



LORENZ MEISTER

Der amerikanische Traum verblasst

Lorenz Meister war bis Ende August Wissenschaftler im Sozio-oekonomischen Panel (SOEP) des DIW Berlin.
Der Kommentar gibt die Meinung des Autors wieder.

In kaum einem Industrieland ist das Einkommen so ungleich verteilt wie in den Vereinigten Staaten. Der amerikanische Traum rechtfertigt diese Ungleichheit mit dem Versprechen: Wer hart genug arbeitet, schafft es nach oben. Doch was passiert, wenn dieser Traum an Glaubwürdigkeit verliert?

Die Forschung erklärt Populismus bisher vor allem mit Globalisierung, Einwanderung und Finanzkrisen. Erstaunlich wenig beachtet wurde dabei die soziale Mobilität: die Wahrscheinlichkeit, dass Kinder aus einkommensschwachen Familien später in höhere Einkommensgruppen aufsteigen. Eine Studie mit 6 600 Befragten in den USA fokussiert nun genau darauf. Sie verbindet Daten zu sozialer Mobilität von Raj Chetty und seinen Kollegen am Opportunity Insights Lab in Harvard mit eigens erhobenen Umfragedaten auf regionaler Ebene. Dabei zeigt sich ein klares Muster: Wo die Aufstiegschancen am geringsten sind, ist die Zustimmung zu Donald Trump am höchsten – und populistische Einstellungen sind am stärksten ausgeprägt. Der Zusammenhang bleibt bestehen, wenn man berücksichtigt, dass in Regionen mit geringen Aufstiegschancen tendenziell Menschen mit niedrigerem Einkommen und geringerer Bildung leben.

Wie denken Menschen über Aufstieg nach? Dazu wurden über 3 000 persönliche Aufstiegsgeschichten erhoben, in denen Befragte in eigenen Worten erzählen, wie Menschen in ihrem Umfeld den Aufstieg geschafft haben. Wer die Aufstiegschancen im Land als gering einschätzt, erzählt systematisch Geschichten, in denen Glück, Beziehungen und Zufall den Ausschlag geben, nicht Fleiß und Anstrengung. Das wirft eine entscheidende Frage auf: Was treibt die populistischen Einstellungen? Die Erkenntnis, dass der Aufstieg schwierig ist, oder die Überzeugung, dass er nicht mehr auf Leistung beruht?

Aus den Mustern allein lässt sich das nicht ableiten. Um Ursache und Wirkung zu trennen, wurden zwei Experimente durchgeführt. Im ersten erhielt eine zufällig ausgewählte Hälfte der Befragten eine nüchterne Information: Nur acht von 100 Kindern, die in die einkommensschwächste von fünf

Gruppen hineingeboren werden, schaffen es als Erwachsene in die einkommensstärkste. Die andere Hälfte erhielt diese Information nicht. Das Ergebnis: Die Information verändert zwar die Einschätzung des Ausmaßes sozialer Mobilität – die populistischen Einstellungen aber bleiben unberührt. Das bloße Wissen, dass Aufstieg selten ist, macht noch keinen Populisten.

Ganz anders das zweite Experiment. Hier lasen die Befragten eine echte Aufstiegsgeschichte aus der vorherigen Befragung: eine, in der jemand nicht durch eigene Leistung aufstieg, sondern durch Beziehungen und glückliche Umstände. Wer eine solche Geschichte liest und daraufhin stärker an Aufstieg durch äußere Umstände glaubt, zeigt anschließend deutlich populistischere Einstellungen. Die Intervention verschiebt dabei nicht politische Einstellungen im Allgemeinen: Der Effekt wirkt spezifisch auf Populismus. Besonders stark reagieren Männer, Menschen ohne Hochschulabschluss und Befragte, die selbst keinen Aufstieg erlebt haben – genau jene Gruppen, die in der politischen Debatte oft als „Abgehängte“ bezeichnet werden.

Die Ergebnisse helfen zu verstehen, wie populistische Politiker ihre Wählerschaft mobilisieren. Wer den Eindruck hat, dass gesellschaftlicher Aufstieg keinen fairen Regeln mehr folgt, gibt sich nicht mit etwas mehr Umverteilung zufrieden. Vielmehr wird der Ruf nach einem Systemwechsel laut. Genau hier setzen Populisten an: Sie versprechen, das Establishment anzugreifen und die Legitimität von Eliten und Institutionen infrage zu stellen. Diese Rhetorik verfängt.

Daraus folgt eine unbequeme Einsicht für die Politik: Wer Populismus an der Wurzel bekämpfen will, muss direkt an der Fairness des sozialen Aufstiegs ansetzen. Der amerikanische Traum stirbt nicht daran, dass der Aufstieg schwieriger wird, sondern daran, dass er als Lüge erscheint.

Dieser Kommentar ist in einer längeren Version am 24. August 2026 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung erschienen.

© © Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

IMPRESSUM



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 4. September 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert;
Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Dr. Thilo Kroeger

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787