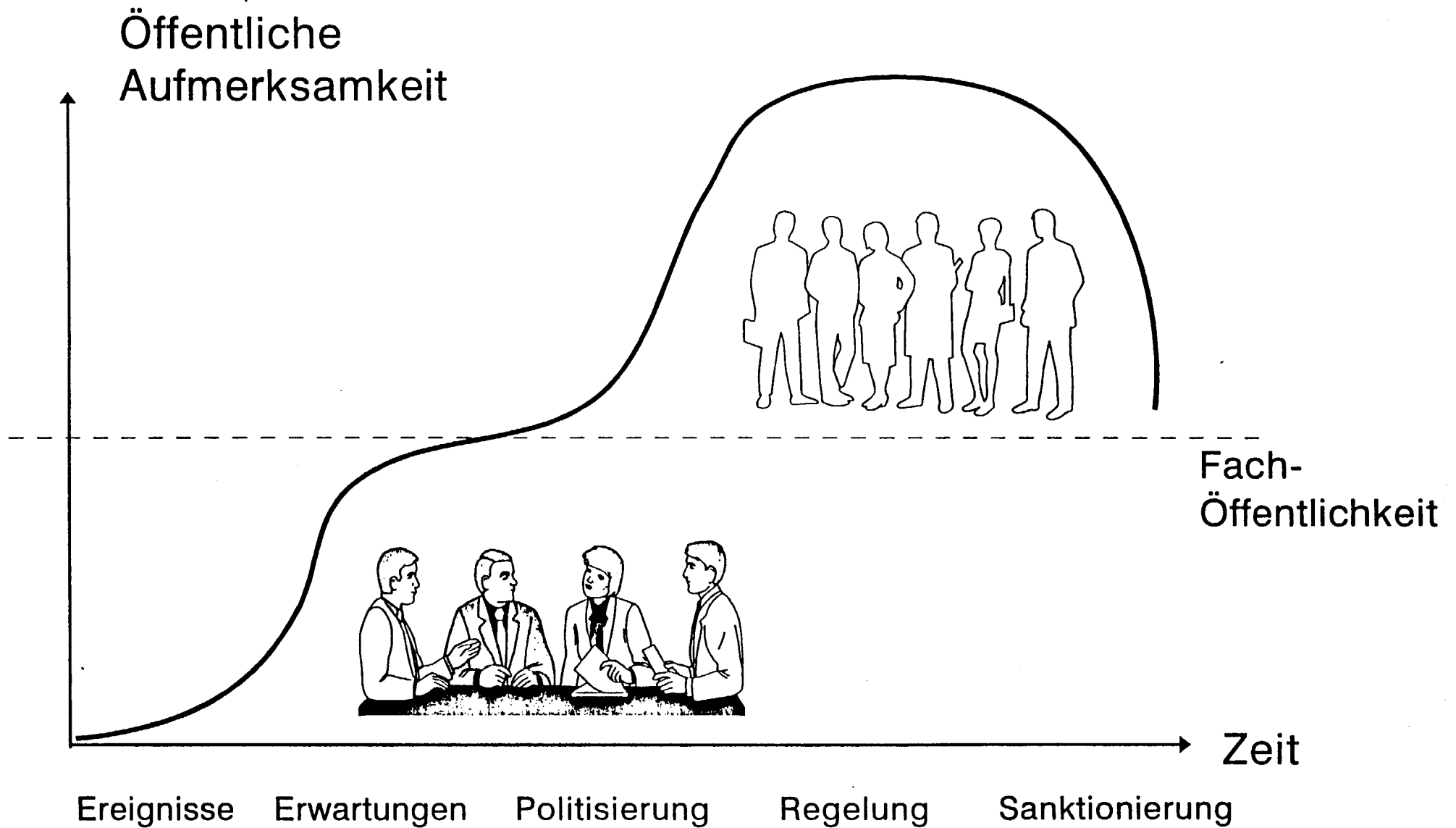
- ☐ Soziodemografie
- ☒ ARBEITSWELT
- ☒ STAAT + GESELLSCHAFT
- ☐ FAMILIE
- ☐ FREIZEIT
- ☒ KONSUM
- ☒ Globales Wertesystem
- ☒ Allg. Indikatoren

***Problemwahrnehmung
und
Selbstregelung
eines Systems***

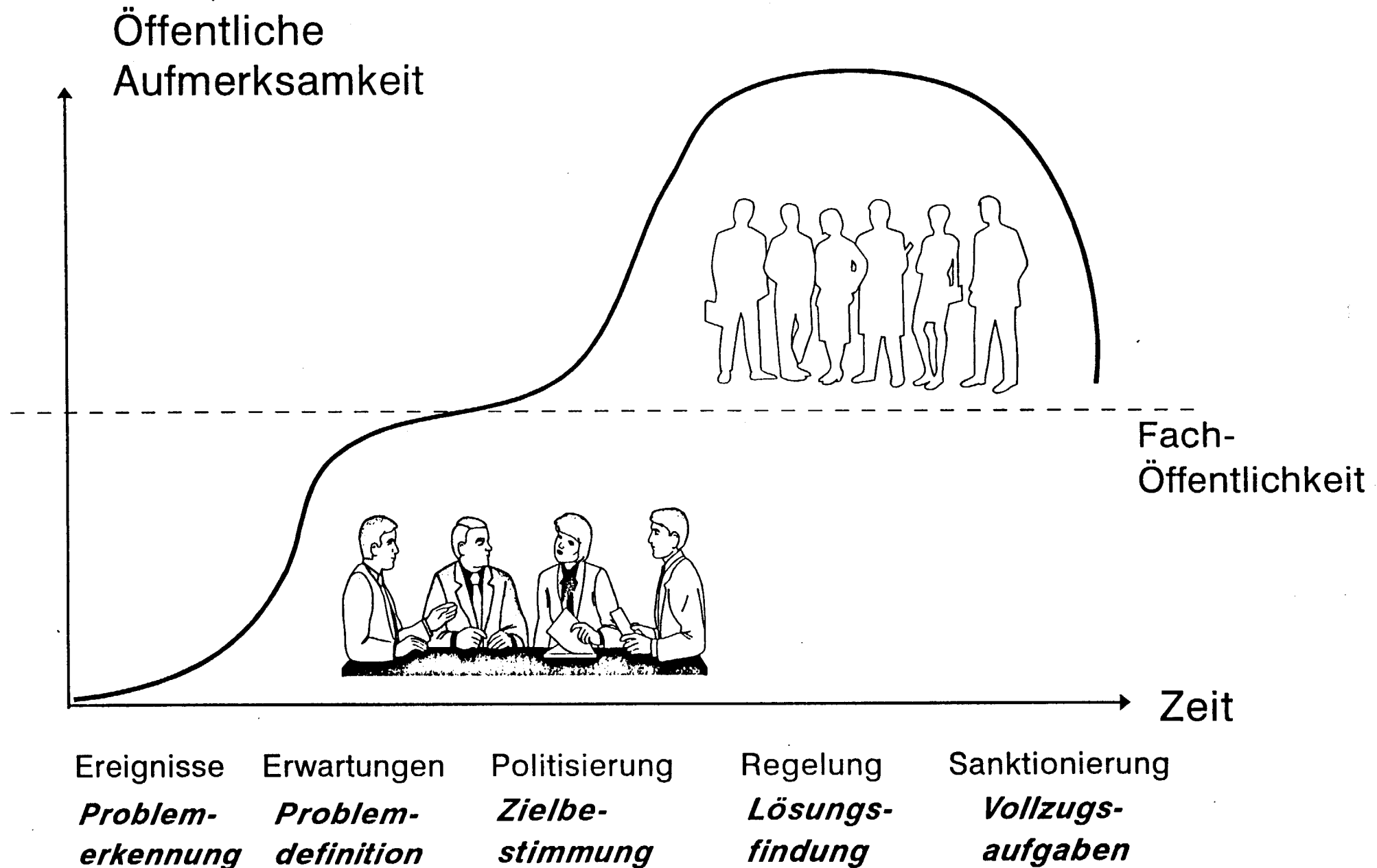


Die Untersuchungsreihe TRENDMONITOR
enthält (u.a.) Indikatoren für alle wichtigen
Elemente und Beziehungen des Modells

Lebenszyklus gesellschaftlicher Anliegen



Lebenszyklus gesellschaftlicher Anliegen



*Ohne angemessene unternehmerische Reaktion
werden die gesellschaftlichen Anliegen von heute
zu den politischen Problemen von morgen,
die übermorgen geregelt werden (müssen)
und die am Tag darauf ein bestimmtes Verhalten
unter Sanktionsandrohung vorschreiben -
... ob es uns paßt oder nicht!*

Die Untersuchungsreihe TRENDMONITOR
enthält (u.a.) Indikatoren für
die Beobachtung der Entwicklung
gesellschaftlicher Anliegen

B. WERTORIENTIERUNGEN

6. DAS "GLOBALE WERTESYSTEM"

6.1 Neue Abfragetechnik -----

Im Zuge der Überarbeitung des TREND-MONITORS haben wir nun in der zweiten Welle des Jahres 1989 (nach einem Experiment in der ersten Welle) eine für die Interviewer weniger zeitraubende und für den mit diesen Daten arbeitenden Abonnenten durchschaubare Form der Abfrage gewählt.

1984 wurde die bis 1988 praktizierte Abfrage konzipiert. Den Befragten werden 21 Kärtchen nacheinander vorgelegt, auf denen jeweils 4-er Kombinationen der Statements stehen (diese stellen eine "repräsentative" Auswahl der theoretisch möglichen Kombinationen dar). Aus diesen Gruppen mit je 4 Statements hatte der Befragte jeweils zu bestimmen, welches "das Wichtigste" und welches "das am wenigsten Wichtige" für ihn selbst ist.

Aus diesen Angaben wurde für jeden Befragten und für jeden Wert eine Rangreihe errechnet (ein Index theoretisch von 0 bis 999). Dieser Index besaß streng genommen lediglich das Niveau einer Rangskala, die Anwendung multivariater Verfahren war insofern immer fragwürdig, ebenso konnten Konfidenzintervalle allenfalls geschätzt werden (wir haben uns beholfen, indem wir die praktische Spannweite des Index von etwa 50 bis 350 einer 7-er Skala gleichsetzten und Konfidenzintervalle analog abschätzten).

Für die Verwendung dieses Verfahrens sprach aus damaliger Sicht, daß es für einen Befragten praktisch unmöglich ist, eine einigermaßen valide Rangreihung von 21 Aussagen vorzunehmen. Es ergibt sich dabei stets eine Reihe, die nur an den Extrema eindeutig ist. Heute wissen wir, daß auch das Auswahlverfahren und die Indexberechnung keine Verbesserung bringen, denn - wie die Erfahrungen zeigen - sind auch die Indexwerte im mittleren Bereich der Rangskala so nahe beieinander, daß sich zwischen den einzelnen Wellen des TREND-MONITOR erhebliche "Fahrstuhleffekte" ergaben. (Deshalb haben wir in unseren Grafiken immer nur Jahreswerte ausgewiesen). Wir

wissen heute auch, daß es keinen Ausweg aus diesem Problem gibt, sondern daß man damit leben muß (Dieselben Probleme findet man auch bei allen Verfahren des "conjoint-measurement".)

Die Erfahrungen mit den "spezifischen Wertesystemen", die ja schon immer durch einfache Skalierung der Zustimmung ermittelt worden sind, zeigen, daß dieses Verfahren letztlich - trotz seiner Mängel - gut brauchbar ist. Aus diesem Grunde haben wir das "Globale Wertesystem" 1989 mit Hilfe einer Skala abgefragt. Wir wissen wohl, daß die Forschung zu Skalierungsmethoden gezeigt hat, daß Skalen mit mehr als 7 Punkten das Differenzierungsvermögen von Befragten überfordern. Dennoch hatten wir uns zunächst entschlossen, eine Skala von 1 bis 10 anzuwenden, um letztlich einige Varianten der Zusammenfassung von Skalenwerten ausprobieren zu können. (Die Ergebnisse sind im Kommentar zur ersten Welle 1989 dargestellt und diskutiert worden).

Auf der Grundlage dieser Erfahrungen haben wir dann beschlossen, alle "Werte" einzeln in ihrer Bedeutung für den Befragten skalieren zu lassen, und zwar nur auf einer Skala von 1 (= "völlig unwichtig") bis 7 (= "außerordentlich wichtig").

Die Ursachen für die Unterschiede zur früheren Abfrage bzw. zu den Verschiebungen im Wertesystem sind methodisch bedingt. Dies liegt tatsächlich - wie schon im Kommentar zur ersten Welle angesprochen - daran, daß die "Stichprobe der Kombinationen" der alten Abfrage zwar wahrscheinlichkeitstheoretisch repräsentativ ist, aber im Grunde nicht die reale Verteilung der Häufigkeit von Entscheidungen zwischen den hier angesprochenen Wertedimensionen und anderen Wertedimensionen erfassen konnte. Die einfache Skalierung umgeht dieses Problem. Ein weiterer Grund liegt darin, daß die Zufallsauswahl der Kombinationen, die den Befragten zur Entscheidung vorgelegt wurden, nicht realitätsadäquat "Wertkonflikte" widerspiegelt; es gibt eben Werte, die weniger miteinander vereinbar sind (z.B. Kooperation und Unabhängigkeit), und solche die sich besser miteinander vereinbaren lassen (z.B. Daseinsgenuß und Kontakt).

6.2 Folgen für die Zeitreihen

TABELLE 3

Globales Wertesystem 1985-1988
(alte Abfrage)

Globales Wertesystem 1989 (2. Welle)
(neue Abfrage)

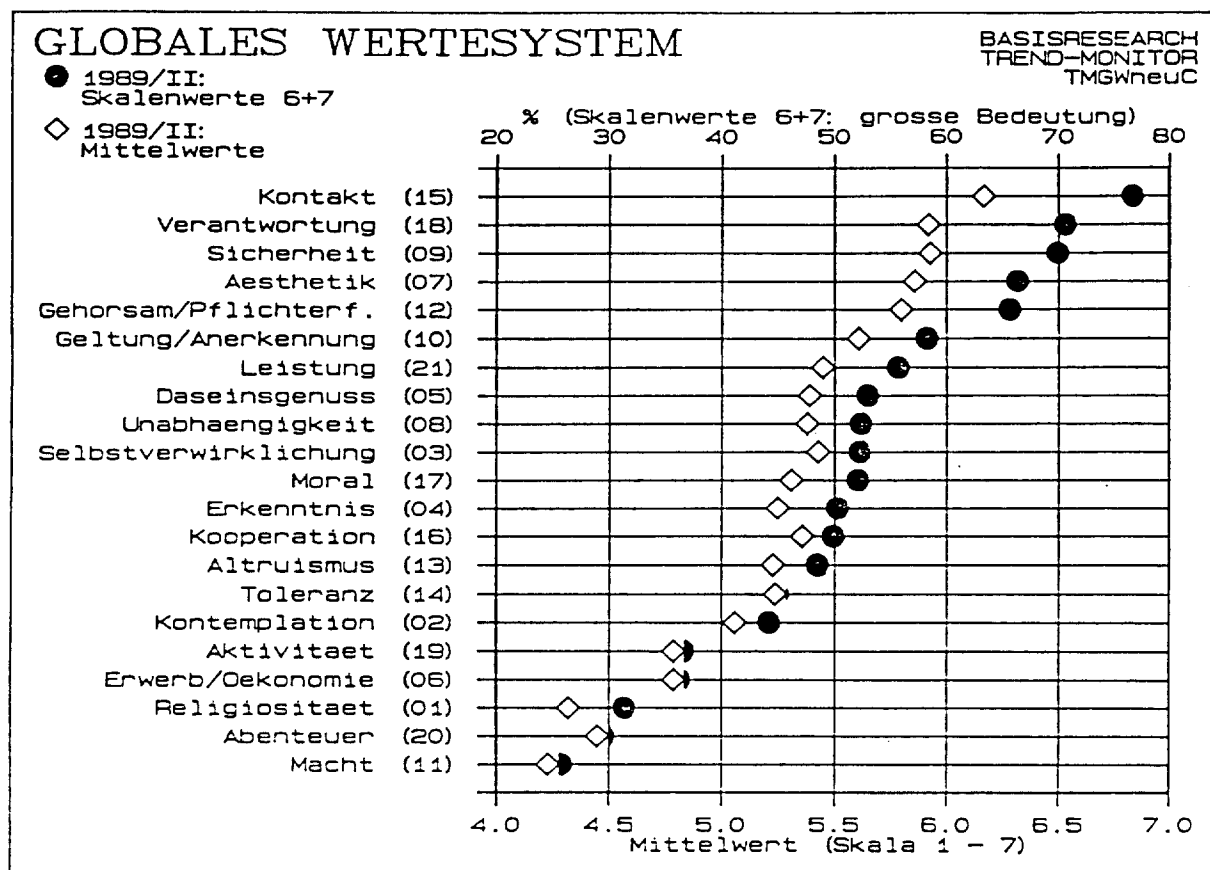
Bezeichnung	Index	Bezeichnung	Skalenwerte 6+7
=====		=====	
15 KONTAKT	286,45	15 KONTAKT	77 %
09 SICHERHEIT	213,05	18 VERANTWORTUNG	71 %
12 GEHORSAM/PFLICHTERF.	171,00	09 SICHERHEIT	70 %
01 [RELIGIOSITÄT]	169,50	07 ÄSTHETIK	67 %
07 ÄSTHETIK	164,15	12 GEHORSAM/PFLICHTERF.	66 %
05 DASEINSGENUSS	163,95	10 GELTUNG/ANERKENNUNG	58 %
10 GELTUNG/ANERKENNUNG	161,60	21 LEISTUNG	56 %
03 SELBSTVERWIRKLICHUNG	152,25	05 DASEINSGENUSS	53 %
02 KONTEMPLATION	152,18	08 UNABHÄNGIGKEIT	52 %
18 [VERANTWORTUNG]	142,98	03 SELBSTVERWIRKLICHUNG	52 %
21 LEISTUNG	142,23	17 MORAL	52 %
17 MORAL	140,00	04 ERKENNTNIS	50 %
13 ALTRUISMUS	132,90	16 KOOPERATION	50 %
04 ERKENNTNIS	129,70	13 ALTRUISMUS	49 %
14 TOLERANZ	127,88	14 TOLEREANZ	45 %
08 [UNABHÄNGIGKEIT]	125,98	02 KONTEMPLATION	44 %
16 KOOPERATION	123,25	19 AKTIVITÄT	37 %
06 ERWERB/ÖKONOMIE	103,08	06 ERWERB/ÖKONOMIE	36 %
19 AKTIVITÄT	98,68	01 [RELIGIOSITÄT]	31 %
20 ABENTEUER	93,95	20 ABENTEUER	30 %
11 MACHT	83,35	11 MACHT	26 %

Wir unterstellen bei unseren Überlegungen, daß das Globale Wertesystem für den Bevölkerungsdurchschnitt sich innerhalb eines Jahres nicht verändert hat, d.h. daß Veränderungen methodisch bedingt sind. Methodische Ursachen sind unvermeidbar damit verbunden, daß Ergebnisse aus einer Stichprobe nur mit einer gewissen Unschärfe verallgemeinert werden können. Bei einem Signifikanzniveau von 90 Prozent kann eine mittlere Abweichung von ± 3 Prozent bis zu einer maximalen Abweichung von etwa $\pm 3,5$ Prozent auftreten. Berücksichtigt man dieses Konfidenzintervall bei der Ermittlung der Rangreihe und den Verschiebungen, so zeigt sich, daß es drei signifikante Verschiebungen gibt, die auf die Abfragetechnik zurückzuführen sind:

- 1) RELIGIOSITÄT fällt aus dem oberen Drittel der Rangreihe zurück ins untere Drittel
- 2) UNABHÄNGIGKEIT steigt aus dem unteren Drittel in den mittleren Bereich
- 3) VERANTWORTUNG steigt aus dem mittleren Bereich in eine Spitzenposition

6.3 Globale Werte 1989

Schaubild 14



Für den Querschnitt der deutschen Bevölkerung in der Bundesrepublik und Berlin-West ist die globale Wertorientierung durch folgende Wünsche geprägt.

- o Menschen zu haben, die zu einem stehen und denen man vertrauen kann.
- o Bereit zu sein, für das was man tut, Verantwortung zu übernehmen und für die Folgen einzustehen.
- o Sein Leben so einzurichten, daß man sich sicher fühlen kann, und keine Angst zu haben braucht.

- o Sich eine Umgebung zu schaffen, die nicht nur zweckmäßig, sondern auch ansprechend, schön und harmonisch ist.
- o Die Aufgaben, die von einem verlangt werden, gewissenhaft und zufriedenstellend auszuführen.
- o Von anderen Menschen anerkannt, akzeptiert und geschätzt zu werden
- o Im Leben etwas zu leisten und Erfolg zu haben

Zwischen einzelnen Teilgruppen der Bevölkerung gibt es aber erhebliche Unterschiede, die zum Teil mit der individuellen Reife (Alterungsprozeß), zum Teil mit den die Generationen prägenden Zeitumständen und zum Teil auch mit aktuellen Gegenwartsbedingungen zusammenhängen. Es ist in der Praxis kaum möglich (ohne sehr langfristig angelegte Panel-Untersuchungen) diese Zusammenhänge und ihre Kausalität zu klären. In der Regel können wir lediglich Zusammenhänge beschreibend darstellen, als Beispiel mögen die Abweichungen etwa der Gruppe jener Personen gelten, die sich gleichzeitig durch Ausländer, Asylanten und Aussiedler "bedroht fühlen" (eine Personengruppe, die sich nach Geschlecht, Alter und Schulbildung kaum vom Bevölkerungsdurchschnitt unterscheidet!):

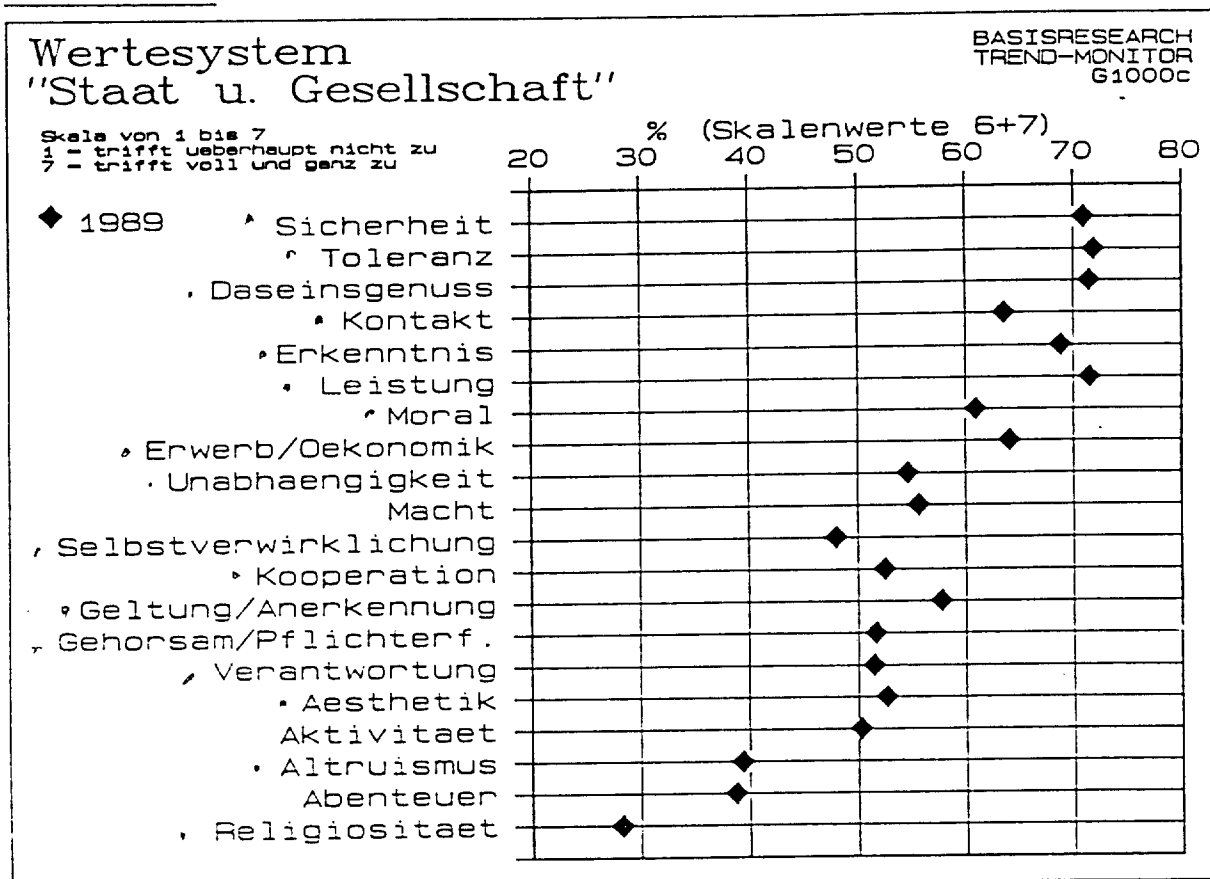
TABELLE 4

	<u>TOTAL</u>	<u>Fühle mich bedroht durch Ausländer, Asylanten und Aussiedler</u>
n =	1504	400
ERWERB/ÖKONOMIE	36 %	46 %
KONTEMPLATION	44 %	50 %
ÄSTHETIK	67 %	73 %
UNABHÄNGIGKEIT	52 %	58 %
AKTIVITÄT	37 %	43 %
DASEINSGENUSS	53 %	59 %
MACHT	26 %	31 %
ERKENNTNIS	50 %	45 %
MORAL	52 %	46 %
TOLERANZ	45 %	39 %
ALTRUISMUS	49 %	43 %

7. EINSTELLUNGEN ZU STAAT UND GESELLSCHAFT

7.1 Das Wertesystem "Staat und Gesellschaft"

Schaubild 15



Die auf Staat und Gesellschaft bezogenen spezifischen Wertorientierungen der Bundesbürger erweisen sich als recht stabil. In der Spitzengruppe des Wünschenswerten stehen nach wie vor, in einem Staat zu leben,

- ... der dafür sorgt, daß jeder im Rahmen der Gesetze leben kann, wie er möchte (TOLERANZ)
- ... der ein soziales und politisches Klima schafft, in dem man als Bürger unbeschwert leben kann (DASEINSGENUSS)
- ... der den Bürgern gute Chancen gewährt, etwas zu leisten und Erfolg zu haben (LEISTUNG)
- ... der seine Bürger nach innen und außen beschützt (SICHERHEIT)
- ... der es jedem ermöglicht, sich umfassend zu bilden (ERKENNTNIS)
- ... der es den Bürgern ermöglicht, leicht Kontakt zu finden und Vertrauen zu fassen (KONTAKT)

Natürlich sind diese Wertorientierungen, d.h. die Vorstellungen vom Wünschenswerten in Staat und Gesellschaft, bei den verschiedenen Teilgruppen der Bevölkerung teilweise recht unterschiedlich. Beispielhaft zeigt dies die folgende vereinfachte tabellarische Übersicht für die Gruppen unterschiedlicher Parteipräferenzen. Dargestellt sind nur auf den 90%-Niveau signifikante Unterschiede, dabei bedeutet "+" höhere Zustimmung als der Bevölkerungsquerschnitt, "-" geringere Zustimmung, und die Anzahl der Zeichen ist ein Hinweis auf das Ausmaß der Abweichung. Die Darstellung scheint die gängigen Vorstellungen (oder Realitäten ?) zu bestätigen. Übrigens zeigt die Gruppe jener Personen, die sich von Ausländern, Asylanten und Aussiedlern bedroht wähnt, gleichgerichtete Abweichungen wie die Personen, die die Republikaner präferieren.

TABELLE 5

PARTEIPRÄFERENZ (Sonntagsfrage)

	CDU/ CSU	SPD	F.D.P	GRÜNE	REPUBLIKANER
SICHERHEIT	++	-		--	
TOLERANZ				-	--
DASEINSGENUSS					
KONTAKT				--	
ERKENNTNIS				++	
LEISTUNG	+			--	
MORAL	++		--	--	
ERWERB/ÖKONOMIE			++	---	
UNABHÄNGIGKEIT			+		
MACHT				--	++
SELBSTVERWIRKLICHUNG			+		
KOOPERATION				-	--
GELTUNG			--	--	++
GEHORSAM				--	++
VERANTWORTUNG				-	
ÄSTHETIK				---	
AKTIVITÄT				-	
ALTRUISMUS					---
ABENTEUER			++		
RELIGIOSITÄT	++	--		--	

T R E N D - M O N I T O R

"WERTEWANDEL"

1985

KURZKOMMENTAR

Frankfurt/Main, 13. Februar 1986
Gerhard Hunnius

INHALTSVERZEICHNIS

	<u>Seite</u>
Vorwort	1
1. <u>Das globale Wertesystem</u>	2
1.1. Die globalen Werte	2
1.2. "Determinanten" des Wertesystems; Trendidentifikation	5
1.3. Typologie	20
2. <u>Zeitreihen zum Wertewandel</u>	22
2.1. Psychologisches Klima	23
2.1.1. Angst	24
2.1.2. Ideologiebedürfnis	26
2.1.3. Emotionales Vakuum	28
2.1.4. Konservative Wertorientierung	30
2.1.5. Übersicht "Psychologisches Klima"	32
2.2. "Wertvorstellungen" und "Voraussetzungen für ein glückliches Leben"	33
3. <u>Und wie geht's weiter?</u>	37
4. <u>Anhang</u>	40
I. Abb. 6.1 - 6.21 (zu Kap. 1.2.)	A 1 - A21
II. Beschreibung der Typen (zu Kap. 1.3.)	A22 - A31
III. Das globale Wertesystem	A32 - A34

Vorwort

Der hiermit vorgelegte Kommentar "WERTEWANDEL" soll

- die Anwendungsmöglichkeiten des WERTESYSTEMS aufzeigen
- Gedankengänge zur Interpretation und ihrer theoretischen Begründung explizieren und
- mit Hilfe der Zeitreihenanalyse TRENDS aufspüren.

Insofern handelt es sich um einen grundlegenden Kommentar, der in den folgenden Jahren fortgeschrieben wird. Dabei mag sich zeigen, daß heute noch hypothetisch formulierte Aussagen Gewißheit erlangen, oder auch daß sie korrekturbedürftig sind. Die Aussagen dieses Kommentars können zum Teil durchaus bestritten werden. Um abweichenden Interpretationen Raum zu geben, wurde auf Transparenz Wert gelegt.

1. Das globale Wertesystem

1.1. Die globalen Werte

Das seit 1984 in den TREND-MONITOR integrierte System der Erfassung von Wertorientierungen wurde in Anlehnung an das Konzept von Milton Rokeach (The Nature of Human Values, New York/London 1973) entwickelt. Der theoretische Hintergrund ist im Anhang dieses Berichts dargestellt (siehe auch: Ruth Meyer, Wertforschung im systematischen internationalen Vergleich, in H. Klages, P. Kmiecik (Hrsg.): Wertwandel und gesellschaftlicher Wandel, Frankfurt/New York, 1979, Seite 41 ff, insb. Seite 44 ff).

Im TREND-MONITOR werden 21 "globale" Werte, d.h. sehr zentral in der Persönlichkeit verankerte allgemeine Vorstellungen vom Wünschenswerten ermittelt. Anders als bei Rokeach wird die Bedeutung der globalen Werte nicht durch einfache Rangreihung gebildet, sondern durch Bewertung von 21 Viererkombinationen der 21 Wertestements nach "am bedeutendsten" und "am wenigsten bedeutend". Aus der Häufigkeit der beiden Bewertungen wird für jeden Wert ein Index errechnet, der die subjektive Bedeutung des Wertes darstellt.

Für die Ermittlung des globalen Wertesystems standen in 1985 insgesamt ca. 9.000 Interviews zur Verfügung. Die kumulierte Auswertung ergab das in Abb. 1 dargestellte Wertesystem.

Um die inhaltliche Interpretation zu erleichtern, sind in Abb. 2 die 10 bedeutendsten Werte in verbalisierter Form aufgeführt.

DAS WERTESYSTEM

- Theoretischer Hintergrund -

In den letzten Jahren rückte die Hypothese eines sich (offenbar) vollziehenden Wertewandels in der Bundesrepublik in zunehmendem Maße in den Blickpunkt des Interesses der Sozial- und Einstellungsforschung. Unter der in der Sozialpsychologie kaum bestrittenen Annahme, daß zugrunde liegende Wertvorstellungen entscheidend die Einstellungen und somit auch das Verhalten von Individuen beeinflussen, erschien es daher sinnvoll, auch im TREND-MONITOR ein Verfahren zur Erfassung bestehender Wertestrukturen zu installieren.

Neben der Ermittlung der ökonomischen Bedingungen und des psychologischen Klimas werden nun also auch bestehende und sich verändernde Wertestrukturen als einstellungs- und verhaltenssteuernde Einflußgrößen erfasst und analysiert.

Von den derzeit in der Literatur diskutierten Modellen schien uns das von ROKEACH aus der inhaltlichen Sicht ausgereifteste und methodisch am besten zu realisierende Ansatz.

ROKEACH geht von einem System "globaler" Werte aus, die in Wechselwirkung zu den sogenannten "bereichsspezifischen" Werten stehen. Diese bereichsspezifischen Werte wiederum stehen in Wechselbeziehung zum Einstellungssystem und beeinflussen somit maßgeblich das Verhalten des Individuums (vgl. Schema nächste Seite). Insgesamt läßt sich nach ROKEACH das Wertesystem eines Menschen durch 21 Wertekategorien - aufgeteilt in die drei Gruppen "Selbstbezogene Werte" (= 9 Kategorien), "Sozialbezogene Werte" (= 9 Kategorien) und "Dingbezogene Werte" (= 3 Kategorien) - ausreichend beschreiben (vgl. Schema 2).

Alle 21 Wertekategorien befinden sich in einer hierarchischen Rangfolge, so daß die Wertestruktur einer Person bzw. von Gruppen bestimmt wird durch die Rangposition der einzelnen Kategorien zueinander (vgl. Schemata 1 und 2).

WERTESYSTEM



SCHEMA 1: Wechselbeziehungen Wertesystem und Einstellungen

Unter Annahme dieses Modells läßt sich somit zweierlei erreichen:

1. Die Beschreibung und Differenzierung von Individuen bzw. Untersuchungspopulationen nach ihrer jeweiligen Wertestruktur
und
2. Die Zuordnung spezifischer Einstellungen und Verhaltensweisen zu bestimmten Wertestrukturen.

Als bedeutsame Konsequenz für die Trendforschung ergibt sich dann hieraus die Möglichkeit:

1. Durch empirische Ermittlung der Wertestruktur eines Individuums oder von Gruppen, deren erwartete Einstellungen und Verhaltensweisen in bestimmten Situationen mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit einzuschätzen
oder
2. Durch die Erfassung von eventuellen Veränderungen und Verschiebungen im Wertesystem dann auch entsprechende Einstellungs- und Verhaltensänderungen abschätzen zu können.

SELBSTBEZOGENE WERTE

- | | |
|--------------------------|--|
| 1 ● RELIGIOSITÄT | = Suche nach dem Heil der Seele |
| 2 ● KONTEMPLATION | = Suche nach Selbstverständnis, Selbstachtung und Bereitschaft zur Bescheidung |
| 3 ● SELBSTVERWIRKLICHUNG | = Suche nach einem sinnvollen Leben |
| 4 ● ERKENNTNIS | = Suche nach Wahrheit, Klugheit und Wissen |
| 5 ● DASEINSGENUSS | = Suche nach einem angenehmen, fröhlichen Leben, frei von inneren Konflikten |
| 6 ● ERWERB UND ÖKONOMIK | = Suche nach Einkommen, Wohlstand und Besitz |
| 7 ● ÄSTHETIK | = Suche nach Schönheit und Kunst |
| 8 ● UNABHÄNGIGKEIT | = Suche nach Souveränität und freier Wahlmöglichkeit |
| 9 ● SICHERHEIT | = Suche nach sozialer Sicherheit und einer friedlichen Welt |

SOZIALBEZOGENE WERTE

- | | |
|--------------------|--|
| 10 ● GELTUNG | = Suche nach gesellschaftlicher Anerkennung und sozialem Status |
| 11 ● MACHT | = Suche nach Macht bzw. Einfluß über Menschen, Natur und Dinge |
| 12 ● GEHORSAM | = Bereitschaft zur Pflichterfüllung und Gehorsam |
| 13 ● ALTRUISMUS | = Bereitschaft zur Nächstenliebe, zur Hilfe und zum Verzeihen |
| 14 ● TOLERANZ | = Bereitschaft zur Gleichheit, gegenseitigem Vertrauen und Respekt |
| 15 ● KONTAKT | = Suche nach Freundschaft, Geselligkeit und Liebe |
| 16 ● KOOPERATION | = Suche nach der Orientierung in der Gruppe |
| 17 ● MORAL | = Suche nach Charakter und sittlicher Festigkeit |
| 18 ● VERANTWORTUNG | = Bereitschaft, Verantwortung zu tragen |

DINGBEZOGENE WERTE

- | | |
|----------------|--|
| 19 ● AKTIVITÄT | = Suche nach Tätigkeit, Bereitschaft zu Ehrgeiz und Aggressionen |
| 20 ● ABENTEUER | = Suche nach Erlebnis und Veränderung |
| 21 ● LEISTUNG | = Suche nach dem Erfolg |

SCHEMA 2: WERTEKATEGORIEN NACH ROKEACH