



Schweizerische Akademische  
Gesellschaft für Umweltforschung  
und Ökologie

Société Académique Suisse pour  
la Recherche sur l'Environnement  
et l'Ecologie

Swiss Academic Society for  
Environmental Research  
and Ecology

# Wachstum, nachhaltige Entwicklung und subjektives Wohlempfinden

*Wirtschaftswachstum bringt mehr Geld.  
Wer mehr Geld hat, kann sich Wünsche besser erfüllen.  
Aber machen ein Sportwagen oder eine Luxusyacht glücklich?  
Forschungsergebnisse sagen: Nein!  
Macht uns eine nachhaltige Entwicklung glücklicher?*

Mathias  
Binswanger

## Wachstum als Opium für das Volk?

Der Vater der modernen Volkswirtschaftslehre, Adam Smith, beschreibt in *Theorie der ethischen Gefühle* das Heilsversprechen ewigen Wachstums als einen gewaltigen Täuschungsprozeß. Smith zufolge werden wir uns oft erst in hohem Alter oder bei Krankheit der Endlichkeit des Lebens bewußt. Dann erkennen wir, wie wir unser Leben mit ständigem Streben nach mehr materiellem Wohlstand vertan haben. Wörtlich schreibt Smith (1977, S. 314):

„Reichtum und Macht erscheinen jedem, sobald er durch Verdrossenheit oder Krankheit dahin gebracht wurde, seine eigene Lage mit Aufmerksamkeit zu beobachten und zu überlegen, was es ist, das ihm tatsächlich zur Glückseligkeit fehlt, in einem erbärmlichen Licht. Macht und Reichtum erscheinen ihm dann als das, was sie wirklich sind, als ungeheure und mühsam konstruierte Maschinen, ersonnen, um ein paar wertlose Bequemlichkeiten für körperliches Wohlbefinden zustandezubringen.“

Smith argumentiert weiter, unser ganzer Wohlstand sei nur dadurch zustandekommen, daß wir uns ständig durch die Versprechungen des Wachstums blenden lassen. Deshalb sei dieser Täuschungsprozeß eine Notwendigkeit für andauerndes Wachstum (Smith 1977, S. 315):

„Es ist gut, daß die Natur uns in dieser Weise betrügt. Denn diese Täuschung ist es, was den Fleiß der Menschen erweckt und in beständiger Bewegung erhält. Sie ist es, was sie zuerst antreibt, den Boden

zu bearbeiten, Häuser zu bauen, Städte und staatliche Gemeinwesen zu gründen, alle die Wissenschaften und Künste auszubilden (...).“

Smith hat die Ambivalenz des Wirtschaftswachstums klar erkannt. Im Sinne von Marx könnte man sagen: Nicht nur Religion, sondern auch Wirtschaftswachstum ist Opium für das Volk.

Neuere empirische Studien in Industrieländern zum Thema Glück und Zufriedenheit haben dies inzwischen bestätigt. Hat das Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf einmal ein bestimmtes Niveau erreicht, macht weiteres Wachstum nicht mehr glücklicher oder zufriedener. Das Glücksempfinden stagniert in allen Ländern, für die entsprechende Daten vorliegen. In den USA bezeichnen sich seit dem Zweiten Weltkrieg stets rund 30 Prozent der Befragten als „sehr glücklich“ (*very happy*), obwohl sich das BIP pro Kopf seither real etwa verdreifacht hat. Noch extremer ist das Beispiel Japan, wo sich das BIP pro Kopf seit 1950 mehr als versechsfacht hat – bei ebenfalls konstantem Glücksempfinden.

Es scheinen Mechanismen zu existieren, die in Industrieländern einer dem Wirtschaftswachstum entsprechenden Zunahme des subjektiven Wohlempfindens entgegenwirken. Diese Mechanismen lassen sich als Tretmühlen interpretieren, da wir, obwohl wir stets einem höheren Einkommen hinterherrennen, glücksmäßig auf der Stelle treten (Binswanger im Erscheinen).

## Die Tretmühlen der modernen Wirtschaft

Doch wie kommen die Tretmühleneffekte zustande? Im wesentlichen lassen sich vier solche Tretmühlen unterscheiden (Binswanger 2004). Ein erstes Beispiel ist die sogenannte Statustretmühle. Wir finden tiefe Befriedigung darin, mehr zu verdienen oder zu besitzen als andere – denn das bringt sozialen Status (siehe Abbildung). Allerdings können höchstens 50 Prozent der Bevölkerung mehr als der Durchschnitt verdienen, und meist ist dieser Prozentsatz wegen der ungleichen Einkommensverteilung noch viel kleiner. Deshalb wird das individuelle Streben nach mehr Einkommen für die Wirtschaft als ganzes zu einem Nullsummenspiel. Auch wenn das allgemeine Einkommensniveau in einem Land absolut betrachtet ständig ansteigt, bleibt die Mehrheit der Bevölkerung unter dem Durchschnittseinkommen.

Die große Bedeutung des relativen Einkommens für Glück und Zufriedenheit ist somit eine erste Erklärung für die Stagnation des subjektiven Wohlbefindens in Industrieländern. Solange ein Land arm ist, zählen erst einmal die Grundbedürfnisse

### Kontakt Autor:

PD Prof. Dr. Mathias Binswanger |  
E-Mail: mathias.binswanger@fhnso.ch

### Kontakt SAGUF: SAGUF-Geschäftsstelle |

c/o Claude Théato | ETH Zürich HAD |  
CH-8092 Zürich | Tel.: +41 / 1 / 632 63 10 |  
Fax: +41 / 1 / 632 10 29 | E-Mail: saguf@env.ethz.ch |  
<http://saguf.scnatweb.ch>

wie Essen und ein Dach über dem Kopf. Oberhalb eines Pro-Kopf-Jahreseinkommens von etwa 15 000 USD (World Values Survey 2005) gewinnen jedoch soziales Prestige und Status zunehmend an Bedeutung. Wir fangen an, uns mit anderen zu vergleichen, und verhindern damit einen weiteren Anstieg unseres Glücksempfindens.

Ein weiterer Tretmühleneffekt kommt dadurch zustande, daß wir uns rasch an ein höheres Einkommen gewöhnen und dieses nach kurzer Zeit als selbstverständlich betrachten. Und was selbstverständlich ist, macht nicht mehr glücklich. Dies ist die sogenannte Anspruchstretmühle (*hedonic treadmill*). Lottogewinner(innen) zum Beispiel sind nach kurzer Euphorie wieder so glücklich oder unglücklich wie zuvor. Dies ist typisch für die meist nur kurze Freude an materiellen Dingen: Die anfängliche Freude verpufft, und der höhere materielle Wohlstand wird im allgemeinen erst dann wieder geschätzt, wenn er vom Verschwinden bedroht ist.

Auch die Entwicklung zur Multioptionsgesellschaft führt zu einem Tretmühleneffekt, der sich als Multioptionstretmühle beschreiben läßt. Das Wirtschaftswachstum erzeugt eine immer größere Vielfalt an Gütern und Dienstleistungen. Gleichzeitig sind religiöse Tabus weggefallen, die moralische Grenzen setzten. Die Optionen für Arbeit, Freizeit und Konsum nehmen ständig zu: *anything goes*. Aber die Entscheidung für die richtige Option wird bei steigender Zahl an Optionen und konstantem Zeitbudget immer schwieriger. Die Auswahl wird so von einem Dürfen zu einem Müssen und damit zu einer Tyrannei. Ein gutes Beispiel ist die Entwicklung des Fernsehens. Zu Beginn der 1950er Jahre mußten sich die meisten Europäer(innen) mit einem nationalen Fernsehprogramm begnügen. Die spätere Auswahlmöglichkeit emanzipierte die Menschen vom nationalen Monopolprogramm und versetzte sie in die Lage, ihren individuellen Fernsehabend zusammenzustellen. Doch bald wurde aus dem Segen ein Fluch. Mit dem Kabel- und Satellitenfernsehen explodierte die Zahl der empfangbaren Programme förmlich. Nur leider macht dies eine vernünftige Auswahl unmöglich. Häufig beschränken wir uns daher auf ein paar we-



**ABBILDUNG:** Machen ein Sportwagen und ein Privatflieger glücklich? Das Foto suggeriert es, empirische Forschungsergebnisse widersprechen dieser Vermutung.

nige Programme und ignorieren den Rest, womit wir de facto wieder auf der gleichen Stufe wie in den 1960er Jahren sind.

Schließlich gibt es auch noch eine Zeitspartretmühle, die uns ebenfalls zu schaffen macht. Dank des technischen Fortschritts können wir bestimmte Aktivitäten immer schneller und in kürzerer Zeit ausführen. Trotzdem gelingt es uns im allgemeinen nicht, tatsächlich Zeit zu sparen, denn es kommt zu einem sogenannten *Rebound*-Effekt. Je schneller wir eine Aktivität ausführen können, desto intensiver und häufiger tun wir dies auch. Das beste Beispiel dafür ist der Verkehr. Je schneller Transportmittel werden, um so weiter und häufiger fahren wir. Die für Transport aufgewendete Zeit bleibt dabei – unabhängig vom Transportmittel – in etwa konstant. Das ist die sogenannte *Constant-Travel-Time*-Hypothese, die praktisch weltweit gilt (Schafer 2000). Sowohl in Tansania (meist zu Fuß) als auch in den USA (meist mit dem Auto) wenden die Menschen pro Tag etwa 70 Minuten für Mobilität auf. Mit anderen Worten: Werden Verkehrsmittel effizienter, legen wir größere Distanzen zurück. Zeitsparen wird so zu einer Illusion – nicht nur im Verkehr.

Insgesamt wurde der von Adam Smith beschriebene Täuschungsprozeß mit der wirtschaftlichen Entwicklung immer subtiler und vielfältiger. Im Alltag sind die Tretmühleneffekte oft kaum erkennbar. Selbst wenn dies der Fall ist, können wir uns ihnen häufig nur schwer entziehen. Zum Beispiel braucht es in einer sozialen Umgebung, in der das Statussymbol Auto eine große Rolle spielt, viel Mut und Durchhaltevermögen, sich diesem sozialen Druck zu entziehen. Ein Topmanager, der „nur“ einen VW Golf fährt, kommt bereits in einen Erklärungsnotstand. Die Tretmühlen sind zu einem festen Bestandteil unseres Sozialverhaltens geworden und werden auch von der Wirtschaft gefördert. Ginge es nur einfach darum, ein Auto zu fahren, dann wäre etwa der Automobilmarkt längst gesättigt. Doch indem die Automobilindustrie ständig neue Modelle mit Statuscharakter auf den Markt bringt, kann sie ihren Umsatz immer weiter steigern.

#### Konsequenzen für eine nachhaltige Entwicklung

Wenn schon Wachstum nicht glücklicher macht, wie steht es dann mit nachhaltiger Entwicklung? Die empirische Forschung

zu den beschriebenen Tretmühleneffekten gibt Hinweise darauf, daß ein nachhaltigeres Verhalten der Konsument(inn)en zu mehr Glück und Lebenszufriedenheit führen könnte. Im folgenden sollen kurz drei Beispiele skizziert werden.

Eine erste Verbindung ergibt sich aus der grundsätzlichen Lebenseinstellung der Menschen. Verschiedene Studien kommen zu dem Resultat, daß Menschen, die großen Wert auf materielle Güter legen, im allgemeinen weniger glücklich sind als Menschen, denen materielle Güter nicht so viel bedeuten (siehe etwa Kasser 2000, Kasser und Ryan 1993, Swinyard et al. 2001). Das ist keineswegs überraschend, denn Menschen mit einer materialistischen Lebenseinstellung tendieren dazu, ihre sozialen Beziehungen zu vernachlässigen, die für das subjektive Glücksempfinden von größter Bedeutung sind. So zeigen etwa Daten des Britischen Haushaltspanel, daß Menschen, die sich häufiger mit Freunden oder Verwandten treffen als andere, im Durchschnitt glücklicher sind. Der Bezug zur Nachhaltigkeit ist damit offensichtlich. Menschen mit einer materialistischen Lebenseinstellung konsumieren mehr materielle Güter, deren Herstellung und Gebrauch mit Material- und Energieverbrauch verbunden ist. Insofern führt Materialismus tendenziell zu stärkeren Umweltbeeinträchtigungen als die Wertschätzung nicht-materieller Güter. Wären wir weniger materialistisch, würden wir durch eine erhöhte Lebenszufriedenheit selbst davon profitieren. Gleichzeitig entspräche dies einer nachhaltigeren Lebensweise.

Ein zweiter Bezug zur Nachhaltigkeit ist dadurch gegeben, daß wir eine zu große Produktvielfalt nicht schätzen – was zu der beschriebenen Multioptionstretmühle führt. Je mehr Varianten und Optionen es gibt, um so schwieriger wird die Kaufentscheidung, und das wirkt sich negativ auf die Zufriedenheit aus (siehe etwa Amir und Ariely 2004, Iyengar und Lepper 2000). Der Trend geht aber genau in die umgekehrte Richtung. Um das Wachstum anzukurbeln, werden immer mehr Produktvarianten angeboten. Eine Studie der *Federal Reserve Bank of Dallas* aus dem Jahr 1998 zeigt, daß die Zahl der Güter, die den typischen Warenkorb eines Haushaltes in den

USA ausmachen, von 1980 bis Mitte der 1990er Jahre um fast das sechsfache angestiegen ist. Diese Produktvielfalt führt letztlich dazu, daß wir immer mehr Dinge kaufen, die wir eigentlich nicht brauchen, weil wir nicht mehr in der Lage sind, vernünftige Kaufentscheidungen zu treffen. So werden in den USA 75 Prozent der Luxus-Küchenherdplatten der Firma Viking nach dem Kauf nie gebraucht (Silverstein und Fiske 2003). Auch in bezug auf die Produktvielfalt gilt somit: Weniger wäre mehr – nicht nur für das Glücksempfinden, sondern auch für die Umwelt.

Der eindeutig stärkste Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Glücksempfinden betrifft jedoch das Pendeln zur Arbeit und damit die Zeitspartretmühle. Der empirisch immer wieder belegten *Constant-Travel-Time-Hypothese* zufolge wohnen Menschen im Durchschnitt um so weiter von ihrem Arbeitsplatz entfernt, je schneller die Transportmittel sind. Entsprechend steigt der Energieverbrauch im Verkehr, und die damit verbundenen Emissionen nehmen zu. Andererseits existiert ein deutlicher negativer Zusammenhang zwischen subjektivem Wohlbefinden und der für das Pendeln aufgewendeten Zeit. Stutzer und Frey (2003) verdeutlichen dies anhand von Daten aus dem Deutschen Haushaltspanel. Überdies zeigt eine Umfrage von Kahneman et al. (2004) unter 1 000 Texanerinnen, daß das morgendliche Pendeln zur Arbeit die mit Abstand unbeliebteste tägliche Aktivität ist. Eine nachhaltige Politik, die Pendlerströme reduziert (etwa mit dem Konzept einer Stadt der kurzen Wege), entlastet somit nicht nur die Umwelt, sondern verbessert auch die Lebensqualität.

Die hier erwähnten positiven Relationen zwischen Glück und Nachhaltigkeit machen deutlich, daß Lebensqualität und Nachhaltigkeit oftmals Hand in Hand gehen. Es lohnt sich deshalb, diese Win-win-Situationen weiter zu erforschen. Dies hat jüngst auch Gowdy in *Ecological Economics* (2005, S. 219) betont: Eine Fokussierung der Nachhaltigkeitsdiskussion auf das subjektive Wohlbefinden (sprich Glück oder Zufriedenheit) statt auf den Konsum könnte die Nachhaltigkeitsdiskussion wesentlich voranbringen. Wie sich dies allerdings

konkret erreichen läßt, ist eine schwierige Frage. Solange die Wirtschaft grundsätzlich auf Wachstum ausgerichtet ist und die Unternehmensgewinne vom Wachstum abhängen, lassen sich die Tretmühleneffekte lediglich abschwächen – aber nicht beseitigen. Darin besteht die zentrale Herausforderung für eine nachhaltige Entwicklung.

## Literatur

- Amir, O., D. Ariely. 2004. *The pain of deciding: Indecision, procrastination, and consumer choice online*. [www.som.yale.edu/faculty/oa33/Pain%20of%20Deciding%20-%20Amir%20and%20Ariely%20-%20Rev1.pdf](http://www.som.yale.edu/faculty/oa33/Pain%20of%20Deciding%20-%20Amir%20and%20Ariely%20-%20Rev1.pdf) (abgerufen 05.01.2006).
- Binswanger, M. 1996. Monetäre Wachstumsdynamik in modernen Wirtschaftssystemen. In: *Die Ursachen des Wachstums*. Herausgegeben von R. Riedl, M. Delpos. Wien: Kremayr & Scheriau. 282–296.
- Binswanger, M. 2004. Does happiness increase with income in developed countries? In: *Wege in den Postkapitalismus*. Herausgegeben von K. Woltron, H. Knoflacher, A. Rosik-Kölbl. Wien: edition selene. 204–237.
- Binswanger, M. Im Erscheinen. Why does income growth fail to make us happier? – Searching for the treadmills behind the paradox of happiness. *Journal of Socio-Economics*.
- Gowdy, J. 2005. Toward a new welfare economics for sustainability. *Ecological Economics* 53: 211–222.
- Iyengar, S. S., M. R. Lepper. 2000. When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology* 76: 995–1006.
- Kahneman, D., A. Krueger, D. Schkade, N. Schwarz, A. Stone. 2004. Toward national well-being accounts. *American Economic Review* 94: 429–434.
- Kasser, T. 2000. Two versions of the American Dream: Which goals and values make for a high quality of life? In: *Advances in quality of life theory and research*. Herausgegeben von E. Diener, D. R. Rahtz. Dordrecht: Kluwer. 3–12.
- Kasser, T., R. M. Ryan. 1993. A dark side of the American Dream: Correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology* 65: 410–422.
- Schafer, A. 2000. Regularities in travel demand: An international perspective. *Journal of Transportation and Statistics* 3/3: 1–32.
- Silverstein, M., N. Fiske. 2003. *Trading up: The new american luxury*. New York: Portfolio.
- Smith, A. 1977. *Theorie der ethischen Gefühle*. 2. Auflage. Hamburg: Meiner.
- Stutzer, A., B. S. Frey. 2003. *Stress that doesn't pay off: The commuting paradox*. Working Paper 151, Institute for Empirical Research, University of Zurich.
- Swinyard, W., K. Ah-Keng, H. Phua. 2001. Happiness, materialism, and religious experience in the US and Singapore. *Journal of Happiness Studies* 2: 13–32.
- World Values Survey. 2005. [www.worldvaluessurvey.com/services/index.html](http://www.worldvaluessurvey.com/services/index.html) (abgerufen 05.01.2006).