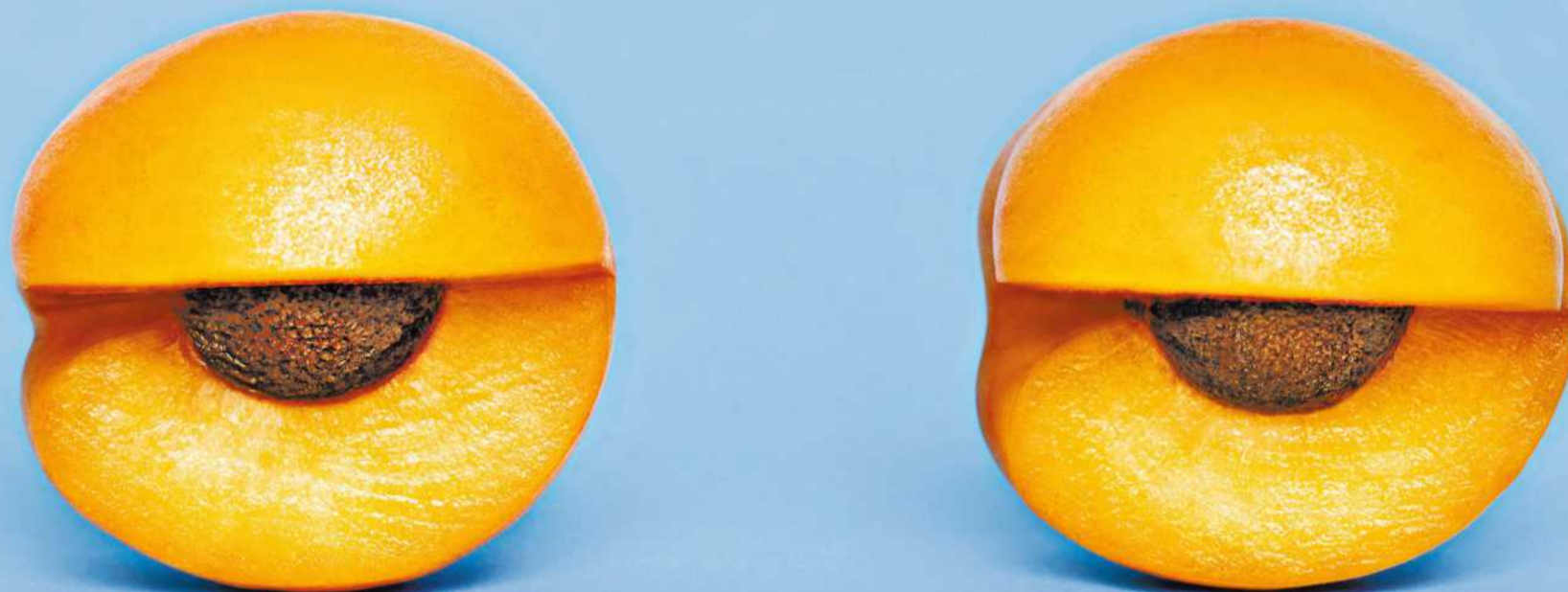


## Die Wende zum



## Weniger

Start der neuen ZEIT-Serie: Ist die Welt nur zu retten, wenn die Wirtschaft schrumpft? Ökonomen streiten darüber, doch die Verbraucher machen weiter wie bisher **VON UWE JEAN HEUSER**

Es ist die Herausforderung des Jahrhunderts: Sind unser Konsum und unsere Wirtschaft so zu verändern, dass die Natur überleben kann? Diejenigen, die das Problem lösen wollen, sind in zwei Gruppen gespalten: das Lager des »Mehr« und das Lager des »Weniger«.

Das Mehr-Lager denkt, die Welt ließe sich dadurch retten, dass die Wirtschaft weiter wächst und ihre Innovationskraft zum Wohle der Umwelt voll entfaltet. Dann, so die Logik, gibt es weniger Verteilungskämpfe als in einer schrumpfenden Volkswirtschaft. Allerdings müsse sich die Richtung des Wachstums ändern: weg von Materialverbrauch und Klimaschädigung, hin zu mehr Natur und Dienstleistung. Unsere Idee von Wohlstand müsste also eine ganz andere werden.

Der Schönheitsfehler: Das Mehr-Lager ist den Beweis, dass seine optimistische Theorie umsetzbar ist, bislang schuldig geblieben. Zwar gibt es Anzeichen, dass die Industrieländer Jahr für Jahr mit weniger Rohstoffen auskommen, selbst wenn ihre Wirtschaft wächst. Aber dem Klima hilft das bisher kaum: Der Ausstoß des Klimagases CO<sub>2</sub> steigt weltweit weiter an. Im Jahr 2019 stellte die Menschheit mit über 35 Milliarden Tonnen einen neuen, tieftraurigen Rekord auf.

Damit argumentiert das Weniger-Lager und fordert die Verkleinerung und Gesundumschrumpfung der Wirtschaft durch geringeren Konsum. Nur auf diese Weise werde sich der Planet erholen. Die Menschen könnten mehr Wert auf Freizeit und – etwa dank veganer Ernährung – auf gesünderes Leben legen. Sie seien doch vor zehn, zwanzig Jahren mit ihrem damals deutlich geringeren Wohlstand auch glücklich gewesen. Die Glücksforschung für Industrieländer zeige verlässlich, dass mehr Geld und Konsum die Zufriedenheit kaum noch steigern, wenn die Grundbedürfnisse befriedigt seien.

Dieses Glücksparadox wird tatsächlich von der Forschung bestätigt, doch es gibt auch andere Befunde. Zum Beispiel den, dass Menschen Verluste per se verabscheuen – egal ob es sich um ein Weniger im Vergleich zu früher oder im Vergleich zu anderen Personen oder Kohorten handelt. Die Menschen leiden sogar mehr unter Verlusten, als sie sich über Gewinne freuen können. Allein aufgrund dieses zutiefst menschlichen Charakterzugs dürfte eine »Wende zum Weniger« erhebliche Verwerfungen mit sich bringen.

In der Hochphase der Corona-Pandemie haben die Deutschen und andere Nationen immerhin bewiesen, dass sie mit weniger auskommen können. Sie haben es teilweise sogar genossen. Mehr Ruhe,

weniger Konsumterror, das schien fast schon eine Art neuer Glücksformel. Löst dieses erzwungene Innehalten bei manchen Verbrauchern also dauerhaftes Umdenken aus?

Wir baten die Deutschen in einer repräsentativen ZEIT-Umfrage um Antwort auf die Frage, ob und wie sich ihre Konsumhaltung und ihr Kaufverhalten während der Corona-Krise verändert haben. Darüber hinaus baten wir sieben berühmte Ökonominen und Ökonomen, für die ZEIT die Möglichkeit einer Wende zum Weniger auszuloten.

Eine konkludente Antwort hatten die Bundesbürger schon im Mai in den wiedereröffneten Läden und im Online-Handel gegeben: Der Umsatz im Einzelhandel stieg stärker, als er im April gefallen war. Und auch in der vom Marktforschungsinstitut Ifas durchgeführten ZEIT-Umfrage sagten sie mit überwältigender Mehrheit: Wir wollen weiter konsumieren wie gewohnt – nicht mehr als vor Corona, aber auch nicht weniger. Weder wollen wir verlorenen Konsum jetzt nachholen, noch wollen wir den Aufschwung herbeikufen. Wir wollen einfach zur Normalität zurück. Das alte ist also auch das neue »Normal«.

Offenbar hat Corona das Verhalten weniger nachhaltig verändert als vielfach erwartet. Nicht einmal die These, viele Verbraucher würden durch das Virus

dauerhaft zu Online-Shoppern, lässt sich halten. Und doch haben die Bundesbürger in Corona-Zeiten umgedacht. Eine Mehrheit gibt an, in der Pandemie erkannt zu haben, dass es Wichtigeres gibt als Konsum. Das passt zu Aussagen in verwandten Studien, man habe sich »auf die wahren Dinge des Lebens« besonnen.

Viele Menschen sagen auch, ihr Umweltbewusstsein sei gewachsen. Dass aus dem Umdenken dann so selten ein Umlenken wird, hat unter anderem soziale Gründe: Die Krise hat Menschen mit geringem Einkommen und wenig Aufstiegschancen besonders verunsichert. Sie glauben oft nicht, dass sie es sich jetzt noch leisten können, grün einzukaufen.

Weil sich die Wohlhabenderen zudem als träge erweisen, kann die Politik nicht hoffen, dass Corona allein den Wandel bringt. Will die Regierung eine Wende, egal welche, so muss sie dafür enorme Überzeugungsarbeit leisten. Es dürfte einfacher sein, einer Mehrheit die Wende durch Wachstum zu verkaufen. Doch schon eine Minderheit könnte die Wende zum Weniger auslösen: Verlören nur zehn Prozent der Verbraucher, zumal wohlhabende, ihre Kauflust, wäre es geschehen. Dass eine kleine Minderheit etwas ändern will, zeigt sich in der ZEIT-Umfrage.

Das ist ein Grund, warum unsere Gastautoren auf den nächsten Seiten das Schrumpfungsszenario kei-

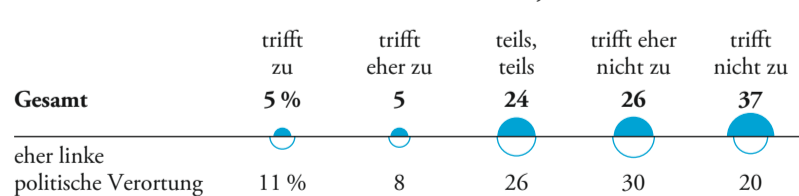
neswegs ausschließen. Zwei von ihnen streben sogar ausdrücklich an: der britische Bestsellerautor Tim Jackson, der Alternativen zum Konsumismus aufzeigen will, und der Amerikaner Dennis Meadows, der 1972 die Welt mit seiner Untergangsprognose *Die Grenzen des Wachstums* aufrüttelte. Warum der Weg dahin jedoch steinig würde, beschreibt der Papst der Wachstumsforschung, der Nobelpreisträger Robert Solow aus den USA.

Clemens Fuest vom Münchner Ifo-Institut lehnt die Wende zum Weniger hingegen ab. Sie schade gerade auch solchen Menschen, die sie gar nicht wollen. Fuest verteidigt die freie Konsumentscheidung. Die italienisch-britische Verfechterin eines starken Staates, Mariana Mazzucato, und der weltweit gefragte New Yorker Ökonom Jeffrey Sachs streben eine neue Art von Wachstum an. Und die deutsche Energieexpertin Claudia Kemfert beschreibt, was aus ihrer Sicht dazu nötig wäre.

Jede Leserin, jeder Leser möge sich ein eigenes Urteil bilden. Doch eines ist klar: Will sich das Mehr-Lager durchsetzen, muss es bald liefern und zeigen, dass das Projekt »Mehr Wohlstand trotz weniger Klimagift« funktioniert. Sonst kommt die Wende zum Weniger am Ende von ganz allein – ungeplant und ungewollt, weil die Menschheit an die Grenzen der Natur stößt. Dann würde es wirklich unangenehm.

## Umfrage: Verändert Corona das Konsumverhalten?

## Ich werde Einkäufe, auf die ich während der Corona-Pandemie verzichtet habe, nachholen.

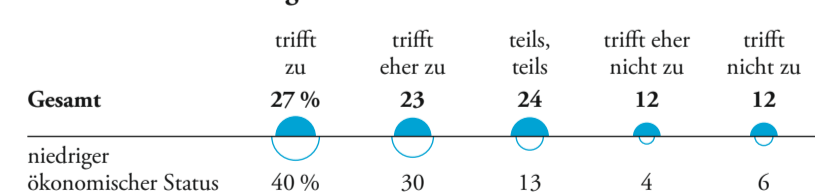


## Werden Sie nach der Pandemie mehr oder weniger einkaufen?

81 %

der Befragten sagen:  
Das Shoppen geht weiter wie zuvor

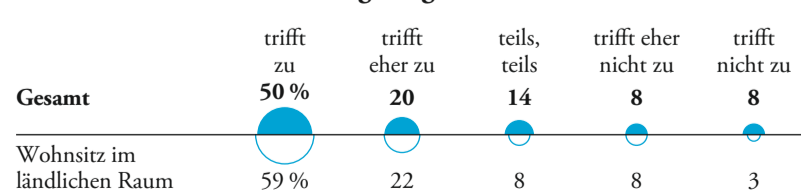
## Die Corona-Pandemie hat mir gezeigt, dass ich gut auf Konsum verzichten kann.



## Nach der Corona-Krise werde ich beim Einkauf auf nachhaltige Produkte achten.



## Die Corona-Pandemie hat mir gezeigt, dass es Wichtigeres gibt als Einkaufen.



## Ich werde mir nach der Corona-Pandemie nicht mehr so viele umweltfreundliche Produkte leisten können.

