

Diplomarbeit  
Lebens- und Sozialberater

Thema:

**Glück und die Betrachtung der Verbindung von  
Geld, Sinn und Vertrauen!**

Glücklich sein bedeutet

ein sinnvolles, vertrauensvolles und reiches Leben zu führen.

Glück, Geld, Vertrauen und Sinn und die Betrachtung des logotherapeutischen Ansatzes von Viktor Frankl in Verbindung mit gesellschaftspolitischen Aspekten.

**Einleitung:**

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Frage des sinnhaften Glücks. Was bedeutet Glück im Leben und was macht uns wirklich glücklich. Wie kann tiefes Glück anhand des logotherapeutischen Ansatzes erlernt und lebbar gemacht werden? Wie steht das Glücksgefühl mit einem tieferen Sinn im Leben in Verbindung?

Anhand von Literaturrecherchen soll in dieser Arbeit die Bedeutung von Glück aufgezeigt werden. Auch das Thema Geld und Glück steht oft in engem Zusammenhang. Ist es wirklich viel Geld des Menschen per se glücklich macht oder auch materielle Güter? Oder gibt es noch andere Dinge, die mit Geld nicht zu erwerben sind. Was wenden Menschen für Strategien, um kurzfristiges Glück zu erlangen an und welche sind wirklich nachhaltig.

Auch soll diese Arbeit das Thema des Glücks der Menschen und einer Gesellschaft, gesamtheitlich gesellschaftspolitisch, am Beispiel von Bhutan und seinem Glückminister, beleuchten. Wer ist für das Glück jedes einzelnen Menschen verantwortlich und wer für das Gesamtwohl einer Gesellschaft?

**Motivation:**

In den letzten Jahren stellte ich mir immer schon die Frage, ist dieses Leben, das wir führen sinn-voll? Macht es Sinn nur dem Geld hinterherzulaufen, macht es Sinn einen vollen Terminkalender zu haben und von einem Termin zum anderen zu hetzen, macht es Sinn wahres Glück in Luxusgütern zu suchen.

Natürlich macht kein Geld auch nicht glücklich, jedoch habe ich persönlich schon beide Situationen erlebt. Ich hatte so viel Geld, dass ich eine schöne Wohnung bezahlen konnte, so viel Zeit in der Natur zu sein und ein erfülltes soziales Umfeld zu haben, das mich glücklich machte. Auf der anderen Seite hatte ich schon ein Leben im Überfluss, im Luxus, in einer Villa zu wohnen, sich Markenkleider zu kaufen, großartige Urlaube zu machen und war unglücklich.

Immer mehr hat sich für mich die Frage gestellt, was macht uns nachhaltig glücklich und was erfüllt einen tieferen Sinn im Leben.

Durch Viktor Frankl und seinem logotherapeutischen Ansatz und der Existenzanalyse und meiner persönlichen Erfahrungen und das Arbeiten mit vielen Menschen im Jahr 2020/2021 in dieser besonderen Zeit, hat mich veranlasst darüber noch mehr nachzudenken. Warum spüren viele Menschen eine Sinnlosigkeit durch innere Leere, obwohl im außen alle Grundbedürfnisse gedeckt sind und wir in Luxusgütern baden.

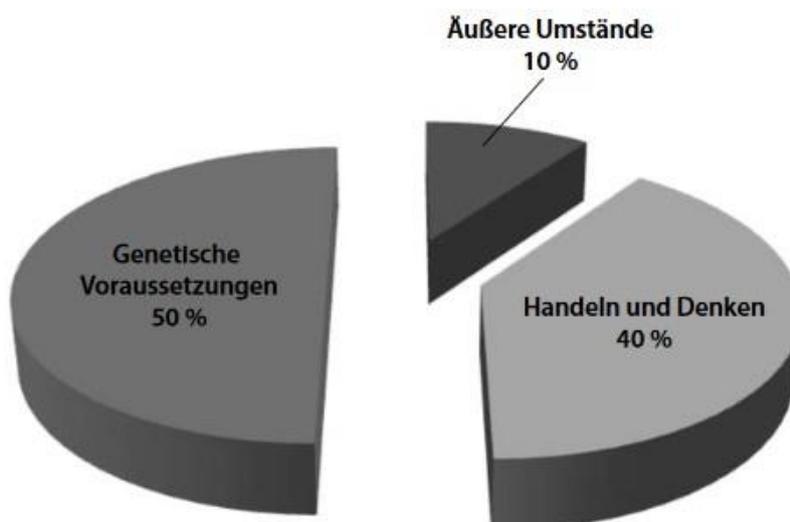
Viele Fragezeichen im Kopf haben mich veranlasst mich diesem Thema in dieser Arbeit zu widmen!

## Glück

Nach Aristoteles ist „Glück die Bedeutung und der Sinn des Lebens, das Ziel der menschlichen Existenz.“

In der Psychologie bedeutet Glück ein Zusammentreffen verschiedenster glücklicher Umstände. Die Glücksforschung zählt zum jungen Fach der Positiven Psychologie. Positive Psychologie bedeutet, dass sich die Psychologen vom negativen abwendeten, um das Positive zu erforschen. In der Positiven Psychologie wird untersucht, wie positive Emotionen gefördert werden können und wie es den Charakter formen kann. Prof. Martin Seligman, der Gründer der Positiven Psychologie prägt den Begriff des „Authentischen Glücks“. (Seligman, 2015)

Die positive Psychologie trägt dazu bei, zu erforschen inwiefern man sein Glück selbst beeinflussen kann. Forschungsergebnisse aus einer großen Metastudie von Lyubomirsky zeigen, wie das persönliche Glücksempfinden von unterschiedlichsten Faktoren abhängt. Es konnte gezeigt werden, dass unser persönliches Glücksempfinden von mehreren Komponenten abhängt: 1) von äußeren Lebensumständen wie zum Beispiel materieller Wohlstand oder die derzeitige Wohnsituation), 2) von anlagebedingten Voraussetzungen (wie zum Beispiel die Gene) und 3) von aktivem Handeln und Denken (aktive persönliche Aktivitäten). Die prozentuelle Aufteilung davon zeigt sich im folgenden Tortendiagramm. (Sin & Lyubomirsky 2009).



**Abbildung 1:** Entscheidende Faktoren für Glück  
(Quelle: Sonja Lyubomirsky, University of California, Riverside)

Auch Paul Watzlawick beschreibt satirisch in seinem Buch „Die Anleitung zum Unglücklichsein“ wie man sich sehr schnell selbst in ein subjektives Gefühl des Unglücklichseins bringen kann. Ein Glaubenssatz wie dieser zum Beispiel „Wer mich liebt, mit dem stimmt etwas nicht,“ führt bestimmt nicht zu einer wünschenswerten glücklichen Partnerschaft. Weiters beschreibt Watzlawick vier Mechanismen der Vergangenheit, um das Unglücklichsein zu fördern.

- a) Die Verherrlichung der Vergangenheit
- b) Festhalten der Vergangenheit (Ablenkung von der Gegenwart)
- c) Hoffnungslosigkeit einer ersten Entscheidung (die Tat ist kurz, die Reue lang)
- d) Stures festhalten der Vergangenheit an der Zuschreibung von Ursache und Wirkung

So lassen diese Beispiele doch vermuten, dass jeder an seinem Glück zumindest 40% bewusst beteiligt und somit in beide Richtungen die Möglichkeit hat es zu beeinflussen. Nach Lyubomirsky heißt jedoch „Glücklich zu sein“ mehr, als nur „sich gut zu fühlen“. Glück macht nicht nur subjektiv zufrieden, sondern hat weitreichende Auswirkungen.

### **Warum sollte man das glücklich sein fördern?**

Glückliche Menschen sind sozial kompetenter, kooperativer, beliebter, großzügiger, flexibler, kreativer und attraktiver für andere. Sie können besser führen und verhandeln, haben stabilere Beziehungen, größere soziale Netzwerke, mehr Erfolg im Beruf und bessere Strategien, um mit Rückschlägen umzugehen. Daher zeigt sich ein positiver Effekt auf Wohlbefinden und Gesundheit und auch auf die Lebensdauer. Glück stärkt das Immunsystem, damit werden Menschen, die ein subjektives Gefühl von Glück haben seltener krank und bei Krankheit auch schneller wieder gesund.

### **Verhalten glücklicher Menschen.**

Das Denk- und Verhaltensmuster von Menschen die vorwiegend subjektives Glück empfinden, pflegen und genießen Beziehungen zu Familienmitgliedern und Freunden. Sie drücken ihre Dankbarkeit aktiv aus und bieten anderen Hilfe an. (Lyubomirsky, 2001)

### **Glück in Gesellschaften**

Soziologen wollen herausfinden, wo die glücklichsten Menschen leben. In der weltgrößten Glücksdatenbank werden internationale Publikationen zum Thema analysiert. Demnach sind

die Dänen das glücklichste Volk, dann die Schweizer und Isländer. Hier stellt sich wieder die Frage, warum das so ist?

Die Forschung hat herausgefunden, dass die Gründe dafür sind, dass diese Länder eine lange demokratische Tradition pflegen und die Bürger in einem hohen Maße mitbestimmen können, was in ihrem Land geschieht. Sie haben eine zuverlässige Regierung und es gibt materiellen Wohlstand. Nach Veenhoven ist eine glückliche Gesellschaft wenig hierarchisch gegliedert. Soziale Unterschiede sind sehr gering und es herrscht weitgehend Gleichberechtigung zwischen Männer und Frauen.

## **Glück und Politik**

Ob eine Gesellschaft glücklich ist oder nicht hängt von jeder einzelnen Person ab jedoch auch von der politischen Struktur und Führung. David Cameron, der frühere Premierminister von Großbritannien, forderte ein, das Bruttoinlandsprodukt durch einen Indikator für das allgemeine "Wohlbefinden" zu ersetzen. Dazu ist es nötig herauszufinden, welche Rahmenbedingungen in einer Gesellschaft positive Charakterzüge unterstützen.

Im asiatischen Land Bhutan wird mittlerweile seit Jahren neben dem Bruttosozialprodukt (wie es für gewöhnlich alle Länder vergleichbar machen sollen, arm oder reich) auch Indikatoren des Bruttosozialglücks gemessen und in Berechnungen, die das Wohlbefinden einer Gesellschaft zeigen, miteinbezogen.

## **Sinn**

Jürgen Beetz stellt diese Vergleiche an, um Sinn besser zu verstehen.

„Sinn und Zweck“, das wird oft zusammen gebraucht. Ziel ist fern, Zweck ist nah. Sinn ist tief, Zweck ist flach. Ziel ist erreichbar, Sinn nicht. Sex im Alter ist zwecklos, aber nicht sinnlos. Sinn ist ein Füllstand in einem Gefäß – ein ‚erfülltes Leben‘, sagt man.“ Jürgen Beetz

Viktor E. Frankl, der Begründer der Logotherapie fragt generell nach dem Sinn des Lebens. Sinn und Gewissen stehen für Viktor E. Frankl in engem Zusammenhang: „Sinn muss nicht nur, sondern kann auch gefunden werden, und auf der Suche nach ihm leitet den Menschen das Gewissen. Mit einem Wort, das Gewissen ist ein Sinn-Organ. Es ließe sich definieren als die Fähigkeit, den einmaligen und einzigartigen Sinn, der in jeder Situation verborgen ist, aufzuspüren.“ (Frankl, Viktor E.).

Ein eher nihilistischer Ansatz stammt vom deutschen Philosophen Friedrich Kamertel: „Das Leben selbst hat einen Eigenwert. Wem es also gelingt, sein Leben um seiner selbst willen zu leben, der erfährt die wahre Lebensfreude. Einen tieferen Sinn gibt es nicht!“

Sowie bei den Philosophen in der Antike bestand der Sinn des Lebens in der Erlangung der Glückseligkeit durch (eudaimonia) durch eine gelungene Lebensführung.

(<https://www.welt.de/wissenschaft/article160310401/Das-ist-der-Sinn-des-Lebens.html>)

Aristippos von Kryene, dem Gründer der kyrenaischen Schule des Hedonismus geht sogar soweit, dass "Die einzige Antwort der Philosophie auf die Frage nach dem Sinn des Lebens, die sie ohne Ansehen der Person als erstrebenswert begründen kann, ist der gepflegte Genuss, wobei darauf zu achten sei, über die Lust zu gebieten und ihr nicht zu unterliegen."

### **Viktor E. Frankl und der logotherapeutische Ansatz**

Viktor E. Frankl wurde am 26. März 1905 geboren. Er war Professor für Neurologie und Psychiatrie an der Universität Wien, zugleich Professor für die von ihm begründete Logotherapie an der International University in Kalifornien. Seine Vortragsreisen führten ihn nach Amerika, Australien, Asien und Afrika. 25 Jahre lang war Professor Frankl Vorstand der Wiener neurologischen Poliklinik, und seit ihrer Gründung war er Präsident der Österreichischen Ärztesgesellschaft für Psychotherapie. Er starb am 2. September 1997 in Wien. (Buch ...trotzdem ja zum Leben sagen, Viktor E. Frankl)

### **Einordnung der Logotherapie in die vielfältigen therapeutischen Heilverfahren**

Nach Sigmund Freuds „Psychoanalyse“ und Alfred Adlers „Individualpsychologie“ gilt die Logotherapie als die „Dritte Wiener Schule der Psychotherapie“ Zur leichteren Unterscheidung der drei Richtungen gilt die unterschiedliche Beschäftigung mit verschiedensten Themen:

- Sigmund Freud „Willen zur Lust.“
- Alfred Adler „Willen zu Macht.“
- Viktor E. Frankl „Willen zum Sinn.“ (W. Soucek, Skript 4.1.S 6)

Viktor E. Frankls Logotherapie beinhaltet die Sinnsuche in jeder Lebenssituation. Somit umfasst der „Wille zum Sinn“ eine ganzheitliche Sichtweise des Menschen: die körperliche Dimension, psychische Dimension und die geistige Dimension.

## LOGOTHERAPIE UND EXISTENZANALYSE

### Das Psychophysikum

#### Somatische/körperliche Dimension

- das organische Zellgeschehen
- die biologisch-physiologischen  
Körperfunktionen
- die chemischen und physikalischen Prozesse

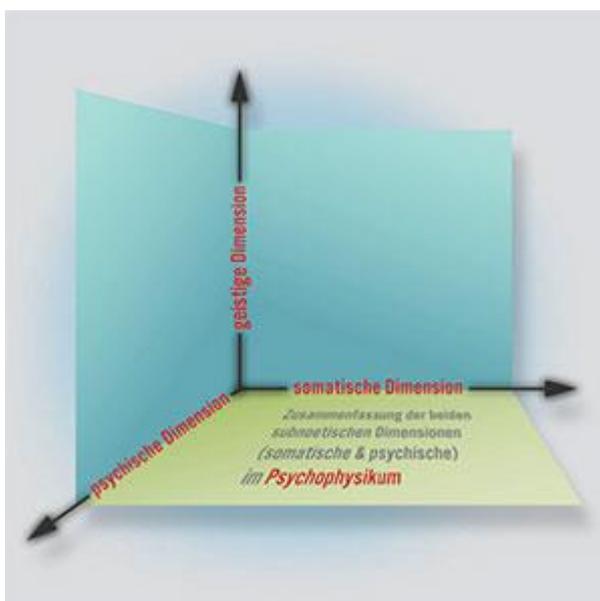
#### Psychische Dimension

Emotionen (Gestimmtheit, alle (Trieb-) Gefühle, Begierden, Instinkte, Affekte)

Kognitionen (Intellektuelle Begabungen, erworbene Verhaltensmuster, soziale Prägungen)

#### Noetische/geistige Dimension

- freie Stellungnahme zu Leiblichkeit und  
Befindlichkeit
- eigenständige Willensentscheidung
- Humor
- sachliches und künstlerisches Interesse
- schöpferisches Gestalten
- Religiosität/Spiritualität
- ethisches Empfinden (Gewissen)
- Wertesensibilität
- Sinn-Strebung
- Liebe



Die Logotherapie zählt zur „Humanistischen Psychologie.“ Obwohl sich die Logotherapie in einem gravierenden Punkt vom Ansatz der „Humanistischen Psychologie“ unterscheidet: die Selbstverwirklichung gilt in der Logotherapie nicht als höchstes Ziel des menschlichen Daseins, sondern die „Selbsttranszendenz.“ So wurde die Maslowsche Bedürfnispyramide durch die „Selbsttranszendenz“ durch Viktor E. Frankl erweitert.

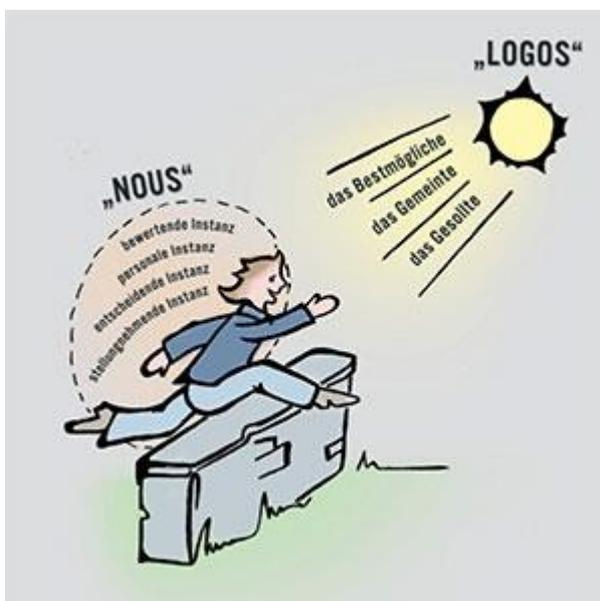
## Logotherapeutische Begrifflichkeiten

### Nous = die geistige Dimension

Die Geistbegabung des Menschen drückt sich aus in seiner Sehnsucht nach Sinn-Erfüllung

- **Logos** (Sinn: wertvolle Möglichkeiten vorfindlich in der Welt)
- Die einmalige und einzigartige Person will je Situation den einmaligen und einzigartigen Sinn erfüllen. Sie will je konkreter Situation die wertvollste Möglichkeit verwirklichen.
- Bei Wahrnehmung eines entsprechenden Sinn-Anrufs vermag der Mensch über körperliche und psychische Barrieren zu „springen“ – weil es ihm wert ist, weil es in sich und an sich gut ist, weil es notwendig ist.

([www.viktorfranklzentrum.org](http://www.viktorfranklzentrum.org))



## Die drei Säulen der Logotherapie

### Freiheit des Willens

„Der Mensch ist nicht frei von seinen schicksalhaften Bedingungen, aber frei zu diesen Bedingungen Stellung zu nehmen.“ (Frankl, Viktor E.)

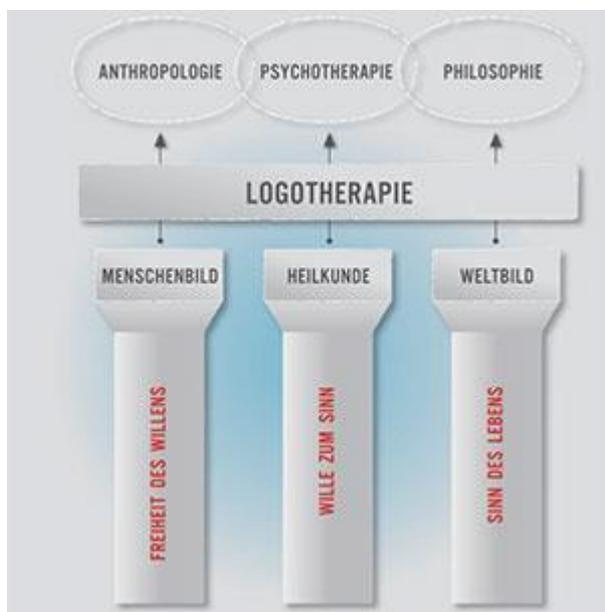
### Wille zum Sinn

„Der Sinn ist der Wächter der Qualität unseres Handelns.“ (Frankl, Viktor E.)

### Sinn des Lebens

„Das Leben hat unter allen Umständen Sinn; sei es durch Gestalten einer Situation oder im tapferen Ertragen des Unabänderlichen!“

(Frankl, Viktor E.)



([www.viktorfranklzentrum.org](http://www.viktorfranklzentrum.org))

## Glück und Geld

Viele psychologische Studien zeigen, dass Geld allein nicht glücklich machen kann, jedoch zeigen Sie auch, dass kein Geld auch nicht glücklich macht. Seit einigen Jahrzehnten wird die Beziehung zwischen Geld und Glück erforscht. Sie zeigen, dass Glück mit Geld gekauft werden kann, aber in einem geringeren Ausmaß als wir es bis jetzt gedacht haben. Es konnte durch die Forschung auch gezeigt werden, dass Materialismus und Überkonsum jedoch auch schädigend auf das Individuum wirken können und dass Geld für andere auszugeben glücklicher macht, als es für sich selbst zu verwenden.

So wie es der folgende Spruch auch veranschaulicht. „Große Armut macht Menschen unglücklicher – doch großer Reichtum macht sie nicht glücklicher.“ (Blickhan, Daniela, 2015).

Die Beziehung zwischen Geld und Glück ist überraschenderweise sehr gering. Die Autoren Dunn, Gilbert und Wilson (2011) gingen von der Annahme aus, dass es daran liegen könnte, dass Menschen ihr Geld in falsche Dinge investieren, die nachhaltig nicht glücklich machen und dass es bestimmte Prinzipien gibt, die dieses Problem beheben könnten.

Die Beziehung zwischen Geld und Glück wird seit einigen Jahrzehnten erforscht und das Ergebnis ist klar: Geld kann Glück kaufen; aber viel weniger als man denkt (Aknin, Norton, & Dunn, 2009; Diener & Biswas-Diener, 2002; Frey & Stutzer, 2000). Es stellt sich jedoch die Frage, warum das so ist? Warum macht eine ganze Menge mehr Geld zu verdienen nicht so viel mehr glücklicher?

Wohlhabende Menschen haben eine bessere Ernährung und eine bessere medizinische Versorgung, mehr Freizeit und mehr sinnvolle Arbeitskraft, also mehr von jeder Zutat zum glücklich sein. Und doch sind sie nicht glücklicher als diejenigen, die weniger haben. Eine mögliche Antwort darauf ist, dass Dinge die glücklich machen, nicht einfach zu kaufen sind.

## **Politik und Glück**

Eine Gesellschaft oder ein Land gilt als wohlhabend, glücklich und reich, wenn das Bruttoinlandsprodukt hoch ist.

Woraus setzt sich jedoch das Bruttoinlandsprodukt zusammen?

Seit dem zweiten Weltkrieg messen die Ökonomen den Fortschritt einer Gesellschaft und die Entwicklung der jeweiligen Volkswirtschaften mit Hilfe des Bruttonationaleinkommens (BNE), mittlerweile als Bruttonationaleinkommen (BNE) bezeichnet. Häufig nimmt man als Maßstab auch das Bruttoinlandsprodukt (BIP). Das BIP addiert den Wert aller Güter und Dienstleistungen, die in einem Land, genauer gesagt in einer Volkswirtschaft, innerhalb eines Jahres hergestellt bzw. bereitgestellt werden. Wirtschaft – und Finanzexperten bewerten damit die Kraft und Leistung eines Landes. Das jeweilige BIP ist auch ein entscheidendes Kriterium bei der Vergabe von Krediten oder anderen finanziellen Hilfen durch die Weltbank oder den Internationalen Währungsfonds (IWF). Somit hat die Fixierung auf das Ergebnis einer solchen volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung auch großen Einfluss auf die politischen

Entscheidungen einer nationalen Regierung. Doch macht dies allein eine reiche und glückliche Gesellschaft aus? Nach den Autoren des Buches „Grundrecht auf Glück“ von Dr. Ha Vinh Tho sind die Messungen des BIP oder BNE höchst problematisch.

Denn wenn man genauer hinsieht, woraus sich die Zahlen des BIP zusammensetzen, versteht man was damit gemeint ist.

In die Darstellung des BIP fließen nämlich auch Investitionen ein, die auf die Natur und deshalb auch auf uns Menschen zerstörerisch einwirken, wie z.B. Krieg, Herstellung und Handel mit Waffen, Zerstörung der Natur durch zum Beispiel Abholzen der Wälder, Umweltverschmutzung. Auch Geldeinnahmen durch Medikamente und Krankenhausaufenthalte. D. h. das BIP wertet wirtschaftliche Produktionen, die negative Wirkung haben, positiv. Das zweite Problem ist, dass das BIP nicht misst, was man nicht vermarkten kann. Wenn wir z.B. gesunde und fröhliche Kinder haben, trägt dies nicht zur Steigerung des BIP bei. Das heißt, wenn sich Eltern gut um ihren Nachwuchs kümmern für richtige Ernährung sorgen und eine liebevolle Umgebung sorgen und all dies die Gesundheit des Kindes begünstigt, hebt es nicht das BIP an. Erst wenn das Kind krank wird und ins Krankenhaus muss und Ärzte es dort behandeln, dann auch noch Medikamente braucht, dies alles ist gut für das BIP, denn alles was Geld kostet, damit steigt die Chance als ein reiches und glückliches Land gemessen zu werden. Somit ist es sehr problematisch, aufgrund des BIP von glücklichen Menschen auszugehen.

## **Politik und Ökonomie des Wohlbefindens aus der Sicht der Positiven**

### **Psychologie**

Die Positive Psychologie basiert auf einer Politik, die weder links noch rechts ist. In beiden genannten geht es um mehr materielles Wohlergehen und mehr Reichtum. In der Politik der Positiven Psychologie geht es um kein bestimmtes Mittel, aber einen anderen Zweck betont. Dieser Zweck ist Wohlbefinden. Materieller Besitz ist sehr wohl auch wichtig, jedoch nur insofern, als er das Wohlbefinden fördert. Es sollte Reichtum zum Wohlbefinden dienen. Aus Sicht der Ökonomen ist jedoch Reichtum dazu da, noch mehr Reichtum zu erlangen. So wird der Erfolg einer Politik daran gemessen, wie viel Reichtum weiterhin produziert wird. Die Positive Psychologie bezeichnet es als das Dogma der Ökonomie, dass am Bruttoinlandsprodukt (BIP) gemessen wird, wie gut es einer Nation geht. (Seligmann, M. 2015)

## Der Unterschied zwischen BIP und Wohlbefinden

Woraus entsteht das BIP? Das BIP gibt das Volumen der Güter und Dienstleistungen an, die produziert und konsumiert werden und damit jedes Ereignis, welches zu einer Zunahme des BIP führt. Dabei spielt es keine Rolle, ob es unsere Lebensqualität verringert oder erhöht. Auch negative Ereignisse fließen in das BIP ein. So gilt eine Nation als reich, wenn sie ein hohes BIP aufweist. Ereignisse wie ein Autounfall, jede Scheidung oder auch Antidepressiva, die Menschen schlucken, weil es ihnen psychisch nicht gut geht, trägt dazu bei, eine, reiche Nation zu sein. Auch Zigarettenverkäufe, Gewinne in Spielcasinos, Rechtsanwaltskosten, die Pharmaindustrie und auch Psychotherapeuten erhöhen genauso das BIP. So kann anhand des BIP s nicht unterschieden werden, zwischen menschlichem Leiden oder Wohlbefinden, die Nation gilt dennoch als reich.

So stellt eine nach dem BIP bewertete Nation möglicherweise eine reiche Nation dar, jedoch bedeutet es tatsächlich auch Wohlergehen der Menschen?

In umfangreicher Literatur über Glück und Geld, in den verschiedenen Nationen miteinander verglichen wurden und auch innerhalb Nationen, in denen Reiche und Arme verglichen wurden. Diese Vergleiche zeigen in zwei Punkten eine allgemeine Übereinstimmung.

- 1) je mehr Geld, desto mehr Lebenszufriedenheit
- 2) jedoch erreicht das Geldverdienen schnell einen Punkt, von dem ab dem Zugewinn an Lebenszufriedenheit rückläufig ist, da mehr Zeit investiert werden muss. Und somit weniger Zeit in Familie, Freizeit und Abenteuer investiert werden kann, das Lebenszufriedenheit fördert. (Wie wir Aufblühen, Martin Seligmann, S.313-314)

## BHUTAN – Bruttonationalglück

Deshalb braucht es eine alternative zum BIP. Bhutan entwickelte als erstes Land das Bruttonationalglück (BNG). BNG ist genauso eine Messgröße, die eine Struktur beschreibt, wie eine gute Regierung organisiert sein sollte, die das Glück der Menschen fördern will und die darauf ihr Hauptaugenmerk richtet. Das Glück der Menschen steht im Vordergrund. Es wird ständig überprüft, ob die neuen Gesetzesentwürfe und Projekte verschiedener Ministerien und Behörden mit dem BNG formulierten Zielen eines glücklichen Lebens der Menschen kompatibel sind.

Das Bruttonationalglück aus Bhutan geht davon aus, dass es ein wahrhaftes humanes Weltbild braucht, um eine soziale oder systemische Struktur errichten zu können, die auch

von Dauer ist und dies Bedarf einem Bewusstseinswandel. (aus dem Buch Grundrecht für Glück, S 69).

## **Materialismus und Anziehung**

„Wenn Materialismus so wenig erfüllend ist, warum ist es dann so verlockend?“

Lyubomirsky und Sheldon`s Hedonisches-Anpassungs-Präventions-Modell (*HAP*) zeigt, wie das Glück, das aus positiven Veränderungen kommt, wie zum Beispiel eine Gehaltserhöhung, durch extrinsische Ziele untergraben wird (Lyubomirsky, 2011; Sheldon, Boehm, & Lyubomirsky, in Druck). Mit dem Lauf der Zeit vergeht auch die Veränderung und lässt die damit einhergehenden positiven Emotionen schließlich vollends verschwinden. Zum Beispiel freut sich jemand über ein neu eingerichtetes Bad. Es rückt jedoch mit der Zeit immer mehr in den Hintergrund und bringt immer weniger positive Gefühle. Das Bad, das neu war, wird alltäglich genützt und tritt in den Hintergrund der bewussten Erfahrungen. Erhöhte weitere Erwartungen und Wünsche der Menschen behindern die nächste positive Chance durch extrinsische Veränderungen andauerndes Wohlbefinden zu erlangen. Denn nach dem Umbau des Bades erscheinen andere Räume, mit denen man noch zufrieden war, ziemlich trist im Vergleich. Durch die steigenden Bestrebungen werden Zimmer, die vorher normal waren, wertloser und unschön und sinken in ihrer Wertigkeit. So können die Ziele der Menschen so hoch werden, dass oft an den Freuden des Lebens ersticken und sich elend inmitten günstiger Umstände fühlen. In einem extremen Beispiel hat Michael Jackson, nachdem *Thriller* das beste verkaufte Album wurde, erklärt, dass er nicht zufrieden wäre, wenn sein nächstes Album nicht doppelt so viele Exemplare verkauft werde. In Wirklichkeit verkaufte er 70% weniger. Nur durch die Bilanzierung von steigenden Bestrebungen ist es möglich zu begreifen, warum das Fortführen positiver Veränderungen zu abnehmenden hedonischen Erträgen führt und warum die Ergebnisse die Erwartungen verfehlen. Enttäuschung ist der Preis dafür. Ohne Gegenmaßnahmen können steigende Bestrebungen und abnehmende positive Erfahrungen die Vorteile der Konsumenten und Konsumentinnen alter Käuferlebnisse untergraben. Dies treibt sie immer mehr zu konsumieren, wenn ihr Geldbeutel mithalten kann (vgl. Chancellor et al., 2011). Psychologen und Psychologinnen nennen diesen endlosen Zirkel von Erwerb und Anpassung „*hedonische Tretmühle*“ (Brickman & Campbell, 1971). Dies bietet Einblick warum die Menschen weiterhin kaufen, um zu besitzen und nie an einen Punkt kommen, an dem ihr Leben ausreichend angenehm und befriedigend ist (vgl. Chancellor et al., 2011).

## Wo liegt der wahre Sinn des Lebens?

Immer mehr Menschen werden unglücklich und sehen in ihrem Leben keinen Sinn, wenn die extrinsischen Ziele und Möglichkeiten wegbrechen. Plötzlich entsteht eine Sinnleere im Leben, obwohl alles da ist, was man im außen so braucht. Viktor E. Frankl, der Begründer der Logotherapie – Wille zum Sinn - hat das Konzentrationslager überlebt. In einer Zeit, in der man sich mit mangelhaften extrinsischen Dingen zufriedengeben musste und nicht nur das. Zitat von Viktor E. Frankl: „Jede Zeit hat ihre Neurose – und jede Zeit braucht ihre Psychotherapie.“ Heute erleiden die Menschen nicht dasselbe wie Viktor E. Frankl damals zu seiner Zeit, jedoch leiden die Menschen eher an einem abgründigen Sinnlosigkeitsgefühl, das mit einem Leeregefühl vergesellschaftet ist. Viktor E. Frankl spricht von einem „existentiellen Vakuum.“

Nach einer Studie von Rolf Eckartsberg mit Absolventen der Harvard University 20 Jahre nach ihrer Graduierung, klagte ein Prozentsatz dieser Personen, die inzwischen Karriere gemacht hatten, über ein abgründiges Gefühl von Sinnlosigkeit. Obwohl sie im außen ein geordnetes und glückliches Leben führten. Aber auch andernorts, z.B. bei internationalen Treffen von Anhängern Freuds, wird übereinstimmend hervorgehoben, dass sie immer mehr mit Patienten konfrontiert sind, deren Beschwerden vorwiegend aus einem Gefühl von totaler Inhaltslosigkeit bestehen. (Das Leiden am sinnlosen Leben, Viktor E. Frankl, S 12-13)

Wie erklärt sich dieses „existenzielle Vakuum?“ Nach einer Studie von Joseph L. Philbrick („A Cross-Cultural-Study of Frankl`s Theory of Meaning-in Like.“) geht es hier um Konformismus, Totalitarismus, Neurotizismus. Nach Joseph L. Philbrick gibt es eine Kurzformel in der er wie folgt das „existenzielle Vakuum“ beschreibt. „Im Gegensatz zum Tier sagen dem Menschen keine Instinkte, was er muss, und im Gegensatz zum Menschen von gestern sagen dem Menschen von heute keine Traditionen mehr, was er soll. Nun, weder wissend, was er muss, noch wissend, was er soll, scheint er oftmals nicht mehr recht zu wissen, was er im Grunde will. So will er nur das was die anderen wollen – von ihm wollen – KONFORMISMUS. Oder aber er tut nur das, was die anderen wollen – von ihm wollen TOTALITARISMUS. Die dritte Form ist der NEUROTIZISMUS, die sogenannte „noogene Neurose“ (zum Unterschied zur klassischen Neurose) geht diese auf Gewissenskonflikte, auf Wertkollisionen und auf eine existenzielle Frustration zurück.

Diana Young hat auch in ihrer Dissertation an der Universität Berkley nachweisen können, dass das Sinnlosigkeitsgefühl bei jüngeren Personen signifikant verbreiteter war als bei älteren. Dies erklärte sie durch die Theorie des Traditionsverlustes als einer der beiden Ursachen für die Herkunft des Sinnlosigkeitsgefühls. (Das Leiden am sinnlosen Leben, Viktor E. Frankl, S 13, Fußzeile).

### **Wenn uns nun Geld nicht glücklich macht, was macht uns dann glücklich?**

Einige Forscher haben die Beziehung zwischen Geld und Glück seit einigen Jahrzehnten studiert und das Ergebnis ist klar: Geld kauft Glück, aber es kauft weniger als viele Menschen denken. (Aknin, Norton, & Dunn, 2009; Diener & Biswas-Diener, 2002; Frey & Tutzer, 2000).

Nun stellt sich jedoch die Frage: „Geld erlaubt den Menschen zu tun was ihnen gefällt, sollten sie dann nicht, wenn sie es ausgeben, zufrieden sein? Warum macht eine ganze Menge Geld verdienen nicht genauso viel mehr glücklicher?“

Neben der griechischen Philosophie und der Humanistischen Psychologie sind als weitere Grundlagen der Positiven Psychologie folgende Konzepte zu nennen:

- Lebenslange Entwicklung (Erik Erikson)
- Seelische Gesundheit (Marie Jahoda)
- Lebensqualität und Wohlbefinden (Ed Diener, Peter Becker, Beate Minsel)
- Ressourcenorientierung (Klaus Grawe, Maja)

Quellen des Glücks sind zum Beispiel viel Freizeit zu haben, Zeit mit Freunden und der Familie zu verbringen und tägliche Aktivitäten in der Natur zu tätigen (Smith, Langa, Kabeto & Ubel, 2005).

### **Wie kann uns Geld dennoch zusätzlich glücklich machen?**

Die Beziehung zwischen Geld und Glück ist überraschenderweise sehr gering. Die Autoren Dunn, Gilbert und Wilson (2011) gingen von der Annahme aus, dass es daran liegen könnte, dass Menschen ihr Geld in falsche Dinge investieren, die nachhaltig nicht glücklich machen und dass es bestimmte Prinzipien gibt, die dieses Problem beheben könnten.

Ein Artikel über viele, viele Studien geht sogar so weit, dass behauptet wird, dass, wenn Geld nicht glücklich macht, die Ausgaben nicht richtig getätigt werden.

In Anlehnung derer haben Aaker und Rudd (2010) dieses Konzept um fünf Prinzipien erweitert. Diese enthalten Möglichkeiten zur besten Nutzung der Zeit, die das Glück steigern können. Wie sieht die Realität aus, stehen sich Zeit und Geld gegenüber? Ist uns Menschen Geld wichtiger als Zeit? Selbst wenn unser Leben einen hohen Existenzdruck aufbaut, scheint für viele Menschen Zeit wichtiger zu werden als Geld. Obwohl sich mit Geld Vieles gekauft und Gutes getan werden kann und vorausschauend anscheinend es glücklicher macht Geld für sich selbst zu verwenden, sind prosoziale Handlungen, die in der Vergangenheit getätigt wurden, in der Erinnerung mit positiven Gefühlen verbunden. Glückssteigerung gelingt auch durch Sparen, indem Altes neu adaptiert wird. Die Beziehung zwischen Geld und Glück wird seit einigen Jahrzehnten erforscht und das Ergebnis ist klar: Geld kann Glück kaufen; aber viel weniger als man denkt (Aknin, Norton, & Dunn, 2009; Diener & Biswas-Diener, 2002; Frey & Stutzer, 2000, zitiert nach Dunn et al., S. 115). Es stellt sich jedoch die Frage, warum das so ist? Warum macht eine ganze Menge mehr Geld zu verdienen nicht so viel mehr glücklicher? Wohlhabende Menschen haben eine bessere Ernährung und eine bessere medizinische Versorgung, mehr Freizeit und mehr sinnvolle Arbeitskraft, also mehr von jeder Zutat zum glücklich sein. Und doch sind sie nicht glücklicher als diejenigen, die weniger haben. Eine mögliche Antwort darauf ist, dass Dinge die glücklich machen, nicht einfach zu kaufen sind. Quellen des Glücks sind zum Beispiel viel Freizeit zu haben, Zeit mit Freunden und der Familie zu verbringen und tägliche Aktivitäten in der Natur zu tätigen (Smith, Langa, Kabeto & Ubel, 2005, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 115). Die Autoren gehen daher von der Annahme aus, dass Menschen ihr Geld nicht richtig ausgeben. Auf Basis von vorliegenden Forschungsergebnissen wurden acht Prinzipien (vgl. Dunn et al., 2011) entwickelt, die Menschen helfen soll, mit ihrem Geld glücklicher zu sein:

### **1) Kaufen Sie mehr Abenteuer, Erlebnisse und weniger materielle Dinge**

Obwohl Studien besagen, dass Menschen oft glücklicher sind, wenn sie mehr Geld in Abenteuer als in materielle Dinge investieren, raten wir oft Freunden und Freundinnen, wenn sie keine gute Nachricht erhalten, rauszugehen und sich etwas Schönes zu kaufen. Van Boven und Gilovich (2003, zitiert nach Dunn et al., 2011, S 116)

In einer Studie mit über tausend Amerikanern und Amerikanerinnen wurden die Teilnehmer und Teilnehmerinnen gefragt, welche Einkäufe, Erlebniskäufe oder materielle Käufe, sie glücklicher machen. 57% sagten, dass sie glücklicher waren mit ihren Erlebniseinkäufen und 34% berichteten glücklicher zu sein mit ihren materiellen Käufen.

Ähnliche Ergebnisse ergaben sich in einer Untersuchung, bei der die Teilnehmer und Teilnehmerinnen randomisiert zugeteilt wurden. Die eine Hälfte der Personen erinnerte sich an einen materiellen Einkauf, die andere Hälfte an einen Erlebniskauf. Gehobene Stimmung erlebten die Personen, die auf einen Erlebniskauf zurückblickten (bezogen auf einen materiellen Kauf in der Vergangenheit). Dies deutet darauf hin, dass Erlebniskäufe nachhaltigere hedonische Vorteile haben. Jedoch gibt es auch keine Zweifel darüber, dass viele Erlebnisse besser sind als andere (vgl. Dunn et al., 2011)

Menschen berichten, dass sie glücklicher sind, wenn sie liebe machen oder Musik hören, als z.B., wenn sie arbeiten oder pendeln. Aber wenn es zu glücklich sein kommt, die Art der Tätigkeit in welchem Menschen involviert sind scheint weniger Bedeutung zu haben als die Tatsache in ihr engagiert zu sein. (Csikszentmihalyi, 1999).

Killingsworth und Gilbert (2010), zitiert nach Dunn et al. 2011, S. 116) zeigen, dass Menschen maximal glücklich sind, wenn sie über das, was sie taten, nachdachten. Eine weitere Ursache des verminderten Glücks ist auch ein wandernder Geist. Ein Vorteil der Erfahrungen ist das Konzentrieren auf das Hier und Jetzt.

## **2) Gebrauchen sie ihr Geld, um anderen zu nützen als sich selbst**

Menschen sind das größte soziale Wesen auf unserem Planeten. Bedenkt man wie tief unser soziales Bedürfnis ist, ist es nicht verwunderlich, dass die Qualität unserer sozialen Beziehungen eine starke Determinante unseres Glücks ist. Aufgrund dessen trägt fast alles, was wir für andere Menschen tun, dazu bei, das Glück zu verbessern. Dazu gehört auch Geld für andere Menschen zu spenden. In einer Untersuchung wurde festgestellt, dass obwohl persönliche Ausgaben unkorreliert mit Glück waren, die Menschen, die ihr Geld prosozial widmeten, sogar auch nach Kontrolle ihres Einkommens glücklicher waren (Dunn, Aknin & Norton, 2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S 117). In einer weiteren Studie fühlten sich die Teilnehmer und Teilnehmerinnen signifikant glücklicher, wenn sie sich an eine Zeit erinnerten, als sie für Andere Geld gespendet haben. Dieser Effekt zieht sich konsequent über die unterschiedlichen kulturellen Kontexte. Die emotionalen Belohnungen von prosozialem Verhalten sind auch auf der neuronalen Ebene nachweisbar. Eine Untersuchung ergab, dass die Wahl Geld herzugeben, oder sogar gezwungen zu sein, es zu tun, zur Aktivierung typischer Gehirnareale, die mit dem Empfangen, von Belohnungen in Verbindung stehen, führt (Harbaugh, Mayr & Burghart, 2007, zitiert nach Dunn et al., 2011, S 117).

Für wohltätige Zwecke zu spenden, kann die Entwicklung von sozialen Beziehungen fördern, wenn man bedenkt, dass die meisten spendenden Personen direkt mit den Begünstigten verbunden sind (z.B. Kirchen und Kunstorganisationen) (Schervish & Szanto, 2006, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118). Obwohl die Vorteile prosozialer Ausgaben in den Kulturen und Methoden konsistent sind, sind sie für manche Menschen nicht sichtbar. Dunn et. al. (2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118) zeigten, dass eine signifikante Mehrheit von Personen einen affektiven Prognosefehler macht. Sie denken, Geld für sich selbst auszugeben, macht sie glücklicher als für andere. In der Tat konnten Vohs, Meade und Goode (2006, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118) zeigen, dass bloße Gedanken an Geld prosoziale Impulse der Menschen, weniger wahrscheinlich machen, für wohltätige Zwecke zu spenden oder Bekannten zu helfen.

Warum erzeugt prosoziales Verhalten so starke konsistente Vorteile für das Wohlbefinden? Diener und Seligman (2002) argumentieren, dass allgemein starke soziale Beziehungen entscheidend für Glück sind und prosoziale Ausgaben einen überraschend starken Einfluss auf soziale Beziehungen hat.

### **3) Kaufe mehr kleine Vergnügungen und weniger große**

Es ist zwar nichts falsch daran in große Einkäufe zu investieren. Es ist jedoch besser, solange Geld limitiert ist, das endliche Geld in viele kleine Dinge zu investieren, als selten in große schöne Dinge. Diener, Sandvik und Pavot (1991, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.118) sagen, dass das Glück mehr mit der Frequenz als mit der Intensität positiver, affektiver Erfahrungen des Menschen verbunden ist. Es finden zum Beispiel viele nicht überraschend, dass Menschen, die Sex haben glücklicher sind als die, die keinen haben (Blanchflower & Oswald, 2004, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118). Viele finden es aber sehr wohl überraschend, dass die optimale Zahl von Sexual Partnern oder Partnerinnen in einer Zeitspanne von zwölf Monaten nur einer oder eine ist. Warum sind Menschen glücklicher, die nur einen Partner oder Partnerin haben, als Menschen, die viele wechselnde Partner oder Partnerinnen haben? Ein Grund dafür ist, dass viele Partner oder Partnerinnen zwar gelegentlich spannend sind, aber ein regelmäßiger Partner oder Partnerin regelmäßig angenehm ist (vgl. Dunn et al., 2011). Ein weiterer Grund warum häufige kleine Käufe die wenigen großen übertreffen ist, dass Menschen ein Ereignis besser verstehen, je schneller sie sich dem Ereignis anpassen können (Wilson & Gilbert, 2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.118). Wenn somit eine angenehme Veranstaltung schwer zu verstehen und zu erklären ist, dann verzögert sich die Anpassung. Diese verzögerte Anpassung inkludiert die Variablen Neuheit (das Event ist neu

für uns noch nie erlebt), Überraschung (wir hatten nicht erwartet, dass es passiert), Unsicherheit (wir sind nicht sicher was das Event ist) und Variabilität (das Event kann sich ändern). Alle diese Variablen machen es schwieriger ein Event zu verstehen, erhöht somit unsere Aufmerksamkeit und wir können uns nicht so schnell an dieses Ereignis anpassen. Diese Bedingungen sind bei kleinen Vergnügungen leichter zu erfüllen als bei großen. Zum Beispiel ist das Konsumieren eines Bieres nach der Arbeit mit Freunden und Freundinnen nie exakt das Gleiche. Diese Woche hat die Bar ein neues indisches Bier und Sam brachte seine Freundin Kate mit, die eine lustige Geschichte über Dachshunde erzählte. Aber wenn wir einen teuren Wohnzimmer Tisch kaufen, ist der immer derselbe; heute wie nächste Woche (vgl. Dunn et al., 2011). Forschungen zeigen, dass Menschen sogar ein gewisses Verständnis für dieses Prinzip haben, denn sie gewinnen im Lotto lieber einmal fünfundzwanzig Dollar, dann fünfzig Dollar, als auf einmal fünfundsiebzig Dollar (Thaler, 1985, 1999; Thaler & Johnson, 1990, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118). Das Gleiche nehmen sie auch bei nicht monetären Dingen, wie Schokolade essen, gute Noten und dem Austausch von sozialen Höflichkeiten wahr (Linville & Fischer, 1991; Morewedge, Gilbert, Keysar, Berkovitz & Wilson, 2007, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 118).

#### **4) Meiden sie erweiterte Garantien und andere überteuerte Versicherungen**

Forschungen zeigen, dass Menschen eine Vielzahl von Traumata, Tragödien von Herzinfarkten und terroristische Angriffe bewältigen können. Dies deutet darauf hin, dass Menschen nicht so zerbrechliche Wesen sind, als sie vorgeben zu sein (Bonanno, 2004; Ubel, 2006, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 119). Untersuchungen zeigen jedoch, dass Menschen nicht viel über ihr psychisches Immunsystem wissen (Gilbert, Pinel, Wilson, Blumberg & Wheatley, 1998, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 119) und sie ihre Anfälligkeit auf negative Affekte überschätzen. Warum sind Konsumenten und Konsumentinnen bereit so viel für überteuerte Garantien zu bezahlen? Ein sofortiger Besitz ist herrlich. Somit ist der erworbene Plasma Fernseher schützenswert (Kahnemann, Knetsch & Thaler, 1990; Morewedge, Shu, Gilbert & Wilson, 2009, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.119). Die Aussicht auf Verlust ist bei aversiven Menschen sehr hoch. Der Schmerz über einen Verlust von fünf Dollar übersteigt fünf Dollar zu gewinnen beträchtlich (Kahnemann & Tversky, 1979, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.119). Forschungen zeigen aber, dass diese Erwartungen falsch sind. In einer Studie von Kermer, Driver-Linn, Wilson & Gilbert (2006, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.119) konnte gezeigt werden, dass, obwohl die Teilnehmer und Teilnehmerinnen damit rechneten bei Verlust von drei Dollar emotional betroffener zu sein,

als bei einem Gewinn von fünf Dollar, sie es nicht waren. Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die drei Dollar aus den vorher bekommenen fünf Dollar, verloren haben, waren deutlich weniger aufgeregt, da sie es sofort als Gewinn von zwei Dollar erklärten. Forschungen legen nahe, dass teure erweiterte Garantien, die gegen Verlust von Konsumgütern schützen, ein unnötiger emotionaler Schutz sind. Konsumenten und Konsumentinnen kaufen oft mit einem vorprogrammierten zukünftigen Bedauern (vgl. Dunn et al., 2011)

### **5) Zahle gleich und konsumiere später**

Begonnen hat es mit Frank McNamara, der die früheste Kreditkarte ins Leben rief. Diese ermöglicht Konsumenten und Konsumentinnen gleich zu konsumieren und später zu bezahlen. So können sich Verbraucher und Verbraucherinnen mittlerweile schneller Wünsche als je zuvor erfüllen. Die Verschiebung in Richtung des sofortigen Genusses und Zahlungsverzug stellt eine grundlegende Veränderung in unserem Wirtschaftssystem dar, welche das Wohlbefinden des Menschen in zwei wichtigen Punkten untergräbt (Thaler & Sunstein; 2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.120). Erstens drängt uns das jetzt kaufen und später bezahlen in kurzsichtiges Verhalten wie z.B. Schulden machen, zu wenig für die Pension zu sparen usw. und am Ende muss die Zeche bezahlt werden. Wenn das passiert, ist das Leben oft ruiniert (Ainslie & Haslam, 1992; Berns, Laibson & Loewenstein, 2007; Frederick, Loewenstein & O'Donogue, 2003; McClure, Laibson, Loewenstein & Cohen, 2004; Mischel, Shoda & Rodgriguez, 1989, 1989; Soman, Ainslie, Frederick, Li, Lynch, Moreau, et al., 2005, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.120). Der zweite Grund, warum dies schlecht ist, liegt darin, dass Vorfreude und Erwartung beides Quellen des Glücks sind und dadurch beseitigt werden (vgl. Dunn et al., 2011). Die Forschung zeigt, dass Menschen erheblichen Genuss von einem bevorstehenden Ereignis erwarten und ernten, auch wenn das Ereignis selbst nicht angenehm ist. Bei einer Untersuchung von drei verschiedenen Urlauben von Mitchel et al. (1997, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 120) wurde gefunden, dass Personen, die den Urlaub nur angesehen haben, ihn vor der Erfahrung in einem positiveren Licht gesehen haben als während der Urlaubserfahrung. Dies deutet darauf hin, dass die Vorfreude manchmal mehr bieten kann als die Konsumation selbst. Die Vorfreude ist von der Realität noch ungetrübt. Demnach ist es nicht überraschend, wenn Menschen die Zeit damit verbringen, sich mit positiv zu erwartenden Erfahrungen zu beschäftigen und dann davon zu berichten, in der Regel glücklicher sind (Bryant, 2003, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.120). Warum ist das Konsumverhalten dann so oft getrieben vom sofortigen Verzehr?

Die Autoren und Autorinnen deuten darauf hin, dass die Zukunft emotionaler überzeugender sein kann als die Vergangenheit; jedoch ist nichts so mächtig wie die Vergangenheit (Van Boven & Ashworth, 2007; Caruso, Gilbert, & Wilson, 2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.120). Tatsächlich zeigen Menschen Freudlosigkeit in der Zukunft, weil sie glauben, dass ihre emotionalen Reaktionen in der Zukunft weniger intensiv sein werden als in der Gegenwart (Kassam, Gilbert, Boston, & Wilson, 2008, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.120). Zum Beispiel glaubten Versuchspersonen, dass sie mehr Freude an dem Tag erleben, an dem sie ein Geschenk erhielten, wenn es heute geliefert werden würde, als drei Monate später. Wenn Zukunftsgefühle wirklich weniger intensiv sind als gegenwärtige, dann könnte man durch Konsumation in der Gegenwart den Nutzen maximieren (wenn die Freude des Konsums am Höhepunkt ist) und in der Zukunft zahlen (wenn der Schmerz des Zahlens am Tiefpunkt ist). Sicher, zukünftige Gefühle sind nicht weniger intensiv als die jetzigen, und damit ist zukünftige Freudlosigkeit ein affektiver Prognosefehler (vgl. Dunn et al., 2011). Dies ist ein Grund dafür, dass wenn Personen sofort konsumieren, die Freuden der Vorfreude verpassen. Verzögerter Verbrauch bietet den Vorteil der freudigen Erwartung und die Vermeidung von Fehlkäufen. Wenn Personen Waren zum sofortigen Verzehr wählen, sind sie von Lastern getrieben wie z.B. von Dickmachern und anspruchsloser Unterhaltung, welche sofortiges Vergnügen produzieren jedoch keinen langfristigen Nutzen oder sogar langfristige Kosten von Wohlbefinden tragen (Read & van Leeuwen, 1998; Read, Loewenstein, & Kalyanaraman, 1999, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 120). Im Vergleich zum verzögerten Gebrauch ist eher die Auswahl der Tugenden, die dauerhaftes (wenn weniger sofort) Wohlbefinden produzieren, relevant. Zum Beispiel wählen die meisten Personen aus einer Auswahl von verschiedenen Snacks wie zum Beispiel Äpfel, Bananen, Paprika Chips und Snickers Riegel mit überwältigender Mehrheit einen ungesunden Snack aus, wenn sie ihn gleich verzehren wollten, aber eher eine gesunde Option bei der Auswahl zum Verbrauch in der folgenden Woche (Read & van Leeuwen, 1998, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 121). Betrachten wir das Beispiel eines kleinen Jungens der bei Toys R US sowohl einen Lenkdrachen in der einen Hand und eine Wasserpistole in der anderen Hand festhält. Obgleich der Junge eine sofortige Freude erfährt, wenn ihm die Mutter beides kauft, schlägt die neue Forschung vor, dass es längere Freude forcieren würde, wenn die Mutter mit ihrem Sohn am nächsten Tag in den Laden ginge und eines dieser beiden Spielzeuge kaufen würde. So müsste unser Toys R US-Kind die Mutter bitten, ihm zu sagen, welches Spielzeug sie ihm am nächsten Tag kaufen wird.

Die Mutter wird denken, dass dieses Wissen ihn glücklich machen wird. Wenn die Mutter jedoch klug wäre, es ihm nicht zu sagen, würde sie seine Freude zu fantasievollen freudigen Vorstellungen überfliegende Drachen und Wasserpistolen anregen, die ihm Vorfreude bietet und die Freude noch steigern würde (vgl. Dunn et al., 2011).

## **6) Überlegen sie woran sie nicht denken**

Laut einer Umfrage träumt die Mehrheit erwachsener Kanadier und Kanadierinnen vom eigenen Ferienhaus vorzugsweise an einem See (Gilmer & Cassar, 2009, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.121). Zu den Funktionen, die wichtig für ihr Traumhaus sind gehören Ruhe, Gelegenheit zum Angeln, Boot fahren und Sonnenuntergangsausblicke. Dies sind Eigenschaften zentraler Bedeutung für Personen, die von einer Hütte am Seeufer träumen. Um eine breitere Sichtweise zu gewinnen, gibt es jedoch viele andere Aspekte bei einem Ferienhaus Besitz, die das Glück des Besitzers beeinflussen könnten wie z. B. Mücken, die draußen Summen, die Anrufe spät in der Nacht zwecks Katastrophe an der Uferzone, lange Fahrten zurück nach Hause nach einem langen Wochenende, wenn man schon schläfrig ist, Kinder, die an ihren Mückenstichen kratzen usw. Jedoch treten unangenehme, unwesentliche Details in den Hintergrund (vgl. Dunn et al., 2011). Dieses Phänomen ergibt sich aus einer besonderen Eigenschaft der Phantasie. Je weiter weg ein Ereignis in der Zeit liegt, desto mehr neigen wir dazu, abstrakt darüber zu denken (Liberman, Sagrastino, & Trope, 2002, zitiert nach Dunn et al., 2011, S.121). 89% der Kanadier und Kanadierinnen denken eine Hütte am See wäre ein großartiger Ort die Familie dort zu versammeln und obwohl dies auf hohem Niveau konstruiert ist, ist es sehr ungenau. Es ist sicherlich insofern unvollständig, weil wichtige Details von Familienfeiern fehlen. Diese Fehlsicht ist wichtig, denn das Glück liegt oft in den Details (Kahnemann, Krueger, Schkade, Schwarz, & Stone, 2004; Kanner, Coyne, Schaefer, & Lazarus, 1981, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 121). So lohnt es sich darüber nachzudenken, wie wir unser Geld ausgeben und sinnvoll überlegen auf welche Art und Weise wir unsere Einkäufe beeinflussen und wie wir unsere Zeit verbringen (vgl. Dunn et al., 2011)

## **7) Hüten sie sich vor dem Preisvergleich**

Jeder Monat, besuchen viele 20 Millionen Personen bizrate.com, eine Top Vergleichsshopping Plattform im Internet.

Diese Plattform eröffnet Konsumenten und Konsumentinnen die Möglichkeit nach allem zu suchen, wie Matratzen, ferngesteuerte Autos, Informationen zu Bildungsabschlüssen, usw. Auf dieser Plattform kann man eine breite Palette von Optionen innerhalb einer bestimmten Kategorie vergleichen. Dieses Vergleichsshopping über diese Seite bietet offensichtliche Vorteile für den Konsumenten und Konsumentinnen, das beste Angebot für ihre Bedürfnisse zu finden. Neuere Untersuchungen zeigen jedoch, dass Vergleichsshopping manchmal hohe Kosten verursachen kann. Durch Veränderungen des psychischen Kontextes, in denen Entscheidungen getroffen werden, kann ein Preisvergleich von Verbraucherattributen eines Produktes ablenken, die für das Glück wichtig sein könnten. Stattdessen wird die Aufmerksamkeit auf Attribute der verfügbaren Optionen gelenkt (vgl. Dunn et al., 2011). In einer Studie von Hsee (1999, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 122) wurde Teilnehmern und Teilnehmerinnen eine Auswahl zwischen einer Schokolade (2.0 oz.) um zwei Euro, die wie eine echte Kakerlake aussah und einer kleineren (0.5 oz.) Schokolade um fünfzig Cent, die wie ein Herz geformt war präsentiert. Obwohl nur 46% der Teilnehmer und Teilnehmerinnen vorhersagten, dass sie die größeren Kakerlaken ähnliche Schokolade gegenüber der kleineren herzförmigen bevorzugen, wählten 68% der Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Kakerlaken ähnliche Schokolade. Dies deutet darauf hin, dass Vergleichsshopping Menschen dazu bringen kann, Produkte zu suchen, die das beste Angebot bieten. (z.B. warum akzeptiert man eine Schokolade die fünfzig Cent Wert ist, wenn ich eine im Wert von zwei Dollar haben kann)? Ein weiteres Problem von Vergleichsshopping ist, dass der Vergleich, den wir machen, wenn wir einkaufen, nicht derselbe ist, als wenn wir vergleichen, was wir eingekauft haben (Hsee, Loewenstein, Blount, & Bazerman, 1999; Hsee & Zhang, 2004). Morewedge, Gilbert, Myrseth, Kassam & Wilson (2010, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 122) forderten Personen auf vorzusagen, wie sie es genießen könnten, einen Kartoffelchips zu essen. Einige der Testpersonen waren in einem Raum mit besserem Essen (z.B. Schokolade) und andere waren in einem Raum mit minderwertigerem Essen (z.B. Sardinen). Die Testpersonen, die dem Raum mit minderwertigerem Essen zugeordnet wurden, sagten voraus, dass sie Kartoffelchips mehr mögen als die Testpersonen in der hochwertigeren Essensbedingung. Jedoch sind diese Vorhersagen falsch. Wenn die Testpersonen tatsächlich Chips gegessen haben, haben sie sie gleichermaßen gemocht, egal in welchem Raum sie waren. Bei der Tätigung der Voraussagen haben die Testpersonen naturgemäß das vorgestellte Ereignis (Chips) mit einem anderen Ereignis (Schokolade oder Sardinen) verglichen.

Aber, wenn sie tatsächlich die Chips gegessen haben, verglichen sie nicht länger mit der Nahrung, die sie essen hätten können, aber nicht gegessen haben. Eine gefährliche Sache des Vergleichskaufens, ist, dass die Optionen, die wir gewählt haben in den Hintergrund zurückweichen und nicht mehr als Standards zum Vergleichen herangezogen werden (vgl. Dunn et al., 2011)

### **Die Aufmerksamkeit auf das Glück der anderen richten**

Durch Zugriff auf die Website imdb.com (Internet Movie Database) können Konsumenten und Konsumentinnen eine große Menge an Informationen bekommen, die helfen einen Film auszuwählen, einschließlich Filmausschnitte, Inhaltsangaben und detaillierte Informationen über die Besetzung. Diese Informationen erlauben den Konsumenten und Konsumentinnen genauere affektive Prognosen und bessere Filmentscheidungen zu treffen. Die Konsumenten und Konsumentinnen können aber auch alle diese Informationen ignorieren und stattdessen die Note beachten, wie andere Besucher und Besucherinnen auf der Website den Film bewerteten. Es ist auch möglich die Bewertungen auf das Alter zu beschränken. So kann eine Frau zum Beispiel nachsehen, wie Frauen im Alter von 30-44 Jahren diesen Film bewertet haben. Welche Methode ist nun besser? Forschungen sagen, dass der beste Weg, Dinge zu bewerten, ist, zu sehen, wie andere es genossen haben (vgl. Dunn et al., 2011). In einer Studie von Gilbert, Killingsworth, Eyre, und Wilson (2009, zitiert nach Dunn et al., 2011, S. 123) wurden Frauen aufgefordert vorherzusagen, wie sie ein schnelles Date mit einem bestimmten Mann genießen würden? Einigen der Frauen wurde ein Foto von einem Mann und dessen Autobiographie gezeigt, während den anderen Frauen nur ein Rating gezeigt wurde. Dieses Rating stammte von einer anderen Frau, die sich mit dem gleichen Mann vorher getroffen hat. Diese bewertete den Grad des Genießens des Dates mit dieser Note. Obwohl die Mehrheit der Teilnehmerinnen erwartete, dass diejenigen, denen das Foto und die Autobiographie gezeigt wurde, genauere Vorhersagen machen würden, als diejenigen denen das Rating gezeigt wurde, war genau das Gegenteil der Fall.

### **Die gegenwärtige Krise**

Der Materialismus ist auf der Makro- und Mesoebene eine irrationale Verfolgung. Das unerbittliche Streben nach Reichtum beschädigt die individuelle Ebene des Menschen.

Materialistisch ausgerichtete Personen berichten über weniger Zufriedenheit (Richins & Dawson, 1992, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S.131), mehr Unglück (Belk, 1985, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S.131), weniger Kontakt in der Verwandtschaft, Kompetenz, Autonomie, Dankbarkeit und Sinn im Leben (Kashdam & Breen, 2007, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S.131). Materialisten bewerten ihre eigenen sozialen Interaktionen weniger positiv (Solberg, Diener & Robinson, 2004, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S. 131) und haben weniger befriedigende Beziehungen als andere (Solberg, Diener & Robinson, 2004, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S.131). Familien, die das Ziel des finanziellen Erfolges anstreben, berichten auch über geringere Zufriedenheit im Familienleben (Nickerson, Schwarz, Diener, & Kahnemann, 2003, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S. 131). Hohe finanzielle Bestrebungen sind mit niedrigerer sozialer Funktionsfähigkeit und antisozialem Verhalten bei jungen Erwachsenen verbunden (Kasser & Ryan, 1993, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S. 132). Der Wunsch nach Reichtum und Besitz ist besonders Besorgnis erregend, wenn man arm ist. Auch ein steigendes Einkommen und materielles Wohlbefinden holen den Level der anderen nie ein (Nickerson et al., 2003, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S.132). In Summe deuten die Ergebnisse darauf hin, dass ein starker Fokus auf den Erwerb von Geld und Besitz zum Nachteil des Wohlbefindens einer Person in mehreren Lebensbereichen beitragen kann (vgl. Chancellor et al., 2011)

### **Vergnügen und Annahme**

Wenn Materialismus so wenig erfüllend ist, warum ist es dann so verlockend? Lyubomirsky und Sheldon`s Hedonisches-Anpassungs-Präventions-Modell (*HAP*) zeigt, wie das Glück, das aus positiven Veränderungen kommt, wie zum Beispiel eine Gehaltserhöhung, durch extrinsische Ziele untergraben wird (Lyubomirsky, 2011; Sheldon, Boehm, & Lyubomirsky, in Druck, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S. 132). Mit dem Lauf der Zeit vergeht auch die Veränderung und lässt die damit einhergehenden positiven Emotionen schließlich vollends verschwinden. Zum Beispiel freut sich jemand über ein neu eingerichtetes Bad. Es rückt jedoch mit der Zeit immer mehr in den Hintergrund und bringt immer weniger positive Gefühle. Das Bad, das neu war, wird alltäglich genützt und tritt in den Hintergrund der bewussten Erfahrungen. Erhöhte weitere Erwartungen und Wünsche der Menschen behindern die nächste positive Chance durch extrinsische Veränderungen andauerndes Wohlbefinden zu erlangen. Denn nach dem Umbau des Bades erscheinen andere Räume, mit denen man noch zufrieden war, ziemlich trist im Vergleich.

Durch die steigenden Bestrebungen werden Zimmer, die vorher normal waren, wertloser und unschön und sinken in ihrer Wertigkeit. So können die Ziele der Menschen so hoch werden, dass oft an den Freuden des Lebens ersticken und sich elend inmitten günstiger Umstände fühlen. In einem extremen Beispiel hat Michael Jackson, nachdem Thriller das beste verkaufte Album wurde, erklärt, dass er nicht zufrieden wäre, wenn sein nächstes Album nicht doppelt so viele Exemplare verkauft werden. In Wirklichkeit verkaufte er 70% weniger. Nur durch die Bilanzierung von steigenden Bestrebungen ist es möglich zu begreifen, warum das Fortführen positiver Veränderungen zu abnehmenden hedonischen Erträgen führt und warum die Ergebnisse die Erwartungen verfehlen. Enttäuschung ist der Preis dafür. Ohne Gegenmaßnahmen können steigende Bestrebungen und abnehmende positive Erfahrungen die Vorteile der Konsumenten und Konsumentinnen alter Käuferlebnisse untergraben. Dies treibt sie immer mehr zu konsumieren, wenn ihr Geldbeutel mithalten kann (vgl. Chancellor et al., 2011). Psychologen und Psychologinnen nennen diesen endlosen Zirkel von Erwerb und Anpassung „*hedonische Tretmühle*“ (Brickman & Campbell, 1971, zitiert nach Chancellor et al., 2011, S. 132). Dies bietet Einblick warum die Menschen weiterhin kaufen, um zu besitzen und nie an einen Punkt kommen, an dem ihr Leben ausreichend angenehm und befriedigend ist (vgl. Chancellor et al., 2011)

### **Ausdehnung des Glücks**

Wenn Personen an einer Sache, Eigenschaft, Person oder Idee teilnehmen, dann reagieren sie emotional, bilden sich ihre Meinung und treffen Entscheidungen (cf., Wilson & Gilbert, 2008). Ein anderer Begriff für gezielte, positive Aufmerksamkeit ist Wertschätzung. Die Handlung der Wertschätzung zielt darauf ab, die maximal mögliche Zufriedenheit von positiven Umständen zu extrahieren und hilft Praktikern und Praktikerinnen die guten Dinge im Leben zu genießen, um diese nicht als selbstverständlich anzunehmen -

Wertschätzungsaufmerksamkeit. Eine Vielzahl von Experimenten hat gezeigt, dass regelmäßiges praktizieren von Dankbarkeit eng verbunden ist mit Wertschätzung und genießen. Im Zusammenhang bringt es deutliche Steigerung des Wohlbefindens, wenn es im Laufe von 1-12 Wochen durchgeführt wird. Zum Beispiel haben sich bei der Durchführung neutraler Aktivitäten die vorsätzliche und aufwendige Praxis des Zählens der Segnungen einmal pro Woche (Emmons & McCullough, 2003; Froh, Sefick & Emmons, 2008; Lyubomirsky, Sheldon & Schkade, 2005) oder Wertschätzungsbriefe an Einzelpersonen als sinnvoll erwiesen (Boehm, Lyubomirsky, & Sheldon, in Druck; Lyubomirsky, Dickerhoof,

Boehm, & Sheldon, in Druck; Seligman, Steen, Park & Peterson, 2005) und eine Steigerung des Glücksgefühls über sechs Monate bewirkt.

### **Das Glück wieder herstellen**

Neben Wertschätzung und Dankbarkeit ist eine weitere wichtige Implikation des *HAP* Modells, dass variable Reize mehr bewirken als unveränderliche (siehe auch Wilson & Gilbert, 2008). Vielfalt in Verhaltensweisen und Gedanken scheint angeboren und anregend zu sein (Berlyne, 1971; Rolls et al., 1981). Daher ist es nicht verwunderlich, dass Menschen Vielfalt in ihrem Verhalten suchen (z.B. Ratner, Kahn & Kahneman, 1999) und sich langsamer an angenehme Reize gewöhnen, die variieren (Leventhal, Martin, Seals, Tapia und Rehm, 2007). Obwohl jede Woche etwas Neues zu kaufen eine Möglichkeit ist, die Vielfalt zu erhöhen, sind andere Strategien wesentlich umweltfreundlicher und wirtschaftlicher. Die Verwendung eines vorhandenen Kaufes könnte einen neuen Strom von Erfahrungen erzeugen, ohne einen Cent dafür auszugeben. Individuen könnten zum Beispiel ihr ehemals neues Auto auf ein neues Abenteuer mitnehmen, ihre ehemals neue Terrasse als Party Host einsetzen oder lernen die innovative Software auf ihrem ehemals neuen Laptop zu verwenden. Es sei hier der Vorschlag Dunn et. al's (2011) der Anwendungsvielfalt erwähnt - Besitz in Aktivitäten zu reformieren und so vom Vorteil der Erfahrungen zu profitieren (Carter & Gilovich, 2010; Van Boven & Gilovich, 2003). Auch wenn Ereignisse wie Familienfeste, unvergessliche Urlaube und die Hochzeit oder das erste Heim schon lange her sind, können die Menschen noch positive Gefühle daraus ziehen, anstatt ewig auf das nächste Abenteuer zu warten und zu bezahlen. Was Menschen tun und was sie kaufen, legt fest, wie viel Freude sie erleben. Ein neues Gerät bringt keine Freude und verstaubt im Regal. Anstatt ihre Garagen mit mehr Zeug zu füllen, könnten Menschen auf kreative und vielfältige Weise das verwenden, was sie bereits besitzen. Die Neubetrachtung unvergesslicher und angenehmer Erfahrungen durch erinnern und reflektieren kann für Dinge, die schon lange bezahlt wurden, einen Schub Glück bringen. In Summe bedeutet recyceltes Glück eine erneute Betrachtung und wieder erleben vergangener Käufe. Dies sichert Geld, reduziert den ökonomischen Fußabdruck und fühlt sich gleichzeitig gut an.

### **Das Glück pachten**

Man muss, um etwas zu genießen, es nicht besitzen. Zum Beispiel beträgt die Kostendifferenz zwischen einen Film auszuborgen und zu kaufen über 10 \$ und beide sind ident im Erleben. Genauso bedeutet ein Auto zu mieten, sich keine Gedanken über einen Ölwechsel, Reifen

oder Zahnriemen machen zu müssen. Mieter argumentieren oft, dass sie lieber einen fixen Betrag gegenüber unvorhersehbaren Wartungs- und Reparaturkosten bevorzugen. Als zusätzlicher Bonus ist die Befreiung von Eigentumsverpflichtungen, die es ermöglichen an verschiedene Orte zu reisen, eine Vergrößerung der Vielfalt ihres hedonischen Schubs (vgl. Chancellor et al., 2011) Obwohl die finanziellen Auswirkungen des Besitzes gegenüber mieten von einer Reihe von anderen Faktoren abhängt, ist hier der entscheidende Punkt, dem Fehler zu widerstehen, dass Besitz alles besser macht (Kahnemann & Knetsch, 1991); weder ist mieten intrinsisch enttäuschend, noch ist der Besitz intrinsisch befriedigend. Diejenigen die Freude am Kauf haben, sind oftmals selbst im Geschäft des Verkaufens. Mieten bietet alle hedonischen Freuden ohne Verpflichtung zu tätigen oder zu bezahlen (vgl. Chancellor et al., 2011)

### **Verfolgen worauf es ankommt,**

Nicht alle Käufe erfüllen den gleichen hedonischen Nutzen. Was man sucht und kauft bestimmt, wie lange und in welchem Ausmaß ein Kauf genossen werden kann.

Psychologen und Psychologinnen unterscheiden zwischen zwei verschiedenen Arten von Zielen: extrinsische und intrinsische Ziele. Intrinsische Ziele beinhalten Aktivitäten und Projekte, die man persönlich als lohnend und sinnvoll findet und die Grundbedürfnisse des Menschen befriedigen (wie Kompetenz, Verbundenheit, Autonomie) (Kasser & Ryan, 1993, 1996; siehe Ryan & Deci, 2000, für einen Review). Im Gegensatz beinhalten extrinsische Ziele das Streben nach Reichtum, Geld oder günstigen Äußerlichkeiten. Die Forschung deutet darauf hin, dass positive Ereignisse, die von der Erfüllung der intrinsischen Ziele erzeugt wurden, zu mehr Glück führen als die, die durch extrinsische Ziele produziert wurden (Dunn, Aknin & Norton, 2008; siehe auch Kasser, 2002; cf. Dunn et al., 2011). Extrinsische Ziele untergraben Wohlbefinden in mehrfacher Hinsicht. Extrinsische Ziele stellen Personen nicht direkt in ihren Grundbedürfnissen zufrieden; wenn überhaupt. Stattdessen ist es wie eine Sucht (Koob & Le Moal, 2001) ständig steigender Wünsche für psychische unbefriedigende Waren. Zweitens berichten diejenigen, die extrinsische Ziele verfolgen über schlechtere Beziehungen (Kasser & Ryan, 2001). Wie Dunn et. al. (2011) erwähnen, kann es bei Geld orientierten Menschen dazu führen, weniger prosozial, weniger großzügig, weniger freundlich und sympathisch (Vohs, Mead & Goode, 2006) von anderen wahrgenommen zu werden (Vohs, 2010). Drittens kann übermäßige Abhängigkeit von extremen Risiken von berühmten und reichen oder attraktiven Personen zu fragilem Selbstwertgefühl führen (Sheldon, Ryan, Deci & Kasser, 2004).

Zum Beispiel sucht ein Student oder eine Studentin einen Abschluss an einer prestigeträchtigen und teuren Schule mit dem Ziel Peer Respekt zu gewinnen (gute Kontakte zu knüpfen) und ist hoffnungslos deprimiert, wenn er/sie nicht zugelassen wird. Aufgrund der limitierten Aufmerksamkeit, Zeit und Energie können extrinsische Ziele zu der Vernachlässigung der intrinsischen Ziele, die mit höherem Wohlbefinden verbunden sind, führen (Vohs et al., 2006). Zum Beispiel investiert ein Unternehmer oder eine Unternehmerin in ein neues Unternehmen mit dem Ziel reich zu werden, vernachlässigt dabei seine wahren Interessen und Hobbys, um all seine Energie in das Unternehmen zu investieren. Dabei vernachlässigt er bedürfnisbefriedigendes persönliches Wachstum und Lebensfreude, das er daraus für seine authentische Entwicklung gewinnen könnte. Intrinsische Ziele wie Aufbau von Beziehungen, Selbstentdeckung und das Engagement in der Gemeinde aktivieren direkt Gefühle von Zufriedenheit die eher geschätzt werden und weniger als selbstverständlich wahrgenommen werden. Dunn et al. (2011) betonen den Zusammenhang zwischen Großzügigkeit und Wohlbefinden und empfehlen dem Beispiel von Warren Buffett zu folgen, ihr Geld für andere Menschen auszugeben. Intrinsische Ziele können auch eine Aufwärtsspirale bewirken wie zum Beispiel Ströme von positiven Stimmungen und prosozialem Verhalten, das an Dynamik gewinnt und sich verbreitet und sich entfaltet (Lyubomirsky, King, & Diener, 2005; Norton, Dunn, Aknin & Sandstrom, 2009; Otake, Shimai, Tanaka-Matsumi, Otsui & Fredrickson, 2006).

In Summe gehen die Hinweise in die Richtung, dass bei der Suche nach Geld die meiste befriedigende Beschäftigung das Erwerben von neuen Fähigkeiten sein sollte (z.B. ein neues Instrument zu erlernen oder eine fremde Sprache zu erlernen) und Zeit mit anderen Personen zu verbringen (z.B. Essen mit der Familie oder ein Kaffee mit einem Freund) oder etwas Gutes für jemanden tun (Christbaum Dekoration kaufen für einen älteren Nachbarn oder Nachbarin, ein Genesungspaket für einen kranken Freund oder Freundin versenden). Glücklicherweise sind alle diese Aktivitäten kostengünstig und können verschiedene Bedürfnisse gleichzeitig erfüllen. Schenken sie Zeit und Geld ohne Profit damit zu erwarten. Ein Dienst an der Gesellschaft ist oft eine Gelegenheit neue Freunde und Freundinnen zu gewinnen. Individuen wären glücklicher, wenn sie ihre Gelder und Anstrengungen sinnvollen intrinsischen Zielen widmen würden, anstatt sich extrinsischen zu widmen. Zum Beispiel könnte ein Student oder eine Studentin anstatt mit seinem/ihrem Jurastudium seine Freunde und Freundinnen und Familie beeindruckend zu wollen, sich auf seine eigenen Leidenschaften konzentrieren und an persönlichen akademischen Herausforderungen wachsen und seine eigenen Fähigkeiten für andere einsetzen (vgl. Chancellor et al., 2011).

## **Sinn und Glück**

„Je mehr er nach Glück jagt, umso mehr verjagt er es auch schon.“ Viktor E. Frankl

Nach Viktor E. Frankl liegt das Glück im Sinn finden jeder Lebenssituation. Dies bezeichnet Viktor E. Frankl in seinem logotherapeutischen Ansatz als „Wille zum Sinn.“ In jeder Lebenssituation einen Sinn zu finden, bedeutet für Viktor E. Frankl - Glück. Jemand der krank ist wünscht sich gesund zu werden, und jemand, der arm ist, möchte zu Geld kommen. Doch im höheren Sinne auch wieder dafür den Sinn seines Lebens erfüllen zu können. Das liefe jedoch darauf hinaus, dass der Mensch den Anspruch auf Sinn seines Lebens erst findet, wenn es ihm gut ginge. Jedoch ist es so? Nach Beobachtungen nach ist es jedoch erst dann der Fall, wenn es Menschen eher am dreckigsten geht. (Frankl, V. E., Das Leiden am sinnlosen Leben, S 17)

## **Vertrauen und Glück**

Auch Vertrauen führt auf längere Sicht eher zu Glück als Kontrolle und Sanktionen. Dies geht aus vielen wissenschaftlichen Studien hervor. Menschen sind soziale Wesen und Vertrauen ist eine Grundvoraussetzung für ein gelingendes Miteinander, Lernen und Erfolg.

Vertrauen bedeutet die Verantwortungsfähigkeit von Menschen im Allgemeinen, jedoch vor allem in Wirtschaft und Politik. Zu Vertrauen bedeutet immer einen Vertrauensvorschuss zu geben und ist mit einem Restrisiko verbunden. Denn Vertrauen ist nicht immer von Erfolg gekrönt und kann sehr schnell enttäuscht, missbraucht oder einseitig ausgelegt werden.

Jedoch brauchen wir Menschen die Erfahrungen von Erfolg und Scheitern durch Vertrauensvorschuss, um unsere eigene Urteilsfähigkeit zu schärfen und ein gesundes Selbstvertrauen zu entwickeln. Da Vertrauen und Selbstvertrauen sehr stark zusammenhängen. Somit ist Selbstvertrauen eine vertrauensfördernde Bedingung. (Luhmann, 1973)

Gibt es nur Kontrolle von außen, ist es nicht möglich eigene Erfahrungen zu machen und man bleibt im kindlichen blinden Vertrauen stecken. Somit wird die Verantwortung nach außen abgegeben und ich entscheide nicht für mich zugutemkommend, sondern vertraue blind darauf, dass andere es besser für mich wissen. „Infantile Vertrautheit.“

Lerne ich aus meinen eigenen Erfahrungen, kann ich Situationen und Menschen auf natürliche Weise besser einzuschätzen, anstatt kontrollieren zu müssen und bin unabhängiger in meinem Handeln.

Auch in der Politik ist es wichtig, das Vertrauen der Staatsbürger zu gewinnen. Dies schafft ein gutes und glückliches Miteinander und ein gelingendes gemeinsames Leben.

### **Was schafft Vertrauen?**

- 1) Kompetenz
- 2) Offenheit
- 3) Transparenz
- 4) Anerkennung
- 5) Empathie und
- 6) Offene Kommunikation

Wenn dies der Fall ist, dann gibt es mehr Steuerehrlichkeit, höheres Engagement einzelner Personen, mehr Vertrauen in ein Miteinander, mehr Wertschätzung und glücklichere Menschen. Menschen die glücklich sind, sind gesünder, wohlhabender, erfolgreicher und kooperieren mehr miteinander. Nur in einem vertrauensbasierten Umfeld kann es zu einem Lernen und Wachsen des einzelnen Individuums und eines ganzen Landes kommen und in Folge zu WIN WIN Situationen führen.

### **Resümèe:**

Aus der verfassten Arbeit geht hervor, dass Glück und Sinn eng miteinander in Verbindung stehen. Geld allein jedoch nicht glücklich macht. Kein Geld aber auch nicht. Auch Misstrauen und Unvertrauen stören ein gemeinsames miteinander und es kann kein Lernen und Reifen des einzelnen Individuums, und in Folge eines gesamten Landes, nicht erfolgen. Ein reiches Land, das ausschließlich am Bruttonationalprodukt gemessen wird, besagt nicht automatisch, dass die Menschen sich wohl fühlen und dies eine glückliche Gesellschaft ausmacht. Denn das Bruttonationalprodukt wird durch Ausgaben und Investitionen gebildet, unabhängig davon, ob sie zum Wohle der Menschen getätigt wurden oder nicht. Gesellschaftspolitisch ist es bedenklich, denn eine gesunde Bevölkerung trägt momentan nicht zur Messung des Reichtums eines Landes bei. Somit muss ein wirtschaftlich durch Reichtum hervorstechendes Land momentan, viele gestresste, funktionierende, kranke und somit unglückliche Menschen beinhalten, um das erfolgreiche Wirtschaftssystem aufrechtzuerhalten, um als reiches Land eingetragen zu sein.

**Ausblick:**

Zukünftig wäre es wünschenswert, nach dem Vorbild von Bhutan, einen Glücksminister ins Parlament zu holen. Entscheidungen sollen nicht nur nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten getroffen werden, sondern auch nach dem Wohlbefinden der Bevölkerung entschieden werden. Um jedoch gesellschaftspolitisch parlamentarisch so vergehen zu können, bedarf es sicherlich noch mehr Aufklärung und Persönlichkeitsentwicklung in der Bevölkerung. Es bedarf genauso eine Bevölkerung die eigenverantwortlich, selbstbestimmt, selbstvertraut und offen für Weiterentwicklung ist. Interesse daran hat seine Potenziale, Kompetenzen und Fähigkeiten immer mehr zu entwickeln und zu verfeinern, um eine diversitäre Gesellschaft zu formen, in der nicht alle das Gleiche tun, sondern jeder in seiner Art und Weise in der Gesellschaft dazu beiträgt glücklich, erfolgreich zu sein. Jede Person sich bewusst ist, dass er/sie GestalterIn und MitgestalterIn einer Gesellschaft ist und die Sinnhaftigkeit seiner Position in der Gesellschaft erkennt.

Nun in beidseitiger Verantwortung, einerseits der Politik und andererseits des einzelnen Mitgliedes einer Gesellschaft, in eine wohlhabendere, aber auch glücklichere und gesündere Zukunft zu gehen.

„Im Wissen darüber, dass sich alles entwickeln darf, aber nichts vollkommen ist.“

### Literaturverzeichnis:

- Aaker, J., Rudd, M., & Mogilner, C. (2010). If money doesn't make you happy, consider time. *Consider Time* (November 10, 2010).
- Ainslie, G., & Haslam, N., (1992). Hyperbolic discounting. In G. Loewenstein, & J. Elster (Eds.), *Choice over time* (pp. 57-92). New York: Russell Sage Foundation.
- Aknin, L., Norton, M. L., & Dunn, E. W. (2009). From wealth to well-being? Money matters, but less than people think. *Journal of Positive Psychology*, 4, 523-527.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-280.
- Berns, G. S., Liabson, D., & Loewenstein, G. (2007). Intertemporal choice-toward an integrative framework. *Trends in Cognitive Science*, 11, 482-488.
- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (2004). Well-Being over time in Britain and the USA. *Journal of Public Economics*, 88, 1359-1386.
- Boehm, J. K., Lyubomirsky, S., & Sheldon, K. M. (in press). A longitudinal experimental study comparing the effectiveness of happiness-enhancing strategies in Anglo Americans and Asian Americans. *Cognition & Emotion*.
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *The American Psychologist*, 59, 20-28.
- Brickman, P., & Campbell, D. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. In M. Appley (Ed.), *Adaptation-level theory: A symposium*. New York: Academic Press.
- Bryant, F. B. (2003). Savoring Beliefs Inventory (SBI): A scale for measuring beliefs about savouring. *Journal of Mental Health*, 12, 175-196.
- Carter, T., & Gilovich, T. (2010). The relative relativity of experiential and material purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 146-159.
- Caruso, E. M., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2008). A wrinkle in time Asymmetric valuation of past and future events. *Psychological Science*, 19, 796-801.
- Chancellor, J., & Lyubomirsky, S. (2011). Happiness and Thrift: When (spending) less is (hedonically) more. *Journal of Consumer Psychology*, 21, 131-138.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). If we are so rich, why aren't we happy? *The American Psychologist*, 54, 821-827.

- Diener, E., Sandvik, E., & Pavot, W. (1991). Happiness is the frequency, not the intensity, of positive versus negative affect. In F. Strack, M. Argyle, & N. Schwarz (Eds.), *Subjective well-being: An interdisciplinary perspective* (pp. 119-140). Oxford: Pergamon
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2002). Will money increase subjective well-being? *Social Indicators Research, 57*, 119-169.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science, 319*, 1687-1688.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right, *Journal of Consumer Psychology, 21*, 115–125.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*, 377-389.
- Frankl, V. E. (1977). Das Leiden am sinnlosen Leben. Psychotherapie für heute. *Herder Spektrum Verlag*. 17
- Frankl, V. E. (1977). Trotzdem Ja zum Leben sagen. Ein Psychologe erlebt das Konzentrationslager. *Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG*. 12-13.
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2003). Time discounting and time preference: A critical review. In G. Loewenstein, D. Read, & R. F. Baumeister (Eds.), *Time and decision* (pp. 13-86). New York: Russell Sage Foundation.
- Frey, B. S., & Stutzer, A. (2000). What can economists learn from happiness research? *Journal of Economic Literature, 40*, 402-425.
- Froh, J. J., Sefick, W. J., Emmons, R. A. (2008). Counting blessings in early adolescents: An experimental study of gratitude and subjective well-being. *Journal of School Psychology, 46*, 213-233.
- Gilbert, D. T., Killingsworth, M. A., Eyre, R. N., & Wilson, T. D. (2009). The surprising power of neighborly advice. *Science, 323*, 1617-1619.
- Gilbert, D. T., Pinel, E. C., Wilson, T. D., Blumberg, S. J., & Wheatley, T. (1998). Immune neglect: A source of durability bias in affective forecasting. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*, 617-638.
- Gilmer, T., & Cassar, M. (2009). Canadians still aspire to own recreational property: Dream alive as summer arrives.  
Retrieved://www.royalalpage.ca/en/utility/news/content.aspx?id=828&bottomcontent=874&toolstips=1052&relatedcontent=1074

- Ha Vinh Tho. (2014). Grundrecht auf Glück; Bhutans Vorbild für ein gelingendes Miteinander, nymphenburger in der F. A. Herbig Verlagsbuchhandlung GmbH, Stuttgart. 3. Auflage (2017).
- Ha Vinh Tho (2019). Der Glücksstandard; wie wir Bhutans Bruttonationalglück praktisch umsetzen können, W. Barth Verlag, München.
- Harbough, W. T., Mayr, U., & Burghart, D. R. (2007). Neural responses to taxation and voluntary giving reveal motives for charitable donations. *Science*, 316, 1622-1625.
- Hsee, C. K. (1999). Value seeking and prediction-decision inconsistency: Why don't people take what they predict they'll like the most? *Psychonomic Bulletin & Review*, 6, 555-561.
- Hsee, C. K., & Zhang, J. (2004). Distinction bias: Misprediction and mischoice due to joint evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 680-695.
- Kahnemann, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1990) Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of Political Economy*, 98, 1325-1348.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D. A., Schwarz, N., & Stone, A. A. (2004). A survey method for characterizing daily life experience: The day reconstruction method. *Science*, 306, 1776-1780.
- Kanner, A. D., Coyne, J. C., Schaefer, C., & Lazarus, R. S. (1981). Comparison of two modes of stress measurement: Daily hassles and uplifts versus major life events. *Journal of Behavioral Medicine*, 4, 1-39.
- Kashdan, T. B., & Breen, W. E. (2007). Materialism and diminished well-being: Experiential avoidance as a mediating mechanism. *Journal of Social and Clinical Psychology* 26, 521-539.
- Kassam, K. S., Gilbert, D. T., Boston, A., & Wilson, T. D. (2008). Future anhedonia and time discounting. *Journal of Experimental Social Psychology* 44, 1533-1537.
- Kasser, T. (2002). The high price of materialism. Cambridge, MA: MIT press.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1993). A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality & Social Psychology*, 65, 410-422.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (2002). Be careful what you wish for: Optimal functioning and the relative attainment of intrinsic and extrinsic goals. In P. Schmuck, & K. M. Sheldon (Eds.), *Life goals and well-being: Towards a positive psychology of human striving* (pp. 116-131). Ashland, Ohio: Hogrefe & Huber Publishers.

- Kasser, & A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world* (pp. 29-48). Washington, DC: American Psychological Association.
- Kermer, D. A., Driver-Linn, E., Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2006). Loss aversion is an effective forecasting error. *Psychological Science, 17*, 649-653.
- Killingsworth, M. A., & Gilbert, D. T. (2010). A wandering mind is an unhappy mind. *Science, 330*, 932.
- Koob, G. F., & Le Moal N, (2001). Drug, dysregulation of reward, and allostasis. *Neuropsychopharmacology, 24*, 97-129.
- Leventhal, A. M., Martin, R. L., Seals, R. W., Tapia, E., & Rehm, L. P. (2007). Investigating the dynamics of affect: Psychological mechanisms of affective habituation to pleasurable stimuli. *Motivation and Emotion, 31*, 145-157.
- Libermann, N., Sagrastino, M. D., & Trope, Y. (2002). The effect of temporal distance on level of mental construal. *Journal of Experimental social Psychology, 38*, 523-534
- Linville, P. W., & Fischer, G. W. (1991). Preferences for separating or combining events. *Journal of Personality and Social Psychology, 60*, 5-23.
- Luhmann, N. (1989), Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität, *Stuttgart*.
- Lyubomirsky, S. (2011). Hedonic adaptation to positive and negative experiences. In S. Folkman (Ed.), *The Oxford handbook of stress, health and coping* (pp. 200-224). New York: Oxford University press.
- Lyubomirsky, S., Dickerhoof, R., Boehm, J. K., & Sheldon, K. M. (in press). Becoming happier takes both a will and a proper way: An experimental longitudinal intervention to boost well-being Emotion.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin, 131*, 803-855.
- Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social indicators Research 46*, 137-155.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., & Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology, 9*, 111-131.
- McClure, S. M., Laibson, D. I., Loewenstein, G., & Cohen, J. D. (2004). The grasshopper and the ant: Separate neural systems value immediate and delayed monetary rewards. *Science, 306*, 503-507.
- Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of gratification in children. *Science, 244*, 933-938.

- Mitchell, T. R., Thompson, L., Peterson, E., & Cronk, R. (1997). Temporal adjustments in the evaluation of events: The “rosy view”. *Journal of Experimental Social Psychology, 33*, 421-448.
- Morewedge, C. K., Gilbert, D. T., Keysar, B., Berkovits, M. J., & Wilson, T. D. (2007). Mispredicting the hedonic benefits of segregated gains. *Journal of Experimental Psychology: General, 136*, 700-709.
- Morewedge, C. K., Gilbert, D. T., Myrseth, K. O. R., Kassam, K. S. & Wilson, T. D. (2010). Consuming experience: Why affective forecasters overestimate comparative value. *Journal of Experimental Social Psychology, 46*, 986-992.
- Nickerson, C., Schwarz, N., Diener, E. & Kahnemann, D. (2003). Zeroing in on the dark side of the American dream: A closer look at the negative consequences of the goal for financial success. *Psychological Science (Wiley-Blackwell), 14*, 531-536.
- Norton, M. I., Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Sandstrom, G. M. (2009). *From wealth to well-being: spending money on others promotes happiness*. Tampa, FL: Presented at the Annual Meeting of the Society for Personality and Social Psychology.
- Otake, K., Shimai, S., Tanaka-Matsumi, J., Otsui, K., & Fredrickson, B. L. (2006). Happy people become happier through kindness: A counting kindnesses intervention. *Journal of Happiness Studies, 7*, 361-375.
- Ratner, R. K., Kahn, B. E., & Kahnemann, D. (1999). Choosing less-preferred experiences for the sake of variety. *Journal of Consumer Research, 26*, 1-15.
- Read, D., Loewenstein, G., & Kalyanaraman, S. (1999). Mixing virtue and vice: Combining the immediacy effect and the diversification heuristic. *Journal of Behavioral Decision Making*.: John Wiley & Sons, Inc (Writer).
- Read, D., & van Leeuwen, B. (1998). Predicting hunger: The effects of appetite and delay on choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 76*, 189-205.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of consumer Research, 19*, 303-316.
- Rolls, B. J., Rowe, E. A., Rolls, E. T., Kingston, B., Megson, A., & Gunary, R. (1981). Variety in a meal enhances food intake in man. *Physiology and Behavior, 26*, 215-221.
- Schervish, P., & Szanto, A. (2006). Wealth and giving by the numbers. *Reflections, 2*, 30-49.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist, 60*, 410-421.
- Seligmann, M. E. P. (2015). *Wie wir aufblühen. Die fünf Säulen des persönlichen Wohlbefindens*. Goldmann Verlag, 2, 311-314.

- Sheldon, K. M., Ryan, R., & Reis, H. T. (1996). What makes for a good day? Competence and autonomy in the day and in the person. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 1270-1279.
- Sheldon, K. M., Boehm, J. K., & Lyubomirsky, S. (in press). Variety is the spice of happiness: The hedonic adaptation prevention (HAP) model. In J. Boniwell & S. David (Eds.), *Oxford handbook of happiness*. Oxford: Oxford University Press.
- Sin, N. L., & Lyubomirsky, S. (2009). Enhancing well-being and alleviating depressive symptoms with positive psychology interventions: a practice-friendly meta-analysis. *Journal of clinical psychology*, 65, 467-487.
- Smith, D. M., Langa, K. M., Kabeto, M. U., & Ubel, P. A. (2005). Happiness and physical activity in special populations: Evidence from Korean survey data. *Journal of Sports Economics*, 11, 136-156.
- Solberg, E. G., Diener, E., & Robinson, M. D. (2004). Why are materialists less satisfied? In T.
- Soman, D., Ainslie, G., Frederick, S., Li, X., Lynch, J., Moreau, P., et al. (2005). The psychology of intertemporal discounting: Why are distant events valued differently from proximal ones? *Marketing Letters*, 16, 347-360.
- Soucek, W., *Skript 4.1*. 6
- Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4, 199-214.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 183-206.
- Thaler, R. H., & Johnson, E. J. (1990). Gambling with the house money and trying to break even: The effects of prior outcomes on risky choice. *Management Science*, 36, 643-660.
- Thaler, R. & Sunstein, C. (2008). *Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven: Yale University Press.
- Ubel, P. (2006). *You're stronger than you think*. New York: McGraw Hill.
- Veenhoven, R. (1984). *Conditions of happiness*. Dordrecht, The Netherlands: D. Reidel Publishing Company.
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1193-1202.
- Van Boven, L., & Ashworth, L. (2007). Looking forward, looking back: Anticipation is more evocative than retrospection. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136, 289-300.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money, *Science*, 314, 1154-1156.

Vohs, K. D. (2010), There is no “you” in money: Reminders of money heighten egocentrism and decrease likeability. Presented at the Annual Meeting of the Society of Personality and Social Psychology, Las Vegas, NE.

Watzlawick, P., (1983). *Anleitung zum Unglücklichsein*. Piper Verlag.

Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2008). Explaining away: A model of affective adaption. *Perspectives on Psychological Science*, 3, 370-386.

<https://www.welt.de/wissenschaft/article160310401/Das-ist-der-Sinn-des-Lebens.html>)

<https://www.sabinejochheim.com/n/201/72/gluecksdatenbank-wo-leben-die-menschen-am-gluecklichsten>

[www.viktrofranklzentrum.org](http://www.viktrofranklzentrum.org)