

http://www.faz.net/-gqe-vbjo

HERAUSGEGEBEN VON WERNER DINKA, BERTHOLD KOHLER, GÜNTHER NONNENMACHER, FRANK SCHIRRMACHER, HOLGER STELTZNER

## Frankfurter Allgemeine Wirtschaft

Aktuell Wirtschaft

Wirtschaftstheorie

### Chinesen sind paradox

06.09.2007 · Wenn die Preise für ein Gut nach oben gehen, kaufen die Menschen üblicherweise weniger davon. Die Chinesen tun manchmal genau das Gegenteil. Und helfen damit zwei amerikanischen Ökonomen, eine uralte Wirtschaftstheorie zu beweisen.

Von CLAUS TIGGES

Artikel

Der Name Robert Giffen sagt vermutlich nur jenen etwas, die in einer Vorlesung zur Einführung in die Mikroökonomie gegessen haben. Dort zählt die Lehre vom „Giffen-Gut“, benannt nach dem schottischen Ökonomen aus dem 19. Jahrhundert, seit langer Zeit zum Standardprogramm. Giffen stellte als Erster die These auf, dass die Nachfrage nach einem Gut nicht zwingend fallen müsse, wenn sein Preis steige. Die Nachfrage könne sogar steigen nach Preiserhöhungen. Und umgekehrt könne die Nachfrage mit einem sinkenden Preis fallen.



© REUTERS

Sind Nudeln in China Giffen-Güter?

Ein solches Phänomen widerspricht der Intuition und steht im Gegensatz zum ökonomischen „Gesetz der Nachfrage“: Danach kaufen Konsumenten weniger von einem Gut, je höher sein Preis klettert. Erst auf den zweiten Blick ist Giffens These plausibel. Ein gängiges Lehrbuchbeispiel lautet folgendermaßen: Jemand hat 3 Euro am Tag zur Verfügung. Er kauft jeden Tag 1 Laib Brot für 1 Euro und 1 Stück Fleisch für 2 Euro. Jetzt steigt der Brotpreis auf 1,50 Euro. Da er nach einem Laib Brot nicht mehr genug Geld für Fleisch übrig hat, kauft er stattdessen einen weiteren Laib Brot.

Weitere Artikel

Erklär mir die Welt (57): Warum ist das Teuerste nicht immer das Beste?

#### Von der Empirie im Stich gelassen

So weit die theoretischen Überlegungen Giffens. Zum Bedauern mancher Ökonomen hat die Empirie sie bei der Bestätigung lange im Stich gelassen. Es haben sich trotz großer Bemühungen lange Zeit keine Fälle finden lassen, die eine Einordnung eines Produkts oder einer Dienstleistung als „Giffen-Gut“ ermöglicht hätte. Selbst die Hungersnot in Irland Mitte des 19. Jahrhunderts, die lange als Beispiel genannt wurde, hat letztlich einer Überprüfung nicht standgehalten: Der Preis für Kartoffeln kletterte während dieser Zeit zwar in die Höhe; Ursache dafür waren aber Schäden an den Pflanzen, die zu einer Angebotsknappheit führten. Der Konsum kann darum - zumindest in der Gesamtheit - gar nicht gestiegen sein.

Doch nun, fast 200 Jahre nach Giffens Idee, haben zwei Ökonomen von der Harvard-Universität zum ersten Mal Beweise geliefert. Robert Jensen und Nolan Miller sind zu diesem Zweck um die halbe Welt gereist und haben in zwei chinesischen Provinzen ein ökonomisches Experiment durchgeführt, das zwar kein Giffen-Gut hervorgebracht hat, wohl aber unter bestimmten Bedingungen zu einem „Giffen-Verhalten“ von Bewohnern in Hunan im Süden und in Gansu im Norden geführt hat. Diese beiden Regionen eigneten sich für den Versuch deshalb so gut, weil die Menschen dort vielfach sehr arm sind, sich zum allergrößten Teil von Reis (Hunan) beziehungsweise Weizen (Gansu) und ein wenig Fleisch und Gemüse ernähren.

#### Mehr Brot und weniger Fleisch

Weshalb unter diesen Umständen mit einem Giffen-Verhalten zu rechnen ist, erläutern die Wissenschaftler ebenfalls anhand eines Beispiels: Ein armer Konsument bewegt sich in seiner Ernährung am Rande dessen, was zum Überleben notwendig ist. Er hat nur zwei Lebensmittel, Brot und Fleisch. Brot liefert verhältnismäßig viele Kalorien zum niedrigen Preis, Fleisch hingegen schmeckt ihm besser, liefert aber weniger

Kalorien je Geldeinheit. Darum isst der Verbraucher verhältnismäßig viel Brot zur Deckung des Kalorienbedarfs und kauft vom übrigen Geld Fleisch. Wenn nun der Brotpreis steigt, kann er sich seine ursprüngliche Kombination von Brot und Fleisch nicht mehr leisten. Wenn er aber den Fleischkonsum erhöht, bekommt er nicht mehr genug Kalorien. Darum muss er mehr Brot essen und den Fleischgenuss einschränken, obwohl der Brotpreis gestiegen ist.

„Darum bieten sich sehr arme Haushalte, die nur das Notwendigste verbrauchten und wo der Kauf eines einzigen Gutes einen großen Teil der Gesamtausgaben bestimmt, für die Suche nach einem Giffen-Verhalten an“, erläutern Jensen und Miller. Dies sei in den beiden chinesischen Provinzen der Fall, wo viele Menschen in extremer Armut leben und umgerechnet weniger als 1 Dollar am Tag zum Überleben haben.

#### **Experiment: Gutscheine für Reis und Weizen**

Das Experiment lief dann folgendermaßen ab: Über einen Zeitraum von fünf Monaten erhielten zufällig ausgewählte Haushalte in Hunan und Gansu Gutscheine zum Kauf ihres wichtigsten Lebensmittels. Reis (in Hunan) und Weizen (in Gansu, meist in Form von Brötchen oder Nudeln) wurden auf diese Weise subventioniert, ihr Preis künstlich verringert, und zwar erheblich. Die Gutscheine führten zu einer Preissenkung von 0,1, 0,2 oder 0,3 Yuan je jin (500 Gramm) des jeweiligen wichtigsten Lebensmittels. In Hunan lag der Preis für 500 Gramm Reis vor dieser Intervention bei 1,2 Yuan, in Gansu mussten 1,04 Yuan für ein halbes Kilo Weizen bezahlt werden. Die Gutscheine beliefen sich auf rund 750 Gramm je Person und Tag, was mehr als dem Doppelten der durchschnittlich verbrauchten Menge entspricht. In Hunan essen die Menschen rund 344 Gramm Reis täglich, was 64 Prozent der zugeführten Kalorien entspricht. In Gansu werden 344 Gramm Weizen gegessen, über die 69 Prozent der Kalorien aufgenommen werden.

Die Ausgabe der Gutscheine führte tatsächlich zu einer Verringerung des Reiskonsums in Hunan, woraus die beiden Wissenschaftler umgekehrt folgenden Schluss ziehen konnten: Ein Preisanstieg von einem Prozent bei Reis führt zu einem Anstieg des Verbrauchs um 0,24 Prozent. Ein eindeutiges „Giffen-Verhalten“. In der Provinz Gansu fiel das Ergebnis hingegen nicht so deutlich aus. Dies könne beispielsweise daran liegen, dass die untersuchten Haushalte dort bessere Ausweichmöglichkeiten auf andere Nahrungsmittel hatten. Außerdem sei es möglich, dass zufällig eine Gruppe von Haushalten erfasst worden sei, die ein wenig zu wohlhabend seien, um ein Giffen-Verhalten an den Tag zu legen.

#### **„Giffen-Verhalten“ des Menschen**

Der Schluss sei gleichwohl zulässig, dass Konsumenten zwar um des Geschmacks willen Nahrungsmittel aßen, die einen geringeren Nährwert haben, deren Konsum aber einschränkten, wenn der Preis des Grundnahrungsmittels sich erhöhe, um dieselbe Menge Kalorien zuführen zu können. „Giffen“, so schreiben die Ökonomen, sei keine Eigenschaft eines bestimmten Gutes, sondern beschreibe vielmehr das Verhalten einer bestimmten Gruppe von Konsumenten zu einem bestimmten Zeitpunkt.

Robert T. Jensen and Nolan H. Miller, Giffen Behavior: Theory And Evidence, National Bureau of Economic Research Working Paper No. 13243, July 2007.

Quelle: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 02.09.2007, Nr. 35 / Seite 38  
Hier können Sie die Rechte an diesem Artikel erwerben