

Wissen

Unbezahlbares Gezwitzcher

Finanzieller Wert der Umwelt Mehr Vögel im eigenen Umfeld machen so glücklich wie eine Gehaltserhöhung. Eine neue Studie zeigt, dass die Zufriedenheit von Menschen mit der natürlichen Vielfalt in ihrer Umgebung zu tun hat.

Thomas Krumenacker

Die Reisebranche hat es längst erkannt. Ob Hirschbrunft in der Wallonie, die Wanderung der Wale vor der Küste Kaliforniens oder der Vogelzug an der Strasse von Gibraltar: Mit Reisen zu spektakulären Naturschauspielen lässt sich viel Geld verdienen. Dass der Kontakt mit wilden Tieren Menschen in ganz Europa aber nicht nur lieb und manchmal auch teuer ist, haben jetzt Frankfurter Forscher herausgefunden.

Der Arbeit zufolge sind frei lebende Vögel in der Umgebung für das Wohlbefinden der Europäer etwa so wichtig wie eine Gehaltserhöhung. Zehn Prozent mehr Vogelarten in der Umgebung steigerten die Lebenszufriedenheit der Menschen europaweit mindestens genauso stark wie eine Erhöhung des Einkommens in gleicher Grösse, schreibt das Team um den Doktoranden Joel Methorst vom Senckenberg-Forschungszentrum für Biodiversität und Klima im Fachjournal «Ecological Economics».

Geld als Vergleichsmassstab für das Wohlbefinden

Die Forscherinnen und Forscher haben ganz bewusst Geld als Vergleichsmassstab für das persönliche Wohlbefinden gewählt. «Wir wissen aus der ökonomischen Forschung, dass sich mehr Einkommen positiv auf die Lebenszufriedenheit auswirkt», sagt Methorst. Dies gilt zumindest, bis das Einkommen so gross ist, dass Menschen ihre wichtigsten Bedürfnisse erfüllen können.

Auf Basis von Daten des alle vier Jahre erhobenen «European Quality of Life Survey» unter 26'000 Europäern ermittelten die Forscher zunächst, in welchen Regionen die Menschen in Europa am zufriedensten sind. Diese Daten stellten sie dann verschiedenen Naturfaktoren in der Umgebung gegenüber. Einen statistisch signifikanten Zusammenhang zum Wohlbefinden fanden sie nur in einer grossen Vielfalt von Vögeln in der Umgebung.

«Wir haben erstmals europaweit gezeigt, dass die individuelle Lebenszufriedenheit mit der Vielfalt der Vogelarten im Umfeld korreliert», schreiben die Autoren. «Die glücklichsten Europäer und Europäerinnen



Seltene Besucher in der Schweiz: Die Seidenschwänze stammen aus Nordskandinavien und Nordrussland. Foto: Hans Wüthrich

sind diejenigen, die in ihrem tagtäglichen Leben viele verschiedene Vogelarten erleben können oder in einer naturnahen Umgebung leben, in der viele Arten beheimatet sind», fasst Methorst das Ergebnis der statistischen Analyse zusammen.

Wichtiger als Berge, Meer oder Grünflächen

«Das Erstaunliche ist, dass keiner der anderen Naturfaktoren, die wir getestet haben, signifikant war», sagt Co-Autorin Katrin Böhning-Gaese. «Weder die Nähe zu Bergen oder dem Meer noch eine Vielfalt von Bäumen oder die Menge an Grünflächen und auch nicht andere Tiere hatten einen annähernd so grossen statistisch messbaren Effekt wie die Vogelvielfalt.»

Dabei lässt womöglich nicht der Lerchengesang allein das Glücksgefühl der Menschen in seiner Umgebung steigen. Die Ökologin Böhning-Gaese vermutet vielmehr, dass die fast überall sichtbaren und durch ihren Gesang leicht hörbaren Vögel auch unbewusst als eine Art Indikator auf Menschen wirken: «Wo der Artenreichtum an Vögeln gross ist, herrscht eine Landschaft vor, in der auch Menschen zufrieden sind.» Welche psychologischen oder physischen Mechanismen wirklich zu den messbaren Effekten führen, liess sich mit der statistischen Methode allerdings nicht ermitteln.

Einen Zusammenhang zwischen der Freude an der biologischen Vielfalt und der Zufriedenheit mit einem gut gefüllten Bank-

konto herzustellen, mag auf den ersten Blick irritieren. Immateriellen Werten mittels statistischer Analysen quasi ein Preisschild anzuhängen, ist aber eine mittlerweile etablierte wissenschaftliche Methode in der Ökonomie.

Dieser Ansatz wird vor allem in der Biodiversitätsforschung genutzt, um Ökosystemleistungen zu bewerten, also Dienstleistungen der Natur, die in der Praxis nichts kosten, aber Milliarden wert sein können. Beispiele dafür sind eingesparte Summen für den Küstenschutz durch intakte Auwälder oder die Bestäubung durch Bienen für die Lebensmittelproduktion. Wissenschaftler beziffern allein den wirtschaftlichen Wert der Bestäubungsdienstleistung auf weltweit 200 bis 600 Milliarden Euro pro Jahr.

«Keiner der anderen Naturfaktoren, die wir getestet haben, war signifikant.»

Katrin Böhning-Gaese
Co-Autorin der Studie

Die gemeinsam mit der Universität Kiel und dem Biodiversitäts-Forschungszentrum Idv in Leipzig durchgeführte Studie reiht sich in die zunehmende Zahl wissenschaftlicher Untersuchungen ein, die den Wert einer intakten Natur und ins-

besondere von Vögeln für den Menschen belegen.

Der britische Biologe Daniel Cox hatte gezeigt, dass Vögel einen positiven Einfluss auf die psychische Gesundheit und das verträgliche Zusammenleben von Menschen in dicht bebauten Grossstadtvierteln haben können. In einer 2017 publizierten Studie legte der Forscher am Zentrum für Nachhaltigkeitsstudien der Universität Exeter zudem nahe, dass es einen positiven direkten Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Vögeln und der Verringerung psychischer Erkrankungen von Menschen in südlichen Städten geben könnte.

Zuletzt hatten Wissenschaftlerinnen der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt einem Projekt des bayrischen Landesbunds für Vogelschutz attestiert, Lebensqualität und psychische Gesundheit von Pflegeheimbewohnern steigern zu können. Die Bewohner waren über Vogelfütterungsstationen stärker in Kontakt mit der Natur gekommen.

Naturschutz ist auch Gesundheitsschutz

Während diese Studien sich auf sehr kleinräumiger Ebene mit den Auswirkungen der Natur auf das Wohlbefinden befassen, ist die Senckenberg-Analyse nach Angaben der Autoren die erste Studie, die einen Effekt in kontinentalem Massstab zeigt. «Das Mass von Allgemeingütern ist damit grösser als bei lokalen Studien», sagt Katrin Böhning-Gaese.

Aus den Erkenntnissen ergeben sich für die Autoren auch politisch relevante Schlussfolgerungen. Denn auch der Umkehrschluss aus ihren Studienergebnissen ist den Forschern zufolge denkbar. Der weltweit anhaltende Artensturz lasse die Natur zunehmend verarmen und berge damit die Gefahr, dass auch die Lebenszufriedenheit der Menschen leide und Folgen für deren Gesundheit nach sich ziehen könnte. «Naturschutz, der die Artenvielfalt erhält und fördert, ist nicht allein wichtig, um die Funktionsfähigkeit von Ökosystemen und damit die von diesen gelieferten Dienstleistungen zu erhalten», sagt Methorst: «Er ist auch Teil des Gesundheitsschutzes für uns Menschen – wir schlagen damit zwei Fliegen mit einer Klappe.»

Die Macht der Angst

Psychologie der Corona-Massnahmen Vor allem die Sorge um die eigene Gesundheit animiert Menschen zum Abstandhalten.

Die Pandemie hat vieles verkompliziert, zum Beispiel die lästige Tätigkeit des Einkaufens. Nicht immer halten sich alle an das Gebot, auch im Supermarkt ein- einhalb Meter Abstand zu wahren – das gilt (natürlich) auch für einen selbst. Manchmal steckt schlicht Unachtsamkeit dahinter, wenn man einem anderen Kunden zu nahe kommt. Manchmal aber ist es Ungeduld.

Die Nähe zu anderen Menschen zu meiden, ist etwas, das den meisten nicht leichtfällt, «es widerspricht unseren inneren Impulsen», schreibt der Psycho-

loge David Loschelder von der Leuphana-Universität in Lüneburg gemeinsam mit Kollegen aus Maastricht und Valencia. Es braucht vermutlich Ermahnung oder wenigstens Erinnerung daran, sich doch entgegen den eigenen Impulsen zu verhalten und auf Abstand zu achten. Woraus sich die Frage ergibt, wie diese Aufrufe am besten formuliert werden sollten.

In mehreren Experimenten hat das Team um Loschelder nach einer Antwort darauf gesucht, die sie sodann zur Veröffentlichung im Fachblatt «Jour-

nal of Experimental Psychology: Applied» eingereicht haben. Die grösste Überzeugungskraft entfalteten Appelle, die eine Covid-19-Erkrankung als potenziell tödliche Gefahr für die befragte Person selbst darstellten. Appelle, die Gesundheit der Mitmenschen durch eigenes Verhalten zu schützen, zeigten sich hingegen als weniger wirksam.

Aussicht auf Belohnung

In einer ersten Onlineumfrage stellten die Psychologen mehrere Varianten zur Auswahl: Entweder stand der Schutz der

eigenen Gesundheit oder der Mitmenschen im Vordergrund; zudem waren diese Nachrichten entweder negativ formuliert («Es könnte tödlich sein») oder positiv («Zum Schutz der Gesundheit»). Für beide Varianten finden sich in der Forschungsliteratur Argumente. Angst vor einem Verlust aktiviert Menschen demnach besonders. Zugleich gibt es aber Befunde, die eine motivierende Kraft des Optimismus und der Aussicht auf eine Belohnung nahelegen.

Die aktuelle Studie spricht hingegen eher für die Macht der

Angst. In der Onlinebefragung ergab sich, dass die Betonung der Gefahr durch Covid-19 für sich selbst einen Menschen am ehesten dazu motivierte, sich an die Abstandsregeln zu halten.

Die Forscher testeten ihre Hypothesen auch in einem Feldversuch. In einem Supermarkt versahen sie Einkaufswagen mit den vier unterschiedlich formulierten Aufrufen, sich an die Abstandsregeln zu halten, und beobachteten das Verhalten von 268 Kunden. Eine Mitarbeiterin stellte sich dann im Supermarkt so in den Weg,

dass es Kunden einige Mühe kostete, die Abstandsregeln einzuhalten.

Auch in freier Wildbahn offenbarte sich, dass die Angst um das eigene Wohlergehen am ehesten dazu motiviert, sich an die Abstandsregeln zu halten – weil auf diese Weise persönliche Risikowahrnehmung und Sorge aktiviert werden. Die Angst um die Gesundheit der Mitmenschen zeigte keinen beziehungsweise sogar einen womöglich minimal kontraproduktiven Effekt.

Sebastian Herrmann