

e-Journal Philosophie der Psychologie	KOMPENSATORISCHER KONSUM UND ZUFRIEDENHEIT. EIN BEITRAG DER EMPIRISCHEN GLÜCKSFORSCHUNG von Miglena Amirpur
--	--

Zusammenfassung. Die vorliegende Arbeit geht der Frage nach, ob es einen Zusammenhang zwischen kompensatorischem Konsum und allgemeiner Lebenszufriedenheit gibt. Auf Basis der Referenzliteratur wurde einen negativen Zusammenhang zwischen kompensatorischem Konsum und finanzieller Zufriedenheit, sowie Arbeitszufriedenheit, und einen positiven mit Selbstzufriedenheit erwartet. Im Rahmen der mit 118 Frauen durchgeführten Fragebogenuntersuchung konnten die ersten zwei Annahmen bestätigt werden, während der Zusammenhang mit Selbstzufriedenheit zwar auch signifikant, aber gegenläufig war. Die Ergebnisse könnten im Kontext einer kritischen Betrachtung der Konsumgesellschaft interpretiert werden.

Schlüsselwörter: kompensatorischer Konsum, Zufriedenheit, Kritik der Konsumgesellschaft

Compensatory consumption and life satisfaction. Summary. The purpose of this research was to examine whether there is an interrelation between compensatory consumption and general life satisfaction. Considering the reference literature, we expected a negative correlation of compensatory consumption with financial satisfaction and job satisfaction and a positive correlation with complacency. In a questionnaire study with 118 women the first two assumptions could be confirmed. We could also find out an interrelation between compensatory consumption and complacency, however in the opposite direction. The results could be interpreted in the context of a critical examination of the consumer society.

Keywords: compensatory consumption, life satisfaction, critique of consumer society

I. Einleitung

Die Industrialisierung und die Entwicklung des kapitalistischen Wirtschaftssystems seit Anfang des 20. Jahrhunderts und vor allem in den letzten Jahrzehnten hat es dem Menschen ermöglicht, nicht nur seinen Alltag besser zu bewältigen. Das Verbrauchen von Konsumgütern ist, über die Befriedigung primärer Bedürfnisse hinaus, zu einer eigenen Quelle des Erlebens von Genuss und Spaß geworden. Damit sind nicht nur die materielle, sondern auch die psychische Welt des Menschen, seine Wertvorstellungen und Lebensmaßstäbe, einer Wandlung unterzogen worden. In den letzten Jahrzehnten besteht eine lebhaft Diskussions darüber, welchen Einfluss diese Wandlung auf die Lebensqualität nimmt (vgl. Fromm, 2004; Haury, 2007). Es gibt jedoch wenige empirische Untersuchungen dazu. Fokus des vorliegenden Artikels stellt die Bedeutung des kompensatorischen Konsumverhaltens, als eine spezielle Konsumform, für die empfundene Lebenszufriedenheit dar.

Kompensatorischer Konsum

Der kompensatorische oder geltungsmotivierte Konsum äußert sich in einer ausgeprägten Konsumfreudigkeit. Dabei wird das eigene Kaufverhalten nicht reflektiert und das Produkt wird nicht in erster Linie wegen seines "Gebrauchtwertes" gekauft. Eine Funktion des Konsums kann zum Beispiel die Befriedigung des Bedürfnisses sein, sich soziales Ansehen durch erworbene Statussymbole zu sichern. Die Funktionen, die der kompensatorische Konsum erfüllt, werden durch den Verbraucher meist nicht wahrgenommen und als solche erkannt. (vgl. Lorch, 2001, S. 5-7].

Lebenszufriedenheit

Lebenszufriedenheit wird als die kognitive Bewertung der eigenen Lebensqualität definiert (vgl. Kraak & Nord-Rüdiger, 1987). Zum einen kann die allgemeine Lebenszufriedenheit erfasst werden, zum anderen bestimmte Teilaspekte, z.B. Arbeitszufriedenheit, Zufriedenheit mit der finanziellen

Situation, Zufriedenheit mit der Wohnsituation, Selbstzufriedenheit, Zufriedenheit mit den sozialen Beziehungen etc. Das Konstrukt weist eine mäßige Stabilität über die Zeit auf.

Bei der Frage, wie eine ausgeprägte Konsumfreudigkeit die Lebenszufriedenheit beeinflusst, lassen sich in der Literatur (vgl. Fromm, 2004; Ullrich, 2008; Lorch, 2001; Haury, 2007) grundsätzlich zwei kontroverse Positionen finden.

Auf der einen Seite wird die Meinung vertreten, dass der geltungsmotivierte Konsum, dem Menschen zu seiner Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung beiträgt, noch mehr, dass die Konsumfreudigkeit die Wahrnehmung der eigenen Person mitbestimmt. Virginität und Reinheit beispielsweise werden einem zugeschrieben, wenn man Produkte benutzt, die mit diesen Eigenschaften assoziiert werden. So kann der Mensch sein Image selbst aussuchen und transformieren, so, wie er es haben möchte. Die verbrauchten Konsumgüter sind das Mittel, das diese Transformation ermöglicht und dem Menschen neue Horizonte zum Experimentieren eröffnet (vgl. Ullrich, 2008).

Auf der anderen Seite wird die Vorstellung kritisiert, dass man Zufriedenheit und Glück durch den Kauf von Konsumgütern positiv beeinflussen kann. Es wird viel mehr angenommen, dass das kompensatorische Verbrauchen und Konsumieren durch Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben und den Wunsch des Erreichens kaum realisierbarer Maßstäbe (bspw. bezüglich der physischen Attraktivität) getrieben ist (vgl. Fromm, 2004).

Auf Basis dieser Positionen, stellt sich die Untersuchungsfrage, ob ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen "geltungsmotivierter Konsum" und "Lebenszufriedenheit" besteht und wenn ja, mit welcher Valenz. Eine weitere Frage ist, ob der geltungsmotivierte Konsum mit bestimmten Teilaspekten der Lebenszufriedenheit (siehe Definition) einen stärkeren Zusammenhang aufweist als mit anderen. Es wird beispielsweise einen negativen Zusammenhang zwischen Konsumfreudigkeit und finanzieller Zufriedenheit vermuten (vgl. Fromm, 1976). Weil das Verlangen nach ständig neuen Konsumgütern größtenteils unreflektiert und emotional erfolgt, wird erwartet, dass mit der Zeit die Bedürfnisse des Individuums, die ihm zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel übersteigern. Dies sollte auch bei einem durchschnittlichen und überdurchschnittlichen monatlichen Einkommen Unzufriedenheit mit der eigenen finanziellen Lage zur Folge haben. Auch die Arbeitszufriedenheit sollte in einem negativen Zusammenhang mit dem kompensatorischen Konsum stehen, bedingt durch die wahrgenommene Dissonanz, hohe Bedürfnisse, gleichzeitig aber unzureichendes Einkommen zu haben. Des Weiteren wird ein positiver Zusammenhang des kompensatorischen Konsums mit Selbstzufriedenheit erwartet, weil der geltungsmotivierte Konsum dem Menschen zu seiner Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung beitragen soll. (vgl. Ullrich, 2008).

II. Methode

Instrument

Für die geplante Untersuchung wurde einen Fragebogen entwickelt. Jeder Teilaspekt der Lebenszufriedenheit (Arbeitszufriedenheit, finanzielle Zufriedenheit, Selbstzufriedenheit), sowie die allgemeine Lebenszufriedenheit sind mithilfe von jeweils fünf Items operationalisiert worden (siehe Tab.1). Das Konstrukt "Kompensatorischer Konsum" wurde mittels 9 Items erfasst (siehe Tab.2). Es wurde die folgende Skalierung gewählt: 1-"trifft vollkommen zu", 2-"trifft im wesentlichen zu", 3-"trifft eher zu", 4-"trifft eher nicht zu", 5-"trifft im Wesentlichen nicht zu", 6-"trifft überhaupt nicht zu". Auf eine Mittelkategorie wurde verzichtet (vgl. Moosbrugger & Kelava, 2008.) Zusätzlich

wurden die demographischen Variablen Alter, Haushalt, monatliches Einkommen und Konfession erfasst.

Die erste Version des Fragebogens wurde von sechs Personen, sowohl Psychologen, als auch Fachfremden, ausgefüllt. Es wurde anschließend mit ihnen diskutiert, inwiefern der Fragebogen die Kriterien inhaltliche Nachvollziehbarkeit der Items, angemessene sprachliche Formulierung und ansprechendes Layout erfüllt. Daraufhin wurden, entsprechend des Feedbacks, Änderungen vorgenommen.

Table 1: *Beispielitems der Skalen: Arbeitszufriedenheit, finanzielle Zufriedenheit, Selbstzufriedenheit und allgemeine Lebenszufriedenheit*

Arbeitszufriedenheit

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. Meine Arbeit empfinde ich als monoton und langweilig. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Mit meiner Arbeit bin ich eher unzufrieden. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Finanzielle Zufriedenheit

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. Ich bin unzufrieden mit meinem Lebensstandard. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Mein aktuelles Besitztum befriedigt mich nicht. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Selbstzufriedenheit

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. In meinem bisherigen Leben habe ich kaum das verwirklichen können, was in mir steckt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Ich wünschte, ich lebte mit mir selbst in Frieden und ohne innere Konflikte. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Allgemeine Lebenszufriedenheit

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. Ich grübele viel über mein bisheriges Leben nach. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Oft habe ich alles gründlich satt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Table 2 : *Items der Skala "Kompensatorischer Konsum"*

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. Bei Gelegenheit würde ich mich einer Schönheitsoperation unterziehen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Ich wünschte, ich hätte einen besseren Job, der mir genug Geld liefert, um ein luxuriöses Leben zu führen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3. Ich fühle mich wohl, wenn ich teure, schicke Kleidung trage. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 4. Ich kaufe mir fast immer Markenklamotten, da es mir wichtig ist, meinen sozialen Status auszudrücken. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5. Ich gebe gerne Geld aus, und zwar auch für Sachen, die ich gar nicht wirklich brauche. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 6. Shopping ist für mich ein Hobby, das ich oft und gerne praktiziere. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7. Ich spare nicht an Kosmetikprodukten, Kleidung und Schmuck, die mir ein attraktives Aussehen sichern. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 8. Ich fühle mich mehr oder weniger rückschrittlich, wenn ich mich nicht modisch kleide. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9. Ein attraktives Aussehen ist mir wichtig | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Stichprobe

An der Fragebogen-Studie nahmen 118 Frauen teil. Die Befragten waren im Alter zwischen 20 und 60 Jahren, 74% davon zwischen 20 und 30 Jahren. 42% waren alleine lebend, 58% hatten keine Kinder. 41% der befragten Frauen bekannten sich zum Christentum, 39% zum Islam. 35 % hatten ein monatliches Einkommen bis 500 Euro, 27% zwischen 500 und 900 Euro, 4 % - mehr als 2 600 Euro. Die Rücklaufquote betrug 43%. An der Befragung nahmen vorwiegend Studierende und Universitätsmitarbeiterinnen teil.

Die Erhebungsphase beschränkte sich auf sechs Wochen. Für die Teilnahme hat jede Person eine Teilnahmebestätigung vom psychologischen Institut der Technischen Universität Darmstadt, sowie einen Gutschein für die Fastfood-Restaurants erhalten, was zur Erhöhung der Teilnahmemotivation bzw. der Rücklaufquote beitragen sollte.

III. Ergebnisse

Die zentrale Untersuchungsfrage, ob einen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen "kompensatorischer Konsum" und "Lebenszufriedenheit" besteht, konnte auf dem 0.01 % Niveau bejaht werden ($r=.324^{**}$). Je stärker der kompensatorische Konsum bei einer Person ausgeprägt war, umso unzufriedener war diese mit ihrem Leben. Weiterhin konnte der vermutete Zusammenhang zwischen den Variablen geltungsmotivierter Konsum und finanzielle Zufriedenheit bestätigt werden ($r=.317^{**}$). Das bedeutet, dass je stärkere Konsumorientierung eine Person aufwies, umso unzufriedener sie mit ihrer finanziellen Situation war. Eine signifikante, wenn auch geringe Korrelation zwischen geltungsmotiviertem Konsum und Selbstzufriedenheit konnte ebenfalls gefunden werden ($r = .224^*$). Diese ist aber nicht im Sinne der gemachten Annahme. Es wurde vermutet, dass je konsumfreudiger eine Person ist, umso höhere Selbstzufriedenheit diese aufweisen sollte. Es konnte jedoch das Gegenteil bestätigt werden. Ferner waren Frauen mit ausgeprägter Konsumfreudigkeit weniger zufrieden mit ihrer Arbeitssituation als Frauen mit durchschnittlich oder niedrig ausgeprägter Konsumfreudigkeit ($r=.3^{**}$). Zwischen den demographischen Variablen Alter und Konfession und dem geltungsmotivierten Konsum konnte kein Zusammenhang festgestellt werden.

IV. Diskussion

Die Daten der vorliegenden Untersuchung deuten darauf hin, dass Frauen, die eine kompensatorische Konsumorientierung aufweisen, sowohl mit ihrem Leben im Allgemeinen, als auch mit Teilbereichen wie Arbeit, finanzielle Lage und mit sich selbst weniger zufrieden waren als Frauen, bei denen keine ausgeprägte Konsumfreudigkeit zu verzeichnen war. Es wäre interessant zu erforschen, wie dieser Zusammenhang zustande gekommen ist und welche mediierenden und moderierenden Variablen dabei berücksichtigt werden sollten.

Das Untersuchungsdesign ermöglicht zwar keine Kausalzuschreibungen, d.h. es kann nicht behauptet werden, dass die kompensatorische Konsumorientierung der Grund für die geringere Zufriedenheit der Frauen war. Wenn die genannte Tendenz aber anhand weiterer Studien eine Bestätigung finden sollte, so würde sich die Frage stellen, inwiefern die privatwirtschaftliche und staatliche Unterstützung des Konsums im weitesten Sinne des Wortes (d.h. nicht nur des Kaufens bestimmter Konsumgüter, sondern auch bspw. der Konsumsozialisation der Kinder) als förderlich zu betrachten ist.

Des Weiteren sollen einige Kritikpunkte an der Untersuchung diskutiert werden. Zunächst ist die Beschränkung der Stichprobe auf Frauen zu nennen. Es wäre interessant zu prüfen, ob die

gefundenen Zusammenhänge auch bei Männern zutreffen bzw. ob und in welcher Hinsicht sich Männer von Frauen im Bezug auf den kompensatorischen Konsum und die Zufriedenheit unterscheiden. Ferner wurde von zwei Befragten zurückgemeldet, dass sie die negative Formulierung der Fragebogenitems irritiert hat. Besser wäre, wenn die Items sowohl positiv als auch negativ formuliert sind. Nicht zuletzt ist die schwierige Operationalisierung des Konstrukts "Zufriedenheit" zu nennen. In diesem Zusammenhang wird eine Itemanalyse bzw. Validierung des eingesetzten Fragebogens empfohlen.

Abschließend lässt sich sagen, dass die vorliegende Untersuchung besonders dadurch interessant ist, dass es ein Thema auf empirischer Ebene exploriert, das bisher nur auf theoretischer Ebene erörtert worden ist und Ergebnisse liefert, die zu einer kritischen Betrachtung der Konsumgesellschaft anregen. Hinterfragen wir ausreichend das, was uns angepriesen wird, seien es materielle Güter oder Denk- und Handlungsmuster, wie der kompensatorische Konsum? Eine spannende Frage, die Anregungen für weitere Forschungsarbeiten bietet.

Literatur

- Fromm, E. (2004). Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 32. Aufl.
- Haury, K. (2007). Geltungsmotivierter Konsum. Befunde und Empfehlungen für eine kundenorientierte, bedarfsgerechte Produktkonzeption. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Kraak, B. & Nord-Rüdiger, D. (1987). Der Fragebogen zu Lebenszielen und zur Lebenszufriedenheit (FLL); Beschreibung – Theorie – Anwendung. Frankfurt: Dipf.
- Lorch, N. (2001). Konsumverhalten bei Jugendlichen. Norderstedt: GRIN.
- Moosbrugger, H. & Kelava, A. (2008). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. Heidelberg: Springer.
- M. Amirpur: Kompensatorischer Konsum und Zufriedenheit 7
- Schreyögg, A. (2005). Coaching und Work-Life-Balance. Organisationsberatung-Supervision-Coaching (Heft 4): 309-319.
- Ullrich, W. (2008). Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur. Frankfurt am Main: Fischer.

*