



Die Faszination der Rolle: Psychologische Erklärungen zum Hamstern von Toilettenpapier während der Corona-Krise

Ein Phänomen, das in der Corona-Krise viel Aufmerksamkeit erfahren hat, ist das Hamstern von Toilettenpapier. Wie kann dieses Verhalten psychologisch mit verschiedenen Ansätzen erklärt werden?

Die Corona-Krise führt derzeit (März / April 2020) zu weitreichenden Veränderungen unserer Lebensgewohnheiten. Unser Alltag ist in vielen Bereichen nicht mehr der Gleiche und alltägliche Gewohnheiten können wir nicht wie vor der Krise ausleben. Hinzu kommen die Bedrohung unserer Gesundheit und wirtschaftliche und soziale Folgen. Entsprechend geht die Corona-Krise mit einer Vielzahl psychologischer Phänomene mit einem Bezug zur Risikoforschung wie unterschiedlicher Risikowahrnehmung der gesundheitlichen Gefährdung, der Unterschätzung der Ausbreitungsgeschwindigkeit des Virus (lineares Denken versus exponentielle Realität) oder der systematischen Unterschätzung von als fern empfundenen Risiken („Ach, dieses Virus da in China, das hat nichts mit uns zu tun ...“) einher. Gleichzeitig kommt es auch zu Ereignissen, die zwar nur einen indirekten Bezug zur Risikoforschung haben, aber dennoch verwundern oder nicht unmittelbar erklärbar sind und daher eine nähere psychologische Betrachtung interessant machen. Eines dieser Ereignisse ist das Hamstern von Toilettenpapier.

Psychologische Risikoforschung geht unter anderen der Frage nach, wie Menschen mit Unsicherheit umgehen. Typischerweise kommen hier Ansätze aus der Persönlichkeits- und Sozialpsychologie zur Anwendung. Da die Corona-Krise

eindeutig eine unsichere und riskante Situation darstellt, die auch mit typischen Risikophänomenen einhergeht, sollten diese beiden Disziplinen auch Erklärungen zum Hamstern von Toilettenpapier liefern. Möglicherweise tragen aber andere Denkrichtungen der Psychologie zusätzlich interessante Aspekte zur Erklärung bei. Im Folgenden werden daher zunächst Erklärungsansätze der Evolutions- und Tiefenpsychologie skizziert und auf ihre Brauchbarkeit zur Erklärung des Phänomens Hamstern hinterfragt.

Evolutionpsychologie: Klopapier hamstern als evolutionäre Anpassung

In Bedrohungssituationen reagieren Menschen wie andere Lebewesen instinktiv und gemäß angeborener Überlebensreflexe. Solche Mechanismen sind beispielsweise bei Bedrohung entweder zu kämpfen, weg zu rennen oder sich tot zu stellen. Wenn man die Corona-Krise als existentielle Bedrohung sieht, weil das eigene Überleben durch Lebensmittelknappheit und die gesundheitliche Gefährdung bedroht ist, dann sollten evolutionärpsychologische Ansätze hilfreiche Erklärungen für das Verhalten von Menschen in der Corona-Krise liefern.

Evolutionär sinnvoll ist, sich so zu verhalten, dass das eigene Überleben bzw. die Fortpflanzung und das

Überleben der eigenen engeren sozialen Gruppe unter den aktuellen Umweltbedingungen, möglichst wahrscheinlich ist. Die zentrale Frage lautet hier: Hat mein Verhalten bzw. das meiner sozialen Gruppe eine optimale Passung (*fit*) zur aktuellen Situation? Sollte die Versorgung mit Lebensmitteln eingeschränkt sein, dann ist es für eine einzelne Person oder eine Gruppe sinnvoll und passend, sich mit energiereichen, haltbaren Lebensmitteln einzudecken. Um sich vor Infektion zu schützen, ist es sinnvoll, größere Mengen an Desinfektions- und Reinigungsmitteln und Mundschutz zu kaufen. Genau diesen Zuwachs an Käufen errechnete das deutsche Statistische Bundesamt [1] aus Scanner-Daten digitaler Kassen des Einzelhandels für Ende Februar und die ersten Märzwochen 2020. In Übereinstimmung mit evolutionärpsychologischen Erklärungsansätzen stieg der Umsatz für haltbare und energiereiche Grundnahrungsmittel wie Mehl, Teigwaren, Reis und Zucker deutlich (für die Kalenderwochen 9 - 12 im Vergleich zu den sechs Monaten zuvor laut Hochrechnung zwischen 39% - 208%). Noch deutlicher war die Nachfrage bei Seife und Desinfektionsmitteln (bis zu 751%). Der Bedarf an Toilettenpapier stieg im selben Zeitraum zwischen 56 - 211% und war damit teilweise mehr als dreimal so hoch wie in den Monaten zuvor. Toilettenpapier wird zwar zu

den Gütern des alltäglichen Bedarfs gezählt, aber ist dieser Anstieg ebenfalls evolutionspsychologisch begründbar? Nein, denn evolutionäre Prozesse brauchen Zeit und evolutionspsychologische Mechanismen entwickeln sich über Generationen als Anpassung an relativ stabile Umweltbedingungen. Auch in Mangelumwelten, also Umweltbedingungen mit großer Versorgungsknappheit, überleben Menschen ohne Toilettenpapier. Die Entwicklung vierlagigen, superflauschigen Toilettenpapiers mit Kamilleextrakten ist eine in der Menschheitsentwicklung sehr neue Erfindung und sollte allein deshalb schon nicht evolutionär wirksam sein. Menschen haben über Jahrtausende ohne Toilettenpapier überlebt und tun es in vielen Gegenden der Welt auch heute noch. Ferner kann man Toilettenpapier weder essen noch schützt es vor Ansteckung durch Viren. Aus evolutionspsychologischer Perspektive erscheint das Hamstern von Toilettenpapier als Anpassungsreaktion auf die Corona-Krise also wenig sinnvoll.

Tiefenpsychologie: Klopapier und frühe Kindheit

Auch wenn Toilettenpapier nicht überlebensnotwendig ist, so könnte sein Besitz doch prototypisch für die Befriedung grundlegender psychologischer Bedürfnisse stehen. Entweder weil es als Symbol für etwas steht, weil es Bedeutung durch ritualisierte Verwendung schafft oder weil seine Verwendung psychologische Bedürfnisse unmittelbar befriedigt. Dies klingt nun sehr nebulös und wenig konkret, was wiederum ein Indiz dafür sein könnte, dass die psychologische Bedeutung von Toilettenpapier uns nicht vollständig bewusst ist. So jedenfalls oder so ähnlich könnten tiefenpsychologische Ansätze argumentieren.

Die Tiefenpsychologie beschäftigt sich insbesondere mit den innerpsychischen Prozessen frühkindlicher Erlebnisse und der psychologischen Bedeutsamkeit der Bewältigung von Entwicklungsstufen wie der Reinlichkeitserziehung. Dieser Denkrichtung folgend, könnte Toilettenpapier symbolhaft für das gute Kind stehen, dass seine Ausscheidung kontrollieren kann und deshalb Lob und Anerkennung von den Eltern bekommt. Da Menschen in Krisenzeiten zur Regression, also dem Rückfall auf kindliche Verhaltensmuster, neigen, sollte während der Corona-Krise vermehrt Verhalten zu beobachten sein, das symbolhaft für die elterliche Anerkennung und Schutz steht.

Im Alltagsverhalten werden psychologische Bedeutungen häufig entweder durch Symbole oder durch Rituale erzeugt. Reinlichkeitsrituale wie Händewaschen haben nicht nur einen funktionalen, hygienischen Aspekt, sondern auch eine psychologische Schutzwirkung indem beispielsweise Unglück oder Schuld symbolhaft abgewaschen wird [2]. Tiefenpsychologisch argumentiert könnte also sich selbst rein halten zu können auch für Anerkennung stehen, eine vollwertige und funktionsfähige Person zu sein und vor Bedrohung von außen geschützt zu sein. Toilettenpapier würde dann deshalb vermehrt gekauft, weil es sowohl Symbol als auch Teil eines Rituals ist.

Solche Erklärungsansätze haben eine gewisse öffentlichkeitswirksame Attraktivität. Vermutlich allerdings weniger deshalb, weil sie überzeugend sind, sondern eher, weil sie gängige Vorurteile über die Zurechnungsfähigkeit von Psychologen bestätigen. Das eigentliche Problem aber ist, dass sich solche Annahmen über die Auswirkungen frühkindlicher Erlebnisse und der zugehörigen innerpsychischen

Prozesse wissenschaftlich empirisch nicht oder nur mit eher unzuverlässigen Methoden indirekt untersuchen und daher auch weder bestätigen noch falsifizieren lassen. Vielleicht hat Toilettenpapier bei einzelnen Personen die skizzierte Verbindung zu frühkindlichen Erlebnissen und eine weitergehende psychologische Bedeutung, vielleicht auch nicht. Wie auch immer, auch der tiefenpsychologische Ansatz trägt nicht wirklich zur Erklärung der Hamsterkäufe bei.

Persönlichkeitspsychologie: Unterschiedlicher Umgang mit Krisen

Aufgrund genetischer Anlagen, unterschiedlicher Sozialisation, sonstiger Umweltbedingungen und einer komplexen Wechselwirkung dieser Faktoren untereinander entwickeln Menschen relativ stabile Persönlichkeitsstrukturen. Persönlichkeitsstrukturen umfassen die individuellen Eigenschaften, Motive, Einstellungen, Bedürfnisse, Merkmale und Fähigkeiten einer Person. Sie wirken sich sowohl auf unser Erleben als auch auf unser Verhalten aus. Aus Sicht der Persönlichkeitspsychologie lässt sich argumentieren, dass unterschiedliche Persönlichkeitstypen unterschiedlich auf eine Belastungssituation reagieren und die unterschiedliche Ausprägung von Persönlichkeitsdimensionen ein Verhalten wie Hamstern wahrscheinlicher oder unwahrscheinlicher macht.

Big Five

Die allgemeinen Persönlichkeitsausprägungen werden meist mit fünf Dimensionen beschrieben.

- Offenheit gegenüber neuen Erfahrungen
- Gewissenhaftigkeit
- Extraversion – Introversion
- soziale Verträglichkeit
- Neurotizismus (Ängstlichkeit)

Auf diesen sogenannten *Großen Fünf* haben Menschen unterschiedliche Ausprägungen, woraus sich die Persönlichkeitsstruktur eines Menschen ergibt.

Wer sich im Allgemeinen mehr Sorgen macht, ängstlich ist und sich verletzlich fühlt (d.h. hohe Werte bei Neurotizismus), sollte auch die Corona-Krise als bedrohlicher erleben, sich größere Sorgen um sein Wohlergehen machen und daher zu übertriebenen Vorsichtsmaßnahmen wie Hamsterkäufen neigen. Personen dagegen, die besonnen sind, sich disziplinieren können und sich der Einhaltung sinnvoller Regeln verpflichtet fühlen (d.h. hohe Werte bei Gewissenhaftigkeit); und/oder Personen, die an das Wohlergehen anderer denken, sich selbst bescheiden und Vertrauen in das soziale Verhalten anderer haben (d.h. hohe Werte bei Verträglichkeit), sollten keine übertriebene Vorratshaltung betreiben.

Insgesamt zeigt die Forschung, dass Menschen mit höheren Werten bei Gewissenhaftigkeit und Extraversion in Kombination mit niedrigeren Werten bei Neurotizismus stressresistenter sind und sich flexibler veränderten Situationen anpassen können. Diese, *Resilienz* genannte, Eigenschaft hilft bei einer guten Bewältigung von Krisen.

Persönlichkeitseigenschaften können also erklären, warum Personen in der gleichen Situation unterschiedlich reagieren. Sie können aber nur unzureichend die

Dynamik der Hamsterkäufe erklären und auch nicht, warum ausgerechnet der Kauf von Toilettenpapier so große Aufmerksamkeit erfährt. Eine erste Erklärung der Dynamik ist, dass in persönlichkeitspsychologischen Ansätzen zwei wichtige Einflussfaktoren auf unser Verhalten unberücksichtigt bleiben: die Wahrnehmung der Situation und das Verhalten der anderen.

Sozialpsychologie: Denken in Erwartungen und der Einfluss der anderen.

Verhalten im Alltag wird nur selten allein durch unsere Persönlichkeitsmerkmale bestimmt. Vielmehr ist Alltagsverhalten meist eine Kombination aus Merkmalen der Persönlichkeit, der Situation und der sozialen Wahrnehmung. Mit solchen situativen und sozialen Wahrnehmungen beschäftigt sich die Sozialpsychologie.

Soziale Grundbedürfnisse

Menschen haben grundlegende soziale Bedürfnisse, die sich auf ihre Wahrnehmung und ihr Verhalten in sozialen Situationen auswirken. Solche Bedürfnisse sind:

- Überleben
- Respekt und Anerkennung
- Sicherheit und Vorhersehbarkeit
- Zugehörigkeit und Liebe
- Etwas leisten und erreichen können

Diese Bedürfnisse stehen teilweise miteinander im Konflikt (z.B. Anerkennung durch riskantes Verhalten vs. Überleben). Dadurch kann erklärt werden, warum Menschen sich über Kulturen hinweg relativ ähnlich und auch selten extrem verhalten.

Um das Verhalten von Menschen aus sozialpsychologischer Perspektive zu verstehen, ist eine erste, grundsätzliche Frage, welchen Einfluss eine Situation auf die sozialen Grundbedürfnisse der Betroffenen

hat. Die angemessene Erfüllung dieser Bedürfnisse gibt unserem Leben Struktur, Zweck und Ziel, macht uns zufrieden und unser Leben sinnvoll. Die Corona-Krise berührt soziale Grundbedürfnisse in unterschiedlicher Weise: Das Bedürfnis nach Überleben, wenn man beispielsweise zu einer Risikogruppe gehört. Das Bedürfnis etwas erreichen zu können, wenn der eigene Arbeitsplatz bedroht ist. Das Bedürfnis nach Anerkennung, weil man nur noch indirekten Kontakt zu seinen Freunden und Kollegen hat. Das Bedürfnis nach Sicherheit und Vorhersehbarkeit, weil die alltäglichen Gewohnheiten außer Kraft gesetzt sind.

Insgesamt führen die situativen Bedingungen der Corona-Krise zu Unsicherheit. Unsicherheit ist ein Zustand, den Menschen als aversiv, stressend und belastend empfinden und auf Dauer schlecht aushalten. Um wahrgenommene Unsicherheit zu reduzieren, gibt es mehrere Möglichkeiten.

Die erste, gängige Möglichkeit ist derzeit durch Restriktionen verwehrt: Über die Routinen des Alltags wieder seine gewohnte Normalität herstellen und sich so Struktur und Sicherheit schaffen.

Eine zweite Möglichkeit, ist der kognitive Weg: Die Situation auf so eine Art und Weise umzudenken, dass die Welt wieder erklärbar und vorhersagbar wird. Durch diese kognitive Restrukturierung werden Vorhersagbarkeit und Verlässlichkeit geschaffen, welche wiederum Unsicherheit reduzieren. Um die psychologisch gewünschte Wirkung der Unsicherheitsreduktion zu erreichen, müssen die für die Restrukturierung verwendeten Inhalte weder faktenbasiert oder widerspruchsfrei sein oder in einem sinnvollen Zusammenhang zum Alltagswissen stehen. Verschwörungstheorien funktionieren beispielsweise

nach diesem Prinzip und beziehen daher einen Teil ihrer Attraktivität.

Eine dritte Möglichkeit Unsicherheit zu reduzieren ist, sich selbst als wirkungsvoll planend und handelnd zu erleben. Diese, *Selbstwirksamkeit* genannte, Kompetenz fördert sowohl ein positives Selbstbild als auch die eigene Handlungsfähigkeit in schwierigen Situationen. Indem Menschen durch Vorratskäufe für sich und ihre Angehörigen vorsorgen, erleben sie sich als selbstwirksam und haben Kontrolle in einer unsicheren Situation.

Der Umstand, dass Unsicherheit in Widerspruch zu vielen sozialen Grundbedürfnissen steht, geht noch mit einem weiteren Effekt einher: Da die gewohnten Handlungsmuster nicht mehr greifen, sind sich Menschen auch darüber unsicher, wie sie sich verhalten sollen. Diese Situation kennt jede(r) in abgemilderter Form, die/der schon einmal in einer anderen Kultur zum Essen eingeladen war oder das erste Mal einen Weihnachtsabend bei den Eltern des neuen Partners verbracht hat. In diesen Situationen sind wir unsicher, weil wir nicht genau wissen, wie wir uns verhalten sollen. Was machen wir in diesen Situationen, um dennoch handlungsfähig zu sein? Wir beobachten genau, wie die anderen sich verhalten, und verhalten uns dann genauso. Dieser, als *Lernen am Modell* bekannte, Mechanismus ist das zentrale Lernprinzip für soziales Verhalten. Je unbekannter eine Situation für uns ist und je unsicherer wir diese wahrnehmen, desto eher werden wir vom Verhalten der anderen beeinflusst. Dieser Effekt ist beispielsweise sehr gut beim Hilfeverhalten untersucht. Ist im öffentlichen Raum nicht eindeutig zu erkennen, ob eine am Boden liegende Person tatsächlich Hilfe benötigt, weil sie etwa einen Herzinfarkt hatte, oder ob sie lediglich ihren Rausch ausschläft, dann beobachten Personen

zunächst, ob andere helfen oder nicht. Wenn alle zunächst nur das Verhalten der anderen beobachten, führt das dazu, dass niemand hilft, weil sich alle am Nicht-Hilfe-Verhalten der anderen orientieren.

Übertragen auf die Corona-Krise bedeutet dies, dass Personen sich als selbstwirksam erleben und so Unsicherheit reduzieren, wenn sie durch Vorratshaltung für sich und ihre Angehörigen sorgen. Zusätzlich erfahren sie, dass dieses Verhalten passend ist, weil andere sich ebenso verhalten. Um uns am Verhalten anderer zu orientieren, ist es nicht notwendig, dass wir diese direkt beobachten, von anderen hören oder es medial verbreitet wird. Es genügt, eine Vorstellung - egal ob faktisch zutreffend oder nicht - davon zu haben, wie sich die anderen verhalten.

Zur Vorstellung, dass die anderen Vorräte aufkaufen und dies das angemessene Verhalten in der unsicheren Corona-Situation sei, kommt verstärkend ein zweiter Effekt. Die allerwenigsten von uns, sind ständig in Lebensmittelgeschäften und beobachten, wie andere Berge an Toilettenpapier oder haltbare Lebensmittel kaufen. Wir wissen auch nicht, wie der aktuelle Versorgungsstand in unserer Region ist und ob die Regale gut gefüllt sind oder nicht. Unsere Vorstellung vom Verhalten der anderen wird überwiegend medial geprägt: In den Nachrichten oder über soziale Medien wird darüber berichtet. Dadurch entsteht ein bestimmtes Bild von Realität: Toilettenpapier ist Mangelware. Unser Alltagsdenken ist sehr stark geprägt von solchen Theorien und damit verbundenen Erwartungshaltungen an die Umwelt. Wir haben sehr spezifische Vorstellungen darüber, wie die Welt um uns herum sein sollte. Dies gibt uns Sicherheit und ermöglicht uns, im Alltag schnell und ohne großen Aufwand Entscheidungen zu

treffen. Diese Vorstellungen über die Welt führen aber auch zu einer selektiven Wahrnehmung. Wir nehmen Informationen aus unserer Umwelt nicht zur Gänze oder unvoreingenommen wahr. Die schiere Informationsmenge würde uns überfordern. Vielmehr nehmen wir bevorzugt nur die Informationen wahr, die in unsere Vorstellung passen. Wenn die Vorstellung über Toilettenpapier nun beinhaltet, dass es Mangelware und schwer zu bekommen ist, führt dies mit hoher Wahrscheinlichkeit dazu, dass es noch mehr gekauft wird. Menschen kommen erstens mit der Vorstellung ins Geschäft, dass es sinnvoll sei, auf Vorrat zu kaufen (s. *Selbstwirksamkeit & Lernen am Modell*). Zweitens erwarten sie, dass bestimmte Produkte Mangelware sind. Sind nun nur noch wenige Packungen Toilettenpapier im Regal vorhanden, bestätigt dies die Mangelvorstellung und dass es sinnvoll ist, sich selbst noch schnell eine Packung zu sichern. Sind dagegen Packungen in üblicher Menge vorhanden, kann die Mangelvorstellung dazu führen zu denken, dass man wirklich Glück hat zum Zeitpunkt einer Lieferung im Geschäft zu sein und sich besser schnell ein paar Packungen sichert bevor es wieder keine mehr gibt.

Solche Vorstellungen über die Welt und das Verhalten der anderen können also zu sich selbst verstärkenden Effekte führen, auch dann, wenn die Vorstellungen falsch sind und nicht der Realität entsprechen. Solche Vorstellungen werden erst dann wieder aufgegeben, wenn man kontinuierlich mit widersprechenden Informationen konfrontiert ist (z.B. beständig volle Regale im Supermarkt) oder sie im Widerspruch zu bedeutsameren Vorstellungen stehen (z.B. sich sozial zu verhalten).

Besondere Faszination: Sex, Crime & Ausscheidung

Die bisherigen Ausführungen, erklären zwar die psychologischen Mechanismen und die Dynamik von Hamsterkäufen von Toilettenpapier. Sie erklären aber nicht die starke mediale Berichterstattung darüber und das große Interesse an diesem Thema. Schließlich wurden auch viele andere Güter gehamstert und die Nachfrage beispielsweise nach Seife war viel größer als die nach Toilettenpapier [1]. Warum also wurde so stark über den Kauf von Toilettenpapier berichtet und warum ist das Interesse an diesen Berichten so groß?

Ein Erklärungsansatz hierfür könnte die Produktvielfalt liefern: Seife, dosenkonservierte Lebensmittel, aber auch haltbare Getreideprodukte sind in Supermärkten in einer viel größeren Produktpalette vertreten als Toilettenpapier. Wenn also beispielsweise Dosensuppen ausverkauft sind, aber noch Dosenobst und Dosengemüse in den Regalen stehen, sollte dies weniger auffallen, als wenn Toilettenpapier, von dem es nicht so viele unterschiedliche Produkte gibt, ausverkauft ist. Bei Toilettenpapier wird ein reduziertes Angebot leichter wahrgenommen. Güter gewinnen an Attraktivität, wenn sie knapp sind. Mit diesem Effekt versuchen beispielsweise Online-Portale Waren und Dienstleistungen zu verkaufen: „Nur noch zwei Plätze in dieser Preiskategorie“ oder „Nur noch ein Produkt auf Lager.“ Das Thema Toilettenpapier könnte also deswegen mehr Aufmerksamkeit erfahren, weil es als Gut knapp ist und die Knappheit schneller auffällt, als bei anderen knappen Gütern.

Ein weiterer Blickwinkel, der möglicherweise mehr zur Erklärung der Attraktivität und medialen Verbreitung des Hamsterns von

Toilettenpapier beiträgt, ist die gesellschaftliche Offenheit und die Selbstverständlichkeit im Umgang mit bestimmten menschlichen Handlungen. Die Bedürfnisse und Funktionen des menschlichen Körpers sind über lange Zeiträume und über kulturell-zivilisatorische Entwicklungen hinweg unverändert. Was sich aber kontinuierlich verändert, ist der gesellschaftliche Umgang damit. Welches Verhalten ist so alltäglich und selbstverständlich, dass ein Gespräch darüber nicht nur jederzeit möglich, sondern auch vollkommen banal ist. „Ich habe mir heute mit Seife die Hände gewaschen.“ oder „Gestern haben wir Nudeln gegessen, vorgestern Reis.“ wären entsprechende banale Aussagen zu menschlichem, körperbezogenem Verhalten. Folgende Aussage würde in unserer derzeitigen Kultur nicht dazu gehören: „Ich nehme lieber dreilagiges Klopapier, denn beim einlagigen drückt sich die Scheiße so leicht auf meine Finger durch.“ Dieser Satz wäre nicht Teil eines Alltagsgesprächs und falls Sie ihn zu drastisch formuliert finden, dann bestätigt dies die Annahme, dass Ausscheidung eben kein banales, selbstverständliches Alltagsthema ist.

Eine besondere Attraktivität scheinen Themen und Handlungen dann zu haben, wenn erstens die meisten Menschen diese mit ihrem eigenen Leben verbinden können, weil sie selbst davon betroffen sind oder sein könnten oder sie es selbst tun. Zweitens, wenn sie nicht selbstverständlich sind, sondern in einem gewissen Maß tabuisiert sind. Diese Teiltabuisierung zeigt sich dadurch, dass entweder nur verklausuliert oder nur unter bestimmten Bedingungen, wie in vertraulichen Gesprächen, über diese Themen geredet wird. Viele literarische und filmische Werke speisen ihre Attraktivität daraus, dass sie solche Themen behandeln. Dazu gehören

Sexualität, körperliche und psychische Gewalt, Kriminalität und Verbrechen, Drogen und Sucht, Lebenskrisen und psychische Krankheit, Sterben und der Tod, und eben auch Verdauung und Ausscheidung. Das Hamstern von Toilettenpapier während des Beginns der Corona-Krise hat unter anderem deswegen so große mediale Verbreitung und Interesse gefunden, weil es sich um ein nicht-selbstverständliches, teilweise tabuisiertes Thema handelt. Ähnlich attraktiv war die Meldung aus Frankreich, dass dort angeblich Kondome ausverkauft seien; oder der berichtete Ansturm auf die Coffee-Shops in Holland, um sich mit ausreichend Drogen für die Heimquarantäne einzudecken.

Oder doch nur einfach praktisch und vernünftig?

Wir haben die Dynamik des Hamsterns allgemein und das große Interesse am Aufkauf von Toilettenpapier im Besonderen aus psychologischer Perspektive beleuchtet. Wir haben damit aber keine Aussage darüber gemacht, ob dieses Verhalten nun vernünftig oder unvernünftig ist. In den Medien wurde aber oftmals der Eindruck vermittelt, dass Hamstern der Inbegriff des Irrationalen sei. Hierzu abschließend einige Anmerkungen aus Perspektive der psychologischen Risikoforschung.

Die Art und Weise, was Menschen als Risiken empfinden, wie sie diese wahrnehmen und wer wie mit diesen umgeht hängt neben den situationalen und persönlichen Faktoren vor allem von der bestehenden Risikokultur in der Gesellschaft oder der eigenen sozialen Gruppe ab [3]. Trotz aktueller Corona-Krise leben wir in Zentraleuropa so sicher wie vermutlich noch nie Menschen vor uns. Die Gefahren vor den allgemeinen Unbilden des Lebens sind sehr gering: Wie haben Zugang zu sauberem Trinkwasser,

hochwertigen Lebensmitteln, Hochleistungsmedizin, Bildung, beheizten Wohnungen, modernen Verkehrssystemen und vielem mehr, was unser Leben sicher macht. Entsprechend hat sich in den letzten Jahrzehnten in unserer Gesellschaft die Risikokultur gewandelt weg von einem Verständnis, dass das Leben potentiell risikobehaftet ist und es eine Eigenverantwortung für umsichtiges Verhalten bzw. das Übernehmen von negativen Konsequenzen gibt, hin zu einer Mischung aus Sicherheits- und Eventkultur. Diese suggeriert, dass alles sicher sei und alles von jedem jederzeit gemacht werden könne. In so einer Kultur gibt es eine geringere Akzeptanz für negative Ereignisse und eine höhere Erwartung, eigene Ansprüche und Bedürfnisse erfüllen zu können. Dieser Kulturwandel drückt sich beispielsweise im Freizeitverhalten aus. Während vor 30 Jahren Felswände noch überwiegend ambitionierten Bergsteigern mit entsprechender Erfahrung vorbehalten waren, sind seitdem immer mehr Klettersteige durch steile Wände entstanden, die auch von unerfahrenen Personen mit geringem Bezug zum Bergsteigen begangen werden. Gleichzeitig haben die Rettungseinsätze bei sogenannten Blockierungen (d.h. niemand ist verletzt, aber die Personen kommen nicht mehr weiter) massiv zugenommen [4] und umfassen mittlerweile rund die Hälfte der gemeldeten Unfälle beim Bergsteigen und Klettern [5].

Zur veränderten Risikokultur kommt unseres Erachtens noch eine zweite gesellschaftliche Veränderung: Die zunehmende Gestaltung aller Lebensbereiche nach kapitalistischen Prinzipien. Das Freizeit- und Privatleben wird dadurch zunehmend aus einer Optimierungsperspektive gestaltet: „Das perfekte Wellnesswochende“, „Der optimale Tag in Salzburg“,

„Corona-Krise: Mehr Yoga im Homeoffice und zusätzlich ein Instrument und Russisch lernen.“ Neben den zahlreichen problematischen Auswirkungen auf das Stresserleben, die Zufriedenheit und die Wahrnehmung der tatsächlichen eigenen Bedürfnisse, hat diese Veränderung auch eine Auswirkung auf unser Kaufverhalten von Gütern des alltäglichen Bedarfs. Anstelle von mittelfristiger Planung und Vorratshaltung haben wir die Just-in-Time-Organisation der industriellen Produktion übernommen. Lebensmittel und Hygieneartikel werden selbstverständlich als jederzeit verfügbar erwartet und die in weiten Teilen der Nachkriegsgeneration noch übliche Bevorratung mit üppig gefüllter Speisekammer und Vorratskeller beschränkt sich heute oftmals auf ein oder zwei Fächer im Küchenschrank. Wer macht noch den klassischen Großeinkauf, wenn er doch ohnehin auf dem Heimweg noch schnell das Nötigste besorgen und sich spontan und nach Appetit entscheiden kann? Wer verschwendet in Zeiten des übersteuerten Wohnraums und klein geschnittener Wohnungen, wo freie Flächen Luxus sind, noch wertvollen Raum mit der Lagerung von Mitteln des täglichen Bedarfs, um sich notfalls selbst eine Woche oder länger ohne Strom- und Wasserversorgung aushelfen zu können? Genau diese Bevorratung wird aber sowohl vom deutschen Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe [6] als auch vom österreichischen Bundesministerium für Inneres [7] empfohlen und als vernünftig beschrieben.

Vor diesem Hintergrund erzeugt eine 14tägige Heimquarantäne ein erhebliches Versorgungsproblem für den einzelnen Haushalt. Dies dürfte mit Ankündigung der Beschränkungen vielen Personen bewusst geworden sein. Wenn nun ein großer Teil der Just-in-Time-

Haushalte auf die eigentlich behördlich empfohlene und sinnvolle Vorratshaltung umstellt und sich zwei Großpackungen Toilettenpapier in die Abstellkammer stellt, sollte dies genügen um vorübergehend die Regale im Supermarkt leerrückzuführen. Hygieneartikel halten lange, man wird sie immer aufbrauchen und man wird ihrer, im Gegensatz zu Nudeln mit Tomatensoße, auf Dauer auch bei regelmäßiger Verwendung nicht überdrüssig. Daher ist es aus individueller Perspektive durchaus sinnvoll, sich damit einzudecken.

Auch wenn auf allen Kanälen kommuniziert wurde, dass die Versorgung mit Lebensmitteln und Hygieneprodukten gewährleistet sein wird, ist es doch nachvollziehbar, dass bei manch einem gewisse Restzweifel blieben, ob das denn auch *wirklich* der Fall sein wird. Das traf vor allem Anfang März 2020 zu, als sich die Ereignisse überschlugen. Während es am 5. März in österreichischen Zeitungen noch hieß, dass nichts auf eine Pandemie hindeute, am 6. März der Südtiroler Landeshauptmann noch verkündete, dass die Grenzen offen blieben, und lange Zeit auch jede Form von Ausgangssperren kategorisch ausgeschlossen wurden, musste man insbesondere in Tirol kurz darauf die Erfahrung machen, wie kurzlebig derartige Aussagen sind. Während es wochenlang hieß, dass das Tragen von Masken keine zusätzlichen positiven Effekte habe, waren diese im April plötzlich verpflichtend beziehungsweise dringend empfohlen. Wenn also Aussagen und Zusicherungen nach wenigen Tagen oder Wochen von den realen Ereignissen überholt und dadurch Makulatur werden, woher soll der Bürger dann wissen, ob ausgerechnet auf die Zusicherungen zum Nachschub an Produkten im Supermarkt Verlass ist? Dann ist es doch vernünftiger im Zweifelsfall lieber auf

Nummer sicher zu gehen. Was man hat, das hat man und das kann einem auch keiner mehr wegnehmen.

Natürlich muss man auch bei vollen Vorratsräumen noch die eine oder andere Sache im Laden kaufen, aber man muss eben doch seltener ein Geschäft betreten und senkt damit sein Infektionsrisiko. Dies ist in Zeiten der Corona-Krise eine weitere, vernünftige Folge des Einkaufs auf Vorrat.

Schlussendlich ist die eigene Besorgung von Toilettenpapier in ausreichender Menge auch vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Teil-Tabuisierung bestimmter Themen sinnvoll. Befindet man sich wegen Covid-19 in häuslicher Quarantäne und ist auf Versorgung von Außen durch beispielsweise Nachbarn angewiesen, so wird es für die meisten von uns einfacher sein, diese um den Einkauf von Lebensmitteln zu bitten. Schwerer wird es uns fallen, um die Besorgung von Drogen, Kondomen oder eben auch Toilettenpapier zu bitten („Bitte einmal 6er-Pack vierlagig, aber kein gechlortes Papier, und wegen meiner Hämorrhoiden noch dreimal feucht – aber nur das ohne Parfüm in der Packung mit dem wieder verschließbaren Deckel.“).

Unsinnig ist das Hamstern von Toilettenpapier aus individueller Perspektive dann, wenn die Versorgung in den Geschäften gewährleistet ist und es notfalls Alternativen gibt und wenn der Einkauf auch weiterhin mit geringem eigenen Infektionsrisiko möglich ist. Aus gemeinschaftlicher Perspektive ist individuelles Hamstern sowieso unsinnig, weil damit allen anderen geschadet wird. Hier ergibt sich ein typisches Allgemeingut-Problem: Der Einzelne kann sich auf Kosten der Allgemeinheit nur solange einen Vorteil verschaffen, wie nur wenige andere sich ebenso verhalten, Verhalten sich viele egozentrisch,

kollabiert das System. Solche Allgemeingutprobleme bestehen in vielen anderen Bereichen, die mit weiterreichenden Risiken für alle einhergehen: Beispielsweise Flugreisen und Klimawandel oder Impfen und Herdenimmunität. Sinnvoller und rationaler ist, sich so zu verhalten, dass alle einen größtmöglichen Nutzen haben. In diesem Fall also nur so viel Toilettenpapier wie notwendig kaufen und Vorräte in entspannten Zeiten der Überversorgung anlegen.

Fazit

Die Orientierung am wahrgenommenen Verhalten der anderen („Alle kaufen Klopapier“) ist typisch für unsichere Situationen und führt zu einem sich selbstverstärkenden Prozess: Wenn Menschen erwarten, dass bestimmte Güter knapp sind und andere diese horten, dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie ebenfalls hamstern. Die Tatsache, dass Toilettenpapier gehamstert wurde und teilweise ausverkauft war, stößt deswegen als Meldung auf so viel Interesse, weil die menschliche Ausscheidung ein nicht-selbstverständliches, teil-tabuisiertes Thema ist.

Literatur

- [1] Statistisches Bundesamt (2020). Corona-Krise: Experimentelle Daten zeigen Kaufverhalten im Einzelhandel. Sonderauswertung zeigt schnell steigende Nachfrage nach ausgewählten Produkten. Pressemitteilung Nr. 112 vom 25. März 2020. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/03/PD20_112_61.html
- [2] Xu, A. J., Zwick, R., & Schwarz, N. (2012). Washing away your (good or bad) luck: Physical cleansing affects risk-taking behavior. *Journal of Experimental Psychology: General*, 141(1), 26-30. doi: [10.1037/a0023997](https://doi.org/10.1037/a0023997)
pdf: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.605.4273&rep=rep1&type=pdf>
- [3] Streicher, B., Eller, E. & Zimmermann, S. (2018). Risk Culture: An alternative approach to handling risks. In M. Raue, E. Lerner & B. Streicher (Eds.), *Psychological aspects of risk and risk analysis: Theory, models, and applications* (pp. 217-247). New York, NY: Springer. <https://www.springer.com/us/book/9783319924762>
- [4] Österreichisches Kuratorium für alpine Sicherheit (2019). Alpinunfälle in Österreich 2018. Innsbruck. https://www.alpinesicherheit.at/data/docs/2019/presseaussendung_r%C3%BCckblick%202018.pdf
- [5] Deutscher Alpenverein (2018). DAV Unfallstatistik Factsheet. München: DAV. https://www.alpenverein.de/cha-meleon/public/7cbf77ce-f556-7275-d131-77244ccd2b93/2017-Factsheet-DAV-Bergunfallstatistik_30457.pdf
- [6] Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (2020). Vorsorge für den Katastrophenfall: Persönliche Notfallsorge. https://www.bbk.bund.de/DE/Ratgeber/VorsorgefuerdenKat-fall/Pers-Notfallvorsorge/Pers_Notfallvorsorge_node.html
- [7] Bundesministerium für Inneres (2020). Zivilschutz Österreich: Bevorratungs-Checkliste. <http://zivilschutzverband.at/de/aktuelles/33/Bevorratung-Checkliste>

Autoren

Bernhard Streicher ist Universitätsprofessor für Sozial- und Persönlichkeitspsychologie an der Privatuniversität UMIT Tirol in Hall und leitet dort das Department für Psychologie und medizinische Wissenschaften und das Risikolabor. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen die Themen Risikokultur und psychologische Aspekte der Risikowahrnehmung und des Risikoverhaltens. Darüber hinaus ist er als Vortragender und Berater zum Thema Risiko für profit und non-profit Organisationen tätig.

Johannes Arendt promovierte an der LMU München zu relationalen Modellen am Arbeitsplatz und ist seit 2019 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Department für Psychologie und medizinische Wissenschaften an der Privatuniversität Hall in Tirol. In seiner Forschung beschäftigt er sich unter anderem mit verschiedenen Aspekten sozialer Beziehungen wie Gerechtigkeitswahrnehmung, Hilfeverhalten und interpersonellen Risiken im Arbeitskontext.

Zitationsempfehlung

Streicher, Bernhard & Arendt, Johannes (2020). *Die Faszination der Rolle: Psychologische Erklärungen zum Hamstern von Klopapier*. Privatuniversität UMIT Tirol, Risklab Whitepaper (1).
<http://www.umat-tirol.at/risk/wp>



© Streicher, Bernhard & Arendt, Johannes

Die *risklab whitepaper* sind ein Projekt des Risikolabors der Tiroler Privatuniversität UMIT TIROL in Hall.

Kontakt: www.umat-tirol.at/risk

