

dradio.de

http://www.dradio.de/dlf/sendungen/interview_dlf/1526355/

INTERVIEW

11.08.2011



Eine Krise jagt die nächste - werden wir dadurch überfordert? (Bild: AP)

Die "Finanzkrise hat so die Dimension eines Schwarzen Loches"

Der Psychologe Stephan Grünewald über Verbraucherverhalten in der Krise

Stephan Grünewald im Gespräch mit Gerwald Herter

Fallende Aktienkurse und ganze Staaten in Not: Das mache den Verbrauchern Angst, sagt der Psychologe Stephan Grünewald. Die Verbraucher reagierten mit Trotz und versuchten, im Hier und Jetzt zu leben.

Gerwald Herter: Nervöse Finanzmärkte, verunsicherte Verbraucher, geringere Nachfrage, tiefere Aktienkurse - und da sind wir wieder auf den Finanzmärkten: Droht also eine Abwärtsspirale? Über die Auswirkungen der Finanzkrise auf das Verhalten der Verbraucher habe ich mit dem Psychologen Stephan Grünewald gesprochen. Er ist einer der Geschäftsführer und Mitbegründer des Kölner Rheingold-Instituts für Markt- und Medienanalysen. Im Auftrag von Firmen, Behörden und auch Medien führt dieses Institut regelmäßig Umfragen durch. Herr Grünewald, ganz alleine sind Sie ja nicht mit dem, was Sie da machen. Die Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung veröffentlicht monatlich den sogenannten Konsumklimaindex, zuletzt geschah das Ende Juli für den vergangenen Monat, da waren wir schon mitten in der Finanzkrise, aber das Konsumklima erlitt nur einen kleinen Dämpfer. Beobachten Sie Ähnliches?

Stephan Grünewald: Ja, wir haben Ähnliches schon nach der letzten Finanzkrise 2008/2009 erlebt. Einerseits ist bei den Menschen eine tiefe Verunsicherung spürbar, die Finanzkrise hat so die Dimension eines Schwarzen Loches, also über Nacht können nicht nur ganze Immobilien, sondern ganze Staaten, ganze Bankhäuser verschwinden. Das macht Angst. Andererseits ist so eine trotzig Haltung spürbar: Bevor das Geld den Bach runtergeht, versuche ich, diese ganzen abstrakten Geldwerte, diese Aktien zu materialisieren. Das heißt, es gibt einen Trend, wirklich im Hier und Jetzt zu leben, sich da sofort den DVD-Player oder was auch immer anzuschaffen.

Herter: Das erinnert ja an die mittelalterliche Situation, als die Pest ausbrach und die Menschen noch alles Mögliche schnell machten, bevor sie starben.

Grünewald: Ja, es hat ein bisschen so von dem Tanz auf dem Vulkan, also die

Grundbefindlichkeit ist, man weiß nicht, wie stabil die Lage ist, und weil man das nicht weiß, plant man nicht langfristig, sondern optimiert sich im Hier und Jetzt.

Herter: Sie sprechen von Trotzkonsum. Trifft dieser Begriff hier zu?

Grünwald: Also man trotz quasi den Verhältnissen. Letztendlich sind wir in einer ganz komischen Gemengelage, also die letzten Monate waren ja dadurch bestimmt, dass sehr viele positive Botschaften lanciert wurden: Wir waren wieder Exportweltmeister und die Konjunktur brumpte. Dennoch stellten wir tiefenpsychologisch fest - wir machen ja keine Umfragen, sondern wir legen Verbraucher sinnbildlich auf die Couch -, dass diese ganzen tollen Botschaften eigentlich nicht geglaubt wurden. Wir haben in Deutschland eine eher skeptische Grundstimmung, und diese Grundstimmung hat eine doppelte Ursache: Einerseits ist sie darin begründet, dass die Menschen eine Art Glaubenskrisen durchlaufen, sie haben das Gefühl, dieses System, das jahrzehntelang auf Wachstum gegründet war, das sein Heil immer in dem nächsten Aufschwung findet, ist eigentlich nicht mehr rettbar, also da ist ein großer Zweifel, ob es so mit dem kapitalistischen System weitergehen kann. Gleichzeitig gesellt sich zu dieser fundamentalen Glaubenskrisen eine Vertrauenskrise. Man weiß nicht mehr, ob man den politischen Akteuren überhaupt folgen kann. Sind die verlässlich? Gipfelpunkt dieser Vertrauenskrise war sicherlich die Fahnenflucht von Köhler: Wenn der oberste Vater der Nation quasi Fahnenflucht begeht, wem kann man sich dann noch anvertrauen?

Herter: Kommen wir zurück zum Ausgangspunkt: Lehrbücher, Wirtschaftslehrbücher beschreiben ja eine bestimmte Beziehung zwischen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und dem persönlichen Spar- und Konsumverhalten. Würden Sie sagen: Das stimmt so nicht mehr, was da drin stand und jahrzehntelang galt?

Grünwald: Das stimmt zum Teil noch. Also was wir halt beobachten, ist einerseits eine beschwichtigende Stimmung, die aber in letzter Konsequenz nicht geglaubt wird. Von daher haben wir jetzt eine Abkehr von diesem Denken, ich spare jetzt auf ein fernes Ziel in zehn Jahren hin, sondern eine Hinwendung zu dem, was ist jetzt notwendig? Insgesamt beobachten wir, wenn man sich das Einkaufsverhalten anguckt, gerade so dieses Gefühl: Wir sind in einer Kulturwende, die bestehende Kultur zerfällt, diese Maximierungskultur, die ist so nicht mehr haltbar - das führt dazu, dass die Leute fast in eine sehr dumpfe Plünderstimmung geraten. Also sie machen viele Aktionen im Internet mit, sie wollen im Discount in Sonderaktionen günstig ihre Ware ranschaffen, weil man da das Gefühl hat, jetzt noch mal für sich was rausholen zu können. Gleichzeitig gibt es aber einen Gegentrend: Man sehnt sich wieder nach höheren Werten, nach Verlässlichkeit, nach einem natürlichen Maß. Davon profitieren unter anderem die Grünen, weil sie Ausbund dieser Programmatik, dieser Verlässlichkeit, dieser Nachhaltigkeit sind.

Herter: Sie hören den Deutschlandfunk, der Psychologe Stephan Grünwald vom Rheingold-Institut über die Folgen der Finanzkrise. Herr Grünwald, Kauf- oder Verkaufsentscheidungen aus bestimmten Gründen, die treffen eben auch Anleger. Wie erklären Sie sich das, was da in den letzten Tagen an den Börsen geschieht?

Grünwald: Also die Börsen haben sich ja zum Teil selbst von der Psychologie abgekoppelt, weil es mittlerweile ja sehr viele Automatismen gibt, die eigentlich leichte Bewegungen ins Unermessliche dynamisieren. Insgesamt spiegelt die Börse aber in diesem rasanten Sich-Abwärtsbewegen diesen Wunschzweifel, den wir spüren, das heißt, es braucht so ein, zwei auslösende Momente, wo die Skepsis voll da ist, wo die Leute nicht mehr in dieser Sphäre des heiteren Föderalismus sind, sondern wo sie das Gefühl haben, jetzt muss ich abspringen.

Herter: Und das ist Neuland sozusagen. Betrachten wir zum Beispiel die Neubewertung der amerikanischen Bonität. Kann man sagen, es gibt dafür auch objektive Anzeichen, dass wir da auf Neuland kommen? Was sagt uns das für die Dauer dieser Verunsicherung?

Grünwald: Also im Moment gibt es ja einen Widerstreit von Anzeichen. Es gibt immer wieder diese hoffnungsvollen Anzeichen, gleichzeitig haben die Menschen das Gefühl, es gibt ganz andere Anzeichen, wir leben in einer Welt der Krisenpermanenz. Es gibt ungeheuer viele Krisenfelder, die scheinbar aus dem Blickfeld rausgeraten sind, aber plötzlich wieder aufploppen. Das ist so die Schuldenkrise in Europa, das ist die Strahlenbelastung in Fukushima, dann tauchen die EHEC-Erreger wieder auf, dann merkt man, Gaddafi ist immer noch nicht quasi besiegt - das heißt, wir sind auf einmal in einer Welt, wo es ungeheuer viele Krisenherde gibt, die wie in einer Endlosschleife immer wieder aufscheinen. Und dieses Gefühl der Krisenpermanenz, das unterminiert sehr viele frohe Börsenbotschaften, die man sonst in der Welt auch bekommt.

Herter: Haben wir dieses Gefühl, weil wir mit den vielen Nachrichten, mit den vielen Medien, die immer schneller werden, eigentlich doch nicht richtig umgehen können?

Grünwald: Also uns fehlt eine übergeordnete Glaubensmaxime, von der wir diese ganzen Nachrichten einordnen können. Wir sind wirklich in einer Situation, wo wir nicht mehr wissen: Wofür steht Deutschland, wofür steht die Welt, woran können wir überhaupt noch glauben? Und dadurch sind wir sehr viel empfänglicher, sehr viel sensibler für Ad-hoc-Nachrichten, haben aber auch das Gefühl, diese Massierung von Krisenherden, die immer mal wieder vor dem geistigen Auge erscheinen, dann eigentlich schon abgearbeitet erscheinen und dann quasi wie Untote wieder auferstehen. Das hat eine neue Dimension gewonnen.

Herter: Auf Ad-hoc-Nachrichten beschränken wir uns hier im Deutschlandfunk selbstverständlich nicht. Das war Stephan Grünwald vom Rheingold-Institut für Markt- und Medienanalysen. Herr Grünwald, vielen Dank für das Gespräch!

Grünwald: Ich habe zu danken!

Äußerungen unserer Gesprächspartner geben deren eigene Auffassungen wieder. Deutschlandradio macht sich Äußerungen seiner Gesprächspartner in Interviews und Diskussionen nicht zu eigen.

© 2011 Deutschlandradio