



Joel Waldfogel

**Warum Sie diesmal wirklich keine
Weihnachtsgeschenke kaufen
sollten**

192 Seiten
sofort lieferbar
erschieden im August 2011

Übersetzt von Ulrike Becker
ISBN 978-3-88897-737-4

Joel Waldfogel **Warum Sie diesmal wirklich keine Weihnachtsgeschenke kaufen sollten**

**Ein Buch, das unter jeden
Weihnachtsbaum gehört!**

Weihnachten ist das Fest des Schenkens. Jedes Jahr zu Weihnachten werden weltweit Milliarden für Geschenke ausgegeben. Und jeder kennt das Gefühl, ein Geschenk zu bekommen – oder verschenkt zu haben –, das gar keine Freude macht. Stopp, ruft deshalb der renommierte Ökonomieprofessor Joel Waldfogel, hört endlich mit dieser irren Verschwendung auf!

Weihnachten ist das Fest des Schenkens. Jedes Jahr zu Weihnachten werden weltweit Milliarden für Geschenke ausgegeben. Und jeder kennt das Gefühl, ein Geschenk zu bekommen – oder verschenkt zu haben –, das gar keine Freude macht. Stopp, ruft deshalb der renommierte Ökonomieprofessor Joel Waldfogel, hört endlich mit dieser irren Verschwendung auf!

Volkswirtschaftler postulieren schon seit langem, dass jeder Euro, den man für sich selbst ausgibt, auch mindestens einen Euro Wert schafft. Bei den Beträgen, die für Geschenke ausgegeben werden, ist das leider anders: In mehreren Studien hat Waldfogel gezeigt, dass die meisten Beschenkten für ein Geschenk, das 100 Euro kostet, lediglich zwischen 70 bis 90 Euro ausgeben würden. Die Differenz: ein volkswirtschaftlicher Verlust, oder – wie die Ökonomen es nennen – ein Deadweight Loss. Weihnachten mag zwar vordergründig die Wirtschaft ankurbeln, ist aber insgesamt eine globale Orgie der Wertvernichtung. Dies zeigt

Waldvogel in seinem inspirierenden, witzigen Büchlein, und er liefert jede Menge fundierter Argumente, sich daran nicht länger zu beteiligen. Selbstverständlich gibt Professor Waldvogel auch Anregungen für sinnvolle und wertstiftende Weihnachtsgeschenke, die immer Freude machen.

Autorenporträt

Joel Waldfogel

Joel Waldfogel unterrichtete nach Jahren in Yale seit 1997 an der renommierten Wharton School der Universität Pennsylvania. 2010 wurde er als Professor für Angewandte Wirtschaftswissenschaften an die Carlson School of Management der University of Minnesota berufen. Mit seinen wissenschaftlichen Studien zur wirtschaftlichen Bedeutung des Weihnachtsfests begann er bereits vor beinahe 20 Jahren.

Pressestimmen

»Ich traue es mich ja kaum zu sagen, aber das ist ein Buch, das unter jeden Weihnachtsbaum gehört.« Tim Harford, Financial Times

»Ein kleines, wunderbar geschriebenes und wohldurchdachtes Buch, das wichtige Themen anspricht und zugleich den weihnachtlichen Einkaufsalbtraum auf die Schippe nimmt. Waldfogel zerlegt Punkt für Punkt die Gründe, warum man Geschenke kauft. Ein in jeder Hinsicht äußerst sinnvolles Buch!« Times Literary Supplement