

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Growth through the Bottleneck of Limited Budgets

Klein, Rolf

15. June 2011

Online at <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/35527/>
MPRA Paper No. 35527, posted 30. January 2012 / 17:00

Wachstum durch das Nadelöhr begrenzter Budgets¹

Rolf Klein²

Zusammenfassung

Untersucht wird das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage im Rahmen von Wachstumsprozessen. Es wird gezeigt, dass auch unter klassischen, auf dem Tausch basierenden Annahmen die Wirtschaftsentwicklung durch die Nachfrage maßgeblich beeinflusst wird.

Wachstum setzt die Bereitschaft der Wirtschaftsteilnehmer voraus, die Zusammensetzung ihrer Budgets zu verändern. Jedes zusätzliche Angebot muss durch das Nadelöhr der bestehenden Budgets. Ohne eine Änderung der Präferenzen der zahlungskräftigen Nachfrager ist Wachstum nicht möglich. Erfindungen, gesellschaftliche Veränderungen, neue Moden oder auch geänderte Vorschriften können die Integration zusätzlicher Angebote erleichtern. Die Veränderungsbereitschaft bzw. –resistenz der Nachfrager bietet sich damit als *ein* erklärendes Element für die Entwicklung von Volkswirtschaften an, die ihr Produktionspotential nicht ausschöpfen.

Veränderungen der Nachfragestruktur können die Wirtschaft wachsen oder schrumpfen lassen. Steigerungen der Nachfrage nach bestimmten Angeboten, die aus breit gestreuten und damit am Ende kompensierten Einsparungen bestritten werden – nämlich in Form eines neuen Matchings der Tauschbeziehungen – erzeugen Wachstum. Umgekehrt bewirken auf bestimmte Angebote konzentrierte Einsparungen, die zu diffus verteilten Ausgaben des Ersparten führen, Schrumpfung.

Um einzuschätzen, ob Änderungen der staatlichen oder staatlich beeinflussten Nachfrage, ob technische Innovationen oder gesellschaftliche Veränderungen Wachstum fördern, ist zu fragen, ob per Saldo die Integration zusätzlicher Angebote in die Budgets gefördert wird. Entscheidungen des Staates, ob als Fiskus oder als Normsetzer, können die Struktur der Nachfrage und damit die Wirtschaftsentwicklung beeinflussen, strategisch oder auch absichtslos.

¹ Der Aufsatz ist mit geringfügigen Änderungen erschienen in der Schriftenreihe WISO-Diskurs der Friedrich-Ebert-Stiftung, November 2011.

² Ministerialrat im Bundesministerium für Bildung und Forschung. Der Aufsatz gibt die persönliche Auffassung des Autors wieder.

1. Einleitung

Welche Bedeutung der Nachfrage für die Wirtschaftsentwicklung zukommt, zählt noch immer zu den zentralen und umstrittenen ökonomischen Fragen. Verdient die Nachfrage eigenständige Beachtung? Ist es sinnvoll, ihre Steigerung politisch anzustreben, über die Nachfrage die Produktion ausweiten und die Beschäftigung erhöhen zu wollen? Angebotsorientierte Ökonomen sehen in ihr nur einen Reflex des Angebots. Ihre Sicht geht auf *Jean-Baptiste Say* zurück (Say: 1803), der bereits 1803 das grundsätzliche Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage damit begründete, niemand bringe eine Ware auf den Markt, der nicht eine andere dafür eintauschen wolle. Eine allgemein hinter dem Angebot zurückbleibende Nachfrage sei folglich ausgeschlossen. Natürlich könne es dazu kommen, dass die Struktur der Nachfrage nicht exakt mit der des Angebots übereinstimme. Aber das sei – in heutiger Terminologie – ein rein mikroökonomisches Problem, das der Mechanismus der relativen Preise leicht lösen könne (van Suntum 2005: 105). Das sog. *Say'sche Theorem*, zusammengefasst durch spätere Interpreten, besagt deshalb, das Angebot finanziere seine Nachfrage selbst.³ Die angebotsorientierte Doktrin schließt daraus, zur Förderung des Wirtschaftswachstums reiche es, sich auf verbesserte Bedingungen für die Anbieter zu konzentrieren, während der Nachfrage, insbesondere längerfristig, keine eigenständige Bedeutung zukomme.

Nachfrageorientierte, *keynesianische* Ökonomen widersprechen dem; nicht für eine Welt des Tauschens, wohl aber für die existierende Geldwirtschaft, in der das Ziel eines Angebots nicht nur in einer realen Gegenleistung, sondern auch in der Hortung von Geld bestehen könne, wodurch die Gefahr einer Nachfrangelücke mit einer daraus resultierenden Unterauslastung der Produktionsfaktoren heraufbeschworen werde.

Zu fragen ist jedoch, ob die Bedeutung der Nachfrage nicht grundsätzlich unterschätzt bzw. auf *keynesianischer* Seite „verspätet“, nämlich erst auf der monetären Ebene, ins Spiel gebracht wird. Änderungen der Zusammensetzung der Nachfrage, so die nachfolgend vertretene These, können auch in einer neoklassisch gedachten Wirtschaft, in der das Geld nur den Tausch erleichtert, sich jedes Sparguthaben rasch in Kredit verwandelt und die Hortung des Geldes folglich ausgeschlossen ist⁴, die Wirtschaft wachsen oder schrumpfen lassen. Um dies zu zeigen, ist es nötig, sich einmal mehr mit den Interaktionen des Tauschens, des Kaufens und Verkaufens, auseinanderzusetzen.

2. Wachstum erzeugende Tauschprozesse

Eine wachsende Wirtschaft besteht aus wachsenden Einkommen. Um sie zu erzielen, reicht es nicht, Güter zu produzieren. Dazukommen muss der Absatz, denn in einer arbeitsteiligen Wirtschaft hat ein Produzent kaum selbst Verwendung für sein Produkt. Wie wertlos es ist, wenn es nicht einem anderen übereignet wird, zeigt sich beispielsweise bei einem behördlichen Veräußerungsverbot, wenn es auch zu einem reduzierten Preis nicht abzusetzen ist. Vom Sonderfall der Selbstversorgung abgesehen, erlangt ein Produkt deshalb erst Wert durch den Tausch, und dazu muss sich ein Abnehmer finden, der zu einer Gegenleistung fähig und bereit ist.

³ Zum Gehalt des Satzes gibt es freilich unterschiedliche Interpretationen. Insgesamt dazu: Kates (2003).

⁴ Aber bekanntlich beansprucht die neoklassische Theorie, auch das Problem einer Hortung, sofern es denn auftritt, in der langen Frist zu lösen.

Dass das nicht absetzbare Produkt kein Einkommen erzeugt, gilt im übrigen nicht nur für Produkte, die der Unternehmer eigenhändig herstellt, z.B. als Handwerker, sondern genauso für solche, zu deren Fertigung er Mitarbeiter beschäftigt und Löhne bezahlt. Er zahlt sie aus seinem Vermögen oder Kredit in der Erwartung, die Vermögensminderung durch den Verkaufserlös wenigstens wieder auszugleichen. Bleiben entsprechende Erlöse jedoch aus, steht dem positiven Einkommen der Mitarbeiter negatives Einkommen des Unternehmers gegenüber.

Ein überhaupt nicht absetzbares Produkt ist allerdings die Ausnahme. Meistens wird es zu einem reduzierten, ggf. zu einem „Schleuderpreis“ doch noch einen Abnehmer finden. Vielleicht wird der Preis die Herstellungskosten nicht decken und die Produktion unrentabel machen. Aber er mindert den Verlust des Unternehmers und lässt auf der Ebene der Gesamtwirtschaft zusätzliches Einkommen in Höhe dieses Schleuderpreises entstehen.

Es versteht sich von selbst, dass dieses Einkommen ausreicht, um das Produkt zu jenem Schleuderpreis auch zu erwerben. Damit erfüllt sich aber bereits der Kern des *Say'schen Theorems*, und zwar in seiner uneingeschränkten Form, nämlich auch für das nur unrentabel absetzbare Gut. Zugleich zeigt sich jedoch, dass das Theorem nichts darüber aussagt, ob die Produktion auch in Zukunft fortgesetzt werden wird. Wird sie als unrentabel beendet, stellt sich das Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage auf entsprechend reduziertem Niveau ein. Bemerkenswerterweise war *Say* selbst schwankend, ob sich *jede* Produktion ihre Nachfrage schaffe oder nur die kostendeckend absetzbare. Während er zunächst die uneingeschränkte Form vertrat, wandte er sich später der eingeschränkten zu (Krelle 1955: 2, Fn. 1). Diese Unsicherheit setzt sich bis in aktuelle Darstellungen fort, in denen von „realisierten“ (Felderer/Homburg 2005: 331) oder „rentablen“ (Hickel 2006: 22) Angeboten die Rede ist. Hier ist der Zirkelschluss jedoch perfekt.

Seine über den relativ trivialen Kern hinausgehende Brisanz erlangt das *Say'sche* Theorem erst durch den Zusatz, möglicherweise auftretende Divergenzen zwischen Angebot und Nachfrage würden durch den Preismechanismus „leicht“ gelöst. Was ist damit gemeint? Es kann hier nur um eine Lösung im Sinne einer Verlagerung von Produktion in andere Bereiche gehen, die das (durch das zusätzliche Angebot gesteigerte) Produktionsvolumen aufrechterhält, denn andernfalls ginge der durch das Angebot erreichte Zuwachs ja wieder verloren. Es wird sich jedoch zeigen, dass – abhängig von der Struktur der Nachfrage – entsprechende „Lösungen“ zwar möglich, aber keineswegs selbstverständlich sind.

3. Ergänzen oder verdrängen?

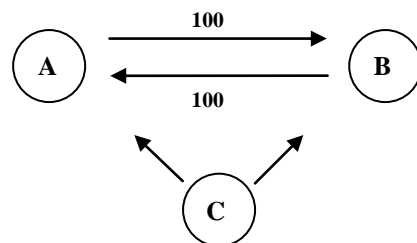
Ein wachsendes Handelsvolumen setzt ein wachsendes Angebot voraus. Aber nicht jeder Angebotszuwachs wird das Handelsvolumen dauerhaft steigern, denn nicht auskömmlich absetzbare Produkte werden bald wieder vom Markt verschwinden. Für das Wachstum der Gesamtwirtschaft geht es jedoch nicht nur darum, ob sich ein dazukommendes Angebot durchsetzt oder scheitert. Denn manches Angebot – sei es in Form eines neuartigen Produkts, sei es als größere Menge eines bereits eingeführten – ist erfolgreich, verdrängt aber andere Produkte vom Markt, während es in anderen Fällen zu den eingeführten hinzutritt, ohne deren Absatz zu schmälern. Es liegt damit nahe zu

fragen, welcher Prozess im Fall der Ergänzung abläuft und wie er sich vom Fall des Verdrängens unterscheidet.

Wie relevant die Frage ist, hat einmal mehr die Diskussion um die Abwrackprämie für Altfahrzeuge gezeigt, die die deutsche Bundesregierung zur Stützung der Konjunktur Ende 2008 beschlossen hatte. Wie in vielen ähnlichen Stellungnahmen wurde auch im Frühjahrsgutachten 2009 der Wirtschaftsforschungsinstitute gegen die Prämie eingewandt, die dadurch bewirkten Ausgaben der Verbraucher für Neuwagen gingen voraussichtlich zu Lasten anderer Konsumausgaben, weshalb das Programm seine Wirkung verfehlen dürfte (Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose 2009: 90). Dass der Markterfolg eines zusätzlichen Angebots jedoch nicht notwendig zu Lasten anderer Angebote geht, zeigt bereits ein einfaches Tauschbeispiel⁵:

A und B sind Produzenten und Konsumenten zweier Güter. Jeder stellt 100 Einheiten her und tauscht sie auskömmlich gegen 100 Einheiten des anderen Gutes. Das gesamte Handelsvolumen beläuft sich damit auf 200 Einheiten. Nun kommt C dazu und bietet seine Ware an.

Abbildung 1: Ein zusätzliches Angebot...



Die Pfeile bezeichnen das jeweilige Angebot.

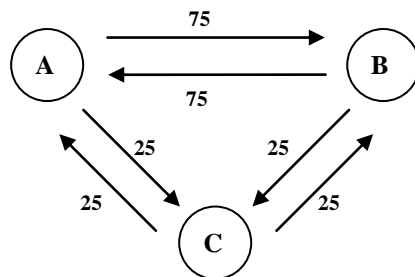
A ist interessiert. Zunächst ist jedoch zu klären, ob er seine Produktion ausweiten wird, um sich den Erwerb zu leisten, oder ob er ihn ermöglicht, indem er die Nachfrage gegenüber B reduziert. Wenn er in der Lage ist, die Produktion zu steigern, wird er das vielleicht vorziehen, weil er so das Angebot des C annehmen kann, ohne sich bei B einschränken zu müssen. Diese Option besteht allerdings nur im Tauschhandel. Hier beinhaltet ein Angebot notwendigerweise, die Ware des Tauschpartners als Gegenleistung zu akzeptieren. In der Geldwirtschaft ist es dagegen nahezu ausgeschlossen, durch den Erwerb einer Ware zugleich den Absatz des eigenen Produkts herbeizuführen. Und da am Ende dem üblichen, auf Geld gestützten Handel unser Interesse gilt, gehen wir davon aus, dass A die Nachfrage bei B einschränkt, um sich den Einkauf bei C zu leisten. Selbstverständlich bedeutet das nicht, dass Budgets nicht ausgeweitet werden könnten; allerdings nur durch einen Absatzerfolg, der durch den eigenen Konsum regelmäßig nicht gefördert werden kann.

Ebenso wie A soll auch B verfahren, indem er mit C tauscht und den Handel mit A dafür einschränkt. Zur Vereinfachung lassen wir A und B also im Gleichtakt handeln,

⁵ Nicht zuletzt weil die (neo)klassischen Theorien solche des Tauschens sind, erscheint es legitim, nachfolgend zunächst auf Tauschvorgänge abzustellen und damit den Vorteil größerer Transparenz zu nutzen. Um den Nutzen der Abwrackprämie im konkreten Fall soll es hier dagegen nicht gehen. Zur Abwrackprämie vgl. Läufer (2009).

um Spannungen zwischen ihren Tauschabsichten zu vermeiden. Auf die Behandlung von Divergenzen zwischen Angebot und Nachfrage gehen wir aber nachfolgend noch ein. Nehmen wir also an, A und B erwerben je 25 Einheiten von C im Tausch gegen ihr eigenes Produkt und verzichten dafür auf die entsprechenden Mengen des jeweils anderen Gutes. Es ergeben sich dann folgende Transaktionen:

Abbildung 2: ...findet Eingang in die Tauschbeziehungen



Das Handelsvolumen ist damit um 50 auf 250 Einheiten gewachsen, also komplett um die Menge, die C absetzt. Was A an Absatz gegenüber B einbüßt, gleicht er durch den Absatz an C aus. Entsprechendes gilt für B. Angebot und Nachfrage befinden sich im Gleichgewicht. Der Markt hat das Angebot des C aufgenommen, ohne dass andere Anbieter zurückstecken müssen.

Der Vorgang ist selbstverständlich auch in Gegenrichtung, von Abb. 2 zu Abb. 1 und damit als Schrumpfung möglich: A und B beenden den Handel mit C und tauschen entsprechend mehr miteinander. C bleibt auf seiner Ware sitzen und muss die Produktion einstellen. Das Handelsvolumen sinkt auf 200 Einheiten.

Es zeigt sich also: Eine Gruppe von Akteuren, hier A und B, es kann aber auch eine gesamte Volkswirtschaft sein, kann zusätzliche Angebote integrieren, ohne andere auszuschließen, und damit den Handel wachsen lassen. Umgekehrt kann sie bestimmte Angebote nicht mehr berücksichtigen, ohne dass andere Anbieter davon profitieren. Und sie kann beide Vorgänge miteinander kombinieren, das Angebot des C also ausschließen und stattdessen z.B. das Angebot eines D integrieren, womit das Handelsvolumen insgesamt konstant bleibt. Dies kann als Verdrängung eines Angebots durch ein anderes angesehen werden.

Auf der Ebene der einzelnen Akteure haben diese Vorgänge freilich jeweils geänderte Zusammensetzungen ihrer Budgets zur Folge. Im vorgestellten Wachstumsfall befinden sich z.B. im Budget des A nun weniger Waren des B, dafür jedoch zusätzlich die Waren des C. Aber die Verursachung geschieht natürlich umgekehrt: Nicht das Wachstum ändert die Zusammensetzung der Budgets, sondern die Änderungen der Budgets erzeugen Wachstum. Denn es sind ja gerade die Wünsche der Nachfrager, den Inhalt ihrer Budgets zu ändern, die die gezeigten aggregierten Effekte und somit das Wachsen oder Schrumpfen des Handelsvolumens bewirken. Das bedeutet aber auch: Ohne die Bereitschaft der Nachfrager, die Zusammensetzung ihrer Budgets zu ändern, ist keine Integration zusätzlicher Angebote und damit kein Wachstum möglich. Folglich kommt der Veränderungsbereitschaft der Nachfrager maßgebliche Bedeutung zu.

4. Divergenzen zwischen Angebot und Nachfrage

Beim Ausgleich von Angebot und Nachfrage entstehen Spannungen. In der Schrumpfungsvariante unseres Ausgangsfalls z.B. wollen A und B nicht länger mit C tauschen. Dagegen will C wahrscheinlich den Handel fortsetzen. Genauso ist eine umgekehrte Spannung möglich, wenn A und B mehr Einheiten mit C tauschen wollen, C jedoch sein Angebot nicht steigert und stattdessen lieber einen höheren Preis kassiert. Wer wird sich durchsetzen?

Wenn im letztgenannten Fall A und B um das knappe Angebot des C konkurrieren und deshalb die angebotene Gegenleistung erhöhen, C aber sein Angebot konstant hält, bedeutet das, dass sich das Austauschverhältnis für ihn verbessert, während es sich für A und B verschlechtert. Damit wird die Produktion für C rentabler, für A und B jedoch unrentabler. Letztere geraten dadurch unter Druck, ihre Angebotsmengen zu reduzieren und insbesondere Grenzproduktionen einzustellen, die nun nicht mehr rentabel sind. Für C dagegen herrscht unter Konkurrenzbedingungen ein umgekehrter Anpassungsdruck: Wenn er selbst die Menge nicht erhöht, werden sich andere Anbieter finden, die die Chance nutzen und die Lücke schließen; es werden Produktionsfaktoren zuwandern. Die alten Rentabilitätsverhältnisse, bei denen weitere Produktionsfaktoren weder zu- noch abwandern, stellen sich jedoch wieder ein, wenn entweder C seine Angebotsmenge erhöht oder A und B ihre Angebotsmengen reduzieren. Soweit eine Seite Anpassungen vornimmt, entfällt der Anpassungsdruck auf die Gegenseite. Grundsätzlich sind somit vielfältige neue Gleichgewichte möglich.

Auch wenn der Anpassungsdruck beiderseits wirkt, ist er in der Regel doch sehr ungleich verteilt. Wenn das Angebot des C in unserem Ausgangsfall die Nachfrage von A und B übertreffen sollte und er ungünstigere Tauschrelationen akzeptieren muss, um seine Produktion vollständig abzusetzen, betrifft dies für ihn alle mit seinem Produkt getätigten Geschäfte. Für seine Kunden A und B, die ihre Produkte nicht nur gegen seine, sondern auch gegen (viele) andere Güter ihres geschäftlichen und persönlichen Bedarfs tauschen, verbessert sich hingegen nur eine einzelne Tauschrelation. Während sich die Rentabilität der Produktion des C also deutlich ändert, ändern sich die Rentabilitäten bei seinen Partnern regelmäßig nur geringfügig, in der Realität kaum wahrnehmbar. Es ist also möglich und der Regelfall, dass die relativen Preise für bestimmte Güter steigen, ohne dass die Preise an anderer Stelle *wahrnehmbar* zurückgehen und umgekehrt, dass die relativen Preise einzelner Güter sinken, ohne dass andere *wahrnehmbar* steigen. Sofern in unserem Fall bei C eine Mengenanpassung möglich ist, wird er deshalb reagieren, um wieder ein Gleichgewicht herzustellen. Sollte er es aber, aus welchen Gründen auch immer, unterlassen, können seine Partner die sie betreffenden minimalen Rentabilitätsänderungen problemlos aushalten.

Im vorigen Abschnitt haben wir nur die Aufnahme bereits präsen- ter Angebote in den Markt verfolgt. Nachdem wir nun betrachtet haben, wie Divergenzen zwischen Angebot und Nachfrage aufgelöst werden, können wir weitergehen: Eine gewandelte Nachfrage kann nicht nur Angebote in den Markt integrieren, sondern, über steigende Preise, auch eine Erhöhung von Angebotsmengen veranlassen, ohne dass es an anderer Stelle zu Reduktionen kommt. Und natürlich gilt dies auch umgekehrt, wenn wegen geänderter Nachfrage fallende Preise zu Produktionskürzungen führen, denen kein Aufwuchs an anderer Stelle gegenübersteht.

5. Individuelle und aggregierte Budgets

Betrachten wir nun den Markteintritt eines neuen Produkts an einem größeren, dem täglichen Leben nahen Beispiel, um noch besser zu verstehen, wie sich Veränderungen der individuellen Budgets auf das aggregierte Budget – und damit das Wirtschaftswachstum – auswirken. Dabei bekommen wir es freilich mit einem komplexen System zu tun, d.h. einem System, das aus einer Vielzahl von Elementen besteht, die auf nicht simple Art interagieren und in dem die Kenntnis der Einzelwerte und der Regeln nicht unmittelbar zur Kenntnis des Gesamtwertes führen muss⁶:

Gegenwärtig kommen elektronische Bücher – E-Books – auf den Markt. Vielleicht werden sie die gedruckten Bücher (teilweise) verdrängen. Vielleicht werden sie aber auch neben sie treten, ohne deren Absatz oder den Absatz anderer Waren zu schmälern. Dass dies möglich ist, haben wir bereits gesehen. Die Wachstumsvariante realisieren die Akteure, indem sie die E-Books in ihre Budgets aufnehmen und, um noch für einen Moment in der Tauschwelt zu bleiben, trotzdem einen kompletten Austausch zwischen allen anderen bisher gehandelten Angeboten – Brötchen, Kühlschränken, Dienstleistungen und was die Volkswirtschaft sonst noch bietet – herstellen, sodass jedes dieser Angebote weiterhin einen Tauschpartner findet. Es bildet sich damit ein Matching unter Einschluss des neuen Angebots. Entsprechend wächst die Wirtschaft um den Betrag des integrierten Angebots. Wenn die Akteure so handeln, ergibt sich jedoch eine bestimmte Struktur ihrer Budgets. Wenn man einmal annähme, alle Budgets entsprächen in ihrer Zusammensetzung dem statistischen Mittel, würde das bedeuten, dass sich nun in jedem Einzelbudget E-Books befänden, von allen anderen Gütern dagegen einige Einheiten weniger. Dass die Wirtschaft gleichwohl gewachsen ist, liegt an der gestiegenen Anzahl der Budgets, zu denen nun auch die Budgets der erfolgreichen E-Book-Anbieter gehören.

Möglicherweise stellt diese Budgetgestaltung die Akteure jedoch nicht zufrieden. Zwar erfreuen sie sich nun an ihren E-Books, verzeichnen aber Einsparungen bei vielen anderen Gütern, bei denen sie vielleicht gar nicht sparen wollen. Um diese flächendeckenden Einsparungen zu vermeiden, könnten sie gezielt einsparen, z.B. bei Restaurantbesuchen. Damit würden sie ein Matching unter Ausschluss der Restaurantleistungen herstellen, und jene Leistungen blieben ohne Möglichkeit zum Tausch. Dann würde die Wirtschaft zwar um den E-Book-Umsatz wachsen, aber um den Restaurantumsatz schrumpfen und in der Summe konstant bleiben.

Die Aufnahme eines zusätzlichen Angebots in den Handel bewirkt, dass dafür Tauschgüter geboten werden, die als Gegenleistung für andere Tauschaktionen nicht mehr zur Verfügung stehen. Die vom individuellen Sparen betroffenen Angebote finden im Fall des Matchings jedoch eine anderweitige Tauschbeziehung. Das Matching bedeutet, dass diejenigen, deren Nachfrage zunächst ausfällt, durch eine andere Nachfrage entschädigt werden. Insbesondere wenn die Gruppe der Einspargüter heterogen zusammengesetzt ist und sich in ihr „von allem etwas findet“, wird es zu vielfältigen Tauschbeziehungen der zunächst benachteiligten Akteure kommen.

Dies ist ebenso in einer auf Geld basierenden Wirtschaft möglich. Hier kommt aber noch eine Möglichkeit der Entschädigung der von Einsparentscheidungen Betroffenen hinzu: In vielen Fällen wird die Entschädigung so erfolgen, dass die von der Nachfrage-

⁶ In Anlehnung an Simon (1962: 468).

verlagerung begünstigten Akteure ihre hinzugewonnenen Einnahmen verwenden, um jene Produkte zu kaufen, auf die die sparenden Akteure verzichtet haben. Wenn die Käufer der E-Books also auf Brot und Butter verzichten und die Verkäufer der E-Books ihre Einnahmen dafür verwenden, Brot und Butter zu kaufen, ist das Matching hergestellt. Nicht zuletzt kann eine Entschädigung aber auch über Kreuz erfolgen und wird in der realen, weit verzweigten Wirtschaft zumeist auf diese Art geschehen: Die Gewinner einer Nachfrageänderung, also z.B. die E-Book-Verkäufer, entschädigen die Verlierer einer anderen Veränderung und die Gewinner jener anderen Änderung, beispielsweise die Verkäufer vermehrt nachgefragter Genussmittel, wieder andere Verlierer. Eine Wirtschaft mit ständigen vielfältigen Änderungen wird durch diese über Kreuz erfolgenden Kompensationen geprägt.

Wo kein komplettes Matching zustande kommt, treten die bereits erörterten Spannungen zwischen Angebot und Nachfrage auf. Der Preismechanismus wird dann bewirken, dass überschießende Mengen reduziert und knappe Angebote ausgeweitet werden. Aber solche Korrekturen wiegen sich keineswegs stets gegenseitig auf. Wie gezeigt ist es vielmehr möglich, dass Angebote an einer Stelle reduziert werden müssen, ohne dass andere rentabel ausgeweitet werden können, und umgekehrt.

Die Integration eines Angebots kann auch die Integration weiterer Angebote nach sich ziehen. Wachstum kann damit weiteres Wachstum nähren. So dürften sich die E-Book-Käufer nach dem Kauf entschließen, weitere Angebote in ihre Budgets aufzunehmen, nämlich den für die Geräte geeigneten Lesestoff. Mit einer Formulierung von *Knottenbauer* (2000: 189): Güter formen Güternachfragesysteme. Möglich ist es aber auch, dass es die erfolgreichen E-Book-Verkäufer sind, die als Nachfrager zusätzliche Angebote in das aggregierte Budget integrieren, wenn sie erweiterte Bedürfnisse, etwa nach Luxusgütern, ins Spiel bringen.

Umgekehrt ist eine Schrumpfung des Marktes möglich, wenn die Akteure ein Matching unter Ausschluss eines Angebots herstellen und auch kein anderes Angebot dafür einbeziehen, also z.B. auf Bücher oder Restaurantbesuche verzichten und ein Matching ausschließlich unter den verbleibenden Produkten herstellen.

Wachstum bedeutet damit vermehrte Nachfrage nach bestimmten Angeboten, die durch steigende Produktion befriedigt wird, finanziert durch Einsparungen, aus denen sich ein komplettes neues Matching oder aber zumindest ein Matching mit sich aufwiegenden positiven und negativen Produktionsanpassungen ergibt. Wann aber steht ein solches Matching zu erwarten? Sicher wäre es reizvoll, für solche Muster eine komplette Beschreibung zu entwickeln. Vorliegend kann jedoch nicht mehr als eine Faustformel geleistet werden. Sie kann davon ausgehen, dass Marktteilnehmer, die (Mehr-) Einnahmen erzielen, diese in der Regel für eine breite Angebotspalette ausgeben und ihre Nachfrage breit streuen werden. Umso mehr wird dies gelten, wenn man nicht nur einen einzelnen Akteur betrachtet, sondern Gruppen von begünstigten Akteuren. Es führt dann eine ebenfalls diffuse Verteilung der Einsparungen zu einer hohen Wahrscheinlichkeit eines weitgehenden Matchings mit allenfalls beschränkten und relativ gleichgewichtigen Neujustierungen von Angebot und Nachfrage. Eine von den Akteuren fokussiert vorgenommene Einsparung dagegen bewirkt, dass eine Kompensation für das fokussiert eingesparte Angebot unterbleibt und der dadurch zu verzeichnende Verlust an Absatz den Zugewinn an anderer Stelle mindert oder aufzehrt. Als Faustformel des Wachstums

kann daher gelten: Steigerung der Nachfrage nach bestimmten, mengenmäßig reagierenden Produkten, finanziert durch vielfältige, diffus verteilte Einsparungen.

6. Die gängige Wachstumsvorstellung reicht nicht

Die verbreitete, bis auf *Adam Smith* zurückgehende Vorstellung des Wachstumsprozesses ist im Vergleich hierzu weniger komplex. Sie läuft darauf hinaus, dass durch technische oder organisatorische Verbesserungen die Produktivität steigt, die Preise der effizienter produzierten Güter fallen und die Konsumenten daher mehr Güter kaufen können. Sie liegt auch der sog. Kompensationstheorie zugrunde, nach der rationalisierungsbedingte Arbeitsplatzverluste durch eine erhöhte Nachfrage ausgeglichen werden, die sich aus der durch Preissenkungen gestiegenen Kaufkraft speist (z.B. van Suntum 2005: 133f.). Die Vorstellung wird den untersuchten Zusammenhängen jedoch allenfalls teilweise gerecht. Denn sie löst allein den Fall, dass der gesunkene Stückpreis eines Gutes von den Nachfragern dazu genutzt wird, entsprechend mehr von gerade diesem Gut zu kaufen. In diesem Fall ist der Weg des erhöhten Angebots in die Budgets der Verbraucher unproblematisch. Was aber passiert, wenn sich trotz eines gesunkenen Preises keine entsprechend größere Menge dieses Gutes absetzen lässt? Um es der Anschaulichkeit halber noch einmal für den Tausch darzustellen: Die Käufer müssen nun weniger Tauschgut für den Erwerb des verbilligten Produkts aufwenden. Wenn sie die freigewordenen Tauschgüter jetzt aber nur gegeneinander tauschen, entsteht kein Wachstum; die Menge des verbilligten Gutes bleibt konstant und ebenso die Menge der übrigen Güter. Wachstum entsteht nur, wenn die freigewordenen Tauschgüter gegen andere, zusätzliche Angebote getauscht werden, die so einen auskömmlichen Weg in den Markt finden. Oder anders ausgedrückt: Die freigewordene Kaufkraft muss für den Kauf zusätzlich produzierter Güter eingesetzt werden. Entscheidend ist, ob ein Angebot zusätzlich in das Geflecht der Austauschbeziehungen eingewoben wird. Die Erklärung des Wachstumsprozesses über sinkende relative Preise ist damit zumindest unvollständig. Und außerdem kann sie den Blick dafür verstellen, dass Wachstum auch ohne eine Verminderung von relativen Preisen möglich ist.

7. Wie veränderungsbereit sind die Nachfrager?

Wie sich gezeigt hat, erfordert Wachstum die Bereitschaft der Nachfrager, von Periode zu Periode die Zusammensetzung ihrer Budgets zu ändern. Ohne eine Änderung der (aggregierten) Budgetkomposition der Nachfrager ist Wachstum nicht möglich. Dementsprechend ist es ein Charakteristikum des *Schumpeter'schen* Pionier-Unternehmers, die Konsumenten zu einer Veränderung ihrer Präferenzen zu bewegen (Schumpeter 1911: Kap. 2 II). Werden von den Konsumenten aber nur wenige Änderungen zugelassen (oder nur zu nicht auskömmlichen Preisen), hat die Einführung neuer oder die Ausdehnung des Angebots eingeführter Produkte wenig Aussicht auf Erfolg. Und erst recht gehen von den Konsumenten dann keine Nachfragesignale aus, denen Produzenten nur zu folgen brauchen. Ob zusätzliche Angebote akzeptiert werden, entscheiden die Konsumenten durch einen Vergleich mit der bisherigen Zusammensetzung ihrer Budgets. Da die Budgets bereits ein bestimmtes Maß an Optimierung erreicht haben, hängen Änderungen davon ab, dass die Konsumenten solche als Verbesserung betrachten. Die

bestehenden Budgets der Nachfrager sind damit das Nadelöhr, durch das alle (zusätzlichen) Angebote hindurch müssen.

Wie leicht oder wie zäh zusätzliche Angebote in bestehende Budgets aufgenommen werden, hängt von den ökonomischen, technologischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ab. Der Erfolg ist kalkulierbarer und gelingt leichter, wenn die Optimierungsmöglichkeiten jener Budgets nicht allzu schwer erkennbar sind. Hier ist ein technischer Fortschritt hilfreich, der attraktive neue Produkte hervorbringt. Idealerweise erkennen die Verbraucher den Nutzen rasch, und deutliche Nachfragetrends liefern den Anbietern eine Grundlage für ihre Produktionsentscheidungen. Neue Moden können ähnliches bewirken. Vergleichbare Wirkungen entfalten aber auch staatliche Vorschriften, die zusätzliche oder geänderte Einrichtungen erfordern, beispielsweise zum Umweltschutz und Energiesparen.

Die Wirtschaftsgeschichte zeigt, dass gesellschaftliche Veränderungen, die zu gewandelten Bedürfnissen führen, bei der Integration neuer Angebote in die Märkte eine bedeutende Rolle spielen; als Beispiele zu nennen sind die Verstärkung im Zuge der Industrialisierung mit den entsprechenden neuen Bedürfnissen (König 2000: 91) ebenso wie auch Nachhol- und Wiederaufbausituationen, die durch vorangegangene Krisen und Katastrophen, insbesondere Kriege⁷, ausgelöst wurden. Für die Produzenten ist es dann leichter einzuschätzen, was die Konsumenten als Optimierung akzeptieren werden, als in eher statischen Lagen. Wenn in solchen Phasen die Bedingungen auch auf der Angebotsseite günstig sind, steht rasches Wachstum zu erwarten.

Das Nadelöhr begrenzter Budgets wird schließlich auch vielfach über den Export überwunden, wenn die Optimierung ausländischer Budgets gelingt und die Gegenleistung das Einkommen der inländischen Anbieter steigert. Neben der potentiellen Wohlstandsmehrung durch die grenzüberschreitende *ricardianische* Arbeitsteilung wirkt der internationale Handel auch auf diese Weise wohlfahrtssteigernd.

Einleitend war von der Sorge einer allgemeinen Sättigung der Märkte die Rede, die es schon zu *Say's* Zeiten gab und die bis heute immer wieder anzutreffen ist. Nach der neoklassischen Theorie scheint sie nur einem Phantom zu gelten, gefürchtet allein aus der begrenzten Perspektive einzelner Anbieter oder Branchen. Nach den hier dargestellten Überlegungen kann man aber annehmen, dass letztlich anderes und mehr dahinter steckt: Nämlich die Sorge vor einer zu manchen Zeiten besonders schwierigen Suche nach Optimierungsmöglichkeiten der bestehenden Budgets, mit hemmenden Wirkungen für die Auslastung der Produktionsfaktoren.

Dass Wachstum die Integration zusätzlicher Angebote in die Budgets der Nachfrager voraussetzt, muss auch aus Sicht der Neoklassik im Grunde als Selbstverständlichkeit betrachtet werden; nur erscheint ihr die Integration als so selbstverständlich, dass sie jenem Prozess keine weitere Beachtung schenkt. Sie blendet damit nicht zuletzt aber auch mögliche Rückwirkungen „verstopfter“, von wenig veränderungsbereiten Nachfragern geprägter Märkte auf die Entwicklung des Angebots an Produktionsfaktoren aus.⁸

⁷ Zu Kriegen und Wirtschaftszyklen: Goldstein (1988).

⁸ Siehe dazu León-Ledesma/Thirlwall (2002: 452), Setterfield (2003: 25), Mallik (2003: 674), Cornwall (1970: 48f.).

8. Förderung des Wachstums

Wenn die Wirtschaftsentwicklung von Strukturveränderungen der Nachfrage abhängt, folgt daraus, dass die Nachfrager das Wachstum beeinflussen. Das wirft die Frage auf, ob sie die Wirtschaftsentwicklung auch *gezielt* beeinflussen können. Für einen einzelnen Nachfrager von begrenztem Gewicht ist der Gedanke allerdings nur theoretischer Natur. Anders sieht es für den Staat aus, der ökonomisches Wachstum anstrebt, unbeschadet davon, ob er mehr an der Angebots- oder der Nachfrageseite ansetzt. In Deutschland verpflichtet ihn § 1 des Gesetzes zur Förderung der Stabilität und des Wachstums der Wirtschaft ausdrücklich auf das Ziel eines stetigen und angemessenen Wirtschaftswachstums. Besonders in Krisenzeiten wird die Frage nach seinen Einflussmöglichkeiten nachdrücklich gestellt. Auf die Nachfrageseite wirkt er sowohl durch die Art und Höhe seiner Ausgaben als auch durch Vorschriften, die die Ausgaben seiner Bürger beeinflussen. Er kann zusätzliche Projekte, beispielsweise im Bereich der Infrastruktur, durch Umschichtungen in seinem Budget realisieren; dabei sind diffus wirkende Einsparungen budgetintern durchaus möglich. Er kann Ausgaben aber auch durch Steuererhöhungen finanzieren und darauf setzen, dass die Steuerpflichtigen die zur Bezahlung nötigen Einsparungen breit gestreut vornehmen werden. Diese Erwartung ist bei einer Erhöhung der Mehrwertsteuer sicher begründeter als bei der Erhöhung einer speziellen Steuer wie z.B. der Tabaksteuer. Aber auch bei letzterer werden viele Raucher weiter rauchen und – zumindest als Gruppe – diffus einsparen. Diese auf einer Änderung der Nachfragestruktur beruhenden Wirkungen sind zu unterscheiden von den *keynesianischen*, die durch kreditfinanzierte Programme angestoßen werden sollen, auch wenn bei kreditfinanzierten Programmen Überlagerungen beider Effekte möglich und wahrscheinlich sind.

Soweit der Staat bei zusätzlichen steuerfinanzierten Ausgaben die genannten Wachstumsbedingungen einhält und damit unterbeschäftigte Produktionsfaktoren aktiviert, gehen den Privaten Konsummöglichkeiten per Saldo nicht verloren. Ggf. tritt für sie der Konsum der auf staatliche Veranlassung produzierten Güter zum bestehenden Konsum hinzu.⁹ Allerdings werden die durch eine solche Politik belasteten und begünstigten Bürger nicht unbedingt identisch sein, sodass auf der Angebotsseite unter Umständen demotivierende Effekte entstehen können.

Es kann an dieser Stelle nicht erörtert werden, wann und in welchem Umfang der Staat darauf hinwirken sollte, das Nadelöhr der Verbraucherbudgets zu erweitern. Vorteilen einer stärkeren Auslastung der Produktionsfaktoren und damit geringerer Arbeitslosigkeit stehen mögliche Nachteile gegenüber, namentlich, dass die Selektionsfunktion des Nadelöhrs ggf. gelockert wird, in das aggregierte Budget also Angebote einbezogen werden, die nach den Präferenzen der Bürger ihren Weg vielleicht nicht dorthin gefunden hätten und die besseren Verwendungen der Produktionsfaktoren die Ressourcen streitig machen könnten. Die Kenntnis der makroökonomischen Effekte des Zusammenspiels von Angebot und Nachfrage hat jedoch auch für einen zurückhaltend agierenden Staat Bedeutung. Denn jede seiner Handlungen – seien es neue Ausgaben, sei es der Rückzug von solchen – kann die Wirtschaft wachsen oder schrumpfen lassen.

⁹ Auf anderen Wegen zum selben Ergebnis gelangt das im Gefolge der *keynesianischen* Theorie entwickelte *Haavelmo*-Theorem.

9. Ansätze im Schrifttum

Wer die Bedeutung der Nachfrage für das Wachstum erkunden will, *keynesianische* Ansätze aber ausklammert, wagt sich in wenig vermessenem Terrain. Nur ganz vereinzelt wird gefragt, ob die Nachfrage auch in der Neoklassik eine Rolle spielen könnte (Rebeggiani: 2005). Bereits vor fast 50 Jahren hat Redl (1963/1964) „Die Zusammenhänge zwischen Veränderungen der Nachfragestruktur und dem wirtschaftlichen Wachstum“ als Prozess gegenseitiger Beeinflussung beschrieben, der die Aufnahme immer wieder neuer Güter in das Verbrauchsschema der Nachfrager voraussetzt. Unter denen, die in neuerer Zeit die Bedeutung des strukturellen Wandels für das Wachstum untersuchen, betonen einige die Wirkungen von Änderungen der Nachfrage besonders. So haben Nell (2002) und Argyrous (2002) versucht, „economic growth through changes in the composition of demand“¹⁰ anhand wirtschaftsgeschichtlich beobachteter Entwicklungen nachzuweisen. Sie zeigen historisch-deskriptiv die nachfrageverändernden Wirkungen gesellschaftlicher Umbrüche und die damit einhergehenden Wachstumsimpulse. In der Literatur werden solche Ansätze unter dem Begriff „Demand-led Growth“ zusammengefasst (Setterfield 2003). Allerdings fehlt ein Modell, das die Prozesse – „the mechanisms through which demand and supply interact“ (Marinelli 2007: 14) – im Einzelnen schlüssig abbildet. Untersuchungen, die sich mit dem Zusammenspiel von Angebots- und Nachfragestrukturen auseinandersetzen (z.B. Pasinetti 1981; Überblick bei Marinelli 2007), basieren zumeist auf *keynesianischen* Annahmen.

10. Fazit: Das Nachfragemuster des Wachstums

Die Bedeutung der Nachfrage für die Wirtschaftsentwicklung konnte hier nur eingegrenzt betrachtet werden. Ausgeblendet werden mussten u.a. die Auswirkungen der Nachfrage auf bestimmte, mehr oder weniger produktivitätssteigernde Entwicklungspfade ebenso wie sektoral differenzierende Betrachtungsweisen. Bewusst erfolgte eine Beschränkung auf die neoklassische Modellwelt, ohne andere Ansätze damit zurückzuweisen.

Veränderungen der Nachfragestruktur können die Wirtschaft wachsen oder schrumpfen lassen. Jedes zusätzliche Angebot muss durch das Nadelöhr der bestehenden Budgets. Ohne eine Änderung der Präferenzen der zahlungskräftigen Nachfrager ist Wachstum nicht möglich. Die Veränderungsbereitschaft oder -resistenz der Nachfrager bietet sich damit als *ein* erklärendes Element für die Entwicklung von Volkswirtschaften an, die ihr Produktionspotential nicht ausschöpfen. Das Verhalten der Nachfrager beeinflusst die Wirtschaftsentwicklung in nachvollziehbarer und grundsätzlich prognostizierbarer Weise. Steigerungen der Nachfrage, die durch diffuse und damit am Ende kompensierte Einsparungen finanziert werden, erzeugen Wachstum. Umgekehrt bewirken fokussierte Einsparungen, die zu diffus verteilten Ausgaben des Ersparnen führen, eine Minderung des Handelsvolumens. Um einzuschätzen, ob Änderungen der staatlichen bzw. staatlich beeinflussten Nachfrage, ob technische Innovationen, gesellschaftliche Veränderungen oder auch Lohnänderungen Wachstum fördern, ist zu fragen, ob per Saldo die Integration zusätzlicher Angebote in die Budgets gefördert wird. Entscheidungen des Staates, ob als Fiskus oder als Normsetzer, können die Struktur der Nachfrage und somit die Wirtschaftsentwicklung beeinflussen, strategisch oder auch absichtslos.

¹⁰ So eine Zwischenüberschrift bei Argyrous (2002).

Literaturverzeichnis

- Argyrous, G. (2002): Endogenous Demand in the Theory of Transformational Growth, in: Setterfield, M. (Hrsg.): The Economics of Demand-led Growth, Cheltenham: Edward Elgar, S. 237-250.
- Cornwall, J. (1970): The Role of Demand and Investment in Long-term Growth, in: Quarterly Journal of Economics, Bd. 84 (1), S. 48-69.
- Felderer, B.; Homburg, S. (2005): Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin.
- Goldstein, J.S. (1988): Long Cycles: Prosperity and War in the Modern Age, New Haven: Yale University Press.
- Hickel, R. (2006): Kassensturz – Sieben Gründe für eine andere Wirtschaftspolitik, Reinbek.
- Kates, S. (2003): Two Hundred Years of Say's Law: Essays on Economic Theory's Most Controversial Principle, Cheltenham: Edward Elgar.
- Knottenbauer, K. (2000): Sorting von Sektoren – eine evolutiv-systemische Erklärung des sektoralen Strukturwandels, in: Walter, H. (Hrsg.): Wachstum, Strukturwandel und Wettbewerb, Stuttgart, S. 175-198.
- König, W. (2000): Geschichte der Konsumgesellschaft, Stuttgart.
- Krelle, W. (1955): Das Say'sche Theorem in der Nationalökonomie, Dissertation, Freiburg.
- Läufer, N. (2009): Mikro- und makroökonomische Effekte der Abwrackprämie, in: Wirtschaftsdienst, Bd. 89 (6), S. 410-418.
- León-Ledesma, M.A.; Thirlwall, A.P. (2002): The Endogeneity of the Natural Rate of Growth, in: Cambridge Journal of Economics, Bd. 26 (4), S. 441-459.
- Mallick, S.K. (2003): The Economics of Demand-led Growth: Challenging the Supply-side Vision of the Long Run, in: Economic Journal, Bd. 113 (491), S. F674-F676.
- Marinelli, E. (2007): Linking Demand and Supply: Analytical and Theoretical Links Between Growth, Structural Change and Technological Dynamics, DIME Working Paper 2007.20, <http://www.dime-eu.org/files/active/0/d332.pdf>
- Nell, E. (2002): Notes on the Transformational Growth of Demand, in: Setterfield, M. (Hrsg.): The Economics of Demand-led Growth, Cheltenham: Edward Elgar, S. 251-272.
- Pasinetti, L.L. (1981): Structural Change and Economic Growths, Cambridge: Cambridge University Press.
- Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose (2009): Im Sog der Weltrezession – Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2009, München.
- Rebeggiani, L. (2005): Personelle Einkommensverteilung und Wachstum in der neoklassischen Theorie – Spielt die Nachfrage eine Rolle?, in: Hein, E.; Heise, A.; Truger, A. (Hrsg.): Löhne, Beschäftigung, Verteilung und Wachstum, Marburg, S. 287-308.

- Redl, F. (1963): Die Zusammenhänge zwischen Veränderungen der Nachfragestruktur und dem wirtschaftlichen Wachstum, Teil 1, in: Zeitschrift für Nationalökonomie (Journal of Economics), Band XXIII, S. 330-367.
- Redl, F. (1964): Die Zusammenhänge zwischen Veränderungen der Nachfragestruktur und dem wirtschaftlichen Wachstum, Teil 2, in: Zeitschrift für Nationalökonomie (Journal of Economics), Band XXIV, S. 61-89.
- Say, J.B. (1803): *Traité d'Economie Politique*; in deutscher Übersetzung 1999, Dillenburg.
- Schumpeter, J. (1911): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*, Duncker & Humblot, 1997/9. Auflage, Berlin.
- Setterfield, M. (2003): Supply and Demand in the Theory of Long-run Growth: Introduction to a Symposium on Demand-led Growth, in: *Review of Political Economy*, Bd. 15 (1), S. 23-32.
- Simon, H.A. (1962): The Architecture of Complexity, in: *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 106 (6), S. 467-482.
- van Suntum, U. (2005): *Die unsichtbare Hand*, 3. Aufl., Berlin.