

Wirtschaftskommentar	Falscher Verbraucherschutz	161
Assekuranz aktuell	Die Spinne im Netz Wenn Google mit einem eigenen Vergleichsportal kommt	163
	Pay-as-you-Drive über Telematik-Technik	164
	Entspannung in KH, Probleme in Vollkasko	164
	Schlagloch-Sponsoring	165
	Cyberrisiken hautnah	165
	Verständlichkeit, TÜV-geprüft	165
	Höhere Prämien für die Bereiche Finanzen und Heilwesen	166
	Großrisiko politische Gewalt	166
	Vertrauen in den Euro und in Irland	166
	Revolution in der Lebensversicherung	167
	Das Naheliegende tun	167
	EIOPA sorgt sich um die Lebensversicherer	168
	Konsolidierung im LV-Zweitmarkt	168
	Riester zum Sozialtarif	168
	Ohne Spekulation geht es nicht Finanztransaktionssteuer: Renditeeinbußen für die Altersvorsorge	169
	Betriebliche Vorsorge: Große Nachfrage, unzureichendes Angebot	169
	Erwerbsminderungsrisiko über neue bAV decken	170
Assekuranz Fragebogen	Prof. Dr. Kurt Wolfsdorf	171
Krankenversicherung	Kollektive Gesundheitssysteme: Rationierung und Zweiklassenmedizin	172
	Fehlerkorrektur in der Krankenversicherung	173
	"Eine für Alle statt jeder für sich"	173
Vermittler	Makler und Versicherungsberater gründen Gemeinschaftsunternehmen	174
	AVAD: Strengere Regeln für das Meldesystem?	174
	Bremsen oder Lenken?	175
	Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski Neue Vergütungsformen für Versicherungsmakler? (I) Deutsches Recht und die Auswirkungen der IMD 2	176
	Prof. Dr. Hans Jürgen Ott Der Weg ist eben nicht das Ziel: Geld macht Vermittler nur mittelbar glücklich	180
Kalkulation	Torsten Karau Der Einfluss risikogerechter Tarifierung auf das Risikokapital	183
Compliance	Peter Meybom Compliance in das Führungs- und Steuerungssystem einbinden Versicherer profitieren von integriertem Wert- und Wertemanagement	187
Gesellschaften	Allianz Deutschland	191
	Coface	192
	DEVK	192
	Generali Deutschland	192
	Hannover Rück	193
	HanseMerkur	193
	LV 1871	194
	neue leben	194
	GSM	194
	Öffentliche Oldenburg	194
	Schunck	194
	SCOR	195
	Standard Life Deutschland	195
	Swiss Life	195
	Swiss Life Deutschland	196
Impressum		196

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

Der Weg ist eben nicht das Ziel: Geld macht Vermittler nur mittelbar glücklich

Selbstständige Versicherungsvermittler, ob gebunden oder nicht, sind Kaufleute, die Geld verdienen müssen, um betriebliche Kosten tragen zu können und um sich einen angemessenen privaten Lebensstandard verschaffen zu können – wie alle anderen arbeitenden Personen auch. Geld ermöglicht die Befriedigung von Bedürfnissen und damit Lebenszufriedenheit und Glück. Geldverdienen hat also eigentlich nur eine mittelbare Funktion: Die Schaffung von Voraussetzungen, um Bedürfnisse befriedigen zu können – auch wenn man in der Realität immer wieder Vermittler findet, bei denen Geldverdienen zum Selbstzweck wird, mit allen negativen Folgen für Kunden und die Vermittler selbst.

Vernünftige Menschen tun das, was sie glücklich macht und sie tun es so, dass dieses Glücksgefühl möglichst hoch ist und möglichst lang andauert. Das kann man von jedem Menschen erwarten, dem man „gesunden Menschenverstand“ attestiert. Dazu gehört also auch Geld verdienen – aber eben nur „auch“. Im folgenden Beitrag wird Glück unter ökonomischen, psychologischen und philosophischen Aspekten untersucht. Die Ergebnisse relativieren die Bedeutung des Geldes – und zwar (scheinbar) paradoxerweise insbesondere dann, wenn man Glück unter ökonomischen Gesichtspunkten betrachtet. Ein Versicherungsvermittler, der nur Geld und Vermögen anstrebt, vernachlässigt andere Bedürfnisse und verpasst damit viele Chancen, glücklich zu sein, handelt also gerade nicht ökonomisch.

Die Persönlichkeit eines Menschen, also sein Handeln, sein Bewusstsein und damit auch seine Gefühle werden von zwei Gruppen von Faktoren bestimmt: Seinen (genetischen und körperlichen) Anlagen und der Situation, in der er sich befindet. Der vorangegangene Beitrag dieser Artikelserie (s. ZfV 5/2013) hat sich vor allem auf die erste Faktorengruppe konzentriert; im Folgenden wird ganzheitlich auch auf die situativen Faktoren eingegangen, die bei Vermittlern Glück erzeugen bzw. steigern können. Mit der Gefühlswelt eines Menschen und ihren Einflussfaktoren beschäftigen sich dabei insbesondere die Psychologie, die Ökonomie und die Philosophie – jeweils mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung, aber mit ganz ähnlichen Vorschlägen, wie Glücksgefühle hervorgerufen werden können.

Glück in der Ökonomie

Ökonomische Entscheidungen sind Entscheidungen über den Tausch von knappen Gütern (darunter auch Geld) auf Märkten; ein Tausch wiederum erfordert, dass knappe Güter hergegeben werden müssen, um andere knappe Güter im Tausch zu erhalten. Die erhaltenen Güter bringen einen Nutzen(-Zugang); der Nutzen-Entgang durch die abgegebenen Güter kann als Kosten angesehen werden². Das Ökonomische Prinzip als Handlungsmaxime fordert nun, dass bei ökonomischen Entscheidungen eine Maximierung des Nettonutzens anzustreben ist; dieser Nettonutzen bestimmt sich durch die Differenz von Nutzen abzüglich Kosten³. In der Praxis fällt eine solche ökonomische Entscheidung leichter, wenn

entweder der erwartete Nutzen eines Tausches feststeht; das Minimalprinzip erfordert in diesem Fall die Minimierung der Kosten. Wenn dagegen die erwarteten (oder aufwendbaren) Kosten feststehen, fordert das Maximal-Prinzip eine Maximierung des Nutzens.

Nutzen wird in den meisten ökonomischen Modellen an der (materiellen) Güterausstattung festgemacht; die Modellannahmen gehen davon aus, dass es im Streben nach der Maximierung dieser Güterausstattung keine Sättigungsgrenze gibt. Ein Beispiel dafür ist das Modell des vollkommenen Marktes⁶. Im Idealfall lassen sich Nutzen und Kosten z.B. als Erträge und Aufwendungen monetär bewerten; der Nettonutzen kann damit als Gewinn interpretiert werden. Nutzen und Kosten müssen aber nicht unbedingt monetär bewertbar sein, um das ökonomische Prinzip anwenden zu können; so wurde beispielsweise die Nutzwertanalyse⁷ explizit für solche Entscheidungssituationen entwickelt.

Der Nutzen eines Gutes kann als Potenzial zur Befriedigung von Bedürfnissen angesehen werden⁸. Damit ist nach dem ökonomischen Prinzip eine ökonomische Tauschentscheidung (beispielsweise bei einem Einkauf als Tausch Ware gegen Geld) so zu fällen, dass mit dem vorhandenen Geld möglichst viele und möglichst starke Bedürfnisse befriedigt werden können (Maximalprinzip) bzw. dass für ein bestimmtes Gut, das bestimmte Bedürfnisse befriedigt und den Nutzen damit festlegt, möglichst wenig bezahlt werden muss (Minimalprinzip). Glück im ökonomischen Sinn tritt bei

einem wirtschaftlichen Akteur also dann ein, wenn er bei seinen wirtschaftlichen (Tausch-)Handlungen stets seinen Nettonutzen als Differenz von Nutzen und Kosten maximiert; entweder durch effizientes Handeln nach dem Minimalprinzip oder durch effektives Handeln nach dem Maximalprinzip.

Ein Versicherungsvermittler ist glücklich, wenn er sich nach dem Maximalprinzip so verhalten hat, dass sein Einsatz (betriebliche Kosten, Anstrengung, Mühe, Überwindung, Ärger) ein maximales Ergebnis (Abschlussquote, Kundenzufriedenheit, Empfehlungsquote/Net-Promotor-Score⁹, Dank des Kunden oder Sieg beim Vertriebswettbewerb) erbracht hat. Oder er hat sich nach dem Minimalprinzip so verhalten, dass ein gewünschtes Ergebnis (z. B. ein Abschluss) mit minimalem Einsatz zustande kam. Deutlich wird, dass sowohl das Ergebnis, als auch der Einsatz nicht auf Geld bzw. Vermögensgegenstände beschränkt sind, sondern alle Möglichkeiten umfassen, Bedürfnisse zu befriedigen.

Doch was sind überhaupt Bedürfnisse und wie wirken sie? Antwort darauf gibt die Persönlichkeitspsychologie, die wiederum auf den Erkenntnissen der Evolutions- und Neurobiologie (siehe vorangegangenen Beitrag) aufbaut.

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Heidenheim, Studiengang BWL-Versicherung, Versicherungsvertrieb und Finanzberatung; imari Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement.

Glück in der Psychologie

Seit mehreren Jahrzehnten schon analysiert die Psychologie, was Glück ist und wie man es „herstellt“. Im Zuge dessen hat sich eine eigene Wissenschaftssparte etabliert, die „Positive Psychologie“ mit ihren wohl prominentesten Vertretern, Martin Seligman¹⁰ und Mihaly Csikszentmihalyi; diese Richtung der Psychologie hat übrigens sehr enge Bezüge zu Ethik und Anstand¹¹.

„Flow“ ist für den Psychologen Csikszentmihalyi¹² das Gefühl, über sich selbst zu verfügen, volle Kontrolle über die Situation zu haben und im Einklang mit sich und der Welt zu sein. Dabei spürt man ein Gefühl von Hochstimmung, von tiefer Freude, das lange anhält und zu einem Maßstab dafür wird, wie das Leben aussehen sollte. In dieses Glücksgefühl geraten Menschen, wenn sie gänzlich in einer Beschäftigung „aufgehen“; diesen Zustand nahezu euphorischer Stimmung erreicht man, wenn man sich intensiv der Arbeit oder einer schwierigen Aufgabe widmet (nicht jedoch beim Nichtstun) und diese Aufgabe auch bewältigt.

Voraussetzungen für ein Flow-Erlebnis ist also ein Ziel, das man erreichen oder eine Aufgabe, die man meistern will - also eine Situation, die man verändern will. Ein Handeln, das wir kontrolliert und erfolgreich durchführen, erzeugt das Glückserlebnis. Ein glücklicher Mensch sucht sich also Aufgaben, die er erfolgreich meistern kann. Voraussetzung für Glückserlebnisse sind damit unbefriedigende Situationen (Herausforderungen, Unsicherheiten, Anstrengungen) – aber eben nur solche, die man bewältigen kann.

„Flow“ ist ein sehr plakatives und eingängiges Konzept, dessen psychologische Grundlagen aus dem Bereich der Persönlichkeitspsychologie stammen und dort insbesondere aus der Bedürfnisforschung. Als Bedürfnisse werden in der Motivationspsychologie Konstrukte für Kräfte bezeichnet, die dem Erreichen eines Zieles dienen. Diese Kräfte entstammen einem Trieb oder einem anderen Beweggrund (Motiv); das Ziel wird vom Handelnden als nützlich oder lustvoll empfunden¹³.

Ein Bedürfnis entsteht nun daraus, dass ein Drang (das Ziel zu erreichen) mit einem bestimmten Handlungsplan verbunden wird, also einer Vorstellung, was, wo, wann, wie und womit getan werden soll, um das Ziel zu erreichen. Das Bedürfnis, zu „essen“

beispielsweise, entsteht aus dem Drang („Hunger“) und dem Handlungsplan „Nahrungsaufnahme“, der entweder unspezifisch („irgend etwas essen“) oder spezifisch sein kann („im Stammlokal um die Ecke ein Weißwurstfrühstück einnehmen“).

Der Handlungsdrang von Bedürfnissen resultiert aus negativen Gefühlen bzw. Emotionen (z.B. Angst Hunger¹⁴), die man vermeiden will oder aus dem Fehlen von positiven Emotionen (z.B. unbefriedigte Triebe, Einsamkeit als fehlendes Gemeinschaftsgefühl), die man erreichen will. Dieser Drang löst ein Unbehagen aus; ein Glücksgefühl entsteht dann, wenn die Beseitigung dieses Unbehagens gelingt, d.h. das Bedürfnis befriedigt wird¹⁵. Aus dieser Charakteristik lassen sich Eigenschaften von Bedürfnissen ableiten, deren Konsequenzen das Erreichen von Glücksgefühlen bestimmen¹⁶:

– Yin-Yang-Prinzip: Bedürfnisbefriedigung setzt ein Unbehagen voraus; ohne Unbehagen kann sich kein Bedürfnis entwickeln und damit keine Bedürfnisbefriedigung. Ein Schlaraffenland, in dem alle Bedürfnisse befriedigt sind, ist also (psycho-)logisch unmöglich: Es wäre kein Unbehagen mehr möglich und damit auch

keine Bedürfnisbefriedigung und kein Glücksgefühl.

– Intensität: Bedürfnisse und damit die Befriedigung dieser Bedürfnisse können unterschiedlich stark erlebt werden – je nachdem, wie stark das Unbehagen ist (Antriebsstärke) und auch, inwieweit erwartet wird, dass durch die Handlung die Bedürfnisbefriedigung tatsächlich eintritt (Erfolgservartung¹⁷). Die Erfolgservartung bildet sich durch Lernprozesse, also aufgrund von Erfahrungen mit ähnlichen Handlungsplänen. Je stärker also der Antrieb und je höher die Erfolgservartung, desto intensiver ist das Glücksgefühl.

– Variabilität: Bedürfnisse sind im Zeitablauf nicht statisch. Das Unbehagen verändert sich; wenn wir gegessen haben, haben wir keinen Hunger mehr. Dasselbe Unbehagen kann zu veränderten Bedürfnissen führen, wenn sich andere Befriedigungsmöglichkeiten ergeben; ein Autofahrer, der im Restaurant Wasser bestellen will, entdeckt auf der Getränkekarte alkoholfreies Bier und verzichtet auf Wasser. Schließlich hängen Bedürfnis und Bedürfnisstärke von anderen Bedürfnissen ab; der wohl bekannteste Hinweis auf dieses Phänomen stammt von dem amerika-

Abbildung: Geld ermöglicht die Befriedigung von Bedürfnissen auf allen Ebenen der Bedürfnishierarchie nach Maslow.



nischen Psychologen Abraham H. Maslow. Seine „Hierarchie der Bedürfnisse“ lässt bestimmte Bedürfnisse („höhere“ Bedürfnisse wie Geselligkeit, Prestige oder Selbstverwirklichung) erst dann entstehen, wenn „niedrigere“ Bedürfnisse (Grund- und Sicherheitsbedürfnisse) befriedigt sind¹⁸.

Gerade mit dieser Maslow'schen Bedürfnishierarchie lässt sich sehr gut die Bedeutung von Geld (hier für Vermögen und Einkommen stehend) für Bedürfnisbefriedigung und Glück zeigen: Zum einen ist es notwendig, um Grundbedürfnisse zu befriedigen. Ersparnisse, die bei höherem Einkommen gebildet werden können, sichern die Befriedigung der Grundbedürfnisse auch für die Zukunft ab. Viel Geld gibt Prestige und Status, erfüllt also diese Bedürfnisse direkt und Kontaktbedürfnisse indirekt. Wenn man reich ist, dann kann man sich individuelle Freiräume verschaffen und sich selbst verwirklichen.

Geld und Einkommen sind also Voraussetzung für die Befriedigung von Bedürfnissen auf allen Hierarchie-Ebenen – und damit für alle sozialen Schichten, die jeweils bestimmten Bedürfnisebenen zugeordnet werden können. Daher verwundert es nicht, wenn Geld eine so hohe Bedeutung zugemessen wird oder sich Geldverdienen bei manchen Menschen sogar zum Selbstzweck emanzipiert.

Ein Versicherungsvermittler sollte also versuchen, möglichst viele Situationen aufzusuchen oder gar herbei zu führen, die zunächst unbefriedigend sind und Herausforderungen enthalten; er sollte sich also nicht nur auf die einfachen Kunden konzentrieren, sondern eher auf schwierige und anspruchsvolle Kunden. Kunden, die seine Absicherungsvorschläge ablehnen, sollte er zu überzeugen versuchen. „Standard-Kunden“ versprechen zwar ein einfaches Erfolgserlebnis; bei „alten Hasen“ fehlt allerdings dann die Herausforderung. Das damit jeweils korrespondierende Handlungsprogramm sollte Erfolg versprechend sein; die Herausforderungen sollten also bewältigbar sein. Er sollte sich also gut auf Kundenbesuche und auf mögliche Reaktionsweisen des Kunden vorbereiten und er sollte gewissenhaft auf die Bedürfnisse des Kunden eingehen; eine positive Kundenreaktion gibt ihm Flow und auch das Selbstvertrauen, weitere schwierige Kunden erfolgreich zu beraten und zu betreuen. Damit maximiert er nachhaltig seine

Bedürfnisbefriedigung und damit sein Glück.

Glück in der Philosophie

„Sowohl die klassische westliche Philosophie (Philosophie der Antike) als auch die östliche Philosophie beschäftigen sich seit ihren Anfängen mit dem Thema Glück. Weil das Glücksstreben eine uralte Sehnsucht des Menschen ist, zählte der Themenkreis zu allen Zeiten zu den Kernelementen der Philosophie und wird dementsprechend auch von modernen Philosophen bearbeitet“¹⁹. Eine gute Zusammenfassung der Glücksphilosophien der Vergangenheit findet man bei Ludwig Marcuse²⁰.

Bereits Sokrates und seine Schüler identifizierten um 450 v. Chr. Glück mit Lust, die es zu maximieren gilt; Schmerz gilt es zu vermeiden. Der von ihnen begründete Hedonismus sieht die Lust zu genießen gar als eigentlichen Sinn des Lebens an. Aristoteles knüpfte dann Bedingungen an das Glücksempfinden: Glück kann nur in einer Gemeinschaft erlebt werden, nur wenn man sein ganzes Leben tugendgemäß verbringt und nur dann, wenn man mit äußeren Gütern hinreichend ausgestattet ist. Eine weitere Forderung kam dann von Epikur: Bescheidenheit. Er war der Ansicht, dass jemand, der starke Lust genießt, auch die Gefahr eingeht, starke Unlust in Kauf nehmen zu müssen; das „kleine Glück“ sei daher vorzuziehen. Noch weiter geht Diogenes, der Glück im Verzicht, in der Askese sucht.

Die Philosophie des Mittelalters wurde sowohl von der christlichen als auch der islamischen und buddhistischen Lehre dominiert, die ebenfalls Askese propagierten. Diese Lehren gingen aber noch weiter als die griechischen Philosophen, indem sie die Glückseligkeit auf den Zeitpunkt nach dem Tod (das Paradies, das Nirwana) verschoben haben; im irdischen Leben sollte auf Glück verzichtet werden.

Die Philosophie der Moderne wurde durch den Utilitarismus von John Stuart Mill eingeläutet. Der Utilitarismus hebt auf die Nützlichkeit von Gütern und Handlungen ab; nützlich und damit moralisch gut sind diejenigen Handlungen, die dazu führen, das Glück des Handelnden zu erhöhen, bzw. Schmerz und Leiden zu vermeiden. Vilfredo Pareto dehnt diese Nützlichkeit auch auf den Umgang mit anderen Personen aus; sein Pareto-Optimum ist ein

Zustand, in dem es nicht möglich ist, ein Individuum besser zu stellen, ohne zugleich ein anderes Individuum schlechter zu stellen. Denn das Schlechterstellen anderer kann das eigene Glück gefährden. Daher formuliert Kant seinen „kategorischen Imperativ“, der fordert, dass jeder sich so verhalten sollte, wie er es auch von anderen erwartet²¹; Sittlichkeit, Pflichterfüllung und Moralität sind daher für Kant die entscheidenden Bedingungen für Glück.

Ein Versicherungsvermittler ist dementsprechend glücklich, wenn er ihn seine Arbeit befriedigt und er sie als nützlich ansieht; dies ist dann der Fall, wenn er seine Kunden verantwortungsvoll berät und absichert. Gleichzeitig soll er Ärger vermeiden; dies erreicht er im Wesentlichen dadurch, dass er andere wie beispielsweise Kunden oder Kollegen nicht schädigt. Bei allem sollte er ein für ihn tolerables Maß an Bescheidenheit an den Tag legen.

Schlaraffenland: Ein Irrweg auf ganzer Linie

Die Quintessenz aus allen wissenschaftlichen Herangehensweisen an den Begriff des Glücks und seiner Bestimmungsfaktoren straft die gängigen Vorurteile Lügen: Das „süße Nichtstun“, das Schlaraffenland, ist bedürfnispsychologisch weder möglich, noch anstrebenswert. Die ständige Suche nach bewältigbaren Herausforderungen und die kalkulierbare Aussicht auf die Be- bzw. Entlohnung nach der Bewältigung schafft Flow, Bedürfnisbefriedigung und Glücksgefühle. Ökonomisch gesehen, sollte man möglichst viele dieser Aufgaben anpacken. Und man sollte bei der erwarteten Belohnung Bescheidenheit an den Tag legen.

Mag diese Argumentation auch manchem zu moralisierend, zu „gutmenschen“-haft²² oder gar zu altmodisch klingen; auch Kritiker, die einen anderen moralischen Standpunkt einnehmen, sollten die übereinstimmenden Erkenntnisse ganz unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen anerkennen – und vielleicht den eigenen Standpunkt überdenken. Wenn sehr viele Berater und Vermittler diese „altmodischen“ Wertvorstellungen verfolgen, würde das dem „modernen“ Negativimage der Branche argumentativ den Boden entziehen.

¹⁸ Siehe beispielsweise Cervone D., John O.P., Pervin L.A.: *Persönlichkeitstheorien*. UTB, Stuttgart (1. September 2005).

² was sich insbesondere im Begriff der Opportunitätskosten ausdrückt; vgl. <http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/opportunitaetskosten/opportunitaetskosten.htm>

³ http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96konomisches_Prinzip

⁴ Häufig wird das Ökonomische Prinzip nicht über die Differenz von Nutzen und Kosten, sondern über das Nutzen-Kosten-Verhältnis definiert. Die Konsequenzen für den Vorteilhaftigkeitsvergleich von Handlungsalternativen sind weitgehend identisch; formal-mathematisch gesehen ergeben sich aber Probleme, wenn Kosten oder Nutzen den Wert 0 annehmen.

⁵ siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Nutzenfunktion>

⁶ http://de.wikipedia.org/wiki/Vollkommener_Markt

⁷ Zangemeister C.: Nutzwertanalyse in der Systemtechnik - Eine Methodik zur multidimensionalen Bewertung und Auswahl von Projekialternativen. Diss. Techn. Univ. Berlin 1970, 4. Aufl., München: Wittmann 1976, ISBN 3-923264-00-3

⁸ siehe beispielsweise

<http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/nutzen/nutzen.htm>

⁹ http://de.wikipedia.org/wiki/Net_Promoter_Score

¹⁰ http://de.wikipedia.org/wiki/Positive_Psychologie

¹¹ <http://www.seligmaneuropa.com/de/positive-psychology>

¹² Csikszentmihalyi M.: Flow: Das Geheimnis des Glücks. Klett-Cotta, 13. Auflage, 2007

¹³ <http://www.psychology48.com/deu/d/beduerfnis/beduerfnis.htm>

¹⁴ So bildet sich Hunger – physiologisch gesehen – wenn das Glucoseniveau im Blut, in Verbindung mit dem Insulinspiegel, bestimmte Gehirnstrukturen dazu bringt, über Neurotransmitter eine Emotion auszulösen, die dann als Hunger interpretiert wird; vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Hunger>

¹⁵ Streng genommen, entsteht dieses Glücksgefühl bereits vorher, wenn die Bedürfnisbefriedigung schon in Gedanken antizipiert wird. Jedem Handlungsplan geht eine Überlegung voraus, welche Handlungsalternative Erfolg versprechend sein könnte – und das löst bereits dieses Glücksgefühl aus; vgl. die sehr gut lesbare Begründung in <http://www.3sat.de/page/?source=/na-no/medizin/150682/index.html>.

¹⁶ http://sla03.dhbw-heidenheim.de/script/script_dis.php?act_unit_id=18.

¹⁷ https://www.sbg.ac.at/erz/salzbuerger_beitraege/fruehling_2002/herber.pdf

¹⁸ http://de.wikipedia.org/wiki/Maslowsche_Bed%C3%BCfnispyramide

¹⁹ http://de.wikipedia.org/wiki/Philosophie_des_Gl%C3%BCcks

²⁰ Marcuse L.: Philosophie des Glücks. Paul List Verlag, München 1962

²¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorischer_Imperativ

²² Der Begriff „Gutmensch“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Gutmensch>) wird kurioserweise eher abschätzig verwendet; „kuriös“ deshalb, da eigentlich „gutes“ Handeln nicht etwa geschätzt, sondern herabgewürdigt, manchmal sogar verurteilt wird.