

Ökonomen lernen vom Sozialismus

Als historische Parallelwelt erzeugte die DDR einzigartiges Datenmaterial für die Wissenschaft.

► Natürliche Experimente beheben ein altes Dilemma der Volkswirtschaft.
► Das Tal der Ahnungslosen liefert Erkenntnisse für die Werbebranche.

Jan Mallien
Düsseldorf

Bitterfeld galt lange als dreckigste Stadt Europas. Wenn die Einwohner ihre Fenster öffneten, nahmen ihnen bisweilen beißende Schwaden den Atem. Dutzende Kohlekraftwerke und ein Chemiekombinat vergifteten die Luft. Die DDR-Führung nahm es landesweit mit dem Umweltschutz nicht allzu genau. Umso erstaunter waren Ärzte, als sie nach

der Wende feststellten, dass es in Ostdeutschland viel weniger Allergie-Erkrankungen gab als im Westen. Gleichzeitig glich sich die Allergiehäufigkeit dem Westniveau an. Da die Bevölkerung genetisch gleich ist, schlossen die Forscher: Es muss an der westlichen Lebensart liegen.

Auch Ökonomen nutzen die DDR als „natürliches Experiment“ für ihre Forschung. Durch die deutsche Teilung waren zwei ursprünglich wirtschaftlich, kulturell und politisch vergleichbare Regionen sehr unterschiedlichen Bedingungen ausgesetzt. Wenn nach der Wende große Unterschiede zwischen Ost und West zu finden sind, liegt es nahe, den Grund dafür in der Zeit der Teilung zu suchen.

Natürliche Experimente beheben ein altes Dilemma der Volkswirtschaft: Um einzelne Effekte zweifelsfrei identifizieren zu können, müssten Forscher eigentlich Daten

”

„Wir müssen sehen, wo uns die Geschichte ein Experiment anbietet.“

Davide Cantoni
Ludwig-Maximilians-Universität München.

zweier Welten miteinander vergleichen, die in allen Merkmalen übereinstimmen – nur in einem nicht. In der Realität ist das außerhalb des Labors kaum möglich.

Der Münchener Wirtschaftshistoriker Davide Cantoni verfolgt daher einen anderen Ansatz. „Wir müssen sehen, wo uns die Geschichte ein Experiment anbietet“, sagt er.

Mit Ost-West Vergleichen haben Ökonomen mehrfach spannende Fragen analysiert. So ging die Frankfurter Ökonomin Nicola Fuchs-Schündeln mit Alberto Alesina von der Universität Harvard der Frage nach, ob politische Überzeugungen durch herrschende Parteien beeinflusst werden. Der Ost-West Vergleich lieferte hierfür Belege: Die Menschen im Osten haben heute eine deutlich höhere Präferenz für Umverteilung und einen starken Staat als die im Westen.

Davide Cantoni und Leonardo Bursztyn von der University of California haben auf ähnliche Weise untersucht, wie sich Fernsehwerbung auf den Konsum auswirkt. Allerdings analysieren sie Unterschiede innerhalb von Ostdeutschland. Sie machen sich den Umstand zunutze, dass nicht alle DDR-Bürger Westfernsehen empfangen konnten, weil die Westwellen nicht alle Ost-

regionen mit und ohne Zugang zu Westfernsehen verwendeten die Menschen nach der Wende einen vergleichbaren Anteil ihres Einkommens für den Konsum.

Doch die Werbung wirkte trotzdem – denn sie beeinflusste die Auswahl der Waren. In den Werbeblöcken der ARD waren zwischen 1980 bis 1990 besonders Nahrungsmittel, Getränke und Körperpflegeprodukte beworben worden. Daten aus dem Jahr 1993 zeigten: Genau diese Warenarten wurden in den Regionen der Ex-DDR, in denen es Westfernsehen gab, deutlich stärker nachgefragt – und das, obwohl zu diesem Zeitpunkt auch in Greifswald und Dresden schon drei Jahre lang Werbefernsehen zu sehen war.

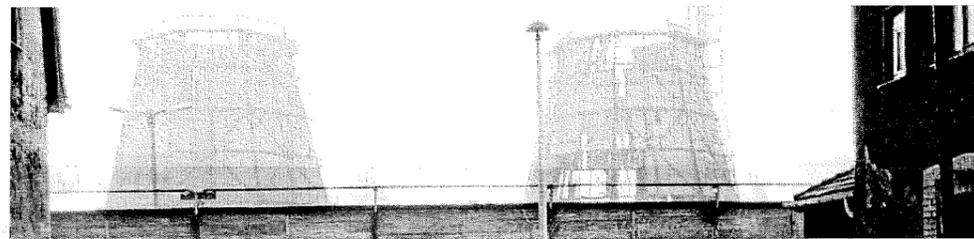
Cantoni und Bursztyn stellen fest: Pro zusätzlicher durchschnittlicher Werbeminute pro Tag zwischen 1980 und 1990, gaben die Menschen in ostdeutschen Regionen mit Westfernsehen 1993 für die beworbene Produktgruppe im Schnitt 1,5 Prozent mehr aus als ihre Nachbarn in Dresden oder Greifswald, die vor 1990 kein Westfernsehen hatten. In der Stichprobe 1998 war der Effekt verschwunden.

Cantoni glaubt, dass sich anhand des Ost-West-Vergleichs noch andere Fragen erforschen lassen. Pro-

Regionen erreichten. Das Gebiet um Greifswald musste genauso auf Tagesschau und „Wetten, dass...?“ verzichten wie die Region östlich von Dresden – das sogenannte „Tal der Ahnungslosen“. So kam es, dass die meisten, aber eben nicht alle DDR-Bürger Werbung zu sehen bekamen – Werbung für Produkte, die sie bis zur Wende nicht kaufen konnten, danach aber schon.

Mit Daten aus Ostdeutschland aus den Jahren nach der Wende untersuchten Cantoni und Bursztyn Thesen zum Konsumverhalten. Etwa die, ob Werbung die Menschen zu höherem Konsum verleitet? Belege dafür fanden sie nicht. In Re-

blematisch ist jedoch der Mangel an Daten aus der Vorwendezeit, wie er aus leidiger Erfahrung weiß. In der Studie nutzt er Daten des Statistischen Bundesamtes für Ostdeutschland von 1993. In der DDR gab es bis 1990 ähnliche Daten. Um sie zu finden, sprach er mit vielen ehemaligen Mitarbeitern des Statistischen Amtes der DDR. Als er endlich eine Frau gefunden hatte, die sich auskannte, musste er feststellen: Die Daten waren auf Magnetbändern gespeichert worden. Da Magnetbänder zu DDR-Zeiten Mangelware waren, wurden sie jedes Jahr auf dasselbe Band gespeichert – und die Daten vom Vorjahr überschrieben.



Trabant in Bitterfeld, 1989: typische DDR-Idylle.