

# Psychische Ressourcen für Postwachstumsgesellschaften nach Marcel Hunecke

## Hintergrundtext für die Anleitenden

Marcel Hunecke ist Professor für Allgemeine Psychologie sowie Organisations- und Umweltpsychologie an der FH Dortmund und Privatdozent an der Ruhr-Universität Bochum. Er hat 2013 das Buch „Psychologie der Nachhaltigkeit – Psychische Ressourcen für Postwachstumsgesellschaften“ veröffentlicht.

Ein stetig steigendes Wachstum des materiellen Wohlstandes und des damit einhergehenden Energie- und Ressourcenverbrauchs im Globalen Norden ist mit globaler sozialer Gerechtigkeit und dem Erhalt der Ökosysteme des Planeten dauerhaft nicht vereinbar. Deshalb ist ein Nachdenken über Postwachstumsgesellschaften unumgänglich. Gesellschaften, die dem einzelnen Menschen ein gutes Leben ermöglichen, ohne dabei auf eine Steigerung des materiellen Wohlstandes angewiesen zu sein.<sup>1</sup> Schon heute ist zu beobachten, dass sich in Ländern mit einem hohen materiellen Wohlstand die Lebenszufriedenheit kaum noch durch weitere Wohlstandssteigerung erhöhen lässt. In einigen Bereichen führt die Wachstumsgesellschaft sogar zu einem Verlust an Lebensqualität. So kann eine materialistische Grundhaltung das Selbstwertgefühl gefährden, weil Materialismus mit niemals endenden Wünschen einhergeht. Auch die durch Effizienz- und Innovationsdruck erzeugten Stressbelastungen werden in großen Teilen der Bevölkerung als ein Verlust an Lebensqualität wahrgenommen und erweisen sich als Risikofaktor für die körperliche und psychische Gesundheit.<sup>2</sup> Doch was sichert die Lebenszufriedenheit in Postwachstumsgesellschaften, wenn dort die Steigerung von materiellem Konsum und Wachstum kein erstrebenswertes Ziel mehr darstellt? Wie können Autonomieerleben, Selbstbewusstsein oder das Gefühl von sozialer Zugehörigkeit von ihren derzeitigen materiellen Befriedigungsstrategien befreit werden? Und wie lässt sich das Wissen über die Ursachen des subjektiven Wohlbefindens für die Förderung nachhaltiger Lebensstile nutzen?

Marcel Hunecke beschäftigt sich damit, welche psychischen Voraussetzungen für nachhaltige Lebensstile bedeutsam sind und wie ein kultureller Wandel in Richtung Suffizienz<sup>3</sup> unterstützt werden kann.

Die Vermittlung abstrakter Nachhaltigkeitskonzepte, moralische Appelle und materielle Anreize hält er für wenig hilfreich, um Menschen zu Veränderungen ihrer Lebensweisen zu motivieren. Er geht davon aus, dass Verhaltensänderungen nur zu erwarten sind, wenn alternative Lebensentwürfe als positiv oder angenehm wahrgenommen werden. Wenn sich Menschen aus einer gewohnten und nicht allzu unangenehmen Gegenwart in eine andere, unbekanntere Postwachstumskultur bewegen sollen, muss Postwachstum als etwas Positives dargestellt und erlebt werden, das zu einer hohen individuellen Lebenszufriedenheit beiträgt.<sup>4</sup>

Was also trägt zu einer hohen Lebenszufriedenheit bei? Die Frage nach dem guten Leben wurde schon seit Jahrtausenden in vielfältigen Weisheitslehren und Wissenschaftszweigen reflektiert. Da eine Definition des guten Lebens untrennbar mit Wertvorstellungen verknüpft ist, lässt sich hierfür keine allgemeingültige oder gar empirisch belegbare Antwort finden. Trotzdem kann das Nachdenken über „das gute Leben“ Hunecke zufolge von empirischer Forschung unterstützt und bereichert werden. Hunecke trägt dafür Erkenntnisse aus der Sozialen Ökologie, Umweltpsychologie, Positiver Psychologie und der ressourcenorientierten Beratung zusammen. Insbesondere geht er auf Studien von Martin Seligman aus der Positiven Psychologie ein, die drei Strategien der guten Lebensführung ausmachen: das vergnügliche Leben (Genuss: das Erleben positiver Emotionen), das engagierte Leben (Ziele: das Entfalten von individuellen Stärken und das Erreichen selbstgesteckter Ziele) und das sinnbestimmte Leben (Sinn: das Ausrichtung des Lebens auf überindividuelle Werte). Genuss, Zielerreichung und Sinn sind drei Quellen, die Menschen zu einem zufriedenen Leben motivieren können. Je nach Persönlichkeit nutzen und kombinieren Menschen diese drei Strategien in unterschiedlichem Maße. Eine möglichst gute Balance dieser drei Strategien ergäbe eine hohe Förderung einer nachhaltigen Lebensweise.<sup>5</sup>

Aus dieser Genuss-Ziel-Sinn-Theorie leitet Hunecke sechs psychische Ressourcen ab, die sowohl mit positiven Emotionen als auch mit einer Orientierung an immateriellen Zufriedenheitsquellen verbunden sind: Genussfähigkeit, Selbstakzeptanz, Selbstwirksamkeit, Achtsamkeit, Sinngebung und Solidarität (vgl. Tabelle).

Strategien der guten Lebensführung	Psychische Ressource	Psychologische Funktionen im Nachhaltigkeitskontext	Positive Emotion
Hedonismus	Genussfähigkeit	Erlebnisintensität statt Erlebnisvielfalt Förderung immaterieller Genussquellen	Sinnliche Genüsse Ästhetische-intellektuelles Wohlbefinden
Zielerreichung	Selbstakzeptanz Selbstwirksamkeit	größere Unabhängigkeit gegenüber sozialen Vergleichsprozessen Stärkung von Handlungskompetenzen	Zufriedenheit Stolz Flow
Sinn	Achtsamkeit Sinngebung Solidarität	Orientierung an überindividuellen Zielen Motivation zu kollektiven Aktionen	Gelassenheit Sicherheit Zugehörigkeit Vertrauen

Aus: Hunecke, Marcel: Psychologie der Nachhaltigkeit. Psychische Ressourcen für eine Postwachstumsgesellschaft. München 2013, S. 51.

Die ersten drei Ressourcen – Genussfähigkeit, Selbstakzeptanz und Selbstwirksamkeit – bezeichnet Hunecke als persönlichkeitsstärkend. Eine starke Persönlichkeit ist für die Förderung immaterieller Zufriedenheitsquellen besonders wichtig, u. a. da sie unabhängiger von sozialen Vergleichsprozessen macht und die Widerstandskraft gegenüber kompensatorischen und demonstrativen Formen des Konsums stärkt. Unsichere Personen mit geschwächtem Selbstwertgefühl und einem geringen Gefühl sozialer Zugehörigkeit sind anfälliger dafür, Glück und Zufriedenheit im Konsum oder in permanenter Selbstoptimierung zu suchen.<sup>6</sup> Damit das Handeln jedoch nicht nur egoistisch ausgerichtet ist, bedarf es auch zielgebender, wertebildender Ressourcen. Hier führt Hunecke die anderen drei Ressourcen an – Achtsamkeit, Sinngebung und Solidarität. Hunecke betont, dass diese drei zielbildenden Ressourcen dabei keine Orientierung an immateriellen Zufriedenheitsquellen garantieren können. Sie können nur die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass eine Hinwendung zu immateriellen Zufriedenheitsquellen erfolgt.<sup>7</sup> Es geht ihm nicht um eine Verordnung bestimmter Werte, sondern um die Förderung freiwilliger Reflexionsprozesse.

Im Folgenden werden die sechs psychischen Ressourcen beschrieben.<sup>8</sup>

### 1. Genussfähigkeit

Genussfähigkeit meint, Sinneserfahrungen bewusst und positiv zu erleben und damit das Wohlbefinden zu steigern. Genuss kann dabei sowohl von körperlich-sinnlichen Erfahrungen (z. B. schmecken, riechen, tasten, hören) als auch von geistigen Erfahrungen (z. B. Literatur, Kunst, intellektuelle Gespräche) ausgehen.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Die Genussfähigkeit steigert die Erlebnisintensität statt der Erlebnismenge. Einzelne Erlebnisse werden so intensiv positiv wahrgenommen, dass es nicht mehr nötig ist, möglichst viele positive, sinnliche Erfahrungen zu machen. Konsumgüter, wie z. B. Schokolade oder Reisen, werden so intensiv genossen, dass man weniger davon braucht. Außerdem gibt es viele Genüsse, die ohne großen materiellen Aufwand wirksam werden können, z. B. die Abendsonne am See oder der Geruch von Flieder.

## 2. Selbstakzeptanz

Selbstakzeptanz ist die Fähigkeit, die eigene Person mit all ihren positiven und negativen Eigenschaften anzunehmen und wertzuschätzen.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Eine hohe Selbstakzeptanz stärkt die Widerstandskraft gegen Formen des Konsums, die die Funktion haben, Status auszudrücken oder negative Gefühle zu verringern. Wer eine gute, freundschaftliche Beziehung zu sich selbst hat, vergleicht sich weniger stark mit anderen und muss seinen Wert weniger durch tolle Produkte herstellen oder sich durch Shoppen Glücksmomente verschaffen. In einer von Leistung und Exzellenz dominierten Gesellschaft sind Menschen mit einer hohen Selbstakzeptanz auch weniger anfällig für das Gefühl, nicht gut genug zu sein, und den Drang, sich selbst immer weiter verbessern und mehr leisten zu müssen. Das kann Stress mindern und die Lebenszufriedenheit steigern.

## 3. Selbstwirksamkeit

Selbstwirksamkeit ist die Gewissheit, dass ich die Anforderungen in meinem Leben aufgrund meiner Kompetenz bewältigen kann. Ein Mensch, der daran glaubt, selbst etwas zu bewirken und auch in schwierigen Situationen selbstständig handeln zu können, hat demnach eine hohe Selbstwirksamkeitserwartung. Ein Bestandteil der Selbstwirksamkeit ist die Annahme, man könne als Person gestaltenden Einfluss auf die Dinge und die Welt nehmen, statt nur Opfer von äußeren Umständen zu sein.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Menschen mit einer hohen Selbstwirksamkeitserwartung sind motivierter, von ihren Möglichkeiten zur Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse Gebrauch zu machen. Sie suchen eventuell stärker nach Handlungsmöglichkeiten, um einen gesellschaftlichen Wandel in Richtung Postwachstum zu unterstützen.

## 4. Achtsamkeit

Die Achtsamkeit ist zentral in Huneckes Konzept. Mit Achtsamkeit ist eine nicht-wertende Haltung gemeint, die dem gegenwärtigen Augenblick die volle Aufmerksamkeit schenkt. Achtsam zu sein heißt, den Augenblick mit all seinen Empfindungen, Gefühlen und Gedanken geistesgegenwärtig wahrzunehmen, statt z. B. unbewusst in Gedanken ganz woanders zu sein.

Achtsamkeit heißt auch, eine Grundhaltung von Offenheit, Freundlichkeit und Akzeptanz einzunehmen. Achtsamkeit ist verbunden mit der Entwicklung von Mitgefühl mit sich selbst und mit anderen. Durch Achtsamkeit ist es möglich, ein tieferes Verständnis von sich selbst und anderen zu gewinnen und sich dadurch aktiv um die Befreiung von leidvollen Zuständen zu kümmern. Die Haltung der Achtsamkeit kann durch regelmäßiges Üben mentaler Strategien, z. B. von Meditation, zunehmend verinnerlicht werden. Obwohl Achtsamkeit im Buddhismus verankert ist, ist sie nicht kulturell oder religiös gebunden. In den Neurowissenschaften gibt es eine Vielzahl an Forschungsergebnissen, die eine positive Wirkung von Achtsamkeitsübungen auf Wohlbefinden und Mitgefühl feststellen. Achtsamkeitstechniken werden daher auch zu vielen therapeutischen Zwecken eingesetzt.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Achtsamkeit lenkt den Blick sowohl auf die eigenen Empfindungen und Bedürfnisse als auch auf die von anderen Menschen und Lebewesen. Dies stärkt das Mitgefühl und die Übernahme von Verantwortung. Das Einüben von Achtsamkeit kann dadurch laut Hunecke dazu beitragen, sich stärker an überindividuellen, nicht-selbstbezogenen Zielen und Werten zu orientieren. Achtsamkeit kann so auch das Streben nach immer mehr materiellem Besitz begrenzen. Sie sensibilisiert außerdem für Sinnfragen, da sie den Blick dafür öffnet, was einer Person wirklich wichtig ist.

## 5. Sinnggebung

Sinn meint hier die Bedeutung oder Bewertung, die wir einer Tätigkeit oder einem Ereignis geben. Meist ist diese Bedeutung mit einem positiven Gefühl verbunden. Hunecke benennt verschiedene Sinnquellen, die uns in unserer Gesellschaft zur Verfügung stehen, z. B. Werte, Religionen oder Wissenschaften. Wichtig ist, dass Sinnggebung dann stattfinden kann, wenn Menschen Zeit für Reflexionsphasen haben. In Gesellschaften mit hoher alltags- und berufsbedingten Stressbelastung der Einzelnen kann dies zu kurz kommen.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Die Sinnggebung ist wichtig für die Förderung von Postwachstumszielen und -werten. Zentral ist hier, dass wir uns bewusst machen, welche Geschichten wir uns derzeit in unserer wachstumsorientierten Gesellschaft erzählen.

Geschichten, die unser Handeln mit Sinn versehen. Daneben können andere Erzählungen zur Sinnkonstruktion gesetzt werden, z. B. Geschichten über das Gelingen nachhaltiger Lebensweisen. Hunecke betont jedoch, dass der Prozess der Sinngebung offen gestaltet werden muss und nicht als weltanschauliche Vereinnahmung. Für ihn ist es dennoch wichtig, ein gesellschaftliches Mindestmaß an gemeinsamen Werten zu errichten, die auf Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit beruhen. Hunecke geht davon aus, dass in der Beschäftigung mit Sinn eher soziale und humanistische Werte entdeckt werden.

## 6. Solidarität

Mit Solidarität ist die Orientierung des eigenen Handelns an der Idee einer sozialen Gerechtigkeit gemeint. Sie beinhaltet die Überzeugung, für das Wohlergehen anderer Menschen Verantwortung übernehmen zu können und Gerechtigkeit im gemeinsamen Handeln umsetzen zu können. Solidarität überwindet damit eine individualistische oder gar egoistische Haltung und richtet das Handeln überindividuell aus. Sie fördert die positiven Gefühle der sozialen Zugehörigkeit, Sicherheit und des Vertrauens. Solidarität entsteht jedoch nicht allein über Reflexionsprozesse, sondern muss im konkreten Miteinander mit anderen Menschen eingeübt werden.

*Inwiefern fördert diese Fähigkeit Postwachstums-Lebensstile?*

Solidarität ist ein zentraler Wert in Postwachstumsgesellschaften, in denen z. B. solidarisches Wirtschaften und die gemeinschaftliche Nutzung von Dingen wichtige Bausteine sind.

„Fazit in einem Satz.....

**Menschen,  
die genießen können,  
die sich selbst annehmen,  
die davon überzeugt sind, selber etwas  
bewirken zu können,  
die eine achtsame Haltung einnehmen,  
die Sinngebungsprozesse durchlaufen,  
die ihr Handeln solidarisch ausrichten,  
unterstützen einen Wandel in Richtung  
Postwachstum.“<sup>9</sup>**

Hunecke verweist in seinem Buch abschließend auf die begrenzte Wirksamkeit des psychologischen Ansatzes. Er betont einerseits, dass die Förderung psychischer Ressourcen keine Privataufgabe sein kann. Es ist sehr schwer, die psychischen Ressourcen individuell zu entwickeln, wenn die gesamten organisatorischen und institutionellen Umwelten, also die Strukturen in der Gesellschaft, gegensätzlich funktionieren. Wenn in Schulen und Unternehmen z. B. Wettbewerb und Konkurrenz sehr ausgeprägt sind, ist es schwierig, Solidarität einzuüben. Die Förderung der Ressourcen muss daher in vielfältigen gesellschaftlichen Handlungsfeldern unterstützt werden. Hunecke schlägt vor, die sechs Ressourcen gezielt in Schulen, Hochschulen, Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und im Gemeinwesen zu fördern.<sup>10</sup> Andererseits erfordert ein kultureller Wandel in Richtung Postwachstum eine Vielzahl von Einzelpersonen, die diesen Wandel auf individueller Ebene verkörpern und pionierhaft vorantreiben. Diese Personen werden die nötige Motivation für ihre nachhaltigen Lebensweisen nur aufbringen, wenn ihr subjektives Wohlbefinden und ihre Lebenszufriedenheit auf hohem Niveau gesichert sind. Für sie kann es daher wichtig sein, einen Lebensweg zu wählen, auf dem sie diese immateriellen Zufriedenheitsquellen nutzen können.<sup>11</sup>

- 1 Vgl. Hunecke, Marcel: Zum Glück gibt es das Postwachstum. In: factor y. Magazin für nachhaltiges Wirtschaften, Nr. 4-2013, S. 58.
- 2 Vgl. Hunecke, Marcel: Psychologie der Nachhaltigkeit. Psychische Ressourcen für eine Postwachstumsgesellschaft. München 2013, S. 9.
- 3 Suffizienz: Bemühen um einen niedrigen Energie- und Ressourcenverbrauch durch genügsames Konsumverhalten.
- 4 Vgl. Hunecke, Marcel: Psychologie der Nachhaltigkeit. Psychische Ressourcen für eine Postwachstumsgesellschaft. München 2013, S. 10ff.
- 5 Vgl. ebd., S. 45ff.
- 6 Vgl. ebd., S. 42.
- 7 Vgl. ebd., S. 52.
- 8 Vgl. ebd., S. 52ff.
- 9 Präsentation Marcel Huneckes zur Vorstellung des Memorandums für das Denkwerk Zukunft: Psychische Ressourcen zur Förderung nachhaltiger Lebensstile, Pressegespräch am 13. Juni 2013 in Berlin, online unter [www.denkwerkzukunft.de/downloads/Positive\\_Psychologie/Hunecke%20Psychische%20Ressourcen%20Denkwerk%20Zukunft.pdf](http://www.denkwerkzukunft.de/downloads/Positive_Psychologie/Hunecke%20Psychische%20Ressourcen%20Denkwerk%20Zukunft.pdf), S. 14.
- 10 Vgl. Hunecke, Marcel: Psychologie der Nachhaltigkeit. Psychische Ressourcen für eine Postwachstumsgesellschaft. München 2013, S. 86ff.
- 11 Vgl. Hunecke, Marcel: Zum Glück gibt es das Postwachstum. In: factor y. Magazin für nachhaltiges Wirtschaften, Nr. 4-2013, S. 61.