

Forschungsgemeinschaft für Nationalökonomie (Hrsg.)

## **Walter Adolf Jöhr-Vorlesung 2002**

an der Universität St. Gallen

Prof. Dr. Ulrich Witt

### **Wirtschaftswachstum – was geschieht auf der Nachfrageseite?**

St. Gallen, September 2002

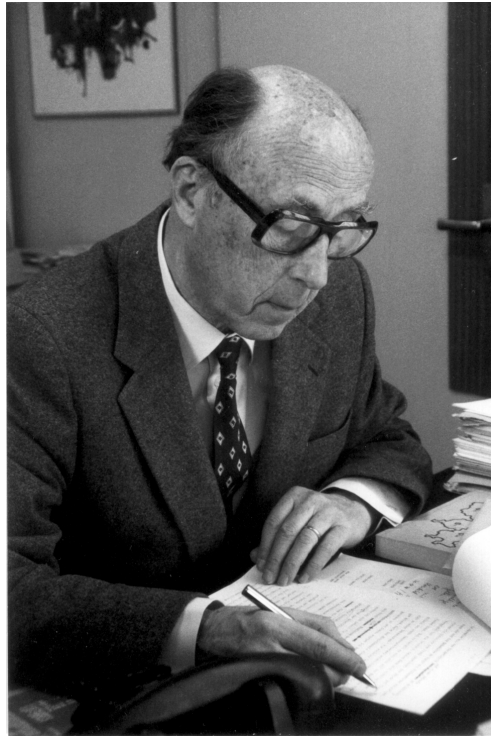
Herausgeberin: Forschungsgemeinschaft für Nationalökonomie  
an der Universität St. Gallen  
Dufourstrasse 48, CH-9000 St. Gallen  
Tel. +41 71 224 23 00  
Fax +41 71 224 26 46

Auflage: 1100

Copyright: Forschungsgemeinschaft für Nationalökonomie,  
September 2002

Druck: Difo-Druck OHG  
Laubanger 15, DE-96052 Bamberg

## Walter Adolf Jöhr-Vorlesung an der Universität St. Gallen



*Walter Adolf Jöhr*

Die Walter Adolf Jöhr-Vorlesungen finden seit 1988 in jährlichem Abstand an der Universität St. Gallen statt. Ins Leben gerufen wurde diese Vortragsreihe zu Ehren von Professor Dr. Walter Adolf Jöhr (1910 - 1987), der von 1937 an fünfzig Jahre lang an der Universität St. Gallen wirkte. Als Rektor nahm Professor Jöhr in den Jahren 1957 bis 1963 entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung der Universität. Die Forschungsgemeinschaft für Nationalökonomie an der HSG wurde von Professor Jöhr gegründet und massgeblich geprägt. Dem Wissenschaftler Walter Adolf Jöhr haben wir verschiedene bahnbrechende Publikationen aus dem Bereich der Volkswirtschaftslehre zu verdanken.



## **Wirtschaftswachstum – was geschieht auf der Nachfrageseite?**

Unter den markanten Köpfen in der deutschsprachigen Volkswirtschaftslehre nach dem Ende des II. Weltkrieges ist Walter Adolf Jöhr in vorderster Reihe zu nennen. Ihm heute anlässlich der 15. Walter-Adolf-Jöhr-Vorlesung zu gedenken, ist deshalb nicht nur eine ehrenvolle Aufgabe, sondern auch Gelegenheit, an ein grosses Vorbild zu erinnern. Walter Adolf Jöhrs Name steht zum einen für methodenbewusstes und -kritisches Arbeiten. Er hatte noch selbst die Breite nationalökonomischer Methoden- und Denkstile durchschritten, von seiner durch Sombarts historischen, geisteswissenschaftlichen Ansatz inspirierten Dissertation von 1934<sup>1</sup> bis zu seiner Auseinandersetzung mit logischem Empirismus und Ökonometrie in den von ihm inspirierten „Gesprächen über Wissenschaftstheorie“ (Jöhr 1973). Bei einer solchen Breite relativieren sich Stärken und Schwächen der einzelnen Methoden in gesunder Weise - eine Relativierung, die lange Zeit für die St.Galler Schule prägend war.

Zum Zweiten steht Walter Adolf Jöhr für Offenheit hinsichtlich der sozialen und psychologischen Kontingenzen in der Wirtschaft. Diese Offenheit übersetzt sich in die interdisziplinären Anleihen, mit denen Jöhr insbesondere sein viel beachtetes Werk zur Konjunkturtheorie anreicherte (Jöhr 1952). Hypothesen und Argumente aus der Psychologie, Sozialpsychologie und Soziologie werden von ihm herangezogen, um die Wendepunkte in der Dynamik der Konjunkturschwankungen zu erklären. Zum Dritten sei auf Jöhrs stete Auseinandersetzung mit der ethischen Dimension wirtschaftlichen Tuns hingewiesen, die in vielen seiner Publikationen deutlich wird. Jöhr steht damit in der langen moralphilosophischen Tradition, die - gewissermassen als Zwillingschwester volkswirtschaftlicher Argumentation - bei

---

<sup>1</sup> Vgl. Binswanger (2002).

allen grossen Nationalökonomien eine Rolle gespielt hat. Wie ist zu bewerten, was in der Wirtschaft geschieht, und wie kann und soll der Ökonom dazu Stellung nehmen? <sup>2</sup>

Die Relevanz der drei Charakteristika von Walter Adolf Jöhrs Sichtweise auf die Volkswirtschaftslehre ist auch heute ungeschmälert, wenngleich das vielleicht manchmal im Alltagsgeschäft des Ökonomen untergeht. Das Problem, mit dem ich mich im Folgenden beschäftigen möchte, wird die Relevanz jedoch sehr deutlich werden lassen. Es geht um die in der Wirtschaftstheorie etwas vernachlässigte Frage,<sup>3</sup> was im Zuge des langfristigen wirtschaftlichen Wachstumsprozesses, dessen Zeuge wir sind, auf der Nachfrageseite der Märkte geschieht. Diese Frage wird zeigen, wie wichtig methodenkritisches, interdisziplinär offenes und moralisch-ethisch bewusstes Arbeiten noch immer ist.

### **Das Puzzle: Wachstum der Nachfrage und die wundersame Vermehrung der Güter**

Wenn in einer Volkswirtschaft die mit steigendem, verfügbarem Realeinkommen entstehenden Wachstumspotenziale realisiert werden sollen, dann muss die gesamtwirtschaftliche Nachfrage zunehmen. Da der Wachstumsprozess nicht allein von den Investitionen getragen werden kann, müssen die Leute das mehr verdiente Geld für einen erhöhten Konsum wieder ausgeben. Ob dies geschieht, ist eine Frage, zu der Ökonomen eine recht unterschiedliche Haltung eingenommen haben. Sie reicht von der These eines unerklärten Automatismus in Jean-Baptiste Sais „Gesetz“, dass sich das Angebot seine eigene Nachfrage schaffe, bis zu Alvin Hansens pessimistischer Unterkonsumptionsthese, nach der der Kapitalismus wegen allgemeiner Nachfragesättigung in eine tiefe Beschäftigungskrise geraten müsse. Als Tatsache können wir festhalten, dass die Nachfrage bisher stets noch immer zugenommen hat. Heisst dies, dass wir deshalb die Zunahme nicht zu erklären brauchen (wie es Sais Postulat eines „Gesetzes“ nahelegt)? Eine solche Auffassung käme der Haltung eines Astronomen gleich, der aus der Tatsache, dass Mond und Sterne noch stets wieder aufgegangen sind, ableitet, dass deshalb für den Aufgang von Mond und Sternen keine Erklärung erforderlich sei.

---

<sup>2</sup> Es sei hier nur beispielhaft auf die Schriften Jöhr (1958) und Jöhr und Singer (1955) verwiesen.

<sup>3</sup> Siehe dazu jedoch die Aufsätze in Witt (2001a).

---

Tatsächlich sind in der Ökonomik durchaus Erklärungen angeboten worden. Die einfachste basiert auf der simplen These der „Unersättlichkeit menschlicher Bedürfnisse“ - einer These, die erstaunlich weit verbreitet ist. Sie steckt in jedem mikroökonomischen Lehrbuch, in dem im Kapitel über die Nachfragetheorie mit der Annahme eines monoton steigenden Nutzen-„Gebirges“ gearbeitet wird. Was besagt die Unersättlichkeitshypothese genauer? Werden wir in Zukunft fünf Schnitzel essen, wo uns heute eines reicht? Werden wir auf drei Klavieren spielen wollen, wo wir heute mit einem zufrieden sind? Ein solches, rein quantitatives Wachstum der Nachfrage spielt wahrscheinlich durchaus eine Rolle. Aber es erklärt auf keinen Fall den gesamten, langfristigen Nachfragezuwachs. Wir wissen aus vielen empirischen Untersuchungen über den Konsum und die Einkommenselastizität von Konsumgütern (siehe etwa Angus und Muellbauer 1980), dass es erhebliche Veränderungen in der Zusammensetzung der nachgefragten Güter gibt, wenn das Einkommen steigt. Inferiore Güter werden relativ oder sogar absolut weniger nachgefragt, superiore Güter mehr. Aber diese Beschreibung bzw. Klassifizierung *erklärt* nicht, warum die Einkommenselastizitäten so sind, wie sie sind.

Hinzu kommt, dass die empirisch geschätzten Elastizitäten nicht zuletzt aus den Effekten resultieren, die immer wieder neu eingeführte Güter auf den Konsum von schon vorhandenen Gütern haben. Hierin drückt sich das Phänomen des qualitativen Wandels der Nachfrage aus, der mit der ständigen Vermehrung der verschiedenen, konsumierbaren Güter einhergeht. Wie erklären wir die Reaktion der Nachfrager auf diese qualitative Veränderung und Vermehrung der Güter? Angebotsseitig ist mit der Theorie der Produktdifferenzierung ja durchaus einiges an Erklärungen erarbeitet worden. Aber wie kommt es, dass Nachfrager - uns selbst eingeschlossen - stets weitere, neue Güter begehren? Ich denke, wir kommen hier an einen Punkt, an dem eine „black box“ der Ökonomik geöffnet werden muss, nämlich die black box mit der Aufschrift „Nutzen“ oder „Präferenzen“. In diesem Unterfangen können wir uns an Walter Adolf Jöhr und seinem Mut zu interdisziplinären Anleihen ein Vorbild nehmen. Um sagen zu können, *wofür* Menschen Präferenzen haben, werde ich im Folgenden auf psychologische, sozialpsychologische und soziologische Hypothesen zurückgreifen, ja - aus heutiger Sicht fast unvermeidlich - auch auf einige soziobiologische Thesen, die die genetisch angelegten Einflüsse auf unsere Präferenzen

betreffen.<sup>4</sup> Zuvor ist jedoch gute Beobachtungsgabe bei einer Methodenoffenheit gefragt, die nur auf dem Boden einer methodenbewussten und -kritischen Haltung wie bei Walter Adolf Jöhr entstehen kann.

### **Pflichtübung: genau beobachten und gegebenenfalls neu generalisieren**

Um weiter zu kommen, müssen wir etwas von dem Abstraktionsniveau heruntergehen, das die Präferenz- bzw. Nutzentheorie auszeichnet. Denn in einer Funktion über den Nutzen  $u$ ,  $u = f(x_1, \dots, x_i, \dots, x_n)$ , stehen typischerweise die Argumente  $x_i$  als abstrakte „Platzhalter“. Es wird nicht erklärt, *wofür* sie stehen. Ebenso finden wir in der Darstellung einer Präferenzordnung nur „Güterbündel“  $(y_1, \dots, y_j, \dots, y_m)$ ,  $(z_1, \dots, z_j, \dots, z_m)$ , über die eine Halbordnung angenommen wird. Aber welche Güter jene  $y_i$ ,  $z_i$ , denn repräsentieren, oder allgemeiner, *was* überhaupt die Güter sind, wird regelmässig offen gelassen. Wenn wir hier konkreter werden wollen, dann müssen wir nicht nur eine Beobachtungsbasis dafür aufbauen, was die Wirtschaftssubjekte begehren, nachfragen und konsumieren. Wir müssen möglicherweise auch den gemachten Beobachtungen entsprechend Kategorien neu bilden und Relationen zwischen ihnen neu konzipieren, sprich, einen neuen Weg der Generalisierung suchen.

Da ist schon eine kleine Etymologie des Wortes „Konsum“ nützlich, das im Laufe der Zeit einen erheblichen Bedeutungswandel vollzogen hat. Ursprünglich war „Konsum“ gleichbedeutend mit „Verbrauchen“ im Sinne eines Aktes des Aufzehrens. Ein solcher Fall liegt noch immer vor, wenn ich eine St.Galler Bratwurst, die ich erstanden habe, esse und dazu einen Müller-Thurgau aus dem Thurgau trinke. Ein ganz anderer Fall liegt vor, wenn ich z.B. beobachte, dass mein Nachbar einen Fernsehapparat „konsumiert“. Da im letzteren Falle nichts verzehrt wird, besteht die Gemeinsamkeit des „Konsums“ bei den beiden Fällen eigentlich nur in der Geldausgabe für den Zweck der Inbesitznahme des Konsumgutes. Bei dauerhaften Konsumgütern, wie einem Fernsehapparat, könnte man von „Verzehr“ allenfalls hinsichtlich des Gebrauchs der Dienstleistungen sprechen, die Güter dieser Art erbringen können. Tatsächlich ist ein Fernseher, des-

---

<sup>4</sup>Für eine ausführlichere Diskussion der interdisziplinären Bezüge siehe Witt (1987, Kap. III; 1991; 2001b). Vgl. auch Ruprecht (2001a). Ein verwandter Ansatz, der sich mit einer anthropologisch-philosophischen Schwerpunktsetzung mit der Frage der Unersättlichkeit des Besitzererwerbs auseinandersetzt, findet sich in Löwe (1995), auf den ich im Anschluss an diese Vorlesung aufmerksam wurde.



---

sen Bildschirm dunkel bleibt und der daher keine Dienstleistung abgibt, normalerweise nicht ein Gegenstand, den wir begehren oder nachfragen.

Die Tatsache, dass der Begriff Konsum so unterschiedliche Beobachtungen abdeckt wie den direkten Verzehr von Gütern, die Inanspruchnahme ihrer Dienstleistungen oder auch einfach nur den Vorgang des Erwerbs von Gütern gegen Geldzahlung, deutet nicht nur auf Unterschiede in der Konsumtechnologie und in den Institutionen hin. Ich möchte behaupten, dass die unterschiedlichen Kategorien Konsumaktivitäten zugeordnet sind, die aus verschiedenen Phasen der wirtschaftlichen Entwicklung stammen. Heute sind alle gleichzeitig präsent und werden deshalb leicht unter ein abstraktes Konzept von Konsum subsumiert. Tatsächlich lässt sich jedoch aus der Rekonstruktion der Unterschiede und ihrer historischen Kontingenz ein Weg generalisierender Theoriebildung einschlagen, der zwar wenig mit der Vorstellungswelt der modernen Präferenz- und Nutzentheorie gemein hat, sich jedoch auf das Erklärungsinteresse zurückbesinnt, das einmal am Anfang des utilitaristischen Forschungsprogramms in der Ökonomik gestanden hat. Gemeint ist eine substanzielle Theorie menschlicher Bedürfnisse, wie sie Bentham (1789) zu einer Zeit vorschwebte, als es weder eine Psychologie noch eine Evolutionsbiologie gab. Die nachfolgenden Überlegungen kann man deshalb auch als eine Reinterpretation des ursprünglichen utilitaristischen Forschungsprogramms im Lichte des heutigen Standes jener Disziplinen verstehen.

Betrachten wir, um mit dem einfachsten Fall zu beginnen, Konsum im Sinne direkten Verzehrs etwas näher. Wir können dazu auf die Ebene der Subsistenzökonomie zurückgehen, wie sie vermutlich unsere Vorfahren schon in grauer Urzeit betrieben. Was da konsumiert, d.h. direkt verzehrt wird - ohne vorherigen Tausch gegen Geld versteht sich - ist eine relativ kleine Zahl von Gütern. Sie dienen einigen wenigen Elementarbedürfnissen nach Luft zum Atmen, Nahrung zum Essen, d.h. Fetten, Kohlehydraten, Eiweissen, Mineralien, Vitaminen usw., und Wasser bzw. wässrigen Lösungen zum Trinken (allenfalls dazu noch einigen Mitteln zur Schmerzlinderung). Man mag diese Beobachtung für trivial halten, aber sie weist auf einen wichtigen Einfluss hin. Die Befriedigung dieser Bedürfnisse ist eine physiologische Notwendigkeit für die Aufrechterhaltung der Lebensfunktionen des Organismus, die sich ebenso auch im Tierreich findet. Es ist deshalb anzunehmen, dass es sich hier um genetisch angelegte Elementarbedürfnisse handelt.

Wenn man dies einmal akzeptiert, liegt es nahe, nach weiteren genetischen Einflüssen auf das Konsumverhalten zu suchen. Tatsächlich lassen sich einige weitere Elementarbedürfnisse identifizieren, nämlich jene nach Aufrechterhaltung der Körpertemperatur, nach Schlaf, physischer Aktivität, mentaler Stimulation, sexueller Befriedigung, Zuneigung und Fürsorge und schliesslich nach sozialer Anerkennung oder Status. Das Streben nach Befriedigung dieser Bedürfnisse findet sich in allen menschlichen Kulturen ebenso wie bei den höher entwickelten Arten im Tierreich - wiederum Indiz dafür, dass sie, wie die zuerst genannten Elementarbedürfnisse, genetisch angelegt sind. Der Beitrag, den ihre Befriedigung für die genetische Fitness der Organismen leistet, ist offensichtlich. Im Unterschied zur erstgenannten Gruppe sind die Elementarbedürfnisse der zweiten Gruppe jedoch nicht durch direkten Verzehr von Gütern zu befriedigen. Die Art und Weise der Bedürfnisbefriedigung ist "technisch" gesehen anderer Natur. Sie unterscheidet sich zudem auf charakteristische Weise im Tierreich einerseits und beim Menschen andererseits.

Nehmen wir das Beispiel des Elementarbedürfnisses nach Aufrechterhaltung der Körpertemperatur. Wenn die Aussentemperatur stark von der Körpertemperatur abweicht, muss das Bedürfnis durch Mittel zum Ausgleich des Temperaturunterschieds befriedigt werden. Im Tierreich geschieht dies weitgehend endosomatisch. Dem Hund wächst im Winter ein dichteres Fell. Im Sommer fällt es ihm zum Leidwesen der Hausmänner und -frauen aus. Beim Menschen wird das Bedürfnis weitgehend exosomatisch befriedigt. Man benutzt im Winter einen Mantel und hängt ihn im Sommer in den Schrank. Der Unterschied ist Ausdruck menschlicher Intelligenz und menschlichen Einsichtsvermögens, die die Herstellung und den Gebrauch von Instrumenten und Werkzeugen ermöglichen. Zufällige Einsicht, Versuch und Irrtum, menschliche Phantasie haben so eine grosse Zahl von Artefakten hervorgebracht, die wir gebrauchen - oder genauer, deren Dienstleistungen wir gebrauchen - um unsere Bedürfnisse nach Aufrechterhaltung der Körpertemperatur, Schlaf, physischer Aktivität und mentaler Stimulation zu befriedigen bzw. besser zu befriedigen. Ja selbst für sexuelle Befriedigung und die Befriedigung des Bedürfnisses nach Zuneigung und Fürsorge und sozialer Anerkennung und Status sind Instrumente und Werkzeuge erfunden worden.

Die elf Elementarbedürfnisse, von denen hier die Rede ist, kann man mit dem in Verbindung bringen, was in der behavioristischen Psychologie "Primärverstärker" genannt wird (Millenson 1967, S. 368). Primärverstärker

---

gelten wegen ihrer gleichartigen Wirkungen über sehr viele Spezies hinweg als genetisch angelegt. So haben die Behavioristen in Experimenten mit Ratten, Tauben, Affen, Menschen - um nur einige Spezies zu nennen - beobachtet, dass Handlungen, die zu einer Befriedigung dieser Bedürfnisse führen oder beitragen, in der Folge mit verstärkter Häufigkeit auftreten. Voraussetzung ist, dass eine Befriedigung durch eine solche Handlung überhaupt möglich ist. Dies ist nicht der Fall, wenn der Organismus hinsichtlich dieses Bedürfnisses bereits gesättigt ist.

Hier haben wir eine wichtige Beobachtungsbasis, um das Konzept der Sättigung genauer zu spezifizieren. Sättigung ist ein leicht verständliches physiologisches Phänomen bei Konsumgütern, die zur Befriedigung eines Bedürfnisses direkt verzehrt werden. Der Abbau der zugeführten Güter durch den Metabolismus der Organismen lässt das Sättigungsgefühl verschwinden, so dass erneut Güter verzehrt werden müssen, um erneut Sättigung zu erreichen. Auch hinsichtlich der zweiten Gruppe von Elementarbedürfnissen ist Sättigung ein relativ klares Phänomen, bezieht sich hier jedoch auf den Gebrauch bzw. die Wirkung der Dienstleistungen, die die Instrumente und Werkzeuge abzugeben in der Lage sind. Im Beispiel des Bedürfnisses nach Aufrechterhaltung der Körpertemperatur tritt eine "Sättigung" ein, wenn durch geeignete Mittel der Temperaturunterschied zur Aussentemperatur ausgeglichen ist. Wenn das Fell des Hundes dicht genug ist, ist das Bedürfnis befriedigt, und in diesem endosomatischen Fall führt die Selbststeuerung des Organismus dazu, dass das Fell nicht weiter wächst. Im exosomatischen Fall existiert eine solche Selbstregulierung in Form eines physiologischen Automatismus jedoch nicht. Dies bedeutet, dass selbst dann, wenn mit einem Mittel der Temperatúrausgleich schon herbeigeführt werden kann, trotzdem noch weitere Mittel (deren Dienstleistungen dann nur partiell in Anspruch genommen werden) konsumiert werden. Frage: wie viele Wintermäntel hängen in Ihrem Kleiderschrank? Und wie verhält es sich mit der Etagenheizung, die man lieber in Anspruch nimmt, als den Mantel in der Wohnung anzubehalten, oder mit dem Federbett, das man des nachts auflegt ...? Wie viele Instrumente und Werkzeuge zur Befriedigung ein und desselben Elementarbedürfnisses "konsumiert" werden (im Sinne von erworben werden), hängt hier also nicht vom Sättigungsgrad des zugrunde liegenden Bedürfnisses ab, sondern von anderen, vermutlich kognitiven Faktoren.

Hinter diesen kognitiven Faktoren verbirgt sich die individuelle Wahrnehmung einer möglicherweise grösseren Zahl von weiteren Ziel-Mittel-Zu-

sammenhängen, für die ein Konsumgut in den Augen eines Konsumenten instrumentalisiert werden kann. Der Wintermantel befriedigt ja wahrscheinlich nicht nur das Bedürfnis nach Aufrechterhaltung der Körpertemperatur, sondern kann vielleicht auch zur mentalen Stimulation (ästhetischer Genuss) und zur Geltendmachung eines sozialen Status (soziale Anerkennung) beitragen. Im Falle eines solchen "Kombi"-Gutes werden dann gleich mehrere und wahrscheinlich unterschiedliche Sättigungsgrenzen relevant: während ein bestimmter Konsumumfang das eine Bedürfnis vielleicht schon sättigt, sind andere Bedürfnisse damit noch nicht notwendig gesättigt, oder sind möglicherweise überhaupt nicht zu sättigen.

Die Beobachtung, dass der Konsum eines Gutes zur Befriedigung von mehr als nur einem Bedürfnis beitragen kann, ist keineswegs neu. Sie wird klar angesprochen in der Konsumtheorie von Ironmonger (1972). Ja, sie hat wohl schon Bentham (1789) dazu inspiriert, in seinem auf eine *pleasure-and-pain* Messung angelegten sensorischen Utilitarismus einen Konsumakt als Auslöser einer "complex pleasure" aufzufassen, die sich aus verschiedenen "simple pleasures" zusammensetzt. Für Bentham können die mit dem Konsum verbundenen Intensitäten der "simple pleasures" unabhängig voneinander variieren und können zudem unterschiedlich gewichtet sein. Analog kann man davon ausgehen, dass die Dienstleistungen des Kombi-Gutes (oder Instruments) "Wintermantel" verschiedene Elementarbedürfnisse unterschiedlich schnell oder stark zu befriedigen vermögen, und die Gewichtung der Bedürfnisse (Wärme, ästhetischer Reiz, Statusindikator usw.) durchaus raum-zeitlich unterschiedlich, d.h. ihrerseits variabel ist. Die Komplikationen, die diese Vielschichtigkeit ins Spiel bringt, verlangen danach, eine komplexere Theorie zu entwickeln.

### **Hypothesenbildung: Woher kommen unsere Bedürfnisse, und (wie) ändern sie sich?**

Ein Teil der Frage, woher unsere Bedürfnisse kommen, ist bereits durch die im vorigen Abschnitt erwähnten Beobachtungen beantwortet worden. Unsere elementaren Bedürfnisse haben wir ererbt. Von der üblichen genetischen Varianz abgesehen sind sie deshalb auch interindividuell weitgehend gleichartig. Nun beobachten wir andererseits jedoch, dass die Leute tatsächlich sehr unterschiedliche Dinge begehren und konsumieren. Woher kommen dann solche Unterschiede? Um von den inter-individuell relativ gleichartigen Elementarbedürfnissen zu einem Verständnis der tatsächli-

---

chen idiosynkratischen, individuellen Formen des Konsumierens zu kommen, besteht eine Erklärungslücke, für die ich eine Theorie einer zweiten Kategorie von - erlernbaren - Bedürfnissen vorschlagen möchte. Diese Theorie kann wiederum durch Forschungsergebnisse aus den Verhaltenswissenschaften untermauert werden.

Der Lernmechanismus, der für die Entstehung und Veränderung von nicht ererbten Bedürfnissen verantwortlich ist, ist ebenfalls genetisch in uns angelegt. Wir teilen ihn alle miteinander aber auch mit vielen Arten im Tierreich. In den Verhaltenswissenschaften wird dieser Lernmechanismus "operante Konditionierung" oder "Konditionierungslernen" genannt (Skinner 1966). Er arbeitet wie folgt. Wird die oben bereits erwähnte Erfahrung einer primären Verstärkung (z.B. die Befriedigung von Hunger durch eine Nahrungsaufnahme) immer wieder mit denselben, an sich neutralen Reizen kombiniert, dann wird eine Assoziation zwischen der primären Verstärkung und den an sich neutralen Reizen gelernt. Letztere werden dadurch selbst zu so genannten "konditionierten" oder "sekundären" Verstärkern. D.h. die relative Häufigkeit eines Verhaltens, auf das die konditionierte Verstärkung folgt, nimmt dann auch ohne Anwesenheit der ursprünglichen, primären Verstärkung zu. (Diese konditionierten oder sekundären Verstärker wirken allerdings nur temporär und verlieren ihre eigenständig verstärkende Wirkung wieder, wenn sie nicht gelegentlich wieder mit der ursprünglichen, primären Verstärkung assoziiert auftreten.) So wie man die Grundlage der verstärkenden Wirkung von primären Verstärkern mit der Befriedigung eines oder mehrerer Elementarbedürfnisse in Verbindung bringen kann, so ist das Erlernen sekundärer Verstärker auch als eine erlernte Befriedigung individuell erworbener Bedürfnisse interpretierbar.

Der grösste Teil des Erlernens von erworbenen Bedürfnissen findet in unserer Sozialisationsphase statt. Welche Assoziationen wir lernen und welche Bedürfnisse wir dabei entwickeln, wird stark von den Gegebenheiten unserer sozialen und kulturellen Umgebung beeinflusst. Erziehung ist zum guten Teil ein mehr oder weniger bewusster Versuch, das Assoziationslernen zu beeinflussen. Im Gegensatz zu den genetisch determinierten Elementarbedürfnissen macht sich so in den erworbenen Bedürfnissen die idiosynkratische, individuelle Lerngeschichte mit all ihren kulturellen und subkulturellen Kontingenzen geltend. Bei der enormen Assoziationsfähigkeit des menschlichen Gehirns treten über sehr lange Ketten noch Konditionierungswirkungen auf. Die resultierende Komplexität in der Entstehung der individuellen Bedürfnisse erklärt deren ausserordentliche, inter-

individuelle Varianz zu jedem Zeitpunkt ebenso, wie die intra-individuelle Veränderlichkeit über die Zeit hinweg.

Die Antwort auf die Frage, woher unsere Bedürfnisse kommen und wie sie sich ändern, ist damit in groben Zügen umrissen. Für die Implikationen hinsichtlich des Konsums sind allerdings noch weitere Details, Qualifizierungen und - leider auch - zusätzliche Komplikationen zu berücksichtigen. Ein erster Punkt ist die Frage der Sättigung. Elementarbedürfnisse lassen sich - ebenso wie primäre Verstärker - unterschiedlich schnell oder leicht sättigen. Kulturell erworbene Bedürfnisse - ebenso wie die sekundären Verstärker - unterliegen jedoch keinem Wechselspiel von Deprivation und Sättigung. Gesättigt wird allenfalls der primäre Verstärker, zu dem die Assoziation gelernt wurde. Nehmen wir ein konkretes Beispiel. Zur Befriedigung meines Hungers nehme ich Nahrung (primärer Verstärker) auf. Das Essen finde dabei immer mit Hilfe wertvoller Tafelutensilien statt. Letztere stellen an sich einen neutralen Reiz dar (allenfalls werden sie zusätzlich als mentale Stimulation empfunden). Dadurch, dass eine Assoziation mit dem primären Verstärker Nahrung gelernt wird, wird der Umgang mit den wertvollen Tafelutensilien selbst zu einem erworbenen Bedürfnis (sekundären Verstärker). Nun tritt eine merkwürdige Asymmetrie auf. Während ich eine St.Galler Bratwurst heiss begehre, wenn ich einen Mordshunger habe, aber am Ende eines fulminanten Sechs-Gang-Menüs im Schlössli keine mehr sehen mag, kann ich mich an einem Wedgwood Service jederzeit erfreuen - vor und nach Genuss der Mahlzeit, ja sogar ganz unabhängig von Mahlzeiten.

Hinsichtlich des Konsumverhaltens taucht damit ein ganz ähnliches Problem auf, wie wir ihm oben schon im Zusammenhang mit den Instrumenten und Werkzeugen begegnet waren, deren Dienstleistungen zur Befriedigung bestimmter Elementarbedürfnisse taugen. Hier wie dort tritt durch den Konsum nicht oder nicht notwendig eine Sättigung ein. Hier wie dort muss die Frage, wie viel ich von diesen Gütern konsumiere, daher von anderen, vermutlich kognitiven Faktoren abhängig gemacht werden. Ebenso wie ich weitere Mäntel konsumieren (d.h. zum Zwecke des "Endverbrauchs" kaufen) kann, obwohl einer schon ausreicht, um meine Körpertemperatur vor winterlichen Einflüssen zu schützen, ebenso ist die Anzahl und der Umfang der Tafelservice, die ich anschaffe, unabhängig davon, dass ich meinen Hunger weitestgehend auch ohne solche Utensilien stillen kann.

---

Wir kommen damit zu einem zweiten Punkt, der eine erhebliche Komplikation darstellt. Auf dem Weg von einem (ungesättigten) Bedürfnis als notwendiger Motivation hin zu einem konkreten Konsumakt treten noch Auswahlvorgänge auf, die durch die skizzierte Theorie der Bedürfnisse allein nicht erklärt werden können. Im Falle der exo-somatischen Instrumente und Werkzeuge, die zur Befriedigung elementarer Bedürfnisse eingesetzt werden, ist die Auswahl von zweierlei abhängig: einerseits von den Zielerreichungstechniken, die dem Individuum bekannt sind; andererseits von der Verfügbarkeit der Mittel/Instrumente, so wie sie subjektiv wahrgenommen werden. Auf dieser kognitiven Ebene erscheinen also in etwas anderem Gewande die altbekannten Konzepte von Produktionsmöglichkeiten und -beschränkungen. Das Gewand ist deshalb anders, weil beides wegen der Bindung an subjektives Wissen einer grösseren Unschärfe und Veränderlichkeit unterliegt als in der Welt gegebener Entscheidungsprobleme mit vollständiger Information. Je nach dem, was wir über Mittel zur Befriedigung unserer Bedürfnisse kognitiv gelernt haben, was im Falle der Kombi-Güter von beträchtlicher Komplexität sein kann, wird unser Konsum unterschiedlich ausfallen.

Kulturell erworbene Bedürfnisse, so habe ich argumentiert, entwickeln sich über die langen Assoziationsketten mit der Befriedigung von Elementarbedürfnissen. Die Befriedigung der erworbenen Bedürfnisse wird umso mehr ausschlaggebend für unser Konsumverhalten, je mehr die Elementarbedürfnisse durch relative Sättigung zurücktreten. Güter, die der Befriedigung erworbener Bedürfnisse dienen können, sind daher - scheinbar paradox - in der Gruppe der superioren Güter zu finden: mit steigendem Realeinkommen, das eine zunehmende relative Sättigung der Elementarbedürfnisse ermöglicht, machen vermehrt die kulturell erworbenen Bedürfnisse, die selbst nicht sättigbar sind, ihren Einfluss auf den Konsum geltend. Welche Bedürfnisse bzw. Güter dabei in welcher Reihenfolge und welchem Umfang zum Zuge kommen, ist in starkem Masse von der Konditionierungsgeschichte jedes einzelnen Konsumenten mit all ihren nicht allgemein fassbaren Individualien abhängig. Der Einfluss von Individualien - und damit der Grad der Komplexität - kann sich noch steigern, wenn Kombi-Güter elementaren und erworbenen Bedürfnissen gleichzeitig dienen (wie dies etwa bei den erwähnten Tafelutensilien dann der Fall ist, wenn diese auch das Elementarbedürfnis nach mentaler Stimulation befriedigen). Unter solchen Umständen wird dann die Subjektivität und Zeitpunktabhängigkeit technologischen Konsumwissens auch für diese Gütergruppe relevant.

## **Wie der wachsende Konsum erklärt werden kann - ein komplexes Argument**

Wir sind nun an dem Punkt angekommen, an dem die Verbindung zwischen dem Wirtschaftswachstum und dem, was auf der Nachfrageseite geschieht, hergestellt werden kann. Nach dem vorher Gesagten wird es nicht überraschen, dass hier eine komplexe Argumentation erforderlich wird, komplexer als sie im Rahmen einer rein preistheoretischen Betrachtung von Einkommens- und Substitutionseffekten ausfallen würde. Überraschen sollte uns die komplexere Argumentation auch deshalb nicht, weil wir hier über den Bereich der subjektiven Werte, die in der Preistheorie nicht erklärt werden, hinaus gehen und zu Aussagen kommen müssen, die die sich im tatsächlichen Konsum ausdrückenden individuellen Wertungen zu objektivieren suchen.

Im Ausgangspunkt sind wir uns mit der preistheoretischen Betrachtung einig. Notwendige Bedingung für einen wachsenden Konsum, von dem das Wirtschaftswachstum letztlich getragen werden muss, ist eine wachsende Verfügbarkeit von Ressourcen für den Konsum - welche Bedeutung von Konsum auch immer zugrunde gelegt wird (direkter Verzehr, Gebrauch impliziter Güterdienstleistungen oder einfach nur Besitzerwerb von Ressourcen). Die Voraussetzungen dafür, dass diese notwendige Bedingung erfüllt ist, stehen hier nicht zur Diskussion. Entscheidend ist, dass diese Bedingung für die Erklärung des Wachstums des Konsums hier nicht als hinreichend betrachtet wird. Das Wachstum könnte bei weiter steigender Ressourcen-Verfügbarkeit ja zum Stillstand kommen, wenn alle Bedürfnisse gesättigt wären. Statt Unersättlichkeit der Konsumenten einfach anzunehmen, und damit das eingangs aufgezeigte Puzzle auf allzu bequeme Weise aus der Theorie herauszuschaffen, müssen wir erklären, aus welchen Gründen und wo eine Sättigung der Nachfrage eintritt und wo nicht. Auf der Grundlage der skizzierten Beobachtungen und Erklärungsansätze können wir dazu eine Reihe von komplementären, empirisch gehaltvollen (testbaren) Hypothesen aufstellen.

Der einfachste Fall, den wir zunächst unterscheiden können, ist der, in dem der Konsum wachsen kann, weil an sich existierende Sättigungsgrenzen noch nicht erreicht sind. Im strengen Sinne ist dieser Fall nur für den Konsum relevant, der zur Befriedigung der Elementarbedürfnisse dient, die mit einem direkten Verzehr von Gütern verbunden sind. Hier können wir unse-



---

re Hypothese direkt auf den physiologischen Deprivations- und Sättigungsmustern gründen. Wie wir sahen, betrifft dies eigentlich nur den Nahrungsmittelkonsum. Hier gibt es eine klare Sättigungsgrenze, die je nach Körperbau und physischer Aktivität zwischen 2000-3000 kcal/Tag und in einer in ihren Inhaltsstoffen hinreichend vielseitig zusammengesetzten Nahrung liegt. Wir müssen hier feststellen, dass viele Menschen auf dieser Erde dieses durchschnittliche Sättigungsniveau noch nicht erreicht haben. Dem Wachstum des Konsums steht in Ländern, in denen dies der Fall ist, deshalb trivialerweise nichts im Weg - vorausgesetzt eben das verfügbare Einkommen wächst.

Der weniger einfache Fall sind die hochentwickelten Länder, in denen die durchschnittlichen Einkommen schon längst so viel Spielraum für den Konsum lassen, dass ein Vielfaches der Sättigungsmenge an Nahrung konsumiert werden könnte, und in denen - wer könnte davon nicht ein Lied singen - das Problem auftaucht, bloss nicht zu viele Kalorien zu konsumieren. Selbst in diesen Ländern wächst der Nahrungsmittelkonsum in realen Termen, wie wir aus der Statistik wissen, noch weiter. Wie ist das möglich? Natürlich kann man das Sättigungsgefühl ignorieren und weiter essen - mit der Folge einer zunehmenden Übergewichtigkeit. Aber selbst dies hat enge Grenzen. Oder man kann mehr Nahrungsmittel „konsumieren“ im Sinne des käuflichen Erwerbs, ohne diese zusätzlichen Nahrungsmittel jedoch zu verzehren - der Fall, den viele als „Verschwendung“ ansehen. Mit zunehmendem Pro-Kopf-Einkommen dürfte dieser Fall für das weitere Wachstum des Konsums von Nahrungsmitteln durchaus eine Rolle spielen. Eine wichtige Ursache stellen dabei die schon erwähnten Kombi-Güter dar, deren unterschiedliche Elemente unterschiedlich schnell gesättigt werden. In vielen Fällen ist Nahrung ein Teil solcher Kombi-Güter, die wir ihrer noch nicht gesättigten Komponenten wegen weiterhin nachfragen, obwohl die Nahrungskomponente schon gesättigt ist - versinnbildlicht durch das, was beim Gala-Essen anlässlich des St.Galler Hochschulballs auf dem Teller liegen bleibt.

Besonders signifikant für die Erklärung des weiteren Wachstums des Nahrungsmittelkonsums sind technologische Entwicklungen, die auf die Vermeidung von Sättigungswirkungen zielen. Den Paradefall stellt die Geschichte des Zuckers und der Süsstoffe dar (Ruprecht 2001b). Innovationen und technischer Fortschritt in den Verfahren der Zuckergewinnung haben über zwei Jahrhunderte hinweg einen boomartigen Anstieg des Zuckerkonsums ermöglicht. Die Folge ist die erst in neuerer Zeit allgegenwärtige

ge, früher jedoch äusserst seltene Dominanz der süssen Geschmacksrichtung in unserer Nahrung. Grundlage für den Nachfrageboom war wohl an erster Stelle das instinktiv von unserem Körper entschlüsselte Signal „süss = kalorienhaltig“, das das süsse Geschmackserlebnis zum primären Verstärker macht. Erst die mit steigendem Einkommen zunehmende Sättigung des Kalorienbedarfs liess *diese* Triebfeder des Wachstums des Nahrungsmittelkonsums erlahmen. Eine weitere Expansion auf der Basis des einmal etablierten Geschmacksmusters „süss“ wäre nicht durchzuhalten gewesen, wenn die Nahrungsmittelindustrie nicht auf einen an sich schon lange bekannten weiteren technischen Fortschritt hätte zurückgreifen können, nämlich den Einsatz von Süsstoffen. Da diese süss schmecken, aber kaum Kalorien haben, erlauben sie die primäre Verstärkung durch das süsse Geschmackserlebnis von der sättigenden Wirkung abzutrennen.

Wird mittels des Übergangs von Zucker auf Süsstoffe die Sättigung gewissermassen durch Manipulation der Nahrung hinausgeschoben und dadurch ein weiteres Konsumwachstum möglich, so ergibt sich dieses Wachstum in solchen Fällen viel einfacher, in denen Sättigung nicht, oder nur schwer möglich ist. Dies ist zunächst, wie oben erwähnt, bei einigen der Elementarbedürfnisse der Fall. Nehmen wir das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung und Status. Soweit wir nach einem möglichst hohen Status streben und uns zur Signalisierung unseres Status eines demonstrativen Konsums bedienen, ist dieses Bedürfnis schwer zu sättigen, sofern durch Einkommenssteigerungen eine Aufholkonkurrenz hinsichtlich des Status induziert wird. Wie Hirsch (1978) in seiner Theorie der positional goods argumentiert hat, führt der Versuch, mit wachsendem Einkommen zu den höheren Statusgruppen aufzuschliessen, indem man sich deren Prestigekonsum ebenfalls leistet, zu Anreizen bei jenen Statusgruppen, ihren eigenen Prestigekonsum „aufzurüsten“, um die Konsumunterschiede aufrecht zu erhalten. Die Folge ist eine Spirale wie beim Rüstungswettlauf, die zu einem immer umfangreicheren oder aufwendigeren Konsum führt. In der Regel zielt er auf Kombi-Güter ab, die eine oder mehrere Komponenten besitzen, mit denen Status signalisiert werden kann. Der Konsum kann hier immer weiter steigen, auch wenn die Nachfrage nach allen anderen Komponenten im Prinzip schon längst gesättigt ist.

Ein weiteres Elementarbedürfnis, das schwer sättigbar ist, und deutliche Spuren in der modernen Konsumwelt hinterlässt,<sup>5</sup> ist das Bedürfnis nach

---

<sup>5</sup>Weiter wären alle Mittel zur Schmerzlinderung und Gesundheitsförderung und, im weiteren Sinn, Lebensverlängerung zu nennen, auf die hier nicht eingegangen werden soll.

---

mentaler Stimulation: Unterhaltung, Erlebnis-Konsum, Freizeitindustrie, Medien und Mobilität, soweit diese konsumptiven Charakter hat, sind hier die Stichworte für einen Bereich der wirtschaftlichen Wertschöpfung, der in Volkswirtschaften mit hohem Pro-Kopf-Einkommen immer grössere Bedeutung erlangt, wie schon Scitovsky (1976) diagnostiziert hat. Auch bezüglich der Befriedigung dieser Bedürfnisse ergibt sich eine latente Instabilität. Dem relativen Charakter der mentalen Stimulation entsprechend, müssen immer neue und immer stärkere Stimuli die Abnutzung durch Gewöhnung kompensieren. Wer möchte schon Tag für Tag exakt dasselbe in der Zeitung lesen oder immer wieder denselben Film sehen? Und wer möchte nicht, nachdem er alle Schweizer Berge und Täler kennen gelernt hat, einmal Urlaub an der See oder gar in der Wüste oder im Urwald machen?

Wie oben dargelegt, baut auf den Elementarbedürfnissen die Hierarchie der erlernten oder konditionierten Bedürfnisse auf, die ihrer Natur nach selbst keiner Sättigung unterliegen. Ein besonders auffälliges Beispiel dafür, wie das Nichtvorhandensein einer Sättigungsgrenze hier wirkt, stellt das Bedürfnis, bestimmte Objekte um ihrer selbst willen zu sammeln, dar. (Wie so oft können die gesammelten Objekte zugleich Kombi-Güter sein, die wegen ihrer ästhetischen Eigenschaften auch in der Dimension der mentalen Stimuli ein Bedürfnis befriedigen und/oder in der Dimension sozialer Anerkennung und Status, wenn es sich etwa um besonders prestigeträchtige Objekte handelt.) Die mitunter beobachtbare Sammelleidenenschaft zeigt, wie stark ein solches erworbenes Bedürfnis werden kann. Es bleibt jedoch das Ergebnis einer Konditionierung und geht deshalb zurück oder verschwindet, wenn die zugrunde liegende (positive) primäre Verstärkung, auf die es konditioniert ist, ganz entfällt oder von einer negativen Verstärkung überlagert wird. Ein konditioniertes Bedürfnis, bestimmte Objekte zu sammeln, sollte in seiner Wirkung auf das Wachstum des Konsums mit steigendem Pro-Kopf-Einkommen nicht unterschätzt werden. Was wird heute nicht alles gesammelt und daher nachgefragt, und zwar an neuen Produkten: von den klassischen Objekten Schmuck, Kunst, Kunsthandwerk ohne funktionalen Wert bis hin zu Objekten, die ursprünglich wegen ihres Charakters als Instrumente oder Werkzeuge konsumiert wurden (Uhren, Füllfederhalter, Geschirr und vieles andere mehr).

Tatsächlich sind Konsumgüter mit Instrumentcharakter die dritte Gruppe, bei der - wie oben erwähnt - keine direkte Sättigung auftritt. Es kommt nur darauf an, dass sie als tauglich eingestuft werden, ein noch ungesättigtes

Bedürfnis zu befriedigen. Diese Einstufung erfolgt durch einen kognitiven Akt. Der Konsument muss entsprechend überzeugt werden. Sofern für den Konsumenten plausibel eine instrumentelle Eignung für ein gegenwärtig oder zukünftig noch ungesättigtes Bedürfnis begründet werden kann, steht dem Auf- und Ausbau von Beständen solcher Konsumgüter nichts im Wege (entsprechende Kaufkraft immer vorausgesetzt). So machen denn solche Güter mit instrumentellem Charakter auch den Löwenanteil unter den neuen Gütern aus, wie die Welle der „consumer electronics“ der letzten Jahrzehnte eindrücklich veranschaulicht. Das Problem der Hersteller ist, die Konsumenten immer wieder von der Nützlichkeit der neuen Güter als Instrumente für die Befriedigung existierender oder vielleicht erst noch zu weckender Bedürfnisse zu überzeugen.

Da bei der ungeheuren Vielzahl von Gütern mit instrumentellem Charakter inzwischen das zu ihrer Beurteilung erforderliche Konsumwissen schon längst über das Mass hinausgeht, das jeder einzelne von uns noch verarbeiten kann, ist die Folge, dass wir alle uns in unserem Konsumentenwissen spezialisieren. Wir setzen uns nur mit Teilen der Information über den gesamten Konsumgüterkosmos auseinander - selbst wenn wir hauptberuflich Konsumenten sind wie manche(r) Hausfrau/-mann. Wer von uns weiss schon etwas mit dem Klirrfaktor in der Wiedergabe des Stereogerätes anzufangen, oder mit der Zahl der Ventile im Otto-Motor unseres fahrbaren Untersatzes, oder mit den Unterschieden im Timbre zweier Rigoletto-Tenöre; und vor allem: wer mit all diesen Feinheiten gleichzeitig? Da unser Konditionierungslernen wie auch unserer kognitives Lernen unseren Geschmack, unser Wissen und letztlich die Detailliertheit unserer Bedürfnisse nur für solche Dinge verfeinern, die unsere Aufmerksamkeit und Erfahrung binden, bedeutet Spezialisierung im Konsum weit mehr als nur eine Teilung des Wissens und der Fähigkeiten wie bei der Spezialisierung in der Produktion. Es bedeutet auch eine zunehmende Ausdifferenzierung unserer Wünsche und unseres Begehrens intra- wie interindividuell.

Oft genug bedeutet Kaufbereitschaft und Kaufkraft der hochspezialisierten Konsumenten eine Beschäftigung erhaltende Nische, wo ein mit den Skaleneffekten der Massenproduktion stillbarer undifferenzierter Massenkonsument schon längst die meisten Arbeitsplätze vernichtet hätte. So gesehen ist das, was auf der Nachfrageseite im Zuge des Wirtschaftswachstums geschieht, weit mehr, als nur eine Reflexion über das Sättigungsproblem. Spezialisierung des Konsums und Differenzierung von Wissen, Geschmack und Bedürfnissen scheinen auch höchst relevant für die Frage, wie bei den

---

technischen Gegebenheiten der modernen Produktion immer wieder Beschäftigung erhalten bzw. neu aufgebaut werden kann, die die Einkommen für den zunehmenden Konsum ermöglicht.

### **Und die Moral von der Geschicht'?**

Die moral-philosophischen Motive, die an der Wiege des utilitaristischen Programms in der Ökonomik eine zentrale Rolle spielten und auch nie ganz verloren gingen, sind in der modernen Konsumtheorie etwas an den Rand gedrängt worden (siehe Sen 1987). Im Lichte der vorangegangenen Überlegungen zu dem, was auf der Nachfrageseite im Zuge des Wirtschaftswachstums geschieht, bekommen sie jedoch neues Gewicht. Auch in Anerkennung der Bedeutung, die Walter Adolf Jöhr den ethischen Aspekten wirtschaftlichen Handelns zuerkannt hat, möchte ich mir daher erlauben, diese Vorlesung mit einigen kurzen Bemerkungen zu den moral-philosophischen Aspekten der vorgetragenen Hypothesen zu beschliessen. Dabei geht es nicht darum, normative Schlüsse zu ziehen, ja nicht einmal darum, die Betrachtung auf eine normative Ebene zu heben. Vielmehr möchte ich lediglich darauf aufmerksam machen, dass einige der aufgestellten Tatsachenbehauptungen bei vielen Menschen eine normative Reaktion hervorrufen werden, die auf eine Infragestellung der moralischen Legitimation des Konzeptes der Konsumentensouveränität hinauslaufen.

So werden einige fragen, wie es darum bestellt ist, dass auf dieser Erde der gut-situierte Teil der Menschen so weit ist, dass durch technologische Entwicklungen die Sättigung von Elementarbedürfnissen künstlich hinauszögert wird. Oder dass - im Fall der Kombi-Güter - der Konsum um einiger noch ungesättigter Komponenten willen noch ausgedehnt wird. Oder dass - wie im Fall der Güter mit Instrumentcharakter - der Besitzerwerb fortgesetzt wird, obwohl die Dienstleistungen jedes einzelnen Gutes dann nur noch bruchteilhaft in Anspruch genommen werden. All dies vor dem Hintergrund einer globalen Einkommensverteilung, die es einem beträchtlichen Teil der Weltbevölkerung kaum erlaubt, wenigstens genügend Nahrungsmittel für das nackte Überleben konsumieren zu können. Andere werden fragen, wie akzeptabel ein global wachsender Konsum in Anbetracht der Externalitäten ist, die mit der Produktion der Konsumgüter einhergehen: der Verbrauch an nicht erneuerbaren Ressourcen; die möglicherweise irreversible Belastung natürlicher Kreisläufe; die Zerstörung der Lebensräume vieler Arten - um nur die auffälligsten Begleiterscheinungen zu nennen. All dies vor dem

Hintergrund, dass die reichsten Völker vorleben, wie wenig sie die hinausgeschobene Sättigung der Elementarbedürfnisse, der Erwerb kulturell bedingter, erlernter Bedürfnisse und die Spezialisierung im Konsum *glücklicher* zu machen scheinen (siehe Lane 2000).

Um nicht missverstanden zu werden. Es ist nicht mein Anliegen, hier der Reglementierung der Konsumenten und ihres Ausgabenverhaltens das Wort zu reden. Wohl aber bin ich der Meinung, dass das Konzept der Konsumentensouveränität nicht als Devise missverstanden werden darf, den Bereich der Entstehung und Veränderung unserer Bedürfnisse und Handlungsmotive aus der wissenschaftlichen Diskussion auszuklammern und gewissermassen zum Tabu zu erklären. Über das Zustandekommen und die Voraussetzungen unserer Konsumwünsche kann man als Wissenschaftler von der faktischen Seite her durchaus diskutieren. Die Einsichten, die man dabei gewinnen kann, relativieren viel von unserem Begehren. Eine Menge von dem, was wir heute konsumieren, haben wir erst durch Konditionierungslernen und kognitives Lernen zu schätzen begonnen. Würde man uns die Möglichkeit nehmen, diese Bedürfnisse zu befriedigen, würden wir dies sicherlich als (Nutzen-) Einbusse erleben. Aber hätten wir nicht gelernt, was wir als Konsumenten lernen, würde uns die Einbusse nichts bedeuten. Vielleicht würde ein breiter Diskurs in unserer Gesellschaft über die Grundlagen unseres Konsumverhaltens auch eine Relativierung der Konsumwünsche zur Folge haben, verbunden mit einer Bereitschaft, sich mehr den moralischen Legitimationsproblemen zu öffnen.

## Literatur

- Angus, D. and Muellbauer, J. (1980),  
*Economics and Consumer Behavior*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bentham, J. (1789),  
*An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, London: Payne and Son.
- Binswanger, H.C. (2002),  
"Walter Adolf Jöhr (1910-1987)", Referat beim dogmenhistorischen Ausschuss des Vereins für Socialpolitik.
- Hirsch, F. (1978),  
*Social Limits to Growth*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ironmonger D.S. (1972),  
*New Commodities and Consumer Behavior*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Jöhr, W.A. (1952),  
*Die Konjunkturschwankungen*, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Jöhr, W.A. (1958),  
*Der Kompromiss als Problem der Gesellschafts-, Wirtschafts- und Staatsethik*, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Jöhr, W.A. (1973),  
*Gespräche über Wissenschaftstheorie*, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Jöhr, W.A., Singer, H. (1955),  
*The Role of the Economist as Official Advisor*, London: Allen & Unwin.
- Lane, R.E. (2000),  
*The Loss of Happiness in Market Economies*, New Haven: Yale University Press.

- Löwe, J. (1995),  
*Der unersättliche Mensch*, Chur: G+B Verlag Fakultas.
- Millenson, J. R. (1967),  
*Principles of Behavior Analysis*, NewYork: McMillan.
- Ruprecht, W. (2001a),  
*Towards an Evolutionary Theory of Consumption*, Disseration Jena.
- Ruprecht, W. (2001b),  
“The Historical Development of the Consumption of Sweeteners - A Learning Approach”, *Papers on Economics and Evolution*, Max Planck Institute Jena, No. 0104.
- Scitovsky, T. (1976),  
*The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*, Oxford: Oxford University Press.
- Sen, A. (1987),  
*On Ethics and Economics*, Oxford: Oxford University Press.
- Skinner, B.F. (1966),  
“Operant Behavior”, in: W.K. Honig (ed.), *Operant Behavior - Areas of Research and Application*, NewYork: Meredith, 12-32.
- Witt, U. (1987),  
*Individualistische Grundlagen der Evolutorischen Ökonomik*, Tübingen: J.C.B.Mohr (Paul Siebeck).
- Witt, U. (1991),  
“Economics, Sociobiology, and Behavioral Psychology on Preferences”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, 557-573.
- Witt, U., ed. (2001a),  
*Escaping Satiation - The Demand Side of Economic Growth*, Berlin: Springer.
- Witt, U. (2001b),  
“Learning to Consume - A Theory of Wants and the Growth of Demand”, *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 11, 23-36.



---

Walter Adolf Jöhr-Vorlesungen

- 1988 Prof. Dr. **Wilhelm Krelle**, Bonn  
*Lange Wellen der wirtschaftlichen Entwicklung*
- 1989 Prof. Dr. **Ota Šik**, St. Gallen  
*Der Weg 3a und 3b. Neue Aussichten für eine Konvergenz der Systeme*
- 1990 Prof. Dr. **Kurt W. Rothschild**, Wien  
*Deregulierung - Anatomie eines Schlagwortes*
- 1991 Prof. Dr. **Gottfried Bombach**, Basel  
*Zur Arbeitslosigkeit der Gegenwart*
- 1992 Prof. Dr. **Ernst Heuss**, Erlangen-Nürnberg  
*Evolutorik und Marktwirtschaft*
- 1993 Prof. Dr. **Erich Streissler**, Wien  
*Unmöglichkeit und Notwendigkeit der Wirtschaftspolitik als bleibendes Dilemma*
- 1994 Prof. Dr. **Wolfgang Stolper**, Ann Arbor, USA  
*Geschichte und Theorie in der Analyse des kapitalistischen Prozesses - ein Schumpeterscher Ansatz*
- 1995 Prof. Dr. **Hans Albert**, Heidelberg  
*Die Idee rationaler Praxis und die ökonomische Tradition*
- 1996 Prof. Dr. Dres. h.c. **Norbert Kloten**, Tübingen  
*Im Sog der Währungsunion. Reflektionen über die Europäische Union und die Schweiz*
- 1997 Prof. Dr. **Hans Christoph Binswanger**, St. Gallen  
*Chinesische Ökonomik. Fünf ordnungspolitische Denkrichtungen in der Chinesischen Ökonomik und ihre europäischen Parallelen*

- 1998 Prof. Dr. Dr. h.c. **Heinz König**, Mannheim  
*Gründungsdynamik, Innovation und Beschäftigung*
- 1999 Prof. Dr. Dres. h.c. **Herbert Giersch**, Kiel  
*Marktökonomik für die offene Gesellschaft*
- 2000 Prof. Dr. **Peter Bernholz**, Basel  
*Globalisierung und Umstrukturierung: Sind sie neu?*
- 2001 Prof. Dr. Dres. h.c. mult. **Bruno S. Frey**, Zürich  
*Glück und Nationalökonomie*
- 2002 Prof. Dr. **Ulrich Witt**, Jena  
*Wirtschaftswachstum - was geschieht auf der Nachfrageseite?*