

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

my Life(style) – my choice
Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf
die Bewertung staatlicher Eingriffe

verfasst von | submitted by

Jakob Maximilian Selzner BSc

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Science (MSc)

Wien | Vienna, 2026

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 840

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Psychologie

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Dipl.-Psych. Dr. Arnd Florack

Abstract

Diese Arbeit untersucht, ob Psychological Ownership (PO) auf den Bereich des persönlichen Lifestyles übertragbar ist und welche Bedeutung dies für die Bewertung staatlicher Eingriffe hat. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Widerstand gegen Veränderungen des eigenen Lebensstils nicht allein durch Gewohnheiten erklärt werden kann, sondern auch dadurch, dass ein Lifestyle als subjektiv eigener Besitzbereich erlebt wird. In einem vignettengestützten Within-Subject-Design bewerteten N = 134 Teilnehmende fünf Lifestyle-Vignetten, in denen die drei theoretischen Voraussetzungen von PO – Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition – systematisch variiert wurden. Erfasst wurden das wahrgenommene PO gegenüber dem beschriebenen Lifestyle sowie die moralische Verwerflichkeit eines hypothetischen staatlichen Eingriffs. Die Ergebnisse zeigen, dass Lifestyle grundsätzlich als Zielobjekt von PO verstanden werden kann. Zudem trugen die drei Voraussetzungen unterschiedlich stark zum Ownership-Erleben bei, wobei Kontrolle den stärksten Einfluss zeigte, gefolgt von intmem Wissen und Selbstinvestition. Darüber hinaus wurden staatliche Eingriffe insbesondere dann als moralisch problematisch wahrgenommen, wenn der Lifestyle als subjektiv eigener Besitzbereich erlebt wurde. Die Arbeit erweitert damit das Konzept des PO auf persönliche Lebensstile und liefert Impulse für das Verständnis von Widerstand gegenüber gesellschaftlichen Veränderungsforderungen.

Keywords: Psychological Ownership, Lifestyle, Moral, staatlicher Eingriff

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	1
Theoretischer Hintergrund.....	3
Lifestyle: Definition, Konsequenzen und die Schwierigkeit der Veränderung.....	3
Psychological Ownership: Definition, Voraussetzungen und Zusammenhang mit Lifestyle.....	5
Psychological Ownership und die moralische Bewertung staatlicher Eingriffe.....	9
Methode.....	10
Die Studie.....	10
Stichprobe.....	10
Versuchsplan.....	11
Messinstrumente.....	12
Vignetten.....	13
Eingriff in den Lifestyle.....	14
Ablauf.....	15
Datenanalyse.....	16
Ergebnisse.....	17
Diskussion.....	20
Limitationen.....	26
Fazit.....	27

Literaturverzeichnis.....	29
---------------------------	----

Einleitung

Warum fällt es uns so schwer, unseren Lifestyle zu verändern, selbst wenn wir die Notwendigkeit dazu erkennen? In einer Welt, die von klimatischen, sozialen und wirtschaftlichen Umbrüchen geprägt ist, wird die Anpassungsfähigkeit des individuellen Lifestyles immer wichtiger. Lifestyle bestimmt, wie Menschen ihren Alltag gestalten: was sie essen, wie sie sich fortbewegen, wie sie ihre Freizeit verbringen oder was sie konsumieren. Jemand, der täglich mit dem Auto zur Arbeit pendelt, regelmäßig Fast Fashion kauft oder Shisha raucht, lebt einen Lifestyle, der nicht nur persönliche Präferenzen ausdrückt, sondern auch gesellschaftliche Konsequenzen hat. So entfielen in Deutschland 2023 rund 21,7 % der energiebedingten Treibhausgasemissionen auf den Verkehrssektor (Umweltbundesamt, 2024), und risikoreiche Konsumformen wie der Gebrauch von Einweg-E-Zigaretten sind unter Jugendlichen weiterhin verbreitet (Bundesinstitut für Öffentliche Gesundheit, 2024). Angesichts solcher Befunde wird der Ruf nach einer Veränderung individueller Lebensstile immer lauter. Doch Lifestyle-Änderungen scheinen uns schwer zu fallen, und das selbst dann, wenn Menschen die Notwendigkeit dazu erkennen (Verplanken & Wood, 2006). Gewohnheiten allein können diesen Widerstand möglicherweise nicht vollständig erklären. Diese Arbeit untersucht daher, ob Psychological Ownership (PO), also das Gefühl emotionaler Bindung und subjektiven Besitzes, das über rechtlichen Besitz und materielle Objekte hinausgeht (Pierce et al., 2001; Van Dyne & Pierce, 2004), auf den Bereich des eigenen Lifestyles übertragen werden kann und welche Konsequenzen sich daraus für Veränderungsprozesse ergeben.

Die Untersuchung basiert auf der Annahme, dass Menschen ihren Lifestyle unter bestimmten Bedingungen ähnlich erleben können wie andere subjektiv bedeutsame Besitztümer. Wenn sie ihren Lebensstil selbst gestalten, über längere Zeit mit ihm vertraut sind und kontinuierlich Zeit, Energie oder andere Ressourcen in ihn investieren, könnte er als etwas

wahrgenommen werden, das ihnen „gehört“. Ein solches Gefühl von Ownership könnte erklären, warum Menschen auf Forderungen nach Veränderung nicht nur mit Widerstand reagieren, weil Gewohnheiten schwer zu durchbrechen sind, sondern weil Eingriffe in den eigenen Lifestyle als Eingriffe in einen subjektiv beanspruchten Besitzbereich erlebt werden. Werden staatliche Regulierungen als Beschränkung eines solchen als „eigen“ wahrgenommenen Lebensstil verstanden, könnte der Widerstand daher auf der Wahrnehmung beruhen, dass ein moralisch illegitimer Eingriff vorliegt.

PO wurde bislang in verschiedenen Kontexten untersucht, etwa in Bezug auf Organisationen, Orte, kulturelle Praktiken oder Ideen (Kirk et al., 2018; Peck & Luangrath, 2023). So kamen Nijs et al. (2024) zum Schluss, dass Menschen ein Gefühl von kollektivem Ownership auf spezifische Territorien wie Länder oder Orte wie öffentliche Parks haben können. Peck und Luangrath (2023) untersuchten PO im Kontext von kultureller Aneignung und kamen zum Schluss, dass das Gefühl des Besitzes eine zentrale Rolle dabei spielt, wie Gemeinschaften auf die Übernahme ihrer kulturellen Praktiken und Symbole reagieren. Die Forschung zur PO zeigt, dass sich das Konzept sowohl auf materielle Objekte z.B. wie Orte, Kaffee oder Stühle, als auch immaterielle Objekte wie z.B. Ideen, Rituale oder Werte beziehen kann (Boyer, 2023; Kirk et al., 2018; Peck & Luangrath, 2023; Pierce & Jussila, 2011). Ob sich das Konzept auch auf den eigenen Lifestyle als Zielobjekt übertragen lässt, ist bislang empirisch nicht untersucht. Die vorliegende Arbeit leistet damit einen Beitrag zur theoretischen Erweiterung des PO-Konzepts auf den Bereich des persönlichen Lebensstils. Sie untersucht, ob Lifestyle als Zielobjekt von PO verstanden werden kann, welche Rolle die von Pierce et al., (2001) etablierten Voraussetzungen für PO: Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition dabei spielen, und ob Eingriffe in einen solchen Lifestyle als moralisch illegitim wahrgenommen werden.

Um diese Fragen zu beantworten, wird im Folgenden zunächst Lifestyle als verhaltensprägendes Konzept definiert und in seiner gesellschaftlichen Relevanz dargestellt.

Anschließend werden unerwünschte Konsequenzen bestimmter Lifestyles für Umwelt und Gesundheit beleuchtet, bevor erörtert wird, warum Lifestyle-Änderungen typischerweise schwerfallen. Daraufhin wird PO als mögliche ergänzende Erklärung eingeführt und theoretisch ausgearbeitet, bevor Moral als konzeptioneller Rahmen zur Bewertung staatlicher Eingriffe herangezogen wird.

Theoretischer Hintergrund

Lifestyle: Definition, Konsequenzen und die Schwierigkeit der Veränderung

Lifestyle ist ein komplexes und interdisziplinäres Konzept, das sowohl psychologische Prozesse der Identitätsbildung (Kleine et al., 2000), Gewohnheiten und Kontextabhängigkeit (Verplanken & Wood, 2006; Wood et al., 2005; Mohammadpur & Mahmoodi, 2016) als auch soziale Aspekte von Zugehörigkeit und Normen umfasst (Bourdieu, 1984). Für die Zwecke dieser Arbeit wird Lifestyle als eine Äußerung von Identität, Werten, Meinungen, Interessen, Vorlieben und persönlichen Prioritäten definiert, die sich in gewohnheitsmäßigen Verhaltensweisen, Aktivitäten und Entscheidungen widerspiegeln, die Menschen in ihrem täglichen Leben treffen. Dazu zählen, wie Menschen ihre Zeit gestalten, welche Produkte und Dienstleistungen sie konsumieren oder wie und an welchen sozialen, kulturellen und Freizeitaktivitäten sie teilnehmen. Diese Definition geht über den gesundheitspsychologischen Kontext hinaus und erfasst die vielfältigen individuellen und sozialen Ausdrucksformen des Alltags.

Zur Strukturierung des vielschichtigen Konzepts schlagen Brivio et al. (2023) in einer narrativen Übersichtsarbeit eine Unterscheidung entlang drei zentraler Dimensionen vor. Die interne Dimension begreift Lifestyle als Ausdruck von Persönlichkeit, Werten und Einstellungen,

die aus dem Zusammenspiel persönlicher Bedürfnisse und gesellschaftlicher Anforderungen entstehen. Die externe Dimension hingegen versteht Lifestyle als Manifestation sozialer Position in Verhaltensmustern und täglichen Praktiken. Weber (1922, zitiert nach Brivio et al., 2023) beschreibt etwa, wie verschiedene Statusgruppen ihren gesellschaftlichen Stand durch spezifische Konsumgewohnheiten, Wohnformen und Freizeitgestaltung ausdrücken. Lifestyle fungiert hier als soziales Signal nach außen. Bourdieu (1984) vertieft diesen Gedanken: Lifestyle entsteht aus dem Zusammenspiel sozialer Strukturen und internalisierten Dispositionen und ist damit nicht nur Ausdruck individueller Präferenzen, sondern auch Produkt der sozialen Position, in die eine Person hineingeboren wird. Die zeitliche Dimension betont, dass Lifestyle einerseits ein stabiles Merkmal einer Person darstellt, sich andererseits aber durch Lebensphasen und soziokulturelle Veränderungen weiterentwickeln kann. Diese drei Dimensionen zusammen ermöglichen es, Lifestyle als individuelles und gesellschaftliches Phänomen in seiner ganzen Komplexität zu erfassen.

Bestimmte Lebensstile sind jedoch mit erheblichen negativen Konsequenzen für Gesundheit, Umwelt und Gesellschaft verbunden. Gillwald (1995) zeigt, dass gegenwärtige Lebensstile, insbesondere in wohlhabenden Gesellschaften, ökologische Risiken bergen und zur globalen Klimaproblematik beitragen. Besonders in den Bereichen Konsum, Mobilität und Freizeit verursachen bestehende Gewohnheiten erhebliche Umweltbelastungen; steigende PKWZulassungszahlen und Ferntourismus werden dabei exemplarisch als Hemmnisse einer nachhaltigen Entwicklung genannt. Neben diesen ökologischen Folgen entstehen auch gravierende gesundheitliche und wirtschaftliche Belastungen. Jagodzinski et al. (2020) weisen im Rahmen der

Hamburg City Health Study darauf hin, dass durch Lebensstilfaktoren beeinflusste chronische Erkrankungen wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Krebs und Diabetes mehr als ein Drittel der jährlichen Gesundheitsausgaben in Deutschland ausmachen und allein im Jahr 2013 schätzungsweise 500.000 potenziell produktive Lebensjahre durch frühzeitigen Tod verloren gingen.

Vor diesem Hintergrund erscheint die Frage, warum Lifestyle-Änderungen so schwerfallen, besonders drängend. Eine häufige Erklärung liegt in der Macht der Gewohnheit: Menschen ändern tief verwurzelte Verhaltensweisen selbst dann kaum, wenn sie deren Notwendigkeit erkennen (Verplanken & Wood, 2006). Brivio et al. (2023) ergänzen diesen Befund um eine strukturelle Erklärung: Interventionen zur Lifestyle-Änderung scheitern häufig, weil sie auf kognitiven Individualfaktoren wie Selbstwirksamkeit und Motivation basieren und dabei den identitätsbezogenen Charakter von Lifestyle ignorieren. Lifestyle ist demnach mehr als eine Ansammlung von Gewohnheiten, denn er ist ein System von Bedeutungen, Einstellungen und Werten, das eng mit der Selbstdefinition einer Person verknüpft ist. Diese Verknüpfung mit Identität könnte erklären, warum der Widerstand gegen Lifestyle-Änderungen über das bloße Durchbrechen von Routinen hinausgeht, und genau hier setzt das Konzept des Psychological Ownership an.

Psychological Ownership: Definition, Voraussetzungen und Zusammenhang mit Lifestyle

PO beschreibt das subjektive Gefühl, dass etwas „mein“ ist, ohne dass hierfür rechtlicher Besitz vorliegen muss (Pierce et al., 2001; Van Dyne & Pierce, 2004). Dieses Besitzgefühl entsteht durch emotionale Bindungen und kognitive Prozesse und kann sich sowohl auf materielle Objekte als auch auf immaterielle Zielobjekte wie Ideen, Werte oder Rollenidentitäten beziehen (Boyer,

2023; Kirk et al., 2018; Pierce et al., 2001; Pierce & Jussila, 2011; Van Dyne & Pierce, 2004). Durch PO gewinnen diese Zielobjekte an Bedeutung für die Selbstdefinition von Menschen (Avey et al., 2012; Brown et al., 2013). Ein zentrales Merkmal von PO ist seine duale Natur: Es umfasst sowohl affektive als auch kognitive Elemente. Wie Etzioni (1991) betont, ist Ownership „eine doppelte Schöpfung, teils Einstellung, teils Objekt, teils im Geist, teils real“ (S. 466). Dies spiegelt sich in Aussagen wie „Das ist mein Projekt“ wider, die sowohl emotionale Bindungen als auch kognitive Bewertungen implizieren (Van Dyne & Pierce, 2004). Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Abgrenzung zum rechtlichen Besitz: Während rechtlicher Besitz von Dritten anerkannt und durch rechtliche Systeme geschützt wird, ist PO eine individuell wahrgenommene Empfindung, deren Grenzen ausschließlich durch die Wahrnehmung des Individuums bestimmt werden (Pierce et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004).

PO wurde in einer Vielzahl von Kontexten untersucht: von der Konsumentenpsychologie über die Sozialpsychologie bis hin zur Erforschung kultureller Identitäten (Boyer, 2023; Kirk et al., 2018; Peck & Luangrath, 2023). So zeigten Nijs et al. (2024), dass Menschen ein Gefühl von kollektivem PO auf spezifische Territorien wie Länder oder öffentliche Parks entwickeln können. Peck und Luangrath (2023) untersuchten PO im Kontext kultureller Aneignung und kamen zum Schluss, dass wahrgenommene Besitzgefühle eine zentrale Rolle dabei spielen, wie Gemeinschaften auf die Übernahme ihrer kulturellen Praktiken und Symbole reagieren. Die Forschung zeigt damit, dass sich PO auf eine breite Palette materieller und immaterieller Zielobjekte beziehen kann (Boyer, 2023; Kirk et al., 2018; Peck & Luangrath, 2023; Pierce & Jussila, 2011).

Die Entstehung von PO wird durch drei zentrale Voraussetzungen beschrieben, die Pierce et al. (2001, 2003) identifizierten: Kontrolle über das Zielobjekt, intimes Wissen über das Zielobjekt

und Selbstinvestition in das Zielobjekt. Diese drei Voraussetzungen erfüllen jeweils spezifische psychologische Bedürfnisse (Pierce et al., 2004): Kontrolle stärkt das Gefühl von Einflussnahme und Kompetenz und erfüllt damit das Bedürfnis nach Wirksamkeit, das eng mit Banduras (1997) Theorie der Selbstwirksamkeit verknüpft ist. Intimes Wissen entsteht durch wiederholte Interaktion und ein tiefgehendes Verständnis des Zielobjekts, was die emotionale Bindung fördert und zur Selbstidentität beiträgt. Selbstinvestition, was als das bewusste Einbringen von Zeit, Energie und Ressourcen in ein Zielobjekt definiert wird, verbindet das Individuum emotional mit dem Objekt, da dieses dadurch zu einem Teil des Selbst wird, und erfüllt so das Bedürfnis nach Zugehörigkeit.

Pierce et al. (2003) argumentieren dabei, dass die drei Voraussetzungen unabhängig voneinander PO erzeugen können, ihre Wirkung jedoch additiv ist: Je mehr Voraussetzungen erfüllt sind, desto stärker das wahrgenommene Gefühl von PO. Basierend auf diesen theoretischen Überlegungen lassen sich folgende Hypothesen ableiten: Wenn Teilnehmende ein Szenario lesen, in dem eine Person ihren Lebensstil aktiv selbst gestaltet, nehme ich an, dass sie ein stärkeres Gefühl von PO berichten als wenn die Person kaum Einfluss auf ihren Lebensstil hat (H1). Entsprechend nehme ich an, dass hohes intimes Wissen über den eigenen Lebensstil mit stärkerem PO einhergeht als niedriges intimes Wissen (H2), und dass hohes Investment in den eigenen Lebensstil mit stärkerem PO verbunden ist als niedriges Investment (H3). Darüber hinaus nehme ich an, dass das wahrgenommene PO mit der Anzahl erfüllter Voraussetzungen steigt. Je mehr Bedingungen erfüllt sind, desto höher der wahrgenommene PO-Wert (H4).

Dass PO nicht nur ein subjektives Gefühl bleibt, sondern konkrete

Verhaltenskonsequenzen hat, zeigen Kirk et al. (2018) in einer Reihe von fünf experimentellen Studien. In einer ersten Studie induzierten die Autoren bei 58 Studierenden ein Gefühl von PO gegenüber einer Kaffeetasse durch individuelle Anpassung. Anschließend bewegte ein Kellner die Tasse – in der Kontrollbedingung blieb sie stehen. Die Bewegung der Tasse wurde als Besitzverletzung wahrgenommen und löste territoriale Reaktionen aus, etwa geringere Trinkgeldgabe und defensive Körpersprache. In einer zweiten Studie mit 162 Teilnehmenden wurden sowohl PO als auch ein Besitzsignal einer anderen Person systematisch variiert. PO wurde dabei durch aktives Gestalten eines Ordners (hohes PO) versus bloßes Kopieren (niedriges PO) manipuliert. Nur bei hohem PO führte das Besitzsignal zu signifikant stärkerem Gefühl der Besitzverletzung und zu weniger prosozialem Verhalten. Weitere Studien replizierten diese Befunde in verschiedenen Alltagskontexten und zeigten konsistent, dass PO eine psychologische Grenze um das Zielobjekt zieht. Wird diese Grenze überschritten, reagieren Menschen mit Schutz- und Abwehrverhalten (Kirk et al., 2018).

Diese Befunde sind für die vorliegende Arbeit besonders relevant, da sie zeigen, dass PO nicht auf materielle Objekte beschränkt ist, sondern überall dort entsteht, wo Menschen die drei von Pierce et al. (2001) beschriebenen Voraussetzungen erfüllen: Kontrolle ausüben, ein tiefes Verständnis entwickeln und sich mit Zeit und Energie einbringen. Genau diese Voraussetzungen sind auch bei der Entwicklung und Gestaltung eines individuellen Lifestyles gegeben: Wer seinen Lebensstil über Jahre aktiv gestaltet, tief mit seinen Routinen und Gewohnheiten vertraut ist und kontinuierlich Ressourcen in ihn investiert, könnte ihn als etwas erleben, das subjektiv „eigen“ ist. Ob dies tatsächlich der Fall ist, d.h. ob Lifestyle überhaupt als Zielobjekt von PO verstanden werden kann, ist bislang empirisch nicht untersucht und stellt die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit dar.

Psychological Ownership und die moralische Bewertung staatlicher Eingriffe

Wenn Menschen PO gegenüber ihrem Lifestyle empfinden, hat das nicht nur Konsequenzen für ihr Verhalten gegenüber anderen Personen, wie Kirk et al. (2018) gezeigt haben, sondern möglicherweise auch für die Bewertung staatlicher Eingriffe in diesen Lebensbereich. Empfinden Menschen ihren Lifestyle als subjektiv eigenen Besitz, könnte ein staatlicher Eingriff nicht mehr als bloße praktische Einschränkung wahrgenommen werden, sondern als Verletzung eines legitimen persönlichen Anspruchs. Moral dient in diesem Zusammenhang als konzeptioneller Rahmen, der erklärt, warum solche Eingriffe als illegitim bewertet werden könnten, und zwar nicht im Sinne eines umfassenden Systems allgemeiner Wertüberzeugungen, sondern als normative Bewertung staatlicher Maßnahmen im Hinblick auf ihre wahrgenommene Berechtigung.

Nadler (2018) betont, dass insbesondere solche Besitztümer, die über längere Zeit eng mit einer Person verbunden sind, eine starke emotionale Bedeutung erhalten. Eingriffe in diese werden, insbesondere wenn sie ohne Zustimmung erfolgen, häufig als moralisch verwerflich wahrgenommen. Kirk et al. (2018) zeigen ergänzend, dass PO dazu führen kann, dass Eingriffe in Objekte, auf die ein Gefühl von PO besteht, als wahrgenommene Grenzverletzungen interpretiert werden und territoriale Reaktionen auslösen. Da Besitztümer oft als Teil des eigenen Selbst betrachtet werden, wird ein unfreiwilliger Verlust oder ein Eingriff als Minderung oder Verletzung der eigenen Person empfunden und geht mit moralischer Verurteilung einher (Miller et al., 2014; Nadler, 2018). Als moralisch illegitim könnten demnach solche Eingriffe wahrgenommen werden, die als Grenzverletzung interpretiert werden, weil sie zu unfreiwilligem Verlust führen und in einen Lebensbereich eingreifen, der subjektiv als eigener Besitz erlebt wird. Basierend auf dieser Argumentation nehme ich an, dass Teilnehmende einen staatlichen Eingriff in einen Lifestyle als

moralisch verwerflicher bewerten, wenn die Person in der Vignette ein starkes PO gegenüber ihrem Lebensstil empfindet, als wenn sie ein schwaches PO empfindet (H5).

Methode

Die Studie

Ziel der Studie war es, zu untersuchen, ob Psychological Ownership (PO) auf den Bereich des persönlichen Lifestyles übertragbar ist und ob ein stärkeres Gefühl von PO mit einer höheren wahrgenommenen moralischen Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe in diesen Lifestyle einhergeht. Zu diesem Zweck wurde eine Online-Studie mit einem vignettengestützten Messwiederholungsdesign durchgeführt. Die drei theoretischen Voraussetzungen von PO (Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition) wurden dabei als unabhängige Variablen systematisch variiert. Als abhängige Variablen wurden das wahrgenommene PO gegenüber dem beschriebenen Lifestyle sowie die moralische Verwerflichkeit eines hypothetischen staatlichen Eingriffs in diesen Lifestyle erfasst. Die Studie wurde über die Umfrageplattform Unipark umgesetzt und richtete sich an eine deutschsprachige Stichprobe.

Stichprobe

Die Datenerhebung erfolgte online über die Umfrageplattform Unipark. Die Rekrutierung der Teilnehmenden fand primär über soziale Netzwerke und persönliche Weiterverbreitung im Sinne eines Schneeballverfahrens statt. Eine finanzielle Vergütung wurde nicht gewährt. Insgesamt nahmen 169 Personen an der Studie teil. Nach Bereinigung des Datensatzes verblieb eine finale

Stichprobe von $N = 134$ Teilnehmenden für die Analyse. Das Durchschnittsalter der finalen Stichprobe lag bei $M = 32.1$ Jahren ($SD = 14.6$), mit einer Altersspanne von 19 bis 71 Jahren. Von den Teilnehmenden identifizierten sich 61.9 % ($n = 83$) als weiblich, 35.1 % ($n = 47$) als männlich und 3.0 % ($n = 4$) als divers. Das Bildungsniveau der Stichprobe war insgesamt eher hoch: 55.2 % ($n = 74$) verfügten über einen Hochschulabschluss, 35.8 % ($n = 48$) über ein (Fach-)Abitur und 9.0 % ($n = 12$) über sonstige Abschlüsse.

Versuchsplan

Zur Prüfung der Hypothesen wurde ein Messwiederholungsdesign (within-subject) eingesetzt. Die Studie umfasste drei unabhängige Variablen: Kontrolle (hoch vs. niedrig), intimes Wissen (hoch vs. niedrig) und Selbstinvestition (hoch vs. niedrig). Durch die vollständige Kombination dieser drei zweistufigen Bedingungen ergaben sich $2 \times 2 \times 2 = 8$ Vignettenvarianten pro Lifestyle-Thema. Insgesamt wurden fünf Lifestyle-Themen eingesetzt, woraus ein Pool von 40 Vignetten resultierte. Jede teilnehmende Person las jeweils eine Vignette pro Lifestyle-Thema, sodass jede Person insgesamt fünf Vignetten beurteilte. Die Zuweisung der Bedingungskombinationen sowie die Reihenfolge der Vignetten wurden randomisiert. Als abhängige Variablen wurden das wahrgenommene PO gegenüber dem beschriebenen Lifestyle sowie die moralische Verwerflichkeit eines hypothetischen staatlichen Eingriffs in diesen Lifestyle erfasst.

Messinstrumente

Zur Erfassung der zentralen Konstrukte wurden zwei Skalen eingesetzt.

Psychological Ownership: Psychological Ownership wurde mithilfe einer adaptierten Version der Skala von Van Dyne und Pierce (2004) erfasst, die ursprünglich für den

organisatorischen Kontext entwickelt wurde. Für die vorliegende Studie wurde die Skala sprachlich so umformuliert, dass sie auf Lifestyle als Zielobjekt anwendbar ist. Die Skala bestand aus sieben Items: „Ich habe das Gefühl, dass dieser Lebensstil wirklich zur Person gehört“, „Die Person scheint eine starke persönliche Verbindung zu diesem Lebensstil zu haben“, „Dieser Lebensstil spiegelt wider, wer die Person ist“, „Die Person hat sich viel Mühe gegeben, diesen Lebensstil zu leben“, „Die Person hat die Kontrolle darüber, wie sie diesen Lebensstil lebt“, „Wenn die Person diesen Lebensstil aufgeben müsste, wäre das ein persönlicher Verlust für sie“ sowie „Der Lebensstil scheint etwas zu sein, das die Person im Laufe der Zeit entwickelt und gestaltet hat“. Die Items wurden auf einer 7-stufigen Likert-Skala beantwortet, die von 1 = *stimme überhaupt nicht zu* bis 7 = *stimme vollkommen zu* reichte. Die interne Konsistenz der adaptierten Skala war hoch (Cronbach's $\alpha = .87$).

Moralische Verwerflichkeit des Eingriffs: Die moralische Verwerflichkeit eines Eingriffs wurde mit einer selbst entwickelten Skala erfasst. Diese bestand aus vier Items: „Es ist nicht gerechtfertigt, dass andere in diesen Lebensstil eingreifen“, „Es ist moralisch unzulässig, dass externe Stellen persönliche Entscheidungen der Person beeinflussen“, „Es ist falsch, wenn das Verhalten der Person von außen kontrolliert oder reguliert wird“ sowie „Es ist moralisch nicht akzeptabel, dass dieser Lebensstil verändert oder eingeschränkt wird“. Die Items wurden auf einer 7-stufigen Likert-Skala beantwortet, die von 1 = *stimme überhaupt nicht zu* bis 7 = *stimme vollkommen zu* reichte. Die Skala wies eine sehr hohe interne Konsistenz auf (Cronbach's $\alpha = .95$).

Vignetten

Zur Operationalisierung der unabhängigen Variablen wurde ein Pool von insgesamt 40 Vignetten entwickelt, die jeweils einen fiktiven Charakter bei der Ausübung eines bestimmten

Lifestyles beschrieben. Der Pool umfasste fünf Lifestyle-Themen: Auto-Lifestyle, Rave-Lifestyle, Whiskey-Lifestyle, Shisha-Lifestyle und Fast-Fashion-Lifestyle. Für jedes Thema lagen acht Varianten vor, die sich systematisch in den drei Bedingungen Kontrolle (hoch vs. niedrig), intimes Wissen (hoch vs. niedrig) und Selbstinvestition (hoch vs. niedrig) unterschieden, sodass alle acht möglichen Kombinationen dieser drei zweistufigen Bedingungen abgedeckt wurden. Jede teilnehmende Person erhielt aus jedem Lifestyle-Thema genau eine Vignette, wobei die jeweilige Bedingungskombination zufällig bestimmt wurde. Die folgenden zwei Beispielvignetten illustrieren die Systematik der Vignettenvariation am Beispiel des Auto-Lifestyles, einmal mit allen Bedingungen auf hoher Ausprägung und einmal mit allen Bedingungen auf niedriger Ausprägung.

Beispiel 1: Kontrolle hoch, intimes Wissen hoch, Selbstinvestition hoch

„Jonas lebt für Autos. Schon seit seiner Jugend hat er eine Leidenschaft für Motoren, Karosserien und Fahrtechnik entwickelt. Heute besitzt er mehrere Fahrzeuge und verbringt fast jede freie Minute mit ihnen. Seine Wochenenden plant er genau: Welche Strecke er fährt, welche Wagen er nutzt und welche Umbauten er ausprobieren will. Sein Wissen über Autos ist umfassend. Er kennt die neuesten Modelle, technische Details zu Motorleistung, Abgasanlagen oder Fahrwerk und verfolgt in Foren und Fachzeitschriften die Diskussionen über Tuning und Fahrtechnik. Oft schraubt er selbst an seinen Wagen herum, optimiert die Leistung oder verändert die Abgasanlage. Auch sein Investment ist enorm: Jonas steckt viel Geld in den Kauf und die Pflege seiner Autos, in Umbauten, Zubehör und Spezialwerkstätten. Außerdem reist er zu Automessen, Tuning-Treffen und Motorsportevents, um Gleichgesinnte zu treffen und Inspiration zu sammeln.“

Beispiel 2: Kontrolle niedrig, intimes Wissen niedrig, Selbstinvestition niedrig

„Jonas mag Autos, aber sie stehen nicht im Mittelpunkt seines Lebens. Er fährt gern, genießt die Freiheit auf der Straße, doch Planung oder technisches Verständnis spielen für ihn kaum eine Rolle. Seine Fahrten sind spontan, ohne großen Aufwand oder Vorbereitung. Er legt wenig Wert darauf, jedes Detail zu kontrollieren. Sein Wissen über Autos ist begrenzt. Er interessiert sich kaum für technische Hintergründe, PS-Zahlen oder neue Modelle. Wenn sein Auto gewartet werden muss, gibt er es einfach in die Werkstatt, ohne sich weiter Gedanken zu machen. Jonas fährt ein älteres, funktionales Auto, das er schon seit 20 Jahren fährt. Teure Umbauten, Messen oder Tuning-Treffen sind für ihn kein Thema. Autos sind für ihn ein Mittel zum Zweck, kein Ausdruck seiner Identität.“

Eingriff in den Lifestyle

Um die wahrgenommene moralische Verwerflichkeit eines staatlichen Eingriffs in den Lifestyle zu erfassen, wurde den Teilnehmenden nach der PO-Skala ein standardisierter Text vorgelegt. Dieser beschrieb ein hypothetisches Szenario, in dem staatliche Maßnahmen den zuvor dargestellten Lifestyle durch Verbote, Regulierungen und finanzielle Belastungen erheblich einschränken oder unmöglich machen. Der Eingriffstext war für alle Lifestyle-Themen identisch formuliert und lautete: „Stellen Sie sich vor, die Regierung beschließt neue Gesetze, die den dargestellten Lifestyle stark einschränken oder sogar unmöglich machen. Bestimmte Handlungen werden verboten, der Zugang zu wichtigen Produkten oder Orten wird reguliert, und hohe Abgaben machen es unattraktiv oder unerschwinglich, den Lifestyle weiterzuführen. Für die betroffene Person bedeutet das, dass sie ihre bisherigen Gewohnheiten nicht mehr wie gewohnt ausleben kann.“

Ablauf

Die Datenerhebung wurde als Online-Studie mittels Unipark durchgeführt. Vor Beginn der Studie wurden die Teilnehmenden über ihr Recht, die Teilnahme jederzeit abbrechen zu können, informiert. Außerdem wurde über Anonymität und vertrauliche Behandlung der Daten gemäß den Datenschutzrichtlinien informiert. Nach Bestätigung der Einverständniserklärung konnten die Teilnehmenden die Studie starten. Zunächst wurden demografische Daten zum Alter, Geschlecht und Bildungsstand abgefragt. Die Teilnehmenden wurden gebeten, verschiedene Vignetten über fiktive Personen mit unterschiedlichen Lifestyles zu lesen und dann einen anschließenden Fragebogen zu beantworten. Jede teilnehmende Person bekam zunächst eine Vignette aus dem Pool zum Thema Auto-Lifestyle, wobei die Ausprägungen von Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition zufällig variierten. Danach sollte die teilnehmende Person den Fragebogen zum wahrgenommenen PO beantworten.

Nach Beantwortung der PO-Skala wurde ein Text vorgelegt, welcher einen Eingriff in den Lifestyle durch den Staat beschreibt. Der Text beschrieb ein hypothetisches Szenario, in dem staatliche Maßnahmen den zuvor dargestellten Lifestyle durch Verbote, Regulierungen und finanzielle Belastungen erheblich einschränken oder unmöglich machen.

Nach dem fiktiven Eingriffs-Szenario wurde die Skala zur moralischen Verwerflichkeit vorgelegt. Die Teilnehmenden wurden gebeten, sich in die Perspektive der in der Vignette beschriebenen Person hineinzusetzen und die anschließenden Fragen aus deren Sicht zu beantworten. Da die dargestellten Lifestyles mit potenziell negativen Folgen für die Person selbst oder für die Umwelt verbunden waren und untersucht werden sollte, weshalb Menschen mit Widerwillen auf Eingriffe in ihren eigenen Lifestyle reagieren, war diese Perspektivübernahme zentral. Insgesamt bekam jede teilnehmende Person fünf Vignetten, jeweils eine zu folgenden

Lifestyles: Auto-Lifestyle, Rave-Lifestyle, Whiskey-Lifestyle, Shisha-Lifestyle, Fast-FashionLifestyle. Der gleiche Ablauf wiederholte sich also fünf mal; zusätzlich wurde nach der dritten Vignette ein Attention-Check durchgeführt, um sicherzustellen, dass die Teilnehmenden nicht zufällige Antworten gaben. Nach Ablauf der fünf Vignetten und den dazugehörigen Skalen sowie dem Eingriffstext wurde die Umfrage beendet.

Datenanalyse

Die Datenaufbereitung und statistische Auswertung erfolgte mit der Statistiksoftware R (R Core Team, 2024) in der Entwicklungsumgebung RStudio. Aufgrund des Messwiederholungsdesigns (mehrere Bewertungen pro Person) und der Tatsache, dass unterschiedliche Vignetten bewertet wurden, wurden linear mixed-effects models (LMMs) verwendet, um die Abhängigkeit der Beobachtungen innerhalb von Teilnehmenden sowie Unterschiede zwischen Vignetten statistisch zu berücksichtigen. Entsprechend wurden zufällige Intercepts für Teilnehmende und für Vignetten spezifiziert.

Zur Prüfung der Hypothesen H1–H3 (Modell 1a) wurde Psychological Ownership (PO) als abhängige Variable modelliert und Kontrolle, intimes Wissen sowie Investment als feste Effekte aufgenommen. Alle drei Prädiktoren wurden dabei als zweistufige Faktoren kodiert (0 = niedrig, 1 = hoch). Da die Hypothesen H1–H3 ausschließlich Haupteffekte der drei Voraussetzungen auf PO postulierten, wurden keine Interaktionen zwischen den festen Faktoren modelliert. Zusätzlich wurde zur Prüfung von H4 ein Modell (1b) geschätzt, in dem die kumulative Ausprägung der Voraussetzungen (Anzahl erfüllter Voraussetzungen; 0–3) als Prädiktor für PO spezifiziert wurde; auch hier wurden zufällige Intercepts für Teilnehmende und Vignetten berücksichtigt. Zur Prüfung von H5 (Modell 2) wurde ein weiteres LMM gerechnet, in dem die moralische Verwerflichkeit als

abhängige Variable und PO als fester Effekt aufgenommen wurde, wiederum unter Kontrolle zufälliger Intercepts für Teilnehmende und Vignetten. Für die Inferenz der festen Effekte wurden p-Werte auf Basis von t-Tests mit Satterthwaite-Approximation der Freiheitsgrade bestimmt (lmerTest). Das Signifikanzniveau wurde auf $\alpha = .05$ (zweiseitig) festgelegt.

Ergebnisse

Zur Prüfung der Hypothesen H1–H3 wurde ein lineares gemischtes Modell (LMM) geschätzt, in dem PO als abhängige Variable und Kontrolle, intimes Wissen sowie Investment als feste Effekte aufgenommen wurden. Alle drei Prädiktoren wurden als zweistufige Faktoren kodiert (0 = niedrig, 1 = hoch). Als zufällige Effekte wurden Intercepts für Teilnehmende und Vignetten spezifiziert, um die Abhängigkeit der Beobachtungen innerhalb von Personen sowie Unterschiede zwischen Vignetten zu berücksichtigen. Es wurden ausschließlich Haupteffekte modelliert. Entsprechend der Hypothesen H1–H3 wurde erwartet, dass alle drei Voraussetzungen einen signifikanten positiven Haupteffekt auf PO aufweisen.

Hinsichtlich der Annahme, dass die drei Voraussetzungen von PO (Kontrolle, intimes Wissen, Selbstinvestition) auch im Hinblick auf Lifestyles wirksam sind und PO vorhersagen (H1–H3), zeigte sich, dass Vignetten mit hoher Kontrolle im Vergleich zu niedriger Kontrolle mit signifikant höherem Psychological Ownership einhergingen, $b = 1.02$, $SE = 0.10$, $t(663) = 10.43$, $p < .001$, 95%-KI [0.83, 1.21], $\beta = .41$ (H1). Auch H2 wurde unterstützt: Hohes intimes Wissen sagte höhere PO-Werte vorher, $b = 0.74$, $SE = 0.10$, $t(663) = 7.52$, $p < .001$, 95%-KI [0.55, 0.93], $\beta = .30$. Entsprechend wurde H3 ebenfalls bestätigt, da hohes Investment mit höherem PO verbunden war, $b = 0.65$, $SE = 0.10$, $t(663) = 6.64$, $p < .001$, 95%-KI [0.46, 0.85], $\beta = .26$. Wie

erwartet wiesen alle drei Haupteffekte im Modell signifikante positive Effekte auf PO auf, wobei Kontrolle den stärksten Effekt zeigte, gefolgt von intimen Wissen und Investment.

Tabelle 1

Ergebnisse des Linear Mixed Models für PO als Funktion von Kontrolle, Wissen und Investment(H1–H3)

Prädiktor	<i>b</i>	<i>SE</i>	95%-KI	<i>t</i> (663)	<i>p</i>	β	95%-KI [β]
Intercept	3.53	0.11	[3.32, 3.74]	32.59	< .001	—	—
Kontrolle (H1)	1.02	0.10	[0.83, 1.21]	10.43	< .001	0.41	[0.33, 0.49]
Wissen (H2)	0.74	0.10	[0.55, 0.93]	7.52	< .001	0.30	[0.22, 0.38]
Investment (H3)	0.65	0.10	[0.46, 0.85]	6.64	< .001	0.26	[0.19, 0.34]

Anmerkung. N = 134 (670 Beobachtungen). Modell enthält zufällige Intercepts für Teilnehmer und Vignetten. *b* = unstandardisierter Regressionskoeffizient; *SE* = Standardfehler; KI = Konfidenzintervall (Wald); *t* = t-Wert mit Satterthwaite-approximierten Freiheitsgraden; β = standardisierter Koeffizient (refit-Methode).

Zur Prüfung von H4 wurde ein separates LMM geschätzt, in dem ebenfalls zufällige Intercepts für Teilnehmende und Vignetten spezifiziert wurden. Als fester Effekt wurde anstelle der drei einzelnen Voraussetzungen die kumulative Anzahl erfüllter Voraussetzungen (0–3) als kontinuierlicher Prädiktor aufgenommen. Es wurde erwartet, dass das wahrgenommene Gefühl von PO mit der Anzahl der erfüllten Voraussetzungen steigt. Es zeigte sich ein signifikanter

Modell H5: AV = Moralische

Bewertung

Intercept	2.78	0.21	[2.37, 3.19]	13.21	< .001	—	—
PO	0.43	0.04	[0.35, 0.51]	$t(269) =$ 11.04	< .001	0.35	[0.29, 0.41]

ICC (adjusted) = 0.550

Anmerkung. N = 134 (670 Beobachtungen). Alle Modelle enthalten zufällige Intercepts für Teilnehmer und Vignetten. b = unstandardisierter Regressionskoeffizient; SE = Standardfehler; KI = Konfidenzintervall (Wald); β = standardisierter Koeffizient (refit-Methode). df: H4 t(665); H5 t(269). ICC (adjusted): H4 = 0.346, H5 = 0.550.

Insgesamt ergaben die Modellannahmen keine auffälligen Abweichungen: Die Residuen lagen im QQ-Plot weitgehend auf der Referenzlinie und der Residuen-gegen-Fitted-Plot zeigte kein systematisches Muster.

Diskussion

Widerstand gegen Lifestyle-Veränderungen ist ein viel diskutiertes Phänomen, das bislang vor allem durch die Macht der Gewohnheit erklärt wurde: Menschen ändern tief verwurzelte Verhaltensweisen häufig nur schwer, selbst wenn sie die Notwendigkeit dazu erkennen (Verplanken & Wood, 2006). Gewohnheiten allein können diesen Widerstand jedoch möglicherweise nicht vollständig erklären. Bislang fehlte eine empirische Untersuchung, die prüft, ob Menschen ihren Lifestyle als subjektiv eigenen Besitzbereich erleben können und ob ein solches Gefühl von Psychological Ownership (PO) die moralische Bewertung staatlicher Eingriffe beeinflusst. Während PO als Konzept in verschiedenen Kontexten untersucht wurde, etwa in

Bezug auf Organisationen, Orte, kulturelle Praktiken oder Ideen (Kirk et al., 2018; Peck & Luangrath, 2023), wurde Lifestyle bislang nicht als mögliches Zielobjekt von PO untersucht. Die vorliegende Studie schloss diese Lücke, indem sie in einem vignettengestützten Messwiederholungsdesign mit $N = 134$ Teilnehmenden systematisch variierte, ob die drei klassischen Voraussetzungen von PO (Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition) auch im Lifestyle-Kontext wirksam sind und ob stärkeres PO mit einer höheren wahrgenommenen moralischen Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe einhergeht. Die Ergebnisse zeigen, dass alle drei Voraussetzungen signifikant zur Entstehung von PO gegenüber einem Lifestyle beitragen, wobei Kontrolle den stärksten Effekt aufwies, gefolgt von intemem Wissen und Selbstinvestition. Darüber hinaus sagte ein stärkeres PO-Gefühl die moralische Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe signifikant vorher. Damit liefert die Studie erstmals empirische Evidenz dafür, dass Lifestyle als Zielobjekt von PO verstanden werden kann und dass subjektives Besitzerleben die normative Bewertung von Eingriffen in den eigenen Lebensstil beeinflusst.

Ein Teilziel der Studie, und grundlegend für nachfolgende Ideen, war es zu untersuchen, ob Lifestyle als Zielobjekt von PO angesehen werden kann. Es wurde also untersucht, inwiefern Menschen ein Gefühl von Besitz auf ihren Lifestyle empfinden können, auch wenn er ihnen rechtlich nicht gehört. Die Ergebnisse stützten die zentrale Annahme der PO-Theorie, wonach Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition grundlegende Wege zur Entstehung von Psychological Ownership darstellen (Pierce et al., 2001, 2003). Dass sich PO auch in Lifestyle-Vignetten systematisch variieren ließ, spricht dafür, dass sich Lifestyle als Zielobjekt von PO eignet. In der vorliegenden Studie zeigte sich eine Rangfolge der Voraussetzungen, bei der Kontrolle den stärksten Einfluss auf das Ownership-Erleben hatte, gefolgt von Wissen und

schließlich Investition. Schaut man sich den kumulativen Effekt der Voraussetzungen an, so wird ersichtlich, dass das wahrgenommene PO mit der Anzahl der erfüllten Voraussetzungen steigt.

Bisher fehlte in der Forschung eine empirische Untersuchung, die das Konzept des PO auf den Bereich des persönlichen Lifestyles überträgt und dessen Konsequenzen für die Bewertung staatlicher Eingriffe untersucht. Diese Arbeit leistet in dieser Hinsicht mehrere wichtige Beiträge. Erstens erweitert sie das PO-Konzept empirisch auf ein bislang nicht untersuchtes Zielobjekt, nämlich den persönlichen Lebensstil, und zeigt, dass die von Pierce et al. (2001, 2003) beschriebenen Voraussetzungen auch im Lifestyle-Kontext wirksam sind. Dies knüpft an bestehende Forschung an, die PO bereits auf immaterielle Zielobjekte wie kulturelle Praktiken (Peck & Luangrath, 2023) oder Territorien (Nijs et al., 2024) ausgeweitet hat, und erweitert diese Linie um den Bereich des persönlichen Lifestyles. Zweitens liefert die Arbeit erste empirische Evidenz dafür, dass subjektives Besitzerleben gegenüber einem Lifestyle die moralische Bewertung staatlicher Eingriffe systematisch beeinflusst. Dies ist insbesondere angesichts gesellschaftlicher Debatten über Verhaltensregulierung relevant, etwa im Bereich Klimaschutz, Gesundheit oder Konsumverhalten, wo staatliche Eingriffe in persönliche Lebensstile zunehmend diskutiert werden. Drittens stellt das vignettengestützte Messwiederholungsdesign eine methodische Stärke dar, da es eine systematische und kontrollierte Variation der PO-Voraussetzungen ermöglichte und dabei eine hohe interne Validität gewährleistete. Die Vignetten deckten fünf inhaltlich unterschiedliche Lifestyle-Themen ab, was die Generalisierbarkeit der Befunde innerhalb des Untersuchungsrahmens stützt.

Dieser Befund passt zu theoretischen Überlegungen von Pierce et al. (2001), die Kontrolle als zentralen Zugang zu Ownership beschreiben. Die Autoren vermuten, dass Kontrolle die

Grundlage dafür bildet, dass Menschen sich als Eigentümer fühlen und das Objekt als Teil ihres Selbst wahrnehmen, und dass intimes Wissen und Selbstinvestition dieses Gefühl ebenfalls bzw. ergänzend stärken.

Auch Peck und Luangrath (2023) untersuchten PO in verschiedenen Bereichen und wiesen auf seine Wirksamkeit im Kontext kultureller Aneignung hin. Sie argumentieren, dass Mitglieder einer Kultur bestimmte kulturelle Praktiken, Symbole oder Artefakte als Teil ihrer kollektiven Identität wahrnehmen und somit als subjektiv eigenen Besitz empfinden. Wenn diese Elemente von Außenstehenden ohne Kenntnis ihrer Bedeutung übernommen werden, wird dieses Besitzgefühl verletzt. Dieses Argument stützt ihre die Annahme, dass vertieftes Wissen ein besonders starker und legitimer Pfad zu PO sein kann, da es auf einer über Zeit gewachsenen Beziehung beruht und insbesondere bei immateriellen Gütern entscheidend dafür sein könnte, wessen Besitzanspruch als legitim gilt. Es könnte also gut möglich sein, dass je nach Zielobjekt eine andere Voraussetzung wichtiger für die Entstehung von PO ist.

Ein möglicher Erklärungsansatz, warum in dieser Untersuchung gerade Kontrolle wichtig erscheint, liegt in der spezifischen Natur des Zielobjekts. Obwohl Lifestyle als immaterielles Objekt verstanden werden kann, wurde er in den Vignetten vor allem als aktiv gestaltete Lebenspraxis dargestellt. In einem solchen Kontext könnte die wahrgenommene Kontrolle über Routinen, Entscheidungen und alltägliche Ausgestaltung unmittelbarer für das Ownership-Erleben sein als intimes Wissen.

Ein weiteres Ziel der Studie bestand darin zu untersuchen, ob ein staatlicher Eingriff in einen Lifestyle mit stark ausgeprägtem PO als moralisch verwerflich wahrgenommen wird. Die Ergebnisse zu dieser Hypothese deuten darauf hin, dass Eingriffe in einen Lifestyle insbesondere

dann als problematisch erscheinen, wenn dieser nicht nur als Verhaltensmuster oder Hobby, sondern als subjektiv eigener Besitzbereich erlebt wird. In diesem Fall liegt nahe, dass der Eingriff nicht mehr bloß als praktische Einschränkung, sondern als Verletzung eines legitimen Anspruchs gedeutet wird. Dies stimmt mit Forschung überein, die zeigt, dass Eigentumsrechte moralische Bewertungen systematisch beeinflussen und Verstöße gegen solche Rechte als normativ problematisch wahrgenommen werden (Miller et al., 2014). Nach Nadler (2018) hat die Deferenz gegenüber Regeln und Autoritäten dort Grenzen, wo Eingriffe als moralisch unzulässig erlebt werden. Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die moralische Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe nicht allein aus einer allgemeinen Ablehnung von Regulierung resultieren muss, sondern spezifisch daraus, dass ein Eingriff als Verletzung eines subjektiv legitimen Besitzanspruchs interpretiert wird.

Diese Interpretation wird zudem durch Forschung zu PO gestützt. Kirk et al. (2018) zeigten in einer Reihe experimenteller Studien, dass PO eine psychologische Grenze um Zielobjekte zieht und bei Grenzverletzungen territoriale Reaktionen auslöst. So induzierten die Autoren etwa ein Gefühl von PO gegenüber einer Kaffeetasse durch individuelle Anpassung und zeigten, dass bereits das Bewegen der Tasse durch eine andere Person als Besitzverletzung wahrgenommen wurde und Abwehrreaktionen auslöste. Übertragen auf die vorliegende Studie spricht dies dafür, dass staatliche Eingriffe in einen Lifestyle besonders dann moralisch verwerflich erscheinen, wenn der Lifestyle als „mein“ erlebt wird und somit in einen subjektiv beanspruchten Bereich eingegriffen wird. Die Befunde lassen sich zudem im Licht des Endowment-Effekts interpretieren. Wenn Menschen ihrem Lifestyle aufgrund subjektiv erlebten Besitzes einen erhöhten Wert zuschreiben, könnten Eingriffe in diesen Lebensbereich besonders negativ bewertet werden, da

nicht nur eine Verhaltensänderung, sondern der Verlust von etwas subjektiv Eigenem droht (Kahneman et al., 1990; Thaler, 1980).

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie ergibt sich somit auch eine praktische Implikation: Wenn ein potenziell schädlicher Lifestyle mit starkem Psychological Ownership verbunden ist, stellt sich die Frage, wie staatliche oder politische Akteure Veränderungen gestalten können, ohne sofort moralische Ablehnung auszulösen. Die Forschung zu Psychological Ownership legt nahe, dass Veränderungen eher dann akzeptiert werden, wenn sie als selbstinitiiert, schrittweise und ergänzend wahrgenommen werden, während von außen auferlegte, radikale oder als entziehend erlebte Veränderungen eher Widerstand hervorrufen (Kirk et al., 2018; Pierce et al., 2001). Für den Umgang mit starkem PO bedeutet dies, dass Interventionen nicht primär auf abrupten Verboten oder rein restriktiven Maßnahmen beruhen sollten, sondern möglichst an den Mechanismen ansetzen sollten, durch die Ownership überhaupt entsteht.

Pierce et al. (2001) argumentieren, dass Veränderungen erfolgreicher sein können, wenn Kontrolle, Investition und die Beziehung zum Zielobjekt nicht vollständig entzogen, sondern in veränderter Form aufgegriffen werden. Übertragen auf Lifestyles bedeutet dies, dass staatliche Maßnahmen eher akzeptiert werden könnten, wenn sie Personen weiterhin ein Gefühl von Wahlfreiheit und Einfluss vermitteln, an bestehende Routinen anknüpfen und Möglichkeiten eröffnen, Kontrolle, Wissen und Selbstinvestition auf weniger schädliche Alternativen zu übertragen. Anstatt einen Lifestyle ausschließlich zu verbieten oder einzuschränken, könnte es daher wirksamer sein, Übergänge so zu gestalten, dass Individuen das Gefühl behalten, den Veränderungsprozess zumindest teilweise selbst mitzugestalten.

Limitationen

Zunächst ist wichtig zu betonen, dass es sich bei der durchgeführten Studie um eine erste, explorative Untersuchung handelt, da es bisher kaum theoretische Grundlagen gibt, welche die Konzepte Psychological Ownership und Lifestyle verknüpft. Zwar kann auf bekannte Ansätze aus der PO-Forschung zurückgegriffen werden, doch fehlen für den Lifestyle-Kontext bislang klare Definitionen und bewährte Modelle. Diese Offenheit erlaubt zwar neue, spannende Perspektiven, sie bringt aber auch Unsicherheiten mit sich, etwa wenn es um die Einordnung der Ergebnisse oder deren Generalisierbarkeit geht. Außerdem ist die Validität der verwendeten Vignetten zu berücksichtigen. Die Studie umfasste fünf Lifestyle-Themen, nämlich Auto-, Rave-, Whiskey-, Shisha- und Fast-Fashion-Lifestyle. Auch wenn diese Auswahl unterschiedliche alltagsnahe und gesellschaftlich relevante Lebensstile abdeckt, ist nicht auszuschließen, dass andere Lifestyle-Bereiche zu abweichenden Ergebnissen geführt hätten. Insbesondere könnten manche Themen für Teilnehmende stärker moralisch aufgeladen gewesen sein als andere. Ebenso ist denkbar, dass einzelne Vignetten die Voraussetzungen Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition unterschiedlich anschaulich oder überzeugend transportierten.

Eine weitere Einschränkung betrifft die inhaltliche Konnotation der Lifestyle-Themen. Die verwendeten Lifestyle-Themen können und sollten für die Zwecke der Studie mit negativen Folgen für Gesundheit, Umwelt oder Gesellschaft verbunden sein. Dadurch ist es aber möglich, dass Teilnehmende staatliche Eingriffe unabhängig vom Ausmaß des PO bereits eher als legitim oder illegitim bewerten, weil sie mit dem jeweiligen Lifestyle eigene moralische oder politische Vorannahmen verbinden. Obwohl durch die Perspektivübernahme versucht wurde, diesen Effekt zu reduzieren, lässt sich nicht vollständig ausschließen, dass persönliche Einstellungen der Teilnehmenden die Bewertungen beeinflusst haben. Wenn eine teilnehmende Person z.B. selber

gerne und oft Whiskey trinkt, so wird Sie einen Eingriff in den Lifestyle vielleicht auch unabhängig von der Ausprägung de PO, als moralisch verwerflich ansehen. Auch die Operationalisierung der moralischen Verwerflichkeit stellt eine Limitation dar. Die entsprechende Skala wurde eigens für diese Studie entwickelt. Zwar zeigte sie eine sehr hohe interne Konsistenz, es bleibt jedoch offen, inwieweit sie das Konstrukt der moralischen Verwerflichkeit trennscharf von benachbarten Konstrukten wie z.B. wahrgenommener Unfairness, Reaktanz oder allgemeiner Ablehnung staatlicher Regulierung erfasst. Zukünftige Forschung sollte daher die Validität dieser Skala weiter prüfen. Weitere Limitationen ergeben sich aus der Stichprobe, welche die Generalisierbarkeit der Ergebnisse einschränkt: Es handelt sich um eine Anfallsstichprobe, in der rund 55 % der Teilnehmenden über einen Hochschulabschluss verfügen.

Fazit

Die vorliegende Arbeit legt nahe, dass der eigene Lifestyle als Zielobjekt von Psychological Ownership betrachtet werden kann. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die drei klassischen Voraussetzungen von PO – Kontrolle, intimes Wissen und Selbstinvestition – auch im Lifestylekontext wirksam sind und das Ownership-Erleben systematisch vorhersagen, wobei Kontrolle den stärksten Einfluss zeigte. Darüber hinaus konnte gezeigt werden, dass ein stärkeres Gefühl von PO mit einer höheren moralischen Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe einhergeht. Dies legt nahe, dass Widerstand gegen Veränderungen des eigenen Lebensstils nicht allein auf Gewohnheiten zurückzuführen ist, sondern auch auf das Erleben subjektiven Besitzes. Für Praxis und Politik bedeutet dies, dass Interventionen, die das Gefühl von Kontrolle und Selbstbestimmung wahren, auf größere Akzeptanz stoßen dürften als restriktive Maßnahmen.

Literaturverzeichnis

- Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Palanski, M. E. (2012). Exploring the process of ethical leadership: The mediating role of employee voice and psychological ownership. *Journal of Business Ethics*, 107(1), 21–34. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1298-2>
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 13, 158–166. <https://doi.org/10.1891/0889->

[8391.13.2.158](#)

Bourdieu, P. (1984). *A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

Boyer, P. (2023). Ownership psychology as a cognitive adaptation: A minimalist model.

Behavioral and Brain Sciences, 46, Article e323.

<https://doi.org/10.1017/S0140525X22002527>

Brivio, F., Viganò, A., Paterna, A., Palena, N., & Greco, A. (2023). Narrative review and analysis of the use of "lifestyle" in health psychology. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4427. <https://doi.org/10.3390/ijerph20054427>

Brown, G., Crossley, C., & Robinson, S. L. (2013). Psychological ownership, territoriality, and being perceived as a team contributor: The critical role of trust in the work environment. *Personnel Psychology*, 67(2), 463–485. <https://doi.org/10.1111/peps.12048>

Bundesinstitut für Öffentliche Gesundheit. (2024, 27. Mai). *Weltnichtrauchertag 2024: Trend zum Nichtrauchen bei Jugendlichen hält an, Einweg-E-Zigaretten beliebt*. <https://www.bioeg.de/aktuelles/2024-05-27-weltnichtrauchertag-2024-trend-zumnichtrauchen-bei-jugendlichen-haelt-an-einweg-e-zigaretten-beliebt/>

Etzioni, A. (1991). The socio-economics of property. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 465–468.

Gillwald, K. (1995). *Ökologisierung von Lebensstilen: Argumente, Beispiele, Einflussgrößen* (No. FS III 95-408). WZB Discussion Paper. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. <https://www.econstor.eu/handle/10419/50214>

Jagodzinski, A., Johansen, C., Koch-Gromus, U., Aarabi, G., Adam, G., Anders, S., ... Blankenberg, S. (2020). Rationale and design of the Hamburg City Health Study. *European Journal of Epidemiology*, 35(2), 169–181.

<https://doi.org/10.1007/s10654-019-00577-4>

Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of Political Economy*, 98(6), 1325–1348.

<https://doi.org/10.1086/261737>

Kirk, C. P., Peck, J., & Swain, S. D. (2018). Property lines in the mind: Consumers' psychological ownership and their territorial responses. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 148–168.

<https://doi.org/10.1093/jcr/ucx111>

Kleine, R., Kleine, S., Hoch, S., & Meyer, R. (2000). Consumption and self-schema changes throughout the identity project life cycle. *Advances in Consumer Research*, 27, 279–285.

Millar, J. C., Turri, J., & Friedman, O. (2014). For the greater goods? Ownership rights and utilitarian moral judgment. *Cognition*, 133, 79–84.

<https://doi.org/10.1016/j.cognition.2014.05.018>

Mohammadpur, A., & Mahmoodi, K. (2016). Lifestyle and identity in contemporary Iranian Kurdistan (a grounded study of Marivan City). *Quality & Quantity*, 50(5), 1907–1928.

<https://doi.org/10.1007/s11135-015-0243-8>

Nadler, J. (2018). The social psychology of property: Looking beyond market exchange. *Annual Review of Law and Social Science*, 14, 367–380. <https://doi.org/10.1146/annurevlawsocsci-110316-113627>

Nijs, T., Martinovic, B., & Verkuyten, M. (2024). The two routes of collective psychological ownership: Rights and responsibilities explain intentions to exclude outsiders and engage in stewardship behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 50(2), 270–284.

<https://doi.org/10.1177/01461672221129757>

OpenAI. (2023). *ChatGPT (Version 4) [Large language model]*. <https://chat.openai.com/>

Peck, J., & Luangrath, A. W. (2023). A review and future avenues for psychological ownership in consumer research. *Consumer Psychology Review*, 6(1), 52–74. <https://doi.org/10.1002/arcp.1084>

Pierce, J. L., & Jussila, I. (2011). *Psychological ownership and the organizational context: Theory, research evidence, and application*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857934451>

Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298–310. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378028>

Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84–107. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>

R Core Team. (2024). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. R Foundation for Statistical Computing. Vienna, Austria. <https://www.R-project.org/>

Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39–60. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)

Umweltbundesamt. (2024). *Energiebedingte Emissionen von Klimagasen und Luftschadstoffen*. <https://www.umweltbundesamt.de/daten/energie/energiebedingte-emissionen>

Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439–459. <https://doi.org/10.1002/job.249>

Verplanken, B., & Wood, W. (2006). Interventions to break and create consumer habits. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 90–103. <https://doi.org/10.1509/jppm.25.1.90>

Wood, W., Tam, L., Witt, M. G., & Devine, P. (2005). Changing circumstances, disrupting habits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 918–933. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.6.918>

Anhang

Erklärung zur Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI)

Hiermit erkläre ich, dass ich die folgenden KI-Hilfsmittel zur Erstellung meiner Masterarbeit mit dem Titel „my Life(sytle)- my choice“ verwendet habe. Ich versichere, dass die Kennzeichnung der verwendeten KI-Hilfsmittel vollständig ist, inkl. Verwendungszweck, Produktname, als auch ggfs. Prompts und Outputs des KI-Hilfsmittels. Ich verantworte die Auswahl und die Übernahme sämtlicher Ergebnisse der von mir verwendeten KI-Hilfsmittel vollumfänglich selbst.

Verwendungszweck*	Produktname KI-Hilfsmittels	Ggfs. Prompt (Input) und Output des KI-Hilfsmittels
Literatursuche	ChatGPT, NotebookLM	Input: z.B.: Nenne mit die wichtigsten wissenschaftlichen Paper zum Thema Psychological Ownership
Hilfe beim Formatieren:	Claude	Input: Ist dieses Dokument nach apa7 richtig formatiert? Gibt es Fehler?
Hilfe bei der Erstellung von Tabellen	Claude	
Hilfe bei der Strukturierung von Absätzen	ChatGPT	Input: Ich hab diese Ideen für den diskussionsteil. Wie kann ich das am besten strukturieren?
Hilfe bei Erstellung der Vignetten	ChatGPT	

* Hilfsmittel zur Überprüfung von Grammatik und Rechtschreibung oder der automatisierten Erstellung des Literaturverzeichnisses sind von dieser Erklärung ausgenommen.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Name: Jakob, Selzner

Matrikelnummer: 12029102

Ort, Datum: Wien, 19.03.2026



Unterschrift:

Tabelle 3

Psychological Ownership Skala

Item	Itemformulierung
-------------	-------------------------

- | | |
|---|--|
| 1 | Ich habe das Gefühl, dass dieser Lebensstil wirklich zur Person gehört. |
| 2 | Die Person scheint eine starke persönliche Verbindung zu diesem Lebensstil zu haben. |
| 3 | Dieser Lebensstil spiegelt wider, wer die Person ist. |
| 4 | Die Person hat sich viel Mühe gegeben, diesen Lebensstil zu leben. |
| 5 | Die Person hat die Kontrolle darüber, wie sie diesen Lebensstil lebt. |
| 6 | Wenn die Person diesen Lebensstil aufgeben müsste, wäre das ein persönlicher Verlust für sie. |
| 7 | Der Lebensstil scheint etwas zu sein, das die Person im Laufe der Zeit entwickelt und gestaltet hat. |
-

Anmerkung. N = 134. Antwortformat: 7-stufige Likert-Skala (1 = stimme gar nicht zu, 7 = stimme stark zu). Adaptiert von Van Dyne & Pierce (2004).

Tabelle 4

Skala zur moralischen Verwerflichkeit staatlicher Eingriffe

Item	Itemformulierung
-------------	-------------------------

- | | |
|---|---|
| 1 | Es ist nicht gerechtfertigt, dass andere in diesen Lebensstil eingreifen. |
| 2 | Es ist moralisch unzulässig, dass externe Stellen persönliche Entscheidungen der Person beeinflussen. |
| 3 | Es ist falsch, wenn das Verhalten der Person von außen kontrolliert oder reguliert wird. |
| 4 | Es ist moralisch nicht akzeptabel, dass dieser Lebensstil verändert oder eingeschränkt wird. |
-

Anmerkung. N = 134. Antwortformat: 7-stufige Likert-Skala (1 = stimme überhaupt nicht zu, 7 = stimme vollkommen zu). Selbst entwickelte Skala.

Allgemeiner Eingriffstext

Stellen Sie sich vor, die Regierung beschließt neue Gesetze, die den dargestellten Lifestyle stark einschränken oder sogar unmöglich machen. Bestimmte Handlungen werden verboten, der Zugang zu wichtigen Produkten oder Orten wird reguliert, und hohe Abgaben machen es unattraktiv oder unerschwinglich, den Lifestyle weiterzuführen. Für die betroffene Person bedeutet das, dass sie ihre bisherigen Gewohnheiten nicht mehr wie gewohnt ausleben kann.

Autos

1.1 Auto-Enthusiast-Lifestyle (alles hoch: Kontrolle – Wissen – Investment)

Jonas lebt für Autos. Schon seit seiner Jugend hat er eine Leidenschaft für Motoren, Karosserien und Fahrtechnik entwickelt. Heute besitzt er mehrere Fahrzeuge – darunter Sportwagen und SUVs – und verbringt fast jede freie Minute mit ihnen. Seine Wochenenden plant er genau: Welche Strecke er fährt, welche Wagen er nutzt und welche Umbauten er ausprobieren will.

Sein Wissen über Autos ist umfassend. Er kennt die neuesten Modelle, technische Details zu Motorleistung, Abgasanlagen oder Fahrwerk und verfolgt in Foren und Fachzeitschriften die Diskussionen über Tuning und Fahrtechnik. Oft schraubt er selbst an seinen Wagen herum, optimiert die Leistung oder verändert die Abgasanlage – auch wenn die Umbauten seine Autos lauter oder umweltschädlicher machen. In Gesprächen mit Freunden oder anderen Enthusiasten kann er stundenlang über PS-Zahlen, Beschleunigungswerte oder das Fahrgefühl bestimmter Modelle sprechen.

Auch sein Investment ist enorm: Jonas steckt viel Geld in den Kauf und die Pflege seiner Autos, in Umbauten, Zubehör und Spezialwerkstätten. Außerdem reist er zu Automessen,

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

TuningTreffen und Motorsportevents, um Gleichgesinnte zu treffen und Inspiration zu sammeln.

Für ihn sind Autos weit mehr als ein Fortbewegungsmittel – sie sind Ausdruck seiner Persönlichkeit und Kernstück seines Lebensstils. Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaspekte spielen dabei für ihn keine große Rolle; für Jonas zählt in erster Linie die Leidenschaft für Geschwindigkeit, Technik und Fahrspaß.

1.2 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment niedrig)

Jonas lebt für Autos. Schon seit seiner Jugend hat er eine Leidenschaft für Motoren, Karosserien und Fahrtechnik entwickelt. Er liebt das Gefühl, hinter dem Steuer zu sitzen, jede Kurve präzise zu nehmen und die Kontrolle über jedes Detail seines Fahrens zu behalten. Seine Wochenenden plant er genau: welche Strecke er fährt, welche Reifen er montiert oder wann er eine Probefahrt auf einer neuen Route unternimmt. Er achtet darauf, dass seine Fahrzeuge technisch einwandfrei funktionieren, und führt viele Wartungen selbst durch – aus dem Wunsch heraus, alles unter Kontrolle zu haben.

Sein Wissen über Autos ist beeindruckend. Jonas kennt die neuesten Modelle, weiß über Motortechnik, Abgasoptimierung und Fahrwerksabstimmung genau Bescheid und verfolgt die Entwicklungen in Fachzeitschriften und Online-Foren. In Gesprächen mit anderen Enthusiasten kann er stundenlang über technische Details, Beschleunigungswerte oder den Einfluss bestimmter Fahrtechniken auf das Kurvenverhalten sprechen. Wenn er an seinen Wagen arbeitet, geht es ihm weniger um große Umbauten, sondern um präzise, effiziente Anpassungen – er will verstehen, wie jedes Bauteil funktioniert und wie er es optimal nutzt.

Trotz seiner Leidenschaft investiert Jonas nur wenig Geld und Energie in seine Fahrzeuge. Er fährt gebrauchte, solide Autos, die er selbst pflegt und instand hält, anstatt ständig neue Modelle zu kaufen. Große Umbauten, Tuning oder teure Spezialteile sind für ihn nicht entscheidend – wichtig ist, dass er alles im Griff hat und seine Autos zuverlässig laufen. Statt viel Zeit auf Automessen oder Tuning-Treffen zu verbringen, vertieft er sich lieber in technische Literatur oder probiert kleine Verbesserungen aus. Für Jonas sind Autos vor allem ein Raum für Wissen, Präzision und Kontrolle – weniger ein Feld für großen finanziellen oder zeitlichen Aufwand. Seine Leidenschaft zeigt sich in der Genauigkeit und seinem Verständnis für Technik, nicht im äußeren Glanz oder im Investment.

1.3 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment hoch)

Jonas liebt Autos. Er besitzt mehrere Fahrzeuge, darunter Sportwagen und ein leistungsstarker SUV, und plant genau, wann er welchen Wagen fährt und welche Strecke er wählt. Seine Wochenenden sind bis ins Detail organisiert: Tankstopps, Reifendruck, Fahrzeiten – alles folgt seinem Plan. Er achtet darauf, dass seine Autos perfekt gepflegt sind und jederzeit startklar stehen. Für ihn ist Autofahren nicht nur ein Hobby, sondern eine Frage von Kontrolle, Präzision und Disziplin.

Technisch kennt sich Jonas jedoch nur oberflächlich aus. Er weiß, wie man gut fährt, aber weniger, wie der Motor im Detail funktioniert. Komplexe technische Begriffe oder Zusammenhänge interessieren ihn kaum. Wenn es um Umbauten, Tuning oder Reparaturen geht, verlässt er sich auf Werkstätten und Fachleute. Er weiß, was er will, aber nicht unbedingt, wie es

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

umgesetzt wird. Dafür investiert er viel Geld und Energie, um sicherzustellen, dass seine Fahrzeuge stets in bestem Zustand sind.

Jonas besucht regelmäßig Automessen, exklusive Tuning-Treffen und Motorsportveranstaltungen.

Er genießt den Austausch mit anderen, bewundert technische Innovationen und liebt den Lifestyle, der mit teuren Autos einhergeht. Sein hoher Einsatz zeigt sich weniger im technischen Wissen, sondern in der Bereitschaft, Geld, Zeit und Energie in seine Leidenschaft zu stecken. Für Jonas ist das Auto ein Symbol seiner Selbstdisziplin und seines Erfolgs – auch wenn er die Technik dahinter nicht immer versteht.

1.4 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Jonas fährt leidenschaftlich gern Auto. Ihm geht es vor allem um das Fahrgefühl und die Kontrolle über das Fahrzeug. Seine Wochenenden plant er sorgfältig: Wann er losfährt, welche

Strecke er nimmt und wie er seine Fahrten organisiert. Er achtet darauf, dass seine Autos sauber und zuverlässig sind, und er liebt das Gefühl, alles im Griff zu haben – vom Start bis zum Ziel. Autofahren bedeutet für ihn Freiheit, aber auch Struktur und Verantwortung.

Technisch kennt sich Jonas allerdings nur eingeschränkt aus. Er weiß, wie man sicher und präzise fährt, doch was unter der Motorhaube passiert, interessiert ihn wenig. Größere Reparaturen oder Umbauten überlässt er Fachleuten, und in Fachforen liest er selten mit. Sein Wissen reicht aus, um seine Autos sinnvoll zu nutzen, aber nicht, um selbst an ihnen zu arbeiten.

Auch finanziell hält sich Jonas zurück. Er fährt ältere, zuverlässige Modelle, die er selbst pflegt, ohne viel Geld oder Zeit in Tuning oder Zubehör zu stecken. Auf Automessen oder Treffen ist er selten – für ihn zählt das Erlebnis auf der Straße, nicht der Aufwand drumherum. Seine

Leidenschaft ist einfach und fokussiert: Kontrolle am Steuer, ein sicheres Gefühl beim Fahren, aber kein übermäßiger Einsatz von Ressourcen.

1.5 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment hoch)

Jonas ist ein echter Autokenner. Er kennt Motoren, Fahrwerke, Modellreihen und technische

Innovationen im Detail. In Foren und Fachzeitschriften diskutiert er über Tuning, Fahrphysik und neue Entwicklungen der Automobilindustrie. Er kann erklären, wie Abgassysteme funktionieren, welche Materialien Fahrleistungen verbessern oder wie sich unterschiedliche Reifen auf das Fahrverhalten auswirken.

Jonas besitzt mehrere hochwertige Fahrzeuge und investiert viel Geld in deren Pflege, Umbauten und Zubehör, überlässt jedoch vieles anderen. Werkstätten übernehmen die technische Umsetzung, Freunde organisieren Fahrten oder Treffen, und er selbst lässt die Dinge häufig auf sich zukommen.

Er besucht regelmäßig Automessen, Tuning-Treffen und Motorsportevents, um sich inspirieren zu lassen und neue Eindrücke zu gewinnen. Dort ist er vor allem als Kenner und Gesprächspartner gefragt. Für Jonas steht das technische Verständnis im Vordergrund, nicht die Kontrolle über jedes Detail. Autos sind für ihn eine intellektuelle Leidenschaft und ein Feld für Investition, aber kein Bereich, in dem er alles selbst lenken muss.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

1.6 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment niedrig)

Jonas interessiert sich brennend für Autos und hat über die Jahre ein tiefes technisches Wissen aufgebaut. Er liest Fachzeitschriften, verfolgt Online-Diskussionen und kennt die Unterschiede zwischen verschiedenen Motoren, Fahrwerken und Modellgenerationen genau. In Gesprächen mit anderen Enthusiasten kann er lange über Leistung, Technik und Innovation sprechen.

Trotz seines großen Wissens ist Jonas eher zurückhaltend, wenn es darum geht, selbst aktiv zu werden. Seine Fahrten plant er selten im Voraus, er entscheidet spontan, welches Auto er nimmt oder wohin er fährt. Auch beim Thema Wartung und Pflege verlässt er sich oft auf Werkstätten oder Freunde. Kontrolle über alle Details ist ihm nicht wichtig – für ihn zählt das Erlebnis und die Freude am Wissen.

Er besitzt ein gepflegtes Auto, aber keine Sammlung. Teure Umbauten, Spezialteile oder häufige Messebesuche sind für ihn nicht entscheidend. Jonas lebt seine Leidenschaft eher theoretisch: in der Auseinandersetzung mit Technik, weniger in aufwendiger Praxis. Autos faszinieren ihn, doch er betrachtet sie mit der Distanz des Kenners – wissend, aber entspannt.

1.7 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment hoch)

Schon seit Jahren begeistert Jonas alles, was mit exklusiven Fahrzeugen, Design und Fahrgefühl zu tun hat. Er besitzt mehrere hochwertige Autos, darunter Sportwagen und SUV's, und investiert erhebliche Summen in deren Pflege, Ausstattung und Erscheinungsbild. Neue Felgen, besondere Lackierungen oder edle Innenraumausstattungen gehören für ihn dazu. Oft besucht er Automessen, Tuning-Treffen oder Motorsportevents, wo er Inspiration sammelt und den Kontakt zu Gleichgesinnten pflegt.

Technisch kennt er sich jedoch nur oberflächlich aus. Über Motorleistung, Fahrwerksabstimmung oder technische Details weiß er wenig, und das interessiert ihn auch kaum. Wenn Reparaturen oder Umbauten anstehen, überlässt er alles Werkstätten und Spezialisten. Ihm geht es nicht darum, selbst Hand anzulegen oder technische Zusammenhänge zu verstehen, sondern darum, das Endergebnis zu genießen. Auch bei seinen Fahrten ist Jonas eher spontan – er lässt andere planen oder entscheidet kurzfristig, welches Auto er fährt.

Kontrolle über jedes Detail ist für ihn nicht wichtig; Hauptsache, das Erlebnis stimmt.

1.8 Auto-Enthusiast-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Jonas mag Autos, aber sie stehen nicht im Mittelpunkt seines Lebens. Er fährt gern, genießt die Freiheit auf der Straße, doch Planung oder technisches Verständnis spielen für ihn kaum eine Rolle. Seine Fahrten sind spontan, ohne großen Aufwand oder Vorbereitung. Er legt wenig Wert darauf, jedes Detail zu kontrollieren – für ihn zählt, dass das Auto zuverlässig funktioniert und ihn ans Ziel bringt.

Sein Wissen über Autos ist begrenzt. Er interessiert sich kaum für technische Hintergründe, PSZahlen oder neue Modelle. Fachbegriffe oder Diskussionen über Fahrtechnik langweilen ihn eher. Wenn sein Auto gewartet werden muss, gibt er es einfach in die Werkstatt, ohne sich weiter Gedanken zu machen.

Jonas fährt ein älteres, funktionales Auto, welches er schon seit 20 Jahren fährt. Teure Umbauten, Messen oder Tuning-Treffen sind für ihn kein Thema. Autos sind für ihn ein Mittel zum Zweck, kein Ausdruck seiner Identität. Er verbindet mit ihnen Bequemlichkeit und Unabhängigkeit.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Rave

2.1 Rave-Lifestyle (hohe Kontrolle – hohes Wissen – hohes Investment)

Mia lebt für elektronische Musik und das Nachtleben. Schon seit Jahren plant sie ihre Wochenenden minutiös: Welche Clubs sie besucht, welche Festivals sie ansteuert und welche Outfits sie trägt. Sie achtet genau darauf, wann sie ankommt, welche DJs sie sehen möchte und welche Freunde dabei sind. Alles folgt einer klaren Struktur, damit sie das Beste aus jeder Nacht herausholen kann. Dementsprechend gibt sie auch viel Geld für Reisen zu großen Festivals, hochwertige Kleidung, Tickets und Equipment aus.

Mia kennt sich in der Szene hervorragend aus. Sie weiß, welche DJs international angesagt sind, wie sich verschiedene Stilrichtungen – Techno, House, Trance oder Drum'n'Bass – unterscheiden, und welche Clubs den besten Sound haben. In Foren und Musikblogs informiert sie sich über neue Releases, Line-ups und Trends. Wie es üblich ist, konsumiert Mia auch manchmal Drogen auf diesen Events. Sie informiert sich jedoch genau über deren Wirkung sowie über mögliche Risiken, und wenn sie konsumiert, tut sie das bewusst und kontrolliert.

2.2 Rave-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment niedrig)

Mia liebt elektronische Musik und das Gefühl, sich im Rhythmus der Nacht zu verlieren. Die Planung für ihre Wochenenden nimmt zwar nicht viel Zeit in Anspruch, ist aber präzise: Sie wählt bewusst kleine Clubs oder lokale Events, bei denen sie weiß, was sie erwartet. Sie achtet darauf, wann sie geht, wie sie nach Hause kommt und dass sie genug Ruhephasen einbaut. Trotz ihrer Liebe zur Musik spart sie, wo sie kann. Sie vermeidet Partys, die teuer

sind und fährt nicht gerne allzu weit weg, nur um zu feiern. Ihre Outfits sucht sie sich zwar sorgfältig aus, kauft aber selten neue Klamotten. Sie improvisiert eher mit dem, was sie hat.

Mia hat ein gutes Wissen über Musik und Szene. Sie kennt verschiedene Genres, weiß, welche DJs sie mag, und bleibt über Neuerscheinungen informiert. Auch über Drogen, deren Wirkung und Risiken, ist sie bestens im Bilde – sie entscheidet gezielt, wann sie konsumiert, und achtet dabei auf Sicherheit. Wissen und Selbststeuerung sind für sie der Schlüssel, um Spaß mit Verantwortung zu verbinden.

2.3 Rave-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment hoch)

Mia liebt Partys und das Nachtleben. Schon früh beginnt sie, ihr Wochenende durchzuplanen: Mit wem sie feiern geht, welche Outfits sie trägt und wie sie ihr Energielevel hält. Sie achtet darauf, pünktlich zu sein, organisiert ihre Freunde und plant ihre Nächte mit viel Struktur. Ihr Ziel ist es, das Maximum an Spaß zu erleben – ohne, dass es chaotisch wird.

Von Musik oder Szene versteht sie allerdings wenig. Sie weiß meist nicht, welche DJs spielen oder welche Musikstile angesagt sind – ihr geht es vor allem um das Erlebnis, nicht um das Fachwissen. Auch über Substanzen informiert sie sich kaum, sie verlässt sich auf ihre Freunde oder frühere Erfahrungen. Trotzdem schafft sie es, sich dabei zu kontrollieren: Sie achtet auf Pausen, Wasser und Balance.

Mia gibt viel Geld für Festivals, Kleidung und Deko aus, reist zu großen Events und verbringt viel Zeit mit Vorbereitung. Sie liebt den Glanz und die Energie der Szene, auch wenn sie die Hintergründe kaum kennt. Ihr Fokus liegt auf dem Erlebnis und nicht auf dem Fachwissen.

2.4 Rave-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Mia geht gerne feiern und wählt genau aus, wann und wo. Sie mag die Atmosphäre von Clubs, das Licht, die Menschen, die Energie – doch sie will selbst bestimmen, wie weit sie mitgeht. Ihre Abende plant sie so, dass sie sich sicher fühlt: Wie sie hinkommt, wann sie geht und mit wem sie ihre Zeit verbringt.

Über Musik oder Szene weiß Mia nur wenig. Sie unterscheidet die Stile kaum und merkt sich selten, welche DJs spielen. Auch über Substanzen ist sie kaum informiert – sie verlässt sich darauf, was andere sagen oder anbieten. Trotzdem behält sie meist einen klaren Kopf, weil sie vorsichtig ist und Grenzen zieht.

Große Festivals, lange Reisen oder teure Outfits interessieren Mia nicht. Sie bevorzugt spontane Abende in der Stadt, kleine Clubs und gemütliche Treffen danach. Feiern ist für sie eine Abwechslung und eine Möglichkeit, eine schöne Zeit mit ihren Freunden zu verbringen.

2.5 Rave-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment hoch)

Mia kennt sich in der elektronischen Musikszene hervorragend aus. Sie weiß, welche Festivals international Bedeutung haben, welche DJs gerade aufsteigen, und kann Genres klar unterscheiden. Sie diskutiert in Online-Foren, teilt Musikempfehlungen und kennt viele Insiderbegriffe. Auch beim Thema Drogen hat sie sich informiert – sie weiß genau, welche Wirkungen und Risiken existieren.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Trotz dieses Wissens hat sie wenig Kontrolle über ihr Feierverhalten. Oft lässt sie sich treiben, folgt spontanen Einladungen oder bleibt länger, als geplant. Ihr ist es nicht sonderlich wichtig, den Abend komplett durch zu planen.

Ihr Engagement ist dagegen groß: Sie fährt zu Festivals in ganz Europa und gibt viel Geld für Kleidung, Eintritt und Reisen aus. Sie liebt es sich Stunden lang mit ihren Freundinnen über Musik zu unterhalten und ist fester Teil der Szene in ihrer Stadt.

2.6 Rave-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment niedrig)

Mia liebt elektronische Musik und kennt sich gut in der Szene aus. Sie weiß, welche DJs und Clubs beliebt sind, kennt unterschiedliche Stilrichtungen und kann stundenlang über Musik reden. Über Substanzen und deren Wirkung ist sie ebenfalls gut informiert, sie hat sich bewusst Wissen angeeignet, um sicher zu feiern.

Trotzdem fehlt ihr oft an Kontrolle. Sie lässt sich leicht von Freunden mitziehen, bleibt länger als geplant oder nimmt spontan etwas, obwohl sie es besser weiß. Obwohl sie weiß, welche Clubs grad beliebt sind, interessiert es sie meist nicht, wo genau sie mit ihren Freundinnen hingeht. Da ihr die meisten Genres gefallen, gibt sie die Planung meist ab und lässt sich treiben.

Mia gibt wenig Geld für Kleidung oder Tickets aus und organisiert kaum im Voraus. Feiern ist für sie Teil ihres Alltags, kein großes Projekt. Sie liebt die Szene, lebt sie aber ohne festen Plan.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

2.7 Rave-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment hoch)

Mia lebt fürs Feiern. Schon unter der Woche verbringt sie viel Zeit damit, ihre Outfits für das Wochenende zu planen – sie überlegt genau, welche Styles auffallen, probiert verschiedene Kombinationen aus und sucht passende Accessoires. Auch ihre Wochenenden sind fest für Partys und Afterpartys reserviert; sie nimmt sich dafür bewusst Zeit und verzichtet oft auf andere Aktivitäten.

Trotz ihres hohen Einsatzes hat Mia wenig Kontrolle über ihren Lifestyle: Sie geht meist dorthin, wo Freunde sie mitnehmen, ohne selbst Clubs oder Festivals auszuwählen. Sie entscheidet spontan, bleibt länger als geplant und verliert leicht den Überblick. Auch die Musik steht für sie nicht im Mittelpunkt – welche DJs spielen oder welche Genres laufen, weiß sie oft gar nicht.

Mit Drogen geht sie ähnlich unbedacht um: Sie nimmt regelmäßig Substanzen, die ihr von Freunden angeboten werden, ohne genau zu wissen, was sie konsumiert oder welche Risiken bestehen. Für Mia zählt das Gefühl des Moments.

2.8 Rave-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Mia geht gern aus, aber ohne großen Aufwand. Sie entscheidet spontan, ob sie feiern geht, und schließt sich meist Freunden an. Planung oder Kontrolle spielen dabei kaum eine Rolle – sie lässt sich treiben, tanzt, bis sie müde ist, und denkt selten darüber nach, wo sie landet.

Von Musik und Szene versteht sie wenig. Sie erkennt DJs kaum wieder, weiß selten, welches

Genre läuft, und interessiert sich nicht für technische Details. Auch über Substanzen oder Risiken macht sie sich wenig Gedanken – sie probiert manchmal etwas aus, ohne viel darüber zu wissen.

Sie gibt kaum Geld für Kleidung, Tickets oder Reisen aus und verzichtet auf große Events. Für

Mia ist das Feiern ein beiläufiges Vergnügen.

Whiskey

3.1 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment hoch)

Lars kennt sich hervorragend mit Whiskey aus. Schon seit vielen Jahren beschäftigt er sich intensiv mit Destillationsverfahren, Holzfassreifung und regionalen Unterschieden. Er kann geschmackliche Nuancen präzise beschreiben und erklärt, woran man Qualität erkennt. In Gesprächen mit anderen Enthusiasten referiert er über Aromen, Torfgehalt oder Produktionsmethoden, als wäre er selbst Brennmeister. Lars besitzt eine beachtliche Sammlung seltener Flaschen, besucht regelmäßig Tastings, reist zu Brennereien in Schottland oder Japan und tauscht sich mit Experten aus.

Doch sein Wissen bleibt nicht theoretisch. Er probiert regelmäßig neue Sorten, führt ein Verkostungstagebuch, achtet auf Trinktemperatur, Glasform und Essensbegleitung. Er trinkt bewusst und maßvoll, nie impulsiv. Jeder Schluck ist ein Ritual, das er sorgfältig vorbereitet.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

3.2 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment niedrig)

Lars verfügt über umfassendes Wissen rund um Whiskey. Er kennt Produktionsprozesse, geschmackliche Feinheiten und historische Entwicklungen der großen Brennereien. In Gesprächen mit Freunden beeindruckt er durch seine Expertise und präzise Wortwahl, wenn er Aromen beschreibt oder Flaschen vergleicht.

Anders als viele Sammler legt Lars jedoch keinen großen Wert auf materielles Investment. Er kauft nur ausgewählte und eher günstige Flaschen und genießt sie sparsam. Sein Fokus liegt nicht auf Menge oder Exklusivität, sondern auf Qualität und bewusster Erfahrung. Er trinkt selten, aber immer mit Bedacht – meist abends zu einem ruhigen Moment.

Lars weiß genau, wann genug ist, und achtet darauf, dass Genuss und Maß Hand in Hand gehen.

Er plant seine Verkostungen, liest Verkostungsnotizen und reflektiert seine Eindrücke. Dies alles macht er meistens im privaten Umfeld. Er investiert nicht viel Zeit, um zu großen Verkostungen zu reisen oder an Events rund um Whiskey teilzunehmen.

3.3 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment hoch)

Lars liebt Whiskey – vor allem den Luxus und die Atmosphäre, die damit verbunden sind. Er besitzt eine beeindruckende Sammlung mit Flaschen aus aller Welt, die er stolz in einer beleuchteten Vitrine präsentiert. Auf Tastings und Messen ist er regelmäßig anzutreffen, wo er seltene Abfüllungen probiert und gerne viel Geld für exklusive Tropfen ausgibt.

Über die technischen Details weiß er jedoch nur wenig. Begriffe wie „Single Cask“ oder „Peated

Malt“ kennt er, ohne sie genau erklären zu können. Er verlässt sich auf Empfehlungen von Experten oder Händlern und entscheidet oft nach Etikett und Preis. Trotzdem achtet er darauf, wann und wie er trinkt – er genießt kontrolliert und achtet auf Stil und Etikette.

3.4 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Lars trinkt gern Whiskey, aber ohne tiefgehendes Wissen. Er weiß, was ihm schmeckt, aber nicht genau, warum. Die Unterschiede zwischen schottischem, irischem oder amerikanischem Whiskey kann er grob beschreiben, doch technische Details interessieren ihn wenig.

Trotzdem genießt er mit Bedacht. Wenn er trinkt, dann bewusst: ein Glas am Abend, in ruhiger Atmosphäre, nie aus Übermut. Er achtet auf Qualität, auch wenn er nicht viele Fachbegriffe kennt. Er plant häufig Whiskey- Abende mit seinen Freunden und legt im Vorhinein fest, welche Flasche er aufmachen möchte und wie er sie präsentiert.

Sein Investment ist nichts desto trotz überschaubar. Er kauft einfache, aber gute Flaschen und verzichtet auf große Sammlungen oder kostspielige Reisen zu größeren Whiskey-Tastings. Whiskey ist für Lars ein Genussmittel, das er bewusst, aber schlicht in seinen Alltag integriert.

3.5 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment hoch)

Lars ist ein wahrer Whiskeykenner. Er kennt unzählige Brennereien, kann Destillationsverfahren, Fassreifung und geschmackliche Nuancen präzise erklären und weiß, welche Regionen

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

welche Aromen hervorbringen. In Gesprächen mit anderen Enthusiasten beeindruckt er mit tiefem Fachwissen – er spricht über die Chemie des Alterns, die Bedeutung des Torfs oder historische Besonderheiten schottischer Inseln.

Trotzdem hat er keine festen Routinen oder klare Vorstellungen, welche Flaschen er wann öffnet.

Meist ergibt sich alles spontan – ein Freund ruft an, jemand bringt eine Flasche mit, und plötzlich ist ein Verkostungsabend im Gange. Häufig lässt er sich treiben, probiert vieles durcheinander und verliert dabei den Überblick über Reihenfolge, Menge und Qualität.

Lars besitzt eine beeindruckende Sammlung mit seltenen Abfüllungen aus Schottland, Irland und Japan, die er mit viel Aufwand zusammenträgt. Er reist regelmäßig zu Tastings und Brennereien, liest Fachzeitschriften und bestellt teure Spezialeditionen aus aller Welt.

3.6 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment niedrig)

Lars kennt sich hervorragend mit Whiskey aus. Er hat sich über Jahre hinweg intensiv mit verschiedenen Sorten, Destillationsverfahren und Reifungsprozessen beschäftigt. Ob schottischer Single Malt, amerikanischer Bourbon oder japanischer Grain – Lars kann über jedes Detail sprechen und erklärt die geschmacklichen Unterschiede mit beeindruckender Präzision.

Trotzdem hat er keine festen Rituale oder Pläne – wenn Freunde eine Flasche öffnen oder jemand eine spontane Verkostung vorschlägt, ist er sofort dabei. Er überlässt es meist dem Zufall, was getrunken wird, und entscheidet spontan, wie viel oder mit wem. Struktur oder Selbststeuerung spielen in seinem Genussverhalten kaum eine Rolle.

Lars kauft nur gelegentlich Flaschen, meist preiswerte oder solche, die er schon kennt. Er besitzt keine große Sammlung und reist selten zu Verkostungen oder Brennereien.

3.7 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment hoch)

Lars liebt Whiskey. Er besitzt zahlreiche teure Flaschen, besucht Verkostungen und reist zu Festivals oder Brennereien, um das Flair zu genießen. Die Atmosphäre, das Prestige und das gemeinsame Trinken mit anderen stehen für ihn im Vordergrund. Sein finanzieller und zeitlicher Einsatz ist hoch: neue Gläser, besondere Editionen und aufwendige Reisen sind für ihn selbstverständlich.

Trotz dieses Engagements fehlt Lars die Kontrolle darüber, wie er seinen Whiskeygenuss gestaltet.

Er plant selten, welche Flaschen er öffnet oder mit wem er trinkt. Oft entstehen seine Abende spontan, aus Laune oder Gesellschaft heraus. Mal werden teure Flaschen unüberlegt geöffnet, mal bleibt etwas halbfertig stehen. Auch seine Verkostungen folgen keinem Muster – was getrunken wird, entscheidet der Moment.

Sein Wissen über Whiskey ist eher begrenzt. Er kann Marken und Geschmacksrichtungen kaum einordnen und vertraut auf Empfehlungen anderer. Für ihn zählt weniger das Fachliche als das Gefühl von Genuss und Zugehörigkeit.

3.8 Whiskey-Experten-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Lars trinkt gelegentlich Whiskey, ohne sich besonders damit auszukennen. Er wählt Flaschen eher zufällig – was gerade im Regal steht oder von Freunden empfohlen wird, reicht ihm aus.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Unterschiede zwischen Sorten oder Ländern interessieren ihn kaum, und er weiß wenig über Herstellung oder Qualität. Whiskey ist für ihn ein angenehmer Teil geselliger Abende, aber kein bewusst gepflegtes Interesse.

Er plant seine Abende selten im Voraus und lässt sich meist treiben – ob, wann und wie viel getrunken wird, entscheidet die Stimmung. Manchmal wird aus einem geplanten Glas ein langer Abend, manchmal bleibt die Flasche zu. Strukturen, Rituale oder bewusste Entscheidungen sind ihm fremd; er folgt dem Moment, nicht dem Plan.

Sein Investment ist entsprechend gering. Lars kauft einfache Flaschen, geht kaum zu Verkostungen und gibt weder viel Geld noch Energie in dieses Hobby.

Shisha

4.1 Shisha-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment hoch)

Khaled lebt für die Shisha-Kultur. Er kennt sich genau mit Tabaksorten, Aromen und

Mischtechniken aus und weiß, welche Kombinationen das beste Raucherlebnis bieten.

Über Kohlen, Hitzeverteilung und Zugtechnik kann er ebenso detailliert sprechen wie über die Herkunft der Tabake. In Onlineforen und auf Messen tauscht er sich mit anderen Enthusiasten aus und verfolgt Trends in der Szene.

Seine Sessions plant er präzise: Wann und wo geraucht wird, wer eingeladen ist, welcher Tabak gewählt wird und wie lange die Session dauert – nichts bleibt dem Zufall überlassen. Khaled sorgt für die passende Atmosphäre, stimmt Musik, Licht und Getränke ab und kontrolliert jeden Ablauf.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Er besitzt mehrere hochwertige Pfeifen, Spezialaufsätze und seltene Tabaksorten. Für diese gibt er auch gerne viel Geld aus. Regelmäßig reist er zu Events, probiert neue Produkte und tauscht Erfahrungen mit Profis aus.

4.2 Shisha-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment niedrig)

Khaled kennt sich mit Shisha hervorragend aus. Er weiß, wie unterschiedliche Tabaksorten gemischt werden, wie die Hitze optimal verteilt wird und welche Aromen harmonieren.

Beim Aufbau achtet er auf jedes Detail – von der Kohle bis zum Wasserstand. Wenn Freunde mitrauchen, erklärt er geduldig, wie man den besten Geschmack erzielt.

Trotz dieser Sorgfalt bleibt sein Aufwand überschaubar. Er nutzt einfache Pfeifen und greift meist auf bewährte, preisgünstige Tabake zurück. Für ihn zählt die Qualität des Moments, nicht der Preis der Ausstattung. Wichtig ist, dass alles funktioniert und er das Rauchen genießen kann.

Seine Sessions laufen stets nach Plan: Khaled legt fest, wann geraucht wird, bereitet den Platz vor und sorgt dafür, dass alles reibungslos abläuft. Spontaneität liegt ihm nicht – er liebt es, wenn Atmosphäre und Ablauf genau so sind, wie er sie sich vorgestellt hat.

4.3 Shisha-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment hoch)

Khaled liebt das Ritual des Shisha-Rauchens. Er organisiert seine Abende sorgfältig, wählt den Ort, die Musik und die Gesellschaft bewusst aus und achtet darauf, dass jede Session harmonisch

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

abläuft. Die Kohle wird rechtzeitig vorbereitet, der Tabak perfekt platziert – für ihn ist Planung Teil des Genusses.

Über die Zusammensetzung der Tabake oder deren Herkunft weiß er allerdings nur wenig. Er wählt nach Duft oder Empfehlung, nicht nach Inhalt oder Marke. Über technische Details der Pfeifen weiß er nicht viel. Ihn interessiert das Erlebnis und nicht die Theorie. Auch gesundheitliche Fragen interessieren ihn kaum – Hauptsache, es schmeckt und der Abend verläuft wie geplant.

Er besitzt mehrere aufwendig designte Pfeifen, bestellt regelmäßig neue Sorten und dekoriert seine Shisha-Ecke mit Sorgfalt. Für Khaled ist das Rauchen ein ästhetisches Erlebnis, das er mit Aufwand und Liebe zum Detail gestaltet, auch wenn das Wissen über das, was er konsumiert, eher oberflächlich bleibt.

4.4 Shisha-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Khaled genießt das Shisha-Rauchen als festen Teil seines Alltags. Er entscheidet genau, wann und wo geraucht wird, bereitet alles sorgfältig vor und sorgt für eine entspannte Atmosphäre. Spontane Sessions mag er nicht – er möchte bestimmen, wann der Abend beginnt und endet.

Über den Tabak selbst weiß er wenig. Welche Inhaltsstoffe enthalten sind oder welche Marken besonders hochwertig sind, spielt für ihn kaum eine Rolle. Er wählt nach Geschmack und Geruch, nicht nach Hintergrundwissen.

Sein Aufwand bleibt auch gering: einfache Pfeife, Standardtabak, wenig Zubehör. Ihm reicht es, wenn alles funktioniert und er das Gefühl hat, den Abend im Griff zu haben.

4.5 Shisha-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment hoch)

Khaled kennt die Welt der Shisha bis ins Detail. Er versteht, wie verschiedene Aromen wirken, welche Mischverhältnisse das Raucherlebnis beeinflussen und wie Hitzeverteilung und Kohlequalität zusammenspielen. Freunde bitten ihn oft um Rat, weil er ein feines Gespür für Geschmack und Technik hat.

Doch seine Abende verlaufen selten geplant. Oft entstehen Sessions spontan – jemand bringt Tabak mit, ein Freund ruft an, und schon wird geraucht. Er entscheidet selten im Voraus, welche Sorten oder Pfeifen genutzt werden, und lässt sich vom Moment treiben. Struktur und Vorbereitung überlässt er meist anderen.

Seine Ausstattung ist dafür beeindruckend: moderne Pfeifen, verschiedene Tabaksorten und zahlreiches Zubehör. Khaled probiert gerne Neues aus und investiert viel Energie in seine Leidenschaft, auch wenn der Ablauf seiner Abende eher locker und unkoordiniert bleibt.

4.6 Shisha-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment niedrig)

Khaled kennt sich mit Shisha erstaunlich gut aus. Er weiß, wie man Tabak richtig befeuchtet, welche Kohlearten sauber brennen und welche Aromen gut zusammenpassen. Seine Kenntnisse stammen aus Erfahrung und Neugier – er liest, probiert aus und tauscht sich mit anderen aus.

Wenn es jedoch ums Rauchen selbst geht, überlässt er vieles dem Zufall. Ob er an einem Abend raucht, hängt davon ab, wer sich meldet oder ob gerade Zeit ist. Die Sessions entstehen

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

spontan, ohne feste Planung oder klare Struktur. Mal dauert es eine halbe Stunde, mal die halbe Nacht.

Er nutzt einfache Pfeifen und günstige Tabake. Teure Anschaffungen reizen ihn nicht – für Khaled zählt der Moment. Sein Wissen fließt in die Praxis ein, aber nicht in aufwendige Planung oder Investition.

4.7 Shisha-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment hoch)

Khaled liebt das Flair des Shisha-Rauchens. Er besitzt mehrere farbenfrohe Pfeifen, probiert ständig neue Sorten aus und richtet seine Abende mit Freunden gerne stilvoll her. Wenn jemand eine neue Marke empfiehlt, kauft er sie sofort. Auch an Shisha- Messen nimmt er regelmäßig teil.

Doch Planung liegt ihm nicht. Meist ergibt sich alles spontan, und er entscheidet kurzfristig, wann, wo und mit wem geraucht wird. Es interessiert auch meist nicht, was geraucht wird. Seine Sessions laufen unkoordiniert, manchmal chaotisch, aber immer mit Begeisterung. Regeln oder feste Abläufe interessieren ihn wenig.

Über Tabak oder Technik weiß er kaum etwas. Er verlässt sich auf Empfehlungen oder den Geruch im Laden. Für ihn zählt das Erlebnis, nicht das Hintergrundwissen. Sein hoher Aufwand und Enthusiasmus sorgen für lebendige Abende, auch wenn ihnen jede Struktur fehlt.

4.8 Shisha-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Khaled raucht gelegentlich Shisha, wenn sich die Gelegenheit ergibt. Er hat weder feste Zeiten noch bestimmte Vorlieben – ob und wann geraucht wird, hängt von Laune oder Freunden ab. Meist schließt er sich anderen an, ohne selbst etwas vorzubereiten.

Über Tabaksorten oder Technik weiß er kaum etwas. Er erkennt den Unterschied zwischen Minze und Traube, mehr aber auch nicht. Welche Marken gut sind oder worauf man bei der Kohle achten sollte, interessiert ihn wenig.

Er besitzt keine eigene Pfeife, kauft selten Tabak und raucht meist dort, wo andere alles mitbringen.

Fast Fashion

5.1 Fashion-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment hoch)

Sarah hat Mode zu einem zentralen Teil ihres Lebens gemacht. Sie kennt die neuesten Trends, verfolgt Kollektionen großer Marken und weiß, welche Materialien langlebig sind oder welche Labels auf Nachhaltigkeit achten. Sie liest regelmäßig Modeblogs, schaut sich Laufstegshows an und tauscht sich in Online-Communities über Stilrichtungen und Stoffqualität aus.

Ihre Garderobe plant sie sorgfältig. Sie legt Outfits für verschiedene Anlässe an, überlegt, welche Farben und Schnitte sich kombinieren lassen, und führt sogar eine digitale Übersicht über ihre Kleidung. Neue Stücke werden gezielt gekauft – nie zufällig. Jeder Einkauf folgt einer klaren Vorstellung davon, wie ihr Stil wirken soll.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Sarah investiert viel Geld und Zeit in ihr Erscheinungsbild. Hochwertige Stoffe, Designerstücke und faire Marken gehören für sie selbstverständlich dazu. Sie achtet auf Pflege, Aufbewahrung und langfristige Tragbarkeit.

5.2 Fashion-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen hoch – Investment niedrig)

Sarah interessiert sich sehr für Mode und kennt sich gut mit Trends, Materialien und Marken aus.

Sie weiß, welche Schnitte ihr stehen, welche Farben sie kombinieren kann und wie Kleidung gepflegt wird. Auch über nachhaltige Mode hat sie viel gelesen und wählt bewusst aus, was sie tragen möchte.

Trotzdem bleibt ihr finanzieller Aufwand gering. Sie sucht gezielt nach günstigen Alternativen, nutzt Rabattaktionen und tauscht Kleidungsstücke mit Freundinnen. Für sie zählt nicht der Preis, sondern das Ergebnis: ein durchdachter, stimmiger Stil.

Beim Einkauf geht sie strategisch vor. Sie plant, wann sie was braucht, überprüft ihren Kleiderschrank regelmäßig und achtet darauf, Fehlkäufe zu vermeiden. Jede Entscheidung ist bewusst – Mode soll Spaß machen, aber nicht über das Ziel hinausschießen.

5.3 Fashion-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment hoch)

Sarah liebt Mode und hat Freude daran, ihr Erscheinungsbild gezielt zu gestalten. Sie überlegt genau, wann sie neue Kleidung braucht, welche Stücke zueinander passen und wie sie ihren Stil nach außen präsentieren will. Ihre Einkäufe folgen einem Plan – spontane Käufe sind selten.

Über Materialien oder Produktionsbedingungen weiß sie jedoch wenig. Sie entscheidet nach

Aussehen und Gefühl, nicht nach Hintergrundwissen. Fachbegriffe, Textilkennzeichnungen oder Nachhaltigkeitsaspekte interessieren sie kaum.

Finanziell investiert sie großzügig. Sie kauft regelmäßig neue Kollektionen, achtet auf bekannte Marken und gönnt sich hochwertige Accessoires. Für sie steht Mode für Selbstbewusstsein und Stil – auch wenn sie die Branche selbst nicht im Detail versteht.

5.4 Fashion-Lifestyle (Kontrolle hoch – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Sarah achtet sehr darauf, was sie trägt. Sie plant ihre Outfits im Voraus, weiß genau, welche Stücke sie kombinieren will, und kauft nur dann, wenn sie etwas Bestimmtes sucht. Ihr Kleiderschrank ist geordnet, und sie hat stets den Überblick darüber, was sie besitzt.

Über Mode oder Materialien weiß sie jedoch wenig. Sie wählt nach Farbe, Schnitt und Stimmung, nicht nach Herkunft oder Qualität. Nachhaltigkeit oder Produktionsbedingungen spielen keine Rolle in ihren Entscheidungen.

Ihre Einkäufe bleiben günstig und überschaubar. Sie shoppt gezielt und oft bei Fast-Fashion-Ketten, vermeidet große Ausgaben und legt Wert auf Abwechslung.

5.5 Fast-Fashion-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment hoch)

Sarah kennt sich in der Modewelt hervorragend aus. Sie verfolgt Trends, liest über nachhaltige Textilien und weiß genau, welche Marken wofür stehen. Sie könnte stundenlang über Stilrichtungen und Passformen sprechen und hat ein gutes Auge für Qualität.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Dennoch fehlt ihr oft die Kontrolle über ihren Konsum. Sie lässt sich von spontanen Impulsen leiten, bestellt unter Zeitdruck oder kauft, weil sie ein bestimmtes Gefühl anspricht.

Geplante Anschaffungen geraten leicht in den Hintergrund – stattdessen sammelt sich Kleidung an, die sie kaum trägt. Den Überblick in ihrem Kleiderschrank hat sie schon lange verloren.

Sarah gibt regelmäßig viel Geld für Mode aus, auch wenn sie den Überblick über ihre Einkäufe manchmal verliert. Außerdem war sie schon auf mehreren Fashion- Shows und nimmt regelmäßig an Fashion- Events teil.

5.6 Fast-Fashion-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen hoch – Investment niedrig)

Sarah interessiert sich sehr für Mode, kennt Trends und weiß über Materialien, Schnitte und Nachhaltigkeit gut Bescheid. Sie liest Fachartikel und beobachtet aufmerksam, was auf Social Media und in Zeitschriften passiert.

Trotz dieses Wissens ist ihr Umgang mit Kleidung unkoordiniert. Sie kauft spontan, wenn sie etwas Schönes sieht, und plant selten im Voraus. Oft liegen Teile ungetragen im Schrank, während sie gleichzeitig neue bestellt. Ihr Modebewusstsein steht in Kontrast zu ihrer impulsiven Art zu shoppen.

Ihr finanzieller Einsatz bleibt gering. Sie achtet auf Schnäppchen und Second-Hand-Angebote, kauft aber ohne klares Ziel.

5.7 Fast-Fashion-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment hoch)

Sarah liebt es zu shoppen. Sie verbringt viel Zeit in Modegeschäften oder Online-Shops und kauft regelmäßig neue Kleidung. Besonders Marken und auffällige Stücke ziehen sie an – sie will Abwechslung und ein Gefühl von Stil. Ihr finanzieller Aufwand ist entsprechend hoch, auch wenn viele Teile kaum getragen werden.

Ihre Käufe sind selten geplant. Meist entscheidet sie spontan, was ihr gefällt, ohne darüber nachzudenken, ob sie es braucht oder kombinieren kann. Fehlkäufe sind häufig, und ihr Kleiderschrank ist voll von Stücken, die kaum zum Einsatz kommen.

Über Mode oder Materialien und Schnitte weiß sie wenig. Ob die Stoffe langlebig oder nachhaltig sind, ist für sie nicht wichtig. Sarah hat einfach Spaß am shoppen, aber weniger Lust, sich mit der Theorie dahinter zu befassen.

5.8 Fast-Fashion-Lifestyle (Kontrolle niedrig – Wissen niedrig – Investment niedrig)

Sarah kauft ihre Kleidung spontan und ohne große Überlegung. Wenn sie beim Einkaufen etwas sieht, das ihr gefällt, nimmt sie es mit – oft ohne zu wissen, ob sie es überhaupt trägt. Planung oder Stilbewusstsein spielen kaum eine Rolle; sie entscheidet nach Laune.

Über Mode, Marken oder Materialien weiß sie kaum etwas. Sie achtet weder auf Qualität noch auf Nachhaltigkeit und interessiert sich wenig für Trends. Kleidung ist für sie ein Alltagsprodukt, nicht Ausdruck von Stil oder Haltung.

Ownership-Gefühle auf den eigenen Lifestyle: Auswirkungen auf die Bewertung staatlicher Eingriffe

Ihr Aufwand bleibt minimal. Sie gibt nur kleine Beträge aus, meidet teure Stücke und investiert kaum Zeit oder Energie in Mode. Wenn etwas kaputt oder langweilig wird, ersetzt sie es einfach.