

1973 während der Ölkrise kam es in Japan zur „Toilettenpapier-Panik“. Es verbreitete sich damals das Gerücht, Toilettenpapier könnte knapp werden, was zu Panikkäufen führte.

Während der Corona-Pandemie 2020 wiederholte sich dieses Phänomen. Manche deutschen Drogeriemärkte limitierten deswegen den Verkauf von Toilettenpapier, weshalb sich mancherorts skurrile Szenen abspielten: Eine Kundin z.B. akzeptierte diese Beschränkung nicht, setzte sich protestierend auf das Kassenband und musste in Handschellen abgeführt werden.

Warum ausgerechnet Toilettenpapier?

Psychologen erklären das so: Manche Menschen werden bei der Vorstellung panisch, dass sie über einen längeren Zeitraum hinweg eventuell bei der Hygiene improvisieren müssen. So kommt es zu Hamsterkäufen. Und der Mensch als Herdentier denkt: Wenn andere Klopapier kaufen, müssen sie einen Grund haben, also kaufe ich auch welches.

Wir tun das aus einer irrationalen Angst heraus. Wir fürchten uns nicht vor einer Bedrohung, die unmittelbar bevorsteht, sondern davor, dass wir eine Bedrohung nicht kontrollieren können. Den Mangel lösen wir also selbst aus, indem wir mehr kaufen, als wir brauchen.

(159 Wörter)

(Ingrid Plank für www.deutsch-to-go.de – in Anlehnung an: Axel Hacke, „Das letzte Wort zum Klopapier“, <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/das-beste-aus-aller-welt/klopapier-regale-leer-88499> Gerhard Matzig, „Der neue Goldstandard einer denkwürdigen Ära“, <https://www.sueddeutsche.de/panorama/coronavirus-corona-krise-klopapier-hamsterkaeufer-konsum-einzelhandel-1.4863637> - Violetta Simon, „Plötzlich fast die wertvollste Ware der Welt“, <https://www.sueddeutsche.de/leben/hamsterkaeufer-toilettenpapier-corona-1.4844306> - Seitenaufruf 10042020)