

BERNHARD BECK



# Mikro- ökonomie

**B 376208**

**UTB** basics

vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>9</b>	
<b>1 Ökonomische Grundfragen</b> .....	<b>10</b>	
1.1 Bedürfnisse, Konsumwünsche und Konsumgüter .....	10	
1.2 Unabsehbare Wünsche .....	12	
1.3 Ressourcen .....	15	
1.4 Knappheit und Opportunitätskosten .....	17	
1.5 Drei wirtschaftliche Grundfragen .....	19	
1.6 Sechs grundlegende Koordinationsmechanismen .....	20	
1.7 Wettbewerb und Kooperation .....	24	
1.7.1 Koordinationsmechanismus und Menschenbild .....	24	
1.7.2 Spieltheorie, experimentelle Ökonomie und Verhaltensökonomie .....	25	
1.8 Volkswirtschaftlich denken .....	28	
1.8.1 Komplexe Wirtschaft und Modelle .....	28	
1.8.2 Werturteile und Wirtschaftspolitik .....	30	
<b>2 Angebot und Nachfrage</b> .....	<b>34</b>	<b>Kapitel 2 bis 5:</b>
2.1 Was ist ein Markt? .....	34	<b>Wie funktionieren</b>
2.2 Die Bestimmungsgründe der Nachfrage .....	37	<b>Märkte?</b>
2.3 Die Nachfragekurve .....	39	
2.4 Hinter der Nachfrage: Der abnehmende Grenznutzen .....	43	
2.5 Die Bestimmungsgründe des Angebots .....	45	
2.6 Die Angebotskurve .....	46	
2.7 Marktangebot und Marktnachfrage in Kombination .....	49	
<b>3 Angebot und Nachfrage vertieft: Elastizitäten</b> .....	<b>56</b>	
3.1 Die Preiselastizität der Nachfrage .....	57	
3.2 Die Preiselastizität und die Neigung der Nachfragekurve .....	60	
3.3 Andere Elastizitäten der Nachfrage .....	65	
3.4 Die Preiselastizität des Angebots .....	66	
3.5 Die Preiselastizität und die Neigung der Angebotskurve .....	68	
3.6 Starres Angebot und Spekulationsblasen .....	70	
Vertiefung: Sich aufschaukelnde Erwartungen und Herdenverhalten .....	72	
3.7 Elastizitäten angewandt: Staatliche Markteingriffe .....	73	
3.7.1 Steuern .....	74	
3.7.2 Subventionen .....	78	
3.7.3 Höchstpreise .....	81	
3.7.4 Mindestpreise .....	83	
<b>4 Kosten und Umsatz – Gewinnmaximierung im vollständigen Wettbewerb</b> .....	<b>90</b>	
4.1 Gewinnmaximierung .....	90	
Exkurs: Werden immer maximale Gewinne angestrebt? .....	91	

4.2	Was sind Kosten? Die kurze und die lange Frist	92
4.3	Der kurzfristige Kostenverlauf	93
4.4	Hinter den steigenden Grenzkosten: Das abnehmende Grenzprodukt	96
4.5	Der langfristige Kostenverlauf – Skalenerträge	98
4.6	Produktionsentscheidungen bei vollständiger Konkurrenz in der kurzen Frist	101
4.7	Angebot und Preis bei vollständiger Konkurrenz in der langen Frist	105
<b>5.</b>	<b>Die Leistungen einer reinen Marktwirtschaft</b>	<b>112</b>
5.1	Zwei Hauptakteure: Unternehmen und Haushalte	113
5.2	Haushalte als Eigentümer der Ressourcen	114
5.3	Arbeitsmärkte	116
	Präzisierung: Besonderheiten auf Arbeitsmärkten	118
5.4	Kapitalmärkte	119
5.4.1	Inflationserwartung, Risiko und Laufzeit	121
5.4.2	Zinsgeschäft der Banken	123
5.4.3	Anleiensobligationen	124
5.4.4	Aktien	126
5.5	Bodenmärkte	128
5.6	Umweltgüter	130
5.7	Beziehungen zum Ausland	133
5.8	Die Antwort der Märkte auf die wirtschaftlichen Grundfragen	134
5.9	Ausblick: Marktversagen und Staatsaktivitäten	137
<b>6.</b>	<b>Externe Effekte</b>	<b>144</b>
6.1	Was sind externe Effekte?	144
6.2	Wie führen externe Effekte die Marktwirtschaft in die Irre?	147
6.3	Öffentliche Güter	149
	Präzisierung: Pekuniäre externe Effekte	150
6.4	Kollektive Anstrengungen für externe Nutzen	152
6.5	Umweltpolitik	155
6.5.1	Vier umweltpolitische Strategien	155
6.5.2	Wann Vorschriften, wann Preise?	159
6.5.3	Die Höhe von Umweltafgaben	160
6.5.4	Die Rückzahlung der Abgaben	162
6.5.5	Reaktionen – Strukturwandel – Gewinner und Verlierer	164
6.5.6	Globale Umweltprobleme	166
<b>7.</b>	<b>Marktmacht</b>	<b>172</b>
7.1	Was ist Marktmacht?	172
7.2	Worauf gründet sich Marktmacht?	174
7.2.1	Einschränkung der Zahl der Konkurrenten	174
7.2.2	Differenzierte Produkte und Informationskosten	175
7.2.3	Marktzutrittsbarrieren	177
7.3	Gewinnmaximierung mit Marktmacht	182
7.3.1	Nachfrage und Grenzsatz bei Marktmacht	183
7.3.2	Gewinnmaximierung bei einem Monopol	185
7.3.3	Gewinnmaximierung im monopolistischen Wettbewerb	187
7.3.4	Kooperation im Oligopol	190
7.3.5	Organisierte Kooperation im Kartell	192
7.3.6	Preisdifferenzierung	194

7.4	Wettbewerbspolitik .....	195
7.4.1	Die volkswirtschaftlichen Folgen von Monopolstellungen .....	195
7.4.2	Ziele der Wettbewerbspolitik .....	197
7.4.3	Konkrete Maßnahmen gegen Marktmacht .....	199
<b>8.</b>	<b>Informationsprobleme .....</b>	<b>206</b>
8.1	Moral hazard und adverse Selektion .....	208
8.1.1	Moral hazard .....	209
8.1.2	Adverse Selektion .....	210
8.2	Welchen Wert hat Werbung? .....	213
8.3	Manipulation? .....	215
8.4	Kollektive Informationsbeschaffung und -vermittlung .....	217
8.4.1	Information als öffentliches Gut .....	217
8.4.2	Private Informationsvermittler .....	217
8.4.3	Der Staat als Informationsvermittler und -verhinderer .....	218
8.4.4	Lauterer Wettbewerb und staatlicher Schutz vor Manipulation .....	219
<b>9.</b>	<b>Sozialpolitik .....</b>	<b>224</b>
9.1	Begründung und Ziele .....	224
9.2	Verteilungsgerechtigkeit .....	227
9.2.1	Leistungsgerechtigkeit .....	227
9.2.2	Bedarfsgerechtigkeit .....	229
	Exkurs: Armutskonzepte .....	231
9.2.3	Gleichheit .....	232
9.3	Das soziale Netz .....	233
9.3.1	Fünf Arten von Maßnahmen .....	233
9.3.2	Kausal- und Finalprinzip .....	236
9.3.3	Sozialversicherung und private Versicherung .....	237
9.4	Förderung des sozialen Ausgleichs .....	238
9.4.1	Schul- und Berufsbildung .....	238
9.4.2	Umverteilung durch Steuern .....	239
9.4.3	Weitere Umverteilungen durch den Staat .....	241
9.5	Zu Problemen .....	242
9.6	Ein radikaler Reformvorschlag .....	246
<b>10.</b>	<b>Der Staat aus ökonomischer Sicht .....</b>	<b>252</b>
10.1	Staatsaktivitäten als Reaktion auf Marktversagen .....	252
10.2	Das Modell eines gemischtwirtschaftlichen Systems .....	254
10.3	Der Staat als Vertreter des Gemeinwohls? .....	256
10.3.1	Sonderinteressen .....	257
10.3.2	Informationsprobleme .....	259
10.3.3	Ineffizienter Staat? .....	259
10.4	Der Kampf um das Ausmaß der Staatstätigkeit .....	260
10.5	Steuerwettbewerb .....	264
	<b>Antworten zu den Fragen .....</b>	<b>270</b>
	<b>Glossar .....</b>	<b>288</b>
	<b>Index .....</b>	<b>298</b>
	<b>Bildnachweis .....</b>	<b>305</b>