

STEPHAN GRÜNEWALD IM INTERVIEW

Psychologe zu Hamsterkäufen: „Die Menschen wollen das Ohnmachtsgefühl überwinden“

von: Florian Kolf
Datum: 20.03.2020 08:43 Uhr

Hamsterkäufe haben laut dem Marktforscher nicht unbedingt etwas mit Vorratshaltung zu tun. Im Interview erklärt Stephan Grünewald das derzeitige Verhalten der Menschen.

Stephan Grünewald

„Die kollektive Besinnungspause, in der wir jetzt sind, fördert auch die schöpferischen Kräfte.“

Düsseldorf.

Der Bestsellerautor und Geschäftsführer des Kölner Marktforschungsinstituts Rheingold schaut mit professionellem Interesse darauf, wie sich das Verhalten der Menschen in der Coronakrise verändert.

Dass sie wie verrückt die Lebensmittelgeschäfte und die Baumärkte stürmten, habe weniger mit Vorratshaltung zu tun. Es gehe den Menschen darum, sich angesichts des unsichtbaren Feinds Covid-19 zu beweisen, dass sie noch die Kontrolle über ihr Leben haben.

Im Moment noch fühlten die Deutschen sich in ihrer Quarantäne oder ihrem Homeoffice wie in einem kollektiv verordneten Vorruhestand, sagt der Psychologe. Doch schon bald könnte dieser Ausstieg aus dem Hamsterrad die Entwicklung kreativer Ideen fördern und zu einem Innovationsschub in der Wirtschaft führen.

Lesen Sie hier das gesamte Interview:

Herr Grünewald, fassungslos habe ich zuletzt im Baumarkt vor fast leeren Regalen mit weißer Wandfarbe gestanden. Können Sie als Psychologe erklären, was mit den Verbrauchern zurzeit los ist?

Das Grundproblem ist, dass uns mit dem Coronavirus eine unsichtbare Bedrohung begegnet. Das erzeugt ein Ohnmachtsgefühl bei den Menschen, das sie unbedingt überwinden wollen.

THEMEN DES ARTIKELS



Coronavirus



Und deswegen horten sie Wandfarbe, Klopapier und Mehl?

Was wir im Moment im Konsum beobachten sind Versuche, aus der Ohnmacht herauszukommen und durch Hamsterkäufe Handlungsfähigkeit zu demonstrieren. Wer große Pakete aus dem Laden schleppt, zeigt, dass er etwas tut.

Ist es nicht auch sinnvoll, Vorräte anzulegen?

Ja sicher, aber es geht da gar nicht in erster Linie um Vorratshaltung. Das zeigen doch besonders die Käufe im Baumarkt: Bauen hat immer damit zu tun, dass ich etwas herstellen kann, denken Sie an die Hornbach -Werbung. Der Projekt- und Werksstolz, der da aufkommt, da beweist sich der Mensch, dass er noch in einer machtvollen Situation ist.

Wie lang wird dieses Gefühl anhalten?

Im Grunde sind die Menschen in einem kollektiv verordneten Vorruhestand. Da wird es jetzt verschiedene Phasen geben. In der ersten Phase arbeitet man nach, was alles liegengeblieben ist, repariert den Wintergarten, räumt den Keller auf, sortiert die Akten, arbeitet im Garten. In zwei, drei Wochen kommt dann Phase zwei. Da gibt es dann verschiedene Strategien. Die einen flüchten in eine Tagtraumblase, vertreiben sich die Zeit mit Serien bei Netflix  oder in Echokammern. Das schafft vordergründig eine Art Ruhe, bringt aber langfristig nur mehr Unruhe und macht anfällig für Verschwörungstheorien.

Was ist die Alternative?

Die zweite Strategie ist es, den verlorenen Reiz des Alltags wiederzuentdecken, sei es bei gemeinsamen Gesprächen und Spielen, beim Wandern oder beim Lesen.

Man hatte lange Zeit das Gefühl, dass wir uns durch den dauernden Wohlstand praktisch unverwundbar fühlten. Ist das jetzt erschüttert?

Ja, wir haben praktisch jahrelang in einem privaten Auenland gelebt und jenseits davon drohte uns das Grauenland, in dem die Gefahren lauerten. Jetzt erleben wir, dass das Grauenland in unser Auenland eingebrochen ist. Das führt natürlich zu einer großen Verunsicherung, weil keiner weiß, ob das ein vorübergehender Zustand ist, oder ob sich da etwas Grundsätzliches verändert. Wir erleben gerade eine Vertreibung aus dem Paradies wie wir es kennen.

Deutschland hat schon früher Krisen erlebt, auch Virus-Epidemien. Warum ist die Reaktion der Menschen diesmal so heftig?

Ob da dramatisiert oder besonnen reagiert wird, kann ich nicht sagen, das ist eine medizinische Frage. Aber was ich sagen kann, ist, dass die Menschen eine rigide Reaktion der Politik beobachten, die sie so schon lange nicht mehr erlebt haben. Und das gibt den Menschen das Gefühl, dass wir uns wirklich in einer Notlage befinden.

Ist Social Media ein Verstärker dieser Verunsicherung?

Social Media hat auf jeden Fall dazu beigetragen, dass sich die Erregung schneller verbreitet hat als der Erreger. Das zeigt sich bei den Hamsterkäufen: Wer Fotos von ausgeräumten Regalen sieht, der rennt ins Geschäft, weil er Angst bekommt, irgendwann selber mit leeren Händen dazustehen. Es kursieren ja die absurdesten Verschwörungstheorien und Fake News in den Netzwerken, das verunsichert zusätzlich.

Wie kommen wir aus dieser Spirale heraus?

Die Regierungen müssen jetzt führen und in ihrer Ansprache an die Bevölkerung Ruhe und Souveränität zeigen, ich finde, das hat Gesundheitsminister Jens Spahn bisher ganz gut gemacht. Jetzt erlebt man wieder Politiker, die klar durchregieren. Das ist für viele Menschen neu – und könnte dazu führen, dass das Vertrauen in die Politik wieder wächst. So wie damals Gerhard Schröder in Gummistiefeln bei der Oderflut, der wie der biblische Noah, die Menschen vor der Flut bewahrte – und damit letztlich die Bundestagswahl gewann.

Und dieses Gemeinschaftsgefühl erleben wir heute auch wieder?

Die Gemengelage jetzt ist eine andere. Wir haben es mit einem unsichtbaren Feind zu tun, gegen den man sich schwierig kollektiv wehren kann. Wir schwanken im Moment etwas zwischen Solidarität und Argwohn, weil jeder andere Träger des Virus sein könnte.

Kann denn diese Krise nicht auch produktive Energien freisetzen?

Die kollektive Besinnungspause, in der wir jetzt sind, fördert auch die schöpferischen Kräfte. Wir sind ja das Land der Ideen und Patente, aber Ideen entwickelt man nicht im Turbomodus im Hamsterrad. Wir wechseln ganz abrupt von einer besinnungslosen Betriebsamkeit in eine besinnungsvolle Unbetriebsamkeit. Das ist auch ein heilsames Innehalten, das die Kreativität wecken und neue Ideen hervorbringen kann, wie wir unsere Gesellschaft und die Wirtschaft umgestalten können.

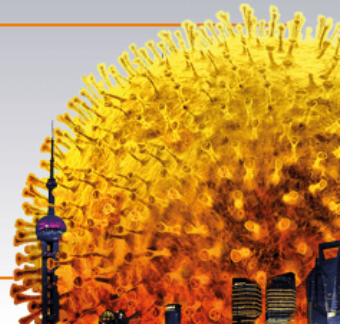
Ist die Verhaltensänderung bei den Menschen und bei den Konsumenten etwas Vorübergehendes oder wird das dauerhaft bleiben?

Um das wirklich sagen zu können, ist es noch etwas zu früh. Es wird da noch einige Verwerfungen geben.

Handelsblatt

CORONA BRIEFING

So trifft das Virus Märkte und Unternehmen.



Aber machen die Menschen jetzt nicht auch Erfahrungen, die ihr künftiges Konsumverhalten prägen könnten?

Das auf jeden Fall. Menschen, die jetzt erstmals online einkaufen, werden das vielleicht künftig öfter tun. Kinder bekommen via Mail ihre Hausaufgaben, Unternehmen organisieren ihre Prozesse im Homeoffice - so eine Krise führt immer auch zu Innovationsschüben. Wir erleben eine wortwörtliche Notwendigkeit: eine Not, die wendig macht.

Kann dann ein positiver Nebeneffekt der Krise ein Schub in der Digitalisierung der Wirtschaft sein?

Zumindest sind jetzt viele Unternehmen und auch Verbraucher, die davor noch damit gefremdelt haben, gezwungen, sich damit auseinanderzusetzen und es mal auszuprobieren. Es werden vermeintliche Selbstverständlichkeiten in Frage gestellt. Und das kann viel bewegen.

Herr Grünewald, vielen Dank für das Interview.

Mehr: Das Coronavirus beschleunigt das Ladensterben.

© 2020 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: Content Sales Center | Sitemap | Archiv

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.