

Pressemitteilung

Neue Gesellschaftsstudie von More in Common: Inflationskrise schadet dem Zusammenhaltsgefühl der Menschen in Deutschland

Berlin, 10. August 2023 – Spaltungsgefühle, Egoismusempfinden und ein pessimistischer Blick in die Zukunft prägen nach einem Jahr Inflationskrise den Blick der Menschen in Deutschland auf ihre Gesellschaft – obwohl die Menschen je nach Einkommen ganz unterschiedlich von der Preiskrise betroffen sind. Zu diesem Ergebnis kommt die neue Studie „*Zukunft, Demokratie, Miteinander: Was die deutsche Gesellschaft nach einem Jahr Preiskrise umtreibt*“ von More in Common Deutschland“, die heute in Berlin veröffentlicht wird. Für die Studie wurden gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut KANTAR Public 2.016 Menschen befragt.

60 Prozent empfinden Deutschland als eher gespalten

Ein Jahr Inflationskrise hat spürbare Auswirkungen darauf, wie die Menschen in Deutschland den gesellschaftlichen Zusammenhalt wahrnehmen: So empfinden 60 Prozent der Menschen das Land als eher gespalten, ein Anstieg seit Mai 2022 um 20 Prozentpunkte. Nur 12 Prozent sagen, dass sie das Land als eher geeint wahrnehmen. „Gespalten“ ist auch das am häufigsten genutzte Attribut, mit dem die Befragten Deutschland beschreiben.

Nur 18 Prozent glauben, dass die Preiskrise dazu führt, dass die Menschen in Deutschland wieder stärker zusammenhalten, ein Minus von 14 Prozentpunkten im Vergleich zu Juli 2022. Dabei ist das Thema den Menschen wichtig: 62 Prozent geben an, sich regelmäßig Gedanken über den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu machen. Bezüglich des Blicks auf die Mitmenschen in Deutschland verfestigen sich Egoismusdiagnosen: 79 Prozent der Befragten stimmen der Aussage „Jeder kümmert sich um sich selbst“ zu.

Laura-Kristine Krause, Gründungsgeschäftsführerin von More in Common Deutschland, zu den Befunden: *„Wir sehen, dass die Menschen in Deutschland aktuell nicht an den Zusammenhalt glauben. Anders als bei der Corona-Pandemie schlägt die Preiskrise sofort auf die gesellschaftliche Stimmung durch und sorgt aktuell für einen negativen Blick auf Mitmenschen und Politik.“*

Starkes Ungerechtigkeitsempfinden und Arm-Reich-Schere

Die Inflationskrise geht auch mit einem breit geteilten Ungerechtigkeitsempfinden einher: 80 Prozent der Befragten finden, dass es in Deutschland eher ungerecht zugeht, ein Anstieg seit 2021 um 32 Prozentpunkte. Die Spaltung zwischen Arm und Reich wird mit Abstand als stärkste Trennlinie der deutschen Gesellschaft empfunden (64 Prozent). Insgesamt erwarten 60 Prozent eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage in Deutschland in den nächsten fünf Jahren.

Große Unzufriedenheit mit politischem Handeln

So sagen 68 Prozent, dass sie sich von der Politik in der Krise allein gelassen fühlen. Außerdem rückt die Bundesregierung in das Zentrum des Unmuts über die Preiskrise. Anders als noch 2022 sehen inzwischen fast genauso viele Befragte die Politik der Bundesregierung (45 Prozent) als verantwortlich für die steigenden Preise wie Russland (47 Prozent). Im Kontext der gesellschaftlichen Lage ordnet die Studie auch die derzeitige Stärke der AfD ein, der es aktuell gelingt, von gesellschaftlichen Verunsicherungsgefühlen zu profitieren.

Studie enthält Empfehlungen zur Stärkung des Zusammenhalts

Trotz der durchwachsenen Befunde gibt es aus Sicht von More in Common zahlreiche Ansätze zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Die Studie enthält deshalb Empfehlungen an Politik, Medien, Wirtschaft und Zivilgesellschaft wie gesellschaftliches Vertrauen wieder gestärkt werden kann.

Krause: „Aus unserer Sicht benötigt es für mehr Zusammenhalt dringend eine intensivere gesellschaftliche Debatte über Zukunftsentwürfe für das Land. Deren Mangel beklagen unsere Befragten nämlich schon seit 2019“.

Weitere Informationen

Studie: „Zukunft, Demokratie, Miteinander: Was die deutsche Gesellschaft nach einem Jahr Preiskrise umtreibt“: (erst zur Veröffentlichung aktiv)

Zur Organisation More in Common: www.moreincommon.de

Hintergrund zur Studie

More in Common untersucht seit 2019 in regelmäßigen Abständen die Dynamik der deutschen Gesellschaft, um frühzeitig Gefahren und Potenziale für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu identifizieren. Mit dieser Studie schreiben wir unsere bereits während der Corona-Pandemie begonnene Forschung zur gesellschaftlichen Dynamik in der Krise fort und schließen inhaltlich an die Serie „Navigieren im Ungewissen“ aus 2022 an.

Die Befragungen für diese Studie wurden gemeinsam mit dem Meinungsforschungs-institut KANTAR Public durchgeführt. Sie basiert auf einer quantitativen, soziodemographisch quotierten Online-Panel-Befragung von 2.016 Menschen ab 18 Jahren vom 9.-24. Mai 2023 sowie sechs qualitative Fokusgruppen mit unterschiedlichen Bevölkerungssegmenten im Juli 2023.

Um gesellschaftliche Dynamiken offenzulegen und zu nuancieren, nutzt die Studie erneut die analytische Linse der 2019 identifizierten sechs gesellschaftlichen Typen von More in Common (Bevölkerungssegmente mit einem jeweils charakteristischen normativen Blick auf die deutsche Gesellschaft). Mehr Informationen zu unserem Forschungsansatz s.

<https://www.moreincommon.de/unsere-arbeit/forschung/>

Über More in Common

More in Common hat sich als Organisation vollständig dem Thema gesellschaftlicher Zusammenhalt verschrieben. Unser Ziel ist eine in ihrem Kern gestärkte Gesellschaft, die in der Lage ist, geeint und widerstandsfähig auf gesellschaftliche Herausforderungen zu reagieren. More in Common Deutschland wurde 2018 gegründet und arbeitet mit More in Common-Teams in den USA, Großbritannien, Frankreich und Polen zusammen. More in Common ist überparteilich und kooperiert mit institutionellen Partnern aus unterschiedlichen Bereichen.

Pressekontakt

Anna Lob, Projektmanagerin Politik & Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 20 45 98 50

E-Mail: presse@moreincommon.com