

Zur Essenz des Lebens

eine sozialpsychologische Analyse

Minimalismus vs. Konsumismus = Essentialismus

Psychologische und gesellschaftliche Hintergründe des Minimalismus

Die moderne Konsumgesellschaft bringt eine Vielzahl von psychologischen Herausforderungen mit sich. Studien zeigen, dass ein hoher Konsumdruck oft mit einem Rückgang des subjektiven Wohlbefindens verbunden ist. Der Minimalismus kann als eine Antwort auf diese Überforderung gesehen werden, indem er ein einfacheres und als authentischer empfundenes Leben verspricht.

Der Minimalismus ist nicht nur eine ästhetische Entscheidung, sondern auch eine Lebensphilosophie. Der Minimalismus betont den Wert von weniger: weniger Besitztümer, weniger Verpflichtungen, weniger Ablenkung. Dies führt zu einem einfacheren, zielgerichteteren oft als erfüllter empfundenen Leben.

Die Weisheit des Lebens besteht im Weglassen des Unwesentlichen. *Lin Yutang*

In einer Epoche des Überflusses und Konsums hebt sich der Minimalismus als Gegenbewegung ab, die auf die Reduktion materiellen Besitzes und die Fokussierung auf das Wesentliche abzielt.

Je rasanter, komplexer und stressreicher unser Leben wird, desto größer wird bei vielen Menschen die Sehnsucht nach einem einfacheren und sinnerfüllten Leben.

In einer Welt der Informations- und Angebotsüberflutung wird es für viele immer anstrengender sich zu orientieren und Entscheidungen zu treffen, mit denen man sich wohl fühlt. Der Psychologe Barry Schwartz nennt das *"The Paradox of Choice"*: das Paradoxon der Wahlmöglichkeiten. Seine These: Zu viele Wahlmöglichkeiten erhöhen nicht unsere Freiheit, sondern sie lähmen uns, machen uns unfrei und unzufrieden.

Wer heute wirklich bewusst konsumieren möchte, muss einen sehr großen Aufwand betreiben: intensive Produkt- und Preisvergleiche anstellen, all das Kleingedruckte lesen, Produktbewertungen studieren und endlos lang im Internet recherchieren.

Das macht es schwer bis unmöglich, eine rationale und subjektiv gute Entscheidung zu treffen. Die Folge ist oft ein Gefühl der Ohnmacht und Resignation – eine innere Lähmung in Form einer Aufgabe des Weitersuchens im übergroßen Angebot, das es in allen Lebensbereichen gibt - *„Analysis Paralysis“*. Andererseits steigt gleichzeitig die Angst schlechte Entscheidungen zu treffen und nach einer Kaufentscheidung immer noch daran zu denken, dass es eventuell noch eine bessere Option gegeben haben könnte. Diese Gefühle des Bedauerns lassen dann auch ganz schnell die Freude an einem neuen Produkt, das wir gerade erst erworben haben, schmelzen.

Der Trend zum bewussten Verzicht ist vor allem ein Phänomen unserer Wohlstandsgesellschaft. Er ist damit auch nur für jene Bevölkerungsgruppen wirklich nachvollziehbar, die mehr haben als sie wirklich brauchen. Diese neue Sehnsucht nach Klarheit, Ordnung und Wohlbefinden durch *„less is more“* umfasst alle Bereiche des Lebens – von Mobilität, Reisen, Ernährungsstilen und Wohnkultur über Kleidungsstil bis zum Medienverhalten.

„Cult of Less“

Der Lebensstil des Minimalismus ist auch bekannt als *"Einfaches Leben" (Simple Living)*, *"Freiwillige Einfachheit" (Voluntary Simplicity)* oder *Downshifting* und wird von vielen als *"Cult of Less"* bezeichnet.

In einer Welt, die von ständigem Konsum und Überfluss geprägt ist, gewinnt der Minimalismus damit als Lebensstil zunehmend an Bedeutung. In den letzten Jahrzehnten hat der Minimalismus als Lebensstil immer mehr Anhänger gefunden - bei vielen als bewusste Abkehr zum Konsumismus unserer Überflusgesellschaft. Dabei beeinflusst der Minimalismus nicht nur die Art und Weise wie Menschen konsumieren, sondern auch deren allgemeines Lebensgefühl.

Maximal im Minimalen

Minimalismus bedeutet, sich auf das Wesentliche zu beschränken und alles Überflüssige zu eliminieren. Diese Philosophie kann in verschiedene Lebensbereiche integriert werden, einschließlich Wohnen, Konsum und persönliche Finanzen. Historisch gesehen hat die Minimalismus-Bewegung ihre Wurzeln in der Mitte des 20. Jahrhunderts, inspiriert durch minimalistische Kunst und Architektur, die Einfachheit und Funktionalität betonten. Seit den 2000er Jahren gewinnt der Lebensstil Minimalismus vor allem als Reaktion auf die Überkonsumkultur und die Umweltkrise an Popularität.

Minimalisten suchen nach einer Alternative zur konsumorientierten Überflusgesellschaft. Sie wollen aus Alltagszwängen ausbrechen und ein erfüllteres und selbstbestimmteres Leben führen.

Verzicht auf Konsum ist für sie kein Verzicht, sondern Befreiung und Entlastung. Weniger Dinge bedeuten für sie mehr Zeit. Durch den Lebensstil des Minimalismus befreien sie sich vom Druck immer mehr zu arbeiten und dem damit verbundenen Termindruck.

Minimalisten wollen damit gleichzeitig auch Verschwendung, Ausbeutung und Raubbau an der Natur nicht mehr länger mit ihrem hart erarbeiteten Geld und überflüssigen Konsum unterstützen.

Für viele Minimalisten beinhaltet ein einfacherer Lebensstil auch eine bewusstere und fleischlose Ernährung, soziales Engagement und das Bestreben, den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, zum Beispiel durch Energiesparen, Abfallvermeidung oder den Einkauf in Second-Hand-Läden.

Das aufgeräumte Leben

Persönlichkeiten wie Steve Jobs oder Mark Zuckerberg haben öffentlich demonstriert, wie Minimalismus in Zeiten eines Fashion-Überangebots funktionieren kann. Der stets einheitliche Look der beiden Mediengiganten wurde Teil ihrer persönlichen Marke. Auch Ex-US-Präsident Obama erklärte: *„I'm trying to pare down decisions. I don't want to make decisions about what I'm eating or wearing. Because I have too many other decisions to make.“* So verkauft die Fashion-Brand „Asket“ ausschließlich zeitlose Basic-Kleidung und keine Saisonware, und folgt keinen kurzlebigen Modetrends.

Vor allem im urbanen Raum der westlichen Welt werden Übernachtungen vermehrt via Couchsurfing, Airbnb und Co-Living-Angebote organisiert, Arbeitsplatz und Autos werden geteilt. Gegessen wird mittels Social Dining oder Food Sharing. Diese Sharing Economy ermöglicht es fast frei von Besitz zu leben.

Viele Minimalisten verkaufen ihre Bücher, CDs und Videos und nutzen stattdessen digitale Angebote wie eBooks oder Streamingdienste. Deshalb gehören Laptop und Smartphone zu den Dingen, von denen sie sich nie trennen würden. Und dafür sind Minimalisten auch bereit viel Geld auszugeben.

Kulturelle Perspektiven

Ansätze zum Minimalismus lassen sich bis in die Antike zurückverfolgen. Der Philosoph Diogenes von Sinope war der Meinung, dass nur der wirklich glücklich sein kann, der sich von überflüssigen Bedürfnissen und äußeren Zwängen befreit. Er führte freiwillig ein Leben in Armut und Selbstgenügsamkeit: *„Es ist göttlich, nichts zu bedürfen, und gottähnlich, nur wenig nötig zu haben.“*

Schon vor Jahrhunderten zogen sich Gläubige in Kloster zurück. Mönche und Asketen, die sich in Verzicht und Enthaltbarkeit übten, um zu höheren Erkenntnissen oder persönlichem Wachstum zu gelangen, zählten damit zu den ersten Minimalisten. In fast allen Religionen gibt es ein durchgehendes Grundmuster: der Verzicht auf materielle Güter als Weg zu einem vergeistigten Leben auf dem Weg zum Essentiellen unseres Daseins.

Verschiedene Kulturen sehen den Minimalismus unterschiedlich. In westlichen Kulturen wird er oft als Luxus angesehen, sich gegen den Konsum zu entscheiden, während in vielen östlichen Kulturen ein einfacher Lebensstil traditionell positiver bewertet wird. Ökonomisch betrachtet hat der Minimalismus sowohl positive als auch negative Auswirkungen. Einerseits fördert er nachhaltige Wirtschaftsmodelle, andererseits könnte eine massive Reduktion des Konsums die Wirtschaftstätigkeit negativ beeinflussen, was Arbeitsplätze und Wachstum betrifft.

Materialismus vs. Postmaterialismus

Materialistische Werte betonen den Besitz von Gütern als Quelle von Glück und Erfolg. Postmaterialistische Werte hingegen priorisieren Selbstentfaltung, soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit, was mit dem Minimalismus korreliert. Menschen kaufen nur oberflächlich betrachtet Dinge. In Wirklichkeit kaufen sie mit den Dingen die Emotionen, die ihnen diese materialistischen Dinge verschaffen. Wir kaufen also Emotionen. Sobald man sich auf das Essentielle konzentriert, das positive Emotionen hervorruft, lässt sich der Umweg über die materiellen Dinge umgehen und wir können für ein glückliches und erfülltes Leben direkt die immateriellen Bereiche des Lebens als Quelle für erfüllende positive Gefühle nutzen.

Individualismus vs. Kollektivismus

Individualistische Kulturen fördern die Selbstverwirklichung und den persönlichen Ausdruck, was den Wunsch nach Besitz und Statussymbolen verstärkt. Kollektivistische Kulturen hingegen legen Wert auf Gemeinschaft und soziale Harmonie, was den Minimalismus begünstigt.

Minimalismus: Besser statt mehr

Die Entscheidung für den Minimalismus wird oft von dem Wunsch nach einem einfacheren, weniger belastenden Leben angetrieben. Laut Forschungsergebnissen in der Konsumpsychologie, wie von Kasser und Kanner (2004) in ihrem Werk „*Psychology and Consumer Culture*“ dargestellt, führt ein reduzierter Konsum zu einer höheren Lebenszufriedenheit.

Der Minimalismus hat sich in den letzten Jahren von einer Nischenbewegung zu einem globalen Trend entwickelt. Menschen aller Altersgruppen und sozialen Schichten hinterfragen zunehmend den Konsumwahn unserer Gesellschaft und streben nach einem Leben mit weniger Besitz und mehr Sinnhaftigkeit. Doch was sind die psychologischen Hintergründe dieser Entwicklung? Welche Motive treiben Menschen zum Minimalismus, und welche Persönlichkeitsprofile zeichnen Minimalisten aus?

Der Minimalismus, oft als Gegentrend zur konsumorientierten Lebensweise moderner Gesellschaften gesehen, hat sowohl Befürworter als auch Kritiker.

Pro Minimalismus:

- **Psychische Entlastung:** Die Reduzierung materieller Besitztümer führt oft zu weniger Stress und einer erhöhten Lebenszufriedenheit, indem Minimalismus die Komplexität des Alltags mindert. Minimalismus schafft Ordnung und Klarheit, was zu innerer Ruhe und gesteigertem Wohlbefinden führt. Forschungen haben gezeigt, dass ein einfacherer Lebensstil zudem zu weniger Angstzuständen führen kann. Weniger Besitz bedeutet auch weniger Verantwortung und weniger Ablenkung und mehr Raum für persönliche Entwicklung.
- **Umweltbewusstsein:** Minimalismus wird auch durch das steigende Umweltbewusstsein gefördert. Der bewusste Konsumverzicht schont Ressourcen und minimiert Abfallproduktion. Weniger Konsum reduziert die Umweltbelastung und fördert nachhaltige Lebensweisen, was auch in Werken wie „*The High Price of Materialism*“ (Kasser, 2002) diskutiert wird.
- **Authentizität und Selbstverwirklichung:** Minimalismus ermöglicht Individuen, sich von sozialen Erwartungen und dem Streben nach Statussymbolen zu lösen und authentischere Selbstbilder zu entwickeln. In der persönlichen Entwicklung kann der Minimalismus helfen, die eigenen psychologischen Bedürfnisse zu erkennen und zu befriedigen, anstatt sich mit materiellen Dingen zu befassen. Auf dem Weg zur Selbst- und Sinnfindung können sich Minimalisten auf das Wesentliche im Leben konzentrieren.
- **Bewusstsein für die eigenen Bedürfnisse:** Minimalismus kann helfen, herauszufinden, was die eigenen eigentlichen Ziele und Wünsche sind, indem man durch die Reduktion von Unwesentlichem der Blick frei wird für das wirklich Wichtige.
- **Fokus auf das Wesentliche:** Minimalismus bedeutet, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und Überflüssiges loszulassen. Dies kann helfen, die eigenen Ziele und Wünsche besser zu verfolgen und mehr Klarheit in das Leben zu bringen.
- **Finanzielle Freiheit:** Weniger Konsum führt zu geringeren Ausgaben und kann finanzielle Freiheit fördern, was es Menschen ermöglicht, Arbeit auszuwählen, die sie als sinnvoller empfinden, anstatt aus finanzieller Notwendigkeit.
- **Unabhängigkeit:** Minimalismus kann helfen, sich von Altlasten, Alltags- und Konsumzwängen zu befreien und freier und unabhängiger zu leben.
- **Klarheit und Fokus:** Ein minimalistischer Lebensstil kann dabei helfen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, was zu gesteigerter Produktivität und Zufriedenheit führen kann.
- **Wertewandel:** Eine Abkehr von materialistischen Werten kann hin zu immateriellen Werten wie persönliche Beziehungen und Selbstverwirklichung führen.
- **Selbstwirksamkeit:** Die Kontrolle über den eigenen Lebensraum und die Besitztümer kann das Gefühl der Selbstwirksamkeit steigern.

- **Ästhetik:** Mit dem Minimalismus geht die Vorliebe für eine einfache, klare und nicht überladene Ästhetik einher.
- **Freiheit und Unabhängigkeit:** Besitz kann zur Last werden. Minimalismus ermöglicht es, sich von unnötigen Dingen zu befreien und so Zeit, Energie und finanzielle Ressourcen für wichtigere Dinge im Leben zu gewinnen.
- **Kreativität und innere Ruhe:** Minimalismus kann die Kreativität und innere Ruhe fördern, indem man sich mehr auf die wesentlichen Dinge im Leben konzentriert.

Contra Minimalismus:

- **Kulturelle und soziale Barrieren:** In konsumorientierten Gesellschaften kann der Minimalismus als Außenseitertum wahrgenommen werden, was soziale Isolation zur Folge haben kann. Durch sozialen Druck und Konformität in einer Gesellschaft, die oft materiellen Besitz mit Erfolg gleichsetzt, kann der Verzicht auf Konsum damit zu sozialer Ausgrenzung führen.
- **Ökonomische Auswirkungen:** Ein radikaler Rückgang im Konsum kann negative ökonomische Effekte haben, besonders in Regionen, die stark von der Konsumgüterindustrie abhängig sind.
- **Soziale Wahrnehmung:** Die Entscheidung, weniger zu besitzen, kann zu sozialer Ausgrenzung und Missverständnissen führen, besonders in hochmaterialistischen Gemeinschaften.
- **Emotionale Bindung zu Objekten:** Viele Menschen empfinden eine starke emotionale Bindung zu ihren Besitztümern, die sie als Teil ihrer Identität und ihrer Lebensgeschichte ansehen.
- **Angst vor Mangel:** Das Streben nach materieller Sicherheit ist tief in der menschlichen Psyche verankert und kann eine Ablehnung des Minimalismus begründen.
- **Praktische Einschränkungen:** Der Verzicht auf bestimmte Güter oder Dienstleistungen kann Unannehmlichkeiten verursachen und die Lebensqualität in manchen Aspekten reduzieren. Ein minimalistischer Lebensstil kann damit praktische Herausforderungen mit sich bringen, zum Beispiel wenn notwendige Gegenstände nicht zur Hand sind.
- **Freude am Konsum:** Manchen Menschen bereiten das Sammeln und Besitzen von Gegenständen Freude und Zufriedenheit.
- **Mangel an Gemütlichkeit:** Ein minimalistischer Lebensstil kann dazu führen, dass man weniger Dekorationen hat, was für manche Menschen als ungemütlich erlebt werden kann.
- **Großer Aufwand:** Um Minimalismus zu betreiben, muss man sich von vielen Dingen trennen und regelmäßig ausmisten.
- **Zusätzliche Ausgaben:** Nicht alle Möbelstücke und Objekte, mit denen man sich umgibt, passen zur minimalistischen Ästhetik, was zu zusätzlichen Ausgaben führen kann.
- **Disziplin und Kontrolle:** Minimalismus verlangt viel Disziplin und Kontrolle, was nicht für jeden geeignet ist.

Persönlichkeits- und Werteprofile von Minimalisten vs. Konsumisten

Charakteristiken von Minimalisten

- Charakteristisch für Minimalisten sind hohe Ausprägungen in Selbstakzeptanz, bewusstem Leben und sozialer Verantwortung. Sie zeigen eine Präferenz für tiefgehende Erfahrungen statt für materielle Güter (*Van Boven & Gilovich, 2003*).
- Typischerweise zeigen Minimalisten höhere Werte an Offenheit, für neue Erfahrungen, sozialer Verträglichkeit und eine starke Präferenz für intrinsische statt extrinsischer Ziele. Sie neigen dazu, weniger materialistisch und mehr umwelt- und gesundheitsbewusst zu sein (*Twenge & Kasser, 2013; Brown und Kasser, 2005*).
- Sie zeigen auch hohe Werte in dem Persönlichkeitsmerkmal Gewissenhaftigkeit.
- Minimalisten zeichnen sich zudem oft durch hohe Selbstdisziplin, Introversio und ein geringes Bedürfnis nach sozialer Anerkennung aus.

Charakteristiken von Konsumisten

- Nicht-Minimalisten tendieren zu höheren Werten in Konformität und Materialismus, was oft mit einer stärkeren Betonung auf sozialen Status, Komfort und materielle Sicherheit verbunden ist. Sie messen Erfolg oft an sichtbaren Standards wie Besitz.
- Diejenigen, die den Minimalismus ablehnen, haben höhere Werte in Extraversio, und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit sowie eine stärkere Präferenz für soziale Anerkennung und Status durch Besitz, wie es in Twenge und Campbells „*The Narcissism Epidemic*“ (2009) beschrieben wird.

Ausdruck des Minimalismus in verschiedenen Lebensbereichen

- **Wohnen:** Minimalisten wählen oft kleinere, effizienter gestaltete Wohnräume, die funktional eingerichtet sind, mit weniger Möbeln und verzichten auf überflüssige Dekorationen und schaffen damit eine ruhige und klare Atmosphäre. Die Reduktion auf das Wesentliche im Wohnbereich kann eine minimalistische Einrichtung und Architektur bedeuten. Dieser Ansatz reduziert nicht nur die Lebenshaltungskosten und den Aufwand für Instandhaltung und Reinigung, sondern auch den ökologischen Fußabdruck.

- **Bekleidung:** Die Garderobe eines Minimalisten ist meist reduziert auf wenige, vielseitig kombinierbare Kleidungsstücke. Damit spiegelt die Reduktion auf eine Basisgarderobe, auch "*Capsule Wardrobe*" genannt, die nur aus einigen - oft nur 30 bis 40 - essentiellen, hochwertigen Kleidungsstücken besteht, den Minimalismus im Bereich der Mode wider. Dieser Trend findet sich auch in der Bezeichnung „*quiet fashion*“. Dies vereinfacht die tägliche Entscheidung, was zu tragen ist, und reduziert sowohl die Entscheidungsmüdigkeit als auch den Konsum.
- **Reisen und Mobilität:** Minimalisten bevorzugen es mit leichtem Gepäck zu reisen. Statt mehrere Koffer zu packen, beschränken sie sich auf das Nötigste. Dies erleichtert die Mobilität während der Reise und reduziert die mit dem Transport verbundenen Kosten und Umweltbelastungen. Minimalisten bevorzugen oft umweltfreundliche Reisen, die tiefere persönliche und kulturelle Begegnungen fördern, anstatt luxuriöse und oberflächliche Urlaube. Im Bereich der Mobilität wird hoher Wert auf Effizienz gelegt und es zeigt sich ein Trend zu umweltfreundlicheren Optionen wie Fahrrädern oder öffentlichen Verkehrsmitteln.
- **Technologie:** Auch im digitalen Bereich zeigt sich ein Trend zum Minimalismus, indem beispielsweise die Anzahl der genutzten Apps, digitalen Konten und Geräten auf das Notwendigste reduziert wird, um digitale Ablenkungen und Stress zu minimieren. Dies kann helfen, die Informationsflut zu begrenzen und sich mit weniger aber dafür damit intensiver zu beschäftigen.
- **Konsumverhalten:** Minimalisten wählen oft Produkte aufgrund ihrer Langlebigkeit und Funktionalität aus und vermeiden impulsive oder trendbasierte Käufe. Im Konsumverhalten zeigt sich der Minimalismus durch eine bewusste Kaufentscheidung. Minimalisten tendieren dazu, weniger, aber qualitativ hochwertigere Produkte zu kaufen. Minimalisten schätzen Handwerk und Natur und bevorzugen daher nachhaltige Produkte.

Der Minimalismus stellt damit insgesamt eine vielschichtige Antwort auf die Komplexitäten der modernen Lebensführung dar. Er kann als Reaktion auf die Überflusgesellschaft verstanden werden und bietet einen Rahmen für ein nachhaltiges, bewusstes und potenziell erfüllteres Leben. Zudem bietet er zahlreiche Vorteile für die psychische und ökologische Gesundheit, fordert jedoch auch zum kritischen Hinterfragen von tief verwurzelten sozialen und wirtschaftlichen Strukturen und eine bewusste Auseinandersetzung mit den eigenen Werten und Gewohnheiten auf. Als Lebensstil hat der Minimalismus das Potenzial, nicht nur die individuelle Lebensqualität zu verbessern, sondern auch zu einer nachhaltigeren globalen Gesellschaft beizutragen.

Auf dem Weg vom Konsumismus über den Minimalismus zum Essentialismus gibt es viele Hürden:

- Der Mensch scheut im allgemeinen Veränderungen, weil sie immer mit einem empfundenen Verlust und Risiko einhergehen. Die Tendenz, etwas immer weiter zu tun, nur weil wir es immer getan haben, ist die sogenannte *Status-quo-Verzerrung* oder *Tendenz zum Status quo*.
- Vorsicht auch vor dem *Besitztumseffekt*, (*endowment effect*) nach dem Menschen dazu tendieren, eine Sache wertvoller einzuschätzen, wenn sie diese besitzen. Das Gefühl des Besitzes ist ein starker Motor. Nur ganz wenige Menschen haben jemals ihren Mietwagen gewaschen. Unsere Tendenz ist sehr groß, Dinge, die uns nicht gehören, zu unterschätzen und Dinge zu überschätzen, weil wir sie bereits besitzen.
- In diesem Zusammenhang spielt auch der *Sunk-Cost-Bias* eine wichtige Rolle. Er besteht in der Neigung, weiterhin Zeit, Geld oder Energie in etwas zu investieren, von dem man weiß, dass es ein Verlustgeschäft ist, einfach weil bereits Kosten entstanden oder versunken sind, die nicht wieder hereingeholt werden können.
- Je mehr Verführungen es in unserer Konsum- und Medienwelt gibt, desto größer wird die Angst etwas zu versäumen und nicht mithalten zu können. Diese „*fear of missing out*“ macht es für viele schwierig zurückzustecken und sich von dem immer Mehr, Schneller, Besser zu lösen.
- Als Gruppenwesen („*social animal*“) brauchen wir zur Bestimmung unserer Position und unseres Wertes in der Gesellschaft soziale Vergleiche. Worin sind wir besser oder schlechter als andere. Befeuert werden diese sozialen Vergleichsprozesse durch die sozialen Medien. Dabei orientieren wir uns bei der oft unbewussten Festlegung unserer Lebensziele und unseres Lebensstils an Vorbildern. Das sind vor allem Personen, die von anderen bewundert werden. Da auch wir so bewundert und geliebt werden wollen wie diese Vorbilder, übernehmen wir möglichst viele - oft oberflächliche Merkmale - wie Aussehen, Kleidung und die materiellen Objekte, mit denen sie sich umgeben. Das befeuert den Konsum und so die Wirtschaft. Wir befinden uns damit in einer Selbstoptimierungsspirale, die sich immer schneller dreht und uns gefangen nimmt. Nur wenige können sich von diesem Wettbewerb um Erfolg, Status, Schönheit, Leistung und materiellem Glück befreien.
- Und um es noch schlimmer zu machen: wir sind in unserem tiefsten Inneren noch immer nicht abgelöst von den urzeitlichen Trieben des Jagens & Sammelns. Das Motiv des Anhäufens entstammt einer Zeit, in der es wichtig war Vorräte für schlechte Zeiten anzulegen – ähnlich wie unsere noch immer nicht ganz verschwundene Tendenz Fett und Süßes zu lieben, um sich Energiereserven anzuesen.

Vor all dem Hintergrund ist das Motto der Essentialisten hingegen: „*Weniger, aber besser*“. Sie halten inne, um zu unterscheiden, was wirklich wichtig ist. Sie können das wenige Wesentliche von dem vielen Belanglosen unterscheiden. Sie haben die Fähigkeit sich in den für sie wichtigen Bereichen auf das für sie Essentielle zu fokussieren. Im besten Fall finden sie die optimale Balance zwischen der Effizienz eines minimalistischen Lebensstils und dem menschlichen Drang nach Fülle in ausgesuchten Lebensbereichen, um insgesamt zur Essenz des Lebens zu kommen und damit ein erfülltes Leben zu führen, ohne es zu überfüllen...

Weiterführende Literatur:

- *Brown, K. W., & Kasser, T. (2005). Are psychological and ecological well-being compatible? The role of values, mindfulness, and lifestyle. Social Indicators Research, 74(2), 349–368.*
- *Dittmar, H. (2008). Consumer culture, identity and well-being: The search for the 'good life' and the 'body perfect'. Psychology Press.*
- *Fletcher, K., & Grose, L. (2012). Fashion and sustainability: Design for change. Laurence King Publishing.*
- *Gilovich, T., & Kumar, A. (2015). We'll always have Paris: The hedonic payoff from experiential and material investments. Advances in Experimental Social Psychology, 51, 147–187.*
- *Kasser, T. (2002). The high price of materialism. MIT Press.*
- *Kasser, T., & Kanner, A. D. (Eds.). (2004). Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world. American Psychological Association.*
- *Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. Annual Review of Psychology, 67, 489–514.*
- *Kondo, M. (2014). The life-changing magic of tidying up: The Japanese art of decluttering and organizing. Ten Speed Press.*
- *McKeown, G. (2014). Essentialism: the disciplined pursuit of less. First edition. New York, Crown Business.*
- *Schwartz, B. (2016). The paradox of choice. ECCO Press.*
- *Thaler, R. H. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. Journal of Economic Behavior & Organization, 1(1), 39–60.*
- *Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2009). The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement. Crown Publishing Group.*
- *Twenge, J. M., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976–2007: Associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. Personality and Social Psychology Bulletin, 39(7), 883–897.*
- *Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. Journal of Personality and Social Psychology, 85(6), 1193–1202.*