

# Zum Glück braucht's nicht viel!

## Ein psychologisches Plädoyer für den Ausbruch aus dem Konsumtrott

**Nie hatten Menschen derart viel Freiheit zu kaufen und zu konsumieren wie in der heutigen Zeit. Nie gab es so viele Möglichkeiten sich fortzubewegen, zu kommunizieren, sich ein komfortables Leben einzurichten. Trotzdem erhöht sich in unserer Wohlstandsgesellschaft das subjektive Wohlbefinden nicht. Was läuft hier falsch?**

Von Vivian Frick und Lara Meili

Wir leben in einer Überflussgesellschaft, so heisst es. Was immer wir wollen, ist nur ein paar Strassen weiter in einem Einkaufszentrum erreichbar – oder nur einen Mausklick entfernt. Es mangelt uns nicht an Nahrung, Gütern und Infrastruktur. Glaubt man dem Bruttoinlandprodukt (BIP) als Wohlstandsindikator, so müssten wir in der Schweiz vor Glück nur so strotzen. Das BIP steigt stetig (The World Bank, 2014). Doch wie es scheint, ist Besitz allein kein Wohlfühlgarant, denn das subjektive Wohlbefinden nimmt bei steigendem BIP nicht weiter zu (Ruckriegel, 2012). In diesem Artikel soll die Frage aufgeworfen werden, wie viel Konsum überhaupt notwendig ist, um Wohlbefinden im psychologischen Sinne zu erreichen und ob nicht sogar eine Einschränkung des Konsums uns zu mehr Glück verhelfen könnte. Denn abgesehen von individuellem Wohlbefinden und gesellschaftlichem Wohlstand stösst auch das globale Dorf an seine ökologischen Grenzen.

### Wachstumsgrenzen

Ein Person in der Schweiz produziert jährlich 694 kg Müll (Bundesamt für Umwelt, 2014) und stösst 13.6 t CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>-eq) aus (2011; Frischknecht et al., 2014). Dies, obwohl wir annehmen, dass ein solches Verhalten uns kurz- oder langfristig in Umweltprobleme nicht absehbaren Ausmasses manövrieren kann. Kritiker weisen auf diverse mögliche Folgen der Umweltprobleme hin (Stern, 2007): Ressourcenknappheit bei Wasser, Öl sowie seltenen Erden und Erzen, Umwelthormone und Mikroplastik im Trinkwasser und in Lebensmitteln bis hin zu Plastikkontinenten in den Weltmeeren, Artensterben und Klimaveränderungen werden als Folgen des menschlichen Konsums gelistet. In *The Story of Stuff*, beschreibt die amerikanische Kritikerin Annie Leonard

(2010) den Hunger nach Dingen und somit nach Ressourcen, den sie für den Grossteil der genannten Probleme verantwortlich macht. Es werde immer schwerer zu leugnen: wir müssen unser Verhalten drastisch ändern.

Wenn wir also der Annahme folgen, dass unser Konsumverhalten dem Planeten und somit letztlich auch uns schadet – warum hatten Umweltbewegungen bisher nur geringen Erfolg? Aus wirtschaftlicher Sicht wird deutlich: Das angestrebte Wirtschaftswachstum verlangt, unseren Konsum jährlich auszuweiten, egal ob erworbene Güter und Dienstleistungen tatsächlich gebraucht werden oder nicht. Wird der Umlauf von Konsumgütern nicht ständig erhöht, drohen uns Rezessionen und Wirtschaftskrisen (Paech, 2005). Doch was bringt das einzelne Individuum dazu, diesem geforderten Konsumzwang zu folgen?

### Wieso wir konsumieren

In erster Linie sichert der Konsum unser Überleben. Indem sich der Mensch die nötigen Güter und Ressourcen beschafft, versucht er, seine materiellen Grundbedürfnisse abzudecken (Schneider, 2000). Wir benötigen also beispielsweise Nahrung, Kleidung und eine Unterkunft.

Die bekannte Maslow-Pyramide bietet eine Übersicht über menschliche Bedürfnisse (Maslow, 1943). Sie geht von einer hierarchischen Struktur aus – das Anstreben höherer Bedürfnisse wird durch die Erfüllung niederer Bedürfnisse bedingt. Die unterste Ebene beinhaltet physiologische Bedürfnisse wie Essen,

*«Der Übergang zu nachhaltigen Lebensstilen erfordert einen kulturellen Wandel. Kurzfristige Anpassungen durch technologische Innovationen und organisatorische Effizienzsteigerungen werden hierzu nicht ausreichen. Ein kultureller Wandel erfordert psychologisch fundierte Massnahmen bei der Mehrheit der BewohnerInnen der früh industrialisierten Länder.»*

— Hunecke, 2013



Bildquelle: Vivian Frick

Trinken oder Schlaf. Aufsteigend folgen die Sicherheit, soziale Bedürfnisse, Individualbedürfnisse und an der Spitze der Pyramide die Selbstverwirklichung. Früher war man der Ansicht, dass das Anstreben höherer Bedürfnisse durch die Erfüllung niederer Bedürfnisse bedingt wird. So müssten erst die physiologischen Bedürfnisse erfüllt sein, bevor etwa soziale Bedürfnisse, Individualbedürfnisse und zu guter Letzt das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung relevant werden. Heute werden Bedürfnisse flexibler verstanden. Kann man sich Essen leisten, kommt bald das iPhone oder ein Flatscreen, bevor die Bildung und somit eine finanziell sichere Zukunft gewährleistet ist. Die Hierarchien von Maslow sind also nicht in jedem Fall nachweisbar. Andere Autoren teilen die menschlichen Bedürfnisse ein in soziale Eingebundenheit, Autonomie und Kompetenz (Ryan & Deci, 1985). Auch diese Bedürfnisse können durch Materielles wie Nichtmaterielles gedeckt werden. Soziale Eingebundenheit beispielsweise kann nicht-materiell durch Freundschaft, wie auch materiell durch Statussymbole wahrgenommen werden. Der heutige Konsum beschränkt sich ganz offensichtlich längst nicht mehr auf die Grundbedürfnisse. Mit zunehmender Verbesserung der ökonomischen Verhältnisse – und damit zumeist einhergehender

Deckung der Grundbedürfnisse – ist der Konsum nach und nach zu etwas geworden, das mehr fordert als blosser Existenzsicherung. Konsum verspricht Glück, Status, manchmal sogar Identität.

Ein iPhone oder Samsung Smartphone, eine Longchamp-Tasche oder ausgelatschte Converse stellen ein Statussymbol dar, das oft den Eintritt in eine Subkultur oder soziale Gruppe ermöglicht. In der Schweiz wird gerne leicht ironisch debattiert, ob man nun ein Migros- oder Coop-Kind ist – die beiden grössten Supermarktketten fungieren also als Identitätsbildend. Marken tragen ein Image, welches durch den Erwerb der entsprechenden Produkte auf den Besitzer übergeht. Die Aneignung von Gütern erklimmt sozusagen die Spitze der Maslow-Pyramide.

Der soziale Einfluss der Umgebung auf das eigene Konsumverhalten ist demnach gross. Die Beobachtung des Verhaltens anderer gibt uns eine Vorstellung, welche injunktiven und deskriptiven Normen herrschen. Erstere beschreiben Verhalten, das in einer Situation erwartet wird, letztere das tatsächlich gezeigte Verhalten der Menschen im Umfeld (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990). Die deskriptive Norm informiert zudem, welches Verhalten mit grösster Wahrscheinlichkeit zum Erfolg führen wird, da andere es ja scheinbar erfolgreich anwenden. Diese Norm kann hinderlich sein, wenn neues Verhalten erlernt werden soll, oder auch wenn ein Verhalten zwar kurzfristig positive, langfristig jedoch negative Folgen hat. So deuten wir den Konsumrausch des direkten

### Umweltpsychologie

Die klassische Umweltpsychologie befasst sich mit dem Menschen in Interaktion mit natürlichen, bebauten und sozialen Umwelten. Sie untersucht sowohl die Einflüsse der Umwelt auf den Menschen als auch die Beeinflussung der Umwelt durch den Menschen. Veranlasst durch diverse Umweltkrisen richtet sich der Fokus zunehmend auf den Menschen als Verursacher, Betroffener und potentieller Bewältiger von Umweltproblemen. Durch Anwendung sozialpsychologischer Theorien kann beispielsweise Verhaltensveränderung erfolgreicher gestaltet werden.

Umfeldes als richtiges Verhalten und ziehen mit.

### Sackgasse Güteranhäufung

Shoppern ist für viele zu einem Hobby geworden, der Konsum zum Zeitvertreib. Diese Verhaltensstrategie erweist sich auf verschiedenen Ebenen als nachteilig. Es gibt ökologische Nachteile, da starker Konsum ressourcenverbrauchend und umweltstrapazierend ist sowie soziale Nachteile aufgrund unmenschlicher Arbeitsbedingungen und Armut der Menschen, welche Kleidung, technische Geräte und andere mehr oder minder sinnvolle Anschaffungen herstellen. Auch auf psychologischer Ebene scheint dieser Konsum zum Wohlbefinden nicht viel beizutragen. Seligman und Diener (2004) zeigen in ihren Studien, dass zwischen dem Einkommen und der Lebenszufriedenheit ab einem gewissen Sättigungsniveau so gut wie kein Zusammenhang besteht. Das bedeutet, sobald die Grundbedürfnisse gedeckt sind, bringt mehr materieller Reichtum und damit Konsum keine Steigerung des subjektiven Wohlbefindens. Der Tretmühleneffekt versucht zu erklären, warum wir immer weiter machen und fleissig mehr Güter und Dienstleistungen in Anspruch nehmen als tatsächlich gebraucht. Bei Anschaffung materieller Güter gewöhnt sich der Mensch sehr rasch an neu gewonnenen Komfort und so steigt sein Anspruchsniveau (Jenny, 2014). Die Zufriedenheit steigt durch mehr materiellen Besitz somit nicht, oder nur kurzfristig.

### Zeit umzudenken – was wirklich Glück schafft

Vermehrt wurden Zweifel an unserem Wohlstandssystem laut und eine Umorientierung hin zu einem bewussteren Konsum scheint laut den Kritikern auf lange Sicht unumgänglich. Doch wie sieht es mit der konkreten Umsetzung aus? Der Umweltpsychologe Prof. Dr. Marcel Hunecke (2013) bietet konkrete Hilfestellungen durch die Verbindung der positiven Psychologie mit umweltpsychologischen Ansätzen in der sogenannten Genuss-Ziel-Sinn-Theorie des subjektiven Wohlbefindens. Diese beschreibt drei immaterielle Quellen für Wohlbefinden: Genuss erleben, Zielerreichung und Sinngebung. Darauf basierend stellt er sechs psychische Ressourcen zur Förderung nachhaltiger Lebensstile vor: Genussfähigkeit, Selbstakzeptanz, Selbstwirksamkeit, Achtsamkeit, Sinnkonstruktion und Solidarität. Beispielsweise er-

### Die Initiative Psychologie im Umweltschutz (IPU)

Die IPU Schweiz ist ein interdisziplinäres Netzwerk von Berufstätigen und Studierenden, Praktikern und Forschern. Sie alle verbindet das Interesse an der Psychologie im Umweltschutz und in der Nachhaltigkeit. Ziel des Vereins ist es, die Umweltpsychologie und ihren Beitrag zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit bekannter zu machen und Umweltpsychologen Wissens- und Erfahrungsaustausch zu bieten. Es finden regelmässig Stammtische, Foren, Kongresse, Kurse, Ausflüge und weitere Projekte statt.

möglicht es die Genussfähigkeit, die einfachen Dinge des Lebens zu schätzen, während Selbstakzeptanz den Druck, sich durch materiellen Besitz beweisen zu müssen, lindern kann. Die Sinnkonstruktion befähigt Menschen, abseits von Konsumismus in anderen Lebensbereichen Bedeutung und Lebenszweck zu finden. Die Stärkung dieser Ressourcen ist ein wichtiger Ansatzpunkt, um eine umweltverträgliche Lebensweise mit weniger Ressourcenverbrauch gesellschaftlich zu fördern, und gleichzeitig auch das Wohlbefinden zu stärken.

«Souverän ist nicht wer viel besitzt, sondern wer wenig braucht.»  
— Paech, 2012

Tim Kasser, ein weiterer Umweltpsychologe, fand, dass starker Materialismus negative Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden haben kann (Kasser, 2011). So konnte er in Studien aufzeigen, dass verbesserte finanzielle Planung – anstelle von unkontrolliertem Konsum – zu verstärktem Sicherheitsgefühl führen kann. Wird zudem auf neuwertige Produkte verzichtet und stattdessen selber repariert, kann dies ein Gefühl der Selbst-Kompetenz hervorrufen. Beide genannten Beispiele haben zur Folge, dass das subjektive Wohlbefinden gesteigert wird. Um mehr Zufriedenheit zu erlangen, müssten wir demnach den Abbau materialistischer

### Der sechste IPU Kongress: Suffizienz – zum Glück braucht's nicht viel

24. Oktober 2014, Volkshaus Zürich

In Referaten und einer Podiumsdiskussion werden aktuelle Erkenntnisse der Psychologie, der Wirtschaft und der Politik diskutiert und vertieft. Zudem wird praxisrelevantes psychologisches Wissen in verschiedenen Workshops vermittelt: Wie können Menschen für das Thema der Suffizienz sensibilisiert werden? Welche Möglichkeiten gibt es, die Bevölkerung zu motivieren, sich suffizient zu verhalten? Es geht nicht zuletzt darum, Denkanstösse und mögliche Lösungswege zu erarbeiten. Der Kongress richtet sich an alle am Thema interessierten Personen. Informieren kann man sich dazu unter [www.umwelt-psychologie.ch/kongress](http://www.umwelt-psychologie.ch/kongress).

Werte anstreben. Wo heute im Nachhaltigkeitsbereich oft mit klassischer Umweltaufklärung oder Ansätzen zur Verhaltensveränderung, wie Energiesparen oder Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel, gearbeitet wird, müsste für einen umweltverträglicheren Lebensstil eher auf einen grundlegenden Wertewandel abgezielt werden. Ein solcher Wertewandel kann angestrebt werden, indem Genügsamkeit gefördert wird (Fujii, 2006). Eingeschränktes Konsumverhalten äussert sich beispielsweise in der Wiederverwendung von Verpackungen, geringerem Food Waste, Preis- und Wertebewusstsein eines Produkts oder geringeres Auftreten von Impulskäufen (Shoham & Brencic, 2004; Lastovicka & Bettencourt, 1999). Das Streben nach Genügsamkeit bedingt aber noch mehr: Es wird nicht der Verzicht am Konsum an sich angestrebt, sondern eine Bereicherung durch nicht-materielle Zufriedenheitsquellen, z. B. durch positiv wahrgenommene Tätigkeiten wie die Pflege sozialer Kontakte (De Young, 2000).

#### Darf es auch etwas weniger sein?

Kann unser Lebensraum vor Zerstörung durch Abfälle, Klimawandel, Ressourcenverbrauch und weiteren ökologischen Auswirkungen des übermässigen Konsums bewahrt werden, so besteht Hoffnung, dass uns

«Wir eignen uns Dinge oder Konsumgüter an, die in keinem Verhältnis zu unseren eigenen Fähigkeiten und lokal oder regional vorhandenen Ressourcen stehen.»

— Paech, 2013

dieser Weg auch vor der psychologischen Konsumüberlastung befreit. Durch eine Umstrukturierung in Richtung weniger Umlauf von Gütern und dadurch weniger benötigtes Einkommen, also eine Abwendung vom utopischen Weg des ewigen Wachstums, kann mehr Zeit, mehr soziales Kapital, mehr Freiheit geschaffen werden (Paech, 2012). Diese werden bereits gelebt – beispielsweise in Transition Towns. Dies sind Initiativen in verschiedenen Städten und Gemeinden, welche einen geplanten Übergang in eine postfossile, relokalisierte Wirtschaft gestalten (siehe [transitionnetwork.org](http://transitionnetwork.org)). In solchen Ortschaften werden beispielsweise lokale Versorgungsketten, handwerkliche Fähigkeiten, Gemeinschaft und soziale Kontakte gestärkt.

Für die Strategie der Verbrauchsreduktion gibt es aus der Nachhaltigkeitsforschung bereits einen Begriff: die Suffizienz. Dazu eine kurze Erklärung: Nach Linz (2004) existieren drei unterschiedliche Nachhaltigkeitsstrategien. Zum einen wäre die Strategie der Effizienz zu nennen. Technische Innovationen sorgen oft dafür, mit möglichst geringem Ressourcenverbrauch möglichst viel Output zu produzieren – sei dies nun eine bessere Heizungsbilanz, mehr gefahrene Kilometer pro Liter Benzin oder ein höherer Ertrag in der Landwirtschaft. Durch das Phänomen des Rebound-Effekts ist diese Strategie jedoch bereits stark in Zweifel geraten und kann in wenigen Fällen zu tatsächlichem Ressourcenverbrauch führen (Tilman, 2012). Die zweite Strategie wird als Konsistenz bezeichnet, welche die Schliessung von Produktkreisläufen beschreibt und somit die Eliminierung des Konzeptes Abfall zum Ziel hat. Laut Linz (2004) ist für eine nachhaltige Entwicklung jedoch eine dritte Strategie unerlässlich: die Suffizienz. Suffizienz bezeichnet eine Nachhaltigkeitsstrategie auf dem Prinzip der Genügsamkeit und eines bewussteren, redu-

zierten Konsums. Niko Paech (2012) veranschaulicht die Notwendigkeit der Suffizienz in seinem Buch über Postwachstumsökonomie *Befreiung vom Überfluss*: Paech schlägt als Beispiel vor, die klassische 40-Stunden-Woche in 20 Stunden Erwerbsarbeit und 20 Stunden eigene, produktive Tätigkeiten aufzubrechen und allgemein weniger Zeit in monetäre Erwerbstätigkeit und Konsum zu investieren. Durch ein Weniger an Gütern, Arbeit und jeglicher Beschaffung von Dingen spart man sowohl Zeit als auch Geld. Damit können Freiräume geschaffen werden, in Form von Zeitwohlstand, Stressabbau und Eigenständigkeit.

#### Zukunftsvisionen

Neben ökologischen Gründen und sozialer Gerechtigkeit spricht also auch die Psychologie für eine Konsumreduktion. Aus psychologischer Sicht kann die bewusste Konsumreduktion durch die damit einhergehende neue Art und Weise der Befriedigung von Bedürfnissen zu mehr Wohlbefinden führen. Durch das Wiedererlernen von Fähigkeiten, die uns durch zunehmende Monetarisierung verschiedenster Versorgungskanäle genommen wurden (z.B. Dinge herstellen, reparieren, anbauen) kann sich Zufriedenheit durch wahrgenommene Autonomie und Kompetenz erhöhen. Durch Tauschen von Gütern statt Neuanschaffung oder durch gemeinsames Schaffen, Reparieren oder Gärtnern kann die soziale Eingebundenheit gefördert werden. Und wenn weniger Stunden für Arbeit, Shopping oder anstehen an Flughafenkontrollen vergehen und dafür mehr Zeit für sinnvoll wahrgenommene Tätigkeiten, geliebte Menschen und vielleicht auch einfach, um dem Nichtstun zu frönen, übrig bleibt, dann klingt das Engagement für den Umweltschutz doch gleich viel angenehmer! ■

#### Zum Weiterlesen

Hunecke, M. (2013). *Psychologie der Nachhaltigkeit. Psychische Ressourcen für Postwachstums-gesellschaften*. München: Oekom-Verlag.  
Leonard, A. (2010). *The story of stuff: How our obsession with stuff is trashing the planet, our communities, and our health – and a vision for change*. New York: Simon and Schuster.  
Paech, N. (2012). *Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie*. München: Oekom-Verlag.