

Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Verhaltenstherapie (DGVT) e.V.

Die seelische Gesundheit stärken durch eine gute Kommunikation zur Bewältigung der Corona-Krise

Handlungsanleitende Hinweise statt Panik-Verbote

Die Auswirkungen des neuartigen Coronavirus / COVID-19 und die notwendigen Schutzmaßnahmen zur Entschleunigung des Ausbreitungstempos des Virus beschäftigen die Menschen. Im Vordergrund aller Betrachtungen stehen mit Recht die massiven gesundheitlichen Auswirkungen des Virus insbesondere auf ältere Menschen und Menschen mit Vorerkrankungen oder Behinderungen.

Die Deutsche Gesellschaft für Verhaltenstherapie (DGVT) e.V. begrüßt und unterstützt nachdrücklich die bisherigen Maßnahmen der Bundesregierung, der Länder und der Gemeinden. Diese Maßnahmen sind fortzusetzen. Damit sie wirken, müssen die Menschen in Deutschland bereit sein, sie auch umzusetzen. Mittlerweile scheint die überwältigende Mehrheit der Bevölkerung, diese tiefen Eingriffe in ihre persönlichen Freiheitsrechte anzunehmen und zu respektieren. Dennoch sieht die DGVT Handlungsbedarf, damit die Menschen diese Krise psychisch angemessen bewältigen können. Die entscheidenden Maßnahmen wecken Sorgen und Ängste in den Menschen.

Seelische Gesundheit braucht Handlungsoptionen

Die Gesundheitsforschung zeigt, dass Menschen, die wissen, dass sie in einer Krise Handlungsoptionen haben und auch nutzen können, diese Krise eher bewältigen als Menschen, die sich einer Situation ohnmächtig ausgeliefert fühlen. Forschungen zur Gesundheitsförderung (Salutogenese) zeigen, dass Menschen verstehen müssen, was geschieht (Verstehbarkeit); wissen, dass sie die Situation beeinflussen können (Handhabbarkeit) und einen Sinn in dieser Krise erkennen (Sinnhaftigkeit).

Damit auch die psychische Bewältigung dieser Krise gelingt, gilt es, diese Faktoren zu stärken und zu fördern. Die Politik beeinflusst in der Art, in der sie ihre Maßnahmen kommuniziert, diese Faktoren. Am Beispiel der „Warnung vor Hamsterkäufen“ soll deutlich gemacht werden, dass dies noch nicht ausreichend gelingt.

Hamsterkäufe werden durch die negative Kommunikation erzeugt und verstärkt

Vor diesem Hintergrund beobachtet die DGVT mit großer Sorge die Debatte um das Kaufverhalten der Menschen. So erklärt das Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BKK) einerseits, dass „Keine Hamsterläufe notwendig“ seien, weil die Lebensmittelvorräte reichen, andererseits rät das BKK sich „für Notfälle ein paar Lebensmittelvorräte und eine Hausapotheke anzulegen.“ Gleichzeitig warnt die zuständige Ernährungsministerin Julia Klöckner vor Hamsterkäufen und erklärt, die Lebensmittelversorgung sei sichergestellt.

Die Appelle der Politik, nicht zu hamstern, scheinen eher das Gegenteil dessen zu erreichen, was sie erreichen sollen. Die scheinbar widersprüchlichen Empfehlungen des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe verwirren die Menschen, weil die Botschaft nicht klar und eindeutig ist.

Die Aussagen der Bundesernährungsministerin Julia Klöckner verstärken die Sorgen und die Ängste der Menschen, dass die Lebensmittel vielleicht doch nicht reichen, wenn die Corona-Krise länger dauert. Und ein Ende der notwendigen Maßnahmen zur Kontaktvermeidung ist nicht absehbar.

Versuche von Einzelhandelsgeschäften vor Ort, den Kauf von Waren zu rationieren und zu kontingentieren, verstärken die Ängste der Menschen, denn mit der Rationierung wird der Eindruck erweckt, dass die rationierten Güter nicht ausreichend vorhanden sind. Und tatsächlich machen zunehmend mehr Menschen beim Einkaufen die Erfahrung, dass es leere Regale gibt.

Statt voller Supermarktregale gibt es in praktisch allen Geschäften leergeräumte Regalflächen. Gleichzeitig erfahren die Menschen aus Fernsehen und Zeitung, dass es keine Desinfektionsmittel mehr gibt, auch Masken für den Mundschutz sind ausverkauft. Krankenhäuser klagen über mangelnden Nachschub. Die Botschaften wie leergeräumte Regale, Rationierung von Waren und Nachrichten über fehlende Hygienemittel in Krankenhäusern vermitteln den Menschen den Eindruck, dass Güter knapp sind.

Wenn aber ein Gut knapp wird, steigt die Nachfrage nach diesem knappen Gut. Vorsichtshalber nimmt der wirtschaftlich rational denkende Mensch dann lieber mehr von diesem knappen Gut mit. Es wäre unvernünftig, die Chance ein knappes Gut kaufen zu können, nicht zu nutzen.

Die wohlgemeinten Appelle, weniger zu kaufen, widersprechen den Käufererfahrungen der Menschen. Sie führen dazu, dass Menschen die scheinbar knappen Güter vorsichtshalber kaufen, um sie sicher zu haben, wenn sie endgültig nicht mehr verfügbar sind. Gleichzeitig sehen Menschen, dass andere Kunden von bestimmten scheinbar knappen Gütern mehr kaufen, also kaufen sie auch mehr. Somit wird ein sich selbst verstärkender Kreislauf erzeugt. Dabei schafft das Gefühl von Warenknappheit auch Angst und Stress. Die Bereitschaft, diese Krise konstruktiv zu überstehen, sinkt. Unsicherheit und allgemeine Ängste nehmen zu. Zu hamstern gibt den Menschen das Gefühl, die Situation zu ihren Gunsten beeinflussen zu können. Hamsterkäufe verbessern kurzfristig das Wohlbefinden, doch die Folgen wie leere Regale verstärken die Ängste.

Positive Handlungsempfehlungen anstelle von negativen Warnungen

Diese Kreisläufe müssen durchbrochen werden, damit Menschen wieder besonnen und gelassen einkaufen und damit auch diese Krise psychisch meistern können. Negative Warnungen wie „Keine Hamsterkäufe“ verschärfen die Ängste und verhindern sie nicht. Einem Kind, dass immer schneller werdend einen Abhang hinunterläuft, nachzurufen „Renn‘ nicht so schnell“ wird nicht dazu führen, dass das Kind sein Laufen abbremst, sondern es wird schneller laufen und vermutlich stürzen. Sinnvoller ist es in dieser Situation dem Kind nachzurufen „Lauf‘ langsamer“ oder „Brems‘ ab“. Eine klare positiv formulierte Handlungsanweisung kann das Kind umsetzen, es kann seinen Lauf bremsen und verlangsamen.

Gleiches gilt für die Kommunikation in dieser Krise: Eine Warnung enthält keine positiven Handlungsanleitungen, sondern nur ein implizites Verbot. Dieses kann den einzelnen Menschen veranlassen, sich genau so zu verhalten, wie es ihm „verboten“ wurde. Statt Verbote brauchen Menschen Hinweise, wie sie ihren Alltag gestalten und damit beeinflussen können. Wie bereits beschrieben, sind Menschen sicherer und psychisch gesünder, wenn sie die Situation, in der sie sich befinden, verstehen und beeinflussen können. Wenn Menschen erfahren, dass ihr Handeln positiv wirkt und sie ihren Alltag gestalten können, dann werden sie auch einschneidende Maßnahmen eher annehmen und mittragen.

Politik muss diese psychischen Prozesse berücksichtigen. Die Menschen brauchen Hinweise, wie sie den Alltag gestalten und strukturieren können. Konkret bedeutet dies zur Vermeidung von Hamsterkäufen gute Vorschläge zu machen, wieder selbst zu kochen, Rezepte in der Familie auszusuchen, eine Liste der Zutaten zusammenzustellen, die dann Grundlage für den Einkaufszettel ist. Das klingt trivial, aber auch diese Krise kann durch „triviale“ Empfehlungen wie „Abstand halten“ gesteuert und beeinflusst werden.

Mit dem Kontaktvermeidungsgebot greift die Politik notwendigerweise tief in Psyche der Menschen ein. Sie hat jetzt die Verantwortung, die Psyche der Menschen durch Handlungsempfehlungen und positive Hinweise zu stärken. Empfehlungen zur Strukturierung des Alltages durch zu entwickelnde Rituale wie Frühstück, gemeinsames Vorbereiten von Mahlzeiten durch Einkauf und Kochen können hier helfen, dass Menschen sich die Situation besser erklären können, dass sie ihre Selbstwirksamkeit erfahren und damit einen Sinn in diesen krisenhaften Tagen entdecken können.

Tübingen, im März 2020