

Pressemitteilung 2/2018

Halle (Saale), den 20. Februar 2018

Fernsehen aktiviert Unternehmergeist

Unternehmensgründungen schaffen Arbeitsplätze und treiben die Entwicklung einer Marktwirtschaft voran. Über welche Kanäle der Unternehmergeist in den Menschen aber überhaupt geweckt wird, damit beschäftigten sich Viktor Slavtchev, Ökonom am Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) und sein Co-Autor Michael Wyrwich in einer Studie. Ihr Ergebnis: Auch das Fernsehen kann die dafür passenden Werte vermitteln. Für ihre Analyse verglichen die Ökonomen die Unternehmensaktivität in ostdeutschen Regionen, die West-Fernsehen empfangen konnten, mit solchen, die diese Möglichkeit nicht hatten.

Menschen schöpfen Nutzen nicht nur aus messbaren Faktoren, wie beispielsweise dem Einkommen, sondern auch aus ihrem eigenen Verhalten. Sie fragen sich beispielsweise, ob ihr Verhalten zur eigenen (idealen) Selbstwahrnehmung passt. Anders formuliert: Wie ein Mensch sich selbst wahrnimmt, beeinflusst dessen Verhalten und entsprechend auch die Wahl seines Berufs. Andererseits kann das Fernsehen die eigene Identität beeinflussen, indem es Bilder mit bestimmten Verhaltensweisen, Werten und Präferenzen vermittelt.

Nach dem Zweiten Weltkrieg war Deutschland in die marktwirtschaftliche BRD und die sozialistische, planwirtschaftlich organisierte DDR geteilt. In einigen ostdeutschen Regionen konnten die Menschen aber Westfernsehen empfangen, das seinerseits Werte, Verhaltens- und Sichtweisen transportierte, die zum Bild eines ideologisch und wirtschaftlich freien, sich selbst bestimmenden Individuums passten und entsprechend in Einklang mit einem der Hauptmotive für Unternehmertum standen. „Unsere Ergebnisse zeigen, dass, für den Zeitraum nach der deutschen Vereinigung 1990 und der Wiederherstellung der freien Marktwirtschaft in Ostdeutschland, die durchschnittliche Wahrscheinlichkeit, ein Unternehmen zu gründen, 9 bis 10% höher unter denjenigen Einwohnern von Regionen ist, die Westfernsehen empfangen konnten gegenüber denen, die diese Option nicht hatten“, erläutert Slavtchev die Ergebnisse. Darüber hinaus ist erstaunlich, „dass dieser Unterschied mit der Zeit nicht zu verschwinden scheint. Junge Menschen, die nach 1980 in ostdeutschen Regionen mit Zugang zu Westfernsehen geboren wurden, sind gründungsfreudiger als gleichaltrige Kohorten in anderen ostdeutschen Regionen. Das weist darauf hin, dass das Fernsehen eine Kultur nachhaltig formen kann.“

Sperrfrist
20. Februar 2018, 12:00 Uhr

Pressekontakt
Rahel Künkele
Tel +49 345 7753 832
presse@iwh-halle.de

Ansprechpartner
Viktor Slavtchev
Tel +49 345 7753 743
vsv@iwh-halle.de

Wissenschaftliche Schlagwörter
Unternehmensgründung, Fernsehen,
Verhalten, Unternehmenspolitik

Leibniz-Institut für
Wirtschaftsforschung Halle e. V.
(IWH)
Tel +49 345 7753 60
Fax +49 345 7753 820

Kleine Märkerstraße 8
D-06108 Halle (Saale)

Postfach 11 03 61
D-06017 Halle (Saale)

www.iwh-halle.de

Die aktuelle Unternehmenspolitik ist typischerweise darauf ausgerichtet, Jungunternehmer durch die Verbesserung der Rahmenbedingungen zu unterstützen, indem sie zum Beispiel die physische, finanzielle oder rechtliche Infrastruktur bereitstellt und verbessert. „Aber unsere Ergebnisse zeigen, dass auch die kulturellen Dimensionen inklusive transportierter Vorbilder große Auswirkungen auf menschliches Verhalten haben können“, so Slavtchev. „Politiker, die ein positives Image für Unternehmer aufbauen und das Bewusstsein für Unternehmertum fördern wollen, müssen diese Dimension mitberücksichtigen.“

Veröffentlichung



Slavtchev, Viktor; Wyrwich, M.: [TV and Entrepreneurship](#). IWH Discussion Paper 17/2017. Halle (Saale), 2017.

Wissenschaftlicher Ansprechpartner

Dr. Viktor Slavtchev
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH)
Tel +49 345 7753 743
Viktor.Slavtchev@iwh-halle.de

Pressekontakt

Rahel Künkele
Tel +49 345 7753 832
presse@iwh-halle.de

 [Das IWH auf Twitter](#)
 [Das IWH auf Facebook](#)

Die Aufgaben des Leibniz-Instituts für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) sind die wirtschaftswissenschaftliche Forschung und wirtschaftspolitische Beratung auf wissenschaftlicher Basis. Das IWH betreibt evidenzbasierte Forschung durch eine enge Verknüpfung theoretischer und empirischer Methoden. Dabei stehen wirtschaftliche Aufholprozesse und die Rolle des Finanzsystems bei der (Re-)Allokation der Produktionsfaktoren sowie für die Förderung von Produktivität und Innovationen im Mittelpunkt. Das Institut ist unter anderem Mitglied der Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose, die halbjährlich Gutachten zur Lage der Wirtschaft in der Welt und in Deutschland für die Bundesregierung erstellt.

Das IWH ist Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft. Die Leibniz-Gemeinschaft verbindet 93 selbstständige Forschungseinrichtungen. Deren Ausrichtung reicht von den Natur-, Ingenieur- und Umweltwissenschaften über die Wirtschafts-, Sozial- und Raumwissenschaften bis zu den Geisteswissenschaften. Leibniz-Institute bearbeiten gesellschaftlich, ökonomisch und ökologisch relevante Fragestellungen. Aufgrund ihrer gesamtstaatlichen Bedeutung fördern Bund und Länder die Institute der Leibniz-Gemeinschaft gemeinsam. Weitere Informationen unter www.leibniz-gemeinschaft.de.