

Thomas, Tobias

Working Paper

Fragwürdige Luxussteuern: Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens

Diskussionspapier, No. 81

Provided in Cooperation with:

Fächergruppe Volkswirtschaftslehre, Helmut-Schmidt-Universität (HSU)

Suggested Citation: Thomas, Tobias (2008) : Fragwürdige Luxussteuern: Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens, Diskussionspapier, No. 81, Helmut-Schmidt-Universität - Universität der Bundeswehr Hamburg, Fächergruppe Volkswirtschaftslehre, Hamburg,
<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:705-opus-17213>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/38725>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Diskussionspapierreihe
Working Paper Series



HELMUT SCHMIDT
UNIVERSITÄT
Universität der Bundeswehr Hamburg

FRAGWÜRDIGE LUXUSSTEUERN:
STATUSSTREBEN UND DEMONSTRATIVES
KONSUMVERHALTEN IN DER
GESCHICHTE ÖKONOMISCHEN DENKENS.

THOBIAS THOMAS

Nr./ No. 81
Mai/ May 2008

Department of Economics
Fächergruppe Volkswirtschaftslehre

Tobias Thomas

Fragwürdige Luxussteuern: Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens*

Inhalt

I.Luxus, Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten – Eine Einführung....	4
II.Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens.....	5
1. Seit 1500 – Die merkantilistische Schule	5
2. Seit 1756 – Die physiokratische Schule	6
3. Seit 1776 – Die klassische Schule	7
4. Seit 1840 – Die deutsche historische Schule	9
5. Seit 1871 – Die marginalistische Schule	10
6. Seit 1890 – Die neoklassische Schule	10
7. Seit 1899 – Die institutionalistische Schule	11
8. Seit 1906 – Die wohlfahrtsökonomische Schule	13
9. Seit 1958 – Die gesellschafts- und sozialkritische Bewegung	13
III.Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten im ökonomischen Denken heute	15
1. Demonstratives Konsumverhalten und intrinsische Motivation – Status als Erfüllung	16
2. Demonstratives Konsumverhalten und extrinsische Motivation – Status als Instrument	18
IV.Fazit	20
Literatur	22
Zusammenfassung	24
Summary	24
Englischer Titel.....	24

* Der Autor dankt *Martin Leschke* (Bayreuth), *Hans-Joachim Braun* und *Klaus W. Zimmermann* (beide Hamburg) sowie zwei anonymen Gutachtern für wertvolle Hinweise und konstruktive Kritik.

I. Luxus, Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten – Eine Einführung

„Luxus ist jeder Aufwand, der über das Notwendige hinausgeht. Der Begriff ist offenbar ein Relationsbegriff, der erst einen greifbaren Inhalt bekommt, wenn man weiß, was das „Notwendige“ sei“ (*Sombart* 1913, S. 71).

Nach *Sombart* gibt es grundsätzlich zwei Möglichkeiten, das Notwendige zu begreifen. Einerseits kann man das Notwendige subjektiv, zum Beispiel auf ethische oder ästhetische Vorstellungen gestützt, determinieren. Andererseits kann man versuchen, einen objektiven Maßstab zu finden. Hier führt *Sombart* die physiologische Notdurft und die Kulturnotdurft an. (*Sombart* 1913, S. 71)

Erweist sich die physiologische Notdurft in entwickelten Volkswirtschaften als weniger geeignet, Luxusgüter abzugrenzen, so beinhaltet der Begriff der Kulturnotdurft alles, was in Bezug auf eine bestimmte Kultur als notwendig erachtet wird. Ob ein Gut als Luxusgut bezeichnet werden kann, hängt demnach vom sozialen Umfeld ab, in dem es konsumiert wird.

Während der Begriff Luxusgut ein Gut bezeichnet, welches relativ zu den Konsumgewohnheiten der Bezugsgruppe hochpreisig ist, bezieht sich der Begriff Statusgut auf den sozialen Rang, der mit dem Konsum des Gutes verbunden wird. Luxusgüter und Statusgüter sind somit generell keine Synonyma; in dem Fall, daß sich Status auf die wirtschaftliche Position eines Individuums in einer Gesellschaft bezieht, haben sie jedoch eine große Schnittmenge. Werden Statusgüter mit dem Motiv der sozialen Distinktion demonstrativ konsumiert, spricht der amerikanische Altinstitutionalist *Thorstein B. Veblen* [1899] von *conspicuous consumption*.

Luxus, Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten wurden in der Geschichte ökonomischen Denkens bis heute immer wieder unterschiedlich betrachtet. So wundert es nicht, daß die Antwort auf die Frage, welche Rolle der Staat im Hinblick auf statusbedingtes Konsumverhalten einnehmen soll, je nach Perspektive und historischem Hintergrund unterschiedlich ausfällt. Die Frage nach einem Staatseingriff auf dem Gebiet statusbedingten Konsumverhaltens kann hierbei in zwei Teilfragen untergliedert werden: Erstens ist die Frage zu klären, ob der Staat überhaupt eingreifen sollte und welche Ziele mit dem Staatseingriff verfolgt werden, und zweitens sollte geklärt werden, mit welchen Instrumenten das Ziel überhaupt realisiert werden kann.

Eng verknüpft mit der ersten Teilfrage ist ein Ergebnis des vorliegenden Beitrags, daß innerhalb der ökonomischen Wissenschaft Statusstreben und Luxusgüterkonsum meist moralisch aufgeladen und mit verdecktem oder offenem Normativismus betrachtet wurden. Die zweite Teilfrage zielt auf eine Besonderheit der Nachfrage nach Luxus- und Statusgütern. Werden Güter aus dem Motiv des Prestige- und Distinktionsstrebens konsumiert, so existieren interpersonelle Konsumeffekte und die Herleitung der Gesamtnachfrage erweist sich als wesentlich komplexer als die simplizistische Aggregation individueller Nachfragefunktionen.

Der vorliegende Beitrag ist wie folgt aufgebaut: Kapitel II zeigt, wie Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens seit den Merkantilisten gesehen wurden. Kapitel III fokussiert auf aktuelle Ansätze und ordnet sie, bevor in Kapitel IV ein Fazit gezogen und die Besteuerung von Luxusgütern kritisch hinterfragt wird.

II. Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens

Bereits in frühen Gesellschaften kannte man das Phänomen demonstrativen Konsumverhaltens, nur war es zumeist einer kleinen Minderheit elitärer Oberklassen vorbehalten. Diese Eliten fürchteten die stärkere Verbreitung eines Konsumverhaltens, welches auf einen ihnen ähnlichen Status hindeuten könnte und versuchten dieses imitierende Verhalten mit Hilfe von Gesetzen gegen übertriebenen Luxus (*sumptuary laws*) zu unterdrücken. Begründet wurden solche Gesetze allerdings nicht mit dem Schutzbedürfnis der Führungseliten vor Nachahmern, sondern mit der moralischen Verwerflichkeit eines solchen Konsumverhaltens. *Sumptuary laws* waren insbesondere im antiken Rom, im frühen Europa und in den Feudalherrschaften Chinas und Japans zu beobachten.¹

1. Seit 1500 – Die merkantilistische Schule

Hauptvertreter der merkantilistischen Schule sind *Thomas Mun* (*1571, †1641), *William Petty* (*1623, †1687) und *James Steuart* (*1712, †1780). Weitere wichtige Vertreter der merkantilistischen Schule sind *Charles Davenant* (*1656, †1714) und *Jean Baptiste Colbert* (*1619, †1683).

Für die Merkantilisten war Enthaltksamkeit und Sparsamkeit die Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung einer Volkswirtschaft. Ein unproduktiver, da nicht-investiver Luxusgüterkonsum breiterer Bevölkerungsschichten wurde hingegen als unvereinbar mit der nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung einer Volkswirtschaft gesehen und zudem von Staat und Kirche häufig als moralisch oder religiös verwerflich geächtet. In Hinblick auf das Konsumverhalten der Führungseliten urteilte man hingegen wesentlich unkritischer. Letzteres wurde als untrennbare Verbindung von politischer beziehungsweise ökonomischer Macht und dem damit in natürlicher Weise verbundenen demonstrativen Konsum als unproblematisch gesehen.

Einen konträren Standpunkt zum Mainstream der damaligen Zeit vertrat *Bernard de Mandeville* (*1670, †1733), der 1705 sein Gedicht *The Grumbling Hive: or, Knaves Turn'd Honest* veröffentlichte, welches 1714 in seinem Werk *The Fable of the Bees: or, Private Vices, Publick Benefits* wieder erschien. Inhalt ist die These, daß egoistische, ökonomische Aktivitäten gleich welcher Art, also auch der Konsum von Luxusgütern, zu wirtschaftlichem Wachstum und Wohlstand einer Volkswirtschaft führen. Mandeville sieht Statusstreben, welches er in sämtlichen gesellschaftlichen Schichten beobachtete, somit als erwünschtes Motiv (*Mandeville* 1924[1714], S. 17ff).²

David Hume (*1711, †1776) hingegen betrachtet Luxusgüterkonsum auf zwei Ebenen: der ökonomischen und der moralphilosophischen. Einerseits stimmt er der förderlichen Wirkung aufwendigen Konsumverhaltens für die wirtschaftliche Entwicklung ei-

¹ Eine herausragende konzeptionelle wie historische Untersuchung zum Thema Luxus liefert *Berry* (1994). Für einen einführenden Überblick zum Thema *sumptuary legislation* siehe *Vincent* (1948).

² *Mandeville*, der 1690 von Holland nach England emigrierte, stützte seine Thesen zum Teil auf Beobachtungen aus seinem Heimatland. Holland erlebte während des 17. Jahrhunderts ein goldenes Zeitalter wirtschaftlichen Erfolges, welcher eng mit dem Aufstieg der Handelsklasse und einer kräftigeren Verbreitung aufwendigen und demonstrativen Konsumverhaltens verbunden war. Die Thesen *Mandevilles*, der die Forderung von Staat und Kirche nach einem tugendhaften und nicht-egoistischen Verhalten als pure Heuchelei ansah, empörten das Establishment derart, daß seine Schriften im Jahre 1723 in England zum öffentlichen Ärgernis erklärt wurden. (*Mason* 1998, S. 6)

ner Volkswirtschaft grundsätzlich zu, unterscheidet aber zwischen zwei Formen eines solchen Verhaltens. Unbedenklich oder gar unschuldig sei die Zurschaustellung des eigenen Besitzes, wenn das dahinter liegende Motiv der Stolz auf den eigenen Besitz und das eigene Einkommen ist. Ist hingegen Eitelkeit das Motiv hinter dem demonstrativen Konsumverhalten, so sei das Verhalten moralisch verwerflich. (*Hume* 1896[1739], S. 266)

Auch zur Zeit der Merkantilisten versuchte man, dem aufwendigen Konsumverhalten breiterer Bevölkerungsgruppen mit *sumptuary laws* Einhaltung zu gewähren. So erreichte die Phase der *sumptuary laws* in Europa ihren Höhepunkt im 17. Jahrhundert. Mit dem Aufstieg der Handelsklasse und der fortschreitenden Verbreitung demonstrativen Konsumverhaltens zunächst in Holland und später in England traten zusätzlich Finanzierungsziele der Besteuerung von Luxusgütern in den Vordergrund. So finden sich in der steuerhistorischen Literatur seit dem 17. Jahrhundert zahlreiche Beispiele für Steuern, die unter dem Oberbegriff der Luxussteuern subsumiert werden können. In England wurden unter anderem Steuern auf Fenster (1696), Karossen (1747) und Silbergeschirr (1756) erhoben (*Wagner* 1910, S. 208f).

Die Besteuerung dieser Luxusgüter basierte allerdings weniger auf der Überlegung, den demonstrativen Konsum aufwendiger Güter zurückzudrängen, sondern vielmehr darauf, daß eine Einkommenbesteuerung im heutigen Sinn noch nicht möglich war. Allein aufgrund der vielen Naturalleistungen, mit denen Arbeiten und Dienste, aber auch die Nutzung von Land entgolten wurden, war man damals noch nicht in der Lage, eine Einkommenssteuer sinnvoll zu erheben. Folglich war eine Besteuerung von sichtbaren Anzeichen des Reichtums nichts Unvernünftiges. Die angeführten Besteuerungsgegenstände wurden somit als Ausdruck von Leistungsfähigkeit und damit als Anlaß für eine Besteuerung im Sinne des Leistungsfähigkeitsprinzips gesehen.

Die Kritiker *Mandevilles* wurden schließlich von der Realität eingeholt. Trotz verschiedener Versuche, den aufwendigen Luxusgüterkonsum breiterer Bevölkerungsschichten via Gesetz einzudämmen und trotz der Mahnungen zahlreicher Ökonomen dieser Zeit verbreitete sich der demonstrative Konsum mit dem Aufstieg der Kaufleute und Händler auch in England immer mehr, und der Markt für Luxusgüter und Mode begann zu florieren. Die Kommerzialisierung des Handels im England des 18. Jahrhunderts wurde zur Geburtsstunde der Konsumgesellschaft.³ Die Koinzidenz einer aufstrebenden Handelsklasse, wirtschaftlicher Prosperität und der damit verbundenen zunehmenden Verbreitung aufwendigen Konsumverhaltens falsifizierte die Hypothese, daß ausschließlich Enthaltensamkeit und Sparsamkeit zu Wachstum und wirtschaftlichem Erfolg führen könne. (*McKendrick, Brewer und Plumb* 1985, S. 9f)

2. Seit 1756 – Die physiokratische Schule

Sieht Hume den Konsum von Luxusgütern als moralisch verwerflich an, wenn er der persönlichen Eitelkeit dient, so hatten die Physiokraten diesbezüglich eine wesentlich pragmatischere Sicht. *Quesnay* (*1694, †1774), neben *Turgot* (*1727, †1781) zentraler

³ Die beobachtbare Entwicklung kann auch in Verbindung mit der Hypothese *Max Webers* [1904/05] gesehen werden, daß die protestantische Ethik und insbesondere ihre calvinistischen Wurzeln ein idealer Hintergrund für die Entwicklung des Kapitalismus in Webers Sinne sind. So hatte im Verlauf des 18. Jahrhunderts der Calvinismus, der im wirtschaftlichen Erfolg einen Indikator für die Prädestination der Menschen sieht, die Arbeitsmoral und -ethik in England maßgeblich beeinflußt und legitimiert.

Vertreter der physiokratischen Schule, stellte in seinem *Tableau Economique* 1758 zum ersten Mal einen Wirtschaftskreislauf dar. Für die Physiokraten stand die technische Verbindung von Geld- und Güterströmen im Wirtschaftskreislauf im Zentrum ihrer Betrachtung. In diesem Wirtschaftskreislauf spielt die Landwirtschaft die entscheidende Rolle, auf die sich als Urproduktion sämtliche weitere Produktion zurückführen läßt. (Quesnay 1971[1758], S. 336)

Die Darstellung des Wirtschaftskreislaufs diente den Physiokraten vor allem aber auch dazu, nachzuweisen, daß letztlich alle Steuern auf die Grundeigentümer überwältigt würden, die mehr als das Subsistenzniveau verdienten und einer Besteuerung nicht ausweichen konnten. Deren Konsum aber wiederum wurde zu einem großen Teil als Luxus betrachtet. Er sollte deshalb durch die Alleinsteuern auf Grund und Boden zu Gunsten der Finanzierung nützlicher Staatsausgaben reduziert werden.

3. Seit 1776 – Die klassische Schule

Der herausragende Vertreter der klassischen Schule ist *Adam Smith* (*1723, †1790). Weitere wichtige Vertreter der klassischen Schule sind *David Ricardo* (*1772, †1823), *Thomas Malthus* (*1766, †1834), *Jeremy Bentham* (*1748, †1832), *Jean-Baptiste Say* (*1767, †1832), *William Nassau Senior* (*1790, †1864) und *John Stuart Mill* (*1806, †1873).

Adam Smith (1963[1759], S. 545) attackiert in seiner *Theory of Moral Sentiments* die Ausführungen *Mandevilles* scharf. In *The Wealth of Nations* unterscheidet er zwischen legitimiertem Demonstrationskonsum, welcher dazu dient, den eigenen Status unter seinesgleichen aufrechtzuerhalten und verwerflichem, Luxuskonsum der durch Eitelkeit bedingt ist (*Smith* 1910[1776], S. 351ff).⁴

William Nassau Senior differenziert in seiner *Outline of the Science of Political Economy* zwischen drei Klassen von Gütern: *Necessaries*, *Decencies* und *Luxuries*. Während erstgenannte der Befriedigung physischer Grundbedürfnisse dienen, bezeichnen *Decencies* die Güter, die konsumiert werden müssen, um den individuellen Status in der Gesellschaft zu erhalten. *Decencies* dienen also der notwendigen und somit legitimen Unterscheidung sozialer Klassen. Mit dem gesellschaftlichen Aufstieg der Individuen werden die *Decencies* dem neuen Rang angepaßt. Alle Güter, die wiederum nicht zu der Klasse der *Necessaries* und *Decencies* gehören, subsumiert Senior unter dem Begriff *Luxuries*. (*Senior* 1951[1836] S. 36f)

Ein weiterer, wenn auch nicht so prominenter Vertreter der klassischen Schule ist *John Rae* (*1796, †1872). In seinem Hauptwerk *Statement of Some New Principles on the Subject of Political Economy, Exposing the Fallacies of the System of Free Trade, and of Some Other Doctrines maintained in the "Wealth of Nations"* [1834] setzt er sich, wie bereits der Titel offenbart, mit den Trugschlüssen von *Adam Smiths Wealth of Nations* [1776] auseinander. Sein elftes Kapitel *Of Luxury* widmet er hierbei ausschließlich dem aufwendigen Konsum von Luxusgütern und seinen Folgen (*Rae* 1965[1834], S. 265ff).⁵

⁴ *Smith* offenbart somit eine Sichtweise von ökonomischen Zusammenhängen, die seinerzeit nicht getrennt von moralphilosophischen Überlegungen betrachtet wurden. Dies verwundert allenfalls aus heutiger Sicht, denn die Moralphilosophie deckte zur Schaffenszeit *Humes* und *Smiths* eine Bandbreite von der Theologie über die politische Ökonomie bis hin zur Ethik ab. *Smith* wurde 1752 Professor für Moralphilosophie an der Universität von Glasgow.

⁵ Die intellektuelle Verbindung zwischen dem Werk *John Raes* und dem Werk *Thorstein Veblens* hat immer wieder zu Mutmaßungen und Verdächtigungen geführt, *Veblen* habe in seiner *Theory of the*

Luxusgüterkonsum ist in der Ökonomik *Raes* durch menschliche Eitelkeit motiviert. *Rae* beobachtet das Phänomen des Statusstrebens in allen gesellschaftlichen Schichten. Bei seiner Analyse unterscheidet er zwischen reinen Luxusgütern, die keinerlei Gebrauchsnutzen stiften, und gemischten Luxusgütern, die sowohl Gebrauchsnutzen stiften, als auch dem Statusstreben dienen. Unterschiede in der konkreten Ausprägung demonstrativen Konsumverhaltens in verschiedenen Ländern führt *Rae* auf die unterschiedliche Ausprägung der intellektuellen Stärke einerseits und den in der Gesellschaft vorherrschenden Altruismus andererseits zurück. Geographische und demographische Faktoren bestimmen wiederum das Ausmaß demonstrativen Konsumverhaltens. In ländlichen Regionen würde demonstratives Konsumverhalten eine relativ geringe Rolle spielen, da die Menschen in persönlichem Kontakt zueinander stehen und sich kennen. In Städten mit großer Einwohnerzahl hingegen nimmt aufgrund des unpersönlichen und anonymen Miteinanders demonstratives Konsumverhalten eine wichtigere Rolle ein.⁶

Gesamtgesellschaftlich besitzt Statusstreben nach *Rae* keine direkte Wohlfahrtswirkung, da die demonstrierte Besserstellung derer, die Luxusgüter konsumieren, immer Hand in Hand mit einer Schlechterstellung derer geht, die nicht konsumieren.⁷ Statusstreben besitzt aber sehr wohl Effekte auf die wirtschaftliche Entwicklung einer Volkswirtschaft, deren Triebkräfte Kapitalakkumulation und Erfindergeist sind. Der aufwendige Konsum verhindert nun einerseits eine vermehrte Kapitalakkumulation. Andererseits regt er den Erfindergeist an, da ein Luxusgut zunächst zu hohen Kosten produziert und zu einem hohen Preis verkauft wird. Sinken die Produktionskosten dann aufgrund von Prozeßinnovation, so können die nützlichen Produkte, wie mit Glas oder Seife geschehen, immer größeren Schichten zugänglich gemacht werden. (*Rae* 1965[1834], S. 291f)

Rae sieht in der verminderten Kapitalakkumulation den deutlich gewichtigeren Faktor, was ihn dazu bewegt, vehement für eine Staatsintervention zu plädieren. Darüber hinaus differenziert *Rae*, ähnlich wie *Smith*, zwischen legitimem demonstrativen Konsum, der dem Statuserhalt vor den Mitgliedern der eigenen Bezugsgruppe oder der eigenen Schicht dient, und illegitimen Konsum, der dem individuellen Streben nach höherem Status dient. Mit Verweis auf die Erfahrung des römischen Reiches argumentiert *Rae*, daß der illegitime demonstrative Konsum zu gesellschaftlicher Instabilität und somit zum Niedergang einer Volkswirtschaft führt (*Rae* 1965[1834], S. 326f).

Aufgrund der in mehrerlei Hinsicht destabilisierenden Wirkung demonstrativen Konsums plädiert *Rae* für ein ganzes Konzert von Staatsinterventionen: Erstens soll eine Steuer auf reine Luxusgüter ohne Gebrauchswert erhoben werden. Ähnlich wie *Mill* (1965[1848]) ist *Rae* hierbei klar, daß diese Steuer keinen Lenkungseffekt haben würde,

Leisure Class Rae kopiert, ohne sich je auf ihn zu beziehen. So resümieren *Edgell* und *Tilman* (1991, S. 743): “As it was typical of Veblen not to cite other people’s works, the precise degree to which he drew upon Rae’s earlier and markedly similar discussion of conspicuous consumption must remain a matter of conjecture.”

Kann der konkrete Einfluß *Raes* auf *Veblen* nicht eindeutig nachgewiesen werden, so kann doch konstatiert werden, daß beide entscheidende Zusammenhänge zwischen Statusstreben und demonstrativem Konsumverhalten sowie deren Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftliche Wohlfahrt betrachtet haben und: *Rae* tat dies 65 Jahre vor *Veblen*.

⁶ So zeigen sich bei der Argumentation *Raes* Residuen des Denkens in Bahnen der feudalistischen Gesellschaft, die zu seiner Zeit aber schon Vergangenheit war.

⁷ Somit findet sich bereits bei *Rae* die Sichtweise, der insbesondere *Hirsch* (1976) in seinen *Social Limits to Growth* wieder Nachdruck verleihen sollte. Siehe hierzu Abschnitt II.9.

da der Preis eines Luxusgutes einen Wert an sich darstellt.⁸ Er zielt vielmehr darauf, die Steuereinnahmen wohlfahrtsförderlich einzusetzen. *Rae* empfiehlt zweitens, Investitionen in die einheimische Luxusgüterproduktion zu unterbinden und Importzölle auf ausländische Luxusgüter zu erheben. Drittens sollte für gemischte Luxusgüter mit Gebrauchswert der Wettbewerb gefördert werden, damit breitere Schichten in den Genuss neuer und nützlicher Produkte kommen. (*Rae* 1965[1834], S. 369ff)

Neben der angeführten symptomatischen Behandlung aufwendigen Konsumverhaltens fokussiert *Rae* (1965[1834], S. 265) insbesondere auf die Ursachen des demonstrativen Konsums, der menschlichen Eitelkeit. Garanten gesellschaftlicher Stabilität seien hingegen Moralität und eine strenge religiöse Erziehung (*Rae* 1965[1834], S. 218).

4. Seit 1840 – Die deutsche historische Schule

Wilhelm Roscher (*1817, †1894), *Bruno Hildebrand* (*1812, †1878) und *Karl Knies* (*1821, †1898) gehören zum älteren Zweig der deutschen historischen Schule. Hauptvertreter des jüngeren Zweiges sind *Gustav von Schmoller* (*1838, †1917), *Georg Friedrich Knapp* (*1842, †1926) und *Adolph Wagner* (*1835, †1917).

Roscher (1854) unterscheidet in seiner wirtschaftsgeschichtlich geprägten Betrachtung zwischen dem Luxusgüterkonsum „blühender Völker“ und Luxusgüterkonsum in „verfallenden Nationen“. In „blühenden“ Volkswirtschaften diffundiert Wohlstand in breitere Schichten und ermöglicht dort den Konsum nützlicher Gütern, die zuvor nur einer pekuniären Oberklasse vorbehalten waren. Zusätzlich kann in „blühenden“ Volkswirtschaften das Nacheifern breiterer Schichten seine motivatorische Wirkung entfalten und sich somit positiv auf die Produktivität auswirken. (*Roscher* 1854, S. 416ff)

Ein ausschweifender Luxuskonsum der Führungseliten in „verfallenden Nationen“ hingegen, der auf dem Elend unterdrückter Klassen und Provinzen beruht, besitzt, laut *Roscher*, einen „unklugen und unsittlichen Charakter“ und sei daher abzulehnen. (*Roscher* 1854, S. 424f)

Die deutsche historische Schule erlebte mit *Werner Sombart* (*1863, †1941) eine kurze Renaissance. In seinem 1913 veröffentlichten Werk *Luxus und Kapitalismus*, welches ursprünglich unter dem Titel *Liebe, Luxus und Kapitalismus* erscheinen sollte,⁹ führt *Sombart* aufwendigen Luxusgüterkonsum auf den sexuellen Trieb zurück und verfolgt im Grunde einen behavioristischen Ansatz:

„Sinneslust und Erotik sind letzten Endes ein und dasselbe. Sodaß der erste Antrieb zu etwelcher Luxusentfaltung in der großen Mehrzahl aller Fälle gewiß auf irgendwelches bewußt oder unbewußt wirkende Liebesempfinden zurückzuführen ist. Deshalb wird überall dort, wo Reichtum sich entwickelt, und wo das Liebesleben naturgemäß und frei (oder frech) sich gestaltet, auch Luxus herrschen“ (*Sombart* 1913, S. 73).

Mit anderen Worten: Sind die finanziellen Möglichkeiten gegeben und verläuft das Liebesleben in einer Gesellschaft nicht in institutionellen und vorgeschriebenen Bahnen, sondern ist „frei (oder frech)“, so wird die Anbahnung einer Partnerschaft eben

⁸ Im Hinblick auf Staatsinterventionen auf dem Feld demonstrativen Konsums luxuriöser Güter glaubt *Mill* in seinen *Principles of Political Economy* nicht, daß man mit Besteuerung von Luxusgütern deutliche Lenkungseffekte erzielen kann. Allerdings oder gerade deshalb sieht er in der Besteuerung von Luxusgütern eine hervorragende Möglichkeit, Steuereinnahmen zu generieren. (*Mill* 1965[1848], S. 868f)

⁹ Dies begründet *Sombart* (1913, S. VI) selbst in seinem Vorwort zu *Luxus und Kapitalismus*.

auch mit dem Konsum von Luxusgütern unterstützt.¹⁰ Zusätzlich sieht Sombart in seinem fünften Kapitel *Die Geburt des Kapitalismus aus dem Luxus* im Luxus die Ursache für die Entwicklung eines Wirtschaftssystems hin zum Kapitalismus. Im Folgenden betont er mit Verweis auf Montesquieu und Mandeville die positiven Folgen des Luxusgüterkonsums und warnt inständig vor einer wertenden Haltung dem Luxus gegenüber. (Sombart 1913, S. 133f)

5. Seit 1871 – Die marginalistische Schule

Die Hauptvertreter der marginalistischen Schule sind *William Stanley Jevons* (*1835, †1882), *Carl Menger* (*1840, †1921), *Friedrich von Wieser* (*1851, †1926) und *Eugen von Böhm-Bawerk* (*1851, †1914). Ihre Vorläufer sind *Antoine-Augustine Cournot* (*1801, †1877), *Johann Heinrich von Thünen* (*1783, †1850) und *Hermann Heinrich Gossen* (*1810, †1858).

Antoine-Augustine Cournot veröffentlichte 1838 sein Hauptwerk *Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses*. *Cournot* legte hiermit das Fundament einer mathematischen Entwicklung der Volkswirtschaftslehre, die auf den ersten Blick keinen Raum für kulturalistische oder behavioristische Erklärungsansätze bietet. Nach *Cournots* fundamentalem Nachfragegesetz wird die Nachfrage als Funktion des Preises dargestellt und die Nachfragefunktion „im allgemeinen“ als kontinuierlich und fallend angenommen. Jedoch sieht *Cournot* Ausnahmen:

„Wir fügen einschränkend die Worte im allgemeinen hinzu. Tatsächlich gibt es Liebhabereien und Luxusgegenstände, die lediglich wegen ihrer Seltenheit und der aus ihr entspringenden Preiserhöhung gesucht werden“ (*Cournot* 1924[1838], S. 37).

Dennoch fokussieren *Cournot* wie auch *Jevons*, *Menger* und *Walras* nicht auf interpersonelle Effekte im Konsum, sondern auf die Entwicklung einer neuen mathematischen Nutzentheorie. Zusammenfassend kann man konstatieren, daß obwohl die Vertreter der marginalistischen Schule die Existenz interpersoneller Effekte im Konsum anerkannten, sie diese doch als Sonderfall klassifizierten und als weitgehend irrelevant abtaten.

6. Seit 1890 – Die neoklassische Schule

Hauptvertreter der neoklassischen Schule ist *Alfred Marshall* (*1842, †1924). *Marshall's* Haltung gegenüber interpersonellen Effekten der Nachfrage ist ambivalent. *Marshall* ist sich bewusst, daß es Streben nach Status und sozialer Abgrenzung immer gab und geben würde. Hinsichtlich der Bewertung folgt er weitgehend der moralphilosophischen Argumentation der klassischen Schule im Allgemeinen und *John Rae* im Speziellen. *Marshall* unterscheidet wie *Rae* zwischen legitimem Luxuskonsum, der dazu dient, seinen sozialen Rang zu sichern, und verwerflichem Luxus, der dazu dient, nach außen zu wirken und der dem wahren Status widerspricht. *Marshall* stimmt auch mit *Rae* überein, daß verwerflicher Luxusgüterkonsum die gesellschaftliche Ordnung gefährden kann.

Obwohl *Marshall* (1920[1890], S. 78f) in seinen *Principles of Economics* interpersonelle Effekte des Konsumverhaltens als empirisches Phänomen aufführt, ignoriert er

¹⁰ Es findet sich somit bereits bei *Sombart* die Sichtweise, die in aktuellen Signaling-Modellen vertreten wird. Siehe hierzu Abschnitt III.2.

diese bei der Entwicklung seiner Nachfragetheorie und verweist die Erklärung dieser Phänomene an andere, nicht-ökonomische Disziplinen.

Dennoch sieht *Marshall* ebenso wie die Vertreter der klassischen Schule übertriebenes statusbedingtes Konsumverhalten als *social waste* an und plädiert für eine Lenkung eines solchen Verhaltens in wohlfahrtsförderliche Bahnen. Im Gegensatz zu den Ansätzen, demonstratives Konsumverhalten über *sumptuary laws* oder Luxussteuern einzudämmen, will *Marshall* das Statusstreben über eine Änderung der öffentlichen Meinung in eine wohlfahrtsförderliche Richtung lenken. Status soll nur demjenigen zuteil werden, der seinen Reichtum wohlfahrtsförderlich einsetzt. Nur sozial-verträgliches Verhalten soll gesellschaftlich anerkannt, wohlfahrtsschädliches Verhalten hingegen geächtet werden. Bezeichnenderweise lautet der Titel von *Marshalls* Beitrag *The Social Possibilities of Economic Chivalry*. Dort kommt *Marshall* zu dem Schluß, daß

“An endeavour should be made so to guide public opinion that becomes an informal Court of Honour: that wealth, however large, should be no passport to social success if got by chicanery, by manufactured news, by fraudulent dealing, or by malignant destruction of rivals [...]” (*Marshall* 1907, S. 25-26).

7. Seit 1899 – Die institutionalistische Schule

Einer der autoritativen Pioniere des amerikanischen Institutionalismus ist *Thorstein Bunde Veblen* (*1857, †1929). Weitere Gründerväter des amerikanischen Institutionalismus sind *John R. Commons* (*1862, †1945) und *Wesley C. Mitchell* (*1847, †1948).

Veblen versteht Institutionen sowohl als organisatorische Ausprägung, als auch als allgemein akzeptierte Denk- und Verhaltensweisen.¹¹ In *The Theory of the Leisure Class. An Economic Study in the Evolution of Institutions*, wendet *Veblen* eine Art darwinistischer Evolutionstheorie analog auf die Entwicklung moderner industrieller Gesellschaften an.¹²

Veblens Akteure handeln nicht aus einem rationalen und nutzenmaximierenden Kalkül heraus, sondern folgen Fundamentalinstinkten, die im Prozess der Sozialisation durch Institutionen im Sinne *Veblens* kanalisiert werden. Handelt es sich bei den Instinkten um konstruktive Neigungen, die der Wohlfahrt einer Gesellschaft zuträglich sind, so wertet *Veblen* sie positiv. Untergraben die Instinkte die Entwicklung der gesellschaftlichen Wohlfahrt, so wertet *Veblen* sie negativ.¹³ Zu den positiven Instinkten zählt

¹¹ Zählt *Veblen* allgemein akzeptierte Denk- und Verhaltensmuster zum Begriff der Institution, so wird der Begriff mit der weiteren Entwicklung der Institutionenökonomik zusehends enger gefaßt. Bei *James M. Buchanan* (1975) reduziert sich das ökonomische Verständnis von Institutionen auf die ordnungspolitisch rationale Setzung von konstitutionellen Regeln. Dieses eingeschränkte Institutionenverständnis öffnet sich wieder mit *Douglas C. North* (1991, S. 97), der unter Institutionen formgebundene Institutionen wie Verfassungen, Gesetze und Eigentumsrechte, und formungebundene Institutionen wie Gebräuche, Tabus und Traditionen subsumiert.

¹² Betrachtet man das Werk *Veblens* in Bezug auf den Prozeß gesellschaftlicher Evolution oberflächlich, so kann man schnell auf das Glatteis der Fehlinterpretationen geraten. In *The Theory of the Leisure Class* verweist *Veblen* häufig auf ethnische Merkmale, von denen einige in einem Prozeß gesellschaftlicher Evolution herausselektiert werden. Mit ethnischen Merkmalen meinte *Veblen* allerdings keine genetischen Prädispositionen, sondern sozial gelernte Verhaltensweisen. Der Evolutionsprozeß ist bei *Veblen* also kein Selektionsprozeß in einem genetisch-biologischen Sinne, sondern das darwinistische Gedankengebäude dient nur als Quelle einer Analogie.

¹³ *Veblen* konnte seiner eigenen Forderung nach einer wertfreien Wissenschaft sowie seiner Verurteilung der Metaphysik nie gerecht werden. Unter anderen stellt *Hill* fest, daß die Verwendung des Begriffs der Instinkte weniger angebracht, aber durchaus vorteilhaft für *Veblen* war: “By this pedagogical ma-

Veblen unter anderem den Arbeitseifer *instinct of workmanship* und die menschliche Neugier. Unter dem *instinct of workmanship* versteht *Veblen* das grundsätzliche Streben nach einer zielorientierten Gestaltung und Instrumentalisierung der Umwelt. Die menschliche Neugier wiederum ist Quelle technischen Fortschritts. *Veblens* Instinkte sind hierbei nicht fix, sondern veränderlich. So kann sich bei veränderten Umweltbedingungen der *instinct of workmanship* in den *instinct of sportsmanship* wandeln. Die Umweltbedingungen sind jedoch, zumindest zum Teil, keine exogen gegebene Größe, sondern verändern sich mit dem technischen Wandel. Der *instinct of sportsmanship* kann sich auch zu seiner räuberischen Form, dem *predatory instinct*, wandeln. Ein weiterer negativ gewerteter Instinkt ist das pekuniäre Nacheifern *pecuniary emulation*.

Im gesellschaftlichen Evolutionsmodell *Veblens* läuft der soziale Wandel mehrstufig ab und mündet in eine Drei-Klassen-Gesellschaft. Ausgangspunkt ist eine Urgruppe, die auf Subsistenzniveau friedlich zusammen lebt und in der der produktive Instinkt des *workmanship* dominiert. Die Urgruppe entsteht hierbei durch natürliche Auslese. Veränderte Umweltbedingungen, beispielsweise aufgrund technischen Fortschritts, ermöglichen nun eine Produktion oberhalb des Subsistenzniveaus und soziale Differenzierung.

Bei einem Teil der Urgruppe dominiert weiterhin der *instinct of workmanship*. Aus dieser Gruppe entsteht die Arbeiterklasse, der nur ein Konsum knapp oberhalb des Subsistenzniveaus möglich ist. Die Kontrolle der materiellen Umwelt oder besser: der materiellen Zwänge steht hier im Vordergrund. Demonstrativer Konsum hingegen, und somit eine aktive Teilnahme am sozialen Wettbewerb, ist den Mitgliedern dieser Gruppe nicht möglich. Bei dem anderen Teil der Urgruppe rückt der kompetitive *instinct of sportsmanship* und seine perversierte Form der *predatory instinct* immer mehr in den Vordergrund. Hier geht es nunmehr um die Kontrolle der sozialen Umwelt und nicht in erster Linie um die Bewältigung materieller Zwänge. Im sozialen Wettbewerb setzt sich diejenige Gruppe durch, deren institutionalisierte Verhaltensmuster sich im Umgang mit der Umwelt besser bewähren. So bilden sich zwei weitere Klassen heraus: die Mittelklasse und die Oberklasse. Die Mitglieder der Mittelklasse konsumieren im Gegensatz zur Arbeiterklasse bereits demonstrativ und versuchen hierbei das Konsumverhalten der Oberklasse zu imitieren. Um sich den demonstrativen Konsum leisten zu können, müssen sie allerdings ihre Zeit mit produktiver Tätigkeit verbringen. An der Spitze der gesellschaftlichen Hierarchie steht die Oberklasse. Bei den Mitgliedern dieser Gruppe dominiert der *predatory instinct*. Durch ihr ausbeuterisches Verhalten können sich die Mitglieder dieser Klasse zusätzlich zum demonstrativen Konsum leisten, demonstrativ Zeit zu verschwenden. Der demonstrative Müßiggang ist daher das konstitutive Merkmal der pekuniären Oberklasse.¹⁴ Der Begriff „demonstrativer Müßiggang“ wird von *Veblen* allerdings sehr weit gefaßt. Er umschließt sämtliche Tätigkeiten, die nach *Veblen* nicht-industriell und somit nicht-produktiv sind. *Veblen* nennt insbesondere vier Tätigkeitsfelder:

“These upper-class occupations may be roughly comprised under government, warfare, religious observances, and sports” (*Veblen* 1953[1899], S. 21).

Wird *Veblens* Werk häufig vordergründig als Kritik an gerade diesem unproduktiven und daher wohlfahrtsschädlichen Verhalten der Oberklasse, der *leisure class*, gesehen, so entpuppt es sich bei genauerer Betrachtung als wesentlich weiterreichende System-

neuver, he (...) could thus seemingly avoid the need to formulate his own ethical norms and make his value judgements explicit. Further, he could proceed without inquiring more deeply into human motives and the process of habituation” (*Hill* 1958, S. 136).

¹⁴ Insofern trifft der Titel des englischen Originals *The Theory of the Leisure Class* auch inhaltlich wesentlich besser als der deutsche Titel *Die Theorie der feinen Leute*.

kritik am amerikanischen Finanzkapitalismus im Allgemeinen und an der Institution des Eigentums im Speziellen, welche es ermöglicht, daß das wohlfahrtschädliche Verhalten der führenden Klasse reproduziert wird. *Veblen* proklamiert daher den Systemwandel hin zu einer sozialistischen Gesellschaft technokratischer Prägung, an derer Spitze Techniker und Ingenieure stehen, die selbstlos, da von der Institution des Eigentums befreit, den technischen Fortschritt zum Wohle aller vorantreiben und die Arbeiterklasse paternalistisch anleiten.

8. Seit 1906 – Die wohlfahrtsökonomische Schule

Neben *Vilfredo Pareto* (*1848, †1923) ist *Arthur Cecil Pigou* (*1877, †1959) der herausragende Vertreter der Wohlfahrtsökonomik.

Im deutlichen Gegensatz zu *Marshall* sind in den Augen von *Arthur Cecil Pigou* interpersonelle Nachfrageeffekte keineswegs vernachlässigbar. So unterscheidet *Pigou* zwischen Gütern, deren subjektiv wahrgenommener Nutzen mit dem zunehmenden Konsum anderer Konsumenten zunimmt und anderen Gütern, deren subjektiv wahrgenommener Nutzen mit dem zunehmenden Konsum anderer Konsumenten abnimmt. Werden erstgenannte aufgrund des Motivs der Nachahmung konsumiert, so fußt der Konsum letztgenannter Güter hingegen auf dem Streben nach Abgrenzung. *Pigou* betont somit die Relevanz interpersoneller Konsumeffekte.

“The quantity of a distinction-bearing article that anyone demands at a given price depends, not merely on the price, but also on the extent to which it is ‘the thing’ to buy that article, and thus, indirectly upon the quantity that people in general are buying” (*Pigou* 1913, S. 20-21).

Pigou argumentiert weiter, daß, wenn interpersonelle Nachfrageeffekte vorliegen, die Herleitung der Gesamtnachfragekurve durch Aggregation individueller Nachfragefunktionen nicht zutreffend sei. Die Folgen interpersoneller Nachfrageeffekte für die Herleitung der Gesamtnachfrage und Wohlfahrtsanalyse seien dermaßen immens, daß die Aussagekraft der *Marshall*’schen Modelle für große Gruppen von Gütern deutlich in Frage gestellt werden würden.

“In circumstances of the kind just described, it is evident that [...] the demand (or supply) schedules of the separate sources that make up the market cannot be so represented, and cannot be simply added together to constitute the aggregated demand (or supply) schedule” (*Pigou* 1913, S. 21).

Pigou (1920) geht in seiner Betrachtung davon aus, daß der Konsum bestimmter Luxus- und Statusgüter wohlfahrtschädlich ist, da der Konsum von Gütern, die aufgrund ihrer Exklusivität gekauft werden, gerade eben den Wert dieser Güter im Hinblick auf ihre Exklusivität senkt. Es handele sich also um den klassischen Fall negativer externer Effekte, die mit Hilfe einer Pigousteuer internalisiert werden können. Eine Steuer auf Güter, die nur aufgrund ihrer Exklusivität konsumiert werden, könnte somit die Wohlfahrt erhöhen. (*Pigou* 1932 [1920], S. 226)

9. Seit 1958 – Die gesellschafts- und sozialkritische Bewegung

Seit den späten 1950er Jahren und insbesondere seit den 1970er Jahren kamen vermehrt die Stimmen einiger Ökonomen auf, die die Konsumgesellschaft kritisch betrachteten und die qualitativen Aspekte wirtschaftlichen Wachstums fokussieren. Hauptvertre-

ter dieser gesellschafts- und sozialkritischen Bewegung sind *John Kenneth Galbraith* (*1908, †2006), *Fred Hirsch* (*1931, †1978) und *Tibor de Scitovsky* (*1910, †2002).

John Kenneth Galbraith, der in seinem Werk *The Affluent Society* (1958) die amerikanische Konsumgesellschaft kritisiert, vertritt die These, daß in einer Gesellschaft, in der die Grundbedürfnisse weitgehend befriedigt sind, die bisherigen Modelle der Konsumtheorie nur noch bedingten Erklärungsgehalt bieten. In seiner „Nachfragetheorie“ einer Überflußgesellschaft werden soziale Bedürfnisse durch die Produzenten und ihre Produktwerbung kreierte. Hierdurch ist, so *Galbraith*, die Konsumentensouveränität deutlich in Frage gestellt. *Galbraith* stellt fest, daß das beobachtbare Konsumverhalten in der amerikanischen Gesellschaft nicht zielführend für das Glück der Menschen ist. Er hingegen weiß, was für das Glück aller zuträglich ist und stellt es dem Leser frei, seine eigenen Vorstellungen dem anzupassen.¹⁵ (*Galbraith* 1958, S. 351)

Auch *Tibor de Scitovsky* befürwortet eine stärkere Betrachtung der qualitativen Dimensionen des Wachstums und unterscheidet in seinem Werk *The Joyless Economy – The Psychology of Human Satisfaction* [1976] zwischen *joyless* und *joyful* Konsum. Im ersten Teil seines Werkes stellt er gegen den ökonomischen Mainstream ein eigenes Alternativmodell auf. Hierzu wendet sich *Scitovsky* gegen die Theorie der offenbarten Präferenzen, auf der das klassische mikroökonomische Modell fußt, und spricht sich für einen Forschungsansatz entsprechend der psychologischen Verhaltensforschung aus. Grundsätzlich geht *Scitovsky* von der Sättigung menschlicher Bedürfnisse mit steigendem Ressourceneinsatz aus, jedoch führt er in seinem sechsten Kapitel zwei Ausnahmen an: einerseits die Bildung von Konsumgewohnheiten, denen nachzugehen keine Freude oder keinen Nutzen stiftet, deren Aufgabe jedoch Leid erzeugt, und andererseits statusbedingten Konsum, der nur dazu dient, den gesellschaftlichen Rang zu halten, und welcher aufgrund der Anpassung des Anspruchsniveaus keinen Nutzen stiftet. Beide führen nun dazu, daß der Zusammenhang zwischen Konsum und Bedürfnisbefriedigung aufgelöst ist. (*Scitovsky* 1992[1976], S. 15ff)

Ausgehend von seinem behavioristischen Modell greift *Scitovsky* im zweiten Teil seines Werkes die amerikanische Konsumgesellschaft scharf an. Konsumgewohnheiten und Statusstreben führen dazu, daß Ressourcen nicht nutzenstiftend eingesetzt werden – die *joyless economy* ist die Folge (*Scitovsky* 1992 [1976], S. 149ff).¹⁶

Die Sichtweise zweier sich parallel entwickelnder Wirtschaftssysteme innerhalb industrieller Volkswirtschaften vertritt *Fred Hirsch*. Der britische Finanzwissenschaftler österreichischer Herkunft differenziert in seinem 1976 veröffentlichten Werk *Social*

¹⁵ In seinem Beitrag *On the Methodology and Political Economy of Galbraithian Economics* betrachtet *Gérard Gäygen* das Werk *Galbraiths* kritisch, bemängelt neben methodologischen und konzeptionellen Schwächen insbesondere die suggestive Argumentationsweise sowie die Immunisierungsstrategien *Galbraiths* und bezeichnet schließlich den *Galbraithianischen* Ansatz als „*popular institutionalist thinking*“ und „*vulgarized economics*“ (*Gäygen* 1974, S. 730).

Tatsächlich wendet sich *Galbraith* zunächst selber gegen normative Aussagen, um dann Normativismus, was das eigene Werk betrifft, auszuschließen (*Galbraith* 1958, S. 350-351). Eine schließende Antwort auf die Frage, ob *Galbraith* damit wirklich einen drohenden Normativismusvorwurf entkräften kann oder das Gegenteil offenbart, wird an dieser Stelle – ganz im Sinne *Galbraiths* – dem Leser freigestellt.

¹⁶ Kritisch anzumerken bleibt, daß sich *Scitovsky* durch eine Abkehr von der Theorie der offenbarten Präferenzen die Tür zur argumentativen Beliebigkeit öffnet. *Scitovsky* weiß, besser als die Konsumenten selbst, welcher Konsum mit dem Ziel der Bedürfnisbefriedigung betrieben wird, welcher eine Folge von Konsumgewohnheiten ist und welcher eine Form statusbedingten Konsums darstellt. Nicht nur aufgrund dieses „Wissensvorsprungs“, sondern insbesondere auch aufgrund der Absprache jeglicher Nützlichkeit der beiden letztgenannten Konsumkategorien muß *Scitovskys* Werk als normativ eingeordnet werden.

Limits to Growth zwischen der *material economy* und der *positional economy*. Im *material sector* werden Güter produziert, die die Bedürfnisse der Konsumenten im konventionell-utilitaristischen Sinne befriedigen, wohingegen im *positional sector* Güter produziert werden, die Konsumenten aufgrund ihres Strebens nach Prestige und Status konsumieren. Nach *Hirsch* führt nun das wirtschaftliche Wachstum auf Basis der Entwicklung im *material sector* nicht nur zu einer Steigerung der Wohlfahrt, sondern auch zu einer Intensivierung des Wettbewerbs um Status innerhalb einer Gesellschaft. Mit fortschreitender Entwicklung einer Volkswirtschaft werden nun immer mehr Ressourcen aus der *material economy* abgezogen und in der *positional economy* eingesetzt. Da Statusstreben gesamtgesellschaftlich ein Nullsummenspiel ist und sich somit nicht positiv auf die gesamtwirtschaftliche Wohlfahrt auswirkt, schlußfolgert *Hirsch* auf die „sozialen Grenzen des Wachstums“ (*Hirsch* 1976).¹⁷

Ähnlich wie *Galbraith* sieht *Scitovsky* einen Ausweg aus dem Dilemma darin, daß die Gesellschaft lernt, die Ressourcen nutzenstiftend einzusetzen und ihr Konsumverhalten umzustellen. *Scitovsky* proklamiert die Abkehr vom aufwendigen Lebensstil, der auf Statusstreben und Konsumgewohnheiten basiert. Hierbei hofft er gegenüber Konsumenten und Ökonomen auf die Kraft seiner Argumente. *Hirsch* plädiert für eine Eindämmung der Aktivitäten im *positional sector*, was er in erster Linie durch eine Veränderung der moralisch-ethischen Vorstellungen in der Gesellschaft herbeiführen will. Den Mitgliedern der Gesellschaft soll nach *Hirsch* nahe gebracht werden, daß der soziale Rang gar nicht wichtig ist (*Hirsch* 1976, S. 179). Wie diese „Umerziehung“ realisiert werden soll, läßt *Hirsch* jedoch weitgehend offen.

Hatte die Gesellschafts- und Sozialkritik der späten 1950er und 1970er Jahre keinen direkten Einfluß auf das tatsächliche Konsumverhalten, so wurden ihre normativen Grundannahmen in der Folgezeit von zahlreichen Ökonomen weitergeführt und finden sich noch heute häufig in Modellen. Insofern kann das Wirken von *Galbraith*, *Scitovsky* und insbesondere *Hirsch* in Bezug auf die theoriegeschichtliche Entwicklung als durchaus erfolgreich in ihrem Sinne gewertet werden, was sich insbesondere in Abschnitt III.1 zeigen wird.

III. Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten im ökonomischen Denken heute

Obwohl seit Mitte des 20. Jahrhunderts statusorientiertes Konsumverhalten in Disziplinen wie der Marketingwissenschaft, die hierzu aus den Erkenntnissen diverser Quelldisziplinen, so der Psychologie und der Sozialpsychologie schöpfte, oder Sozialanthropologie, deren Programm die Erforschung menschlicher Handlungen und sozialer Beziehungen sowie ihrer kognitiven und kulturellen Bedingtheit beinhaltet, eine zunehmend zentrale Rolle spielten, fällt Statusstreben und demonstrativem Konsumverhalten innerhalb der ökonomischen Wissenschaft weiterhin eher eine Nebenrolle zu.¹⁸

¹⁷ Hatte *Galbraith* noch versucht, sich gegen Normativismuskritik zu immunisieren, so lautet es in dem Klappentext der deutschen Übersetzung der *Social Limits to Growth* ganz offen: „Erst langsam hat sich die westliche Wirtschaftspolitik die Warnungen von Keynes zu eigen gemacht; [...]. Sie betreibt Konjunkturpolitik zugunsten eines möglichst bruchlosen stetigen Wachstums des Bruttosozialprodukts. Ohne konkret zu fragen, was eigentlich wachsen soll und was besser nicht“ (*Hirsch* 1980[1976], Klappentext).

¹⁸ Nach *Douglas* und *Isherwood*, prominente Vertreter der Sozialanthropologie, dient Konsum in erster Linie dazu, die Zugehörigkeit des Konsumenten zu einer Gruppe zu symbolisieren (*Douglas* und *Is-*

Zwei Ausnahmen stellen die prominenten Beiträge von *James Duesenberry* und *Harvey Leibenstein* dar. *Duesenberry*, der interpersonelle Nachfrageeffekte nicht als einen Sonderfall, sondern als die zentrale Determinante des Konsumverhaltens betrachtet, verschaffte mit der makroökonomisch ausgerichteten Analyse in *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior* (1949) dem Phänomen des Statusstrebens in der ökonomischen scientific community wieder breitere Aufmerksamkeit, während *Leibenstein* mit seinem Beitrag *Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand* (1950) interpersonellen Konsumeffekten in gewisser Weise Anschlußfähigkeit an das mikroökonomische Standardmodell verschaffte.

Neben dem Mitläufer- oder Bandwagon-Effekt, also der positiven Abhängigkeit der individuellen Nachfrage von der insgesamt nachgefragten Menge, und dem Snob-Effekt, also der negativen Abhängigkeit der individuellen Nachfrage von der insgesamt nachgefragten Menge, beschreibt *Leibenstein* einen weiteren Sonderfall des Nachfrageverhaltens, den er, wie er selbst betont (*Leibenstein* 1950, S. 203), in Ermangelung eines besseren Begriffs *Veblen-Effekt* nennt.¹⁹ Der *Veblen-Effekt* beschreibt, daß beim Konsum gewisser Gütern die Nachfrage positiv vom Preis abhängt, da sich Güter mit einem hohen Preis besser dazu eignen, via demonstrativem Konsum seinen Wohlstand anzuzeigen und so sozialen Status zu erlangen. Je nach dem, ob der klassische Preiseffekt oder der *Veblen-Effekt* dominiert, weist die Nachfragefunktion eine positive Steigung, eine negative Steigung oder abschnittsweise beides auf (*Leibenstein* 1950, S. 202f).²⁰

Auch in aktuellen Beiträgen werden Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in ökonomischen Modellen betrachtet. Hierbei lassen sich grundsätzlich zwei Modellgruppen unterscheiden: In der einen Modellgruppe stiftet Status „an sich“ den Individuen Nutzen und ist somit intrinsisch motiviert. In der anderen Modellgruppe dient Status den Individuen als Mittel oder Instrument, einen anderen Zweck zu erreichen und ist somit extrinsisch motiviert.

1. Demonstratives Konsumverhalten und intrinsische Motivation – Status als Erfüllung

In den Beiträgen von *Frank* (1985), *Ireland* (1994), *Corneo* und *Jeanne* (1997) nützt Status „an sich“ den Individuen und geht direkt in die Nutzenfunktion ein. Das demonstrative Konsumverhalten ist in diesen Modellen also intrinsisch motiviert und kann daher als Erfüllung gesehen werden.²¹

Die Autoren differenzieren zwischen einem normalen Gut und einem Gut, welches der sozialen Distinktion dient. So unterscheidet *Frank* (1985, S. 101) zwischen *positio-*

herwood 2002[1979]). Auch *Günter Schmölders'* Ansatz einer interdisziplinär ausgerichteten sozialökonomischen Verhaltensforschung ist grundsätzlich dazu geeignet, sich dem Phänomen statusbedingten Nachfrageverhaltens zu nähern. Siehe hierzu *Das Prestigemotiv in Konsum und Investition, Demonstrative Investition und aufwendiger Verbrauch* von *Kreikebaum* und *Rinsche* (1961) in den von *Schmölders* herausgegebenen Beiträgen zur Verhaltensforschung.

¹⁹ Somit sorgte *Leibenstein* indirekt auch für den nach wie vor hohen Bekanntheitsgrad *Thorstein B. Veblens* in akademischen Kreisen, denn der *Veblen-Effekt* ist noch heute häufig als Sonderfall in mikroökonomischen Lehrbüchern zu finden.

²⁰ Auf mögliche positive Steigungen einer Nachfragefunktion aufgrund von Status- und Prestigeeffekten weisen auch *Alcaly* und *Klevorick* (1970) und *Kalman* (1968) sowie später *Corneo* und *Jeanne* (1997) hin.

²¹ Auch *Hopkins* und *Kornienko* (2004) stehen in der Tradition dieser Beiträge und untersuchen die Auswirkungen von Veränderungen der Einkommensverteilung auf das demonstrative Konsumverhalten.

nal und *non-positional goods* und bezieht sich dabei direkt auf *Fred Hirsch* (1976). *Ireland* (1994, S. 93) spricht von *visible* und *non-visible goods*, während *Corneo* und *Jeanne* (1997, S. 57) eine begriffliche Anleihe bei *Thorstein B. Veblen* machen und *conspicuous consumption* betrachten.

Der Status der Individuen wird in den Modellen über ihren Rang in der Einkommenshierarchie in der Bezugsgesellschaft definiert. Hierbei kennen Individuen zwar ihr eigenes Einkommen, können jedoch das Einkommen der anderen nicht direkt beobachten. Daher liegt eine Situation asymmetrischer Information vor. Die Individuen haben jedoch die Möglichkeit, demonstrativ zu konsumieren, um so ihren Wohlstand anzuzeigen. Die anderen Mitglieder der Gesellschaft schließen dann vom beobachtbaren Konsumverhalten auf das individuelle Einkommen zurück und weisen den Konsumenten ihren gesellschaftlichen Status zu. Im Gleichgewicht entsprechen sich Einkommenshierarchie und Hierarchie demonstrativen Konsums.

Eine weitere Gemeinsamkeit der Modelle ist, daß die Autoren, *Hirsch* folgend, Statusstreben gesamtgesellschaftlich als Nullsummenspiel modellieren. Ein „Mehr“ an Status des einen Individuums geht Hand in Hand mit einem „Weniger“ an Status anderer Individuen. Somit ändert erhöhter demonstrativer Konsum den Statusnutzen auf gesellschaftlicher Ebene nicht. Demonstratives Konsumverhalten ist jedoch sehr wohl ressourcenaufwendig. Daher kommen die Autoren in ihrer Wohlfahrtsanalyse unisono zu dem Ergebnis, demonstratives Konsumverhalten sei wohlfahrtsmindernd und somit *social waste*.

In modellogischer Folge empfehlen die Autoren einen Staatseingriff. Plädiert *Frank* (1985, S. 115) für die Einführung einer *Pigou-Steuer* auf *positional goods*, um externe Effekte auf andere Konsumenten zu internalisieren und das Verhalten in eine wohlfahrtsförderliche Richtung zu lenken, und schlägt auch *Ireland* (1994, S. 103f) eine Steuer auf Statusgüter vor, um die verzerrten Konsumpläne der Haushalte zu korrigieren und positive Wohlfahrtseffekte zu erzielen, so äußern sich *Corneo* und *Jeanne* (1997, S. 66f) im Hinblick auf einen Staatseingriff differenzierter: Ein Verbot demonstrativen Konsumverhaltens führt nach *Corneo* und *Jeanne* immer zu einem Anstieg der Wohlfahrt. Eine Besteuerung von *conspicuous consumption* führt hingegen nur eindeutig zu einem Anstieg der Wohlfahrt, wenn die Nachfragefunktion einen klassischen, fallenden Verlauf aufweist. Besitzt sie hingegen eine positive Steigung, so kann eine Steuer auf *conspicuous goods* auch zu einem Absinken der Wohlfahrt führen.²²

Betrachtet man den Wohlfahrtsvergleich bei *Frank* (1985) und *Ireland* (1994) näher, kommen Zweifel auf. So vergleicht *Frank* (1985, S. 104) einen *noncooperative case*, in der individueller Status von dem Rang in der Hierarchie demonstrativen Konsums abhängt, mit einer *cooperative case*, in dem individueller Status direkt vom Rang in der Einkommenshierarchie abhängt, also das Einkommen allgemein bekannt ist und somit vollständige Information herrscht, und auch *Ireland* (1994, S. 99) bringt einen *full information case* als Benchmark in Anschlag. Dieser Vergleich ist jedoch unzulässig, da

²² Besonderheiten demonstrativen Konsumverhaltens im Hinblick auf die staatliche Einnahmengenerierung stehen im Zentrum der Betrachtung von *Miller* (1975) und *Ng* (1987 und 1993) So weist *Miller* darauf hin, daß es sich bei Luxussteuern womöglich um eine *excess burden* freie Möglichkeit der Generierung von Steuereinnahmen handelt (*Miller* 1975, S. 153). *Ng* geht noch einen Schritt weiter und argumentiert, daß es sich bei der Besteuerung von *diamond goods*, die nur aufgrund ihres Wertes wertgeschätzt werden, um eine *burden* freie Möglichkeit der Einnahmengenerierung handele (*Ng* 1987, S. 186). Noch einen Schritt weiter geht *Ng* in einem späteren Beitrag, in dem er zeigt, daß die Nachfrage nach gemischten *diamond goods* eine positive Steigung aufweisen kann und darüber hinaus sogar ein negativer *burden*, mit anderen Worten ein *benefit* der Besteuerung möglich ist (*Ng* 1993).

die Informationsstruktur innerhalb des Vergleichs gewechselt wird. Daß Demonstrationskonsum als Signal in einer Welt vollständiger Information nicht effizienzsteigernd wirken kann, ist weitgehend trivial. *Corneo* und *Jeanne* (1997, S. 65f) liefern hingegen einen zulässigen Wohlfahrtsvergleich mit konsistenter Informationsstruktur, kommen jedoch aufgrund der Nullsummenspielannahme zu ähnlichen Ergebnissen im Hinblick auf die Wohlfahrtswirkung demonstrativen Konsumverhaltens.

Die Argumentation, demonstratives Konsumverhalten sei *social waste*, ist jedoch allenfalls eine Seite der Medaille *conspicuous consumption*. Das Motiv, demonstrativ zu konsumieren, liegt ja, wie sämtliche Autoren auch betonen, darin, den anderen Mitgliedern der Gesellschaft den individuellen Wohlstand anzuzeigen, da dieser in einer Welt unvollständiger, da asymmetrischer Information nicht direkt beobachtbar ist. Signale können aber in einer Welt unvollständiger Information unter Umständen effizienzsteigernd wirken, auch wenn die Methode der Informationsübermittlung kostenaufwendig ist. Ist Statussignaling jedoch als Nullsummenspiel modelliert, so kann es auf gesellschaftlicher Ebene nicht wohlfahrtsfördernd sein, selbst wenn durch den demonstrativen Konsum Informationsasymmetrien abgebaut werden.

Mit der Annahme, Statusstreben sei auf gesellschaftlicher Ebene ein Nullsummenspiel, folgen die Autoren implizit oder wie *Frank* (1985, S. 101) explizit dem Ansatz der Gesellschafts- und Sozialkritik der 1970er Jahre. *Congleton* (1989) bezweifelt hingegen in seinem Beitrag *Efficient Status Seeking: Externalities, and the Evolution of Status Games*, daß sich ineffiziente Statusspiele in einem Prozess hayekianischer Evolution in einer Gesellschaft durchsetzen würden (*Congleton* 1989, S. 176).

2. Demonstratives Konsumverhalten und extrinsische Motivation – Status als Instrument

In den Beiträgen von *Bagwell* und *Bernheim* (1996), *Cole et al.* (1995) und *Haucap* (2001) dient Status den Individuen als Mittel, einen anderen Zweck zu erreichen. Demonstratives Konsumverhalten ist in diesen Modellen also extrinsisch motiviert und kann daher als Instrument gesehen werden. Im Unterschied zu den Modellen in Abschnitt III.1 geht Status nicht direkt in die Nutzenfunktion ein, sondern nützt den Akteuren auf andere Art und Weise.

Wie bereits bei *Sombart* (1913, S. 73), dient demonstratives Konsumverhalten hier als Signal bei der Anbahnung von sozialen Kontakten oder Partnerschaften. Eine Partnerschaft mit einem Partner mit guten Eigenschaften nützt hierbei mehr als eine Partnerschaft mit einem Partner mit weniger guten Eigenschaften. Während *Bagwell* und *Bernheim* (1996, S. 353) sowie *Haucap* (2001, S. 247) allgemein den Nutzen aus sozialen Kontakten betrachten, nennen *Cole et al.* (1995, S. 13) sehr konkret die erhöhten Konsummöglichkeiten in einer Partnerschaft mit einem reichen Partner als Motiv.

Wiederum sind den Individuen die eigenen Eigenschaften bzw. das eigene Einkommen bekannt, jedoch können sie die Eigenschaften bzw. das Einkommen potentieller Beziehungspartner nicht direkt beobachten. Daher liegt eine Situation asymmetrischer Information vor. Die Individuen haben allerdings auch hier die Möglichkeit, ihren Wohlstand durch *conspicuous consumption* (*Bagwell* und *Bernheim* 1996, S. 352 sowie *Cole et al.* 1995, S. 16) glaubhaft anzuzeigen.²³ Potentielle Partner schließen dann vom

²³ *Bagwell* und *Bernheim* (1996) zeigen, mit welchen Mitteln wohlhabende Akteure ein bestehendes *Separating Equilibrium* durch die effektive Abwehr imitierenden Konsumverhaltens verteidigen können. Grundsätzlich kommt hierzu, neben dem Konsum einer großen Menge und Vielfalt auffälliger

beobachtbaren Konsumverhalten auf den Wohlstand eines Konsumenten zurück und entscheiden sich für oder gegen den Eintritt in eine Partnerschaft (*Bagwell und Bernheim* 1996, S. 354-355).²⁴

Ein weiterer entscheidender Unterschied zu den Modellen im vorangegangenen Abschnitt ist, daß demonstratives Konsumverhalten nicht als Nullsummenspiel modelliert ist, so daß sich Raum für die Analyse der potentiell effizienzsteigernden Wirkung demonstrativen Konsumverhaltens öffnet. Fokussieren *Bagwell und Bernheim* (1996) wie auch *Cole et al.* (1995) jedoch nicht auf die Wohlfahrtswirkung demonstrativen Konsumverhaltens, so rückt *Haucap* (2001) diese ins Zentrum seiner Betrachtung.

Vergleicht man die Wohlfahrtssituation in einer Welt asymmetrischer Information mit einer utopischen Welt vollständiger Information, so liegt bereits ein (hypothetischer) Wohlfahrtsverlust vor. Demonstratives Konsumverhalten als Signal ist nun grundsätzlich dazu geeignet, diesen Wohlfahrtsverlust zumindest teilweise zu heilen.²⁵ Je nach dem, ob der vermiedene Wohlfahrtsverlust auf gesellschaftlicher Ebene die Signalingkosten übersteigt oder nicht, steigert demonstratives Konsumverhalten die Wohlfahrt oder senkt sie. Somit zeigt *Haucap* (2001, S. 252), daß demonstratives Konsumverhalten in einer Welt asymmetrischer Information die Wohlfahrt steigern kann und daher mitnichten in jedem Fall als *social waste* einzuordnen ist.

Bagwell und Bernheim (1996, S. 368f) untersuchen hingegen nicht die Wohlfahrtswirkung demonstrativen Konsumverhaltens, sondern betrachten in ihrer positiven Analyse die technischen Besonderheiten und Wirkungsweisen von Steuern auf dem Markt für Luxus- beziehungsweise Statusgüter. Eine Besonderheit ist, so *Bagwell und Bernheim*, daß die Nachfrage nach Luxus- und Statusgütern hochelastisch sei. Luxus- und Statusgüter werden zu einem von den Konsumenten „gewünschten“ Preis gekauft, der wiederum die kostengünstigste Möglichkeit darstellt, imitierendes Konsumverhalten zu verhindern. Dieser Preis ermöglicht einerseits, daß auf Luxus- oder Statusgütermärkten nachfrageseitig induzierte *pure profits* der Unternehmen auftreten können. Andererseits ist dieser Preis *tax-inclusive* und ändert sich auch bei einer Steuererhöhung nicht. Dies wiederum verhindert, daß Unternehmen die Steuer auf die Konsumenten überwälzen können. Folglich würde eine Steuer, solange sie nicht die Differenz zwischen Preis und Grenzkosten übersteigt, als nicht-verzerrende Steuer auf *pure profits* wirken. Im Gegensatz zu den Empfehlungen der Ramsey-Regel wären aus Effizienzgesichtspunkten Status- und Luxusgüter zu besteuern (*Bagwell und Bernheim* 1996, S. 368).²⁶

Güter, der Konsum hochqualitativer auffälliger Güter sowie der Konsum auffälliger Güter zu einem „überhöhten“ Preis in Betracht. Von diesen Möglichkeiten wählen die Akteure immer die günstigste.

²⁴ Auch im Modell von *Pesendorfer* (1995) dient Demonstrationskonsum als Signal bei der Anbahnung von Partnerschaften. Jedoch handelt es sich bei dem Modell um gar kein Signalingmodell im engeren Sinne, da dort der Konsum modischer Güter über die direkte Beeinflussung der Matching-Technologie die Wahrscheinlichkeit erhöht, auf einen Partner mit den gewünschten Eigenschaften zu treffen, worauf *Haucap* (2001, S. 246) deutlich hinweist.

²⁵ Daß Signale in einer Welt asymmetrischer Information effizienzsteigernd wirken können, ist spätestens seit *Spence* (1973 und 1974) hinlänglich bekannt. *Spence* selbst weist bereits unter Verweis auf *Veblens Theory of the Leisure Class* auf die Möglichkeit hin, daß demonstratives Konsumverhalten auch als Signal für Wohlstand, Macht und Status gelten kann und regt die analoge Anwendung seines Arbeitsmarktbeispiels auf den Fall demonstrativen Konsumverhaltens an (*Spence* 1974, S. 62).

²⁶ Darüber hinaus weisen *Bagwell und Bernheim* im Hinblick auf Wettbewerbspolitik darauf hin, daß hohe Gewinne gerade auf dem Markt für Luxus- oder Statusgüter nicht zwingend ein Indiz für eine monopolistische oder oligopolistische Marktstruktur und Kollusion sind, die daher auch nicht zwingend nach einen wettbewerbspolitischen Staatseingriff verlangen. (*Bagwell und Bernheim* 1996, S. 368)

IV. Fazit

“In effect, legislation had never been successful - it was always difficult to enforce and did little in real terms to suppress status-motivated consumption” (*Mason* 1998, S. vii).

Die Aussage *Masons* macht deutlich, daß man bei den zahlreichen historischen Versuchen eines Staatseingriffs mit einiger Berechtigung von historischem Versagen sprechen kann. Offensichtlich ist es zu keinem Zeitpunkt gelungen, die technischen Besonderheiten demonstrativen Konsumverhaltens vollständig zu begreifen. Doch vorgelagert zu der Frage nach den technischen Besonderheiten ist die eingangs gestellte Frage zu klären, ob demonstratives Konsumverhalten und Statusstreben überhaupt eingedämmt werden sollten.

Bei einem Blick in die Theoriegeschichte der Ökonomik offenbaren hierbei zahlreiche Ansätze offenen oder verdeckten Normativismus. In frühen Gesellschaften wurde aufwendiger Luxuskonsum als moralisch oder religiös verwerflich stigmatisiert, während die Merkantilisten zusätzlich die wohlfahrtsmindernde Wirkung aufwendigen Konsums aufgrund veränderter Kapitalakkumulation argumentativ in Anschlag brachten.

Hier drängte sich bereits der Eindruck auf, daß die vordergründige Argumentation hintergründig nur dem Schutzbedürfnis der Führungseliten vor imitierendem Konsumverhalten diene. Betrachtet man die Aussagen der klassischen und neoklassischen Schule, so erhärtet sich dieser Verdacht. Vertreter der klassischen und neoklassischen Schule, wie *Smith* [1778], *Mill* [1834] und *Marshall* [1890], unterscheiden offen zwischen legitimem und illegitimem demonstrativem Konsum, der die gesellschaftliche und wirtschaftliche Stabilität einer Volkswirtschaft gefährden würde, was auch *Rae* [1834] betont. Das Konsumentenverhalten, welches dem Status des Akteurs entspricht, wird als legitim betrachtet, während das Konsumentenverhalten, welches darüber hinausgeht, als illegitim gilt.

Eine Renaissance erfuhr dieser Normativismus im Gewand der Gesellschafts- und Sozialkritik der späten 1950er und 1970er Jahre. Die Vertreter der Gesellschafts- und Sozialkritik sorgen sich um die „richtige“ Verwendung der Ressourcen und nähern sich vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Entwicklung einer Volkswirtschaft der Frage, „was eigentlich wachsen soll und was besser nicht“. Da Statusstreben in wachsenden Volkswirtschaften einen immer größeren Anteil der Ressourcen verzehrt, wähnt *Hirsch* (1976) gar die sozialen Grenzen des Wachstums entdeckt zu haben.

Hierbei blieben die Gedanken der Gesellschafts- und Sozialkritik nicht wirkungslos, sondern mündeten seit den 1980er Jahren in zahlreiche Modelle, die demonstratives Konsumverhalten und Statusstreben fokussieren. So verursacht demonstratives Konsumverhalten und Statusstreben in den Modellen von *Frank* (1985), *Ireland* (1994) sowie *Corneo* und *Jeanne* (1997) externe Effekte, die die optimalen Konsumpläne der Akteure verzerren und die Wohlfahrt mindern. Die Autoren, die *Hirsch* (1976) folgend Statusstreben auf gesellschaftlicher Ebene als Nullsummenspiel modellieren, betrachten in modellogischer Folge demonstratives Konsumverhalten als *social waste*.

Dieses eindeutige Ergebnis der Wohlfahrtsanalyse fußt jedoch gerade darauf, daß die Autoren demonstratives Konsumverhalten als Nullsummenspiel modellieren. Ist demonstratives Konsumverhalten jedoch als Nullsummenspiel modelliert, so kann es auf gesellschaftlicher Ebene nicht wohlfahrtsförderlich sein und der Blick auf die potentiell effizienzsteigernde Wirkung demonstrativen Konsumverhaltens in einer Welt asymmet-

rischer Information bleibt verstellt. Darüber hinaus vergleichen *Frank* (1985) und *Ireland* (1994) in ihrer Wohlfahrtsanalyse eine Welt mit asymmetrischer Information und demonstrativem Konsum mit einer Welt vollständiger Information ohne demonstrativen Konsum. Dieser Vergleich ist jedoch unzulässig, da die Informationsstruktur innerhalb des Vergleichs gewechselt wird. Daß Demonstrationskonsum als Signal in einer Welt vollständiger Information nicht effizienzsteigernd wirken kann, ist weitgehend trivial.

Einen völlig anderen Ansatz verfolgen *Bagwell* und *Bernheim* (1996), *Cole et al.* (1995) und *Haucap* (2001). In ihren Modellen dient demonstratives Konsumverhalten als nützliches Signal bei der Anbahnung sozialer Kontakte. Verzichten *Bagwell* und *Bernheim* (1996) und *Cole et al.* (1995) auf eine explizite Analyse der Wohlfahrt, so weist *Haucap* (2001) die potenziell effizienzsteigernde Wirkung demonstrativen Konsumverhaltens in einer Welt asymmetrischer Information nach.

So unterschiedlich Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens bis heute gesehen wurde und wird, so unterschiedlich fallen auch die Politikempfehlungen der jeweiligen Zeit und Denkschule aus. Nachdem man in frühen Gesellschaften, so im antiken Rom, im frühen Europa und in den Feudalherrschaften China und Japans versuchte, das „verwerfliche“, demonstrative Konsumverhalten mit Gesetzen gegen übertriebenen Luxus, sogenannten *sumptuary laws*, zu unterdrücken, wurden seit Mitte des 17. Jahrhunderts vermehrt Luxussteuern in Anschlag gebracht. Zusätzlich empfehlen Vertreter der klassischen und neoklassischen Schule und insbesondere die Vertreter der Gesellschafts- und Sozialkritik eine Änderung der Präferenzen der Bürger. Während *Rae* [1834] gesellschaftliche Stabilität durch eine strenge religiöse Erziehung garantiert sieht, schlägt *Marshall* (1907) vor, die öffentlichen Meinung und sozialen Druck einzusetzen. Die Vertreter der Gesellschafts- und Sozialkritik hingegen hoffen auf Lerneffekte und die Kraft ihrer Argumente. Erfüllte sich diese Hoffnung nicht und waren auch die *sumptuary laws* von nur geringem Erfolg gekrönt, so trafen Versuche einer Besteuerung von Demonstrationskonsum auf technische Schwierigkeiten.

Ein Teil der Ökonomen, so *Ireland* (1994), setzt bei der Besteuerung von Luxusgütern auf die Lenkungswirkung einer Steuer, während ein anderer Teil der Ökonomen, so bereits *Rae* [1834] und *Mill* [1848], die Möglichkeit einer Lenkungswirkung in die gewünschte Richtung aufgrund der Besonderheiten demonstrativen Konsumverhaltens verneinen. Auch zeigen *Corneo* und *Jeanne* (1997), daß wenn der Preis eines Gutes positiv auf den Status seines Konsumenten wirkt, die individuelle Nachfragefunktion eine positive Steigung aufweisen kann und kommen daher im Gegensatz zu *Ireland* (1994) zu dem Schluß, daß eine Besteuerung von Statusgütern nicht zwingend zum gewünschten Lenkungseffekt und einem Anstieg der Wohlfahrt führt.

Da einerseits Politikempfehlungen, den demonstrativen Konsum luxuriöser Güter mittels Staatseingriff einzudämmen, auf der Modellierung von Statusstreben als Nullsummenspiel und somit einer modelltechnischen Beliebigkeit sowie zum Teil auf einer unzulässigen komparativen Wohlfahrtsanalyse fußen und Luxussteuern andererseits aufgrund der Besonderheiten demonstrativen Konsums so gut wie unkalkulierbare Folgen mit sich bringen, erscheint die Besteuerung von Luxus- und Statusgütern als fragwürdiges Unterfangen.

Literatur

- Alcaly, Roger E. und Alvin K. Klevorick (1970), Judging Quality by Price, Snob Appeal, and the New Consumer Theory, *Zeitschrift für Nationalökonomie*, Bd. 30, S. 53-64.
- Bagwell, Laurie S. und B. Douglas Bernheim (1996), Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption, *American Economic Review*, Bd. 86, S. 349-373.
- Berry, Christopher J. (1994), *The Idea of Luxury: A conceptual and historical investigation*, New York.
- Buchanan, James M. (1975), *The Limits of Liberty*, Chicago.
- Cole, Harold L., George J. Mailath und Andrew Postlewaite (1995), Incorporating Concern for Relative Wealth Into Economic Models, *Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review*, Bd. 19, S. 12-21.
- Congleton, Roger D. (1989), Efficient Status Seeking: Externalities, and the Evolution of Status Games, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Bd. 11, S. 175-190.
- Corneo, Giacomo und Olivier Jeanne (1997), Conspicuous consumption, snobbism and conformism, *Journal of Public Economics*, Bd. 66, S. 55-71.
- Cournot, Augustin (1924)[1838], *Untersuchungen über die mathematischen Grundlagen der Theorie des Reichthums*, Jena.
- Douglas, Mary und Baron Isherwood (2002)[1979], *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London und New York.
- Duesenberry, James S. (1967)[1949], *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*, 5. Aufl., Cambridge.
- Edgell, Stephen und Rick Tilman (1991), John Rae and Thorstein Veblen on Conspicuous Consumption: A Neglected Intellectual Relationship, *History of Political Economy*, Bd. 23, S. 731-744.
- Frank, Robert H. (1985), The Demand for Unobservable and Other Nonpositional Goods, *American Economic Review*, Bd. 75, S. 101-116.
- Gäfgen, Gérard (1974), On the Methodology and the Political Economy of Galbraithian Economics, *Kyklos*, Bd. 27, S. 705-773.
- Galbraith, John Kenneth (1958), *The Affluent Society*, Cambridge.
- Haucap, Justus (2001), Konsum und soziale Beziehungen, *Jahrbuch für Wirtschaftswissenschaften*, Bd. 52, S. 243-263.
- Hill, Forest G. (1958), Veblen and Marx, in Douglas F. Dowd (Hg.), *Thorstein Veblen: A Critical Reappraisal. Lectures and Essays Commemorating the Hundredth Anniversary of Veblen's Birth*, New York, S. 129-149.
- Hirsch, Fred (1976), *Social Limits to Growth*, Cambridge.
- Hirsch, Fred (1980)[1976], *Die sozialen Grenzen des Wachstums*. Reinbek.
- Hopkins, Ed und Tatiana Kornienko (2004), Running to Keep in the Same Place: Consumer Choice as a Game of Status, *American Economic Review*, Bd. 94, S. 1085-1107.
- Hume, David (1896)[1739], *A Treatise of Human Nature: Being An Attempt to introduce the experimental Method of Reasoning into Moral Subjects*, London.
- Ireland, Norman J. (1994), On limiting the market for status signals, *Journal of Public Economics*, Bd. 53, S. 111-126.
- Kalman, Peter J. (1968), Theory of Consumer Behavior when Prices enter the Utility Function, *Econometrica*, Bd. 36, S. 497-510.
- Kreikebaum, Hartmut und Günter Rinsche (1961), *Das Prestigemotiv in Konsum und Investition: Demonstrative Investition und aufwendiger Verbrauch*, Berlin.
- Leibenstein, Harvey (1950), Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand, *Quarterly Journal of Economics*, Bd. 64, S. 183-207.
- Mandeville, Bernard (1924)[1714], *The Fable of the Bees: or, Private Vices, Publick Benefits*, Oxford.
- Marshall, Alfred. (1907), The Social Possibilities of Economic Chivalry, *Economic Journal*, Bd. 17, S. 7-29.
- Marshall, Alfred (1920)[1890], *Principles of Economics*, 8. Aufl., London.
- Mason, Roger (1998). *The Economics of Conspicuous Consumption: Theory and Thought since 1700*, Cheltenham.

- McKendrick, Neil, John Brewer und J.H. Plumb (1985), *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, Bloomington.
- Mill, John S. (1965)[1848], *Principles of Political Economy with Some of Their Applications to Social Philosophy*, Toronto.
- Miller, Edward (1975), Status Goods and Luxury Taxes, *American Journal of Economics and Sociology*, Bd. 34, S. 141-154.
- Ng, Yew-Kwang (1987), Diamonds are a Government's Best Friend: Burden-Free Taxes on Goods Valued for their Values, *American Economic Review*, Bd. 77, S. 186-191.
- Ng, Yew-Kwang (1993), Mixed diamond goods and anomalies in consumer theory: Upward-sloping compensated demand curves with unchanged diamondness, *Mathematical Social Sciences*, Bd. 25, S. 287-293.
- North, Douglas C. (1991), Institutions, *Journal of Economic Perspectives*, Bd. 5, S. 97-112.
- Pesendorfer, Wolfgang (1995), Design Innovation and Fashion Cycles, *American Economic Review*, Bd. 85, S. 771-792.
- Pigou, Arthur C. (1913), The Interdependence of Different Sources of Demand and Supply in a Market, *Economic Journal*, Bd. 23, S. 19-24.
- Pigou, Arthur C. (1932)[1920], *The Economics of Welfare*, 4. Aufl., London.
- Quesnay, François (1971), *Ökonomische Schriften in zwei Bänden*. Berlin.
- Rae, John (1965)[1834], Statement of Some New Principles on the Subject of Political Economy, Exposing the Fallacies of the System of Free Trade, and of Some Other Doctrines maintained in "The Wealth of Nation", in: R. Warren James (Hg.), *John Rae: Political Economist. An Account of his life and a compilation of his main writings*, Vol. 2. Toronto.
- Roscher, Wilhelm (1854), *System der Volkswirtschaft, Ein Hand- und Lesebuch für Geschäftsmänner und Studierende, Band 1: Die Grundlagen der Nationalökonomie*, Stuttgart und Tübingen.
- Senior, Nassau W. (1951)[1836], *Outline of the Science of Political Economy*, London et al..
- Scitovsky, Tibor (1992)[1976], *The Joyless Economy: The Psychology of Human Satisfaction*, New York et al..
- Smith, Adam (1963)[1759], *The Theory of Moral Sentiments*, Aalen.
- Smith, Adam (1910)[1776], *The Wealth of Nations*, London.
- Sombart, Werner (1913), *Luxus und Kapitalismus*, München und Leipzig.
- Spence, A. Michael (1973), Job Market Signaling, *Quarterly Journal of Economics*, Bd. 87, S. 355-374.
- Spence, A. Michael (1974), *Informational Transfer in Hiring and Related Screening Processes*, Cambridge und London.
- Veblen, Thorstein B. (1953)[1899], *The Theory of the Leisure Class. An Economic Study of Institutions*. New York.
- Vincent, J.M. (1948). Sumptuary Legislation, in: Edwin R. Seligman und Alvin Johnson (Hg.), *Encyclopedia of the Social Sciences*, 6. Aufl., New York et al, S. 464-466.
- Wagner, Adolph (1910), *Finanzwissenschaft. Dritter beschreibender Teil: Spezielle Steuerlehre. 1. Buch (Band): Steuergeschichte vom Altertum bis zur Gegenwart*, 2. Aufl., Leipzig.
- Weber, Max (2000)[1904/05], *Die protestantische Ethik und der „Geist“ des Kapitalismus*, 3. Aufl., Weinheim.

Zusammenfassung

Luxus, Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten werden in der Geschichte ökonomischen Denkens bis heute immer wieder unterschiedlich betrachtet. So wundert es nicht, daß auch die Antwort auf die Frage, welche Rolle der Staat im Hinblick auf statusbedingtes Konsumverhalten einnehmen soll, je nach Perspektive und historischem Hintergrund unterschiedlich ausfällt. Der vorliegende Beitrag zeigt, wie Statusstreben und demonstratives Konsumverhalten in der Geschichte ökonomischen Denkens gesehen wurden und ordnet aktuelle Beiträge ein. Da die Politikempfehlungen einerseits auf der Modellierung von Statusstreben als Nullsummenspiel und somit einer modelltechnischen Beliebigkeit sowie zudem teilweise auf einer unzulässigen komparativen Wohlfahrtsanalyse fußen, und Luxussteuern andererseits aufgrund der Besonderheiten demonstrativen Konsums so gut wie unkalkulierbare Folgen mit sich bringen, erscheint die Besteuerung von Luxus- und Statusgütern als fragwürdiges Unterfangen.

Summary

In the history of economic thought luxury, status seeking and conspicuous consumption are seen highly divergent. Thus, it is hardly surprising that economic advice with respect to a possible governmental intervention varies with time and perspective. This contribution provides an overview how conspicuous consumption was seen in the history of economic thought and outlines the connection between recent contributions and historical thinking on the issue. On the one hand, recent policy recommendations are often based on the arbitrary definition of status seeking as a zero sum game and partly on an incorrect welfare comparison. On the other hand, specific characteristics of the market demand function for status goods make the taxation of luxuries a venture with incalculable outcomes. Taking these results into account luxury taxes are hard to justify and extremely difficult to design.

Englischer Titel

Questionable Luxury Taxes: Status Seeking and Conspicuous Consumption in the History of Economic Thought

