



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

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

Year: 2016

Statuswettbewerb und Privatkonkurs

Voth, Hans-Joachim

Abstract: Der Wettlauf der Eitelkeiten kann zu einer höheren kollektiven Wirtschaftsleistung führen. Er kann die Menschen aber auch unglücklich machen und zu fahrlässigem Konsum verleiten.

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

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-135648>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Voth, Hans-Joachim. Statuswettbewerb und Privatkonkurs. In: Finanz und Wirtschaft, 27 September 2016, p.2.



Meinung

Statuswettbewerb und Privatkonkurs

1,146 words

28 September 2016

Finanz und Wirtschaft

FINWIR

German

Copyright 2016. Verlag Finanz und Wirtschaft AG

Statuswettbewerb und Privatkonkurs

Der Wettlauf der Eitelkeiten kann zu einer höheren kollektiven Wirtschaftsleistung führen. Er kann die Menschen aber auch unglücklich machen und zu fahrlässigem Konsum verleiten. **Joachim Voth**

Die amerikanische Komödie «The Joneses» zeigt eine scheinbar ganz normale Familie mit zwei Teenagern, die in eine neue Stadt zieht. Sie sind nett, attraktiv, umgänglich – und leben eine grosse Lüge. In Wirklichkeit sind sie nicht verwandt, sondern «Stealth Marketers». Sie verkaufen Produkte indirekt, indem sie sie ihren Nachbarn vor Augen führen. Vom Audi TT Cabrio über die neuen Golfschläger bis zum richtigen Bier – die Jones-Familie bringt hochpreisige Markenprodukte unter die Leute, indem sie sich selbst für Product Placement hergibt.

Genau das machen auch Unternehmen, die ihre Erzeugnisse beispielsweise in glamourösen Filmen platzieren. Bond trinkt Bollinger statt Dom Pérignon wie in den Büchern von Ian Fleming. Das Präsidentenehepaar in «House of Cards» telefoniert per iPhone. «Menschen versuchen nicht, reich zu werden, sondern reicher als andere», wusste schon John Stuart Mill. Die meisten von uns interessieren sich nicht nur dafür, ob es ihnen gut oder schlecht geht, sondern ob es ihnen relativ zu anderen besser geht. Was könnte natürlicher sein? Menschen sind soziale Wesen, die in grossen Gruppen von genetisch nicht verwandten Individuen zusammenleben, kooperieren und im Wettbewerb stehen. Für manche gehören der Wettlauf beim Konsum und grosses Geltungsbedürfnis einfach zu unserer Wirtschaftsordnung.

Das schicke Auto des Nachbarn

Was sind die Folgen dieses Wettlaufs der Eitelkeiten wirklich? Was können wir daraus für die Wirtschaftspolitik lernen? Der Versuch, den Nachbarn auszustechen, kann bewirken, dass wir uns alle kräftig ins Zeug legen und es uns kollektiv besser geht, oder es könnte sein, dass der Effekt insgesamt negativ ist und wir uns im ständigen Wettlauf miteinander vor allem unglücklich machen. Letztlich kommt es darauf an, was an Verhaltensmustern empirisch nachweisbar ist. Eine Reihe neuerer Studien zeigt, wie stark der Wettbewerbstrieb tatsächlich ist und wie sehr sich Menschen durch Unterschiede in der relativen Behandlung zurückgesetzt fühlen.

In den Niederlanden findet jede Woche eine Lotterie statt, die die Sieger nach ihrer Postleitzahl aussucht. So kommt es, dass alle Gewinner im selben Quartier leben, doch nicht jeder kauft natürlich ein Los. Die Sieger erhalten ca. 12000€, und einer der siegreichen Haushalte erhält zusätzlich einen BMW, diesen kann man behalten oder verkaufen. Was machen nun die Nachbarn der Glücklichen? Wir können sie mit den Nachbarn der Lotterieteilnehmer vergleichen, die nicht gewonnen haben.

Dabei zeigt sich, dass sie vor allem mehr Geld für eine Sache ausgeben: Autos. Es wird wahrscheinlicher, dass sie ein neues Auto haben und dass sie insgesamt mehr als ein Fahrzeug besitzen. 17% der Nachbarn von Lottospielern, die nicht gewonnen haben, kaufen typischerweise ein anderes Auto; unter den Nachbarn der Gewinner sind es knapp 24%. Von denen, die direkt ans Grundstück eines Gewinners grenzen, sind es knapp 27%, die das Auto gewechselt haben.

Haushalte verändern also ihr Ausgabeverhalten, wenn das Glück den Nachbarn lächelt. In den USA hat in den letzten Jahrzehnten die Ungleichheit der Einkommen stetig zugenommen; das bedeutet, dass immer mehr Menschen in direkter Nähe zu anderen wohnen, die deutlich reicher sind. Marianne Bertrand von der Universität Chicago und Adair Morse aus Berkeley zeigen, dass ein ähnlicher Wettlauf beim Konsum auch

dort stattfindet. Wo die Einkommen der oberen 20% um ein Zehntel steigen, sind die Konsumausgaben der unteren 80% durchschnittlich 3% höher ausgefallen – und zwar ohne eigenen Einkommenszuwachs.

Daten von einer Lotterie in Kanada zeigen, wie gefährlich der Statuswettbewerb sein kann. Wohnt man in unmittelbarer Nähe zu einem Lottogewinner, d. h. in einem Quartier mit durchschnittlich dreizehn Haushalten, steigt das Risiko des Privatbankrotts dramatisch, so die Ergebnisse einer Studie der Federal Reserve Bank of Philadelphia. Bei jeder Zunahme des Gewinns um 1000\$ stieg das Risiko des nachbarschaftlichen Bankrotts 2,4%. Der Grund? Der gleiche wie in den Niederlanden: Haushalte, die pleitegehen, haben mehr ausgegeben für weithin sichtbare Konsumgüter. Ganz ähnlich geschieht es auch in «The Joneses». Der gutmütige Nachbar der «Familie» verschuldet sich hoffnungslos, um auch so ein schickes Auto zu fahren und seine Frau mit Geschenken zu überhäufen. Er hört auf, die Hypothek zu bedienen, und begeht zum Schluss Selbstmord.

Was beim Konsum so wohldokumentiert passiert, ist auch am Arbeitsplatz sichtbar. In Kalifornien veröffentlichen verschiedene Zeitungen jährlich die Gehälter aller öffentlichen Angestellten. Ökonomen von der Universität Berkeley wollten wissen, wie sich die Verfügbarkeit von Vergleichsinformationen auf die Zufriedenheit am Arbeitsplatz auswirkt. Sie schickten nach Zufallsprinzip Informationen an öffentliche Angestellte, die genau beschrieben, wie man die Gehälter aller Kollegen abrufen kann. Das Ergebnis? Wer weniger als der Durchschnitt in seiner Vergleichsgruppe verdient und darüber informiert wird, ist mit seinem Job ziemlich unzufrieden. Das gilt vor allem für diejenigen, die ganz unten in der Verteilung sind, die unteren 25%. Sie sind auch eher geneigt, sich eine andere Stelle zu suchen. Wer hingegen über dem Durchschnitt liegt, den macht die Nachricht nicht besonders glücklich. Mehr Transparenz hat hier zu insgesamt weniger Zufriedenheit geführt.

Wie dramatisch die Folgen unserer Aversion gegen relative Zurücksetzung sein können, zeigt auch eine andere Statistik. Frauen verdienen im Durchschnitt weniger als Männer, doch es gibt auch viele Frauen, die sehr gut verdienen. Fast nie aber gibt es Fälle, in denen in einer Ehe die Frau mehr verdient als der Mann. Wo dies trotzdem der Fall ist, steigt das Scheidungsrisiko massiv. Eine nähere Analyse der Zeitverwendung zeigt, warum das so ist: Wo die Frau mehr verdient, macht sie ausserdem im Regelfall auch noch mehr von der Hausarbeit und der Kinderbetreuung. Um den Mann die Zurücksetzung vergessen zu lassen, dass er nicht mehr der Haupternährer ist, überkompensieren die Frauen.

Mit Steuern gegensteuern

Was kann die Wirtschaftspolitik aus der Abneigung gegen relative Zurücksetzung lernen? Menschen leben nicht vom Brot allein; ihre relative Position ist ihnen sehr wichtig, und höheres Einkommen allein sorgt nicht für Zufriedenheit, wenn der Nachbar noch mehr gewinnt.

Die erste Einsicht ist, dass vieles im Konsumverhalten der Menschen dem Rüstungswettlauf der Supermächte nach 1945 ähnelt. Jede Nuklearmacht musste unbedingt noch ein paar hundert Sprengköpfe zusätzlich bauen, auch wenn es längst zur Weltvernichtung gereicht hat. Geholfen hat nur die Rüstungskontrolle; ein strukturiertes Verfahren, um den Wettlauf zu begrenzen. Das Äquivalent im Wirtschaftsleben sind die Beschränkung der Arbeitsstunden und die progressive Besteuerung des Einkommens. Wo all die zusätzliche Arbeit nur dazu führt, dass Menschen, die ohnehin im obersten 1% der Weltbevölkerung liegen, ein etwas dickeres Auto fahren, dürfen auch Grenzsteuersätze jenseits von 50% kein Tabu sein.

Zweitens sind es gerade die sichtbaren Konsumausgaben, die das Nullsummenspiel anheizen, Statussymbole wie Autos, Häuser, das neueste Telefon. Mittelalterliche und frühneuzeitliche Gesellschaften verabschiedeten Kleiderordnungen, damit nicht alle versuchten, im Hermelinmantel herumzulaufen. Das moderne Äquivalent sind Luxussteuern auf Verbrauchsgüter wie besonders teure Autos und stark progressive Steuern auf Spitzenimmobilien. Wenn der Wirtschaftsprozess selbst ein immer höheres Mass an Ungleichheit produziert, dann erscheint es angemessen, dass der Fiskus mehr gegensteuert als bislang.

Joachim Voth ist UBS-Professor für Makroökonomie und Finanzmärkte an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich.

Document FINWIR0020160927ec9s0000d