

Muri Energie Forum, 14. März 2016

---

Suffizienz:

Wie viel brauchen wir, um glücklich zu sein?

Ist weniger mehr?

---

Annette Jenny

# Ausgangslage

---



## Global:

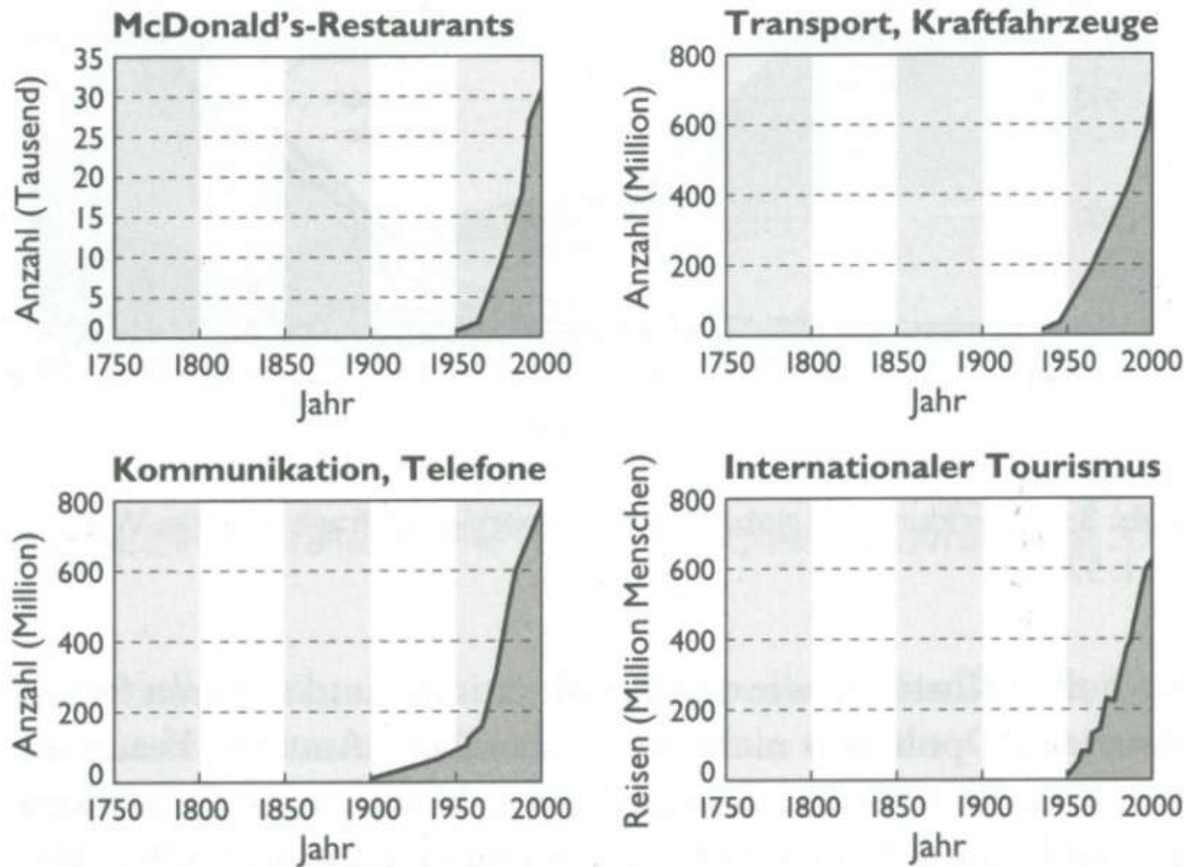
- Der globale Ressourcenverbrauch und die Geschwindigkeit von Umweltveränderungen nehmen seit Jahrzehnten zu.



## Schweiz:

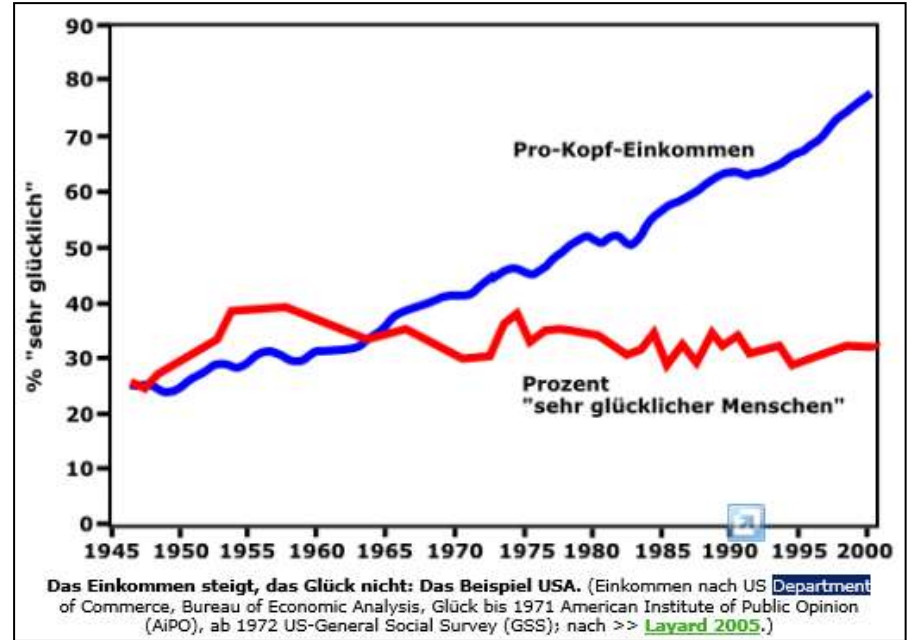
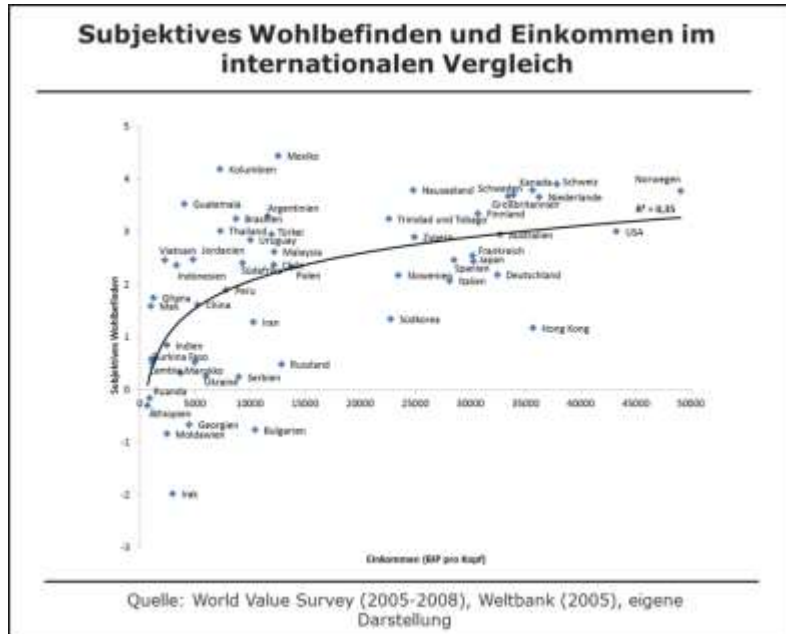
- Würden weltweit alle Länder so viel Ressourcen verbrauchen wie die Schweiz, wären [...] dafür im Jahr 2009 rund 2,8 Erden notwendig gewesen." (Umweltbericht des Bundesrates, 2015, S. 33)

# Die grosse Beschleunigung



**Abb. 2:** Indikatoren der »Großen Beschleunigung« (Quelle: Steffen et al. 2004)

# Geht es uns besser?



Die Reichen sind tendenziell etwas zufriedener als die Armen, aber insgesamt tritt die Gesellschaft trotz Wachstum glücksmässig an Ort und Stelle.

# Thesen

---

- Ein unbegrenztes Wachstum des materiellen Wohlstands ist mit Nachhaltigkeit nicht vereinbar.
- Das subjektive Wohlbefinden lässt sich in früh industrialisierten Ländern mittels Steigerung des materiellen Wohlstands kaum noch erhöhen.
- Der Übergang zu nachhaltigen Lebensstilen erfordert einen umfassenden Wandel. Anpassungen durch technologische und organisatorische Innovationen und Effizienzsteigerungen reichen nicht aus.

# Suffizienz – Effizienz - Konsistenz

---

## Suffizienz

Weniger Nachfrage nach ressourcenintensiven Gütern und Dienstleistungen und sparsamer Umgang damit.

## Effizienz

Geringerer Einsatz von Ressourcen pro Ware oder Dienstleistung durch ressourcensparende Technik, Organisation.

## Konsistenz

Nutzung erneuerbarer Ressourcen und Schliessen von Ressourcenkreisläufen.

# Vom homo consumens.....

---



- 689 Kilogramm Abfall pro Jahr
- 50 Kilogramm Fleisch pro Jahr
- 20'484 km zurückgelegte Wege pro Jahr
- 12.8 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr

# .....zum homo sufficiens

---



- verbraucht weniger Ressourcen
- emittiert nicht mehr als 1-2 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr



# Zentrale Fragen

---

1. **Konsumtreiber**: Was treibt unseren Konsum an?
2. **Konsumauswirkungen**: Ist Konsum ist gut für uns?
3. **Konsumreduktion**: Gehen Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit zusammen?
4. **Suffizienzförderung**: Wie kommen wir zu mehr Suffizienz?

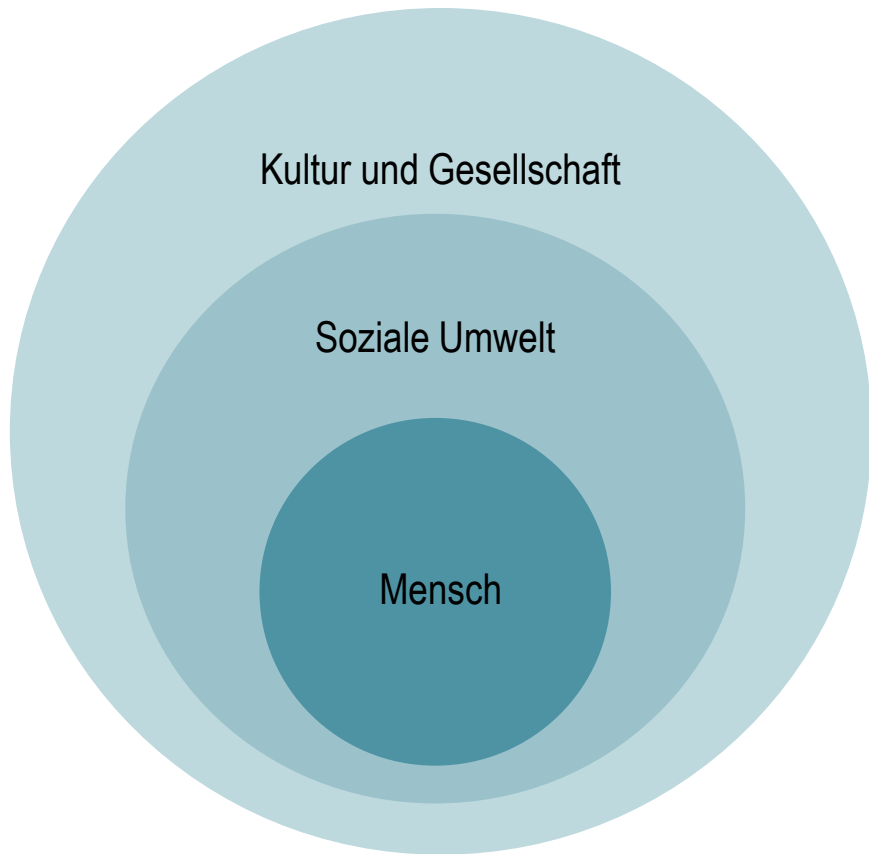
# Zentrale Fragen

---

1. **Konsumtreiber:** Was treibt unseren Konsum an?
2. Konsumauswirkungen: Ist Konsum ist gut für uns?
3. Konsumreduktion: Gehen Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit zusammen?
4. Suffizienzförderung: Wie kommen wir zu mehr Suffizienz?

# Die grössten Treiber auf unser Konsumniveau

---



# wirtschaftlich / gesellschaftlich

---

## **Entwicklung und Ausbreitung eines wachstumsbasierten Wirtschaftsmodells**

- globale Nutzung von Ressourcen (insb. fossile Energien)
- globale Arbeitsteilung, technologische Innovation, Transportsysteme etc.

## **Entwicklung und Ausbreitung von Konsumgesellschaften**

- Grosse Verfügbarkeit von Gütern und Dienstleistungen für Viele
- Werbung, Marketing -> Produkte kriegen Bedeutung

*z.B. Jackson (2011), Stengel (2011)*

# kulturell

---

## Stärkung materialistischer Werte

- Vermittlung von Botschaften, dass Erfolg und Glück in materiellen Dingen, Status und Reichtum zu finden ist



## Etablierung mentaler Infrastrukturen («Mentalität»)

- Konzepte von Wachstum, Mobilität, Fortschritt etc. prägen unsere mentalen Infrastrukturen



*z.B. Kasser (2002), Stengel (2011), Welzer (2013)*

# sozial

---

## Ausdifferenzierung von Konsummotiven und -funktionen

- Konstruktion und Kommunikation der eigenen Identität
- Integration und Distinktion



## Ermöglichung soziale und sexuelle Positionierung



*z.B. Csikszentmihaly (2000), Falk & Campell (1997)*

# individuell

---

## Befriedigung physiologischer und psychologischer Bedürfnisse

Schutz  
Sicherheit



Zugehörigkeit  
Vermeidung Langweile



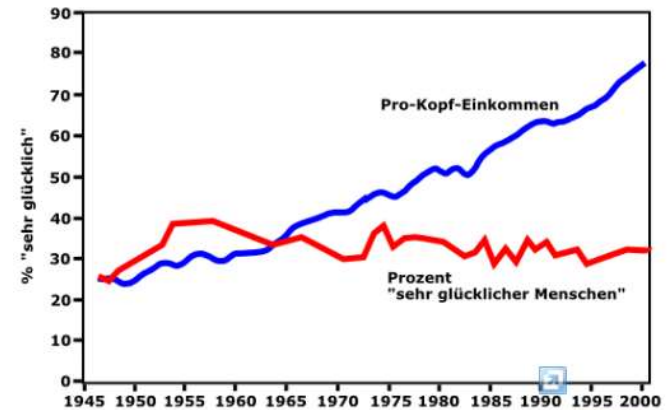
Identität  
Selbstverwirklichung



z.B. Csikszentmihaly (2000), Falk & Campell (1997)

# individuell

- Gewöhnung (Adaptation) an Konsumniveaus
- Soziale Vergleichsprozesse
- Anspruchssteigerungen



Das Einkommen steigt, das Glück nicht: Das Beispiel USA. (Einkommen nach US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis; Glück bis 1971 American Institute of Public Opinion (AIPO), ab 1972 US-General Social Survey (GSS); nach >> Layard 2005.)

➔ «Tretmühlen des Glücks»

z.B. Binswanger (2006), Frank (2007)



# Fazit: Konsumtreiber

---

Unsere massiven Konsumsteigerungen in den letzten Jahrzehnten sind nicht die Folge eines «masslosen Menschen», sondern die Folge einer Konsumgesellschaft, welche vielfältige Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung erlaubt, materialistische Werte verstärkt, uns mental prägt und psychologische Aufwärtsspiralen antreibt.

# Zentrale Fragen

---

1. Konsumtreiber: Was treibt unseren Konsum an?
2. **Konsumauswirkungen**: Ist Konsum ist gut für uns?
3. Konsumreduktion: Gehen Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit zusammen?
4. Suffizienzförderung: Wie kommen wir zu mehr Suffizienz?

## 2) Individuelle Konsumauswirkungen (I): negativ

---

### Multioptionalität

Zunehmende Konsumoptionen machen Entscheidungen schwierig und führen zu geringerer Zufriedenheit.

*z.B. Schwartz et al., 2002*



### Materialismus

Materialistische Individuen haben ein geringeres subjektives Wohlbefinden und eine schlechtere psychische Gesundheit.

*z.B. Solberg, Diener & Robinson, 2003; Kasser, 2002*



### Tretmühlen

Relative Vergleiche zu anderen führt zu Unzufriedenheit, sofern die Zufriedenheit davon abhängig ist, was andere haben.

*z.B. Frank, 2007*



## 2) Individuelle Konsumauswirkungen (II): positiv

---

### Positive Emotionen

Konsumgüter können (zumindest) kurzfristig zu positiven Emotionen führen.

*z.B. Hudders & Pandelaere, 2012*



### Erfahrungskonsum

Reisen, Konzertbesuche, Outdooraktivitäten etc. tragen zum subjektiven Wohlbefinden bei. Sie können mental wiedererlebt werden, werden oft in einer Gruppe erlebt und in der Kommunikation genutzt (Geschichten erzählen).

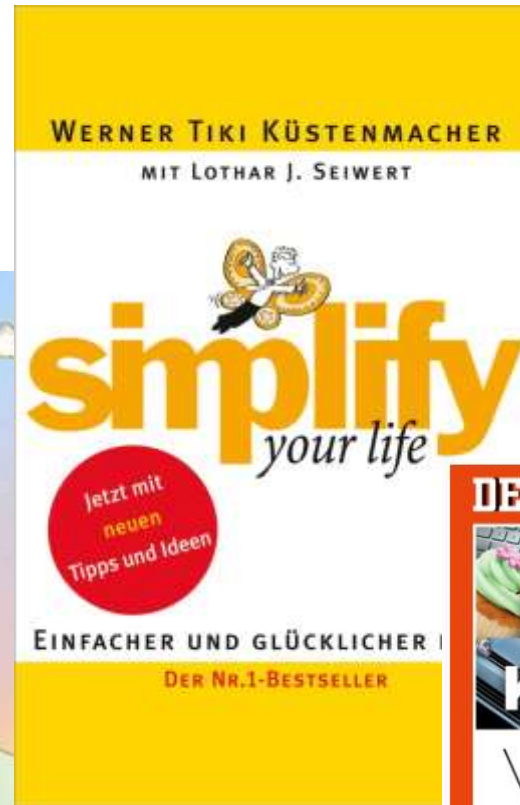
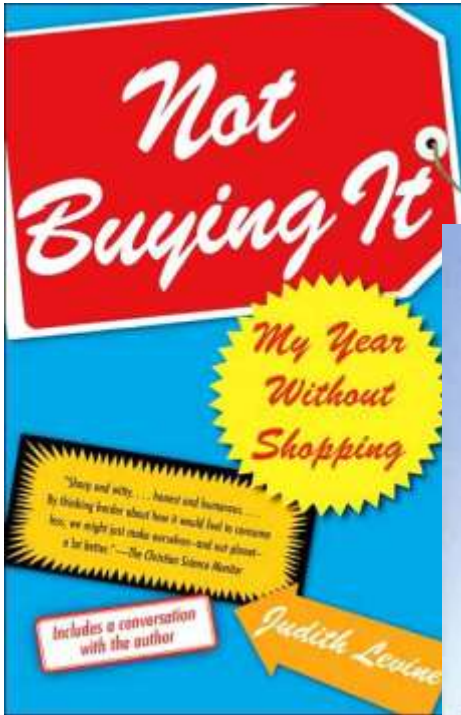
*z.B. Nicolao, Irwin & Goodman, 2009; van Boven, 2005*

# Zentrale Fragen

---

1. Konsumtreiber: Was treibt unseren Konsum an?
2. Konsumauswirkungen: Ist Konsum ist gut für uns?
3. **Konsumreduktion**: Gehen Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit zusammen?
4. Suffizienzförderung: Wie kommen wir zu mehr Suffizienz?

### 3) Konsumreduktion



### 3) Konsumreduktion

---

- Viele Berichte, Ratgeber und Blogs («Trend»)
- Bisher nur wenig Forschung zu reduziertem Konsum («living with less»)

# Sparsamkeit und Genügsamkeit

---

- Sparsamkeit (Thrift)

- Befürwortung (Einstellung) resp. Umsetzung (Verhalten) von Geld sparen
- ➔ Durch ökonomische Restriktionen, kann trotzdem hohe Konsumniveaus hervorbringen

*z.B. Pepper et al. (2009)*

- Genügsamkeit (Frugality)

- Befürwortung (Einstellung) resp. Umsetzung (Verhalten) einer zurückhaltenden Nutzung von Ressourcen sowie Ablehnung von Verschwendung.
- ➔ Wertebasiert, führt zu tieferen Konsumniveaus

*z.B. Evans (2011)*



# Einfache Lebensstile

## «Materiell vereinfachter, aber sinnstiftender Lebensstil»



OUT	IN
New	Renew
Buying	Bartering
Disposable goods	Repair and retool mindset
Foreign vacations	Homeward bound
Premium cable	Netflix
Fancy food	Comfort food
Gym memberships	Home fitness
Dining out	Dining in
Over the top	Down to earth
Recycling	Composting
Snooty wines	Boxed wine
Hard to find organic	Organic everywhere
Health insurance	Health assurance
Spas	Home beauty
Impulse shopping	Conscious consumerism
Bling bling	Simple pleasures
Greed	Grist
More	Enough

- Freiwilliger Einkommensverzicht / Limitierung der Erwerbstätigkeit (**Startpunkt!**)
- Limitierter Güterkonsum und sparsame Nutzung von Ressourcen und Gütern
- Vermehrtes Teilen, Leihen; Second-Hand
- Bevorzugung langlebiger Produkte
- Vermehrtes Selber machen
- Limitierung von Werbeexposition
- Aktiv in Gemeinschaften / Nachbarschaften

z.B. Iwata (2004); Leonard-Barten (1981)

# Einfach leben: Warum?

---



Unterschiedliche Beweggründe:

- Ökologische Gründe
- Spirituelle Gründe
- Selbstbezogene Gründe

*z.B. Hamilton (2003); Schor (1998)*

# Einfach Leben: Auswirkungen

---



**Positive Auswirkungen:** Stolz, Autonomie, Kompetenz, mehr Zeit, weniger Stress, verbesserte soziale Beziehungen, ....

**Negative Auswirkungen:** Kritische Rückmeldungen von Bekannten, Schuldgefühle gegenüber Kinder, Gefühle der Isolation, ....

- Ein freiwilliger einfacher Lebensstil passiert nicht von heute auf morgen, sondern ist ein Prozess.
- Mehr negative Auswirkungen bei erzwungenen einfachen Lebensstilen.

*z.B. Schreurs (2010)*

# Kompatibilität mit Lebenszufriedenheit

---

- Subjektives Wohlbefinden und umweltfreundliches Verhalten korrelieren positiv.
- Insbesondere, wenn das umweltfreundliche Verhalten grundlegende psychologische Bedürfnisse befriedigt.



Kompetenz, Autonomie



Soziale Eingebundenheit

*Brown & Kasser (2005); Kasser (2009)*

# Was ist das «genügende Mass»?

---

HOW MUCH IS  
ENOUGH?

# Was ist suffizient?

Werte gelten für einen Zwei-Personenhaushalt			
	verschwenderisch	typisch	suffizient
Wohnfläche	60 m <sup>2</sup> / Person	45 m <sup>2</sup> / Person	30 m <sup>2</sup> / Person
Raumwärme	24°C	21°C	20°C
Duschen	15 Min / Person täglich	4 Min / Person täglich	2.5 Min / Person täglich
Beleuchtung	immer überall	oft überall	nur da wo nötig
Kühlschrank	280 Liter	230 Liter	200 Liter
Waschmaschine	5x / Woche	4x / Woche	3x / Woche
Geräte IKT	8 Geräte	6 Geräte	4 Geräte
Arbeitsweg	100% mit Auto	50% mit Auto	Velo, Füsse, öV

[http://www.preisigpfaeffli.ch/dienstleistungen/images/Suffizienz\\_Tagung.pdf](http://www.preisigpfaeffli.ch/dienstleistungen/images/Suffizienz_Tagung.pdf)

# Das subjektiv genügende Mass (SGM)

---

*Das subjektiv genügende Mass (SGM) ist eine individuelle Einschätzung darüber, welche Mindest-Ausprägung bei umweltrelevanten Verhaltensweisen für die Erhaltung des aktuellen subjektiven Wohlbefindens genügt.*

*(Dissertation A. Jenny)*

# Empirische Werte: CH-Bevölkerung

Werte gelten für einen Zwei-Personenhaushalt				Aktuell	SGM
	verschwenderisch	typisch	suffizient		
Wohnfläche	60 m <sup>2</sup> / Person	45 m <sup>2</sup> / Person	30 m <sup>2</sup> / Person	52.9m <sup>2</sup>	36m <sup>2</sup>
Raumwärme	24°C	21°C	20°C	21.4 °C	19.2 °C
Duschen	15 Min / Person täglich	4 Min / Person täglich	2.5 Min / Person täglich	8.3 Min	5 Min
Beleuchtung	immer überall	oft überall	nur da wo nötig		
Kühlschrank	280 Liter	230 Liter	200 Liter		
Waschmaschine	5x / Woche	4x / Woche	3x / Woche		
Geräte IKT	8 Geräte	6 Geräte	4 Geräte	6.7	3.3
Arbeitsweg	100% mit Auto	50% mit Auto	Velo, Füsse, öV		



# Empirische Werte: CH-Bevölkerung

---

	Aktuell	SGM
<b>Flugreisen innerhalb drei Jahre</b>	4.0	1.9
<b>Milchprodukte pro Woche</b>	7.3	4.5
<b>Fleisch pro Woche</b>	4.6	2.4

# Wichtigste Einflussfaktoren auf das SGM

---

- Bisheriges Konsumniveau
- Materialistische Wertorientierung
- Einkommen

# Fazit

---

- Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit können kompatibel sein
  - ausprobieren, am besten gemeinsam
- Ansprüche können und sollen hinterfragt und diskutiert werden
  - individueller und politischer Diskurs über das «genügende Mass» führen

# Zentrale Fragen

---

1. Konsumtreiber: Was treibt unseren Konsum an?
2. Konsumauswirkungen: Ist Konsum ist gut für uns?
3. Konsumreduktion: Gehen Konsumreduktion und Lebenszufriedenheit zusammen?
4. **Suffizienzförderung**: Wie kommen wir zu mehr Suffizienz?

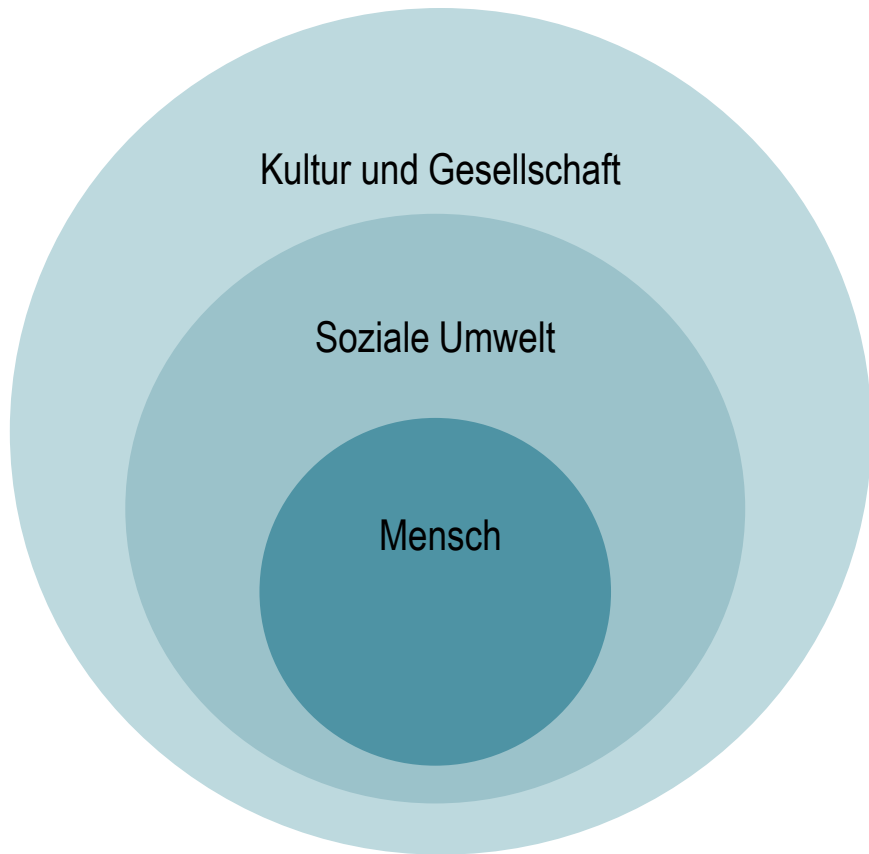
## 4) Suffizienzförderung

---



# Wo muss Suffizienz ansetzen?

---



Auf allen Ebenen!

# Ebenen

---

- **Politik/Verwaltung:**

- Bedingungsloses Grundeinkommen? Reduzierte Arbeitszeiten?
- Wohnprojekte, Veloförderung, Belegungsvorschriften, usw.
- Verbraucherpolitik (Umgang mit Werbung....)
- .....

- **Wirtschaft**

- Lebensdauererlängerung bei Produkten
- Sharing Modelle
- Foodwaste Verminderung
- .....

- **Private**

- Konsum hinterfragen
- Reparieren, teilen, tauschen: Lernen und ausprobieren

# .....zum homo sufficiens

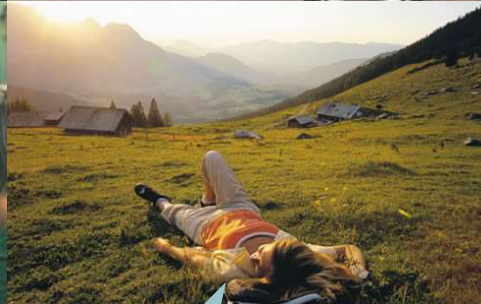
Soziale  
Eingebundenheit



Gemeinschaft



Kompetenz und  
Autonomie



Genussfähigkeit und  
Achtsamkeit

- genügsam, entschleunigt
- nutzt soziale Netzwerke und die sharing economy
- fähig in Erhaltungs- und Subsistenzpraktiken
- verbraucht nicht mehr als 1-2 Tonnen CO2 pro Jahr



# Kontakt

---

annette.jenny@econcept.ch

044 286 75 75