

Das Corona-Paradox I: Mangel und Verfügbarkeit (von Klopapier und anderen Dingen)

Veröffentlicht: April 4 2020



Prof. Dr. Robert Obermaier

Universitätsprofessor bei Universität Passau

Noch bevor soziale Isolation als Mittel der Wahl zur Verlangsamung der Ausbreitung des Coronavirus von vielen Staaten deren Bürger zwangsweise verordnet wurde, um Menschen dazu zu bringen, das für alle Vernünftige zu tun, begannen Bürger damit, ihre Erwartungen anzupassen und massenweise Desinfektionsmittel oder Klopapier zu kaufen, um ihre privaten Lagerbestände zu füllen. Es dauerte nicht lange, bis der erhobene Zeigefinger der empörten Öffentlichkeit die vielen „Hamsterkäufe“ als unsolidarisch geißelte. Was ist mit der Brille des Ökonomen dazu zu sagen?

Wer in Erwartung möglicher Ausgangssperren damit rechnet, sein Behausung auf längere Zeit nicht mehr verlassen zu können oder aufgrund einer Coronainfektion nicht mehr verlassen zu dürfen, wird gut daran tun, seine Bestände z.B. an, wir greifen auf das am häufigsten genannte Gut der Krise zurück, Toilettenpapier zu erhöhen. Wer bisher vielleicht im Durchschnitt drei bis vier Rollen zu Hause hatte und üblicherweise erst beim Anbruch der letzten Rolle neues Toilettenpapier kaufte, würde bei 14-tägiger Zwangsquarantäne in Schwierigkeiten geraten. Wäre es dann nicht naheliegend, vorsorglich einen „eisernen“ Bestand vom vielleicht Vierfachen der üblichen Menge zu bevorraten, um für den Fall der Fälle vierzehn Tage zu überbrücken? Zweifellos zeigt sich das Individuum als homo oeconomicus, das sich der Knappheit gegenüber versucht rational zu verhalten, wenn es sich mit einem eisernen Bestand an Klopapierrollen eindeckt. Aber was, wenn diese Überlegung nun plötzlich sehr viele Bürger hätten und entsprechend einkauften?

Man konnte es beobachten: die Supermarktregale waren schlagartig leer – und bleiben es auch auf absehbare Zeit. Paradox an dieser Situation ist, daß im Grunde kein Mangel an Klopapier vorliegt: auf der Angebotsseite sind die Produktionsmengen unverändert; auch auf der Kundenseite dürfte der Verbrauch konstant geblieben sein. Allerdings ist die Nachfrage nach Toilettenpapier schlagartig gestiegen, währenddessen die Mengenplanungen und Beschaffungsroutinen zunächst wie gewohnt weiterlaufen, wodurch sich die Regale leeren und auf kurze Frist auch nicht mehr füllen. Erhöhte Nachfrage bewirkt nun ein Aufschaukeln der Bestellungen in Richtung der Produzenten, die ihre Produktionskapazitäten aber nicht kurzfristig entsprechend erhöhen können; gleiches gilt für die Liefer- und Lagerkapazitäten der Logistikdienstleister und Zwischenhändler. Dieser Effekt ist in der Logistik unter dem Begriff des Bullwhip-Effekts seit langem bekannt, wonach sich selbst bei Produkten mit nahezu konstantem Verbrauch entsprechendes Aufschaukeln von Bestellungen mit der

Konsequenz von Fehlmengen ergeben kann. Dabei verstärken leere Regale den Eindruck des Mangels und führen zu übermäßiger Erhöhung von Bestellmengen bei Kunden, Händlern und Lieferanten mit entsprechender Verstärkung des Bullwhip-Effekts in Richtung der produzierenden Unternehmen und dann wiederum nötigen Rationierungen in Richtung der Kunden, was ein erneutes, noch stärkeres Aufschaukeln nach sich ziehen kann und die Versorgung weiter erschwert. Zwar kann eine Mäßigung der Bestellungen mittelfristig zu einer Beruhigung der Nachfrageimpulse beitragen. Allerdings sind unabhängig voneinander agierende Akteure in einer Lieferkette kurzfristig nur schwer zu koordinieren, da die Lieferzyklen von Großhandel und Hersteller nicht ohne weiteres beschleunigt werden können und auch die Nachfrageprognosen durch das Aufschaukeln der Bestellungen erheblich erschwert sind. Da aber in der Tat kein wirklicher Mangel vorliegt, hilft es ruhig zu bleiben, abzuwarten und die Lagerbestände an Klopapier nicht noch weiter zu erhöhen.

Passau, 30. März 2020

Prof. Dr. Robert Obermaier