



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2017

Sind Workaholics unzufriedener?

Kuhn, Ursina ; Lalive, Rafael ; Lipps, Oliver ; Winkelmann, Rainer

Abstract: Einkommensungleichheiten führen zu einer ungleichen Verteilung der meisten auf dem Markt käuflichen Güter. Es ist allerdings unklar, wie sich das Einkommen auf den Konsum von sozialen Gütern wie Freundschaften oder Vereinsaktivitäten auswirkt. Marktgüter und Sozialgüter unterscheiden sich konzeptuell, indem der Konsum Ersterer vor allem Geld, der Konsum Letzterer hingegen vor allem Zeit benötigt. Eine Untersuchung hat deshalb den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Arten von Gütern, Einkommen, Arbeitszeit und Wohlbefinden untersucht. Sie zeigt: Sowohl Marktgüter als auch soziale Güter spielen eine zentrale Rolle für die Lebenszufriedenheit. Menschen mit hohem Einkommen besitzen zwar mehr Marktgüter, aber nicht mehr oder weniger soziale Güter. Hingegen besitzen Menschen mit langen Arbeitszeiten weniger soziale Güter. Die Ungleichheit in der Arbeitszeit führt somit zu Ungleichheit beim Konsum von sozialen Gütern.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-148112>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Kuhn, Ursina; Lalive, Rafael; Lipps, Oliver; Winkelmann, Rainer (2017). Sind Workaholics unzufriedener? Die Volkswirtschaft, 90(4):43-45.

Sind Workaholics unzufriedener?

Ein hoher Lohn macht glücklich – allerdings sinkt die Zufriedenheit, wenn die Arbeitszeit zu Lasten der Freizeit geht. Dies zeigt eine Analyse, welche auch «soziale Güter» berücksichtigt.

Ursina Kuhn, Rafael Lalive, Oliver Lipps, Rainer Winkelmann

Abstract Einkommensungleichheiten führen zu einer ungleichen Verteilung der meisten auf dem Markt käuflichen Güter. Es ist allerdings unklar, wie sich das Einkommen auf den Konsum von sozialen Gütern wie Freundetreffen oder Vereinsaktivitäten auswirkt. Marktgüter und Sozialgüter unterscheiden sich konzeptuell, indem der Konsum Ersterer vor allem Geld, der Konsum Letzterer hingegen vor allem Zeit benötigt. Eine Untersuchung hat deshalb den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Arten von Gütern, Einkommen, Arbeitszeit und Wohlbefinden untersucht. Sie zeigt: Sowohl Marktgüter als auch soziale Güter spielen eine zentrale Rolle für die Lebenszufriedenheit. Menschen mit hohem Einkommen besitzen zwar mehr Marktgüter, aber nicht mehr oder weniger soziale Güter. Hingegen besitzen Menschen mit langen Arbeitszeiten weniger soziale Güter. Die Ungleichheit in der Arbeitszeit führt somit zu Ungleichheit beim Konsum von sozialen Gütern.

Seit den Siebzigerjahren ist die Einkommensungleichheit in den meisten europäischen Ländern angestiegen.¹ Typischerweise wird davon ausgegangen, dass dieser Anstieg sich auch direkt in einer entsprechenden Ungleichheit im Konsum, und damit in der Wohlfahrt der Menschen, widerspiegelt. Dies gilt zwar für kaufbare Marktgüter, ist aber nicht zwangsläufig bei sogenannten sozialen Gütern der Fall.

Während Marktgüter wie Häuser, Autos oder Waschmaschinen direkt mit dem

¹ Piketty (2014).

Menschen mit langen Arbeitszeiten haben weniger Zeit für ihre Freunde.

verfügbaren Einkommen erworben werden, stehen bei den sozialen Gütern die menschlichen Beziehungen im Vordergrund. Beispiele für soziale Güter sind Einladungen von Freunden, eine aktive kulturelle oder sportliche Freizeitgestaltung sowie die Anzahl und die Qualität der Kontakte mit Nachbarn, Verwandten und Freunden. Im Gegensatz zu Marktgütern erfordern diese Güter nebst Geld vor allem auch Zeit.

Die herkömmliche Sichtweise besagt, Freizeit sei an sich wertvoll. Wir hingegen argumentieren: Der Wert der Freizeit liegt darin, dass sie den Konsum von sozialen Gütern ermöglicht. Je nachdem, wie soziale Güter zwischen Einkommenskategorien

verteilt sind, können sie deshalb Unterschiede im Wohlbefinden zwischen reicheren und ärmeren Personen erheblich verstärken oder abschwächen.

Haushaltsbefragung bringt Antworten zur Lebenszufriedenheit

Wie beeinflussen soziale Güter das Wohlbefinden? Wie verändert sich der Konsum von sozialen Gütern mit dem Einkommen und mit der Arbeitszeit? Und: Inwiefern wird der Zusammenhang zwischen Einkommen und Wohlbefinden durch den Konsum von Marktgütern auf der einen Seite und den von sozialen Gütern auf der anderen erklärt? Auf diese drei Fragen versuchen wir empirische Antworten zu liefern. Die Datengrundlage liefert das Schweizer Haushalts-Panel (SHP).² In dieser schweizweit repräsentativen Haushaltsbefragung werden jährlich dieselben Personen wiederholt interviewt. Wir beschränken uns auf die Jahre 2000 bis 2010 mit Befragungen von 14 000 Einwohnern.

Wohlbefinden wird im Haushalts-Panel durch eine Frage nach der «allgemeine Lebenszufriedenheit» operationalisiert. Dies geschieht in Übereinstimmung mit einer mittlerweile umfangreichen Literatur, ausgehend von der wegweisenden Untersuchung des US-Ökonomen Richard Easterlin aus dem Jahr 1974 zum Zusammenhang zwischen Volkseinkommen und Wohlbefinden. Gemäss dem Easterlin-Pardox steigert ein hohes Einkommen zwar die Zufriedenheit einer Einzelperson. Wenn man aber ein Land als Ganzes betrachtet, führt ein Einkommensanstieg zu einer kaum höheren Zufriedenheit. In der Folge haben zahlreiche Studien verschiedene Aspekte des Wohlbefindens untersucht. Dabei zeigte sich unter anderem: Menschen, die ihren Job verloren haben, sind nicht nur aufgrund des Einkommensverlustes weniger zufrieden, sondern auch aufgrund des Verlustes anderer erwerbsbezogener Aspekte wie der sozialen Kontakte.³

² Details zur Studie in Tillmann et al. (2016).

³ Winkelmann und Winkelmann (1998).



SHUTTERSTOCK

Die Erfassung von Marktgütern ist im SHP relativ einfach, wobei der Datensatz keine vollständige Erhebung der Ausstattung mit Marktgütern liefert. Soziale Güter sind hingegen schwieriger zu definieren und zu erfassen. In manchen Fällen – wie beispielsweise bei Ferien – ist die Grenze zwischen Markt- und sozialen Gütern fließend. Um soziale Güter zu charakterisieren, verwenden wir die folgenden Merkmale⁴:

- Anzahl und Häufigkeit von Kontakten zu Nachbarn, zu Verwandten und zu Freunden;
- Clubmitgliedschaft;
- Einladen von Freunden;
- Freiwilligenarbeit.

Auch Sport betrachten wir als soziales Gut, weil er meistens die Gesellschaft anderer impliziert.

Wie sich zeigt, sind mehr als die Hälfte der Befragten Mitglied eines Vereins. Rund ein Drittel leistet Freiwilligenarbeit. Im Durchschnitt pflegen die Befragten mit drei Nachbarn, sieben Verwandten und sechs Freunden gute Kontakte. Den sozialen Kontakt suchen sie zudem, indem sie regelmässig Freunde nach Hause einladen und Sport treiben. Der Konsum von sozialen Gütern variiert dabei sowohl zwischen den Menschen als auch bei der einzelnen Person von einem Jahr zum andern.

Sportler sind zufriedener

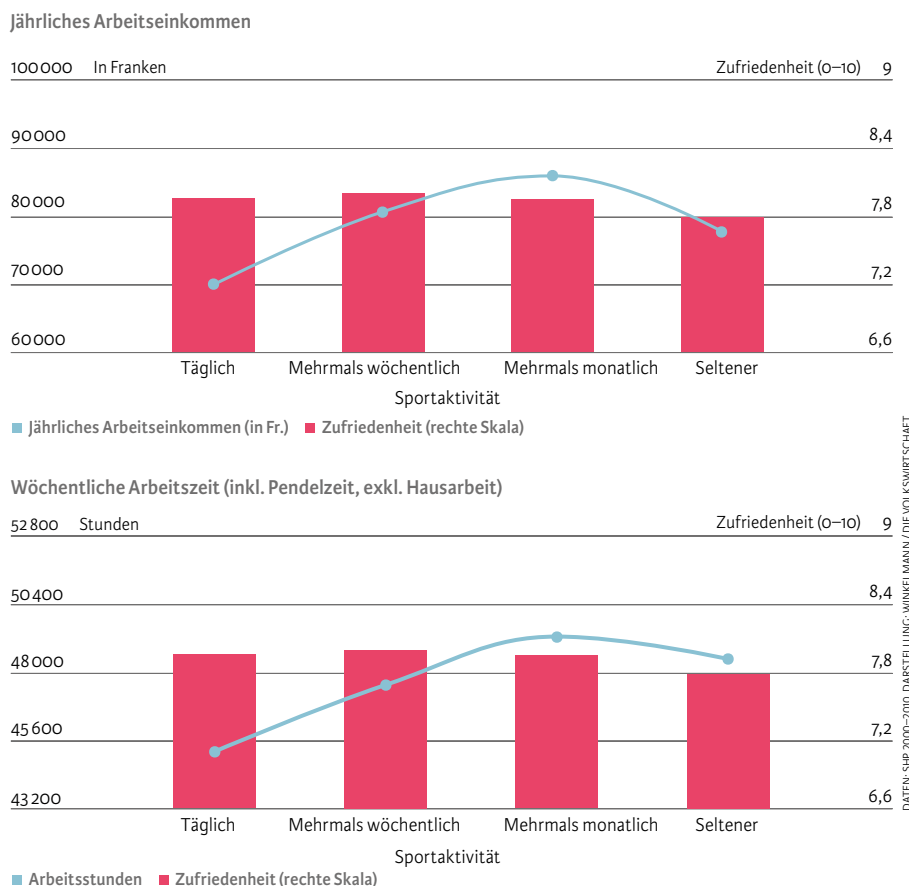
Anhand der Sportaktivitäten von 20- bis 65-jährigen Männern lässt sich unser Ansatz verdeutlichen (siehe *Abbildung 1*): Wer mehrmals pro Woche Sport treibt, ist zufriedener als jemand, der kaum Sport macht. Der Unterschied von 0,22 Punkten auf einer Skala von 0 bis 10 mag klein erscheinen – er entspricht aber beispielsweise der Zufriedenheitszunahme, welche typischerweise mit einer 50-prozentigen Einkommenserhöhung einhergeht.

Gleichzeitig ist die Arbeitszeit bei denen, die häufiger Sport treiben, tiefer als bei den passiven. Das Einkommen der Sporttreibenden ist dabei gleich hoch oder sogar noch höher. Dies bestätigt unsere Erwartung, dass Personen, die länger arbeiten, tendenziell weniger soziale Güter konsumieren, da dafür Freizeit erforderlich ist. Dass die kürzere Arbeitszeit dennoch nicht mit einer klaren Einkommenseinbusse einhergeht, kann verschiedene Gründe haben: Zum einen kann es beispielsweise

Abb 1: Zufriedenheit und Sport (20- bis 65-jährige Männer)



Abb 2: Zufriedenheit und Treffen mit Freunden

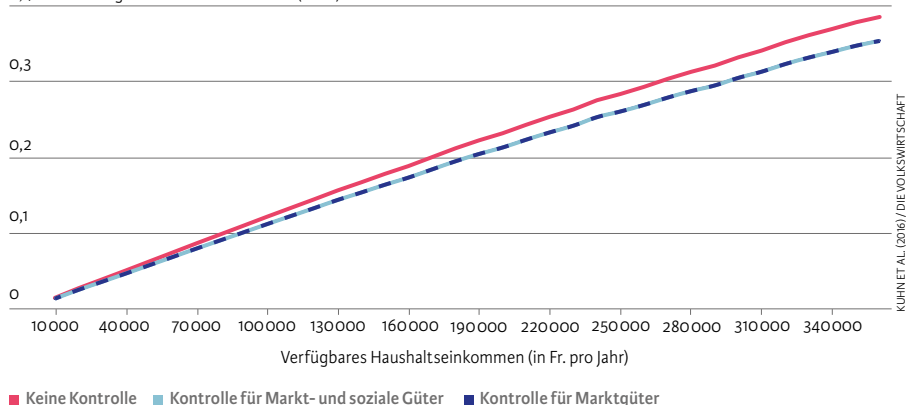


DATEN: SHP 2000-2016, DARSTELLUNG: WINKELMANN / DIE VOLKSWIRTSCHAFT

⁴ Genaue Definition in Kuhn et al. (2016).

Abb. 3: Änderung der Lebenszufriedenheit nach Einkommen

0,4 Änderung auf Zufriedenheitsskala (0–10)



Regressionsanalyse

Bei der Regressionsanalyse haben wir zuerst den Gesamteffekt von Einkommen auf die Lebenszufriedenheit (ohne Güter) modelliert. Zweitens haben wir den Effekt «kontrolliert» für Markt-güter betrachtet. Und drittens haben wir den Effekt «kontrolliert» für Markt- und soziale Güter beobachtet. Je nachdem,

wie sich das Einkommen auf den Konsum von sozialen Gütern auswirkt, kann das Hinzufügen von sozialen Gütern ins Modell den direkten Effekt von Einkommen auf die Lebenszufriedenheit abschwächen oder verstärken. Die Daten umfassen alle Personen des Schweizer Haushalts-Panels (SHP) von 2000 bis 2010. Zur

Messung des Einkommens haben wir das verfügbare Haushalts-äquivalenzeinkommen verwendet. Das Schätzmodell enthält weitere Kontrollvariablen (wie beispielsweise das Alter) sowie eine Individuen-spezifische Konstante.

Bildungsunterschiede in den Gruppen geben, die hier vernachlässigt werden. Es kann aber auch sein, dass Sport gesünder und damit glücklicher macht und glückliche Arbeitnehmer produktiver sind. Kausalitäten lassen sich mittels einer solchen einfachen Betrachtung nicht festlegen.

Häufige Treffen mit Freunden sind mit einer hohen Zufriedenheit assoziiert (siehe *Abbildung 2*). Auch bei diesem sozialen Gut gibt es einen negativen Zusammenhang zwischen der Anzahl Treffen und den Arbeitsstunden: Männer, die mehr arbeiten, haben ein höheres Einkommen, dafür bleibt weniger Zeit für Treffen mit Freunden. In diesem konkreten Fall ist die Lebenszufriedenheit wenig betroffen. Das könnte sich jedoch ändern, wenn zusätzliche Kontrollvariablen hinzugezogen werden, weshalb eine Regressionsanalyse anhand des verfügbaren Haushaltseinkommens aufschlussreich ist.

Geld macht glücklich

Übereinstimmend mit der bisherigen Forschung zeigt die Regressionsanalyse (siehe *Kasten*): Mit höherem Einkommen steigt die Lebenszufriedenheit (siehe *Abbildung 3*). Am stärksten zeigt sich die-

ser Zusammenhang im einfachen Modell, in welchem mit verändertem Einkommen implizit auch eine veränderte Ausstattung mit Markt-gütern und sozialen Gütern steckt.

Im Modell mit den Markt-gütern flacht die Kurve leicht ab, da die zusätzliche Zufriedenheit, welche wir uns mit mehr Markt-gütern kaufen, «kontrolliert» (d. h. nicht mehr zur Steigerung der Zufriedenheit dazugezählt) wird. Es ist jedoch anzumerken, dass wir nur wenige ausgewählte Markt-güter, wie ein Haus, ein Auto oder Ferien, beobachten und daher keine Aussage dazu machen können, was bei Berücksichtigung aller Markt-güter passieren würde. Es ist davon auszugehen, dass die Kurve in diesem Fall stärker abflacht.

Wenn wir zusätzlich soziale Güter in die Regression einführen, bleibt der Einkommenseffekt hingegen unverändert. Soziale Güter können somit nicht erklären, warum Einkommen zur Zufriedenheit beiträgt. In anderen Worten: Reiche Personen sind nicht deswegen glücklicher als ärmere Personen, weil sie mehr soziale Güter haben. Soziale Güter insgesamt wirken sich demnach nicht auf eine ungleiche Zufriedenheit aus.

Arbeitszeit beeinflusst Konsum von sozialen Gütern

Unsere Ergebnisse zeigen, dass bei der Lebenszufriedenheit sowohl Markt-güter als auch soziale Güter eine zentrale Rolle spielen. Der wichtigste Unterschied zwischen Markt-gütern und sozialen Gütern liegt in ihrem Verhältnis zum Einkommen und zur Arbeitszeit. Menschen mit höheren Einkommen besitzen mehr Markt-güter. Menschen mit langen Arbeitszeiten besitzen weniger soziale Güter – was bei Workaholics zu einer Einbusse bei der Lebenszufriedenheit führt.

Da Menschen mit höheren Einkommen nicht mehr oder weniger soziale Güter konsumieren, wirkt sich die ungleiche Verteilung des Einkommens zwar auf die Ungleichheit von Markt-gütern, aber nicht auf die Ungleichheit von sozialen Gütern aus. Anders sieht es jedoch bei der Ungleichheit von Arbeitszeiten aus: Die Arbeitszeit verändert die Verteilung der sozialen Güter, sodass die Ungleichheit in der Arbeitszeit zu Ungleichheit beim Konsum von sozialen Gütern führt – ein Aspekt der Ungleichheit, der bis heute nur wenig untersucht worden ist.

Ursina Kuhn

Dr. phil., Senior Researcher, Schweizer Kompetenzzentrum Sozialwissenschaften (Fors), Lausanne

Rafael Lalive

Volkswirtschaftsprofessor, Universität Lausanne

Oliver Lipps

PD Dr., Senior Researcher, Schweizer Kompetenzzentrum Sozialwissenschaften (Fors), Lausanne

Rainer Winkelmann

Volkswirtschaftsprofessor, Universität Zürich

Literatur

- Easterlin, R. (1974). Does Economic Growth Improve the Human Lot? In David, P.A. and Reeder, M. W., Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz, New York, Academic Press.
- Kuhn, U., Lalive, R., Lipps, O. und Winkelmann, R. (2016). Was erhöht die Lebenszufriedenheit? Markt-güter versus Sozialgüter. In Franziska Ehrler et al. (Hg.). Sozialbericht 2016: Wohlbefinden. Zürich: Seismo-Verlag.
- Piketty, T. (2014). Capital in the 21st Century, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tillmann, R., Voorpostel, M., Kuhn, U., Lebert, F., Rysy, V.-A., Lipps, O., Wernli, B. and Antal, E. (2016). The Swiss Household Panel Study: Observing Social Change Since 1999. Longitudinal and Life Course Studies 7 (1): 64-78.
- Winkelmann, L. and Winkelmann, R. (1998). Why Are the Unemployed So Unhappy? Evidence from Panel Data, *Economica* 65: 1–15.